

Anne Illemann Christensen  
Maj Bekker-Jeppesen  
Heidi Amalie Rosendahl Jensen  
Knud Juel

Statens  
Institut  
for  
**Folkesundhed**

# Variationer i deltagelsesprocenter i Den Nationale Sundhedsprofil 2013



## Variationer i deltagelsesprocenter i Den Nationale Sundhedsprofil 2013

Anne Illemann Christensen  
Maj Bekker-Jeppesen  
Heidi Amalie Rosendahl Jensen  
Knud Juel

Copyright © 2016  
Statens Institut for Folkesundhed,  
Syddansk Universitet

Grafisk design: Trefold

Uddrag, herunder figurer og tabeller, er  
tilladt mod tydelig gengivelse. Skrifter, der omtaler,  
anmelder, citerer eller henviser til nærværende  
publikation, bedes sendt til  
Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet.

Elektronisk ISBN: 970-87-7899-330-4

Statens Institut for Folkesundhed  
Øster Farimagsgade 5A, 2. sal  
1353 København K  
[www.si-folkesundhed.dk](http://www.si-folkesundhed.dk)

Rapporten kan downloades fra  
[www.si-folkesundhed.dk](http://www.si-folkesundhed.dk)

# Forord

Forsøg på at monitorere befolkningens sundheds- og risikoadfærd har længe været plaget af lavere og lavere interesse i at besvare spørgeskemaer i befolkningen. Hvor man i 1970'erne og 1980'erne havde deltagelsesprocenter på op til 80, har mange af de senere undersøgelser en deltagelsesprocent på under 50, hvilket selvfølgelig kompromitterer muligheden for at få et klart billede af sundhed og sygelighed i hele befolkningen. I den seneste nationale sundhedsprofil undersøgelse har det desuden vist sig, at der er ganske store forskelle i andele af befolkningen, der besvarer spørgeskemaer, afhængig af hvor i landet, de udføres, og hvordan de udføres.

Denne rapport præsenterer resultaterne fra en undersøgelse, der belyser, hvilke faktorer der kan være med til at forklare variationen i deltagelsesprocenten mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve i Den Nationale Sundhedsprofil 2013. Den Nationale Sundhedsprofil 2013 er baseret på seks gensidigt udelukkende stikprøver. En stikprøve til hver region og en stikprøve, der omfatter hele Danmark (en national stikprøve). I de fem regionale stikprøver varierer deltagelsen fra 43 % i Region Hovedstaden til 65 % i Region Syddanmark. Opdeles den nationale stikprøve på regioner, ses en variation i deltagelsen fra 55 % i Region Hovedstaden til 59 % i Region Syddanmark og Region Midtjylland. Formålet med denne rapport er at belyse, hvilke faktorer der kan være med til at forklare variationen i deltagelsesprocenterne mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve, med henblik på at lære af erfaringerne fra undersøgelsen og komme med anbefalinger til gavn for den næste undersøgelse i 2017.

Rapporten belyser forskellige emner, der kan have betydning for variationen i deltagelsesprocenten (sociodemografiske forskelle, forskel i andel geninviterede, forskel i udtræksandsynlighed, dataindsamlingsmetoden, formulering af følgebrev, rykkerbreve samt postkort, betydning af præmiestrategi, spørgeskema og kommunikationsstrategi). Rapporten forsøger afslutningsvis at komme med nogle anbefalinger til, hvilke faktorer der kan arbejdes med i kommende sundhedsprofiler med det formål at øge deltagelsesprocenten.

Rapporten er udarbejdet af en projektgruppe bestående af postdoc, ph.d. Anne Illemann Christensen, videnskabelig medarbejder Maj Bekker-Jeppesen, videnskabelig assistent Heidi Amalie Rosendahl Jensen og professor, ph.d. Knud Juel. Undersøgelsen er finansieret af Sundheds- og Ældreministeriet, og gennemført i samarbejde mellem de fem regioner og Statens Institut for Folkesundhed.

København, februar 2016

Morten Grønbæk, direktør  
Statens Institut for Folkesundhed, SDU

# Indhold

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Forord.....                                                 | 3  |
| Indledning.....                                             | 5  |
| Sociodemografiske forskelle.....                            | 7  |
| Gen-inviterede.....                                         | 19 |
| Forskel i udtrækssandsynlighed.....                         | 23 |
| Dataindsamlingsmetoden.....                                 | 25 |
| Følgrebrev.....                                             | 34 |
| Rykkerbreve og postkort.....                                | 43 |
| Præmier.....                                                | 49 |
| Spørgeskema.....                                            | 51 |
| Kommunikationsstrategi.....                                 | 59 |
| Sammenfatning og overvejelser til undersøgelsen i 2017..... | 64 |
| Litteratur.....                                             | 67 |

# Indledning

Den Nationale Sundhedsprofil 2013 er en national repræsentativ undersøgelse af den voksne befolknings sundhed og sygelighed. Undersøgelsen er gennemført af de fem regioner, Sundhedsstyrelsen og Statens Institut for Folkesundhed (SIF) ved Syddansk Universitet.

Undersøgelsen var baseret på seks gensidigt udelukkende stikprøver. En stikprøve til hver region og en stikprøve der omfatter hele Danmark (en national stikprøve). De fem regioner var ansvarlige for undersøgelsen i deres respektive region, mens SIF var ansvarlig for den nationale stikprøve.

Stikprøverne omfattede borgere på 16 år eller derover med bopæl i Danmark. Hver udtrukket person fik tilsendt et introduktionsbrev samt et papirspørgeskema. Det var desuden muligt at besvare et identisk spørgeskema på internettet. I introduktionsbrevet blev det gjort klart, at deltagelse i undersøgelsen var frivillig, og at svarpersonen var sikret fuld anonymitet. De fem regioner og SIF har alle benyttet et spørgeskema med 54 fælles kernespørgsmål. Undersøgelsen blev gennemført på samme tid i alle regioner og nationalt.

I alt blev der udsendt spørgeskemaer til 300.450 borgere i Danmark. Der blev udsendt 25.000 spørgeskemaer i den nationale stikprøve, 95.150 i Region Hovedstaden, 34.000 i Region Sjælland, 56.300 i Region Syddanmark, 54.300 i Region Midtjylland og 35.700 i Region Nordjylland. I alt deltog 54 %, svarende til 162.283 personer.

I Den Nationale Sundhedsprofil 2013 varierede deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver fra 43 % i Region Hovedstaden til 65 % i Region Syddanmark (tabel 1a). Stratificeres den nationale stikprøve på regioner ses en variation i deltagelsesprocenten fra 55 % i Region Ho-

vedstaden til 59 % i Region Syddanmark og Region Midtjylland.

I Region Hovedstaden, i Region Sjælland og i Region Midtjylland blev der anvendt forskellige følgebrev og spørgeskemaer til henholdsvis unge og voksne. I Region Hovedstaden og Region Sjælland er voksne defineret som 35 år eller derover. I Region Midtjylland er voksne defineret som 25 år eller derover. Tabel 1b og 1c viser svarprocenten blandt henholdsvis unge og voksne i de tre regioner, der har særskilte skemaer til unge og voksne. Det fremgår, at mønsteret i tabel 1b og 1c overordnet er det samme som i tabel 1a. Det ser således ikke ud til, at særskilte skemaer til unge og voksne påvirker deltagelsesprocenten. I denne rapport tages der i det følgende udgangspunkt i det materiale, der er sendt til den voksne del af befolkningen.

Der således langt mindre variation i deltagelsesprocenterne mellem regionerne i den nationale stikprøve end mellem de regionale stikprøver. Den nationale stikprøve er gennemført ens i alle regioner, mens der er variationer i gennemførelsen i de 5 regioner. Da den nationale stikprøve er gennemført ens i alle regioner er det muligt at benytte den som sammenligningsgrundlag.

