

# DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2025

KLARA PERSSON

## Sammanfattning

Den nationella SOM-undersökningen 2025 är den fyrtionde sedan starten 1986. Undersökningen utförs främst genom postala enkäter, men sedan 13 år tillbaka ges respondenterna möjlighet att också svara via webben. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara jämförbara. Den nationella SOM-undersökningen 2025 bestod av nio formulär och skickades ut till ett urval om totalt 33 750 slumpmässigt utvalda personer över 16 år, folkbokförda i Sverige. Nettosvarsfrekvensen i undersökningen var 52 procent och svaren samlades in under hösten 2025.

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför varje år sedan 1986 en nationell enkätundersökning i syfte att belysa svensk opinionsbildning, vanor, beteenden, åsikter 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.<sup>1</sup>

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner, men framför allt från olika delar inom samhällsvetenskapen. Samverkan sker även med parter utanför akademien i form av myndigheter och organisationer. År 2025 inkluderade samverkan exempelvis Säpo, Försäkringskassan och Statens institutionsstyrelse. De samverkande forskarna och myndigheterna/organisationerna delfinansierar undersökningens genomförande.

## Urval

Vilka som får möjlighet att delta i SOM-undersökningen slumpas årligen fram genom ett sannolikhetsurval. Urvalet bildar ett slags Sverige i miniatyr och speglar sammansättningen i befolkningen. Urvalsramen utgörs av Skatteverkets folkbokföringsregister och innefattar alla svenska och utländska medborgare över 16 år som har sin primära adress i Sverige. I undersökningen 2025 omfattade urvalet totalt 33 750 personer. Urvalsstorleken har förändrats över tid liksom längden på enkäterna och antal frågeformulär, vilket redovisas i tabell 1.

**Tabell 1 Den nationella SOM-undersökningens upplägg 1986–2025**

År	Urvalsmetod	Antal formulär	Genomsnittligt antal sidor med frågor	Total urvalsstorlek	Medborgarskap	Åldrar
1986	Systematiskt sannolikhetsurval	1	22	2 500	Både sv. & utl.	15–75 år
1987–1988	"	"	23	"	Endast sv.	"
1989	"	"	20	"	Både sv. & utl.	"
1990–1991	"	"	21	"	Endast sv.	"
1992–1995	"	"	22	2 800	Både sv. & utl.	15–80 år
1996	"	"	25	2 841 <sup>1</sup>	"	"
1997	"	"	23	2 800	"	"
1998	"	2	23	5 600	"	16–80 år <sup>2</sup>
1999	"	"	23	"	"	15–80 år
2000–2005	"	"	22	6 000	"	15–85 år
2006	"	"	22	6 050 <sup>3</sup>	"	"
2007–2008	"	"	22	6 000	"	"
2009–2011	"	3	20	9 000	"	16–85 år
2012	"	4	17	12 000	"	"
2013	"	5	17 <sup>4</sup>	17 000	"	"
2014	"	4	16	13 600	"	"
2015	"	5	14	17 000	"	"
2016–2017	"	6	12	20 400	"	"
2018–2019	"	6	12	21 000	"	"
2020	"	6	12	22 500	"	"
2021	"	7	12	24 500	"	"
2022–2023	"	7	12	26 250	"	16–90 år
2024	"	7	12	26 250	"	16+ år
2025	"	9	12	33 750	"	16+ år

**Kommentar:** <sup>1</sup>Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i det ursprungliga urvalet utan tillfördes i efterhand undersökningens första urval om 2 800 personer. <sup>2</sup>Gruppen 15-åringar var av misstag inte inkluderade i urvalet. <sup>3</sup>Det ursprungliga urvalet om 6 000 personer utökades med 50 personer ur spärregistret *NIX adressat*, felaktigt exkluderade ur det ursprungliga urvalet (se vidare Nilsson, 2007). <sup>4</sup>Genomsnittliga antalet sidor för de ordinarie utformade enkäterna. Det femte formuläret 2013 var endast 13 sidor långt.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 1986–2025.

## Frågeformulär

Det totala urvalet delades upp i nio grupper till vilka olika formulär av den nationella SOM-undersökningen 2025 skickades. I likhet med tidigare års SOM-undersökningar utformades de nio formulären i A4-format och bestod av 12 sidor med frågor. Ett stort antal frågor förekommer i alla formulär medan en del

projektspecifika frågor ställs i ett eller några formulär. De projektspecifika frågorna utarbetas av SOM-institutet i samarbete med samverkande forskningsprojekt.

