

# Den nationella SOM-undersökningen 2019 - En metodöversikt

---

Elisabeth Falk, Frida Sandelin och Marcus Weissenbilder [SOM-rapport nr 2020:3]



## Innehåll

1 Inledning.....	2
2 Population och urval.....	3
Population .....	3
Urval .....	3
3 Frågeformulär.....	5
Formulärens utformning och innehåll.....	5
Webbformulär .....	5
4 Datainsamling.....	6
Webbssvar .....	6
Vem svarar på webben och hur?.....	6
5 Fältarbete .....	8
Fältplan och insatser .....	8
Postala påminnelser .....	9
SMS-påminnelser .....	10
6 Inflöde.....	11
7 Svarefrekvens och bortfall .....	13
Kontaktgrad.....	16
Svarebortfall.....	18
8 Representativitet.....	20
Referenser .....	25
Appendix.....	26

# 1 Inledning

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen frågeundersökningar i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet är en centrumbildning vid Göteborgs universitet och har sin bakgrund i ett samarbete mellan forskare vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Under hösten 2019 genomfördes tre parallella undersökningar: den 34:e nationella SOM-undersökningen, den 28:e västsvenska SOM-undersökningen och den fjärde SOM-undersökningen i Göteborg.

Att genomföra frågeundersökningar med god kvalitet och jämförbarhet över tid kräver ett kontinuerligt utvecklingsarbete. I takt med att samhället förändras är det nödvändigt att ständigt arbeta med att noggrant följa upp varje undersökning och analysera och stärka kvaliteten på data. Detta sker både genom att de befintliga metoderna förbättras och genom att nya prövas. På så sätt har SOM-institutet som ambition att även kunna bidra till den generella metodutvecklingen på surveyområdet.

I ovan nämnda utvecklingsarbete ingår ett omfattande arbete med att utforma väl fungerande frågeinstrument. I arbetet ingår analys och vård av redan existerande tidsserier i relation till ett förändrat samhälle med nya beteendemönster. När nya frågor aktualiseras och ska mätas krävs även tester och utvärderingar av nya frågeinstrument innan de tar plats i enkäten. SOM-institutet lägger också stor vikt vid att undersöka vilka grupper som väljer att svara – och kanske framförallt de som väljer att *inte* svara – på enkäterna. Analyser av orsaker till svarsbortfall men även dess konsekvenser är avgörande för att säkerställa SOM-undersökningarnas kvalitet.

I föreliggande rapport redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2019.<sup>1</sup> Utöver denna rapport finns även motsvarande rapporter för den västsvenska SOM-undersökningen 2019 och SOM-undersökningen i Göteborg 2019. I en första del beskrivs undersökningens urval, formulärdesign och datainsamlingsarbete. En andra del redogör för fältarbetet och listar de olika kontaktförsök och påminnelseinsatser som riktades till respondenterna. Därefter ligger fokus på svaren och inflöde av svar, där svarsmönster, bortfall och representativitet analyseras.

---

<sup>1</sup> Metodöversikten bygger på tidigare års metodrapporter, se Tipple, F. & Weissenbilder, M. (2019).

## 2 Population och urval

### Population

SOM-undersökningarna strävar efter att i så hög utsträckning som möjligt vara representativa för de populationer som studeras. Under undersökningarnas långa historia har målpopulationen för studien varierat något, men är överlag likvärdiga. Populationen för den nationella SOM-undersökningen 2019 var 16–85-åringar boende i hela Sverige. Det är denna population som undersökningen gör anspråk på att uttala sig om.

### Urval

Den nationella SOM-undersökningen 2019 använde sig av ett obundet slumpmässigt urval, vilket är ett pålitligt och vetenskapligt beprövat sätt för att kunna göra statistiska inferenser till en population på basis av en urvalsundersökning. Urvalsramen utgjordes av Skatteverkets folkbokföringsregister (RTB) och innefattade därigenom alla svenska och utländska medborgare som i slutet av augusti 2019 hade sin primära adress i Sverige. Folkbokföringsregistret uppdateras kontinuerligt vilket innebär att täckningsfelet – det vill säga skillnaden mellan registret som urvalet är baserat på och populationen som undersöks – blir minimalt.

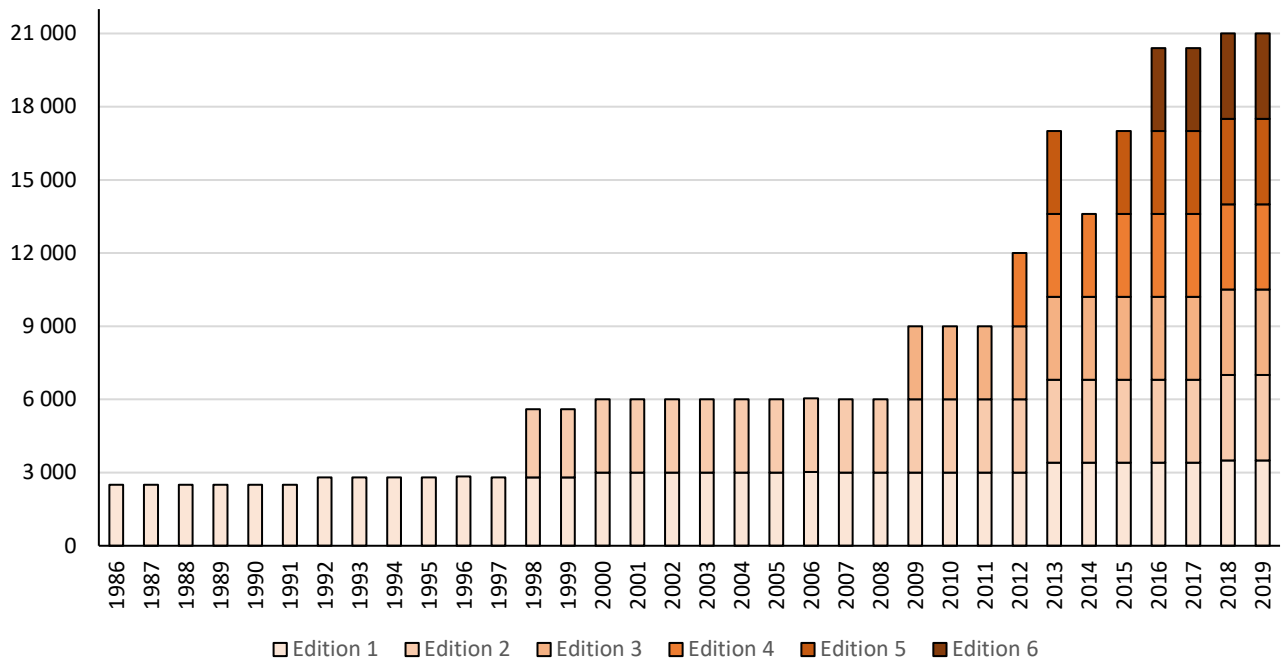
Tabell 1 redovisar urvalen i samtliga editioner av den nationella SOM-undersökningen 2019. Den nationella SOM-undersökningen hade 2019 ett totalurval om 21 000 personer. Undersökningen gjordes i sex editioner som gick ut till ett urval om 3 500 personer vardera.

**Tabell 1** Samtliga urval i 2019 års nationella SOM-undersökning

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalsstorlek	Ålder
Edition 1	3 500	16–85 år
Edition 2	3 500	16–85 år
Edition 3	3 500	16–85 år
Edition 4	3 500	16–85 år
Edition 5	3 500	16–85 år
Edition 6	3 500	16–85 år
<b>Totalt</b>	<b>21 000</b>	

Figur 1 visar hur urvalet i den nationella SOM-undersökningen kontinuerligt har ökat över tid. 2019 års undersökning var den fjärde någonsin med sex editioner vilket medför såväl ett stort totalt urval som möjlighet att ställa många olika undersökningsfrågor.

**Figur 1** Urval och editioner i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2019



Urvalen drogs den 27 augusti 2019 från Skatteverkets registertjänst Navet och levererades direkt till undersökningsföretaget Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator). Undersökningsföretaget avidentifierade urvalsfilerna och skickade dem till SOM-institutet som randomiserade det nationella urvalet in i sex delurval.

