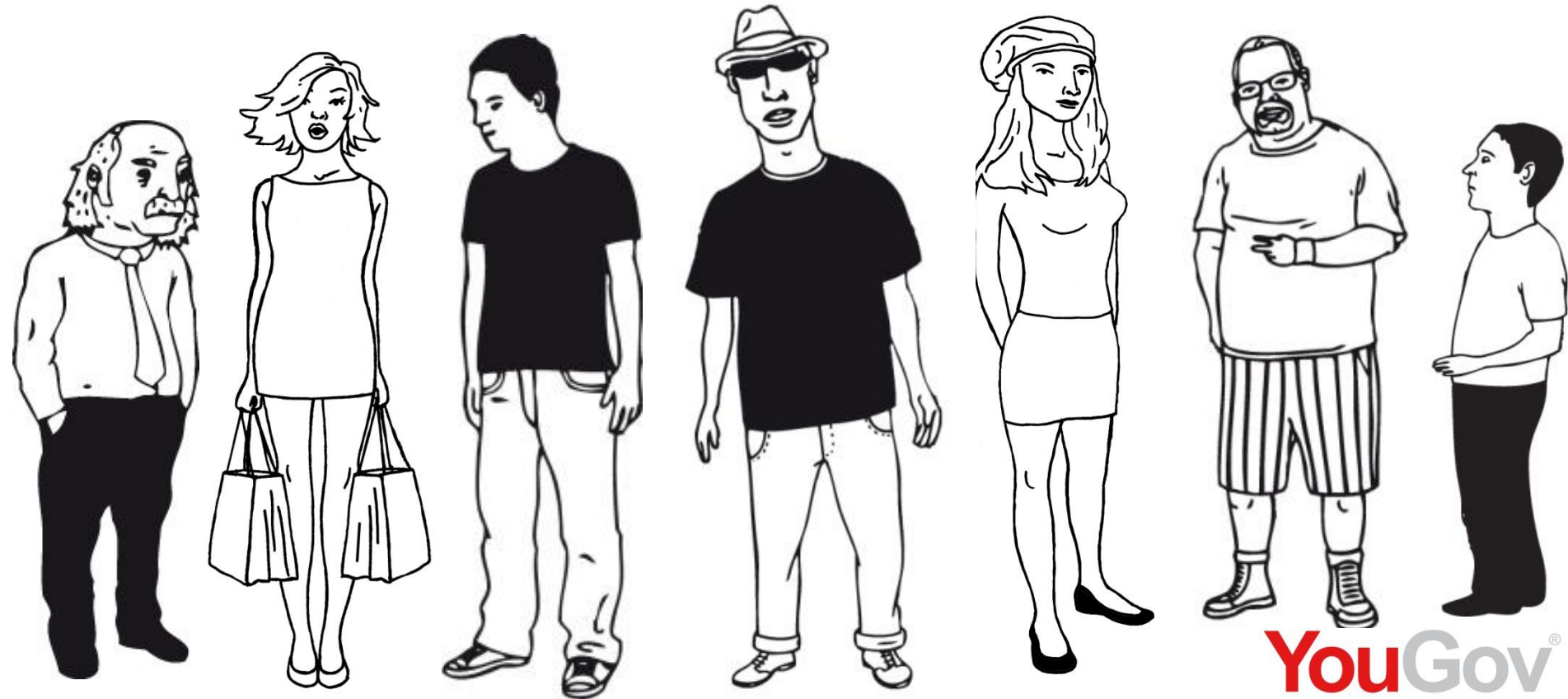




# Opinionsmätningar via webbpaneler.. eller svenskar och webben 😊☹️!?



# Webbpaneler – inte längre ett nytt fenomen...





# Lite bakgrund i Sverige

- *Internet som medium (1998)*
- *Internet som datainsamlare  
Reklamtester/ Koncepttester (2003)*
- *Opinionsmätningar (2007)*
- *Väljarbarometrar (2010)*



- ✓ *Penetrationen växer*
- ✓ *Tjänsteutbudet blir större/mer sofistikerat*
- ✓ *Antalet aktörer ökar*



# Vad gör en panel bättre?



# Vad gör en panel bättre?

- Affärsmässig relation med panelisterna
  - Genomtänkta undersökningar (frågor, layout, längd etc.)
  - Bra kommunikation/dialog (i form av nyhetsbrev, panelsajt, gärna feedback från undersökningar etc.)
- ✓ *Ger lojala och engagerade panelister*



