



Undersøgelsens gennemførelse og metode

TNS Gallup 6. september 2004

Kulturvaneundersøgelse 2004

Indhold

1. Indledning	3
2. Undersøgelsens metodiske udformning.....	4
2.1 Overordnet design.....	4
2.2 Særlige forhold vedrørende interview af børn	9
2.3 Særlige forhold vedrørende interview af etniske danskere.....	12
3. Bortfaldsanalyse og validering af data	13

Appendiks:

Følgebreve

Præmieoversigt

Forældreinstruktion

1. Indledning

Undersøgelsen bygger på en spørgeskemaundersøgelse af et tilfældigt udtræk af den danske befolkning i alderen 7 år og opefter. Stikprøven er udtrukket fra CPR-Registeret og udgjorde i alt 3876 personer.

Undersøgelsen er gennemført som en kombineret postal – telefonisk og webbaseret undersøgelse. Svarpersonerne har selv kunnet vælge på hvilken måde, de ønskede at deltage i undersøgelsen.

Undersøgelsen er blevet gennemført i perioden fra primo maj til ultimo august 2004.

I forhold til den oprindelige tidsplan skulle dataindsamlingen påbegyndes den 01.04 2004 og afsluttes 14.05 2004. I forhold til denne tidsplan er undersøgelsen blandt børn blevet ca. 1½ måned forsinket, idet data fra undersøgelsen er blevet leveret primo juli. I forhold til voksenundersøgelsen bliver undersøgelsen yderligere knap 2 måneder forsinket, idet det er blevet besluttet at iværksætte en ekstra rykkerrunde i august.

Årsagerne til denne forsinkelse er følgende:

- Godkendt spørgeskema fra Kulturministeriet forelå først i slutningen af marts og ikke den 15. marts som forudsat i tidsplanen
- Der blev brugt længere tid af Gallup end forudset til opsætning og korrekturlæsning af spørgeskemaerne (børn og voksen) i tre uafhængige formater (til henholdsvis telefoniske, postale og webbaserede interview). Dette var en yderst tidskrævende opgave.
- Pilottesten kunne først gennemføres i slutningen af april, da godkendelse fra Datatilsynet og sample fra Cpr-Registeret først forelå i midten af april
- Hermed kunne dataindsamlingen påbegyndes primo maj – ca. en måned senere end forudset i tidsplanen. I selve dataindsamlingen er der blevet brugt længere tid på rykning for svar end forudset. Dette skyldes, at svarprocenten blev lavere end forventet, og Gallup derfor måtte afsætte ekstra tid til modtagelsen af svar samt afsætte en ekstra rykkerrunde i forhold til, hvad der på forhånd var kalkuleret med.

2. Undersøgelsens metodiske udformning

2.1 Overordnet design

De to væsentligste udfordringer i forhold til at løse dataindsamlingsdelen på bedste måde er sikring af en høj svarprocent samt kvalitet/pålidelighed i svarene (reliabilitet).

Det har været Gallups vurdering, at pålidelighedsaspektet ikke kan varetages på tilfredsstillende måde, hvis telefoninterview gøres til den primære dataindsamlingsmetode i undersøgelsen. Dette skyldes, at undersøgelsens spørgeskemaer er meget omfattende (jfr. at det gennemsnitligt har taget 50 minutter at gennemføre som telefoninterview) kombineret med, at undersøgelsen primært består af repetetive spørgsmålstyper, der i sig selv give en træthedseffekt. De to forhold betyder i sagens natur, at interviewer og/eller den interviewede vil skynde sig mere, end det er hensigtsmæssigt/godt for svarenes kvalitet.

Gallups certificerede kvalitetspolitik ISO 9001 fraråder at foretage telefoninterview af en længere varighed end 25 minutter. Det er således alment kendt i analysebranchen, at telefoninterview af længere varighed gør informanten utålmodig. Træthedseffekten forringer kvaliteten og seriøsiteten i svarene (reliabiliteten), idet informanten ikke giver sig den fornødne tid til refleksion og overvejelse, inden der svares. Det er i øvrigt Gallups erfaring, at nogle af de samme problemer gør sig gældende ved lange besøgsinterview. Besøgsinterview tager altid længere tid at afvikle end telefoninterview. Der er således ingen kvalitetsmæssige fordele forbundet med at bruge telefon- eller besøgsinterview som primær dataindsamlingsmetode. Gennemførelsesprocenten for besøgs- og telefoninterview er endvidere dalende i hele den vestlige verden. Der er flere årsager til dette. En af de mere tungtvejende er, at der konkurreres mere og mere om den sparsomme fritid, og flere vælger det fra, der forstyrrer dem i deres travle hverdag. Derfor omlægges flere og flere undersøgelser med fordel til andre mindre intervenerende interviewteknikker.

Det har været Gallups vurdering, at det i forhold til den konkrete undersøgelse er muligt at opnå en høj svarprocent og en god kvalitet i svarene ved et skriftligt introduktionsbrev/en telefonisk screening af svarpersonerne, som derefter tilbydes en kombination af en telefonisk, webbaseret eller postal løsning. I det metodiske design ligger altså en indbygget frivillighed for svarpersonen, således at svarpersonen frit kan vælge hvilken måde vedkommende ønsker at svare på.

Først udsendes et skriftligt introduktionsbrev og derefter ringes svarpersonerne op. Den telefoniske screening sikrer en høj motivation i undersøgelsen og er dermed en sikkerhed for en høj besvarelsesprocent. Gallups bedste interviewere har været udvalgt til et særligt team, som har ringet svarpersonerne op og informeret dem om undersøgelsen. Derefter er svarpersonerne blevet tilbudt enten en postal eller en webbaseret løsning. De særligt motiverede, der ønskede at gennemføre interviewene pr. telefon, er med det samme blevet interviewet over telefonen.

