

NOVUS

Ideella julklappar 2017

Kontakt: Annika Prine

Kontakt Novus: Jon Jakobsson/Peter Blid

Datum: 17 november 2017



Bakgrund & Genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av FRII. Syftet med undersökningen är bland annat att kartlägga allmänhetens inställning till att ge bort och att få en gåva från en ideell organisation i julklapp.

MÅLGRUPP/GENOMFÖRANDE

Målgruppen för undersökningen är den svenska allmänheten 18-79 år. Totalt har 1080 intervjuer genomförts under perioden 9-15 november 2017. Deltagarfrekvensen 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, region). Resultatet är efterstratifierat.

Felmarginalen:

Vid 1 000 intervjuer:

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

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

Vid 500 intervjuer:

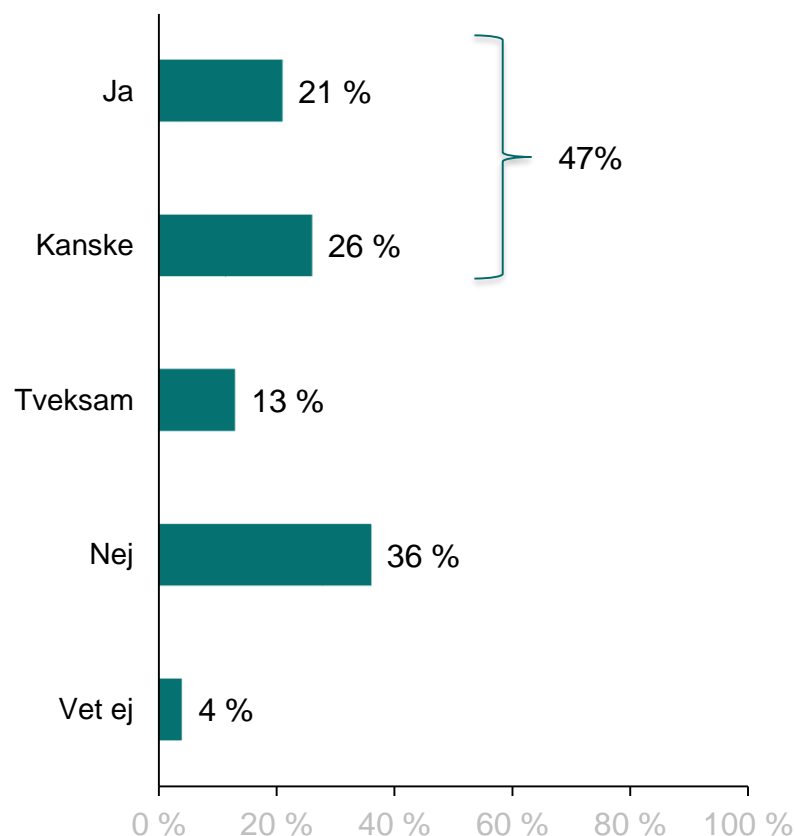
Vid utfall 20/80: +/- 3,6%

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

Resultat

Nära hälften tror att de åtminstone kanske kommer att ge någon en julklapp som är en gåva till en ideell organisation i år

Fråga: Tror du att du kommer ge någon en julklapp i år som är en gåva till en ideell organisation?
(t.ex. gåvobevis, en sak från en gåvoshop eller annat kopplat till insamling/ideell organisation)



Signifikanta skillnader

Följande undergrupper uppger i högre grad att de...

...kommer att ge någon en julklapp i år som är en gåva till en ideell organisation:

- **Kvinnor** (26%)
- **65-79-åringar** (28%)
- **Högutbildade** (25%)

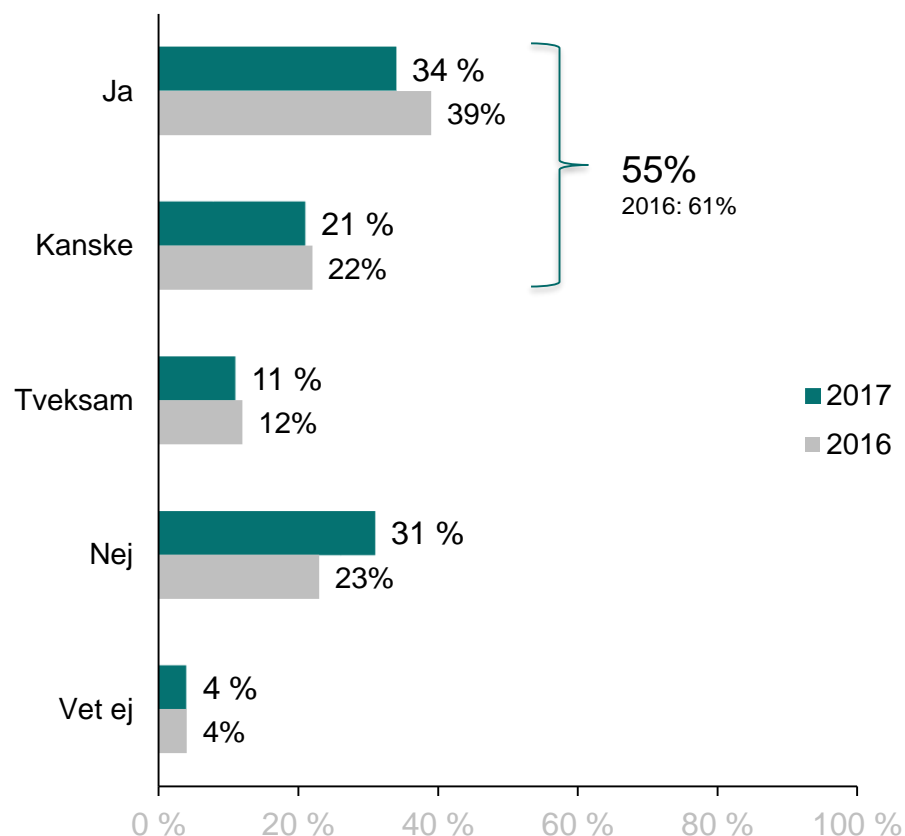
...inte att kommer att ge någon en julklapp i år som är en gåva till en ideell organisation:

- **Män** (44%)

Drygt hälften är positiva till att själva få en julklapp som är en gåva till en ideell organisation

Fråga: Skulle du själv vilja få en julklapp som är en gåva till en ideell organisation?

(t.ex. gåvobevis, en sak från en gåvoshop eller annat kopplat till insamling/ideell organisation)



Signifikanta skillnader

Följande undergrupper instämmer i en högre grad i att de..

skulle vilja få en julklapp som är en gåva till en ideell organisation.

- **Kvinnor** (44%)
- Personer verksamma i **offentlig sektor** (40%)
- Personer bosatta i **Stockholm** (41%)

inte skulle vilja få en julklapp som är en gåva till en ideell organisation.

- **Män** (37%)

En av fem skulle helst ge bort en julklapp som är en gåva till en ideell organisation till sin mamma

Fråga: Till vem eller vilka av nedanstående skulle du kunna tänka dig att helst ge bort en julklapp, som är en gåva till en ideell organisation?

(flera val möjliga)



Signifikanta skillnader

I följande undergrupper instämmer en högre andel i att de skulle vilja ge bort till:

sin mamma

- **18-29** år och **30-49** år (37% och 26%)

närstående släktingar

- **Kvinnor** (29%)
- **18-29** år (33%)
- **30-49** år (25%)
- Personer bosatta i **Stockholm** (27%)

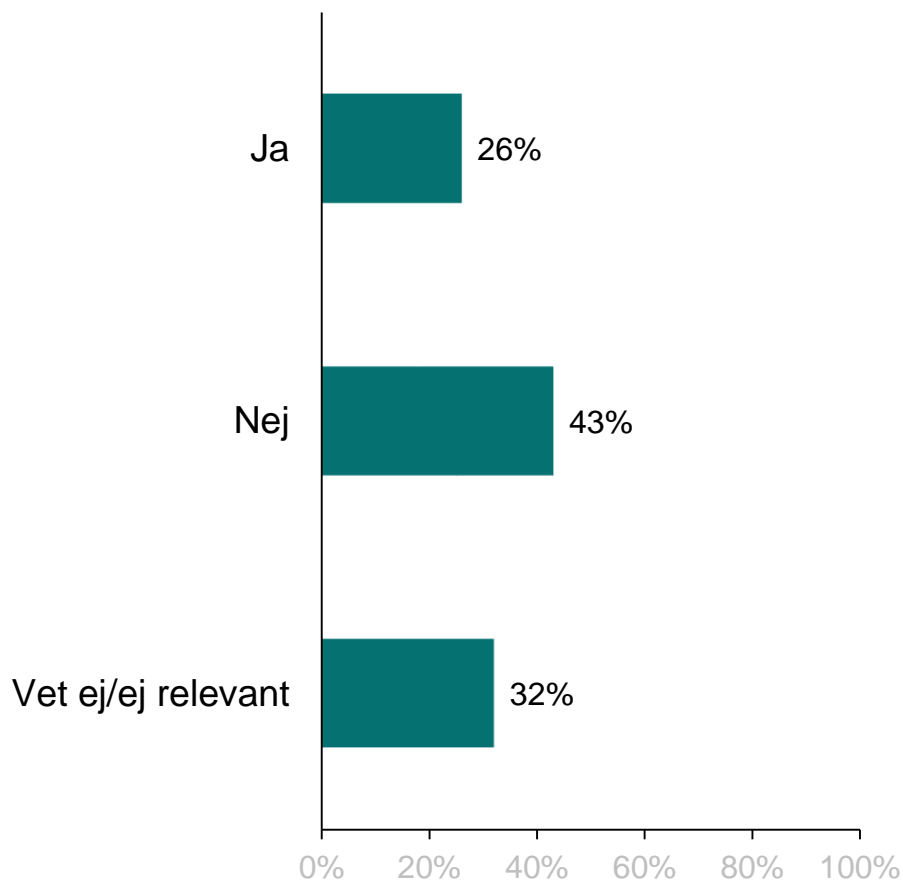
sin partner

- **50-64** år (26%)
- Personer bosatta i **Sydsverige** (24%)

Frågor till arbetare och tjänstemän

En fjärdedel uppger att arbetsgivaren skänker pengar till ideell organisation i samband med jul

Fråga: Brukar din arbetsgivare skänka pengar till ideell organisation i samband med jul?