## Formål

Formålet med denne rapport er at belyse, hvilke faktorer der kan være med til at forklare variationer i deltagelsesprocenter mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve, med henblik på at lære af erfaringerne fra undersøgelsen og komme med anbefalinger til den næste undersøgelse i 2017. Rapporten vil behandle mange forskellige faktorer, der kan have en effekt på deltagelsesprocenten. Det vil dog være svært at vurdere betydningen af enkelte faktorer. Dertil er billedet for broget og faktorerne for sammenflettede. Rapporten er udarbejdet i samarbejde mellem de fem regioner og Statens Institut for Folkesundhed.

Rapporten består af 11 kapitler. Første kapitel er en indledning til rapporten. Dernæst følger ni kapitler, der belyser socio-demografiske forskelle, gen-inviterede, forskel i udtræks-sandsynlighed, dataindsamlingsmetoden, føl-

gebrev, rykkerbreve og postkort, præmier, spørgeskema og kommunikationsstrategi. Det sidste kapitel beskriver en række overvejelser til sundhedsprofilen 2017.

**Tabel 1a.** Deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og den nationale stikprøve stratificeret på region. Procent og antal svarpersoner

|             | Regionale stikprøver |        | National stikprøve |       |
|-------------|----------------------|--------|--------------------|-------|
|             | %                    | N      | %                  | N     |
| Hovedstaden | 43,5                 | 95.150 | 54,8               | 7.561 |
| Sjælland    | 48,8                 | 34.000 | 56,0               | 3.524 |
| Syddanmark  | 64,9                 | 56.300 | 58,9               | 5.483 |
| Midtjylland | 61,3                 | 54.300 | 59,1               | 5.799 |
| Nordjylland | 56,6                 | 35.700 | 56,7               | 2.633 |

**Tabel 1b.** Deltagelsesprocenten blandt unge i de regionale stikprøver og den nationale stikprøve stratificeret på region. Procent og antal svarpersoner

|                        | Regionale stikprøver |        | National stikprøve |       |
|------------------------|----------------------|--------|--------------------|-------|
|                        | %                    | N      | %                  | N     |
| Hovedstaden (16-34 år) | 32,4                 | 27.143 | 45,9               | 2.261 |
| Sjælland (16-34 år)    | 33,6                 | 6.843  | 44,9               | 741   |
| Midtjylland (16-24 år) | 48,0                 | 7.946  | 50,0               | 917   |

**Tabel 1c.** Deltagelsesprocenten blandt voksne i de regionale stikprøver og den nationale stikprøve stratificeret på region. Procent og antal svarpersoner

|                     | Regionale stikprøver |        | National stikprøve |       |
|---------------------|----------------------|--------|--------------------|-------|
|                     | %                    | N      | %                  | N     |
| Hovedstaden (≥35år) | 47,9                 | 68.007 | 58,6               | 5.300 |
| Sjælland (≥35år)    | 52,6                 | 27.157 | 59,0               | 2.783 |
| Midtjylland (≥25år) | 63,6                 | 46.354 | 60,8               | 4.882 |

# Sociodemografiske forskelle

Dette afsnit belyser, hvorvidt sociodemografiske faktorer kan forklare forskellen i deltagelsesprocenten mellem stikprøverne. I det følgende præsenteres deskriptive analyser og der testes for signifikante (statistiske) forskelle. I den forbindelse er det vigtigt at være opmærksom på, at nogle grupper bliver meget små, især i den nationale stikprøve. Det gælder eksempelvis gruppen af personer med ikke-vestlig baggrund i Region Nordjylland. Dette medfører at forskellen i deltagelsesprocenten skal være forholdsvis stor for at der kan påvise en signifikant forskel. Omvendt er der nogle grupper der er forholdsvis store, eksempelvis kvinder i alderen 45-54 år, hvor forskellen i deltagelsesprocenten skal være forholdsvis lille for at der kan påvise en signifikant forskel.

## Køn og alder

Figur 1-5 viser deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve, opdelt på køn og alder.

Det fremgår, at i de regionale stikprøver fra Region Hovedstaden og Region Sjælland (figur 1-2) er der i alle køns- og aldersgrupper en lavere deltagelsesprocent end i den nationale stikprøve. I Region Hovedstaden er forskellen signifikant lavere i alle køns- og aldersgrupper. Dette gælder ligeledes i Region Sjælland med undtagelse af mænd i aldersgruppen 45-54 år, 65-74 år og 75 år eller derover og blandt kvinder i aldersgruppen 35-44 år og 65-74 år hvor

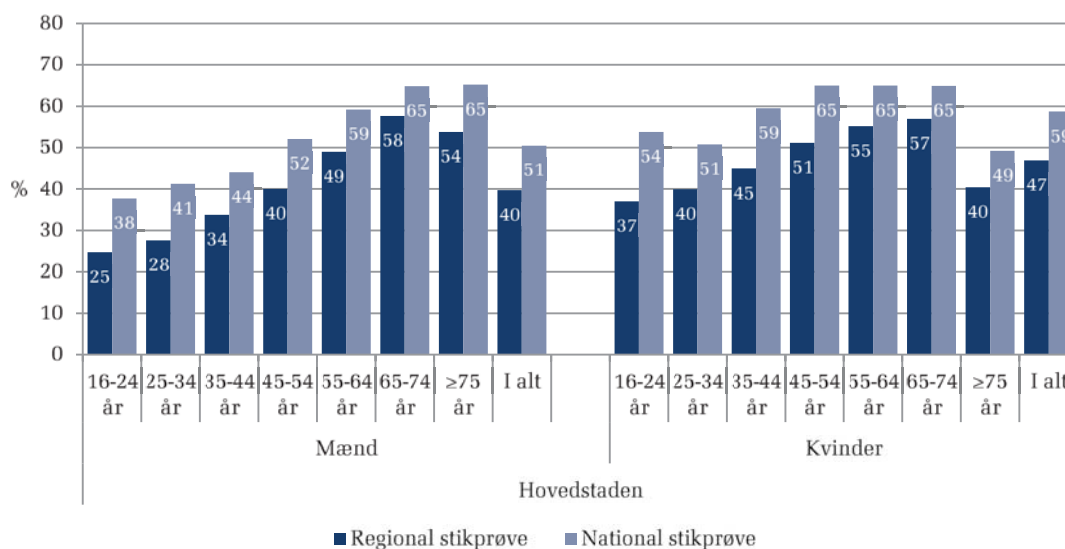
der ikke ses en signifikant forskel. I Region Hovedstaden er der især en lavere deltagelse i den regionale stikprøve blandt 16-34-årige mænd samt 16-24-årige kvinder sammenlignet med den nationale stikprøve. I Region Sjælland er der især en lavere deltagelse i den regionale stikprøve blandt 16-34 årige mænd sammenlignet med den nationale stikprøve.

I Region Syddanmark er der i den regionale stikprøve en signifikant højere deltagelse i alle køns- og aldersgrupper end i den nationale stikprøve (figur 3) med undtagelse af mænd i aldersgruppen 16-24 år, 45-54 år og 65-74 år og kvinder i aldersgruppen 25-34 år, 35-44 år og 45-54 år hvor der ikke ses en signifikant forskel. Der er især en højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve blandt mænd i aldersgruppen 35-44 år samt mænd og kvinder i alderen 75 år eller derover sammenlignet med den nationale stikprøve.