Fordelene ved postal dataindsamling er, at svarpersonerne kan se spørgsmålene og give sig bedre tid til omtanke inden spørgsmålene besvares. Herudover gælder det, at informanten har mulighed for at afbryde besvarelsen, når hun bliver træt og genoptage den på et senere tidspunkt. Præcis de samme fordele gør sig gældende ved den webbaserede løsning, der ligeledes eliminerer ulemperne forbundet med lange interview.

Problemer med faldende svarprocent ved anvendelsen af telefon- og besøgsinterview samt det forhold, at Internet-penetration er stigende, har ført til, at webbaserede undersøgelser er blevet mere og mere udbredte. Gallup var blandt de første til anvende denne dataindsamlingsmetode i Danmark, og Gallup har meget positive erfaringer med webbaserede interview. I over to år har Gallup arbejdet systematisk med denne indsamlingsmetode, og den har vist sig – i kombination med andre metoder – at kunne sikre en høj svarprocent, en høj kvalitet i svarene samt at være omkostningsøkonomisk.

Stikprøvens sammensætning

Kulturministeriet har ønsket en repræsentativ undersøgelse af befolkningens kulturvaner. Målgruppen består af to undergrupper, henholdsvis børn (7-15 år) og voksne (16+). For både børn og voksne gælder det, at både personer med og uden dansk statsborgerskab på datoen for udvælgelsen er omfattet af universet. Desuden kræves, at de udtrukne personer skal have bopæl i Danmark, ekskl. Færøerne og Grønland.

For at kunne analysere på sammenhængen mellem børnenes og familieenhedens kulturkonsumtion udvælges en del af de voksne qua deres forælderrolle, dvs. via et barn, der indgår i barnesamplet. En ikke-stratificeret stikprøve på CPR-adresser indhentes via CPR registret på 1000 børn (7-15 år). Grundet interessen i at sammenligne sammenhængen mellem forældre og børns kulturkonsumtion udvælges en voksen fra hver familie. I familier med mere end en forælder/væрге udvælges den voksne i husstanden, der har fødselsdag tidligst på året.

Som supplement til gruppen af voksne udvalgt via børneudtrækket købes via CPR registret et repræsentativt udtræk af voksne på 1900 adresser.

Ønsket om at realisere et forholdsvis stort antal interview med børn medfører en samplemæssig skævhed i voksenudtrækket, idet voksne med børn bliver overrepræsenteret i det samlede voksenudtræk. Datamaterialet omfattende den voksne del af befolkningen vil derfor i rapporteringen blive vægtet efterfølgende (poststratificering). I den efterfølgende stikprøveplan er vist, hvordan fordelingen af den samlede stikprøve ser ud:

Tabel 1

Stikprøvens sammensætning

Univers	Delunivers	Brutto- stikprøve
Børnefamilier (med børn i alderen 7-15 år)	Voksne – 1 interview pr. familie	988
Børnefamilier (med børn i alderen 7-15 år)	Børn – 1 interview pr. familie	988
Voksne (18 år og derover)	Nej	1900
I alt		3900

Opsætning af spørgeskemaer

Gallup har været ansvarlig for den tekniske opsætning og layout af de endelige spørgeskemaer til henholdsvis telefoninterview, postale interview og webbaserede interview. Følgende forhold blev vurderet som værende af betydning for kvaliteten - i særligt de postale skemaer/webbaserede skemaer:

- Interviewskemaerne skal være letlæselige og nemme at overskue for svarpersonen og uden distraherende elementer, så der kan gennemføres et interview uden fejl.
- God overensstemmelse mellem afsenders og modtagers forståelse af spørgsmål, svarkategorier og de anvendte begreber.
- De postale spørgeskemaer skal opsættes, så svarene kan scannes og lagres elektronisk efterfølgende. Spørgeskemaerne genereres ud fra de web-baserede skemaer for at undgå forskellige versioner/uoverensstemmelser mellem spørgsmål. Fejlprocenten mellem dataindsamlingsmetoderne og i transmissionen af data til elektronisk format minimeres dermed maksimalt.

For at sikre, at dette opfyldes, har spørgeskemaerne, jf. Gallups kvalitetsstyringssystem, gennemgået indtil flere afprøvninger, inden de trykkes/placeres på internettet.

Inden dataindsamlingen påbegyndes, er hvert af interviewskemaerne pilottestet i forhold til de anvendte dataindsamlingsmetoder på et passende antal svarpersoner. Alt i alt er gennemført ca. 16 interview pr. skema fordelt på henholdsvis telefoninterviewmetoden og den postale/webbaserede metode, i alt 32 pilotinterview. Ved pilottest af skemaerne er det sikret, at de er blevet testet hos tilfældigt udvalgte svarpersoner. Kulturministeriet og projektledelsen har på baggrund af Gallups samlede vurdering af pilottestens forløb herefter revideret spørgeskemaerne.

Dataindsamlingens forløb

Dataindsamlingsdelen blev indledt med, at der blev udsendt udførlige orienteringsbreve til alle de udtrukne adressater. I brevene introduceres undersøgelsen samt de måder, hvorpå det er muligt at besvare spørgeskemaet. For at ansvarliggøre respondenterne og derved hæve opmærksomheden på undersøgelsen, kontaktes respondenterne telefonisk. Denne kontakt etableres kort efter udsendelsen af respondentbrevet, så tidsforskydelsen mellem de to kontakter er mindst mulig.