Signifikanta skillnader

I följande undergrupper svarar en högre andel:

JA

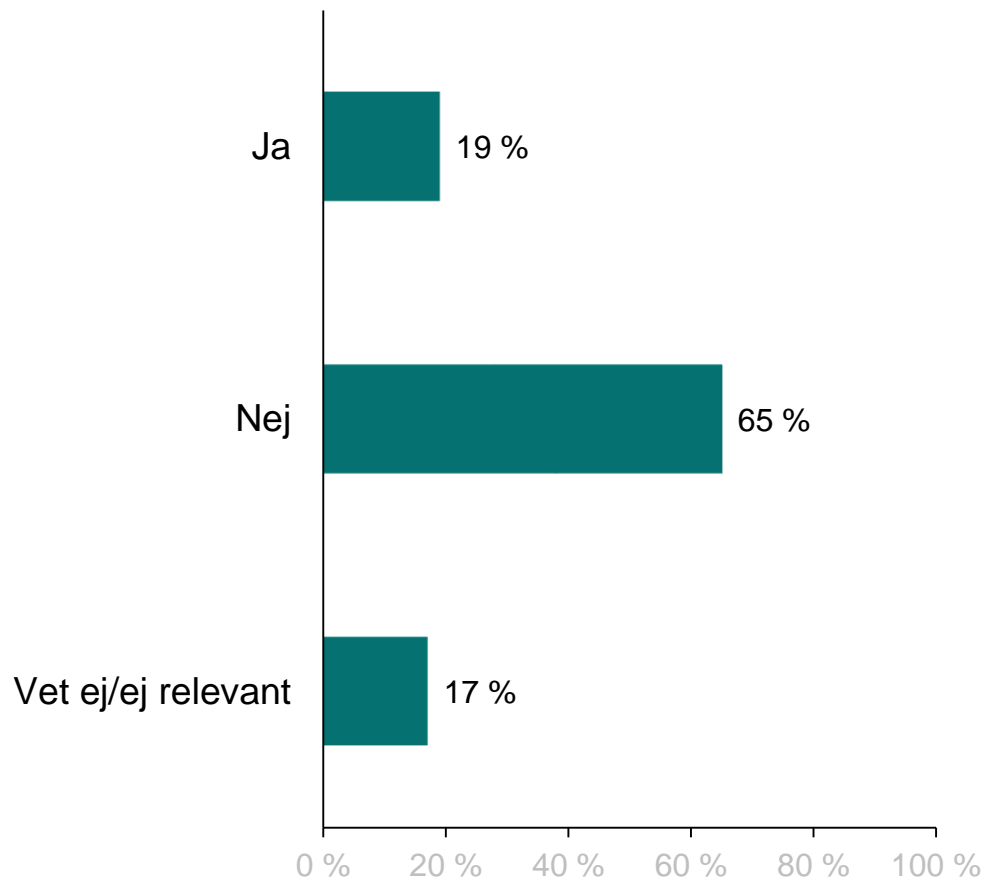
- Personer bosatta i **Västsverige** (35%)
- Personer verksamma inom **tillverkning/industri** (39%)
- **Privat sektor** (39%)

NEJ

- **Kvinnor** (47%)
- **Högutbildade** (48%)
- **Offentlig sektor** (60%)
- Personer verksamma inom **vård och omsorg** (62%)

Bas: De som svarar att arbetsgivaren brukar skänka pengar till ideell organisation i samband med jul
Nära två av tre svarar att medarbetare inte kan påverka till vilken ideell organisation/ändamål som arbetsgivarens gåva ska skänkas till

Fråga: Får ni som medarbetare påverka till vilken ideell organisation eller vilket ändamål som företagets/organisationens gåva ska skänkas till?