# Hygienfaktorer.....

- Aktuell information
- Säkerhet
- Sekretess/anonymitet
- Kvalitetssäkring
- Panelen speglar det den ska
- Många olika rekryteringskällor
- Bra teknik
- Belöningssystem



# Webbpanel vs CATI...

*Ingen metod är fulländad*

*Alla har sina brister och förtjänster*



# Webbpanel vs CATI...

## *Fördelar med panel*

- Ärliga svar
- Kan svara när det passar respondenten
- Lättare att nå mer upptagna personer
- Kan visa upp bilder etc.
- Kostnadseffektiv
- Följa beteenden över tid

✓ *Kontrollerbarhet och identifierbarhet*

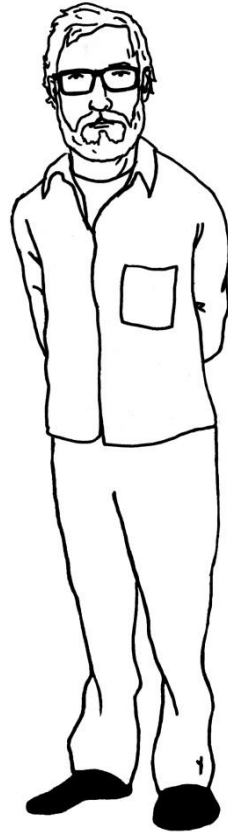




# Webbpanel vs CATI...

## *Nackdelar med panel*

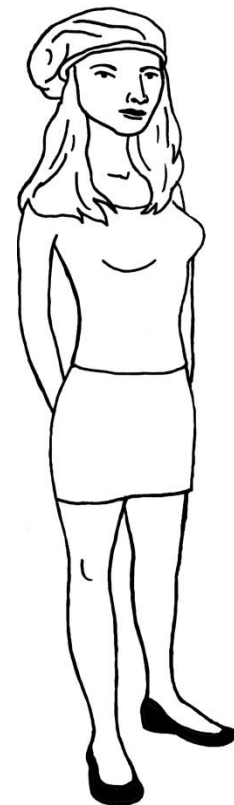
- Inget obundet slumpmässigt urval
- Svagare i vissa målgrupper med lägre datoranvändning
- Risk för proffstyckare
- Självinstruktion ställer krav på frågeenkät



# Webbpanel vs CATI...

## *Fördelar med CATI*

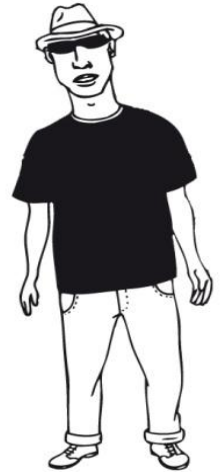
- Slumpmässigt urval (....?)
- Proffstyckare osannolikt
- När svaga grupper på nätet i högre utsträckning
- Dialog och kan lyssna av respondenten



# Webbpanel vs CATI...

## *Nackdelar med CATI*

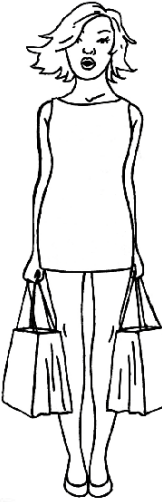
- Låga svarsfrekvenser- ej obundet representativt
- Mobila abonnemang allt större andel, dubbel-  
täckning samt risk för ännu lägre svarsfrekvenser
- Intervjuareffekt
- Svaga i vissa målgrupper
- Respondenten kan vara mer stressad



# Metodskillnader....

- Många saker som spelar in, olika typer av bias. Men följer generellt sett varandra väl....
- Webb tenderar att sticka ut mer på skalan. Omvänd intervjuareffekt

❖ *En mix av metoder ej att rekommendera...*



# Använder Internet varje vecka

- 8 av 10 svenskar
- Något fler män än kvinnor
- 9 av 10 mellan 15-49 år
- 8 av 10 mellan 50-59 år
- Mellan 8 och 9 av 10 i storstadsregioner



# Svagare grupper på Internet

- De äldsta, 70+
- Personer med lägre utbildning, främst 60-70 år

✓ *Isolerat till dessa grupper är inte webbmätningar att rekommendera*



# Medielogik, först är alltid bäst... - hur påverkas urvalet?



## Experten: Positivt att han är okänd

► Få svenskar vet vem Socialdemokraternas nya hopp Håkan Juholt är  
 ► Det visar Metros och Yougovs unika undersökning  
 ► Men enligt experten kan det vara något positivt  
 ► "Får börja lite grann på ny kula"

Den politiska expertisen kliade sig i huvudet – och svenska folket undrade: "Vem fn är han?"