Huvuddelen av frågorna har fasta svarsalternativ med rutor för respondenten att kryssa i. Ett mindre antal frågor är fritextfrågor där respondenten fritt får möjlighet att skriva ut sitt svar. Dessa frågor rör bland annat vilken/vilka morgontidningar de läser, vilka samhällsfrågor/problem de tycker är viktigast i Sverige idag och vilket yrke de har/har haft. Svaren på de öppna frågorna kodas av en grupp biträdande forskare<sup>2</sup> på SOM-institutet efter fördefinierade kodscheman med uttömmande och ömsesidigt uteslutande kategorier försedda med en unik numerisk kod. Kodscheman finns tillgängliga i kodboken för 2025 års nationella SOM-undersökning som finns att ladda ner på SOM-institutets webbsida.<sup>3</sup>

## Fältarbete

Datainsamlingen för de nio formulären genomfördes parallellt enligt en gemensam fältplan<sup>4</sup>. Fältarbetet för 2025 års SOM-undersökning följde i stora drag samma upplägg som tidigare år. Nytt för undersökningen 2025 var att påminnelser skickades via digital brevlåda, utöver postala utskick och påminnelser via SMS. Införandet av digital brevlåda föranleddes av ett experiment i den nationella SOM-undersökningen 2024 som visade på en högre svarsfrekvens i gruppen som mottagit påminnelser via digital brevlåda.<sup>5</sup>

Utskick och insamling av enkäter utförs av ett fristående fältföretag<sup>6</sup> på uppdrag av SOM-institutet som kontinuerligt utvärderar genomförandet. Fältföretaget svarar för den tekniska delen av datainsamlingen såsom tryck, distribution och skanning av formulär, utskick av påminnelser via SMS och digital brevlåda, samt för programmering av de digitala enkäterna. SOM-institutet ansvarar för allt innehåll i utskick och enkäter.

Datainsamlingsarbetet startade i september och pågick till slutet av december 2025. Den första insatsen gjordes den 8 september i form av utskick av ett aviseringkort som informerade respondenterna om att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets SOM-undersökning. En vecka senare skickades enkäten ut tillsammans med ett följebrev, en informationsbroschyr om SOM-institutets verksamhet, kortare information på åtta olika språk, en penna och en godisbit. Under resterande del av fältperioden genomfördes en serie påminnelseinsatser per brev, digital brevlåda och SMS. Inloggningsuppgifter, QR-kod eller länk till webbenkäten inkluderades i samtliga utskick inklusive påminnelser. De utvalda respondenterna kunde när som helst under fältperioden avböja sin medverkan genom att ta kontakt med SOM-institutet varpå påminnelserna upphörde.

Under fältperioden genomfördes även ett experiment, som beskrivs mer utförligt i årets metodrapport. Experimentet innebar att halva urvalet i sina postala påminnelser om enkäten fick se en exempelfråga för undersökningen med tillhörande text om att resten av frågorna kommer vara enkla att besvara om man vet vad man skulle svara på exempelfrågan.<sup>7</sup>

Under fältperioden skickades varje vecka tackbrev ut till de respondenter som svarat på enkäten. Tackbrevet innehöll en belöning i form av en trisslott för respondenter över 18 år och ett presentkort på ICA värt 50 kronor för personer under 18 år. Belöningarna till respondenter som besvarat enkäten infördes som följd av resultatet av 2016 års metodexperiment, då effekten av incitament testades i den västsvenska SOM-undersökningen och SOM-undersökningen i Göteborg. Av experimentet framkom att incitament i form av trisslotter hade positiv effekt på nettosvarsfrekvensen, ungefär 4–6 procentenheter, utan att försämra datakvaliteten (Arkhed m.fl., 2017; Oscarsson & Arkhed, 2020).

Fältperioden för den nationella SOM-undersökningen 2025 varade i 106 dagar, vilket är ungefär lika långt som för de senaste årens undersökningar. Undersökningen stängde den 30 december, men enkäter som inkom strax därefter inkluderades också i den slutgiltiga datafilen. Den sista registrerade enkäten inkom den 5 januari.

Fältarbetet avslutades med att fältföretaget gjorde en slutskanning av inkomna enkäter och sammanställde en datafil som skickades till SOM-institutet för validering den 8 januari 2026. Vid datavalideringsprocessens slut oidentifierades enkäterna och alla personuppgifter raderades.