### 3 Frågeformulär

SOM-undersökningarna 2019 genomfördes huvudsakligen med postalt utskickade frågeformulär. Varje edition i den nationella SOM-undersökningen hade ett eget frågeformulär, där vissa frågor var unika men många överlappade mellan editionerna. Att dela upp undersökningen på det här sättet ger utrymme för fler enkätfrågor från samverkande forskningsprojekt och andra organisationer.

#### Formulärens utformning och innehåll

2019 bestod samtliga formulär av en framsida, en förstasida med instruktioner och innehållsförteckning, 12 sidor med enkätfrågor och en baksida. Totalt var hela formuläret 16 sidor. Formulären var i likhet med tidigare års enkäter i A4-format. Tabell 2 ger en översikt över de olika formulären från 2019 års undersökningar.

**Tabell 2 Formulärens innehåll, den nationella SOM-undersökningen 2019**

Undersökning	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
Edition 1	58	12	16
Edition 2	56	12	16
Edition 3	57	12	16
Edition 4	59	12	16
Edition 5	62	12	16
Edition 6	57	12	16

Huvuddelen av frågorna i den nationella SOM-undersökningen 2019 hade fasta svarsalternativ med rutor för respondenten att kryssa i, men några frågor var öppna och krävde ett kort svar i fritext. Dessa frågor rörde bland annat morgontidningsläsning, viktiga samhällsfrågor och/eller -problem och respondentens yrke. Svaren på de öppna frågorna kodades av en grupp kodare på SOM-institutet efter fördefinierade kodscheman med uttömmande och ömsesidigt uteslutande kategorier försedda med en unik numerisk kod. Kodscheman finns tillgängliga i kodböckerna för 2019 års undersökning.<sup>2</sup>

#### Webbformulär

Sedan 2012 genomförs SOM-undersökningarna med en kombination av postala enkäter och webbenkäter. Åtkomst till den digitala enkäten sker genom SOM-institutets hemsida, via en webbadress som inkluderades i brevet eller via en direktlänk som skickades ut via sms. För att komma åt de digitala formulären var respondenterna tvungna att logga in med hjälp av personliga inloggningsuppgifter som bifogades i såväl sms som följbrev.

Frågorna i webbenkäten utformades så långt som möjligt på samma sätt som i pappersenkäten. Sidbrytningarna i den digitala versionen följde däremot inte pappersversionen.

Inga frågor var programmerade att vara obligatoriska att svara på vilket innebar att respondenterna på webben i likhet med de som svarade på pappersversionen kunde klicka sig vidare i enkäten utan att svara på alla frågor. De frågor som svarspersonerna i pappersversionen instruerades att hoppa över baserat på tidigare svar doldes automatiskt i den digitala versionen av enkäten. Somliga personer som svarade via webben såg därför en kortare version av enkäten än de som svarade på papper.

<sup>2</sup>Samtliga kodböcker finns tillgängliga på SOM-institutets hemsida: <http://som.gu.se/undersokningar/den-nationella-som-undersokningen/kodbocker>).

## 4 Datainsamling

Datainsamlingen för den nationella SOM-undersökningen 2019 ägde rum med start i september 2019 och pågick till och med december 2019. Sedan 2012 används en undersökningsdesign som kallas mixed mode. Mixed mode innebär att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma undersökning. I SOM-undersökningarna avser detta att postala enkäter och webbenkäter kombineras.

Den primära datainsamlingsmetoden var via postenkäter som returnerades till Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) där de genomgick en skanningsprocess. Den andra datainsamlingsmetoden var en webbenkät, där formulären och datainsamlingen administrerades av SOM-institutet. Vid slutet av fältperioden slogs data från pappersenkäterna och webbenkäterna ihop till en samlad datafil.

### Webbsvar

I den nationella SOM-undersökningen 2019 fick respondenterna möjligheten att svara på webben direkt vid första utskicket av pappersformuläret, ett alternativ som introducerades 2017 vilket resulterade i en högre andel webbsvar. Innan 2017 var svar via webben möjligt först vid det andra utskicket av pappersformuläret (som inträffade cirka 15 dagar in i fältperioden).

Tabell 3 visar andel webbsvar i de nationella undersökningarna sedan 2012. Det var 1 665 personer, motsvarande 7,9 procent av bruttourvalet och 16,5 procent av de svarande, som besvarade den nationella SOM-undersökningen via internet 2019.

**Tabell 3 Andel webbsvar för de nationella SOM-undersökningarna 2012–2019 (antal, procent).**

Undersökning och år	Antal webbsvar	Andel av svarande
Nationella SOM-undersökningen 2012	278	4,5
Nationella SOM-undersökningen 2013	634	7,5
Nationella SOM-undersökningen 2014	372	5,4
Nationella SOM-undersökningen 2015	496	6,0
Nationella SOM-undersökningen 2016	690	7,0
Nationella SOM-undersökningen 2017	1 281	11,8
Nationella SOM-undersökningen 2018	1 791	16,6
Nationella SOM-undersökningen 2019	1 665	16,5

### Vem svarar på webben och hur?

Under de åtta år som webbsvar varit ett alternativ i SOM-undersökningarna har svarsmönstret i olika grupper visat sig vara stabilt över tid. Det finns en tydlig åldersfördelning mellan andel papperssvar och webbsvar, där de yngre i högre utsträckning svarar på webb och de äldre i högre utsträckning svarar på papper. I den nationella SOM-undersökningen 2019 var det omkring 34 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60–69 åringar var 8 procent och i gruppen 70–79 åringar 4 procent. Andelen män som svarar på webben (18 procent) är större än andelen kvinnor (15 procent). Vid hänsyn till ålder och kön så är det en större andel yngre kvinnor (16–39 år) och yngre män (16–39 år) som svarar digitalt.

Det interna svarsbortfallet, det vill säga den andel av de svarande som valt att inte svara på en eller flera frågor i enkäten men som ändå skickat in den, är detsamma oavsett om respondenten svarar på

webben eller på papper. Webbsvaren respektive papperssvaren har båda 1,9 procentenheter internt svarsbortfall. Detta säger oss att det inte upplevs mer belastande att besvara hela formuläret digitalt jämfört med i pappersform.

De huvudsakliga verktygen respondenterna kunde använda för att komma åt webbenkäterna var datorer och portabla enheter som mobiltelefoner och surfplattor. Dessa olika plattformar kan i sin tur ha olika skärmstorlek, något som är centralt för upplevelsen av frågeformulären. Det är svårt att veta exakt hur varje enskild respondent såg det digitala formuläret, men ur data framgår hur många som svarade på dator, surfplatta eller på mobilen, samt hur svarsbortfall och svarsutfall skiljde sig beroende på vilket digitalt verktyg som användes.

Som tabell 4 redovisar kom 48 procent av de digitala svaren på den nationella SOM-undersökningen 2019 från en dator, 45 procent från en mobiltelefon och resterande 7 procent från en surfplatta. Jämfört med 2018 så har andelen som svarar på mobilen ökat något mot andelen datorsvar. Andelen mobilsvarende ökade med 4 procentenheter 2019 medan andelen som svarad på dator minskade med 4 procentenheter.

**Tabell 4      Andel svar på dator, surfplatta och mobil**

<b>Undersökning</b>	<b>Andel svar på dator</b>	<b>Andel svar på mobil</b>	<b>Andel svar på surfplatta</b>
Den nationella SOM-undersökningen 2018	52	41	7
Den nationella SOM-undersökningen 2019	48	45	7

Precis som det finns ålderskillnader bland de som svarar på papper respektive webb återfinns en ojämn åldersfördelning bland de som svarar på dator, surfplatta eller mobil. I åldersgruppen 16–29-åringar är mobilen det vanligaste verktyget att svara på av de som svarar på webben. Även bland 30–49-åringar är det vanligast att svara på mobil och i gruppen 50–64-åringar är istället dator det vanligaste sättet att svara. Bland de som svarade på webben återfinns ett något högre svarsbortfall hos de som svarar på mobil (2,3 procent) jämfört med de som svarar på dator (1,2 procent) och surfplatta (1,3 procent).



