

# Den nationella SOM-undersökningen 2020 - En metodöversikt

---

Elisabeth Falk, Frida Sandelin och Marcus Weissenbilder [SOM-rapport nr 2021:2]



## 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
Webb svar .....	6
Vem svarar på webben och hur?.....	6
5 Fältarbete .....	8
Experiment i SOM-undersökningen 2020 .....	8
Fältplan och insatser .....	9
Postala påminnelser .....	10
SMS-påminnelser .....	11
<i>Nej-alternativ</i> .....	11
6 Inflöde.....	12
7 Svarsfrekvens och bortfall .....	14
Kontaktgrad .....	17
Svartsbortfall.....	19
8 Representativitet.....	21
Svarsgruppens sammansättning .....	21
Referenser .....	26
Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2020 .....	27

# 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 2020 genomfördes tre parallella undersökningar: den 35:e nationella SOM-undersökningen, den 29:e västsvenska SOM-undersökningen och den femte 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 2020.<sup>1</sup> Utöver denna rapport finns även motsvarande rapporter för den västsvenska SOM-undersökningen 2020 och SOM-undersökningen i Göteborg 2020. 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 Falk, E., Sandelin, F. & Weissenbilder, M., 2020.

## 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 2020 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 2020 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 2020 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.

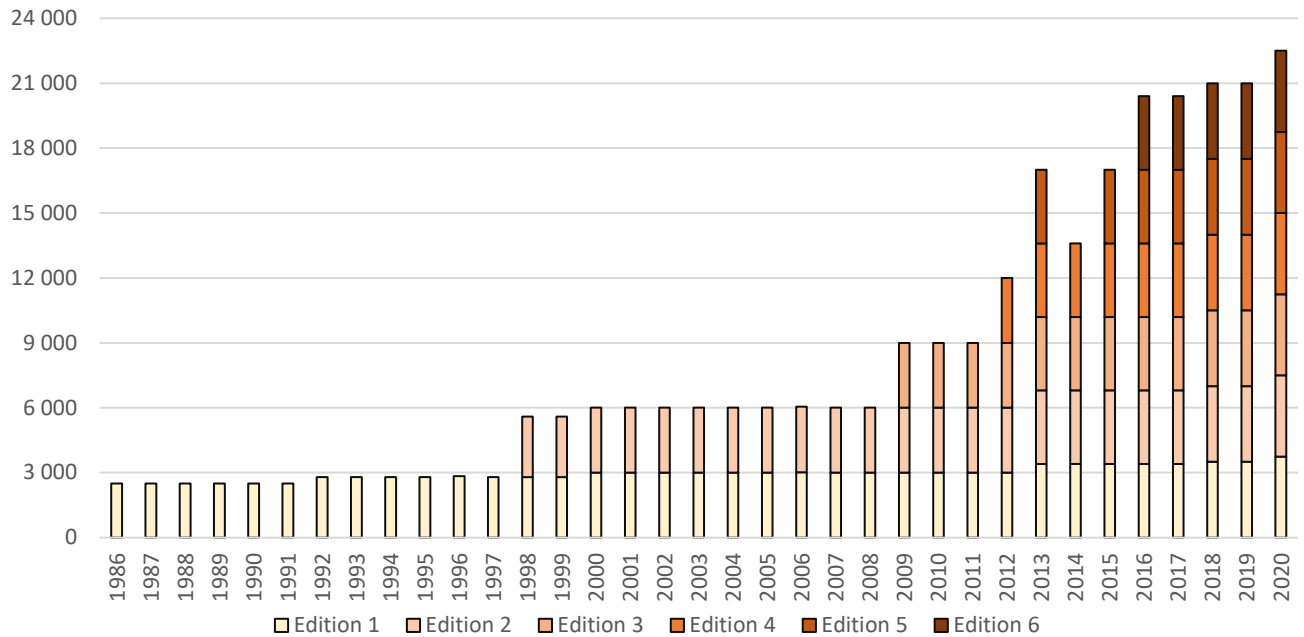
Tabell 1 redovisar urvalen i samtliga editioner av den nationella SOM-undersökningen 2020. Den nationella SOM-undersökningen hade 2020 ett totalurval om 22 500 personer. Undersökningen gjordes i sex editioner som gick ut till ett urval om 3 750 personer vardera.

**Tabell 1** Samtliga urval i 2020 års nationella SOM-undersökning

Undersökning/urvalsgrupp	Urvalsstorlek	Ålder
Edition 1	3 750	16–85 år
Edition 2	3 750	16–85 år
Edition 3	3 750	16–85 år
Edition 4	3 750	16–85 år
Edition 5	3 750	16–85 år
Edition 6	3 750	16–85 år
<b>Totalt</b>	<b>22 500</b>	<b>16–85 år</b>

Figur 1 visar hur urvalet i den nationella SOM-undersökningen kontinuerligt har ökat över tid. 2020 års undersökning var den femte någonsin med sex editioner vilket medför såväl ett stort totalt urval som möjlighet att ställa många olika undersökningsfrågor. Urvalet per edition har även ökat något över tid för att underlätta utökade analyser av subgrupper.

**Figur 1** Urval och editioner i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2020



Urvalen drogs den 26 augusti 2020 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 2020 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, utan att belastningen för respondenten blir för stor.

#### Formulärens utformning och innehåll

2020 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 2020 års undersökningar.

**Tabell 2** Formulärens innehåll, den nationella SOM-undersökningen 2020

Undersökning	Antal frågor	Sidor enkätfrågor	Totalt antal sidor
Edition 1	59	12	16
Edition 2	59	12	16
Edition 3	66	12	16
Edition 4	66	12	16
Edition 5	65	12	16
Edition 6	59	12	16

Huvuddelen av frågorna i den nationella SOM-undersökningen 2020 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 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 2020 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 länk 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 följebrev.