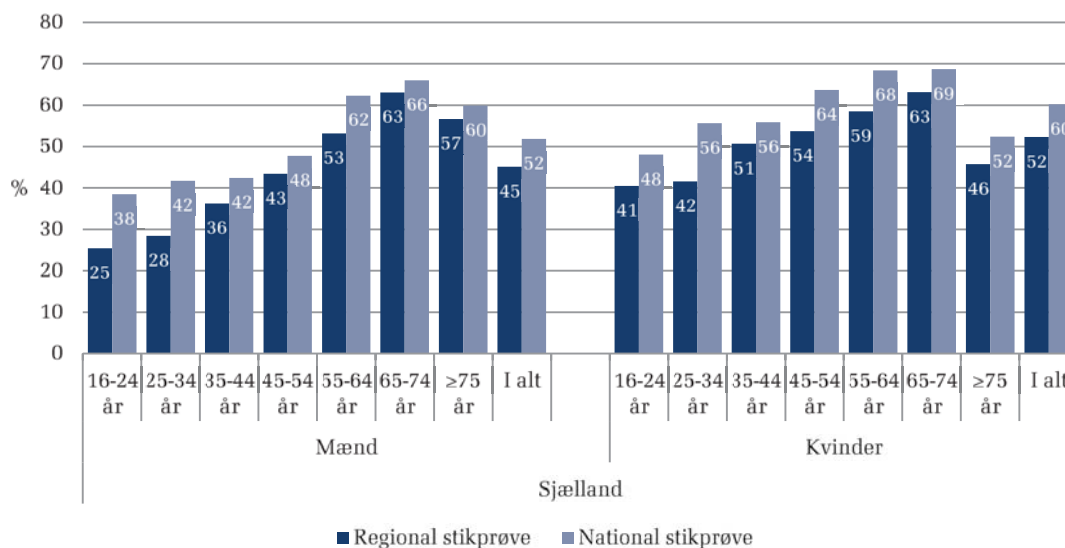
I Region Midtjylland er der kun meget lille variation mellem deltagelsesprocenterne i den regionale stikprøve og den nationale stikprøve (figur 4). I den regionale stikprøve er deltagelsesprocenten dog signifikant højere blandt mænd i aldersgruppen 35-44 år, 45-54 år og 75 år eller derover.

I Region Nordjylland ses der overordnet ingen nævneværdig variation i deltagelsesprocenten mellem den regionale stikprøve og den nationale stikprøve. I den nationale stikprøve er deltagelsesprocenten dog signifikant højere end i den regionale stikprøve blandt kvinder i aldersgruppen 25-34 år.

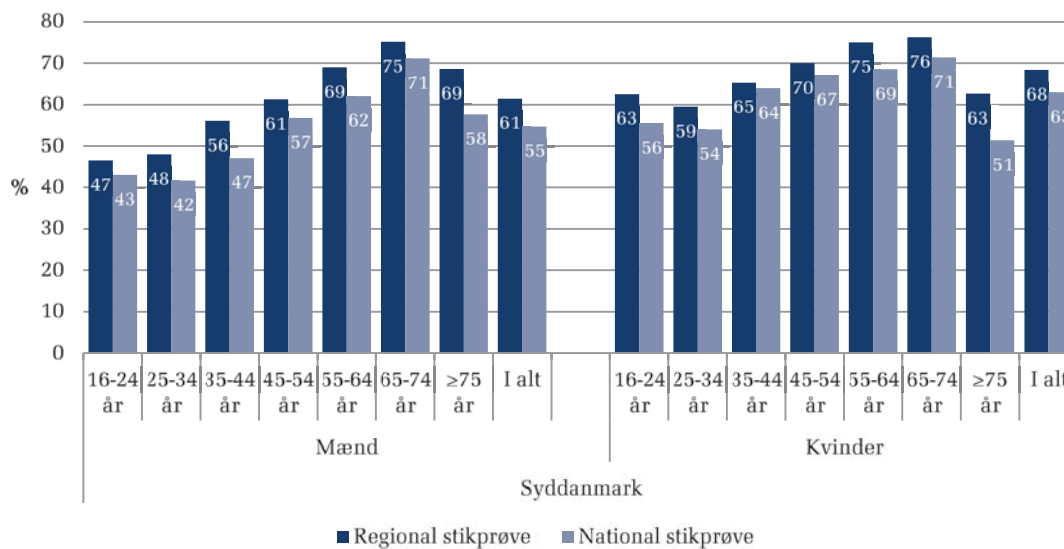
**Figur 1.** Deltagelsesprocent i Region Hovedstaden opdelt på køn og alder. Procent



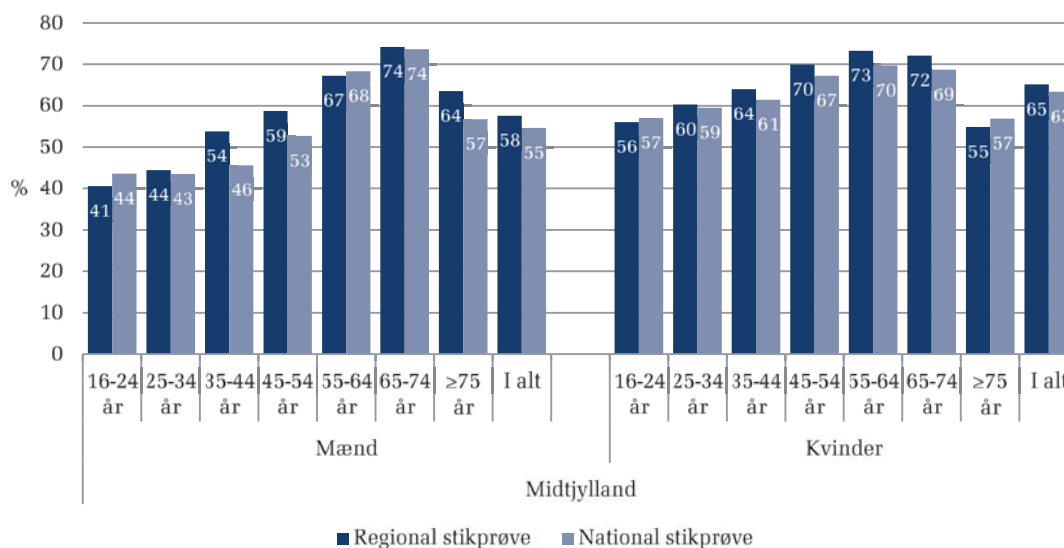
**Figur 2.** Deltagelsesprocent i Region Sjælland opdelt på køn og alder. Procent



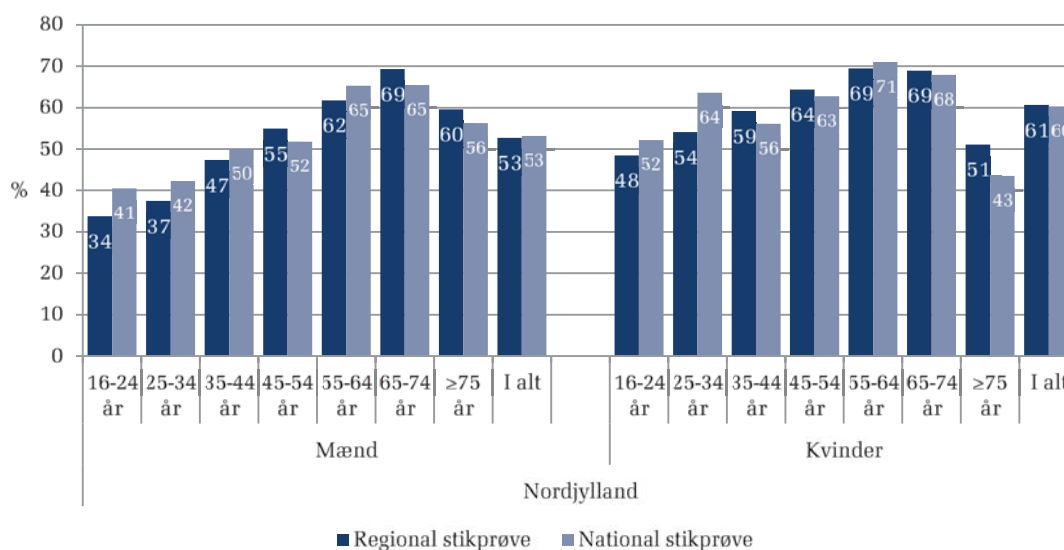
**Figur 3.** Deltagelsesprocent i Region Syddanmark opdelt på køn og alder. Procent



**Figur 4.** Deltagelsesprocent i Region Midtjylland opdelt på køn og alder. Procent



**Figur 5.** Deltagelsesprocent i Region Nordjylland opdelt på køn og alder. Procent



## Civilstand

Figur 6 viser deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve (SUSY) opdelt på civilstand.