För det blev en överraskning när valberedningen till slut – efter intensiva spekulationer – presenterade sitt förslag till ny partiledare för Socialdemokraterna. Det blir Håkan Juholt, riksdagsman från Småland, som ska ena det sargade partiet om S-kongressen godkänner förslaget.

Själv säger Juholt att han tidigare inte drömt om att bli partiledare för Socialdemokraterna.

– Nu drömmer jag om

sekreterare. Men det blir ingen lätt match att övertyga svenska folket om Håkan Juholts förtärlighet, visar en undersökning som Yougov genomförde efter att beskedet kom i går.

65 procent av de tillfrågade kände inte alls till honom, medan ytterligare 22 procent bara kände igen namnet.

Därmed är det begripligt att stödet är måttligt. Bara 9 procent av de tillfrågade tänkte sig att rösta på S med Juholt som ledare, medan ytterligare 13 procent "kanske" kunde



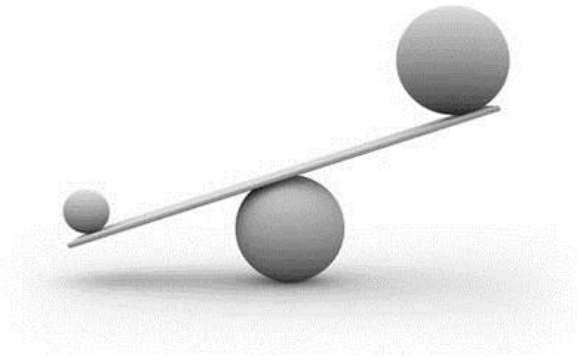
### Expertens svar

Stina Morian, analyschef på Yougov, om undersökningen.

- 1 Få vet vem Håkan Juholt är. Vilken betydelse har det? – I det här läget, som det ser ut för S, kan det nog vara positivt. Partiet får börja lite grann på ny kula.
- 2 Drygt var femte kan tänka sig att rösta på S.