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: <https://www.gu.se/som-institutet/som-undersokningarna/frageformular-och-kodbocker>

## 4 Datainsamling

Datainsamlingen för den nationella SOM-undersökningen 2020 ägde rum med start i september 2020 och pågick till och med december 2020. 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.

### Webbssvar

I den nationella SOM-undersökningen 2020 fick respondenterna möjligheten att svara på webben vid första utskicket av pappersformuläret, ett alternativ som introducerades 2017 vilket resulterade i en högre andel webbssvar. 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 webbssvar i de nationella undersökningarna sedan 2012. Det var 3 590 personer, motsvarande 16,0 procent av bruttourvalet och 32,3 procent av de svarande, som besvarade den nationella SOM-undersökningen via internet 2020. En förklaring till den stora ökningen av webbssvar från 2019 till 2020 var att en knapp femtedel av urvalet inte fick en pappersenkät förrän vid det andra utskicket och tidigt under fältperioden därför enbart kunde svara på webben. Detta experiment beskrivs i detalj i nästa avsnitt om fältarbetet.

**Tabell 3** Andel webbssvar för de nationella SOM-undersökningarna 2012–2020 (antal, procent).

Undersökning och år	Antal webbssvar	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
Nationella SOM-undersökningen 2020	3 590	32,3

### Vem svarar på webben och hur?

Under de nio år som webbssvar varit ett alternativ i SOM-undersökningarna har svarsmonstret i olika grupper visat sig stabilt. Det finns en tydlig åldersfördelning mellan andel papperssvar och webbssvar, där de yngre i högre utsträckning svarar på webb och de äldre i högre utsträckning svarar på papper. I den nationella SOM-undersökningen 2020 var det omkring 51 procent av de svarande mellan 20 och 29 år som valde att svara på webben. Motsvarande andel i gruppen 60–69 åringar var 24 procent och i gruppen 70–79 åringar 9 procent. Andelen män som svarar på webben (35 procent) är större än andelen kvinnor (30 procent).

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, skiljer sig inte signifikant åt beroende på om respondenten svarar på webben eller på papper och ligger kring två procent. Skillnaden är inte statistiskt signifikant vid kontroll för ålder och kön, vilket säger oss att det troligtvis 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 53 procent av de digitala svaren på den nationella SOM-undersökningen 2020 från en dator, 43 procent från en mobiltelefon och resterande 4 procent från en surfplatta. Jämfört med 2019 så har andelen som svarar på dator ökat något mot andelen mobilsvar och andelen svar från platta sjunkit. Skillnaderna är dock marginella mellan åren och bör inte nödvändigtvis tolkas som en trend.

**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
Den nationella SOM-undersökningen 2020	53	48	4

Precis som det finns åldersskillnader bland de som svarar på papper respektive webb återfinns en ojämn åldersfördelning bland de som svarar på dator, surfplatta eller mobil. I åldersgruppen 16–49-åringar är mobilen det vanligaste verktyget att svara på av de som svarar på webben. I gruppen 50–85-åringar är istället dator det vanligaste sättet att svara. Bland de som svarade på webben återfinns inte någon signifikant skillnad vad gäller svarsbortfall hos de som svarar på mobil, jämfört med de som svarar på dator eller surfplatta, under kontroll för kön och ålder.



## 5 Fältarbete

Fältarbetet för 2020 års nationella SOM-undersökning följde i stora drag samma upplägg som för tidigare år (Falk, E., Sandelin, F., & Weissenbilder, M. (2020), med några nämnvärda ändringar som kommer att avhandlas under denna rubrik. Utskick och insamling av enkäter utfördes för fjärde gången av det fristående undersökningsföretaget 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. Fältperioden var något längre (8 dagar) än föregående år på grund av att en extra påminnelse (ett femte missiv) som togs bort i 2019 års undersökning nu återinfördes igen. Anledningen till detta är att det extra missivet, i ett experiment i den västsvenska undersökningen 2019, visade sig öka svarsfrekvensen bland män och boende i storstäder, två grupper som är underrepresenterade i undersökningen (Sandelin, Kommande). Fältperioden 2020 uppnådde därmed 99 dagars fältlängd, likande antal dagar som för år 2017 och 2018. Undersökningen stängde den 21 december.

### Experiment i SOM-undersökningen 2020

Fältplanen för SOM-undersökningarna har under lång tid följt samma upplägg. SOM-institutet har dock vid flera tillfällen utvecklat fältplanen och upplägg för att möta nya förutsättningar och utmaningar. När större förändringar i undersökningens upplägg görs föregås det av noggrant utvärderande experiment. Exempel på större förändringar är avskaffandet av telefonpåminnelser (Arkhed, 2018) och införandet av incitament för att delta i undersökningen (Arkhed, Oscarsson och Vernersdotter, 2017).

I den nationella SOM-undersökningen 2020 genomfördes ett tvådelat experiment i syfte att utvärdera effekten av dels det vykort som traditionellt skickas ut till samtliga i urvalet för att avisera dem om att de blivit utvalda att delta i undersökningen (aviseringkort) och dels avvakta med möjligheten att svara på undersökningen på papper och tillskillnad mot tidigare endast erbjuda svar på webben i det första missivet (push-to-web). Motivationen för experimentet var att undersöka hur aviseringkort och push to webb påverkar svarsfrekvens, representativitet och svars kvalitet samt kostnaden som de olika insatserna medför. Urvalet delades in i fyra olika grupper (se tabell 5) där den största andelen ingick i gruppen som mottog både aviseringkort och fick en pappersenkät i första missivet, med andra ord det upplägg som SOM-undersökningarna traditionellt följt genom åren.