Av tabell 2 framgår i detalj tidsramen för fältarbetet och dess olika insatser. En översikt över förändringar som skett i SOM-undersökningarnas genomförande finns tillgänglig på SOM-institutets webbsida.

**Tabell 2 Fältarbetets moment i den nationella SOM-undersökningen 2025**

8 september	Utskick av aviseringsvykort.
15 september	Utskick 1 av enkät, följebrev, informationsbroschyr, information på åtta språk, svarskuvert, penna och godis. Möjligheten att svara på webben introduceras.
26 september	Utskick av tack-/påminnelsevykort (i kuvert).
13 oktober	Utskick 2 av enkät, följebrev och svarskuvert till respondenter som ännu inte skickat in enkäten.
16 oktober	Utskick av påminnelse 1 via digital brevlåda.
30 oktober	Utskick 3 av enkät, följebrev och svarskuvert till respondenter som ännu inte skickat in enkäten.
4 november	Utskick av påminnelse-SMS 1.
17 november	Utskick 4 av enkät, följebrev och svarskuvert till respondenter som ännu inte skickat in enkäten.
20 november	Utskick av påminnelse 2 via digital brevlåda. Innehållande bortfallsenkät med möjlighet att svara nej.
3 december	Utskick 5 av enkät, följebrev, svarskuvert och bortfallsenkät till respondenter som ännu inte skickat in enkäten.
8 december	Utskick av påminnelse-SMS 2. Innehållande bortfallsenkät med möjlighet att svara nej.
30 december	Fältstopp.

## Webbenkäter

Respondenterna i den nationella SOM-undersökningen har sedan 13 år tillbaka haft möjlighet att utöver pappersenkäten även besvara enkäten på webben. Upplägget går under namnet ”blandad datainsamling” (*mixed mode*). Det innebär att flera datainsamlingsmetoder används i en och samma undersökning. Den digitala versionen av 2025 års formulär programmerades och administrerades av fältföretaget.

Totalt var det 5 685 personer, motsvarande 17 procent av bruttourvalet, som besvarade enkäten på webben 2025. Av samtliga svarande 2025 var det 33 procent som besvarade enkäten digitalt, jämfört med 28 procent år 2024.

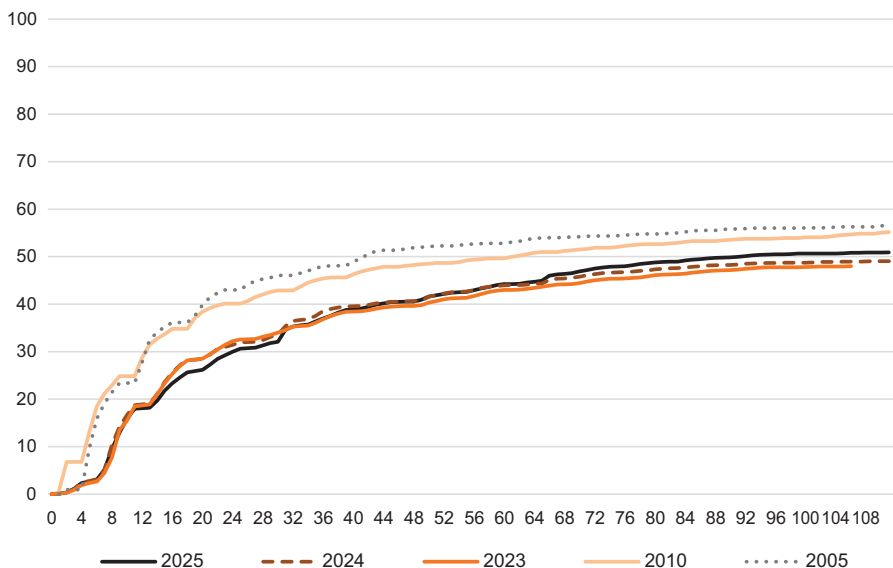
Av de digitala svaren inkom 21 procent från en dator och 79 procent från en mobiltelefon eller surfplatta. Dessa olika enheter kan i sin tur ha olika skärmstorlek, något som är centralt för upplevelsen av frågeformulären. Bland respondenter som svarat digitalt finns ett något högre svarsbortfall hos dem som svarat på mobilen jämfört med dem som svarat på datorn. I övrigt syns inga skillnader i datakvalitet som kan härledas till skärmstorlek.