## 5 Fältarbete

Fältarbetet för 2019 års nationella SOM-undersökning följde i stora drag samma upplägg som för tidigare år (jmf. Tipple, F. & Weissenbilder M., 2019), med några nämnvärda ändringar som kommer att avhandlas under denna rubrik. Utskick och insamling av enkäter utfördes för tredje gången av det fristående undersöknings-företaget Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator), som svarade för den tekniska och praktiska delen av datainsamlingen såsom tryck och distribution av enkäter, påminnelser via post, samt skanning av de inkomna svaren. SOM-institutet svarade för allt innehåll i utskick och enkäter, för programmering av och insamling via de digitala enkäterna, samt för påminnelser via sms.

SOM-institutet ansvarade även för framtagning av den fältplan som användes för SOM-undersökningarna. Fältplanen var i det närmaste identisk för samtliga tre undersökningar. Fältplanen skiljde sig gentemot tidigare år i det att den var nio dagar kortare. Undersökningarna stängde den 16 december, olikt de två senaste åren då undersökningarna stängts vid årsskiftet. Undersökningarna innehöll även ett mindre missiv än tidigare och telefonpåminnelserna, som tidigare reducerats, togs bort helt. Anledningen till detta är att telefonpåminnelserna i SOM-undersökningarna har visat sig ge starkast effekt på de äldre, en grupp som redan är överrepresenterad. På så sätt bidrog de till ytterligare åldersskvhet, med en enbart marginell höjning av svarsfrekvens.

### Fältplan och insatser

Fältperioden för 2019 års SOM-undersökningar inleddes den 9 september 2019 med utskick av ett aviseringskort som informerade respondenterna om att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets undersökning (se tabell 5). En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, ett frankerat svarskuvert, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet, kort information på nio olika språk samt en penna. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev och per sms. Samtliga påminnelser innehöll inloggningsuppgifter till webbenkäten. De utvalda respondenterna kunde när som helst under fältperioden avsäga sin medverkan genom att ta kontakt med SOM-institutet eller fältföretaget varpå påminnelseinsatserna upphörde.

Totalt genomfördes 8 insatser (aviseringar och påminnelser), fyra var postala utskick innehållande en ny enkät, och fyra var sms-påminnelser. Fältperioden var totalt 90 dagar. Nedan tabell redogör för fältplanen i sin helhet och listar de datum vid vilket varje insats skickades ut. I normalfallet medför ett postalt utskick att materialet når respondenten 2–4 arbetsdagar efter utskicksdatum, medan ett sms når respondenten i princip direkt.

**Tabell 5 Fältinsatser i SOM-undersökningarna 2019**

9 sept	Utskick av <b>aviseringsvykort</b>
16 sept	Utskick av <b>Missiv 1</b> – formulär, informationsbroschyr, information på nio språk, svarskuvert och penna. Möjligheten att svara på webben introduceras.
25 sept	Utskick av <b>tack-/påminnelsevykort</b>
3 okt	Utskick av <b>SMS 1</b> .
10 okt	Utskick av <b>Missiv 2</b> – formulär och svarskuvert.
22 okt	Utskick av <b>SMS 2</b> . Innehållande möjlighet att svara NEJ.
31 okt	Utskick av <b>Missiv 3</b> – formulär och svarskuvert.
7 nov	Utskick av <b>SMS 3</b> . Innehållande möjlighet att svara NEJ.
19 nov	Utskick av <b>SMS 4</b> . Innehållande möjlighet att svara NEJ.
26 nov	Utskick av <b>Missiv 4</b> – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
15 dec	<b>Fältstopp</b>

En gång i veckan under den 90 dagar långa fältperioden skickades ett tackbrev till de respondenter som svarat under den senaste veckan. Tackbrevet innehöll en belöning i form av en trisslott till de respondenter som hade fyllt 18 år innan fältperiodens start, alternativt en Sverigecheck (värde 50 kr) till de som var 17 år eller yngre när fältarbetet inleddes. Införandet av belöningarna var ett resultat av 2016 års metodologiska experiment då effekt av dessa testades i SOM-undersökningen i Göteborg och den västsvenska SOM-undersökningen. I experimentet framkom att belöningar i form av trisslotter hade positiv effekt på nettosvarsfrekvensen (ungefär 4–6 procentenheter) utan att på något sätt skada datakvaliteten (Arkhede, Oscarsson och Vernersdotter, 2017) från och med 2017 års SOM-undersökningar erbjöds denna belöning till samtliga svarande.

Fältarbetet avslutades med att Institutet för kvalitetsindikatorer – Indikator gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering den 8 januari 2019. Den sista registrerade enkäten inkom 7 januari. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla kontaktuppgifter raderades. De fysiska enkäterna som kommit in förstördes i enlighet med bestämmelser om sekretessavfall.

### Postala påminnelser

Utskick och påminnelser per post är stommen i SOM-undersökningarnas fältperiod. Ungefär 47 procent av det totala urvalet fick samtliga postala utskick då de varken svarade eller hörde av sig för avregistrering. Enbart cirka 17 procent av urvalet blev föremål för samtliga påminnelseinsatser, det vill säga post och SMS tillsammans, då 52 procent av det urvalet som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta.

Den första påminnelsen per post skickades ut som ett vykort där respondenterna tackades om de redan hade svarat och resten av urvalet påmindes om att svara om de inte redan hade gjort det. De efterföljande påminnelserna innehöll ett kort brev med en uppmaning att svara på enkäten och en ny enkät. Den sista påminnelsen per post innehöll, vid sidan av den ordinarie enkäten, en kort bortfallsenkät där det ombads att ange varför de inte svarat på undersökningen. Dessa svar redovisas som bortfall och analyseras i avsnitt 7 i föreliggande rapport.

## SMS-påminnelser

Att använda SMS är en kostnadseffektiv påminnelsemetod som är enkel att administrera. Totalt telefonnummersattes 48 procent av de som ännu inte svarat vid tillfället för SMS-påminnelse 1, vilket utgjorde 36 procent av det totala urvalet. Den lägre andelen av unga som telefonnummersattes beror till stor del på att äldre i större utsträckning är etablerade med fasta bostadsorter och telefonnummer, vilket medför att det blir lättare att få tag i telefonnummer till dessa grupper. Tabell 6 visar telefonnummersättningsgraden för olika åldersgrupper vid telefonnummersättningen i 2019 års nationella SOM-undersökning.

**Tabell 6 Andel telefonnummersatta per åldersgrupper, den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)**

	Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
	48%	35%	50%	54%	57%

**Kommentar:** Procentbasen utgörs av de som inte redan hade svarat vid fältdag 16 när telefonnummersättningen genomfördes.

Tabell 7 redovisar det övergripande upplägget för sms-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2019. Totalt fyra SMS gick ut. I samtliga SMS ingick en länk till webbenkäten samt inloggningsuppgifter. I Appendix I finns en detaljerad beskrivning av samtliga sms.

**Tabell 7 SMS-utskick i den nationella SOM-undersökningen 2019**

Utskick	Antal skickade sms	Fältdag
1	7 098	17
2	5 702	36
3	4 587	52
4	4 309	64

## Nej-alternativ

Likt introducerat i undersökningarna 2017 erbjöds samtliga respondenter ett "Nej-alternativ" direkt via SMS. Möjlighet att tacka nej erbjöds från och med SMS2. Att erbjuda en tidig utväg från undersökningen är positivt ur ett respondentperspektiv, för att på så sätt ge respondenterna en enkel väg att neka deltagande.

Nej-alternativet via SMS löd:

"Vill du inte delta kan du svara NEJ på det här sms:et"

Utfallet av att ha ett Nej-alternativ leder likt resultatet från ett experiment i 2016-års undersökning till ett större bortfall tidigt i fältperioden. Fördelarna med detta är flera, bland annat slipper respondenterna motta ett större antal utskick av enkäten vilket även är finansiellt och miljömässigt besparande. Nackdelarna är att man riskerar att missa respondenter som eventuellt hade svarat vid ett andra utskick av enkäten, om ett enkelt nej-alternativ ej hade funnits tillgängligt.