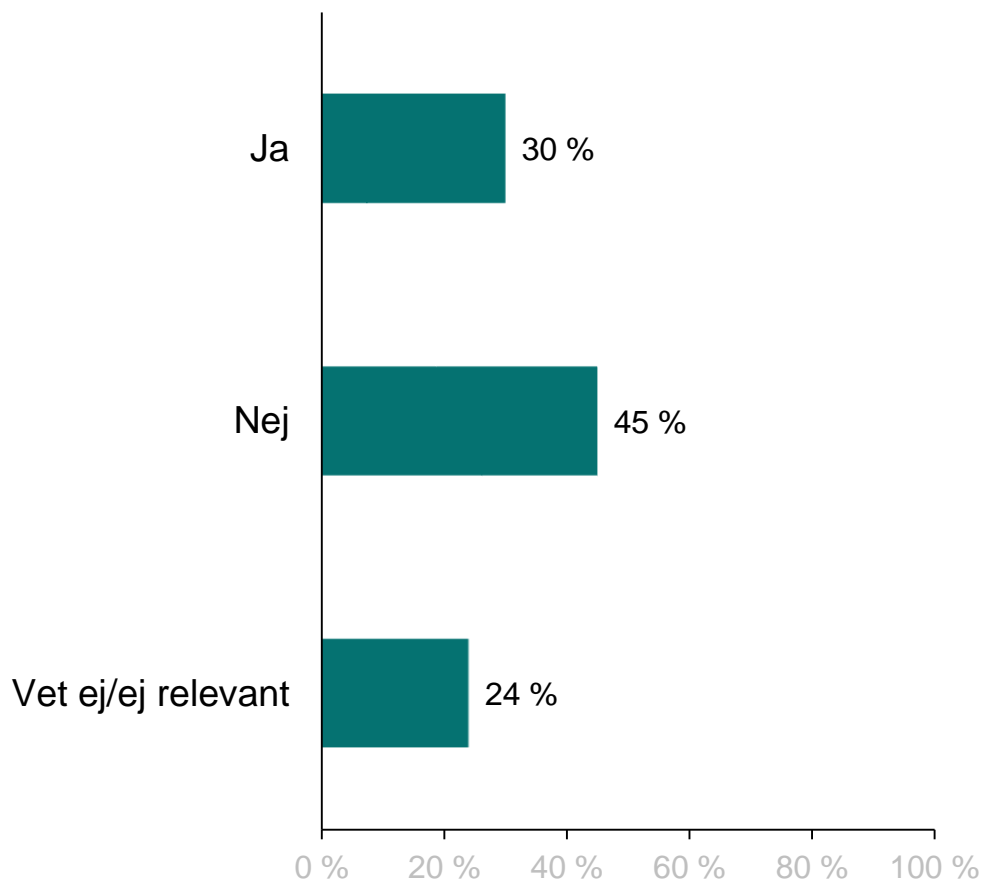


BAS: De som svarar att arbetsgivaren brukar skänka till ideell organisation i samband med jul (n=162)

Bas: De som svarar att arbetsgivaren *inte* skänker pengar till ideell organisation i samband med jul

Tre av tio tycker att arbetsgivaren ska skänka pengar till någon ideell organisation i samband med jul

Fråga: Tycker du att arbetsplatsen du jobbar på ska skänka pengar till någon ideell organisation i samband med jul?



Signifikanta skillnader

I följande undergrupper svarar en högre andel:

JA

- Privat sektor (40%)

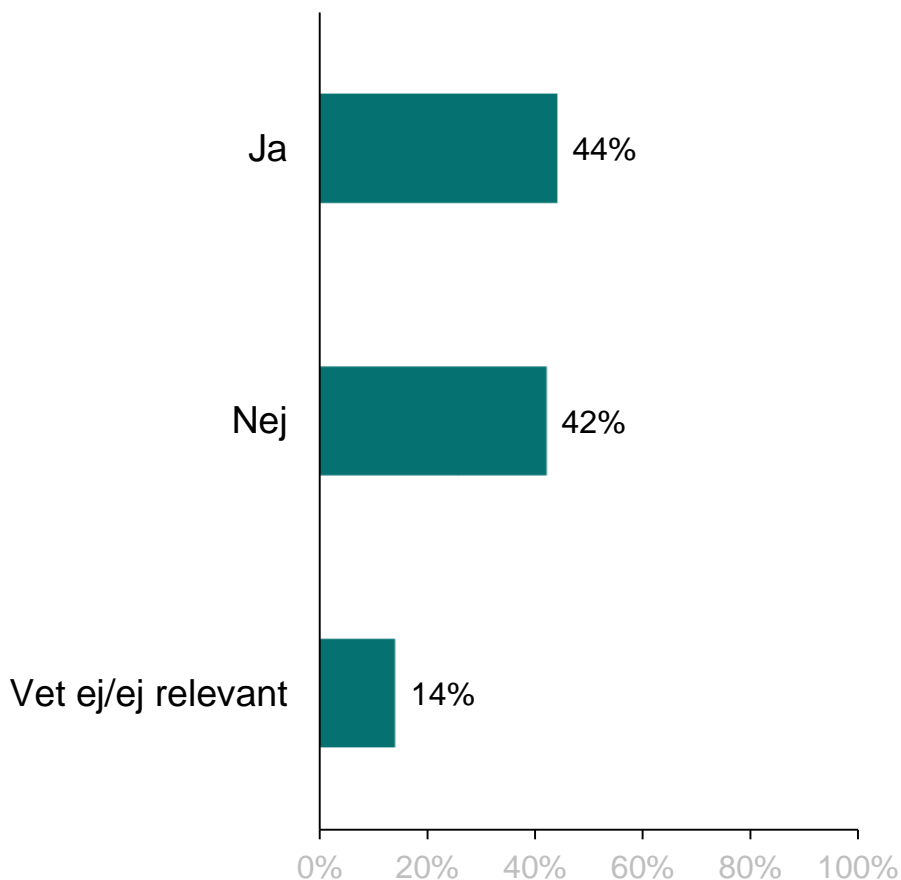
NEJ

- Män (57%)

BAS: De som svarar att arbetsgivaren inte skänker till ideell organisation i samband med jul (n=271)

Drygt fyra av tio får någon form av personlig julklapp av sin arbetsgivare i samband med jul

Fråga: Får du som medarbetare någon personlig julklapp av din arbetsgivare i samband med jul?



