

# **NOVUS** **Insamlingsforum 2016**

Kontakt FRII: Annika Prine

Kontakt Novus: Jessica Åkerström

Datum: 8 april 2016



# Bakgrund & Genomförande

## BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av FRII. Syftet med undersökningen är att undersöka allmänhetens inställning till ideella organisationer.

## MÅLGRUPP/GENOMFÖRANDE

Målgruppen för undersökningen är den svenska allmänheten 18-79 år. Totalt har 1019 intervjuer genomförts under perioden 31 mar – 6 april 2016. Deltagfrekvensen är 60%.

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

## RESULTAT

Resultaten för allmänheten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen (kön, ålder, utbildning och region). Resultatet är efterstratifierat.

### Felmarginalen:

Vid 1 000 intervjuer:

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

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

Vid 500 intervjuer:

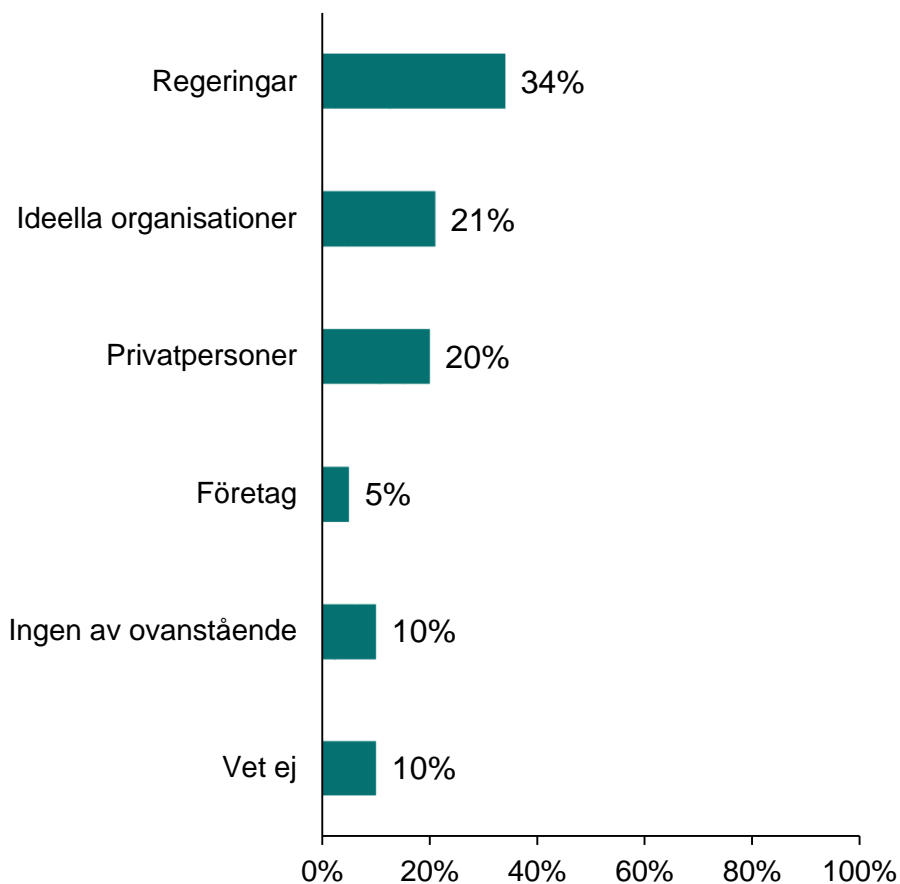
Vid utfall 20/80: +/- 3,6%

Vid utfall 50/50: +/- 4,5%

# Resultat

# Var femte har störst förtroende för ideella organisationer när det gäller socialt ansvarstagande

Fråga: Vilken av följande har du generellt sett störst förtroende för när det gäller socialt ansvarstagande, dvs ansvaret att skapa ett välfungerande samhälle? (Endast ett alternativ)