**Tabell 8 SMS: Antal nej, andel som svarat nej och andel av totalt bortfall (procent)**

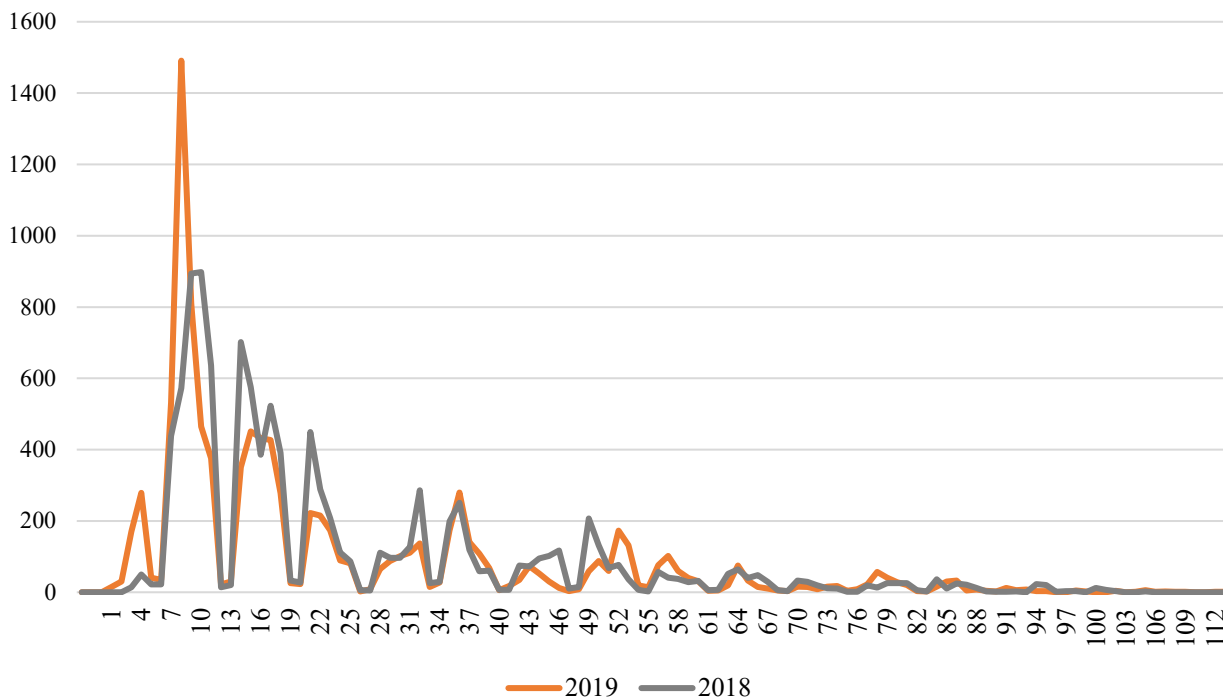
	Antal SMS-nej	Andel SMS-mottagare som svarat "Nej"	Andel av bortfall*
Den nationella SOM-undersökningen	1 109	15%	10%

**Kommentar:** \*Avser andelen av det totala bortfallet i undersökningen.

## 6 Inflöde

Den nationella SOM-undersökningen har under flera år uppvisat samma inflödesmönster (se figur 2). De första dagarnas toppar och djupa dalar är resultatet av det kraftiga inflödet under vardagar och avsaknaden av inflöde under helgdagar. Inflödet av ifyllda enkäter under fältperioden kommer i vågor, tydligt i fas med utskick, helger och påminnelseåtgärder. Vågbildseffekten är ett mycket stabilt fenomen som uppträder även i övriga undersökningar.

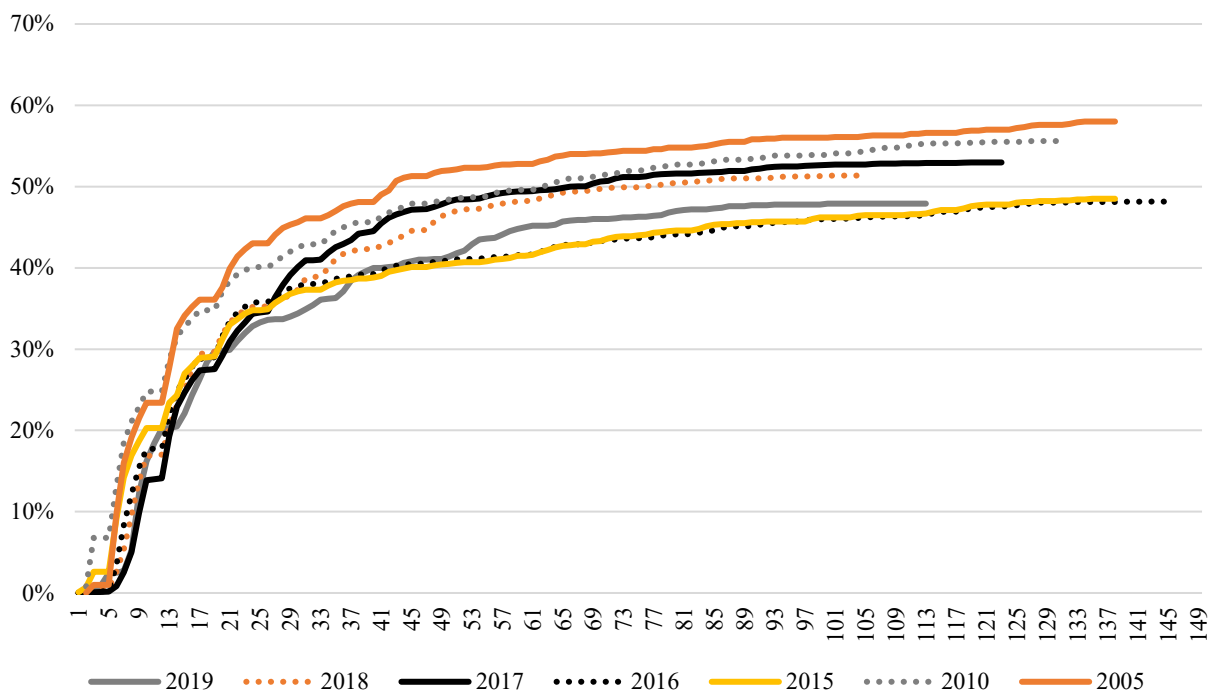
**Figur 2** Inflöde per dag i den nationella SOM-undersökningen 2018–2019 (antal enkäter)



De flesta respondenter som väljer att svara på en SOM-undersökning gör det redan under de första veckorna. Vid inflödesdag 30 var bruttosvarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 35 procent och 86 procent av de slutgiltiga svaren kom in före första november (se figur 3).

Inflödet på webben skiljer sig något från pappersenkäten i den bemärkelse att personer som svarar via internet gör det senare under fältarbetet än personer som svarar på papper, vilket delvis förklaras av att de SMS-påminnelser som skickas ut med direkt länk till svar via webb. Till skillnad från inflödet på papper som kommer i stadiga, men minskande vågrörelser i samband med varje påminnelseinsats, var inflödet på webben högt i samband med den första påminnelsen och påminnelse via sms.

**Figur 3 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen 2005–2019 (kumulativ procent av bruttourvalet)**



Anledningen till den långa fältperioden är att vi i viss mån kan stävja den överrepresentation SOM-undersökningarna har av äldre svarspersoner. En längre fältperiod har också viss effekt på frågor som intresse för politik och morgontidningsläsning. Efter 30 dagar ligger bruttosvarsfrekvensen på nästan 35 procent men genom att låta undersökningen vara i fält i ytterligare 60 dagar uppnår SOM-undersökningarna en bättre slutgiltig åldersmässig representativitet och en något lägre skattning av faktorer som politiskt intresse och regelbunden morgontidningsläsning, vilka ofta används som referensvariabler.

I tabell 9 syns att längden på 2019 års undersöknings fältperiod avhjälpte initiala skevheter i såväl svarsgruppens ålder som morgontidningsläsning, men att det politiska intresset inte förändrades lika mycket över perioden. Tydligast skillnad mellan tidiga och sena skeden i svarsperioden är förändringen i diverse medievanor, representerat i tabell 9 av förändringen i daglig morgontidningsläsning. Bland de olika åldersgrupperna syns tydligt hur de mellan 20–39, som är svåra att nå under fältperioden, svarar i något större utsträckning när fältperioden hålls längre.