Signifikanta skillnader

I följande undergrupper svarar en högre andel:

JA

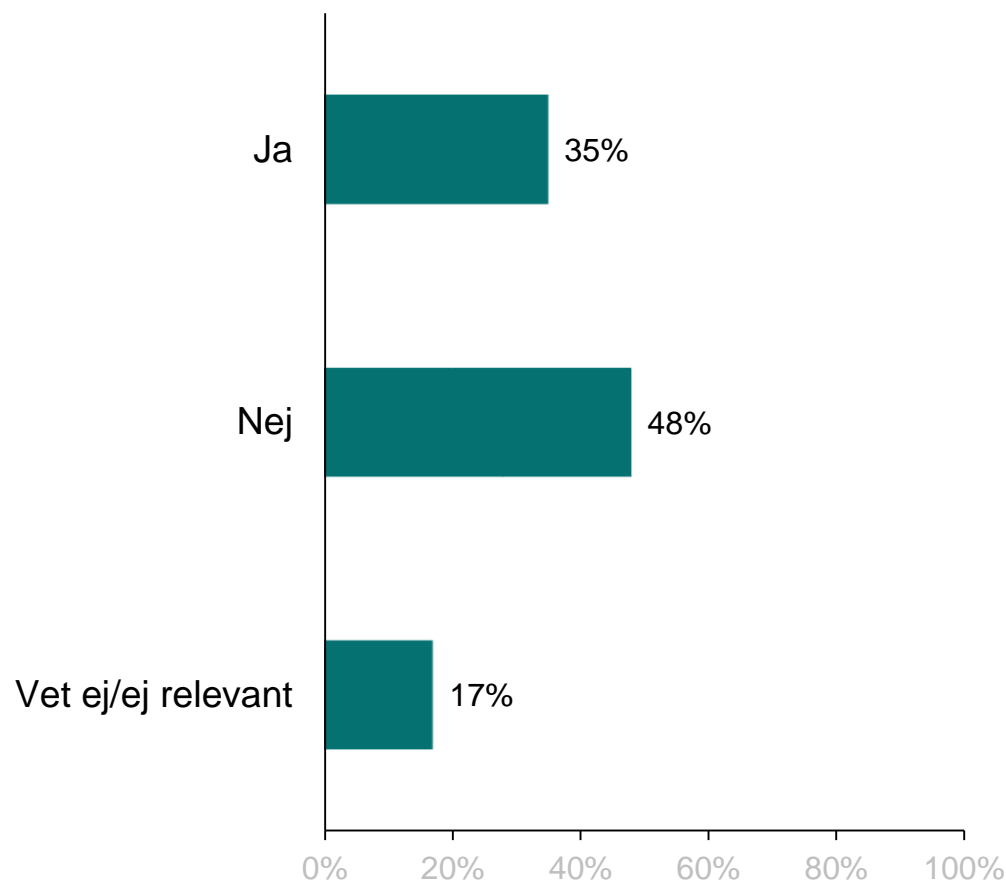
- Personer med högst **gymnasieutbildning** (53%)
- **Privat sektor** (50%)

NEJ

- **50-64-åringar** (50%)
- **Högutbildade** (47%)
- **Offentlig sektor** (50%)
- Personer verksamma inom **vård/omsorg** (51%)

Hälften av de som får julklapp av arbetsgivaren kan inte välja att skänka julklappen/motsvarande belopp till en ideell organisation

Fråga: Kan du välja att skänka din julklapp eller motsvarande belopp som du får av arbetsgivaren till en ideell organisation?