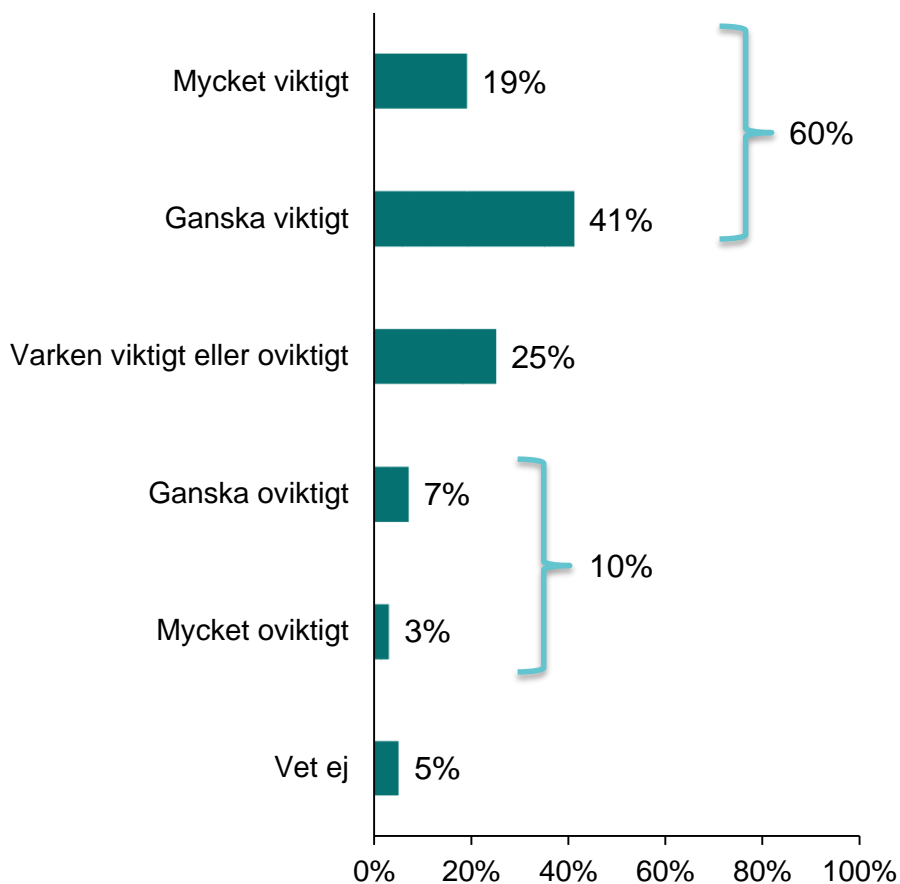
- Åldersgruppen 30-49 år svarar i större utsträckning att de generellt har störst förtroende för Ideella organisationer när det gäller socialt ansvarstagande (25%)
- Åldersgruppen 65-79 år svarar i större utsträckning att de generellt har störst förtroende för regeringar när det gäller socialt ansvarstagande (40%)
- Universitetsutbildade svarar i större utsträckning att de generellt har störst förtroende för regeringar när det gäller socialt ansvarstagande (39%)

*Kommentar: Förtroendet för de ideella organisationerna samt individen själv ligger på samma nivå och ligger dessutom inte särskilt långt ifrån förtroendet för regering, vilket är intressant.*

BAS: Samtliga (n=1019)

# Sex av tio tycker det är viktigt att en ideell organisation känns modern

Fråga: Hur viktigt är det för dig att en ideell organisation känns modern?