**Tabell 9 Effekt av lång fältperiod på den nationella SOM-undersökningen 2019 (andel svar i olika grupper)**

	16-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-79 år	80-85 år	Total	Mycket intresserad av politik	Daglig morgn.tidn läsning
Fältdag 40	4,1	9,1	12,0	13,2	16,4	19,9	19,5	5,7	100	18,2	26,3
Sista fältdagen	4,7	10,4	13,2	14,0	16,6	18,4	17,5	5,2	100	17,3	24,4
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,6	+1,3	+1,2	+0,8	+0,2	-1,5	-2,0	-0,5		-0,9	-2,0

## 7 Svarsfrekvens och bortfall

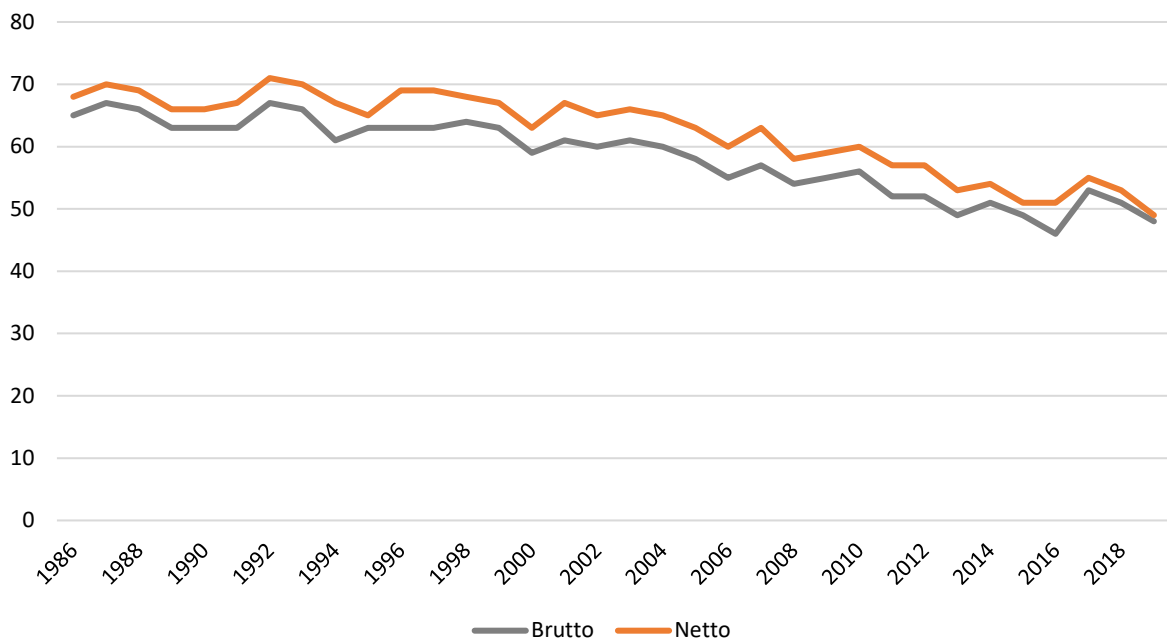
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i kapitlet. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvarsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2019 var 49 procent. Inom den nationella SOM-undersökningen varierade nettosvarsfrekvensen mellan 51 procent (edition 2 och 5) och 47 procent (edition 3).

**Tabell 10 Svarsfrekvens för den nationella SOM-undersökningen 2019 totalt och per edition**

	Den nationella SOM-undersökningen						
	Totalt	Edition 1	Edition 2	Edition 3	Edition 4	Edition 5	Edition 6
Bruttourval	21 000	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500	3 500
Naturligt bortfall	550 (2,6%)	87 (2,5%)	75 (2,1%)	93 (2,7%)	103 (2,9%)	86 (2,5%)	106 (3,0%)
Nettourval	20 450	3 413	3 425	3 407	3 397	3 414	3 394
Vägran	1 348	211	213	225	256	209	234
Ej anträffade	9 034	1 558	1 475	1 569	1 494	1 475	1 463
Antal svarande	10 068	1 644	1 737	1 613	1 647	1 730	1 697
Svarsfrekvens brutto	48%	47%	50%	46%	47%	49%	48%
Svarsfrekvens netto	49%	48%	51%	47%	48%	51%	50%

Historiskt har SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög andel svarande för den här typen av längre enkäter, med en genomsnittlig nettosvarsfrekvens för alla de nationella genomförda undersökningarna 1986–2019 på 62 procent medan motsvarande siffra för bruttosvarsfrekvensen är 58 procent (figur 4). Svarsfrekvensen har, precis som i många andra undersökningsserier, sjunkit i jämn takt med en knapp procentenhet per år sedan början på 1990-talet till följd av lägre kontaktgrad och fler svarsvägrare. I och med de instiftade incitamenten uppvisade dock undersökningen en tillfälligt stigande svarsfrekvens år 2017. Skillnaden mellan brutto- och nettosvarsfrekvensen minskade från 2 till 1 procentenheter mellan 2018 och 2019. En stor anledning till minskningen är borttagandet av telefonpåminnelser i 2019 års undersökningar. Det föranledde att vi fick mindre kontakt med personer som valde att inte delta och därav inte kunde kartlägga orsaker till detta i samma utsträckning som tidigare år. En konsekvens blev ett mindre naturligt bortfall, ett större nettourval samt en mindre skillnad mellan nettosvarsfrekvensen och bruttosvarsfrekvensen jämfört med bakåt i tiden (se figur 4).

**Figur 4** Brutto- och nettosvarsfrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2019 (procent)



Av tabell 11 framgår hur svarsbenägenheten i de nationella SOM-undersökningarna varierar med könstillhörighet, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med erfarenheterna från tidigare års SOM-undersökningar svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än vad män gör. 51 procent av kvinnorna och 47 procent av männen svarade på SOM-undersökningen 2019. Denna könsskillnad är relativt konstant över tid då den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan millennieskiftet är 5 procentenheter. Skillnaden mellan kvinnors och mäns svarsfrekvens i de sex editionerna varierar med mellan tre och fem procentenheter. Utöver det traditionellt lägre antalet svarande i Stockholm går det inte att se några mönster i svarsfrekvensen för de olika geografiska regionerna i Sverige. Representativiteten i olika åldersgrupper medför en stor utmaning. De äldre åldersgrupperna svarar i lika stor omfattning nu som de gjorde i början av 2000-talet medan de yngre åldersgruppernas svarsfrekvens är sluttande. Införandet av incitament från och med 2017 års undersökningar var ett försök att hantera denna problematik, då trisslotter visat sig vara en mer effektiv belöning i de yngre åldersgrupperna än i de äldre (Arkhed, Oscarsson & Vernersdotter, 2017).

**Tabell 11 Nettosvarsfrekvens i olika grupper, de nationella SOM-undersökningarna, 2003–2019 (procent)**

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	E1	E2	E3	E4	E5	E6
	Samtliga	66	65	63	60	63	58	59	60	57	57	52	54	51	51	55	53	49	48	51	47	48	51	50
<i>Kön</i>	Kvinnor	68	67	65	64	66	62	61	64	60	58	54	56	54	53	58	55	51	50	53	49	51	53	52
	Män	64	63	61	57	60	55	56	57	54	55	49	51	49	48	52	51	47	47	48	45	46	48	48
<i>Ålder</i>	15–19 år <sup>1</sup>	60	55	56	49	53	46																	
	16–19 år							48	50	46	42	39	38	37	36	46	43	40	33	37	47	36	41	45
	20–24 år	57	55	53	43	49	41	43	42	36	38	32	31	29	31	35	36	33	33	31	31	32	38	32
	25–29 år	63	57	54	50	51	44	44	42	41	42	36	37	35	34	39	37	32	33	35	26	34	30	33
	30–39 år	60	59	57	54	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	46	45	39	38	43	36	42	39	38
	40–49 år	63	61	58	59	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	52	48	42	43	44	36	44	45	42
	50–59 år	71	69	69	67	68	65	66	67	63	63	57	59	56	54	57	54	52	48	55	52	48	53	54
	60–69 år	79	78	73	73	78	75	74	76	74	74	69	71	69	68	69	67	65	67	67	64	61	67	68
	70–79 år	75	79	75	71	75	76	73	81	77	77	72	76	74	75	78	74	72	69	72	73	70	74	71
80–85 år	62	65	64	67	71	65	70	76	73	70	63	65	71	67	70	72	65	63	60	68	67	65	70	
<i>Region</i>	Stockholm	61	61	57	56	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	51	50	47	45	48	46	48	44	48
	Östra Mellansverige	66	65	66	63	68	60	58	60	58	55	53	54	51	53	57	53	50	49	47	50	51	55	49
	Småland och öarna	66	70	67	62	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	58	56	51	56	55	47	45	54	51
	Sydsverige	67	64	61	58	62	55	58	57	56	57	50	50	52	50	53	53	47	45	51	45	45	49	50
	Västsverige	69	67	62	60	66	60	60	62	58	59	54	56	55	53	58	55	50	47	52	47	49	54	50
	Norra Mellansverige	69	61	64	62	61	63	58	63	59	58	52	53	50	49	56	52	50	48	51	47	51	51	51
	Mellersta Norrland	63	69	67	60	63	57	59	63	63	62	57	58	55	54	58	57	52	51	54	46	55	56	51
Övre Norrland	68	71	64	64	63	65	61	65	58	60	51	53	52	52	58	56	54	57	58	54	49	49	55	

**Kommentar:** Resultaten baseras på registerdata från Skatteverkets registertjänst Navet. <sup>1</sup>15-åringarna ingår inte i SOM-undersökningarna fr.o.m. 2009 varför resultaten inte är helt jämförbara beträffande yngsta åldersgruppen.\*Endast edition 1–4.