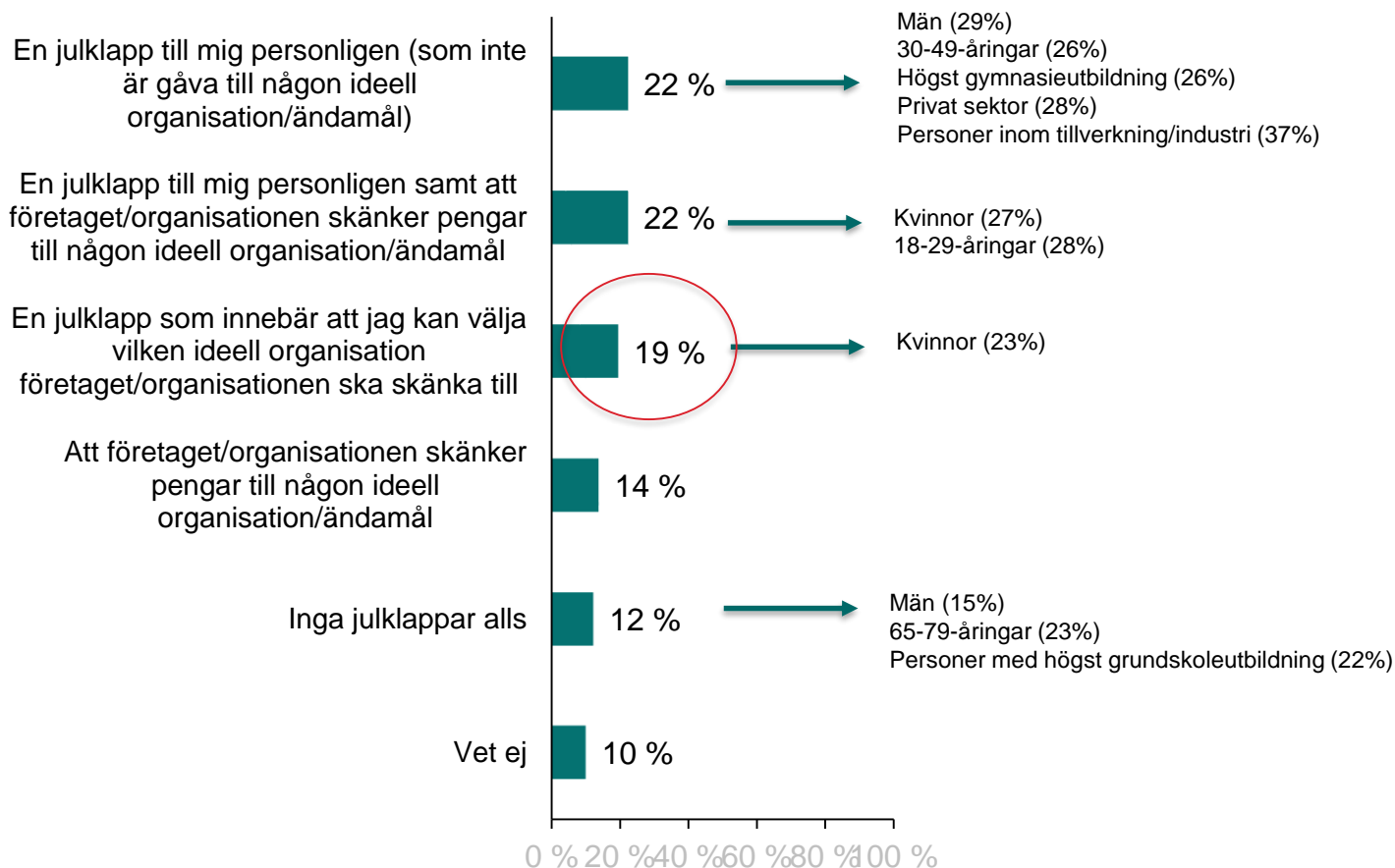


BAS: Får personlig julklapp av arbetsgivare i samband med jul (n=277)

Efterfrågade julklappar från en arbetsgivare

En av fem skulle föredra en julklapp som innebär att man själv kan vilja vilken ideell organisation arbetsgivaren ska skänka till

Fråga: Vilken av följande julklappar från din arbetsgivare skulle du helst föredra? Även om du inte arbetar för tillfället så utgå från hur du skulle vilja ha det.



BAS: Samtliga (n=1080)

Kort sammanfattning

Frågor till samtliga

- Nära hälften tror att de åtminstone kanske kommer att ge någon en julklapp som är en gåva till en ideell organisation i år
- Drygt hälften är positiva till att själva få en julklapp som är en gåva till en ideell organisation
- En av fem skulle helst ge bort en julklapp som är en gåva till en ideell organisation till sin mamma
- En av fem skulle föredra en julklapp som innebär att man själv kan vilja vilken ideell organisation arbetsgivaren ska skänka till

