

Allmänheten om några migrations- relaterade frågor

Datum: 27 februari 2020



Röda Korset



Rädda Barnen

Svenska kyrkan 

 **NOVUS**



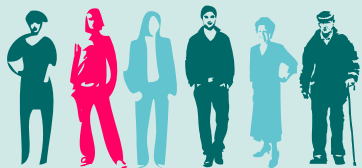
Bakgrund & Genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Röda Korset, Rädda Barnen och Svenska Kyrkan. Syftet med undersökningen är att kartlägga allmänhetens inställning till några migrationsrelaterade frågor.

MÅLGRUPP

Svenska allmänheten



Ålder:
18-79 år

GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:

1 021

Fältperiod:
30 jan – 5 feb 2020

Deltagarfrekvens:

62%

Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrider resultatet, utan undersökningen är åsiktsmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen.

En Novus undersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

RESULTAT

Resultaten för allmänheten levereras i en diagramrapport. Angivna signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen och med en bas på minst 100 svar om inte annat anges (kön, ålder, utbildning, region, hushållsinkomst samt om det finns hemmaboende barn i hushållet).

FELMARGINAL

Vid 1 000 intervjuer:

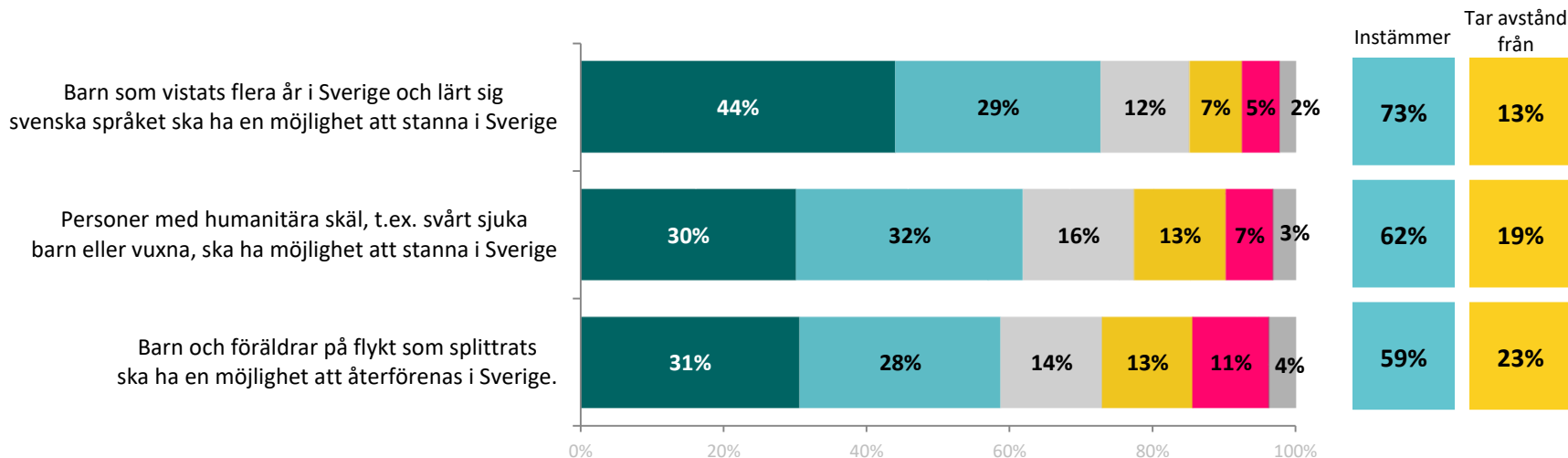
Vid utfall 20/80: +/- 2,5%

Vid utfall 50/50: +/- 3,2%



Drygt sju av tio anser att barn som vistats i Sverige flera år och lärt sig språket ska ha en möjlighet att stanna i Sverige

FRÅGA: Hur väl instämmer du i följande påståenden?

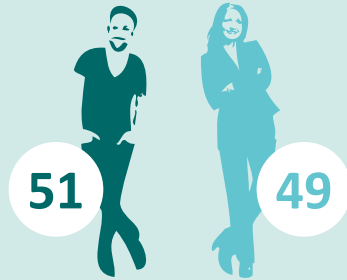


■ 5. Instämmer helt ■ 4. Instämmer delvis ■ 3. Varken instämmer eller tar avstånd från ■ 2. Tar delvis avstånd ifrån ■ 1. Tar helt avstånd ifrån ■ Vet inte

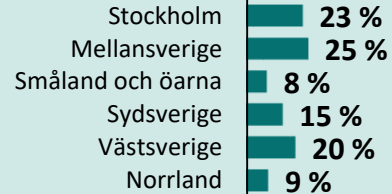
BAS: Samtliga (n=1 021)