## Kontaktgrad

En grundförutsättning för att få svar på SOM-undersökningarna är att enkäterna når de som blivit utvalda att delta i respektive undersökning. SOM-institutet använder sig av flera kontaktvägar under fältarbetets gång för att komma i kontakt med dem som ingår i urvalet (se avsnitt 5). Påminnelser genomförs via brev och via sms till mobiltelefoner.

Kontaktgraden avser andel personer i urvalet som vi var i kontakt med under undersökningens fältperiod. Samtliga personer i urvalet som på något sätt återkopplat till SOM-institutet under fältperioden noteras som bekräftad kontakt, även de som hör av sig för att avböja medverkan. Respondenter som vi inte haft bekräftad kontakt med kan ha mottagit och öppnat brevet och valt att inte svara på enkäten utan att informera SOM-institutet eller så har kontaktförsöken inte nått personerna. Kontaktgraden i tabell 12 är således en indikation på både kontaktsvårigheter och ointresse att svara. Kontaktgraden har minskat stadigt sedan 2010, men i och med SMS- och telefoninsatser, samt eventuellt kopplat till de införda incitamenten, såg vi en tillfällig utjämning 2017. 2019 minskade dock kontaktgraden betydligt. Totalt 55 procent av urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2019 återkopplade på något sätt till SOM-institutet. Huvudanledningarna till den stora minskningen är att insatserna med telefonpåminnelser togs bort, att färre personer återkopplat till SOM-institutet samt ökade svårigheter att etablera telefonnummer till personerna i urvalet.

**Tabell 12 Bekräftad kontakt i de nationella SOM-undersökningarna 2010–2019 (procent)**

	Kontakt	Ej kontakt	Summa
2010	81,5	18,5	100
2011	79,5	20,5	100
2012	78,1	21,9	100
2013	75,3	24,7	100
2014	71,4	28,6	100
2015	70,4	29,6	100
2016	68,9	31,1	100
2017	70,0	30,0	100
2018	66,3	33,6	100
2019	55,1	44,9	100

**Kommentar:** Kategorin kontakt innefattar alla som SOM-institutet haft bekräftad kontakt med, d.v.s. alla som svarat på SMS, svarat på enkäten eller bortfallsenkäten eller hört av sig till SOM-institutet och meddelat att de inte önskar delta i undersökningen.

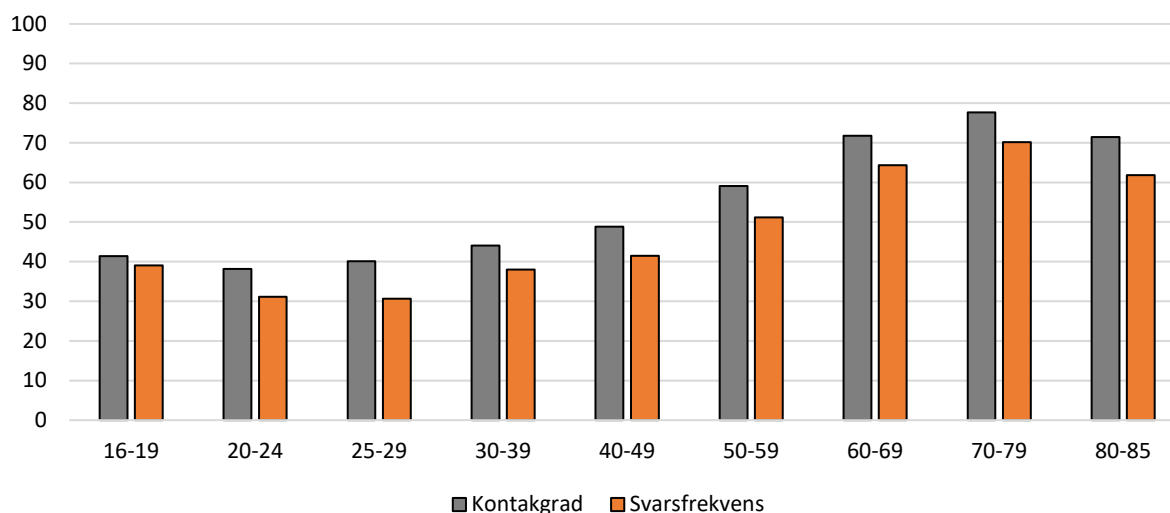
Den minskande kontaktgraden som fram tills 2019 redovisas i detalj i tabell 13 och visar andelen postreturer (och därmed adress okänd) har varit relativt stabil sedan 2010. Andelen som inte gått att telefonnummersätta (och därmed utan telefonnummer) ökade stort 2019 jämfört med 2018. Huvudanledningen är att vi inte längre telefonnummersätter fasta telefonnummer utan enbart mobilnummer på grund av borttagandet av telefonpåminnelser. Ytterligare en demonstration av den minskande kontaktgraden visas i den minskande andelen vi får kontakt med men som inte skickar in enkäten.

**Tabell 13 Kontaktmönster i de nationella SOM-undersökningarna 2010–2019 (procent)**

	Ej kontakt				Kontakt		Summa procent	Antal
	Adress okänd, utan telefonnummer	Adress okänd, med telefonnummer (ej svar på telefon)	Adress känd utan telefonnummer	Adress känd med telefonnummer (ej svar på telefon)	Ej inskickad enkät	Enkät ifylld och inskickad		
2010	1,9	0,0	12,5	4,1	25,9	55,6	100	9 000
2011	2,0	0,1	14,8	3,7	27,0	52,4	100	9 000
2012	2,4	0,2	14,1	5,3	25,6	52,4	100	12 000
2013	1,9	0,1	16,0	6,6	26,0	49,4	100	17 000
2014	1,7	0,1	18,7	8,0	21,0	50,5	100	13 600
2015	1,6	0,2	19,1	8,7	21,9	48,5	100	17 000
2016	2,3	0,4	18,8	9,7	20,6	48,2	100	20 400
2017	1,6	0,1	20,3	7,9	17,0	53,0	100	20 400
2018	1,6	0,1	20,1	11,9	14,9	51,4	100	21 000
	Adress okänd utan mobilnummer	Adress okänd med mobilnummer	Adress känd utan mobilnummer	Adress känd med mobilnummer	Ej inskickade enkät	Enkät ifylld och inskickad		
2019	1,5	0,3	27,1	15,9	7,2	47,9	100	21 000

Figur 5 visar hur kontakt- och svarsmonster varierar i urvalets olika åldersgrupper. Det är de yngre svarspersonerna som är klart svårast att etablera en kontakt med, vilket återspeglas i svarsfrekvensen. Bland personer i åldrarna 16–39 år är kontaktgraden endast omkring 41 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 60–85 år är det endast 26 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är mellan 2 och 9 procentenheter för samtliga åldersgrupper. Den relativt högre kontaktgraden i förhållande till svarsfrekvens bland de 20–29 åringar förklaras delvis av möjligheten att avanmäla sin medverkan via svar på ett påminnelse-sms, vilket är vanligare bland yngre. Äldre hör i högre utsträckning av sig via post eller telefon till SOM-institutet, själva eller genom ombud, för att avanmäla sin medverkan.