Det fremgår, at der i Region Hovedstaden og i Region Sjælland generelt er en lavere deltagelsesprocent i alle grupper af civilstand i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve. Deltagelsesprocenten er dog ikke signifikant forskellig mellem stikprøverne blandt fraskilte i Region Sjælland. Både i region Hovedstaden og i Region Sjælland er deltagelsesprocenten især er lavere blandt ugifte. Dette kan formentlig tilskrives, at deltagelsesprocenten blandt unge er lavere i de regionale stikprøver sammenlignet med den nationale stikprøve.

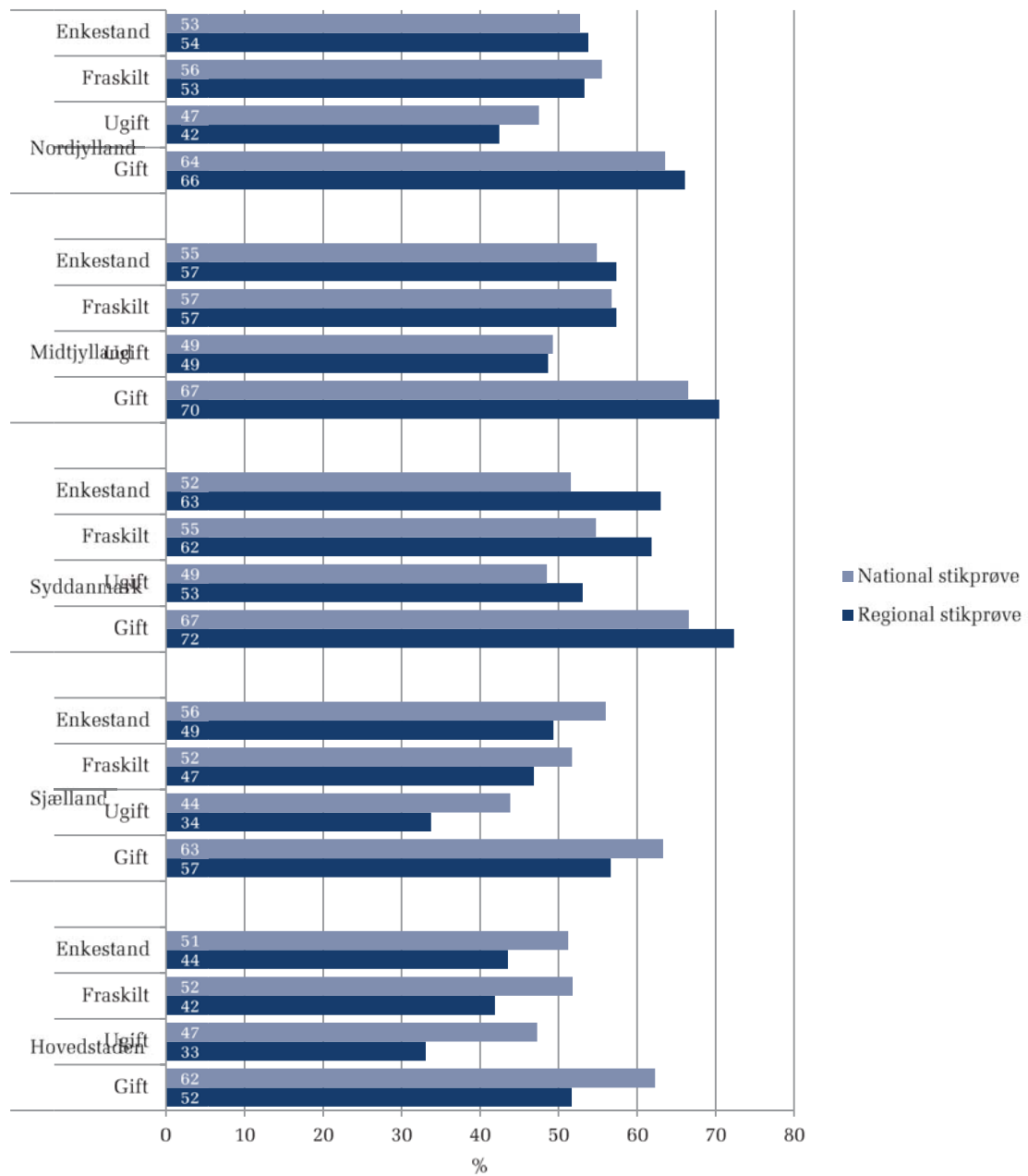
I Region Syddanmark er der en signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve.

prøve i alle grupper af civilstand, men den er især højere i gruppen enkestand. Dette kan hovedsagelig tilskrives, at deltagelsesprocenten blandt personer i aldersgruppen 75 år eller derover er højere i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve.

I Region Midtjylland ses der ingen nævneværdig variation i deltagelsesprocenten mellem den regionale stikprøve og den nationale stikprøve i forhold til civilstand. Deltagelsesprocenten er dog signifikant højere blandt gifte i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve.

I Region Nordjylland ses der overordnet ingen nævneværdig variation i deltagelsesprocenten mellem den regionale stikprøve og den nationale stikprøve. Deltagelsesprocenten er dog signifikant lavere blandt ugifte i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve.

**Figur 6.** Deltagelsesprocent i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve opdelt på civilstand. Procent



## Etnisk baggrund

Figur 7 viser deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve (SUSY) opdelt på etnisk baggrund.

I Region Hovedstaden og i Region Sjælland er der en lavere deltagelsesprocent i de regionale stikprøver sammenlignet med den nationale stikprøve i alle grupper af etnisk baggrund. Deltagelsesprocenten er dog ikke signifikant forskellig mellem stikprøverne blandt personer med vestlige og ikke-vestlig baggrund i Region Sjælland.

