



Alkoholindex: om undersökningen

IQs Alkoholindex är en årligt återkommande undersökning om attityden till alkohol i Sverige, med betoning på berusningsdrickande i olika situationer. Det huvudsakliga syftet är att följa hur synen på alkohol förändras över tid. Undersökningen genomförs av opinionsinstitutet Novus på uppdrag av IQ.

Nio frågor bildar Alkoholindex

Alkoholindex är ett samlat mått på svenskarnas attityder till alkohol, med betoning på berusning. Indexet skapas från svaren på nio frågor om vad människor tycker är rätt eller fel när det gäller alkohol i olika situationer.

- Att någon gång emellanåt dricka så att man känner sig påverkad
- Att någon gång emellanåt bli berusad på privata fester
- Att någon gång emellanåt bli berusad på en firmafest
- Att sälja öl och vin till publiken på större sportevenemang
- Att ge alkohol i present till någon man inte känner så väl
- Att bli berusad när man äter middag på restaurang
- Att någon gång dricka så mycket att man mår dåligt dagen efter
- Att bli berusad när barn är med
- Att någon gång dricka så mycket, att man efteråt har svårt att komma ihåg hur mycket det faktiskt blev

Frågorna ställs som påståenden och svaren anges utifrån en skala där intervjupersonerna graderar i vilken grad de tycker påståendet är fel eller rätt. En mer återhållsam attityd till alkohol resulterar i ett högre indexvärde. Genom att svara "helt fel" genereras det högsta indexvärdet, medan svaret "helt rätt" ger det lägsta indexvärdet, vilket är den mest tillåtande attityden till alkohol. Om alla svarade "helt fel" på alla frågor skulle indexvärdet bli 100. Om alla svarade "helt rätt" skulle det bli 0. Indexet beräknas på respondentnivå och presenteras sen som ett medelvärde. Alla nio frågor viktas lika och har därmed samma betydelse i uträkningen av indexet.

Fem frågor bildar Vardagsindex

Förutom Alkoholindex tas även Vardagsindex fram. Indexet består av fem frågor, som fokuserar på attityden till att dricka alkohol på vardagar. Svartalternativ och beräkningsmodell är desamma som för Alkoholindex.

- Att dricka ett eller två glas vin/öl för att koppla av en vardagskväll
- Att dricka ett eller två glas vin/öl till middagen en vardagskväll
- Att träffa vänner "på stan" och ta ett eller två glas vin/öl på vardagar
- Att dricka något glas vin/öl till lunch på vardagar
- Att dricka ett eller två glas vin/öl två eller flera vardagar i veckan



2019 introducerades Vardagsindex med fem frågor, tidigare bestod detta index av tre frågor. Dock har alla fem frågor ställts sedan tidigare så jämförelsevärden finns sedan 2015.

Frågor om normer

Utöver frågorna i Alkoholindex och Vardagsindex får intervjupersonerna uppge hur de ställer sig till följande situationer:

- Att vid enstaka tillfällen bjuda ungdomar under 18 år i den egna familjen på alkohol
- Att någon gång köra bil när man druckit ett glas vin eller en öl
- Att dricka något glas vin eller öl när man är gravid
- Att på arbetstid skåla i mousserande vin när det går bra på jobbet

Undersökningen 2019

Resultat för 2019 är baserat på 4 141 intervjuer genomförda via Novus Sverigepanel. Intervjuerna är genomförda med slumpmässigt urval från panelen av män och kvinnor som är 16 år och äldre. På totalnivå innebär det att felmarginalen som högst är +/-1,5 procentenheter.

Undersökningen genomfördes med webbintervjuer. Webbenkäten scriptades av Novus. Ett slumpmässigt urval ur Novus Sverigepanel dras. Dessa fick en inbjudan till undersökningen via mejl. I mejlet fanns dels en kort introduktion samt en länk till formuläret. Respondenterna kunde svara på alla frågor i enkäten på en gång, eller pausa för att sedan gå tillbaka till formuläret vid ett senare tillfälle.

Antalet intervjuer fördubblades från och med 2018 års undersökning för att göra resultatet nedbrytbart på ytterligare undergrupper, exempelvis på länsnivå. För att kunna studera skillnader mellan de olika grupperna har bakgrundsinformation om bland annat kön, ålder, utbildning och sysselsättning samlats in. Undersökningen genomförs under samma fältperiod varje år, 17-30 maj. 2019 skickades två påminnelser ut till de inbjudna som ännu inte slutfört enkäten. Totalt svarade 4 141 personer på undersökningen av 5 862 inbjudna, vilket ger en deltagarfrekvens på cirka 71 procent.