## Inflöde

De flesta respondenter som väljer att svara på en SOM-undersökning gör det redan under de första veckorna (figur 1). De första dagarnas ojämna inflöde mellan åren i figur 1 beror framför allt på vilken veckodag enkäten har nått ut i förhållande till helgens postfria dagar. Längre in i fältperioden kan skillnader i inflöde huvudsakligen förklaras av mindre variation i fältplanens upplägg. Vid fältdag 30 hade 32 procent av bruttourvalet svarat på enkäten och 79 procent av de slutgiltiga svaren kom in före den 1 november 2025.

Inflödet på webben skiljer sig något från pappersenkäten i den bemärkelse att personer som svarar via webben gör det senare under fältarbetet än personer som svarar på papper. Det förklaras delvis av att de påminnelser som skickas ut via digital brevlåda och SMS med en direktlänk för svar via webb görs senare under undersökningsperioden.

**Figur 1 Kumulativt inflöde av enkäter i den nationella SOM-undersökningen, 2005, 2010, 2023–2025 (kumulativ procent av bruttourvalet)**



**Kommentar:** Inflödet redovisas med utgångspunkt i 2025 års fältperiod i relation till jämförbara fält dagar för övriga års undersökningar.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2005, 2010 och 2023–2025.

## Svarsfrekvens och bortfall

Av det ursprungliga urvalet på totalt 33 750 personer (bruttourvalet) var det 17 178 personer som besvarade och skickade in formuläret antingen digitalt eller på papper. Från bruttourvalet avförs det så kallade naturliga bortfallet bestående av personer som är fysiskt eller mentalt oförmögna att svara på undersökningen, avlidna, bortresta under större delen av fältperioden, emigrerade samt personer som har språksvårigheter eller inte alls talar svenska. Sammanlagt 441 personer, motsvarande 1,3 procent, har räknats som naturligt bortfall i 2025 års undersökning. Nettosvarsfrekvensen varierade i de nio olika formulären mellan 50 och 53 procent. Antalet personer som svarat på respektive formulär alternativt noteras som naturligt bortfall redovisas i tabell 3. I 2025 års SOM-undersökning noteras en uppgång i svarsfrekvens med en procentenhet jämfört med året innan.

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, via bortfallsenkät i SMS samt via Skatteverkets befolkningsregister.

**Tabell 3 Svarande och bortfall i den nationella SOM-undersökningen, 2025 (totalt och per formulär)**

	Totalt	Formulär 1	Formulär 2	Formulär 3	Formulär 4	Formulär 5	Formulär 6	Formulär 7	Formulär 8	Formulär 9
Bruttourval	33 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750
Naturligt bortfall	441	58	45	46	46	46	58	42	44	56
Nettourval	33 309	3 692	3 705	3 704	3 704	3 704	3 692	3 708	3 706	3 694
Antal vägrare/ Ej anträffade	16 131	1 744	1 751	1 742	1 791	1 811	1 792	1 835	1 811	1 854
Antal svarande	17 178	1 948	1 954	1 962	1 913	1 893	1 900	1 873	1 895	1 840
Svarsfrekvens Brutto	51%	52%	52%	52%	51%	50%	51%	50%	51%	49%
Svarsfrekvens Netto	52%	53%	53%	53%	53%	51%	51%	51%	51%	50%

**Kommentar:** Med nettourval avses bruttourval minus naturligt bortfall. Som naturligt bortfall räknas: adress okänd, avflyttad; bortrest på längre tid; studier/militärtjänstgöring på annan ort; boende/studier/arbete utomlands; sjuk, fysiskt/mentalt oförmögen att svara; avliden; ej svensktalande/språksvårigheter. Bruttosvarsfrekvenserna som här rapporteras följer den standard som upprättats av den amerikanska organisationen AAPORs definition (RR2) (AAPOR, 2015).

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2025.

## Representativitet

Naturligt bortfall och svarsvägran riskerar att leda till avvikelser från representativiteten mellan population och urval, vilket måste tas i beaktande när materialet analyseras. Vilka som svarar och vilka som inte svarar har betydelse för tolkningen av resultaten från undersökningen. Om en viss grupp är underrepresenterad och samma grupps svar tenderar att skilja sig från övriga svarande 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.

Jämförelser 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 bland annat grupper som yngre och utrikes födda. I 2025 års nationella SOM-undersökning var differensen mellan urvalet och de svarande bland personer födda i land utanför Europa 5,4 procentenheter. En liten andel utrikes födda faller bort från urvalet som naturligt bortfall, med bristande språkkunskaper som dominerande skäl, men de flesta är kategoriserade som svarsvägran/ej anträffade (Andersson m.fl., 2026).