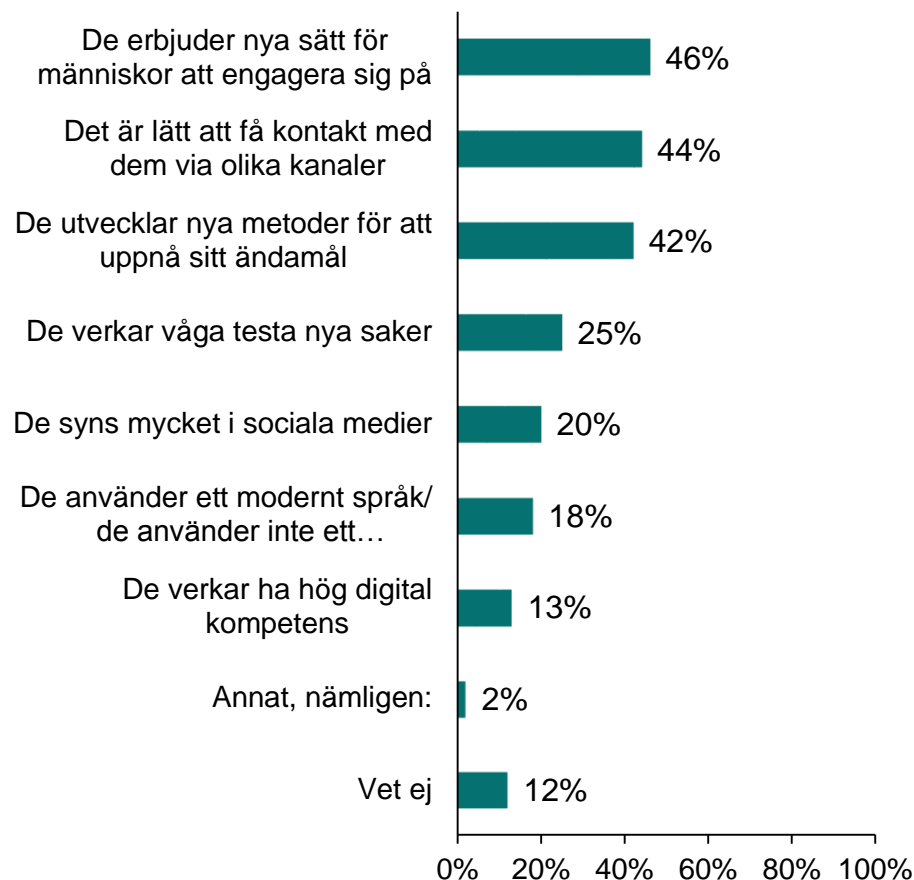
- Åldersgruppen 50-64 år svarar i högre grad att de tycker det är mycket viktigt att en ideell organisation känns modern (25%).

*Kommentar: Var fjärde ställer sig neutrala i frågan genom att svara "varken eller", vilket talar för att det inte för alla ses som en nödvändighet att organisationen känns modern.*

BAS: Samtliga (n=1019)

# En ideell organisation känns modern när de erbjuder nya sätt för människor att engagera sig på

Fråga: Vad, enligt dig, gör att en ideell organisation känns modern?