**Figur 5 Bekräftad kontaktgrad och bruttosvarsfrekvens i olika åldrar, den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)**



## Svarsbortfall

Svarsbortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och svarsgrupp, vilket måste tas i beaktande när materialet analyseras. Informationen om svarsbortfallet, alltså de respondenter som inte kan eller vill svara på enkäten, har inhämtats på flera sätt: direkt från respondenter eller anhöriga som hört av sig under fältarbetets gång, via den bifogade bortfallsenkäten i sista påminnelsen med frågor om varför man inte önskar eller kan delta i undersökningen samt via Skatteverkets befolkningsregister.

Av de 10 932 personer som inte svarade på den nationella SOM-undersökningen 2019 var det 789 personer som SOM-institutet fick information kring varför de inte ville eller kunde delta i undersökningen. Det här avsnittet handlar om dessa personer.

Naturligt bortfall kallas den grupp av urvalet som inte *kan* delta i undersökningen på grund av att de är fysiskt eller mentalt oförmögna, avlidna, emigrerade eller har språksvårigheter som förhindrar dem från att fylla i enkäten. 2019 var den gruppen 550 personer. Dessa personer avförs från bruttourvalet och inkluderas därmed inte i basen för beräkningarna av nettosvarsfrekvensen för SOM-undersökningarna.

Det naturliga bortfallet utgörs till största del av "adress okänd/flyttat" samt "fysiskt/mentalt oförmögen att svara" (tabell 14). En mindre grupp utgörs de som bor utomlands eller är bortresta under längre tid och därför inte är bosatta på den adress de är skrivna på i Sverige samt personer som registrerats som avlidna under fältperioden. Den minsta gruppen naturligt bortfall utgörs av "ej svensktalande/språksvårigheter".

**Tabell 14** Kategorier av naturligt bortfall, den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	12
Adress okänd/flyttat	69
Bor utomlands/bortrest på längre tid	6
Ej svensktalande/språksvårigheter	4
Avliden	8
Summa procent	100
Antal personer	550

Mot bakgrund av att undersökningen definierar bort personer som är fysiskt och mentalt oförmögna att svara på enkäten och personer som själva eller via ombud meddelat att de inte kan svenska tillräckligt bra för att besvara enkäten, finns det anledning att betona att undersökningens resultat i första hand speglar en frisk, svensktalande befolkning.

Utöver det naturliga bortfallet registrerades även andra anledningar till att inte delta i undersökningarna. Genom att respondenterna på eget initiativ kontaktade SOM-institutet möjliggjordes en kartläggning över av vilka anledningar personer valde att inte svara på SOM-undersökningarna. 2019 uppgick den gruppen till 239 personer. Kategoriseringen av olika anledningar gjordes efter ett förutbestämt kodschema men av olika personer (tabell 15). Andelen i respektive kategori ska därför tolkas med försiktighet men fungerar trots det som en fingervisning om av vilka anledningar de som hör av sig, men väljer att avstå att svara på undersökningarna anger.

**Tabell 15**      **Specificerade skäl till att inte vilja delta, den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)**

<b>Anledning</b>	<b>Procent</b>
Har inte tid	9
För många frågor	3
Vill av princip inte delta	18
Frågorna är ointressanta	3
Litar ej på anonymiteten	4
Frågorna är för svåra	0
Annat/ej uppgett specifikt skäl	61
Summa procent	100
Antal personer	239

**Kommentar:** De som avsåde sin medverkan i undersökningarna genom att svara nej på ett påminnelse-sms ingår ej i redovisningen då inga skäl angavs. Se tabell 8 för redovisning av sms-utskick och möjligheten att svara nej.

Utöver annat/ej uppgett specifikt skäl är det tidsbrist och principiella skäl som är de vanligaste orsakerna att inte svara. I 2019 års nationella undersökning var det knappt en tiondel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som angav tidsbrist som främsta skäl till att avstå. Drygt 6 procent avstod från att svara på undersökningarna för att frågorna antingen var för många eller för ointressanta för att besvaras.

## 8 Representativitet

Vilka som svarar och vilka som inte svarar på en frågeundersökning har betydelse för tolkningen av undersökningens resultat. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar systematiskt skiljer sig från övrigas blir studiens resultat mindre giltiga för populationen som helhet. Om svarsbenägenheten i en grupp varierar påtagligt mellan åren kan det också förklara variationer i svarsmönster för enskilda frågor.

Vi har studerat vilka konsekvenser skevheterna i representativiteten har för undersökningens träffsäkerhet genom att vikta resultaten för kön, ålder och geografisk hemvist och jämföra utfallet i den viktade och oviktade gruppen. Markstedt (2014) visar att träffsäkerheten i attitydfrågor om politiska förslag och bedömningar av ekonomin är hög trots de sjunkande svarsfrekvenserna. Frågor om nyhetskonsumtion påverkas däremot något mer av att delar av befolkningen har en lägre representation i svarsunderlaget. De dalande svarsfrekvenserna har alltså en effekt på svarens träffsäkerhet i vissa typer av frågor där det existerar stora generationsskillnader.

### Svarsgruppens sammansättning

För att kontrollera hur väl svarsgruppen speglar befolkningen jämförs fördelningen i de registervariabler som Skatteverket tillhandahåller i urvalet och svarsgruppen med den i befolkningen. Vi har redan konstaterat att män och unga svarar i mindre utsträckning än kvinnor och äldre personer vilket gör avtryck i svarsgruppens sammansättning. Det finns inga nämnvärda skillnader i den geografiska sammansättningen av svarspersoner jämfört med befolkningen som helhet. I tabell 16 och 17 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och födelseort relativt befolkningen. Alla jämförelser avser den del av befolkningen som urvalet representerar, det vill säga Sveriges befolkning i åldrarna 16 till 85 år.

Fördelningen mellan kvinnor och män är 50/50 i befolkningen och det ser även likadant ut i urvalet (vid avrundning till heltal). Bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen är fördelningen 51/49 (tabell 16). Fördelningen mellan kvinnor och män varierar något mellan editionerna. I fyra av sex editioner är andelen kvinnor som svarat på undersökningen högre än i urvalet och omvänt för män.

**Tabell 16 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)**

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen	50	50	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–6	Bruttourval	50	50	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande totalt	52	48	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	50	50	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	48	52	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	50	50	100

**Kommentar:** Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas). Resultaten baseras delvis på data från Statistiska Centralbyrån.

En av de största skevheterna i representativitet hittar vi i åldersfördelningen bland svarspersoner jämfört med befolkningen. Åldersrepresentativiteten bland svarspersonerna skiljer sig mest åt från befolkningen bland 16–29-åringar som är underrepresenterade med sju procentenheter och 50–75-åringar som är överrepresenterade med tio procentenheter (tabell 17). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

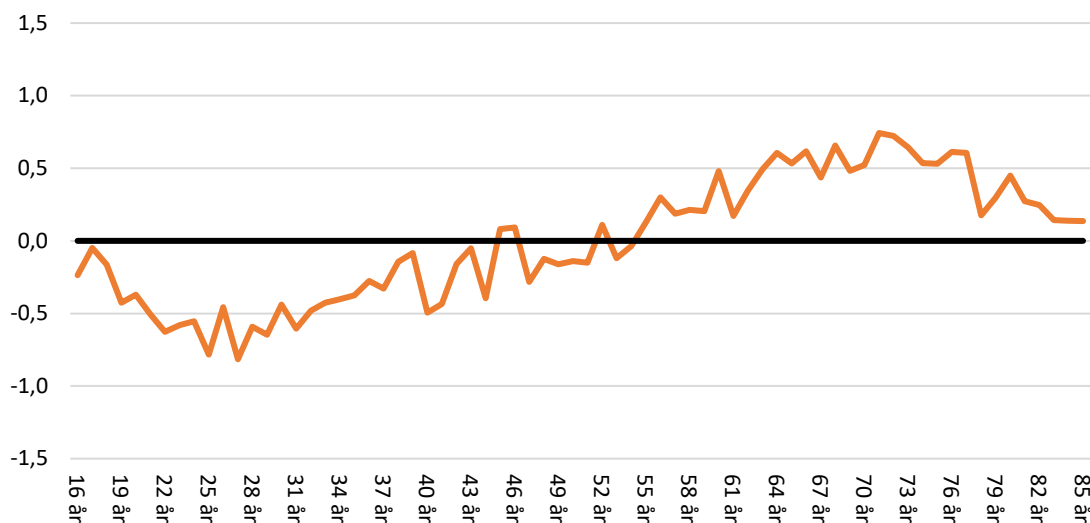
**Tabell 17** Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)