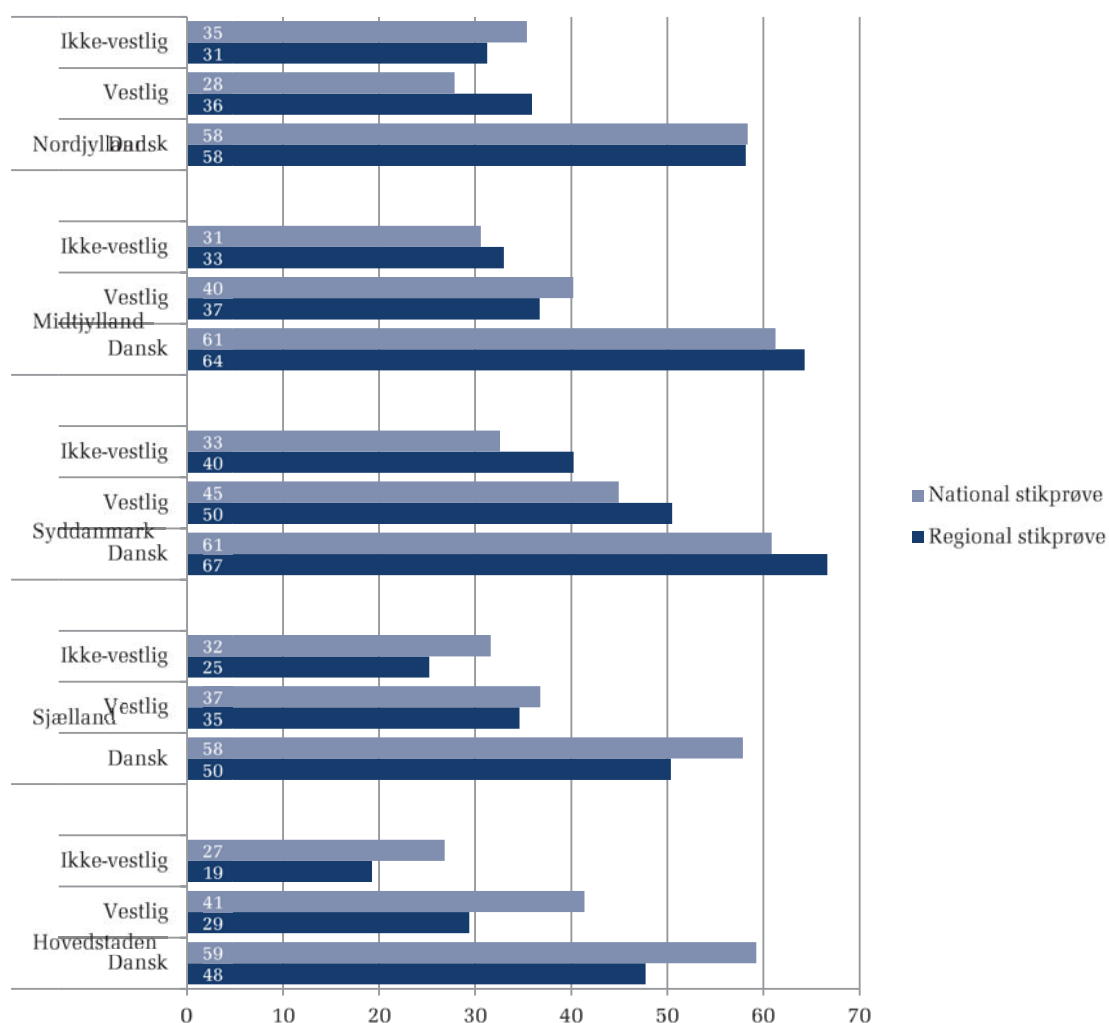
I Region Syddanmark er der en signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stik-

prøve sammenlignet med den nationale stikprøve blandt personer med dansk og ikke-vestlig baggrund, mens der ikke ses en signifikant forskel blandt personer med vestlig baggrund.

I Region Midtjylland er der en signifikant højere deltagelsesprocent blandt personer med dansk baggrund i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve, mens der ikke ses signifikante forskelle blandt personer med vestlig og ikke-vestlig baggrund.

I Region Nordjylland ses der ingen signifikante forskelle i deltagelsesprocenten i forhold til etnisk baggrund.

**Figur 7.** Deltagelsesprocent i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve opdelt på etnisk baggrund. Procent



## Uddannelse

Figur 8 viser deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve (SUSY) opdelt på uddannelse.

I Region Hovedstaden og i Region Sjælland er der en signifikant lavere deltagelsesprocent i de regionale stikprøver sammenlignet med den nationale stikprøve i alle uddannelsesgrupper. Den lavere deltagelsesprocent er forholdsvis ens i alle uddannelsesgrupper.

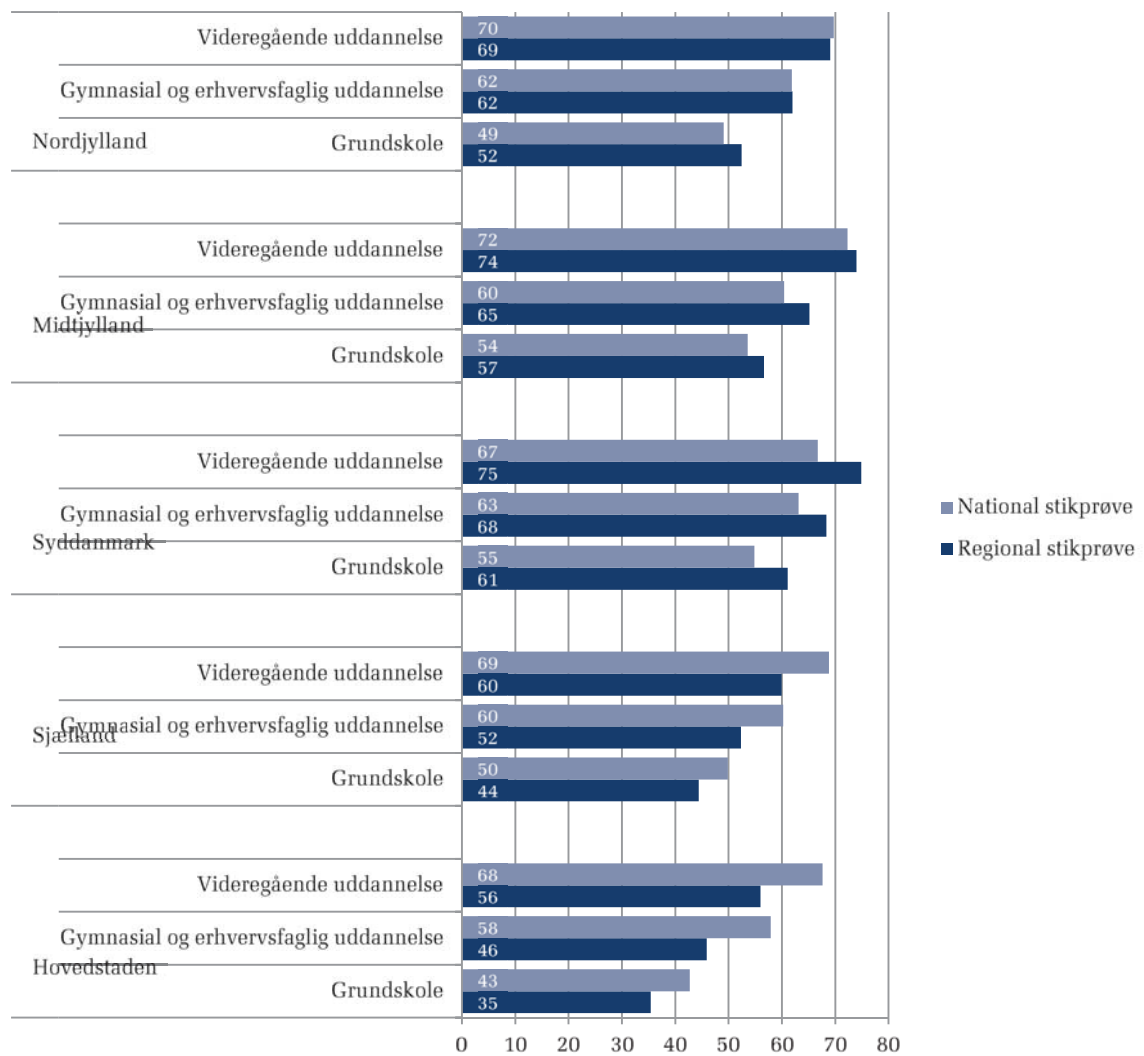
I Region Syddanmark er der en signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve i alle uddannelsesgrupper. Den højere

deltagelsesprocent er forholdsvis ens i alle uddannelsesgrupper.

I Region Midtjylland er der en signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve i blandt personer med grundskole som højeste fuldførte uddannelsesniveau og personer med en gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse. Der ses ingen signifikant forskel i deltagelsesprocenten mellem stikprøverne blandt personer med en videregående uddannelse.

I Region Nordjylland ses der ingen signifikante forskelle i deltagelsesprocenten mellem den regionale og den nationale stikprøve.