I tabell 4 framgår hur svarsbenägenheten i SOM-undersökningen varierar beroende på kön, ålder och geografisk hemvist över tid. I likhet med tidigare års

SOM-undersökningar svarar kvinnor som grupp i större utsträckning än män. 54 procent av kvinnorna och 49 procent av männen svarade på den nationella SOM-undersökningen 2025. Denna könsskillnad är relativt konstant över tid då den genomsnittliga skillnaden i svarsfrekvens sedan år 2000 är just fem procentenheter. Skillnaden mellan kvinnors och mäns svarsfrekvens i de nio olika formulären varierar mellan två och tio procentenheter.

Representativiteten i olika åldersgrupper är förknippad med en stor utmaning. De äldsta åldersgrupperna svarar i ungefär lika stor omfattning nu som de gjorde i början av 2000-talet medan de yngre åldersgruppernas svarsfrekvens är mer avtagande. Införandet av incitament i 2017 års undersökningar och uppföljande metodtester åren 2021 och 2022 var ett försök att hantera denna problematik, då trisslotter och andra incitament visat sig vara en mer effektiv belöning i de yngre åldersgrupperna än i de äldre (Arkhede, m.fl., 2017; Falk & Sandelin, 2023).

SOM-institutet har studerat vilka konsekvenser skevheterna i representativitet har för undersökningens träffsäkerhet genom att för tidigare års SOM-undersökningar vikta resultaten för kön, ålder och utbildning och därefter jämföra utfallet i den viktade gruppen med utfallet i den oviktade gruppen. Resultatet visar att appliceringen av vikter i den nationella SOM-undersökningen påverkar utfallet med som mest några procentenheter (Wessman & Andersson, 2025). Det är upp till varje enskild kapitelförfattare att välja metoder för dataanalys.

Den nationella SOM-undersökningen 2025 besvarades som tidigare nämnt av 17 178 personer vilket motsvarar en nettosvarsfrekvens på 52 procent. Trots att 48 procent inte svarade på enkäten är den demografiska representativiteten bland respondenterna god i de flesta avseenden. SOM-institutet fortsätter att utvärdera och utveckla tillvägagångsätt och metod för att optimera datakvaliteten och dess påverkan på analysmöjligheter.

Tabell 4 Svarsandel (netto) i olika grupper, de nationella SOM-undersökningarna, 2005–2025 (procent)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9		
Samtliga	63	60	63	58	59	60	57	57	52	54	51	51	55	53	49	51	48	49	48	51	52	53	53	53	53	53	51	51	51	50		
Kön																																
Kvinnor	65	64	66	62	61	64	60	58	54	56	54	53	58	55	51	54	52	52	51	53	54	54	56	58	54	52	53	53	53	52		
Män	61	57	60	55	56	57	54	55	49	51	49	48	52	51	47	48	45	48	45	49	49	51	50	48	49	50	50	48	49	47		
Ålder																																
15–19 år <sup>1</sup>	56	49	53	46																												
16–19 år				48	50	46	42	39	38	37	36	46	43	40	40	34	36	38	41	40	41	44	39	45	44	30	38	40	36			
20–24 år	53	43	49	41	43	42	36	38	32	31	29	31	35	36	33	34	29	30	28	32	32	30	29	31	30	31	33	33	35	36		
25–29 år	54	50	51	44	44	42	41	42	36	37	35	34	39	32	36	30	31	32	35	33	35	34	40	35	28	31	27	34	28			
30–39 år	57	54	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	46	45	39	41	36	38	37	39	42	40	43	43	41	42	43	40	42	43		
40–49 år	58	59	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	52	48	42	47	44	43	47	48	48	48	52	45	45	48	49	49	45			
50–59 år	69	67	68	65	66	67	63	63	57	59	56	54	57	54	52	52	50	50	54	57	60	59	56	59	54	57	57	52	56			
60–69 år	73	73	78	75	74	76	74	74	69	71	69	68	69	67	65	65	64	60	61	64	65	66	65	68	66	63	63	65	64			
70–79 år	75	71	75	76	73	81	77	77	72	76	74	75	78	74	72	73	70	67	69	69	69	70	70	69	67	76	69	66	67	64		
80–85 år	64	67	71	65	70	76	73	70	63	65	71	67	70	72	65	64																
80+ år <sup>2</sup>																																
Region																																
Stockholm	57	56	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	51	50	47	49	46	44	47	49	50	54	52	51	48	52	50	47	44			
Östra Mellansverige	66	63	68	60	58	60	58	55	53	54	51	53	57	53	50	51	49	47	49	52	54	51	55	51	53	54	51	50	51	52		
Småland och Öarna	67	62	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	58	56	51	50	50	49	49	52	54	59	55	55	50	52	51	53	57			
Sydsvetige	61	58	62	55	58	57	56	57	50	50	52	50	53	53	47	51	46	46	48	50	50	49	51	50	52	50	51	50	51	45		
Västsvetige	62	60	66	60	60	62	58	59	54	56	55	53	58	55	50	53	49	49	49	51	53	53	55	55	52	50	51	53	54			
Norra Mellansverige	64	62	61	63	58	63	59	58	52	53	50	49	56	52	50	51	49	48	48	51	52	53	49	51	51	51	53	50	56	52		
Mellersta Norrland <sup>3</sup>	67	60	63	57	59	63	63	62	57	58	55	54	58	57	52	53	51	50	50	57	53	53	60	59	45	53	50	50	51	52		
Övre Norrland <sup>3</sup>	64	64	63	65	61	65	58	60	51	53	52	52	58	56	54	53	51	49	49	53	55	47	57	48	51	58	55	53	52			