# A och O

- Urvalshantering
- Vägning av resultat

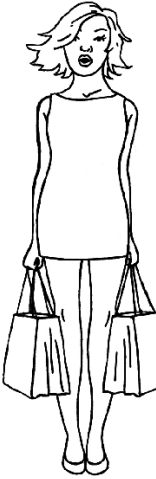




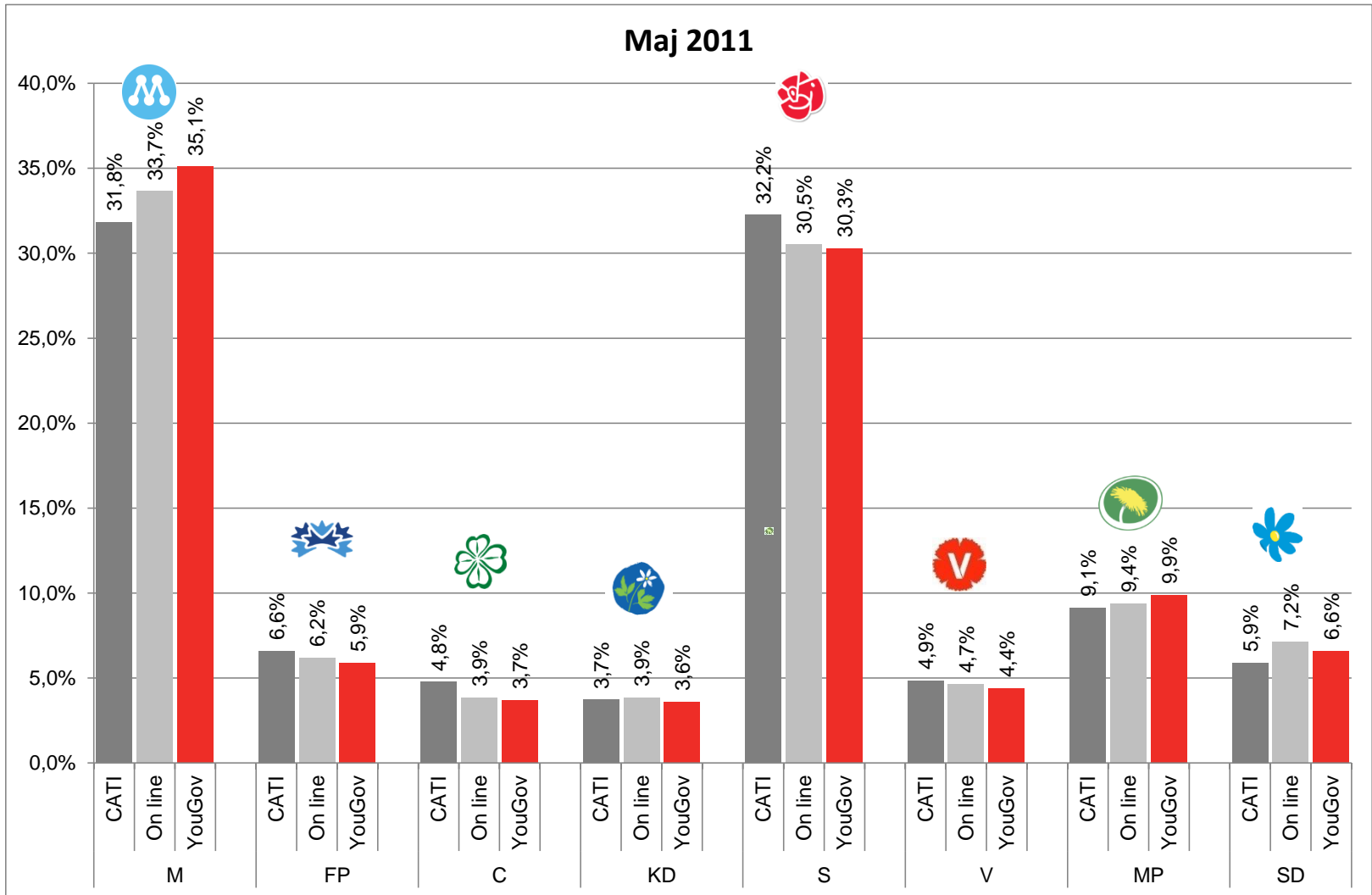


# Hur jobbar vi?

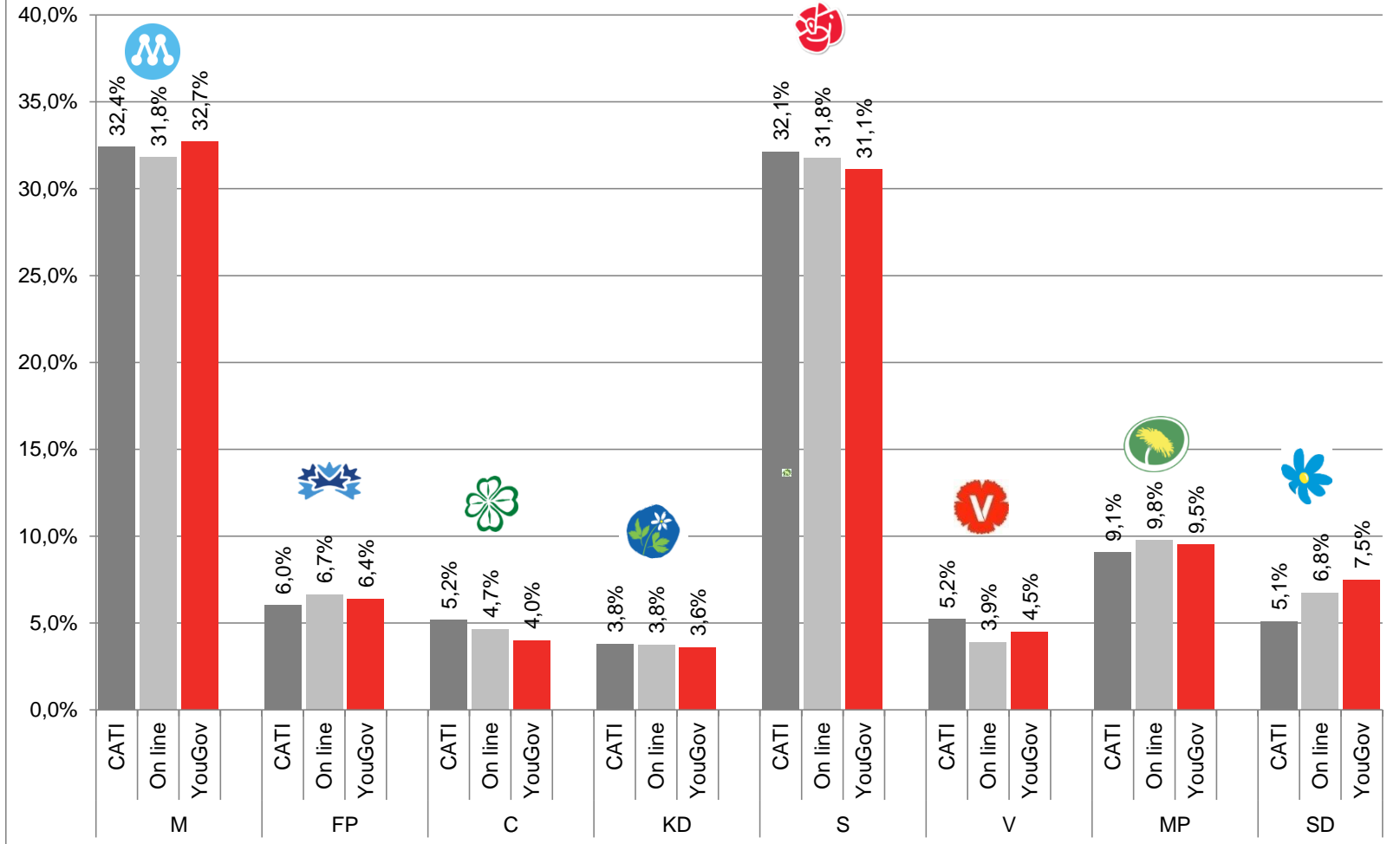
- Urvalshantering- kvoterade urval (hänsyn till ålder, kön och region)
- Vägning av resultat (ålder, kön och region)
- Vägning i politiska mätningar (som ovan + hur man röstade i senaste riksdagsval)
- Vägning i vår väljaropinion (som ovan + fast vikt mht kända skevheter i panelen)