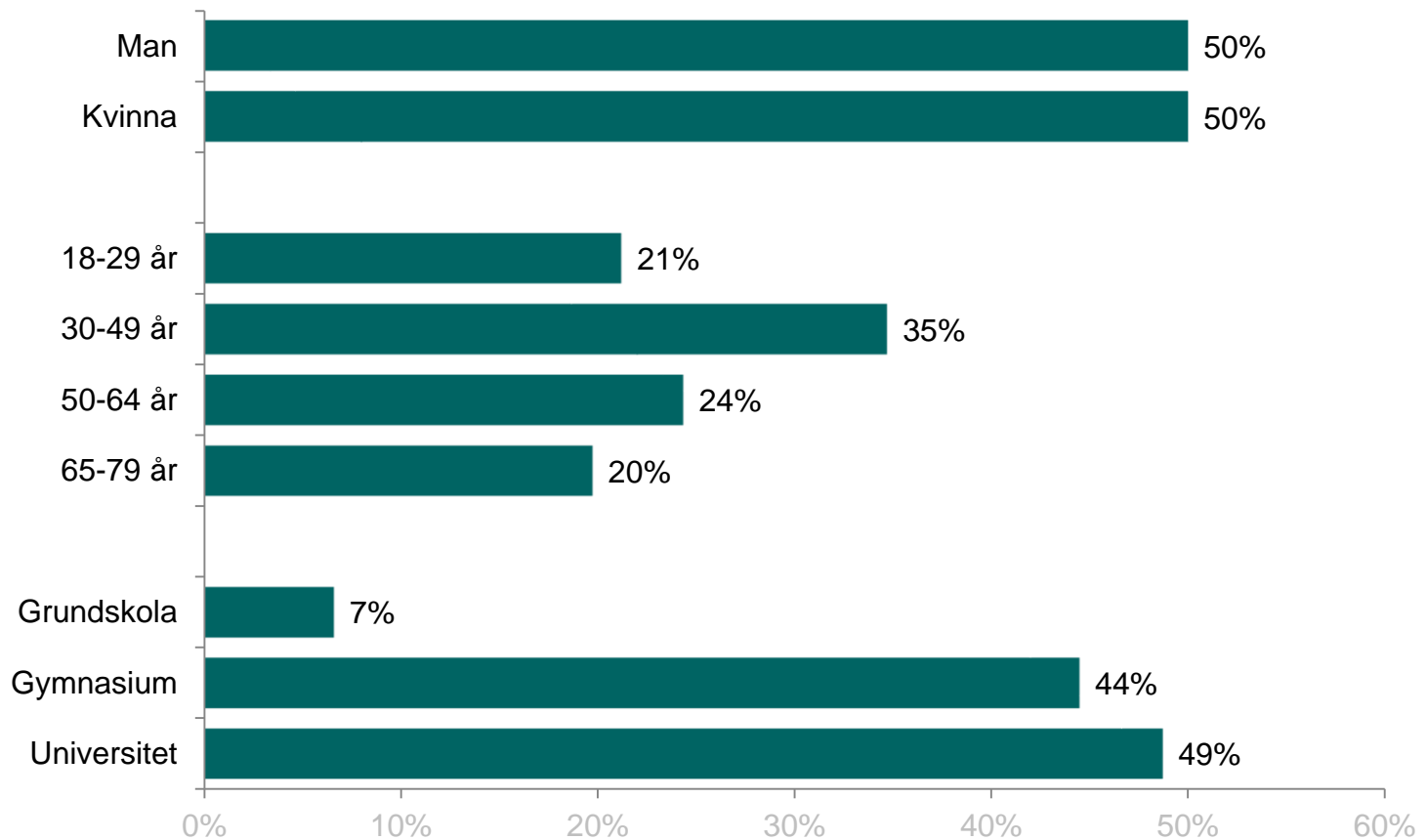
Frågor till arbetare/tjänstemän

- En fjärdedel uppger att arbetsgivaren skänker pengar till ideell organisation i samband med jul
- Bas: De som svarar att arbetsgivaren brukar skänka pengar till ideell organisation i samband med jul
Nära två av tre svarar att medarbetare inte kan påverka till vilken ideell organisation/ändamål som organisationens gåva ska skänkas till
- Bas: De som svarar att arbetsgivaren inte skänker pengar till ideell organisation i samband med jul
Tre av tio tycker att arbetsgivaren ska skänka pengar till någon ideell organisation i samband med jul
- Drygt fyra av tio får någon form av personlig julklapp av sin arbetsgivare i samband med jul
- Hälften av de som får julklapp av arbetsgivaren kan inte välja att skänka julklappen/motsvarande belopp till en ideell organisation