Den del af respondenterne, der har telefon og har tilgængeligt telefonnummer, blev således efterfølgende kontaktet af Gallup telefonisk. Det drejer sig om ca. 80% af adresserne (ca. 2150). Gallups trænede interviewkorps fortalte kort, hvad undersøgelsen drejede sig om, spurgte om informanten var motiveret for at gennemføre interviewet med det samme over telefonen eller foretrak at udfylde et webbaseret eller et postalt skema. Langt de fleste foretrak at udfylde et webbaseret eller et postalt skema, som der vil blive redegjort for efterfølgende.

I de husstande, der er udvalgt via barnet, er så vidt muligt anvendt den samme metode på voksen og barn. Her er det endvidere forklaret til den voksne, at det er nødvendigt, at barnet modtager hjælp til at udfylde dele af spørgeskemaet (se appendiks). Spørgeskemaet til børnegruppen er endvidere for omfattende til, at det med held kan gennemføres telefonisk. Valget vil derfor stå mellem et webbaseret skema eller et postalt skema for familierne.

De ca. 20% af adresserne (ca. 540), der ikke har nogen telefon eller har hemmeligt nummer, kontaktes pr. orienteringsbrev, i hvilket respondenterne gøres opmærksom på muligheden for at besvare skemaet på nettet. Det postale spørgeskema sendes ud med brevet.

Dataindsamlingen gennemføres som nævnt postalt, webbaseret eller telefonisk:

- **Postalt:** Spørgeskemaer er trykt af Gallups mangeårige samarbejdspartner Domus Replica, som benytter Frederiksberg Bogtrykkeri, der er et af landets største og mest moderne trykkerier.

Gallups egen afdeling for forsendelse har forestået udsendelse af spørgeskemaerne og returkuvert. Gallups afdeling for scanning har scannet de indkomne skemaer ved hjælp af Pulse Train Scan-programmet.

- **Webbaseret:** I de interview, der er gennemført webbaseret, guides respondenten automatisk gennem spørgeskemaet ved hjælp af Gallups software. Respondenten deltager i undersøgelsen ved at indtaste/klikke på et link og besvare spørgsmålene. Til gennemførelse af CAWI undersøgelser har Gallup anvendt programmet Confirm-it, som er udviklet af det norske firma The Firm.
- **Telefonisk:** Alle Gallups telefoninterview gennemføres i vores CATI-afdeling, som består af 250 interviewere, 12 supervisorer og en intervieweradministration på tre fuldtidsansatte medarbejdere. CATI står for Computer Assisted Telephone Interviewing, hvilket indebærer, at interviewereren gennemfører interview ved hjælp af en computer, som viser spørgsmålene og svarmulighederne på skærmen og registrerer de indtastede svar i en database. Gallup anvender det engelske interviewsystem Bellview, som er udviklet af Pulse Train, specielt til at gennemføre telefoninterview.

Generelt gælder det, at Gallups foranstaltninger til sikring af en høj kvalitet og imødegåelse af snyd blandt interviewere er de mest udviklede i branchen, jf. Gallups ISO 9001 kvalitetssikringssystem.

Den relativt høje besvarelsesprocent er et resultat af Gallups iværksatte procedurer, der inkluderer følgende:

- Godt udformet orienteringsbrev
- Effektiv sporing af fraflyttede svarpersoner
- Mindst fire kontaktforsøg
- Hotline og intern koordination
- Lodtrækning om præmier blandt deltagerne
- God instruktion af interviewere og løbende orientering om undersøgelsen.

Godt udformet orienteringsbrev

Brevene blev udsendt lige før dataindsamlingsrundens begyndelse, så der gik forholdsvis kort tid fra modtagelsen af orienteringsbrevet til den telefoniske kontakt. Breve og kuverter er udformet med både Kulturministeriets og AKF/Gallups logo. Indholdet er fastlagt i samråd med Kulturministeriet. Det er vigtigt for motivationen til at deltage i undersøgelsen, at der er et rigtigt

udformet følgebrev, og Gallup har derfor pilottestet følgebrevet blandt fem udvalgte borgere som led i kvalitetssikringen.

Effektiv sporing af fraflyttede personer

Gallup har fået introduktionsbrevene retur, hvis adressaten er ubekendt på adressen. Dette har givet Gallup en mulighed for eftersporning af svarpersonen.

Op til seks kontaktforsøg

Gallup har foretaget op til 6 kontaktforsøg hos en respondent for at sikre en høj besvarelsesprocent. Efter udsendelse af introduktionsbrev er respondenterne blevet ringet op, som det tidligere er beskrevet. Derefter er spørgeskema typisk udsendt. Hvis svarpersonen ikke har svaret inden for tidsfristen er sendt 2 rykkere. Endelig er der afslutningsvis gennemført en telefonisk rykkerprocedure overfor dem, der stadig ikke har svaret på trods af, at de i telefonen (i andet kontaktforsøg) har indvilliget i at deltage i undersøgelsen.

Hotline og intern koordinering

Der blev etableret en hotline på Gallup, hvor alle svarpersoner kunne ringe ind og få afklaret evt. tvivlsspørgsmål, få tilsendt et nyt spørgeskema, få vejledning til besvarelse af internetspørgeskema etc. Endvidere sikrede Gallup, at der var en fast bemanning på Gallup, som i dataindsamlingsperioden dagligt opdaterer besvarelsesprocenten, opdaterer flyttede personer etc. Der blev udarbejdet jævnlige briefinger til AKF/Kulturministeriet pr. mail om undersøgelsens forløb.