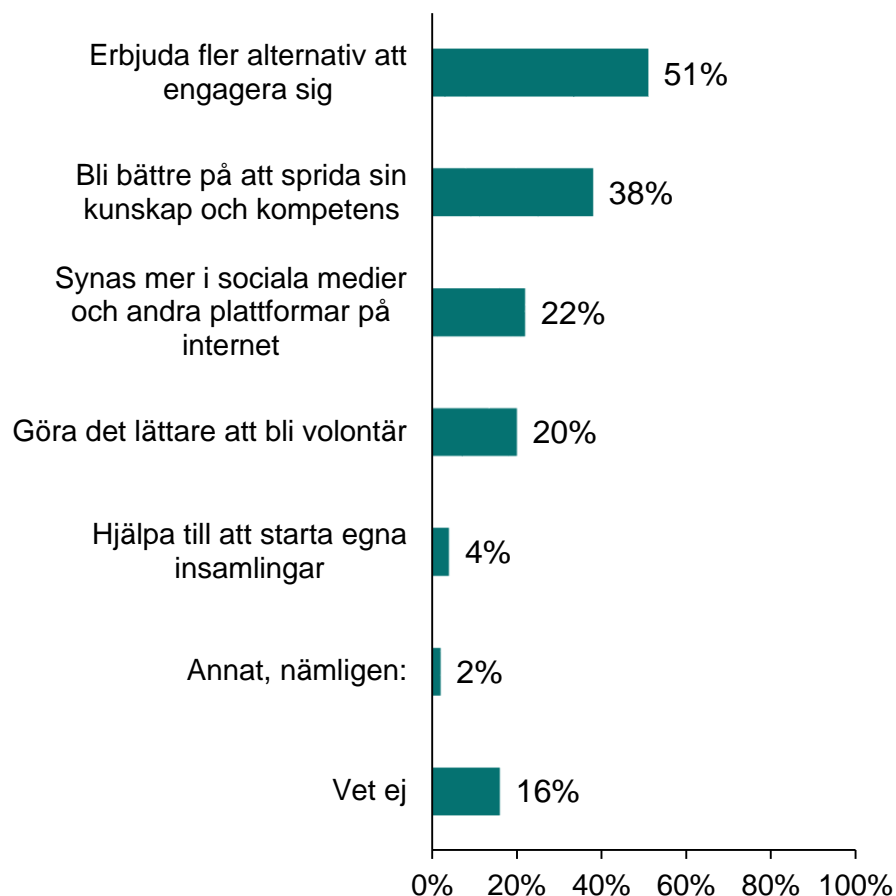
- Kvinnor svarar i högre grad att en ideell organisation känns modern när de erbjuder nya sätt för människor att engagera sig på (50%) mot män (42%).
- Kvinnor svarar i högre grad att en ideell organisation känns modern när det är lätt att få kontakt med dem via olika kanaler (50%) mot män (38%).

*Kommentar: Nya sätt att engagera sig, lätt att få kontakt via olika kanaler, nya metoder för att nå sina ändamål bidrar mer till känslan av en modern organisation än vad testa nya saker, sociala medier, modernt språk eller digital kompetens gör. Slutsatsen av det kan vara att effektivitet och förmågan att åstadkomma resultat trots allt är det viktigaste.*

BAS: Samtliga (n=1019)

# Varannan svensk tror att flera alternativ att engagera sig på skulle få fler att engagera sig

Fråga: Vad av följande tror du att ideella organisationer kan göra för att få fler som vill engagera sig och hjälpa organisationen med deras ändamål på olika sätt?