## Maj 2011











## September 2011



# VALDAGSMÄTNING



# 2010

Riksdagsval 2010		YouGovs valdagsmätning	Valresultat	Avvikelse
Moderaterna		28,9%	30,0%	-1,1
Centerpartiet		6,7%	6,6%	+0,1
Folkpartiet		7,7%	7,1%	+0,6
Kristdemokraterna		5,8%	5,6%	+0,2
Miljöpartiet		7,3%	7,2%	+0,1
Socialdemokraterna		30,5%	30,9%	-0,4
Vänsterpartiet		6,4%	5,6%	+0,8
Sverigedemokraterna		5,1%	5,7%	-0,6
Annat parti		1,6%	1,4%	+0,2

**Genomsnittlig avvikelse: 0,44**



Danmarks Folketingsval 15 september 2011	YouGovs valdagsmätning	Valresultat	Avvikelse
Socialdemokraterne <b>A</b>	24,7%	24,9%	-0,2
De Radikale <b>B</b>	9,8%	9,5%	+0,3
Konservative <b>C</b>	5,7%	4,9%	+0,8
Socialistisk Folkeparti <b>F</b>	9,4%	9,2%	+0,2
Liberal Alliance <b>I</b>	7,1%	5,0%	+2,1
Kristendemokraterne <b>K</b>	0,4%	0,8%	-0,4
Dansk Folkeparti <b>O</b>	11,5%	12,3%	-0,8
Venstre <b>V</b>	24,4%	26,7%	-2,3
Enhedslisten <b>Ø</b>	6,9%	6,7%	+0,2

**Genomsnittlig avvikelse: 0,81**

# VALDAGSMÄTNING 2009

European Parliament elections 2009	YouGovs valdagsmätning	Valresultat	Avvikelse
Conservative	26%	28%	-2
UKIP	18%	17%	+1
Lab	16%	16%	0
Lib Dem	15%	14%	+1
Green	10%	9%	+1
BNP	5%	6%	-1
Other	10%	11%	-1

**Genomsnittlig avvikelse: 1,0**

## Peter Kellner

Peter has been a journalist and political commentator for more than 30 years, working for the Sunday Times, Independent, New Statesman and Evening Standard.



PETER KELLNER

### Changes to YouGov's sampling and weighting system

Posted on: 18 March 2010

As regular readers of this blog will know, we are proud of YouGov's record as an accurate polling company. One reason for our record is that we regularly review our sampling and weighting methods and change them when necessary.

Our latest review, ahead of the coming general, has led to three changes:

First, we have refined our sampling techniques. We found that response rates from Labour identifiers were slightly, but consistently, lower than response rates from Conservative identifiers. This was easily corrected at the weighting stage; but, on the principle that the less weighting that needs to be done, the better, we have made slight changes to our

# National Readership Survey



QUICKPOLL





**Lars Björkman**  
**Affärsutvecklingschef Norden**  
[lars.bjorkman@yougov.com](mailto:lars.bjorkman@yougov.com)  
**+46 733 94 59 59**

