



Foto: Peter Dahlerup
Copyright Schultz Information



INTERVIEWUNDERSØGELSER – FRA HJEMMEBESØG TIL INTERNET

I 1970'erne gik Danmarks Statistik ud og besøgte folk med spørgeskemaer under armen. Siden kom telefonen i brug og i dag foregår det meste over internettet.

Af Kim Brehnholt Hansen

Interviewundersøgelser i Danmarks Statistik har gennemgået en stor udvikling gennem de sidste årtier. En udvikling der er gået hånd i hånd med de teknologiske fremskridt og som har øget både effektivitet og muligheder inden for interviewundersøgelser.

» Der er nogle grupper, som vi kan have svært ved at finde telefonnumre på. Det gælder specielt unge mennesker, så dem får vi i højere grad med over nettet.

Danmarks Statistik laver over 100.000 interviews om året. Nogle bliver til ved hjælp af internettet, mens andre bliver lavet over telefonen. De fleste undersøgelser er i dag en kombination mellem de to metoder, en såkaldt mixed-mode survey. Men sådan har det ikke altid været.

Metoderne til at få svarene i hus har ændret sig en del gennem årene og har løbende tilpasset sig ny teknologi.

Da Danmarks Statistik i 1970'erne begyndte at lave interviewundersøgelser, oprettede man, i samarbejde med Socialforskningsinstituttet, et korps af interviewere, som tog ud og besøgte folk i deres hjem med spørgeskemaer under armen. Den metode blev brugt frem til starten af 1990'erne, hvor telefoninterviews overtog hjemmebesøgene.

Mobiltelefoner – en udfordring

De næste 10 år blev stort set alle interviews lavet over telefonen, men den metode blev mere og mere udfordret af den stigende brug af mobiltelefoner. Problemet er, at folk med mobiltelefoner

oftere skifter numre, der kan være adskillige mobiltelefoner tilknyttet samme adresse og ofte er telefonerne oprettet i andres navne. Det er alt sammen med til at besværliggøre interviewprocessen og ikke mindst gøre den mere kostbar. Derfor benytter Danmarks Statistik i dag i stigende grad internettet i kombination med telefoninterviews. Det fortæller Isak Isaksen, der er kontorchef i Interviewservice i Danmarks Statistik.

Internettet får overtaget

Langsomt men sikkert har internettet halet ind på telefonen som respondenternes foretrukne måde at deltage i undersøgelser på. For fem år siden var det omkring 25 pct. af besvarelserne, der kom ind via internettet. I dag er det omkring 50 pct. Den tendens medfører en række fordele. For det første er det billigere, at lave undersøgelserne over nettet, og for det andet er det lettere at få fat i nogle bestemte grupper.

- Der er nogle grupper, som vi kan have svært ved at finde telefonnumre på. Det gælder specielt unge mennesker, så dem får vi i højere grad med over nettet. Ud



over personundersøgelser laver vi også en del virksomhedsundersøgelser, hvor det tit er ledere, vi skal have fat på. Der kan vi se, at det er en stor fordel, at de selv kan vælge tidspunkt at udfylde skemaet på, fortæller Isak Isaksen.

Internettet har også sine svagheder

Men de nye metoder medfører også nye udfordringer.

- Vi kan se, at kvaliteten af svarene i nogle tilfælde er bedre på internettet. Det gælder for eksempel, når det drejer sig om oplysninger af mere følsom karakter, som

for eksempel indkomst. Der er det lettere at få folk til at svare over nettet end over telefonen. På nogle områder er der dog problemer med at kombinere de to undersøgelsesformer. Det gælder fx når vi beder folk om at tage stilling til, hvor tilfredse eller utilfredse de er med et eller andet. Der er nemlig en tendens til, at folk på nettet svarer mere yderligtgående, hvor de over telefonen er mere midtsøgende.

Det er noget, man diskuterer meget blandt forskere, og som vi er nødt til at være opmærksomme på, fortæller Isak Isaksen.

Hvilken vej blæser vinden?

Men uanset de forskellige fordele og ulemper er der ingen tvivl om, hvilken vej vinden blæser i forhold til interviewundersøgelser i fremtiden.

- Jeg er sikker på, at internettet i de kommende år vil vinde stadig mere terræn i vores undersøgelser. Vi vil stadig skulle supplere med telefoninterviews, men det vil blive i stadig mindre grad, vurderer Isak Isaksen. ■

Vidste du, at...

FAKTA #1

... det som kunde er muligt at købe sig ind med tillægsspørgsmål på den såkaldte omnibusundersøgelse? Det er en billig måde at gennemføre mindre undersøgelser med høj kvalitet.

Hvis man kun har behov for at stille få spørgsmål, så kan man med fordel benytte omnibusundersøgelsen, som kører hver måned med 1.000 interviews hver gang.

Selvom de 1.000 interviewede faktisk repræsenterer den danske befolkning, så får man alligevel en opregning til hele befolkningen med i købet.

KONTAKT:

Kontorchef
Isak Isaksen
Interviewservice
kii@dst.dk
Tlf. 3917 3271