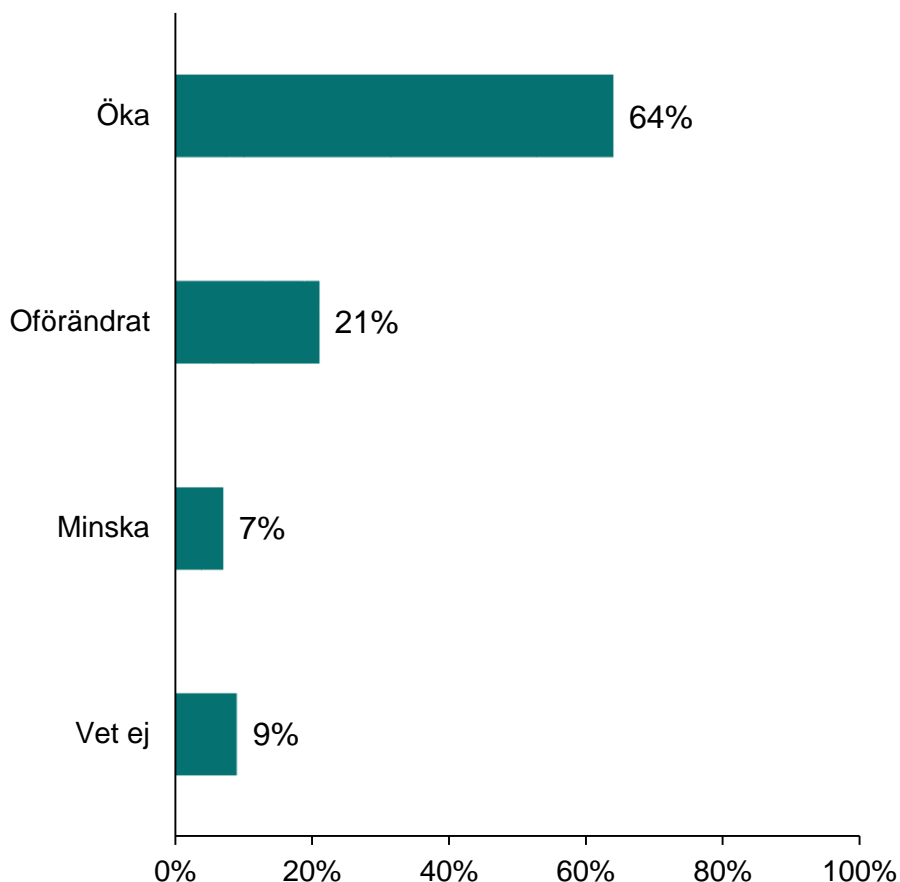
- Kvinnor svarar i högre grad att genom att erbjuda fler alternativ så tror de att fler skulle engagera sig (55% jmf 48% män).
- De yngre, 18-29 år svarar i högre grad att genom att erbjuda fler alternativ så tror de att fler skulle engagera sig (58%).
- Universitetsutbildade svarar i högre grad att genom att erbjuda fler alternativ så tror de att fler skulle engagera sig (55%).

*Kommentar: Att erbjuda fler alternativ och bli bättre på att sprida sin kunskap och kompetens är det som flest ser att ideella organisationer bör göra för att få fler att engagera sig. Ett behov av att uppleva organisationerna mer öppna och tillgängliga vilket ligger i linje med tidigare studier. En slutsats kan vara: Att vara social handlar mer om att öppna upp och inkludera fler än att synas i sociala medier (även om det finns en poäng i det med).*

BAS: Samtliga (n=1019)

# Drygt sex av tio tror att behovet av ideella organisationer generellt sett kommer att öka

Fråga: Generellt sett, hur tror du att behovet av ideella organisationer kommer att se ut i framtiden/på sikt?



- Kvinnor svarar i högre grad än män att de generellt sett tror att behovet av ideella organisationer kommer att öka (68% jmf män 60%).
- Universitetsutbildade svarar i högre grad att de generellt sett tror att behovet av ideella organisationer kommer att öka (68%).

BAS: Samtliga (n= 1019)