Lodtrækning om præmier blandt deltagerne

For at motivere deltagerne til at besvare undersøgelsens spørgsmål blev der trukket lod om præmier blandt svarpersonerne. Gallup har afsat 50.000 kr. til præmier, hvilket er meget højt i forhold til traditionelle surveyundersøgelser.

God instruktion af interviewere og løbende orientering om undersøgelsen

Gallups interviewere er erfarne i interviewteknik og vurdering af interviewmateriale. Interviewerstabens gennemsnitlige anciennitet er således over 2,5 år. Alle Gallups interviewere taler flydende dansk, og er trænet i at probe for svar, stille hjælpne og uhjulpne spørgsmål samt kunne etablere kontakt til respondenter.

2.2 Særlige forhold vedrørende interview af børn

I det følgende redegøres der for hvorledes Gallup har sikret, at udbyttet af dataindsamlingen overfor børnene (7-15 år) er blevet så optimalt som muligt.

Gallup har blandt andet lavet kvantitative undersøgelser med børn som målgruppe gennem "BørneIndex'et". Dette Index bruges blandt andet til at belyse primært medievaner samt sekundært børnenes interesser, aktiviteter og forbrug af produkter og services. Første undersøgelse forløb i 1998 og gentages årligt ved at rekruttere gennem vores CATIbus. I BørneIndexet interviewes børn i alderen 5-12 år samt unge i alderen 13-18 år.

Undersøgelsen gennemføres postalt, og Gallup har generelt gode erfaringer med denne dataindsamlingsmetode overfor børn. Erfaringer med lodtrækning om præmier fra Børneindex'et søges inddraget i Kulturvaneundersøgelsen.

Gallup har i forbindelse med Kulturvaneundersøgelsen konkluderet, at brugen af postalt spørgeskema og internetskema overfor børn er hensigtsmæssigt, hvis man er opmærksom på en række vigtige forhold, som gennemgås i dette afsnit og er søgt indarbejdet i Kulturvaneundersøgelsen.

Undersøgelsen gennemføres med børn i alderen 7 – 15 år. Det er indlysende at mindre børn har en anden forståelse af spørgsmålene end ældre børn. Spørgeskemaet tilrettelægges derfor således at der tages størst mulig hensyn til de mindre børns forståelse af spørgsmålene og mulighed for at besvare dem.

En generel forskel på, om det er børn eller voksne der interviewes er, at børn skal have ekspliciteret at det er legalt at svare "ved ikke", da børn er mere tilbøjelige til at gætte eller konstruere et svar, hvis de føler sig forpligtet til at vælge. En væsentlig forskel på yngre og ældre børn er, at i forhold til de yngste skal der fokuseres meget på at designe spørgeskemaet på en enkel og overskuelig måde, som imødekommer børnenes kognitive færdigheder.

Selve dataindsamlingen er udført ved hjælp af et postalt skema/internetspørgeskema. Begrundelsen for dette er – især for den yngste gruppes vedkommende - at der her er gode muligheder for at designe spørgeskemaet på en indbydende måde. Samtidig kan forældrene ved et postalt skema/internetspørgeskema nemt medvirke ved besvarelsen – ud fra en skriftlig vejledning i hvordan forældrenes rolle er i besvarelsen af spørgeskemaet.

Kombinationen af et internetspørgeskema/postalt spørgeskema for den ældste gruppes vedkommende skal ses i lyset af, at denne aldersgruppe i høj grad vil være i stand til at besvare spørgsmålene selv - selvom en vis andel (især de yngste) formodentlig vil være mere tilbøjelige til

at spørge forældre til råds. Således vil kombinationen også tilgodese den andel af de ældste børn som ønsker at besvare spørgsmålene selvstændigt og fortroligt uden om forældrene. For de ældste i den yngste gruppe, kan det således tænkes at internetmediet højner sandfærdigheden, da der er mindre risiko for, at forældrene ser svarene end hvis spørgsmålene var på papir.

Forældrene har fået en generel instruktion om deres rolle i forhold til barnets interview (se appendiks). Rollen vil være forskellig afhængig af barnets alder. For helt unge børns vedkommende skal forældrene således have en styrende rolle, hvilket de skal instrueres i. Det vil sige, at de skal "instrueres i at instruere børnene". Generelt kan forældreindflydelse være problematisk, men i lyset af spørgsmålenes karakter, vurderes den positive indvirkning væsentligt større end den potentielt negative. Forældrene kan eksempelvis validere børnenes erindringer om antallet af fritidsaktiviteter og biografbesøg. Desuden har forældrene svaret på lignende spørgsmål, og er derfor bekendt med indholdet, og har formodentlig også en del fakta om børnenes adfærd frisk i erindringen.

Anderledes forholder det sig med de ældste børn. Her skal børnene som udgangspunkt besvare spørgsmålene selv, men skal samtidig have mulighed for at spørge forældrene til råds, hvis der er tvivl om et spørgsmål, eller hvad der skal svares.