Deltagar- och svarsfrekvens

I rapporten presenteras en deltagarfrekvens, det vill säga den andel som svarat på undersökningen av de som blivit inbjudna. Inbjudan skickades till ett urval ur Novus Sverigepanel. Samtliga som ingår i Novus Sverigepanel har vid tidigare tillfälle blivit rekryterad till att ingå i panelen. Denna undersökning har därmed ett urval framtaget i två steg. Först ett slumpmässigt urval ur befolkningsregister för att få ingå i Novus Sverigepanel, därefter ett slumpmässigt urval från panelen till denna specifika undersökning.

Det första urvalet, för rekrytering till Novus Sverigepanel, är ett slumpmässigt personurval som nummersatts och sedan använts i undersökningar och för att rekrytera respondenter till Novus Sverigepanel. Novus genomför varje vecka regelbundna och löpande undersökningar där liknande urval som detta tillämpas.



Novus webbpanel uppdateras kontinuerligt vilket innebär ständigt pågående nyrekrytering av medlemmar till Sverigepanelen. Novus definierar en aktiv medlem, som en person som svarat på minst en undersökning under det senaste kvartalet. Rekrytering sker löpande under året, främst via telefon. Extra insatser görs för målgrupper som exempelvis är svåra att nå eller hitta telefonnummer till. Personer som Novus inte kan få tag på kontaktas via sms. Där det inte finns ett mobilnummer sker den extra kontakten via brev. I genomsnitt når Novus löpande undersökning, där rekryteringen sker, en svarsfrekvens på cirka 50 procent. Av de som svarar vill cirka 20 procent ingå i Novus Sverigepanel för att vid senare tillfällen svara på nya undersökningar.

Bortfall

Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrider resultatet. Undersökningen är åsiktsmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas (detta är möjligt då paneldeltagarna rekryterats via slumpmässigt urval), och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen.

Det man vanligen ser i webbpanelundersökningar är att den yngre åldersgruppen i lägre grad svarar på inbjudningar, en företeelse man även ser i denna undersökning. I denna undersökning är det ändå en klar majoritet av de inbjudna i den yngsta åldersgruppen som svarat.

De inkomna svaren jämförs med befintlig statistik kring hur populationen bör se ut, eventuella skevheter i datan korrigeras via viktning. Novus utgår då från insamlade stickprov och jämför demografiska variabler som kön och ålder, geografi, utbildningsnivå samt attityder genom att se till vilket parti man röstade på vid senaste val jämfört med målpopulationens. Där Novus främst behöver korrigera upp i denna undersökning är personer som saknar avslutad utbildning. Resultatet korrigeras ned för den äldre åldersgruppen.

Metodbyte 2016

Inledningsvis genomfördes denna undersökning med telefonintervjuer, som vid den tidpunkten ansågs vara den bästa metoden. Med fallande svarsfrekvenser på telefon och ökade möjligheter för webbgenomförande genomfördes efter flera års förarbete med jämförande studier ett metodbyte från telefonintervjuer till webbintervjuer inför undersökningen 2016. Vid bytet genomfördes en parallell telefonundersökning för att bekräfta resultaten. Alkoholindexet rörde sig då åt samma håll, samma slutsats hade dragits med ett genomförande på telefon.

Det finns dock små skillnader mellan de två metoderna. Jämförelser av resultaten 2015 och 2016 mellan telefonintervjuer och webbintervjuer visar att Alkoholindexvärdet blev något lägre med webbintervjuer än via telefonintervjuer. Det pekar alltså på att människor är något mer tillåtande till alkohol på webben och mer avståndstagande på telefon. I metodstudien kom Novus fram till två huvudsakliga orsaker till detta:

Dryckesfrekvens; generellt sett är det en något högre andel på telefon som svarar att de dricker alkohol sällan eller aldrig. Det vill säga i de insamlade stickproven nås fler som dricker mindre på telefon än via webben. Därmed finns en förskjutning mot en lägre dryckesfrekvens på telefon



jämfört med webb. Om man genom viktning jämför dryckesfrekvensen mellan metoderna, blir skillnaderna på indexet betydligt mindre.

Intervjuareffekt; i telefonintervjuer kan svaren påverkas om frågorna är känsliga. Respondenten ger eventuellt ett mer "korrekt" svar utifrån sociala normer.

Novus anser att skillnaderna mellan de båda metoderna är inom felmarginalen för Alkoholindex. Vilket värde som egentligen är det mest korrekta är därmed svårt att avgöra. Jämförbarhet av resultat mellan metoderna, det vill säga från och med 2016 med resultat före 2016 bör göras med vetskapen kring metodbytet, och den då något ökade osäkerheten.