**Tabell 5 Experimentupplägg Aviseringskort och push-to-webb**

	Aviseringskort (17 500)	Inget aviseringskort (5 000)
Pappersenkät i missiv 1 (17 500)	<b>Grupp 1:</b> Aviseringskort Pappersenkät i missiv 1  15 000 personer	<b>Grupp 2:</b> Inget aviseringskort Pappersenkät i missiv 1  2 500 personer
Ingen pappersenkät i missiv 1 (5 000)	<b>Grupp 3:</b> Aviseringskort Ingen pappersenkät i missiv 1  2 500 personer	<b>Grupp 4</b> Inget aviseringskort Ingen pappersenkät i missiv 1  2 500 personer

Slutsatserna av experimentet i korthet är att aviseringskort påverkade svarsfrekvensen positivt och att push to webb inte påverkar svarsfrekvensen negativt. Representativiteten i push to webbgruppen var dessutom marginellt bättre. En utförligare beskrivning av experimentet kommer att finnas tillgängligt framöver i Martinsson, Lundmark & Sandelin (Kommande). I följande stycke där fältplan och insatser beskrivs så avses bara upplägget i experimentgrupp 1, med traditionell fältplan och insatser för SOM-undersökningarna.

### Fältplan och insatser

Fältperioden för 2020 års SOM-undersökningar inleddes den 7 september 2020 med utskick av ett aviseringskort som informerade respondenterna om att de blivit slumpmässigt utvalda att delta i årets undersökning (se tabell 6). 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 11 insatser (aviseringar och påminnelser), varav ett aviseringskort, fem postala utskick innehållande en enkät, ett tack- och påminnelsekort och fyra sms-påminnelser. Fältperioden var totalt 98 dagar. Nedanstående 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 6 Fältinsatser i SOM-undersökningarna 2020**

---

7 sept	Utskick av <b>aviseringsvykort</b>
14 sept	Utskick av <b>Missiv 1</b> – formulär, informationsbroschyr, information på nio språk, svarskuvert och penna. Möjligheten att svara på webben introduceras.
23 sept	Utskick av <b>tack-/påminnelsevykort</b> (med omslutande kuvert)
1 okt	Utskick av <b>SMS 1</b> .
8 okt	Utskick av <b>Missiv 2</b> – formulär och svarskuvert.
20 okt	Utskick av <b>SMS 2</b> . Innehållande möjlighet att svara NEJ.
29 okt	Utskick av <b>Missiv 3</b> – formulär och svarskuvert.
5 nov	Utskick av <b>SMS 3</b> . Innehållande möjlighet att svara NEJ.
12 nov	Utskick av <b>Missiv 4</b> – formulär och svarskuvert.
19 nov	Utskick av <b>SMS 4</b> . Innehållande möjlighet att svara NEJ.
30 nov	Utskick av <b>Missiv 5</b> – formulär, svarskuvert och bortfallsenkät.
21 dec	<b>Fältstopp</b>

---

En gång i veckan under den 98 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 effekten av dessa testades i SOM-undersökningen i Göteborg. 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 7 januari 2021. Den sista registrerade enkäten inkom 5 januari. Vid datavalideringsprocessens slut oidentifierades 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 46 procent av det totala urvalet fick samtliga postala utskick då de varken svarade eller hörde av sig för avregistrering. Enbart cirka 14 procent av urvalet blev föremål för samtliga påminnelseinsatser, det vill säga post och SMS tillsammans, då 56 procent av det urvalet som gick till telefonnummersättning inte gick att telefonnummersätta.

Efter att aviseringskort och den första pappersenkäten skickats ut påbörjades påminnelseinsatserna. Den första påminnelsen per post skickades ut som ett brevomslutande vykort där respondenterna tackades om de redan hade svarat och resten av urvalet påmindes om att svara om de inte redan hade gjort det. Kortet innehöll även inloggningsuppgifter till webbenkäten inklusive en QR-kod som skickade respondenten direkt till inloggningssidan för webbenkäten. Information om webbinlogg på tack- och påminnelsekortet var nytt för SOM-undersökningarna 2020. 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 44 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 7 visar telefonnummersättningsgraden för olika åldersgrupper vid telefonnummersättningen i 2020 års nationella SOM-undersökning.

**Tabell 7 Andel telefonnummersatta per åldersgrupper, den nationella SOM-undersökningen 2020 (procent)**

	Samtliga	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
	44%	27%	44%	48%	56%

Tabell 8 redovisar det övergripande upplägget för sms-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2020. 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 8 SMS-utskick i den nationella SOM-undersökningen 2020**

Utskick	Antal skickade sms	Fältdag
1	6 789	17
2	5 393	36
3	4 179	52
4	3 471	66

### Nej-alternativ

Likt introducerat i undersökningarna 2017 erbjöds samtliga respondenter ett "Nej-alternativ" 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 9 SMS: Antal nej, andel som svarat nej och andel av totalt bortfall (procent)**