At bruge børn som respondenter er et relativt nyt fænomen. Tidligere har vidensindsamling direkte fra børn primært været forbeholdt humanisterne i form af kvalitative interviews. De seneste år er der kommet stigende opmærksomhed på værdien af, at børn rent faktisk kan være gode respondenter. Dette hænger blandt andet sammen med, at børn i højere grad i dag end for bare 20 år siden, betragtes som kompetente individer. Som målgruppe for kvantitative interviews er børn fuldt ud lige så anvendelige som andre målgrupper. Dog er kvantitativ dataindsamling blandt børn stadig så nyt, at der stadig skal metodeudvikles og opsamles erfaringer. Bedste danske værk om erfaringer med, og overvejelser om børn som respondenter er "Hvad kan børn svare på" udgivet af SFI i 2003. De mere overordnede metodiske og videnskabsteoretiske overvejelser og diskussioner kan læses i "Børn som respondenter", også fra SFI.¹

¹ Andersen, D og Kjærulff, A: "Hvad kan børn svare på? – om børn som respondenter i kvantitative undersøgelser", København 2003, Socialforskningsinstituttet. Andersen, D og Ottesen, M. H.: "Børn som respondenter – Om børns medvirken i survey", København 2002, Socialforskningsinstituttet. Se også Hansen, F et al. "Børns opvækst som forbrugere", 1. Udgave, Samfundslitteratur 2002. Scott, J : "Childrens well-being in changing British households", International conference on urban childhood, Trondheim, June 1997. Scott, J (2000): Children as Respondents, I: Christensen, P and James, A: *Research with Children. Perspectives and Practice*, London, Falmer Press.

2.3 Særlige forhold vedrørende interview af etniske danskere

For at sikre repræsentativiteten i Kulturvaneundersøgelsen har Gallup gjort en særlig indsats for at sikre en tilstrækkelig repræsentation af danskere med anden etnisk baggrund.

Der er ca. 8% indvandrere og efterkommere. Det bemærkes at omkring en fjerdedel er efterkommere. Ud af de 8% indvandrere og efterkommere er ca. 1/3-del fra Europa (eksklusiv EU), 1/3-del fra Asien, 1/6-del fra EU og 1/10-del fra Afrika. Det er altså forholdsvis få af respondenterne, som har en etnisk baggrund, som er fremmed for dansk kultur.

Det er vigtigt at understrege, at de procedurer der er taget i anvendelse for at højne besvarelsesprocenten i gruppen af danskere med anden etnisk baggrund, kan højne besvarelsesprocenten en del, men besvarelsesprocenten i gruppen må alligevel forventes at blive noget mindre end gennemsnittet.

I det følgende gennemgås de procedurer, der er anvendt i forhold til at sikre en repræsentativ andel af danskere med anden etnisk baggrund.

Gallups interviewere repræsenterer 15 sprog foruden dansk. Ved at tage højde for interviewernes sproglige færdigheder i den overordnede planlægning og i selve gennemførelsen af rekrutteringen har potentielle sprogproblemer kunne mindskes.

I forbindelse med opringning til de mulige respondenter er der foretaget en skønsmæssig screening af respondenterne således at eksempelvis en tyrkisk talende interviewer ringer op til respondenter med et tyrkisk klingende navn. Ud over at intervieweren vil være bedre rustet i forhold til den sproglige uvished ved hvert enkelt opkald, vil denne procedure signalere en vis imødekommethed fra den ikke-dansktalende respondent, hvis intervieweren kan tale respondentens sprog. Hvis screening ikke kunne gennemføres på grund af sprogvanskeligheder, så er navn og nummer noteret. Efterfølgende er personen blevet ringet op af en interviewer, der kan sproget.

Det er dog vigtigt at huske på, at selvom der kan tages højde for sproglige barrierer i selve rekrutteringsprocessen, kan det ikke forventes, at motivationen til at deltage i undersøgelsen er lige så høj blandt etniske danskere, som den er blandt danskere med en dansk baggrund.

3. Bortfaldsanalyse og validering af data

Besvarelsesprocent

	Brutto	Netto
Voksne (ikke forældre)	1900	1149 (60%)
Voksne (forældre)	988	681 (69%)
Børn	988	683 (69%)
Sum	3876	2513 (65%)

Den samlede svarprocent for voksne er 63%.

Den samlede svarprocent for hele materialet, voksne og børn er 65%

Effekt af rykkerprocedure

	Voksen Sample Gennemført	Børn Gennemført	Forældre Gennemført
Før første rykker	631 (55%)	450 (66%)	467 (68%)
Efter første Rykker	303 (26%)	123 (18%)	74 (11%)
Efter anden rykker	91 (8%)	76 (11%)	86 (13%)
Efter tredje rykker	124 (11%)	34 (5%)	54 (8%)
Ialt	1149 (100%)	683 (100%)	681 (100%)

Bortfaldsanalysen

Bortfaldsanalysen er gennemført med henblik på, så detaljeret som muligt, at analysere bortfaldet, herunder at vurdere bortfaldets betydning for stikprøvens repræsentativitet. Baggrundsoplysninger fra stikprøven med gennemførte interview er sammenlignet med baggrundsoplysninger fra de ikke-gennemførte interview med henblik på en sådan bortfaldsanalyse og vurdering af hensigtsmæssigheden i at foretage vægtning af tallene.

Udover denne bortfaldsanalyse foretages med udgangspunkt i tilgængelige oplysninger fra Danmarks Statistik (via IDA-databasen) en bortfaldsanalyse. Dette muliggør en statistisk test af stikprøvens repræsentativitet med hensyn til en række baggrundsoplysninger, som ikke fremgår af cpr-registerets sampleoplysninger, herunder civilstand, uddannelse, børn/ikke børn, etnisk baggrund etc. Hermed gives der mulighed for en dybdegående analyse af, hvordan bortfaldet er karakteriseret ud fra alle tilgængelige demografiske data i forhold til nettostikprøven. Dette sikrer, at der kan korrigeres for evt. skævheder i nettostikprøven, således at datagrundlaget bliver optimalt. Denne del af bortfaldsanalysen afrapporteres i et andet notat fra AKF.