**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. <sup>2</sup>Endast formulär 1–4. <sup>3</sup>Fr.o.m. 2022 inkluderas respondenter upp till 90 år i SOM-undersökningarna varför resultaten inte är helt jämförbara beträffande den äldsta åldersgruppen. Från och med 2024 har den övre åldersgränsen tagits bort. <sup>4</sup>I regionerna Mellersta Norrland och Övre Norrland är n-talen på formulärnivå lägre, vilket kan förklara en större variation i svarsandel.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2005–2025.

## Noter

- <sup>1</sup> Kapitlet bygger på tidigare års metodredogörelser, se 2025 års metodrapport (Andersson m.fl., 2026).
- <sup>2</sup> SOM-undersökningarna 2025 kodades av Linn Backlund, Emilia Franzén, Mirjam Gustavsson och Hanna Näslund.
- <sup>3</sup> [www.gu.se/som-institutet/som-undersokningarna](http://www.gu.se/som-institutet/som-undersokningarna)
- <sup>4</sup> Parallellt med genomförandet av den nationella SOM-undersökningen genomfördes även den västsvenska SOM-undersökningen och SOM-undersökningen i Göteborg.
- <sup>5</sup> För en mer utförlig beskrivning av experimentet och resultatet se Persson (2026).
- <sup>6</sup> Institutet för Kvalitetsindikatorer – Indikator anlätades för första gången 2017.
- <sup>7</sup> För en mer utförlig beskrivning av experimentet och planerade analyser för framtida publikation se Andersson, Persson & Lundmark (2025).

## Referenser

- AAPOR (2015). Standard definitions. *The American Association For Public Opinion Research* (8th ed.).
- Andersson, C., Bergquist, J., & Persson, K. (2026). *Den nationella SOM-undersökningen 2025 – En metodöversikt*. SOM-rapport nr 2026:3. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, C., Persson, K. & Lundmark, S. (2025). Upregulation of questionnaire self-efficacy and its impact on response rates. [https://osf.io/v48xb/overview?view\\_only=cb9b72b4576040329d1e08f4ad1cd1e9](https://osf.io/v48xb/overview?view_only=cb9b72b4576040329d1e08f4ad1cd1e9)
- Arkhede, S., Oscarsson, H., & Vernersdotter, F. (2017). *Incentivizing the SOM-surveys: Estimating the effects on questionnaire response rates*. LORE methodological note 2017:1. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Falk, E., & Sandelin, F. (2023). *The effects of diversified incentives among two hard-to-reach groups in Sweden: Persons aged 18–39 and persons born outside the Nordics*. The SOM Institute's Notes on Survey Methodology – 2023:1. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Nilsson, Å. (2007). *Den nationella SOM-undersökningen 2006*. I S. Holmberg & L. Weibull (Red.), *Det nya Sverige*. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Oscarsson, H., & Arkhede, S. (2020). Effects of conditional incentives on response rate, non-response bias and measurement error in a high response-rate context. *International Journal of Public Opinion Research*, Volume 32, Issue 2, Summer 2020, Pages 354–368. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edz015>
- Persson, K. (2026). Same, same, but different – Evaluating digital mailbox reminders (not email) in surveys. Notes on Survey Methodology 2026:1, Göteborgs universitet.
- Wessman, F., & Andersson, C. (2025). *Utvärdering av vikters effekt i den nationella SOM-undersökningen 1991–2022*. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.