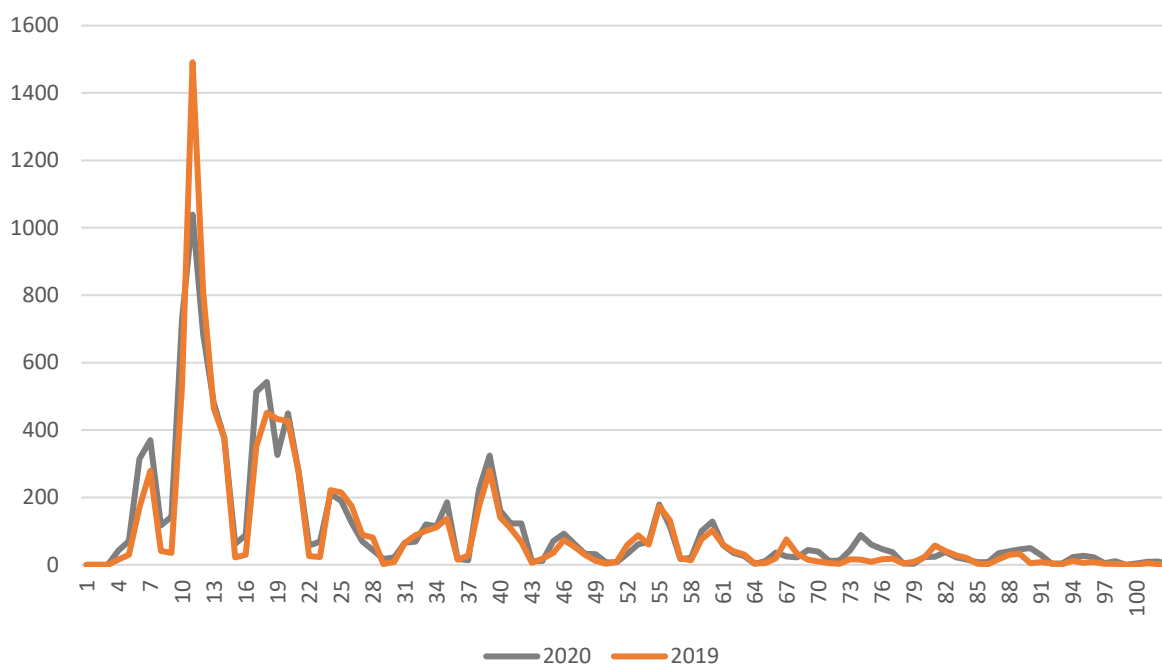
	Antal SMS-nej	Andel SMS-mottagare som svarat "Nej"	Andel av bortfall*
Den nationella SOM-undersökningen	1 119	16%	10%

**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.

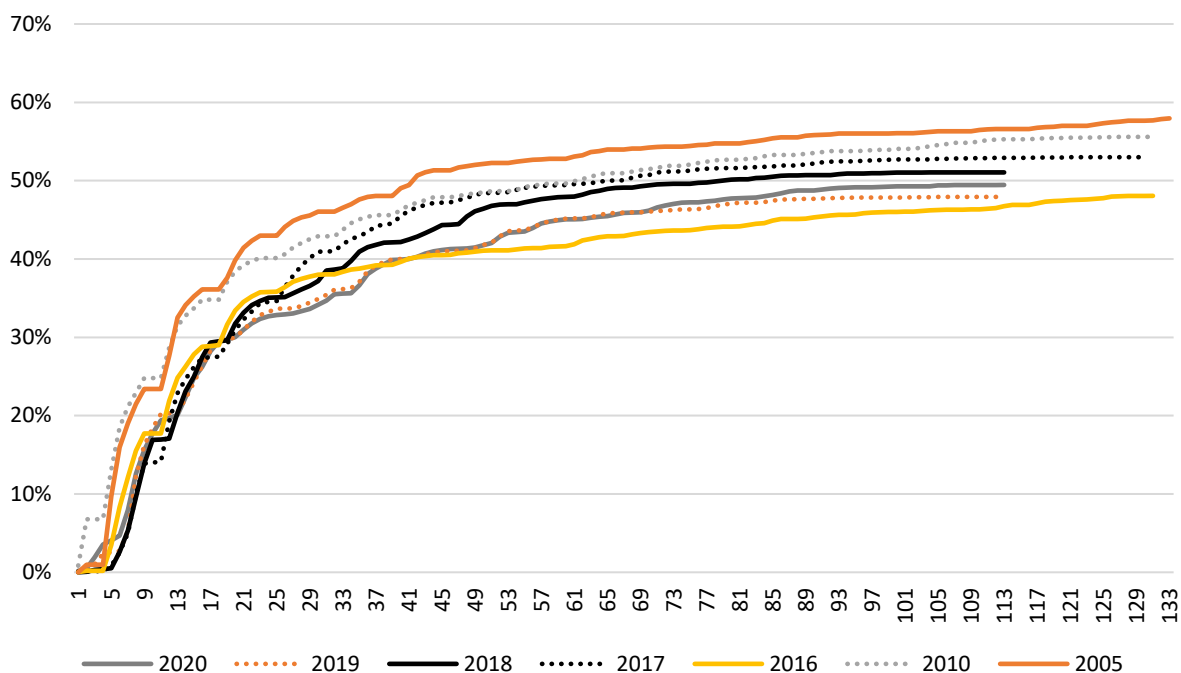
**Figur 2**      **Inflöde per dag i den nationella SOM-undersökningen 2019–2020 (antal enkäter)**



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 34 procent och 84 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 något tidigare under fältarbetet än personer som svarar på papper. 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 2005–2020 (kumulativ procent av bruttourvalet)**



Efter 30 dagar ligger bruttosvarsfrekvensen på 34 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 10 syns att längden på 2020 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 medievänor, representerat i tabell 10 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 10 Effekt av lång fältperiod på den nationella SOM-undersökningen 2020 (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	3,7	9,9	12,2	13,6	16,7	18,8	20,1	5,1	100	17,5	23,2
Sista fältdagen	4,4	11,0	13,4	14,4	16,5	17,6	18,0	4,7	100	16,6	21,4
Δ fältdag 40 och sista fältdag	+0,8	+1,1	+1,2	+0,8	-0,2	-1,3	-2,0	-0,4		-0,9	-1,7