**Figur 8.** Deltagelsesprocenter i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve opdelt på uddannelse (25 år eller derover)



## Indkomst

Figur 9 viser deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve (SUSY) opdelt på indkomst. Indkomsten er defineret som den gennemsnitlige bruttoindkomst de seneste 5 år.

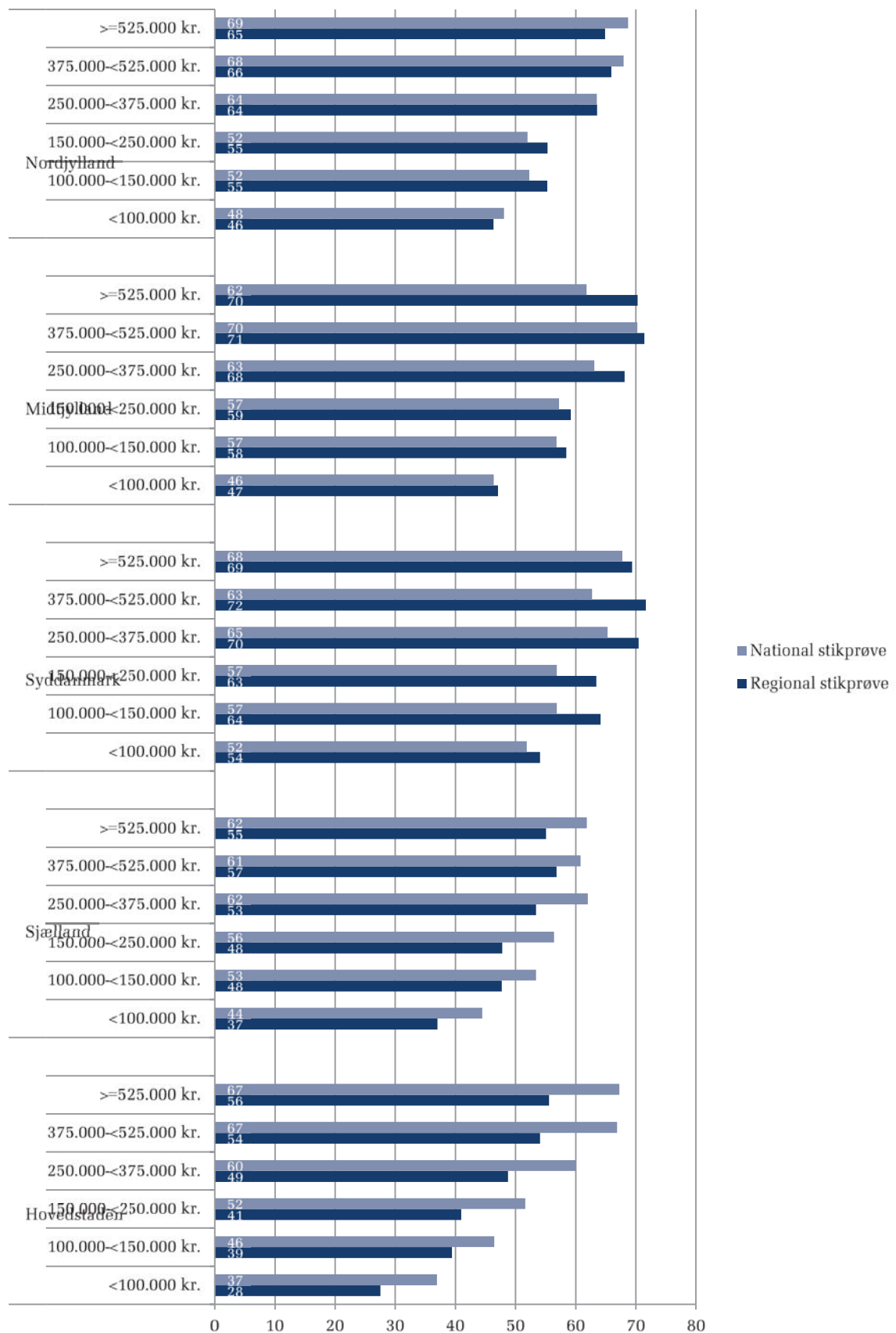
I Region Hovedstaden og i Region Sjælland er der en lavere deltagelsesprocent i de regionale stikprøver sammenlignet med den nationale stikprøve i alle indkomstgrupper. Deltagelsesprocenten er dog ikke signifikant forskellig mellem stikprøverne blandt personer i indkomstgruppe '<100.000 kr.' og '375.000≤525.000 kr.' i Region Sjælland.

I Region Syddanmark er der en signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve i alle indkomstgrupper med undtagelse af indkomstgruppe '<100.000 kr.' og '≥525.000 kr.' hvor der ikke ses en signifikant forskel.

I Region Midtjylland er der en lidt højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve i alle indkomstgrupper. Deltagelsesprocenten er dog kun signifikant højere i indkomstgrupperne '250.000≤375.000 kr.' og '≥525.000 kr.'

I Region Nordjylland ses der ingen signifikante forskelle i deltagelsesprocenterne mellem den regionale og den nationale stikprøve.

**Figur 9.** Deltagelsesprocenter i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve opdelt på gennemsnitlig bruttoindkomst (kr/årligt.) (25 år eller derover)



## Regressionsanalyse

For yderligere at undersøge, hvorvidt forskelle i sociodemografiske faktorer kan forklare forskellen i deltagelsesprocenten mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve, er der gennemført regressionsanalyser.

For hver region er der gennemført 3 regressionsanalyser baseret på følgende modeller:

### Model 1

Besvarelse (Ja/Nej) = stikprøve\_R

### Model 2

Besvarelse (Ja/Nej) = stikprøve\_R + køn (M/K) + alder + uddannelse + etnicitet + indkomst

### Model 3

Besvarelse (Ja/Nej) = stikprøve\_R + køn (M/K) + alder + uddannelse + etnicitet + indkomst + relevante interaktionsled

Variablen 'stikprøve\_R' har 2 niveauer, som indikerer, hvilken stikprøve (SUSY eller regional) observationen kommer fra. De øvrige variable er kategoriseret som det fremgår af ovenstående afsnit.

Tabel 2 viser OR for deltagelse i den nationale stikprøve i forhold til den regionale stikprøve for hver region. Det fremgår, at forskellen generelt bliver større, når der bliver justeret for sociodemografiske faktorer.

**Tabel 2.** OR for deltagelse i den nationale stikprøve sammenlignet med den regionale stikprøve (25 år eller derover). Justeret for sociodemografiske variable. OR og 95 konfidensinterval

|             | Ujusteret<br>(model 1) | Justeret uden interaktionsled<br>(model 2) | Justeret med interaktionsled<br>(model 3) |
|-------------|------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Hovedstaden | 1,54 (1,47-1,62)       | 1,64 (1,55-1,73)                           | 1,64 (1,55-1,73)                          |
| Sjælland    | 1,33 (1,30-1,43)       | 1,39 (1,28-1,50)                           | 1,38 (1,30-1,50)                          |
| Syddanmark  | 0,77 (0,73-0,82)       | 0,74 (0,70-0,79)                           | 0,75 (0,70-0,80)                          |
| Midtjylland | 0,89 (0,83-0,94)       | 0,85 (0,79-0,90)                           | 0,85 (0,80-0,91)                          |
| Nordjylland | 0,97 (0,89-1,06)       | 0,99 (0,90-1,08)                           | 1,00 (0,91-1,10)                          |

Der blev ligeledes gennemført en regressionsanalyse på det samlede datasæt baseret på følgende model.

### Model 4

Besvarelse (Ja/Nej) = stikprøve\_N (national/region) + region + køn (M/K) + alder + uddannelse + etnicitet + indkomst

Variablen 'stikprøve\_N' har ligesom ovenfor 2 niveauer, som indikerer, om observationen er fra en regional stikprøve eller fra den nationale stikprøve. Variablen 'region' har 5 niveauer (svarende til de fem regioner) og angiver, hvilken region personen bor i (uanset om personen er inkluderet i en regional stikprøve eller i den nationale stikprøve). De øvrige variable er ka-

tegoriseret som det fremgår af ovenstående afsnit.