Bakgrund

Bakgrundsfrågor

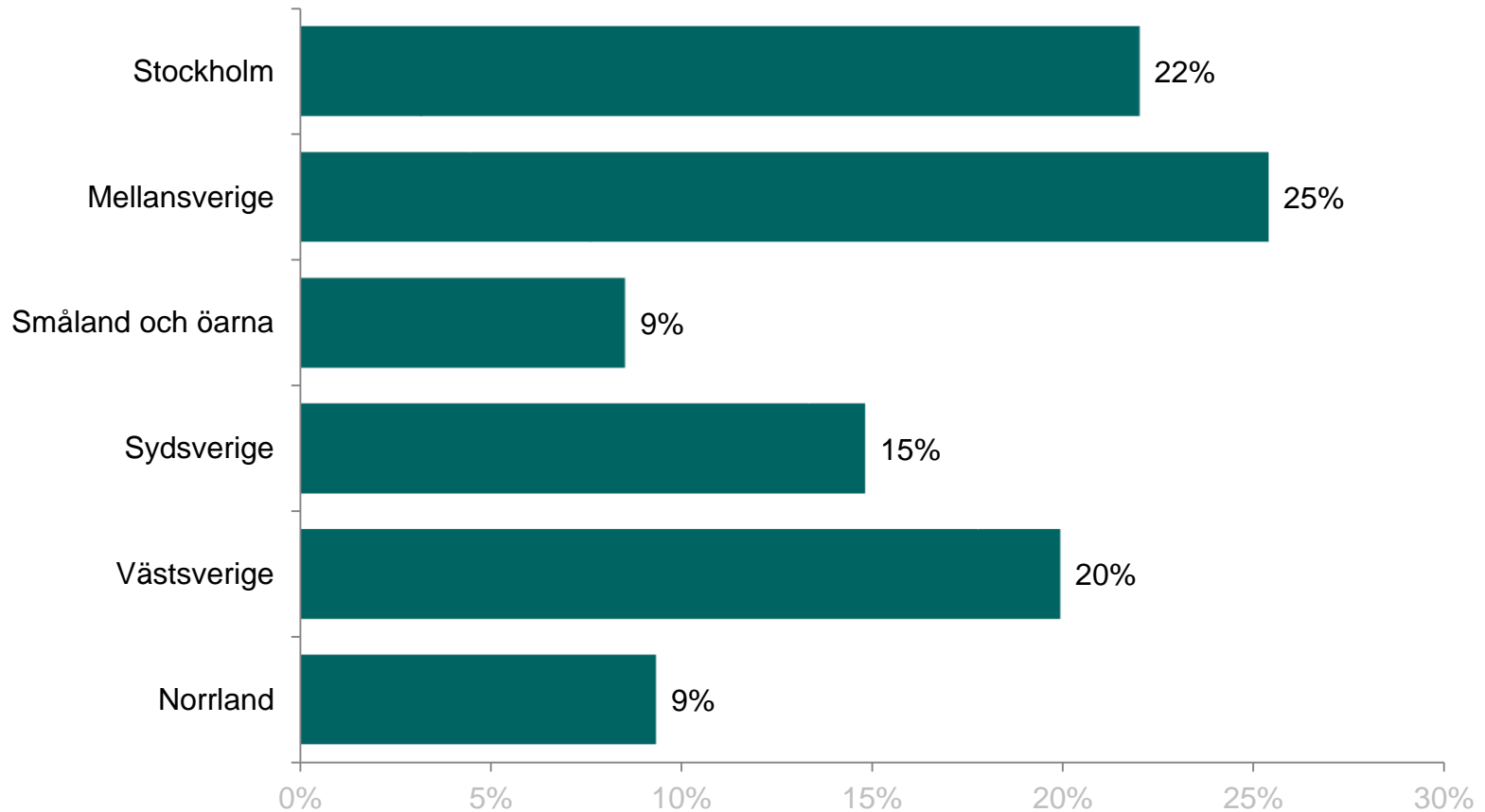
Kön, ålder och utbildning



BAS: Samtliga (n=1080)

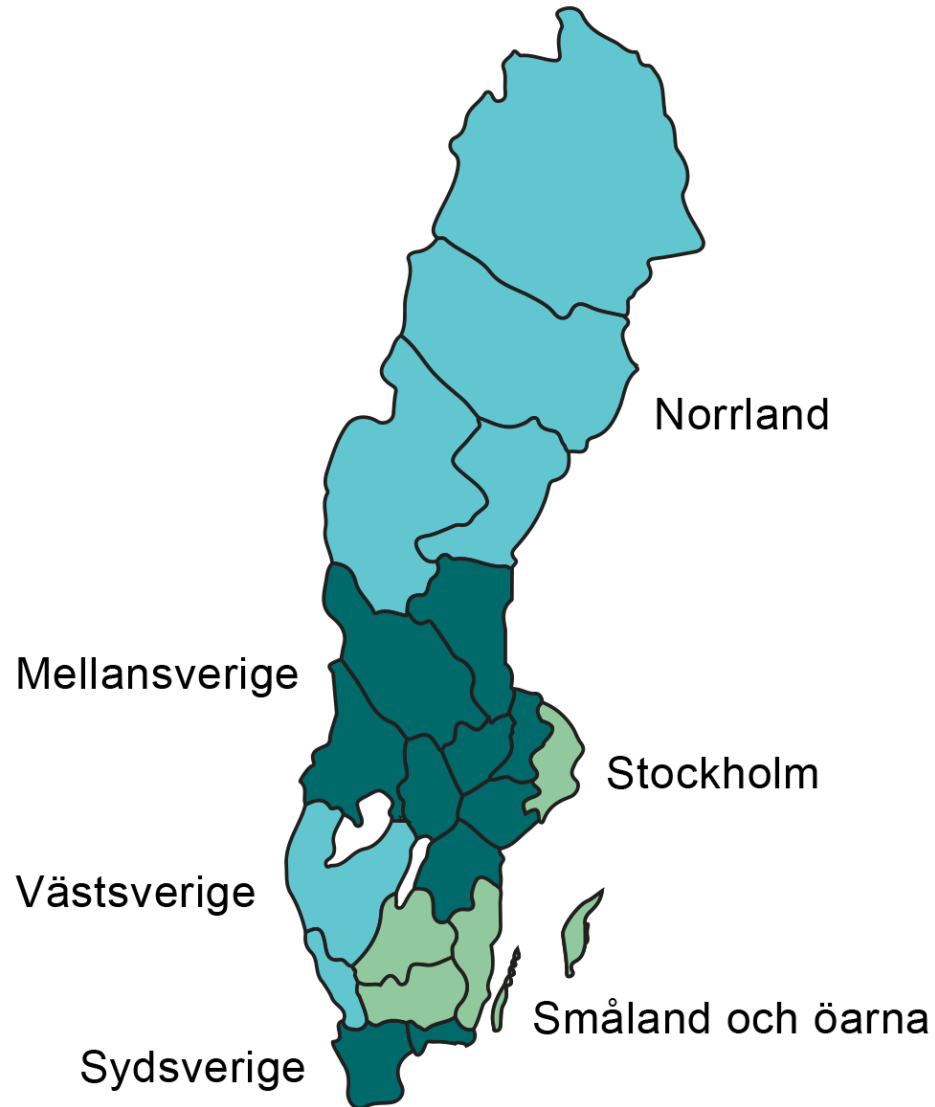
Bakgrundsfrågor

Geografi



BAS: Samtliga (n=1080)

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 avhjälpas 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.

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.



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.

 **NOVUS**



 **NOVUS**