## 7 Svarsfrekvens och bortfall

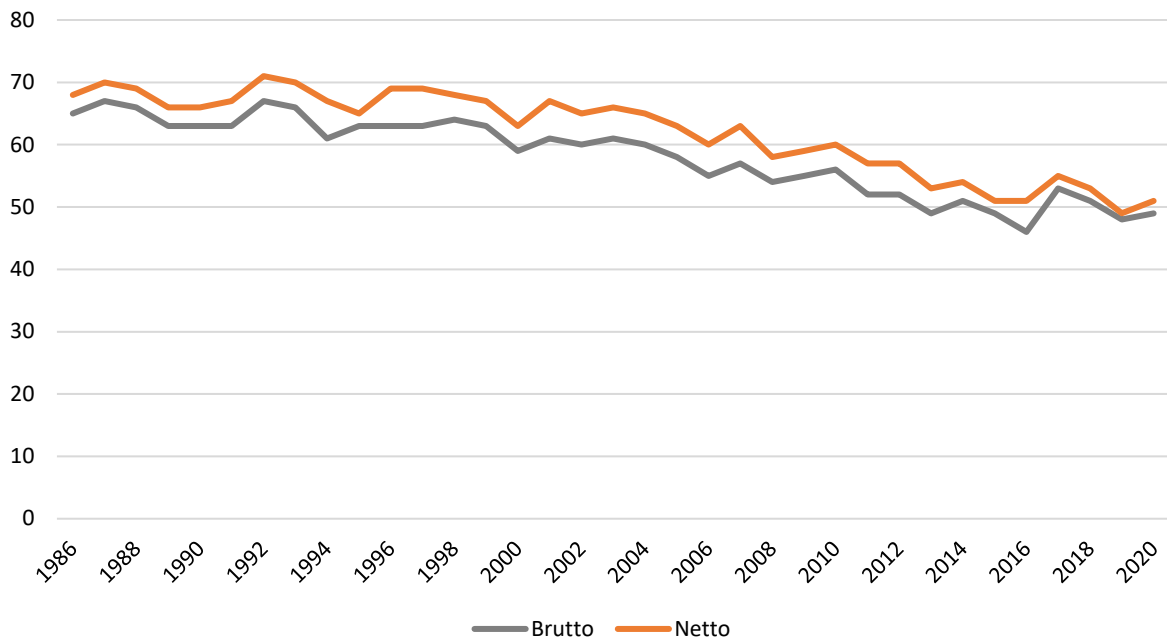
Från bruttourvalen räknar vi bort ett så kallat naturligt bortfall. Det naturliga bortfallet redogörs för senare i rapporten. Det kvarvarande nettourvalet ligger till grund för redovisningar av undersökningarnas svarsfrekvens. Nettosvartsfrekvensen för den nationella SOM-undersökningen 2020 var 51 procent. Inom editionerna av den nationella SOM-undersökningen varierade nettosvartsfrekvensen mellan 52 procent (edition 2 och 5) och 50 procent (edition 1).

**Tabell 11 Svartsfrekvens för den nationella SOM-undersökningen 2020 totalt och per edition**

	Totalt	Edition 1	Edition 2	Edition 3	Edition 4	Edition 5	Edition 6
Bruttourval	22 500	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750	3 750
Naturligt bortfall	740 (3,3%)	121 (3,2%)	106 (2,8%)	129 (3,4%)	126 (3,4%)	130 (3,5%)	128 (3,4%)
Nettourval	21 760	3 629	3 644	3 621	3 624	3 620	3 622
Vägran	1 417	250	234	228	227	239	239
Ej anträffade	9 216	1 558	1 514	1 562	1 552	1 510	1 520
Antal svarande	11 127	1 821	1 896	1 831	1 845	1 871	1 863
Svartsfrekvens brutto	49%	49%	51%	49%	49%	50%	50%
Svartsfrekvens netto	51%	50%	52%	51%	51%	52%	51%

Historiskt har SOM-undersökningarna uppvisat en mycket hög svarsfrekvens med en genomsnittlig nettosvartsfrekvens för alla de nationella undersökningarna 1986–2020 på 62 procent medan motsvarande siffra för bruttosvartsfrekvensen är 58 procent (figur 4). Svartsfrekvensen 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 nettosvartsfrekvensen i 2020 års undersökning är 2 procentenheter, vilket är på ungefär samma nivå som de legat på de senaste åren (se figur 4).

**Figur 4** Brutto- och nettosvarsfrekvens i de nationella SOM-undersökningarna 1986–2020 (procent)



Av tabell 12 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 i större utsträckning än vad män gör. Av kvinnorna svarade 54 procent och av männen svarade 48 procent på SOM-undersökningen 2020. 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 mellan två och åtta 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 12 Nettosvarsfrekvens i olika grupper i de nationella SOM-undersökningarna, 2003–2020 (procent)**

		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	E1	E2	E3	E4	E5	E6
	Samtliga	66	65	63	60	63	58	59	60	57	57	52	54	51	51	55	53	49	51	50	52	51	51	52	51
<i>Kön</i>	Kvinnor	68	67	65	64	66	62	61	64	60	58	54	56	54	53	58	55	51	54	53	55	55	52	55	55
	Män	64	63	61	57	60	55	56	57	54	55	49	51	49	48	52	51	47	48	48	49	47	50	49	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	40	33	45	39	41	42	39
	20–24 år	57	55	53	43	49	41	43	42	36	38	32	31	29	31	35	36	33	34	29	36	32	33	38	37
	25–29 år	63	57	54	50	51	44	44	42	41	42	36	37	35	34	39	37	32	36	39	32	34	40	39	34
	30–39 år	60	59	57	54	54	51	50	48	47	43	41	43	40	39	46	45	39	41	40	43	37	43	42	41
	40–49 år	63	61	58	59	59	54	55	58	54	53	49	49	47	47	52	48	42	47	47	49	47	46	46	48
	50–59 år	71	69	69	67	68	65	66	67	63	63	57	59	56	54	57	54	52	52	51	54	52	51	55	50
	60–69 år	79	78	73	73	78	75	74	76	74	74	69	71	69	68	69	67	65	65	64	65	67	65	63	69
	70–79 år	75	79	75	71	75	76	73	81	77	77	72	76	74	75	78	74	72	73	72	75	75	73	72	73
	80–85 år	62	65	64	67	71	65	70	76	73	70	63	65	71	67	70	72	65	64	67	66	66	66	60	61
<i>Region</i>	Stockholm	61	61	57	56	56	53	57	55	52	52	50	51	47	47	51	50	47	49	47	49	51	47	52	50
	Östra Mellansverige	66	65	66	63	68	60	58	60	58	55	53	54	51	53	57	53	50	51	49	54	50	53	50	52
	Småland och öarna	66	70	67	62	62	61	62	66	59	60	52	58	53	52	58	56	51	50	50	54	49	52	49	47
	Sydsverige	67	64	61	58	62	55	58	57	56	57	50	50	52	50	53	53	47	51	49	54	49	48	51	52
	Västsverige	69	67	62	60	66	60	60	62	58	59	54	56	55	53	58	55	50	53	53	53	53	54	52	53
	Norra Mellansverige	69	61	64	62	61	63	58	63	59	58	52	53	50	49	56	52	50	51	53	47	47	55	54	50
	Mellersta Norrland	63	69	67	60	63	57	59	63	63	62	57	58	55	54	58	57	52	53	57	48	54	55	52	56
Övre Norrland	68	71	64	64	63	65	61	65	58	60	51	53	52	52	58	56	54	53	50	56	50	49	57	57	