Analysen viser, at der overordnet er lidt højere odds for deltagelse i den nationale stikprøve sammenlignet med de regionale stikprøver (OR: 1,11, 95 CI: 1,07-1,14), når der justeres for sociodemografiske variable.

Der blev derefter inkluderet relevante interaktionsled. Herunder blev der undersøgt, om der var en interaktion mellem 'stikprøve\_N' og 'region'. Interaktionsleddet var signifikant ( $p < 0,0001$ ). Efter justering for sociodemografiske variable er der således regional variation i forskellen mellem deltagelsesprocenten i den regionale stikprøve og i den nationale stikprø-

ve. Dette er i overensstemmelse med resultaterne i tabel 2. Det skal dog tages med i vurderingen, at stikprøven er stor (n=300.450).

## Sammenfatning

I Region Hovedstaden er der en lavere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve i alle køns- og aldersgrupper og i alle uddannelsesgrupper. Deltagelsesprocenten er især lavere blandt de 16-34 årige mænd samt de 16-24 årige kvinder og ugifte. Da andelen af ugifte ofte er højere i de yngste aldersgrupper er det formentlig et stort overlap mellem de to grupper.

I Region Sjælland er der en lavere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve i alle køns- og aldersgrupper. Det er dog ikke i alle aldersgrupper at den er signifikant lavere. Den er især lavere blandt de 16-34 årige mænd og ugifte. Da andelen af ugifte ofte er højere i de yngste aldersgrupper er det formentlig et stort overlap mellem de to grupper. Deltagelsesprocenten er endvidere lavere i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale i alle indkomstgrupper. Det er dog ikke i alle indkomstgrupper at den er signifikant lavere.

I Region Syddanmark er der en højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve i alle køns- og aldersgrupper. Det er dog ikke i alle aldersgrupper at den er signifikant højere. Deltagelsesprocenten er især høj blandt mænd i alderen 35-44 år samt blandt mænd og kvinder i alderen 75 år eller derover. Dette ses ligeledes i forhold til civilstand, hvor deltagelsesprocenten i den regionale stikprøve især er højere i gruppen enkestand. Endelig er deltagelsesprocenten især høj blandt personer med ikke-vestlig baggrund. I alle uddannelsesgrupper ses ligeledes en signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve. Deltagelsesprocenten er endvidere højere i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale i alle indkomstgrupper. Det er dog ikke i alle indkomstgrupper at den er signifikant højere.

I Region Midtjylland er der stort set ingen variation i deltagelsesprocenten mellem den regionale stikprøve og den nationale stikprøve. I den regionale stikprøve er deltagelsesprocenten dog signifikant højere blandt mænd i aldersgruppen 35-44 år, 45-54 år og 75 år eller derover.

Der er stort set ingen variation i forhold til civilstand og etnisk baggrund. Deltagelsesprocenten er dog signifikant højere blandt gifte og blandt personer med dansk baggrund i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve. Endvidere er der signifikant højere deltagelsesprocent i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve i blandt personer med grundskole som højeste fuldførte uddannelsesniveau og personer med en gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse. Der ses ingen signifikant forskel i deltagelsesprocenten mellem stikprøverne blandt personer med en videregående uddannelse. Deltagelsesprocenten er endvidere højere i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale i alle indkomstgrupper. Det er dog ikke i alle indkomstgrupper at den er signifikant højere.

I Region Nordjylland er der overordnet ingen variation i forhold til køn og alder, civilstand og etnisk baggrund. I den nationale stikprøve er deltagelsesprocenten dog signifikant højere end i den regionale stikprøve blandt kvinder i aldersgruppen 25-34 år og blandt ugifte. Der ses der ingen signifikante forskelle i deltagelsesprocenterne mellem den regionale og den nationale stikprøve i forhold til uddannelse og indkomst.

Overordnet ser det således ikke ud til, at variationen i deltagelsesprocenterne mellem stikprøverne kan tilskrives bestemte sociodemografiske grupper eller forklares ved forskel i sociodemografiske variable. Dette bekræftes af de gennemførte regressionsanalyser.

# Gen-inviterede

I stikprøven til Den Nationale Sundhedsprofil 2013 indgår personer, der ligeledes var inviteret til undersøgelsen i 2010. I de regionale stikprøver er dette sket tilfældigt. Den nationale stikprøve er derimod sammensat af to delstikprøver: dels en stikprøve fra de tidligere SUSY-undersøgelser (den gen-inviterede stikprøve) og dels en stikprøve, der sikrer, at der bliver inviteret 25.000 personer (suppleringsstikprøven). Den gen-inviterede stikprøve indeholder: a) personer, der blev inviteret til SUSY-undersøgelsen i 1994 med supplementer i 2000, 2005 og 2010 (n=5.232), b) et tilfældigt udvalg af personer i alderen 16-18 år (n=285), der i 2013 var bosiddende i Danmark. Den gen-inviterede stikprøve består således af i alt 5.517 personer og er konstrueret til at være repræsentativ for den voksne befolkning i Danmark i 2013. Suppleringsstikprøven består af 19.483 personer, som er valgt tilfældigt blandt voksne

personer (16 år eller derover) bosiddende i Danmark pr. 1. januar 2013. Dette medfører, at der i den nationale stikprøve er en større andel gen-inviterede sammenlignet med de regionale stikprøver (tabel 3).

Mennesker har et ønske om at være konsekvente i deres holdninger, overbevisninger og handlinger. Derfor kan mennesker, der har forpligtet sig til en bestemt adfærd, være mere tilbøjelige til at efterkomme anmodning om at gøre noget i overensstemmelse med denne adfærd. Behovet for at være konsekvent kan forklare, hvorfor det i panelundersøgelser er meget lettere at få mennesker til at reagere på efterfølgende anmodninger, når de først har reageret på den oprindelige anmodning (Dillman, 2014).

Dette afsnit har til formål at belyse, hvorvidt den større andel af gen-inviterede i den nationale stikprøve kan forklare variationen i deltagelsesprocenten mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve.

**Tabel 3.** Fordeling af stikprøve i 2013 efter status i 2010 (19 år eller derover)

|             | Ikke inviteret i 2010 (%) | Inviteret i 2010 men deltog ikke (%) | Inviteret i 2010 og deltog (%) | N       |
|-------------|---------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|---------|
| Samlet      | 89,2                      | 4,1                                  | 6,7                            | 300.450 |
| Hovedstaden | 90,8                      | 4,2                                  | 5,1                            | 95.150  |
| Sjælland    | 92,6                      | 3,1                                  | 4,2                            | 34.000  |
| Syddanmark  | 89,2                      | 3,6                                  | 7,2                            | 56.300  |
| Midtjylland | 91,3                      | 2,9                                  | 5,8                            | 54.300  |
| Nordjylland | 89,6                      | 3,5                                  | 6,9                            | 35.700  |
| SUSY        | 73,8                      | 9,7                                  | 16,5                           | 25.000  |

Tabel 4 viser deltagelsesprocenten i 2013 opdelt i tre grupper; 'Ikke inviteret i 2010', 'Inviteret i 2010 men deltog ikke' og 'Inviteret i 2010 og deltog'. Analyserne er alene gennemført for aldersgruppen 19 år eller derover for at sikre, at alle inviterede var mindst 16 år i 2010 og

dermed havde mulighed for at blive inviteret til undersøgelsen i 2013. Det fremgår, at deltagelsesprocenten i 2013 er markant højere blandt personer, der var inviteret og deltog i 2010 (74,4 %), sammenlignet med personer, der var

inviteret i 2010, men som ikke deltog (24,3 %), og personer der ikke var inviteret i 2010 (54,3 %). Dette samme mønster ses i alle seks stikprøver. Det fremgår endvidere, at ser man alene på deltagelsesprocenten blandt personer, der ikke var inviteret i 2010, minder fordelingen meget om fordelingen i tabel 1.