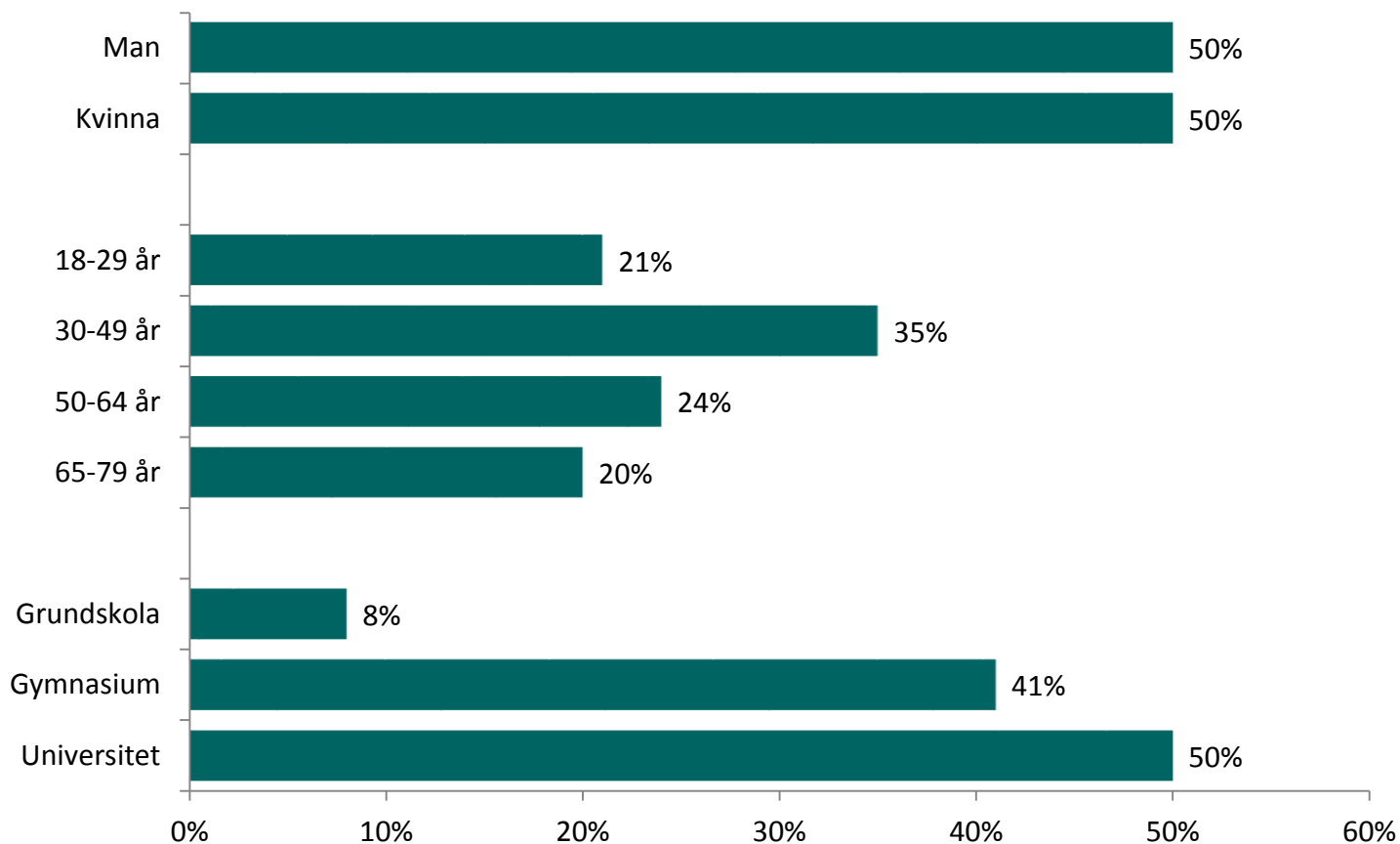
# Kort sammanfattning

- Var femte har generellt störst förtroende för ideella organisationer när det gäller socialt ansvarstagande.
- Sex av tio tycker det är viktigt att en ideell organisation känns modern.
- Nästan fem av tio tycker att en ideell organisation känns modern när de erbjuder nya sätt för människor att engagera sig på.
- Varannan svensk tror att genom att erbjuda fler alternativ att engagera sig så skulle fler engagera sig.
- Drygt sex av tio tror generellt sett att behovet av ideella organisationer kommer att öka.