**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 SMS.

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 13 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. Under 2019 minskade dock kontaktgraden betydligt. Huvudanledningarna till den stora minskningen var att insatserna med telefonpåminnelser togs bort, att färre personer återkopplade till SOM-institutet samt ökade svårigheter att etablera telefonnummer till personerna i urvalet då bara mobilnummer nummersätts för sms-påminnelser. Under 2020 ses en viss ökning i kontaktgrad. Totalt återkopplade nästan 57 procent av urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2020 på något sätt till SOM-institutet.

**Tabell 13** Bekräftad kontakt i de nationella SOM-undersökningarna 2010–2020 (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
2020	56,8	43,2	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.

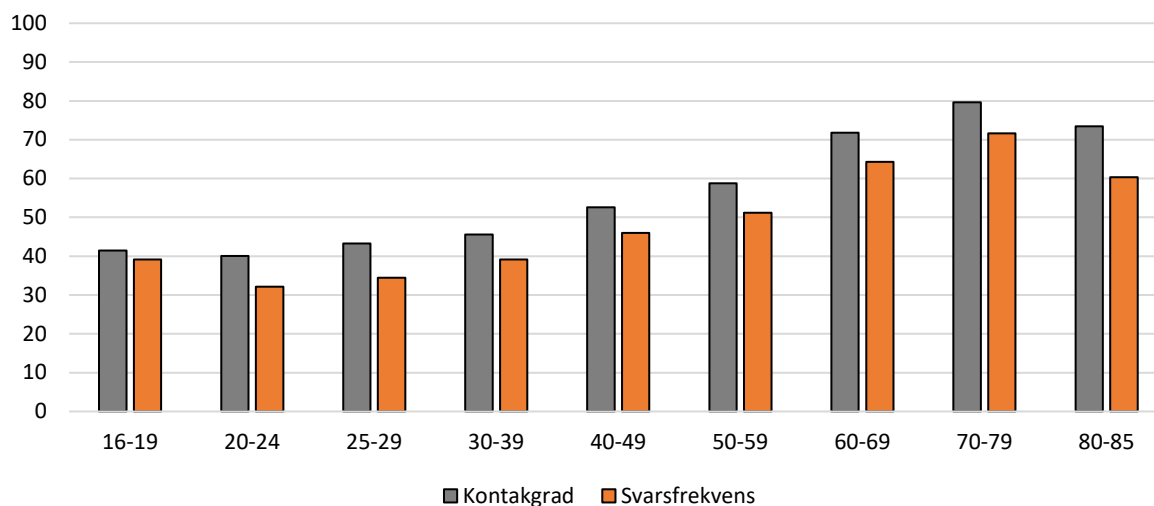
Den minskande kontaktgraden som fram tills 2020 redovisas i detalj i tabell 14 och visar andelen postreturer (och därmed adress okänd) har varit relativt stabil sedan 2010. Andelen som inte gått att telefonnummersätta (och därmed utan telefonnummer) ökade stort 2019 jämfört med 2018 och ökade ytterligare något 2020. 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 14 Kontaktmönster i de nationella SOM-undersökningarna 2010–2020 (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
2020	1,9	0,4	28,3	12,6	7,3	49,5	100	22 500

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 43 procent. Kontaktgraden ökar stadigt upp i åldrarna och bland dem i åldrarna 60–85 år är det endast 25 procent som vi inte har någon bekräftad kontakt med. Differensen mellan bruttosvarsfrekvensen och bekräftad kontakt är mellan 2 och 13 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 i den nationella SOM-undersökningen 2020 (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 11 373 personer som inte svarade på den nationella SOM-undersökningen 2020 var det 1 038 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. I undersökningen 2020 var den gruppen 740 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 15). 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 15** Kategorier av naturligt bortfall i den nationella SOM-undersökningen 2020 (procent)

Anledning	Procent
Fysiskt/mentalt oförmögen att svara	16
Adress okänd/flyttat	70
Bor utomlands/bortrest på längre tid	5
Ej svensktalande/språksvårigheter	4
Avliden	5
Summa procent	100
Antal personer	740

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. I undersökningen 2020 uppgick den gruppen till 298 personer. Kategoriseringen av olika anledningar gjordes efter ett förutbestämt kodschema men av olika personer (tabell 16). 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 16**      **Specificerade skäl till att inte vilja delta i den nationella SOM-undersökningen 2020 (procent)**

<b>Anledning</b>	<b>Procent</b>
Har inte tid	10
För många frågor	7
Vill av princip inte delta	12
Frågorna är ointressanta	2
Litar ej på anonymiteten	2
Frågorna är för svåra	1
Annat/ej uppgett specifikt skäl	66
Summa procent	100
Antal personer	298

**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 2020 års nationella undersökning var det en tiondel av personerna med en känd orsak till svarsvägran som angav tidsbrist som främsta skäl till att avstå. Nio 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. För närvarande pågår en ny studie på SOM-institutet med uppdaterade vikter som på nytt kommer undersöka effekten av träffsäkerhet på olika frågor i undersökningen. Studien som planeras publiceras senare under 2021.