	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–75 år	76–85 år	Summa
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–6	Befolkning	22	33	37	8	100
	Bruttourval	22	33	37	8	100
	Nettourval	21	33	38	8	100
	Svarande	15	27	47	11	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	21	33	38	8	100
	<i>Nettourval</i>	20	34	38	8	100
	<i>Svarande</i>	14	28	47	11	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	22	33	37	8	100
	<i>Nettourval</i>	22	32	38	8	100
	<i>Svarande</i>	15	28	47	10	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	23	33	36	8	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	37	8	100
	<i>Svarande</i>	16	25	47	12	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	23	31	38	8	100
	<i>Nettourval</i>	22	31	39	8	100
	<i>Svarande</i>	16	28	45	11	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	21	34	37	8	100
	<i>Nettourval</i>	21	34	37	8	100
	<i>Svarande</i>	15	28	46	11	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	22	33	37	8	100
	<i>Nettourval</i>	22	32	38	8	100
	<i>Svarande</i>	16	26	48	10	100

**Kommentar:** Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, data om respektive urval är hämtade från registerdata, data om svarande från respondentens egen uppgift (registerdata i de fall uppgift saknas). Resultaten baseras delvis på data från Statistiska Centralbyrån.

I figur 6 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen i förhållande till befolkningen bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen med ett urval från hela landet. Ju närmare nollstrecket kurvan löper desto bättre är representativiteten. Personer under 50 år är underrepresenterade i SOM-undersökningarna, speciellt 20 till 30-åringar medan de över 60 år är överrepresenterade och då speciellt de mellan 60 och 80 år. Figurens utformning känns igen från tidigare år och har under ett flertal år följt samma mönster i över-/underrepresentation.

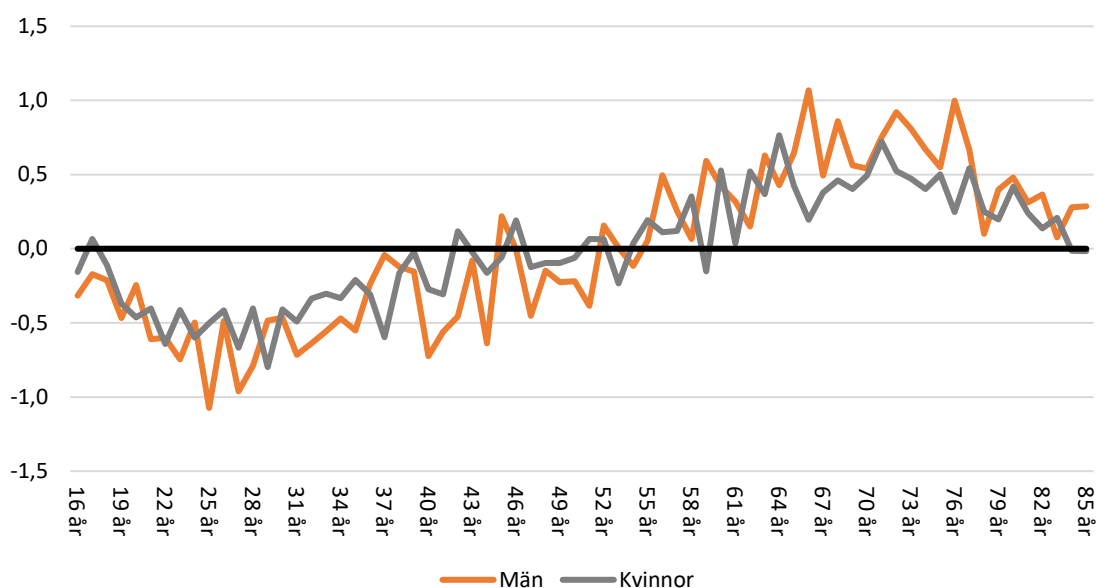
**Figur 6** Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen, 2019 (procentenheters avvikelse)



**Kommentar:** Nollstreckat motsvarar perfekt överensstämmelse med befolkningen. En positiv avvikelse från noll innebär en överrepresentation, en negativ avvikelse innebär en underrepresentation i förhållande till befolkningen. Data om befolkningen, avgränsade till åldersintervallet 16–85 år, baseras på data från Statistiska Centralbyrån.

I figur 7 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen för den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen uppdelat på kvinnor och män. Ju närmare nollstreckat kurvan löper desto bättre är representativiteten. Figuren visar att det främst är yngre män som står för den tidigare presenterade lägre svarsfrekvensen bland yngre, då män i något högre grad är underrepresenterade bland yngre svarande jämfört med kvinnor.

**Figur 7** Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen efter kön i förhållande till befolkningen, 2019 (procentenheters avvikelse)



**Kommentar:** Se kommentar i figur 6.



Bland svarande är andelen som är födda i Sverige överrepresenterade jämfört med bruttourvalet (tabell 18). Utrikesfödda är däremot kraftigt underrepresenterade bland de svarande i undersökningen. En liten andel faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl, men de flesta förvinner som svarsvägran/ej anträffade.

**Tabell 18 Andel födda i Sverige och utrikesfödda bland svarande och i urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2019 (procent)**

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	77,8%	2,6%	6,6%	13,0%
Svarande	86,3%	3,0 %	4,5%	6,2%
Δ Urval och svar	8,5%	0,4%	2,1%	6,8%

Jämförelserna mellan svarspersonernas och befolkningens demografiska sammansättning visar att SOM-undersökningarnas respondenter sammantaget speglar Sveriges befolkning väl i de flesta avseenden. De personer som är underrepresenterade i svarsgruppen tillhör grupper som ofta är mindre etablerade i samhället – yngre och utrikesfödda – där födelseland står för den största skevheten.

## Referenser

Arkhedde, S (2018). Effects of telephone reminders on survey response rates in the SOM-surveys. LORE methodological note 2018:1, Göteborgs universitet.

Arkhedde, S., Oscarsson, H & Vernersdotter, F. (2017). Incentivizing the SOM-surveys: Estimating the effects on questionnaire response rates. LORE methodological note 2017:1, Göteborgs universitet.

Tipple, F., & Weissenbilder, M. (2019). Den nationella SOM-undersökningen 2018 - En metodöversikt. SOM-rapport nr 2019:02, Göteborgs universitet.

Markstedt, E (2014). Representativitet och viktning - Riks-SOM som spegel av det svenska samhället 1986-2013. Rapport 2012:30 v2. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.

## **Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2019**

### **Utskick 1**

Hej! I dagarna har du fått en enkät från oss på SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Om du vill kan du kan svara på den direkt i din mobil, dator eller surfplatta på [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som:

[]

Som tack för din medverkan får du en trisslott [ett presentkort som du kan använda i de flesta butiker]. Vi hoppas att du kan tänka dig att delta. Tack! Johan Martinsson

### **Utskick 2**

Hej igen! Vi på SOM-institutet vill påminna om den enkät vi skickat ut till dig. Du kan svara på den direkt genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som:

[]

Som tack för din medverkan får du en trisslott [ett presentkort skickat till dig på posten]. Vill du inte delta kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack! Johan Martinsson

### **Utskick 3**

Hej igen! SOM-undersökningen pågår fortfarande och ditt svar är viktigt. Du kan svara på enkäten direkt genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som:

[]

Som tack för din medverkan får du en trisslott [ett presentkort skickat till dig på posten]. Vill du inte delta kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack! Johan Martinsson

### **Utskick 4**

Hej igen! SOM-undersökningen pågår till den 16 december. Fram till dess kan du skicka in dina svar på papper, eller genom att följa länken [www.som.gu.se/svara](http://www.som.gu.se/svara). Logga in som:

[]

Som tack för din medverkan får du en trisslott [ett presentkort skickat till dig på posten]. Resultaten presenteras i april nästa år. Vill du inte delta kan du svara NEJ på det här sms:et. Tack! Johan Martinsson

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årligen nationella och lokala frågeundersökningar och anordnar seminarier på temat Samhälle, Opinion och Medier.

SOM-institutet | Seminariegatan 1B | Box 710, 405 30 Göteborg  
031 786 3300 | [info@som.gu.se](mailto:info@som.gu.se) | [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)