Gallup har analyseret bortfaldet ud fra tre tilgængelige registeroplysninger: køn, alder og geografi. Overordnet set, er konklusionen at på disse parametre er der ikke tale om et skævt frafald.

Ved levering af datafil er der foretaget en vejning på køn, alder og geografi. Dette skyldes, at der er foretaget et stratificeret udtræk af sample i undersøgelsen, idet børn, forældre med børn og voksne er udtrukket hver for sig med en overvægt af børn og forældre med børn i forhold til befolkningens sammensætning. For at kunne udtale sig om børn og voksne generelt må data altså vejes på plads efterfølgende.

Med hensyn til køn ser frafaldet ud på følgende måde:

	Voksne (ikke forældre)	Voksne (forældre)	Børn	I alt
Total (Brutto)	1900 (100%)	988 (100%)	988 (100%)	3876 (100%)
Mand (Brutto)	916 (48%)	408 (41%)	517 (52%)	1841 (47%)
Kvinde (Brutto)	984 (52%)	580 (59%)	471 (48%)	2035 (53%)
Total (Netto)	1149 (100%)	681 (100%)	683 (100%)	2513 (100%)
Mand (Netto)	515 (45%)	286 (42%)	341 (50%)	1142 (45%)
Kvinde (Netto)	634 (55%)	395 (58%)	343 (50%)	1371 (55%)

Det fremgår, at den overordnede fordeling i nettostikprøven er tilnærmelsesvis den samme som i bruttostikprøven.

Med hensyn til alder ser frafaldet ud på følgende måde:

BRUTTOSAMPLE	Voksne (ikke forældre)	Voksne (forældre)	Børn	I alt
7-9 år (Brutto)			254 (26%)	254 (7%)
10-12 år (Brutto)			399 (40%)	399 (10%)
13-15 år (Brutto)			335 (34%)	335 (9%)
16-24 år (Brutto)	188 (10%)			188 (5%)
25-39 år (Brutto)	473 (25%)	381 (39%)		854 (22%)
40-49 år (Brutto)	337 (18%)	523 (53%)		860 (22%)
50-59 år (Brutto)	339 (18%)	82 (8%)		421 (11%)
60-69 år (Brutto)	284 (15%)	2 (0%)		286 (7%)
70 år eller ældre (Brutto)	278 (15%)			278 (7%)
I alt	1899 (100%)	988 (100%)	988 (100%)	3875 (100%)

NETTOSAMPLE	Voksne (ikke forældre)	Voksne (forældre)	Børn	I alt
7-9 år (Netto)			176 (26%)	176 (7%)
10-12 år (Netto)			280 (41%)	280 (11%)
13-15 år (Netto)			227 (33%)	227 (9%)
16-24 år (Netto)	112 (10%)			112 (4%)
25-39 år (Netto)	291 (25%)	232 (34%)		523 (21%)
40-49 år (Netto)	218 (19%)	386 (57%)		604 (24%)
50-59 år (Netto)	223 (19%)	62 (9%)		285 (11%)
60-69 år (Netto)	180 (16%)			181 (7%)
70 år eller ældre (Netto)	125 (11%)			125 (5%)
I alt	1149 (100%)	681 (100%)	683 (100%)	2513 (100%)

Det fremgår, at den overordnede fordeling i nettostikprøven er tilnærmelsesvis den samme som i bruttostikprøven.

Med hensyn til geografi ser frafaldet ud på følgende måde:

BRUTTOSAMPLE

	Voksne (ikke forældre)	Voksne (forældre)	Børn	I alt
Københavns Kommune (Brutto)	185 (10%)	59 (6%)	59 (6%)	303 (8%)
Frederiksberg Kommune (Brutto)	34 (2%)	10 (1%)	10 (1%)	54 (1%)
Københavns Amt (Brutto)	217 (11%)	114 (12%)	114 (12%)	445 (11%)
Frederiksborg Amt (Brutto)	124 (7%)	71 (7%)	71 (7%)	266 (7%)
Roskilde Amt (Brutto)	84 (4%)	48 (5%)	48 (6%)	180 (5%)
Vestsjællands Amt (Brutto)	105 (6%)	49 (5%)	49 (5%)	203 (5%)
Storstrøms Amt (Brutto)	96 (5%)	47 (5%)	47 (4%)	190 (5%)
Bornholms Kommune (Brutto)	15 (1%)	9 (1%)	9 (1%)	33 (1%)
Fyns Amt (Brutto)	169 (9%)	96 (10%)	96 (10%)	361 (9%)
Sønderjyllands Amt (Brutto)	89 (5%)	46 (5%)	46 (5%)	181 (5%)
Ribe Amt (Brutto)	79 (4%)	50 (5%)	50 (5%)	179 (5%)
Vejle Amt (Brutto)	123 (6%)	71 (7%)	71 (7%)	265 (7%)
Ringkøbing Amt (Brutto)	95 (5%)	56 (6%)	56 (6%)	207 (5%)
Århus Amt (Brutto)	226 (12%)	121 (12%)	121 (11%)	468 (12%)
Viborg Amt (Brutto)	86 (5%)	52 (5%)	52 (4%)	190 (5%)
Nordjyllands Amt (Brutto)	173 (9%)	89 (9%)	89 (10%)	351 (9%)
I alt (Brutto)	1900 (100%)	988 (100%)	988 (100%)	3876 (100%)