### 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 lägre 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 17 och 17 redovisas bruttourvalet, nettourvalet och svarsgruppens representativitet i fråga om kön, ålder och födelseland 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 i urvalet är det snarlikt 51/49 (vid avrundning till heltal). Bland de svarande i den nationella SOM-undersökningen är fördelningen 52/48 (tabell 17) med fördel kvinnor. Även i alla separata editioner är andelen kvinnor som svarat på undersökningen högre än i urvalet och omvänt för män.

**Tabell 17 Könsfördelning bland urval och svarande jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2020 (procent)**

	Befolkningsunderlag	Kvinnor	Män	Summa
	Befolkningen	50	50	100
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–6	Bruttourval	49	51	100
	Nettourval	50	50	100
	Svarande totalt	52	48	100
	<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	51	49	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	52	48	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	49	51	100
	<i>Nettourval</i>	49	51	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	51	49	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	53	47	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	50	50	100
	<i>Nettourval</i>	50	50	100
	<i>Svarande</i>	54	46	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 åtta procentenheter (tabell 18). Skevheten i åldersfördelningen är större bland män än bland kvinnor.

**Tabell 18** Åldersgruppernas fördelning bland svarande och i urvalet jämfört med svenska befolkningen, den nationella SOM-undersökningen 2020 (procent)

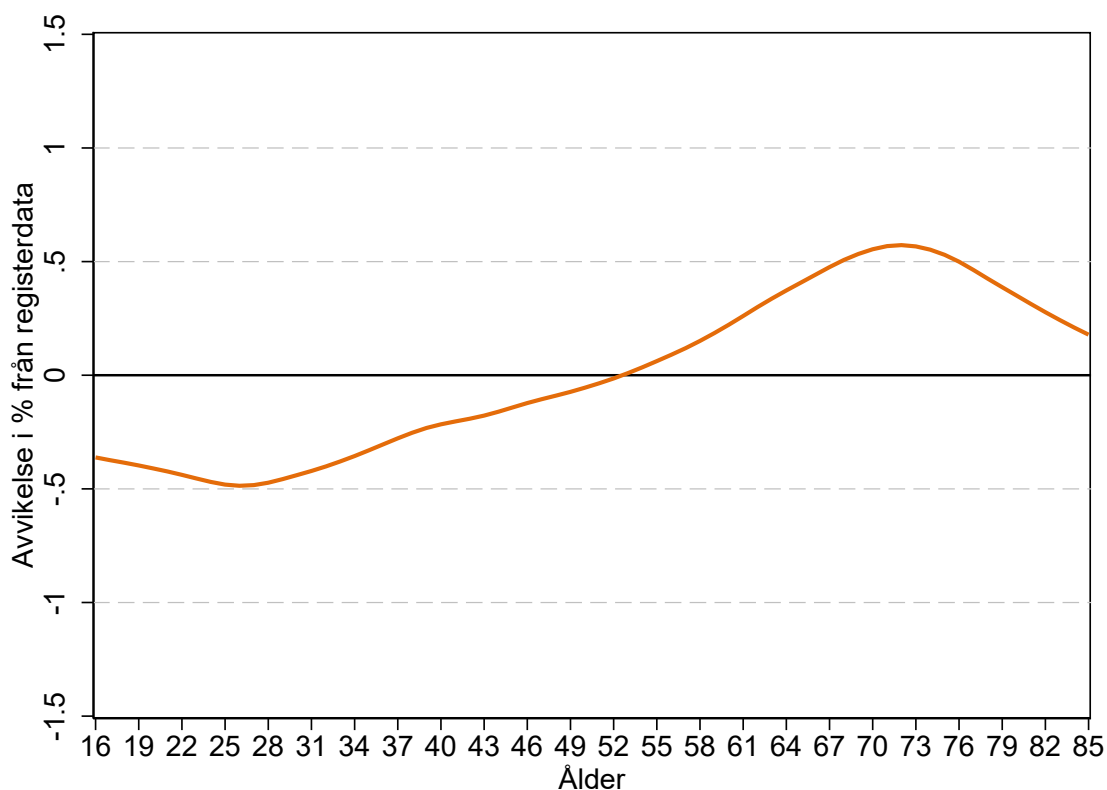
	Befolkningsunderlag	16–29 år	30–49 år	50–75 år	76–85 år	Summa
Den nationella SOM-undersökningen edition 1–6	Befolkning	21	33	37	8	100
	Bruttourval	22	32	38	8	100
	Nettourval	22	32	38	8	100
	Svarande	15	28	46	11	100
<i>Edition 1</i>	<i>Bruttourval</i>	22	32	37	9	100
	<i>Nettourval</i>	22	32	38	9	100
	<i>Svarande</i>	15	28	46	12	100
<i>Edition 2</i>	<i>Bruttourval</i>	22	33	37	8	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	38	8	100
	<i>Svarande</i>	15	29	45	11	100
<i>Edition 3</i>	<i>Bruttourval</i>	22	32	37	8	100
	<i>Nettourval</i>	21	32	38	8	100
	<i>Svarande</i>	15	27	47	11	100
<i>Edition 4</i>	<i>Bruttourval</i>	23	33	36	8	100
	<i>Nettourval</i>	22	33	37	7	100
	<i>Svarande</i>	17	29	44	10	100
<i>Edition 5</i>	<i>Bruttourval</i>	20	33	39	8	100
	<i>Nettourval</i>	20	33	39	8	100
	<i>Svarande</i>	15	28	47	10	100
<i>Edition 6</i>	<i>Bruttourval</i>	22	31	38	9	100
	<i>Nettourval</i>	22	31	39	9	100
	<i>Svarande</i>	16	27	46	12	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.