# Bakgrund

# Bakgrundsfrågor

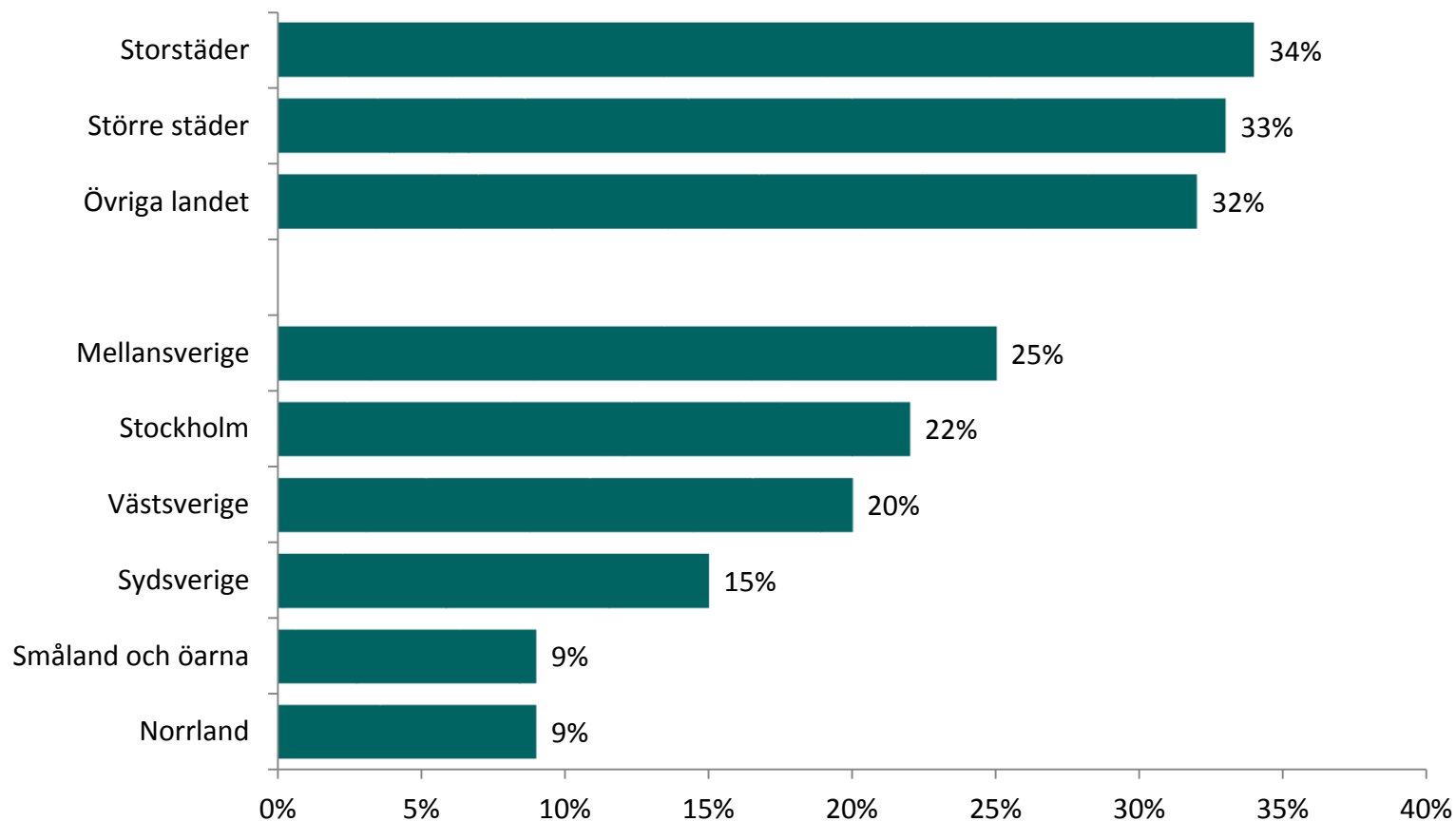
Kön, ålder och utbildning



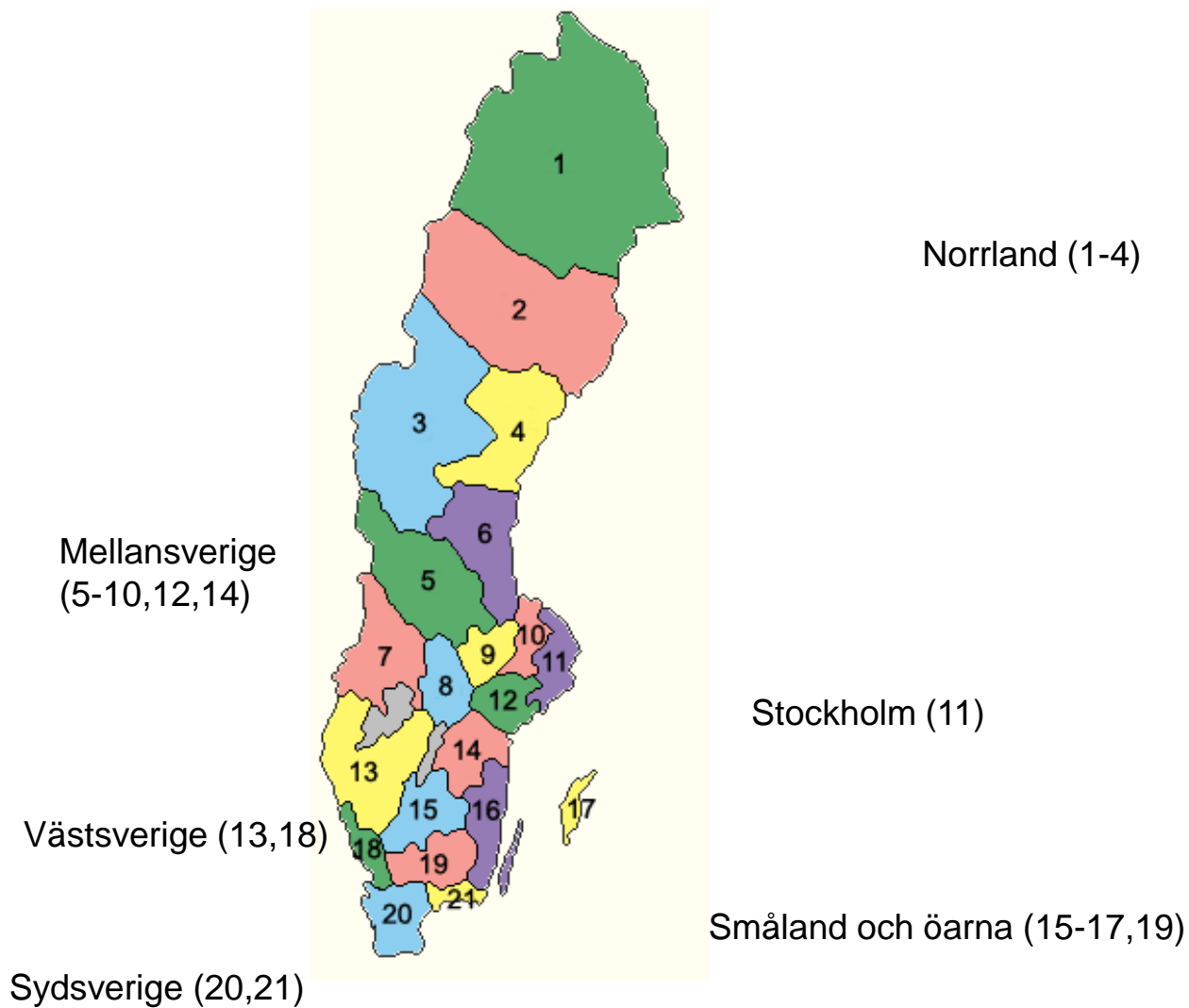
BAS: Allmänheten 18+ år (n=1019)

# Bakgrundsfrågor

## Geografi



# Regioner



# Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 panelister. 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 viktas.

Vi vårdar vår panel väl genom sk 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.

**Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!**

## 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.



# Kort om kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som panelisterna 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 är bl a väldigt internetaktiv.



Novus panelister får i snitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrekvens (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 deltagarfrekvens 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.

 **NOVUS**



 **NOVUS**