NETTOSAMPLE

	Voksne (ikke forældre)	Voksne (forældre)	Børn	I alt
Københavns Kommune (Netto)	93 (8%)	36 (5%)	36 (5%)	165 (7%)
Frederiksberg Kommune (Netto)	22 (2%)	6 (1%)	6 (1%)	34 (1%)
Københavns Amt (Netto)	125 (11%)	83 (12%)	84 (12%)	292 (12%)
Frederiksborg Amt (Netto)	73 (6%)	46 (7%)	47 (7%)	166 (7%)
Roskilde Amt (Netto)	58 (5%)	38 (6%)	38 (6%)	134 (5%)
Vestsjællands Amt (Netto)	69 (6%)	35 (5%)	35 (5%)	139 (6%)
Storstrøms Amt (Netto)	56 (5%)	25 (4%)	26 (4%)	107 (4%)
Bornholms Kommune (Netto)	9 (1%)	7 (1%)	7 (1%)	23 (1%)
Fyns Amt (Netto)	101 (9%)	71 (10%)	68 (10%)	240 (10%)
Sønderjyllands Amt (Netto)	52 (5%)	34 (5%)	35 (5%)	121 (5%)
Ribe Amt (Netto)	60 (5%)	35 (5%)	34 (5%)	129 (5%)
Vejle Amt (Netto)	82 (7%)	51 (7%)	50 (7%)	183 (7%)
Ringkøbing Amt (Netto)	59 (5%)	42 (6%)	42 (6%)	143 (6%)
Århus Amt (Netto)	141 (12%)	77 (11%)	79 (12%)	297 (12%)
Viborg Amt (Netto)	50 (4%)	30 (4%)	32 (5%)	112 (4%)
Nordjyllands Amt (Netto)	99 (9%)	65 (10%)	64 (9%)	228 (9%)
I alt (Netto)	1149 (100%)	681 (100%)	683 (100%)	2513 (100%)

Det fremgår, at den overordnede fordeling i nettostikprøven er tilnærmelsesvis den samme som i bruttostikprøven.

Appendiks

«Titel» «Navn»
«Adresse»
«Postnr» «By»

19. juni 2023

Jeres kultur- og fritidsaktiviteter

Som aftalt pr. telefon får du hermed tilsendt spørgeskema til dig og til dit barn, (indsæt navn). Vi er rigtig glade for, at I vil deltage i undersøgelsen og beder dig og dit barn om at returnere spørgeskemaet inden torsdag den 20. maj 2004. Hvis begge spørgeskemaer er indsendt rettidigt deltager du og dit barn i lodtrækningen om præmier til en værdi af i alt 50.000 kr. (præmieoversigt vedlagt).

Spørgeskemaerne drejer sig om dine og dit barns fritids- og kulturvaner. Det er Kulturministeriet, som står bag undersøgelsen – undersøgelsen er blevet lavet med 5-7 års mellemrum siden 1964, så undersøgelsen giver et unikt indblik i, hvordan kultur- og fritidsvaner har udviklet sig i Danmark de sidste 40 år. Det er af meget stor betydning, at du og dit barn svarer på spørgeskemaet – alle svar er vigtige uanset, hvor aktiv du og dit barn er i kultur- og fritidslivet.

Du og dit barn kan svare på spørgeskemaet på to måder, og I må selv om hvilken I vælger:

1. I kan besvare de vedlagte spørgeskemaer og returnere dem i vedlagte frankerede svarkuvert
2. I kan gå ind på Internettet og besvare spørgeskemaet på følgende måde:
 - a. Gå ind på www.gallup.dk og klik på "Survey"
 - b. Tast følgende brugernavn ind: Kulturvaner
 - c. Tast følgende password ind for dig: xxxxxx
 - d. Tast følgende password ind for dit barn: xxxxxx
 - e. Herefter guides I igennem spørgeskemaet på skærmen

Hvis I har nogle spørgsmål, er I velkomne til at ringe til vores hotline 3915 4275 mandag-fredag kl. 9-16 eller skrive til os på public@gallup.dk.

Med venlig hilsen

TNS Gallup



Leo Andersen, underdirektør

Vedlagt:

- Forældreinstruktion i forbindelse med barnets udfyldelse af spørgeskemaet
- Spørgeskema til dig og til dit barn
- Præmieoversigt

«Titel» «Navn»
«Adresse»
«Postnr» «By»

19. juni 2023

Jeres kultur- og fritidsvaner

Vi sendte for et stykke tid siden et spørgeskema til dig, idet vi håbede at du ville deltage i undersøgelsen om kultur- og fritidsvaner. Så vidt vi kan se har vi ikke modtaget din besvarelse.

Det er meget vigtigt for undersøgelsens resultat at alle deltager, derfor fremsender vi spørgeskemaet til dig igen og håber, at du får tid at besvare spørgsmålene og sende skemaet, så vi har det senest den 8. juni. Hvis vi dit svar inden den 8. juni er du stadig med i lodtrækningen. Hvis svaret er sendt inden for de seneste par dage bedes du se bort fra dette brev.

Spørgeskemaet kan besvares på to måder,

3. I kan besvare spørgeskemaet og returnere det i svarkuerten, porto er betalt.
4. I kan gå ind på Internettet og besvare spørgeskemaet på følgende måde:
 - a. Gå ind på www.gallup.dk/kulturvaner
 - b. Dit barns person ID er følgende: xxxx
 - c. Herefter guides I igennem spørgeskemaet på skærmen
 - d. Hvis der opstår problemer med at logge ind på undersøgelsen vil vi anbefale at besvare og indsende vedlagte skema.