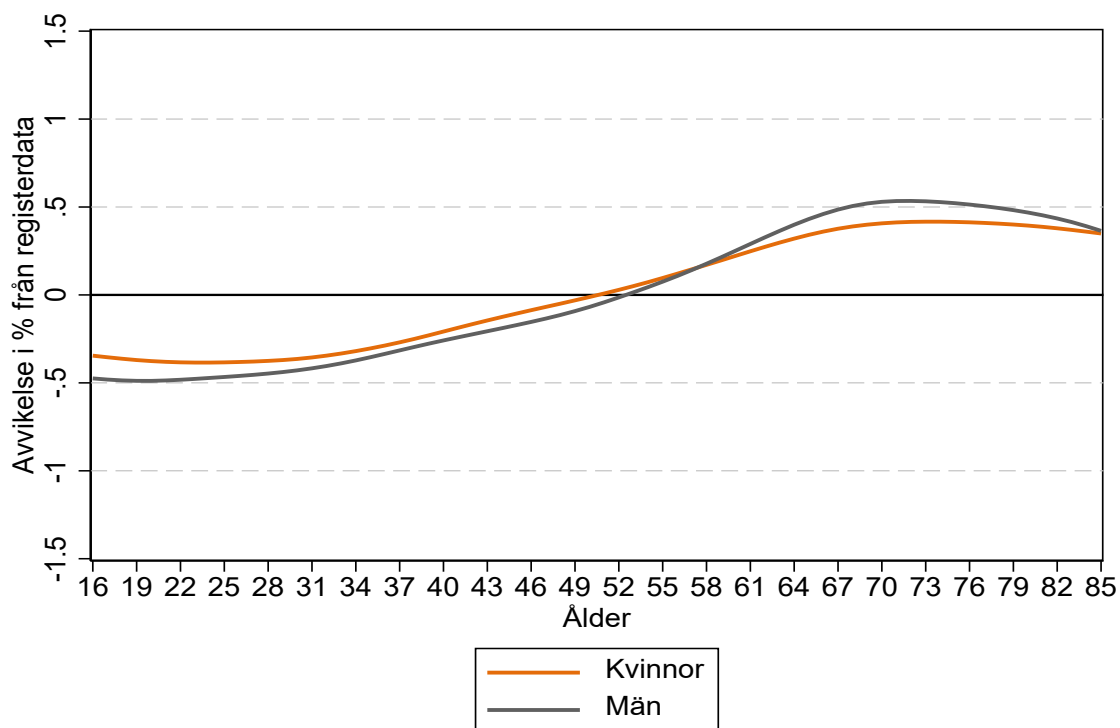
**Figur 6** Åldersrepresentativitet i den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen, 2020 (procentenheters avvikelse)



**Kommentar:** Nollstrecket 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. Grafen utjämnande och baserad på fraktionen 0,3 av medelvärdet av totala antalet observationer för varje värde.

I figur 7 redovisas procentavvikelsen i svarsgruppen för den nationella SOM-undersökningen i förhållande till befolkningen uppdelat på kvinnor och män. Ju närmare nollstrecket 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, 2020 (procentenheters avvikelse)



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

Bland svarande är andelen som är födda i Sverige överrepresenterade jämfört med bruttourvalet (tabell 19). 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.

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.

**Tabell 19** Andel födda i Sverige och utrikesfödda bland svarande och i urvalet i den nationella SOM-undersökningen 2020 (procent)

	Född i Sverige	Född i annat land i Norden	Född i annat land i Europa	Född i land utanför Europa
Bruttourval	78	3	7	13
Svarande	86	3	5	7
Δ Urval och svar	8	0	2	6

## Referenser

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.

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

Falk, E., Sandelin, F., & Weissenbilder, M. (2020). Den nationella SOM-undersökningen 2019 - En metodöversikt. SOM-rapport 2020:3 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.

Martinsson, Lundmark & Sandelin, F. (Kommande). Effects of pre-notification and push to web in the SOM-surveys

Sandelin, F. (Kommande). Effects of an extra reminder in the SOM-surveys. LORE methodological note 2021:X, Göteborgs universitet.

## **Appendix I. SMS-påminnelser i den nationella SOM-undersökningen 2020**

### **Utskick 1**

Hej! I dagarna har du fått möjlighet att besvara en enkät från oss på SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Om du vill kan du svara på den direkt i din mobil, dator eller surfplatta på [gu.se/som2020](http://gu.se/som2020). Logga in som:

[Inloggningsuppgifter]

Som tack för din medverkan får du [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor skickat till dig på posten]. 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 gå in på [gu.se/som2020](http://gu.se/som2020). Logga in som:

[Inloggningsuppgifter]

Som tack för din medverkan får du en [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor 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 gå in på [gu.se/som2020](http://gu.se/som2020). Logga in som:

[Inloggningsuppgifter]

Som tack för din medverkan får du en [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor 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 21 december. Fram till dess kan du skicka in dina svar på papper, eller svara direkt på webben genom att gå in på [gu.se/som2020](http://gu.se/som2020). Logga in som:

[Inloggningsuppgifter]

Som tack för din medverkan får du en [en trisslott/ett presentkort värt 50 kronor skickat till dig på posten]. Resultaten presenteras under våren 2021. 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.gu.se/som-institutet](http://www.gu.se/som-institutet)