Bakgrund

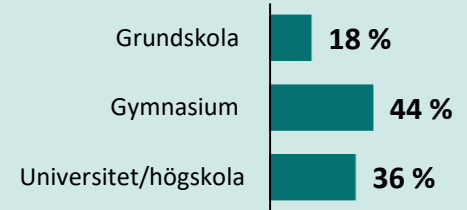
KÖN



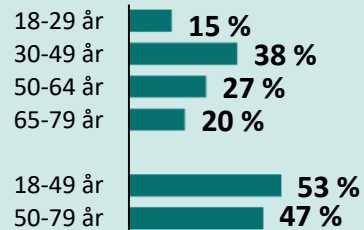
REGION



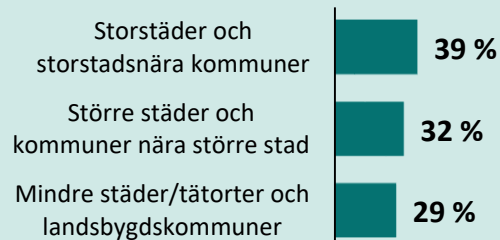
UTBILDNING



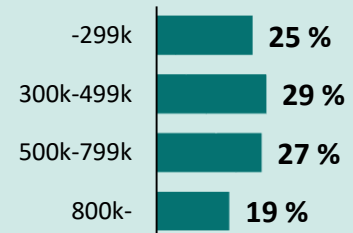
ÅLDER



ORT

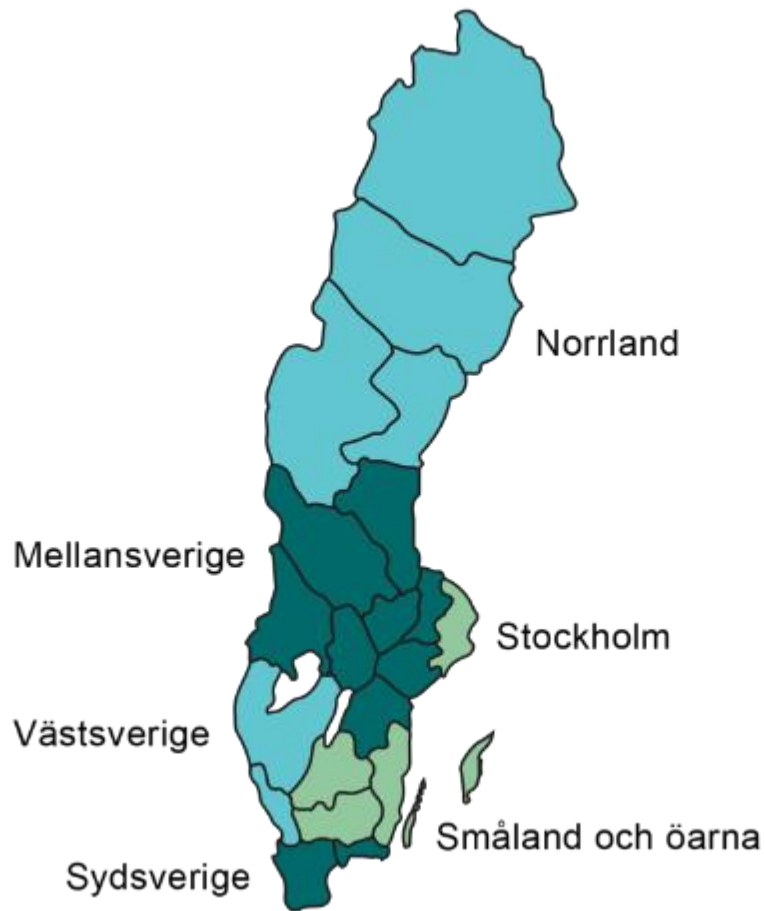


HUSÅLLSINKOMST



BAS: Samtliga (n=1021)

Regioner



Novus Sverigepanel och webbundersökningar

Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikts.

Vi vårdar vår panel väl genom s.k. panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.



Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer
information kring vårt
panelmanagement!



Kort om kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.

I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelisterna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelister har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man i är bl.a. väldigt internetaktiv.

Novus panelister får i snitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrequens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrequens för varje enskild undersökning.
- Panelisterna ska inte vara proffstyckare, dvs. få för många undersökningar. Får man fler än två per månad finns risken att man blir proffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.



Publiceringsregler

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.



Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR^{'20}
corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.



Vi på Novus älskar frågor

Kontakter på Novus

Konsult

Peter Blid

Mobil: +46 790 73 80 66

E-post: peter.blid@novus.se

Projektledare

Lovisa Svensson

Mobil: +46 72 856 20 90

E-post: lovisa.svensson@novus.se