Hvis du har nogle spørgsmål til undersøgelsen, er du velkommen til at ringe til Gallups hotline på tlf. 3915 4275 mandag-fredag kl. 9-16 eller skrive til Helle.damkjaer@tns-gallup.dk

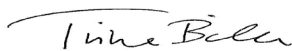
Med venlig hilsen

TNS Gallup

AKF



Leo Andersen, underdirektør



Trine Bille, seniorforsker, ph.d.

Vedlagt:

- Spørgeskema
- Forældreinstruktion
- Svarkuvert

«Titel» «Navn»
«Adresse»
«Postnr» «By»

19. juni 2023

Hvordan er dine kultur- og fritidsvaner?

Med henvisning til den telefonsamtale vi havde med dig for et stykke tid siden, sendte vi et spørgeskema til dig, idet vi håbede at du ville deltage i undersøgelsen om kultur- og fritidsvaner. Hvis du har besvaret vores henvendelse, bedes du se bort fra dette brev.

Det er meget vigtigt for undersøgelsens resultat at alle deltager, derfor fremsender vi spørgeskema til dig igen og vi håber meget, at du kan finde tid til at besvare spørgsmålene og sende skemaet, så vi har det senest den 22. august.

Hvis spørgeskemaet er indsendt rettidigt, deltager du i en ekstra lodtrækning om præmier til en værdi af i alt 5.000 kr. Da der kun er få, der har modtaget dette ekstraordinære påmindelsesbrev er chancerne for at få en præmie forholdsvis stor. Det er af meget stor betydning, at du svarer på spørgeskemaet – alle svar er vigtige uanset, hvor aktiv du er i kultur- og fritidslivet.

Hvis du har nogle spørgsmål til undersøgelsen, er du velkommen til at ringe til Gallups hotline på tf. 3915 4275 mandag-fredag kl. 9-16 eller skrive til Gallup på Helle.damkjaer@tns-gallup.dk

Med venlig hilsen

TNS Gallup

AKF



Leo Andersen, underdirektør



Trine Bille, seniorforsker, ph.d.

Vedlagt:

- Spørgeskema
- Svarkuvert

Præmieliste

Voksne

Ca. 2.000 voksne vil deltage i undersøgelsen. Der er 27 præmier, så gevinstmuligheden er meget stor i forhold til lotterier i almindelighed

1. præmie gavekort værdi kr. 10.000

2. præmie gavekort værdi kr. 5.000

Desuden trækkes lod om 25 gavekort a kr. 1.000

Vinderne får direkte besked. Navnene offentliggøres desuden Gallups hjemmeside www.Gallup.dk. Vinderne får besked og navnene offentliggøres den 17. juni.

TNS – Gallup

Leo Andersen

Præmieliste

Børn

Ca. 650 børn vil deltage i undersøgelsen. Der er 41 præmier, så gevinstmuligheden er meget stor i forhold til lotterier i almindelighed

1. præmie Playstation 2 eller et gavekort værdi kr. 2.000

Desuden trækkes lod om 40 gavekort a kr. 200

Vinderne får direkte besked. Navnene offentliggøres desuden Gallups hjemmeside www.Gallup.dk. Vinderne får besked og navnene offentliggøres den 17. juni.

TNS – Gallup

Leo Andersen

Forældreinstruktion i forbindelse med barnets udfyldelse af spørgeskemaet

Undersøgelsen gennemføres med børn i alderen 7 – 15 år. Det er indlysende, at større børn har lettere ved at besvare spørgsmålene end mindre børn, men selv de større børn har brug for lidt instruktion fra din side. Børn på 11 år og derover med gode læsekundskaber kan i høj grad selv svare på spørgeskemaet, og der vil din rolle i udfyldelsen af spørgeskemaet være noget mindre.

Hvis barnet er under 11 år

1. Det er vigtigt, at du selv svarer på dit eget spørgeskema først, så du selv har været igennem et spørgeskema, inden du skal vejlede dit barn
2. Ved udfyldelsen af spørgeskemaet er det vigtigt, at alle spørgsmål bliver opfattet korrekt. Derfor er det bedst, hvis du sidder sammen med barnet og hjælper til med læsning af spørgeskemaet og besvarelsen af tvivlsspørgsmål
3. Det er vigtigt, at du lader barnet selv formulere sin holdning og besvare spørgeskemaet ud fra sine egne holdninger. Du skal altså søge at få dit barns holdninger frem og selv træde lidt i baggrunden. Husk at alle svar er lige gode, og det er i orden at svare "ved ikke".
4. Ved faktuelle spørgsmål er det vigtigt, at du hjælper til med at huske på, hvornår var det nu det var etc.
5. Det er ikke en god idé at lade barnet svare på spørgeskemaet sammen med en jævnaldrende, da barnet kan lade sine svar påvirke af en kammerat.

Hvis barnet er 11 år eller derover og har gode læsekundskaber

1. Det er vigtigt, at du selv svarer på dit spørgeskema først, så du selv har været igennem t spørgeskema, inden du evt. skal vejlede dit barn
 2. Understreg overfor barnet. At det er vigtigt, at barnet selv formulerer sin holdning og besvare spørgeskemaet ud fra sine egne holdninger. Det er således ikke en god idé at barnet svarer på spørgeskemaet sammen med en jævnaldrende, da barnet kan lade sine svar påvirke af en kammerat.
- 2-3.** Understreg at alle svar er lige gode, og det er i orden at svare "ved ikke".
- 3-4.** Ved faktuelle spørgsmål er det vigtigt, at du hjælper til med at huske på, hvornår var det nu det var etc.

Mest vigtigt er det måske, at du motiverer dit barn til at svare på spørgeskemaet og gør det til en god og positiv oplevelse. Held og lykke med udfyldelsen af spørgeskemaet!