Dette er yderligere undersøgt i en regressionsanalyse baseret på følgende model:

#### Model 5

Besvarelse (Ja/Nej) = gen + stik + køn (M/K) + alder + uddannelse + etnicitet + indkomst

Variablen 'gen' har 3 niveauer, som indikerer, om observation i 2013 var 'Inviteret i 2010 og deltog', 'Inviteret i 2010 men deltog ikke' eller

'Ikke inviteret i 2010'. 'Stik' har 6 niveauer og indikerer, hvilken stikprøve observationen kommer fra. De øvrige variable er kategoriseret, som det fremgår af ovenstående afsnit.

Der fremgår af tabel 5, at når der justeres for sociodemografiske faktorer, er der i alle stikprøver højere odds for at deltage blandt personer, der var inviteret, men som ikke deltog i 2010, og lavere odds for at deltage blandt personer, der var inviteret, men ikke deltog i 2010, sammenlignet med personer, der ikke inviteret i 2010. Analyserne er alene gennemført for aldersgruppen 25 år eller derover for at sikre, at flest mulige har gennemført en uddannelse. Endvidere er der få i gruppen enkestand i aldersgruppen 16-24 år.

**Tabel 4.** Deltagelsesprocent i 2013 efter status i 2010 (19 år eller derover) opdelt på stikprøve

|             | Ikke inviteret i 2010 (%) | Inviteret i 2010 men deltog ikke (%) | Inviteret i 2010 og deltog (%) |
|-------------|---------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| Samlet      | 54,3                      | 24,3                                 | 74,4                           |
| Hovedstaden | 43,7                      | 18,3                                 | 67,6                           |
| Sjælland    | 49,4                      | 20,2                                 | 70,1                           |
| Syddanmark  | 65,3                      | 33,6                                 | 78,6                           |
| Midtjylland | 61,7                      | 29,9                                 | 79,5                           |
| Nordjylland | 57,3                      | 23,8                                 | 73,1                           |
| SUSY        | 57,4                      | 24,6                                 | 76,5                           |

**Tabel 5.** OR for deltagelse i 2013 efter status i 2010 (25 år eller derover) opdelt på stikprøve. Justeret for sociodemografiske variable. OR og 95 CI

|             | Ikke inviteret i 2010 | Inviteret i 2010 men deltog ikke | Inviteret i 2010 og deltog |
|-------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------|
| Samlet      | 1 (ref)               | 0,26 (0,25-0,28)                 | 2,06 (1,99-2,14)           |
| Hovedstaden | 1 (ref)               | 0,29 (0,27-0,32)                 | 2,26 (2,12-2,42)           |
| Sjælland    | 1 (ref)               | 0,27 (0,23-0,32)                 | 2,09 (1,85-2,37)           |
| Syddanmark  | 1 (ref)               | 0,25 (0,22-0,28)                 | 1,76 (1,62-1,92)           |
| Midtjylland | 1 (ref)               | 0,27 (0,24-0,30)                 | 2,08 (1,89-2,30)           |
| Nordjylland | 1 (ref)               | 0,25 (0,21-0,28)                 | 1,79 (1,62-1,98)           |
| SUSY        | 1 (ref)               | 0,24 (0,22-0,27)                 | 2,26 (2,07-2,46)           |

I den samlede model blev der derefter inkluderet relevante interaktionsled. Herunder blev der undersøgt, om der var en interaktion mellem 'gen' og 'stik'. Interaktionsleddet var høj-signifikant ( $p < 0,0001$ ). Efter justering for socio-demografiske variable er der således forskel på deltagelsen efter status i 2010 i de seks stikprøver. Ser man på tabel 5, er der signifikante forskelle mellem stikprøverne. Forskellene er dog forholdsvis små og årsagen til, at interaktionsleddet er signifikant, kan muligvis tilskrives den store stikprøve ( $n=300.450$ ).

I tabel 6 er den nationale stikprøve opdelt på regioner. Det fremgår, at i Region Hovedstaden og i Region Sjælland er der en lavere deltagelsesprocent i alle tre grupper i den regionale

stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve. I Region Midtjylland og i Region Syddanmark er der ingen nævneværdig forskel i deltagelsesprocenten mellem de regionale og den nationale stikprøve blandt personer, der var inviteret og deltog i 2010. Derimod er der en højere deltagelsesprocent i de regionale stikprøver blandt personer, der var inviteret, men som ikke deltog i 2010, og blandt personer, der ikke deltog i 2010, sammenlignet med den nationale stikprøve. I Region Nordjylland er der en lavere deltagelsesprocent blandt personer, der var inviteret, men som ikke deltog i 2010, i den regionale stikprøve sammenlignet med den nationale stikprøve, mens der ikke ses nævneværdig forskel i deltagelsesprocenten i de to øvrige grupper.

**Tabel 6.** Deltagelsesprocent i 2013 efter status i 2010 (19 år eller derover) opdelt på regionale stikprøver og regionsstratificeret national stikprøve

|             |        | Ikke inviteret<br>i 2010 (%) | Inviteret i 2010<br>men deltog ikke (%) | Inviteret i 2010 og<br>deltog (%) |
|-------------|--------|------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------|
| Hovedstaden | SUSY   | 55,5                         | 23,6                                    | 74,6                              |
|             | Region | 43,7                         | 18,3                                    | 67,6                              |
|             |        |                              |                                         |                                   |
| Sjælland    | SUSY   | 56,5                         | 24,1                                    | 75,9                              |
|             | Region | 49,4                         | 20,2                                    | 70,1                              |
|             |        |                              |                                         |                                   |
| Syddanmark  | SUSY   | 59,3                         | 25,1                                    | 77,9                              |
|             | Region | 65,3                         | 33,6                                    | 78,6                              |
|             |        |                              |                                         |                                   |
| Midtjylland | SUSY   | 58,9                         | 23,8                                    | 79,0                              |
|             | Region | 61,7                         | 29,9                                    | 79,5                              |
|             |        |                              |                                         |                                   |
| Nordjylland | SUSY   | 57,0                         | 28,4                                    | 73,7                              |
|             | Region | 57,3                         | 23,8                                    | 73,1                              |

## Sammenfatning

I alle stikprøver findes, i overensstemmelse med litteraturen, at deltagelsesprocenten er højere blandt personer, som har deltaget i tidligere undersøgelser, i forhold til personer, som ikke har været inviteret, og personer, som var inviteret, men som ikke deltog i tidligere undersøgelser. Resultaterne viser, at de generelle forskelle på stikprøverne overordnet genfindes i alle grupper i forhold til gen-inviteret. Der er således ikke noget, der tyder på, at forskellen

på andelen af gen-inviterede kan forklare variationerne i deltagelsesprocenterne mellem stikprøverne. Dette kan formentlig tilskrives, at gruppen af gen-inviterede består af personer, der var inviteret i 2010, og som deltog i 2010, og personer, der var inviteret i 2010, som ikke deltog i 2010. Der bliver således inviteret en gruppe, der har en historie med lav deltagelse og en gruppe med en historie med høj deltagelse.

# Forskel i udtræks-sandsynlighed

Undersøgelsen består som tidligere beskrevet af seks delundersøgelser: Region Hovedstaden, Region Sjælland, Region Syddanmark, Region Midtjylland, Region Nordjylland og SUSY. Stikprøverne for Region Sjælland, Region Syddanmark og Region Nordjylland er udtrukket stratificeret efter kommuner. Region Midtjylland er udtrukket stratificeret efter kommuner, på nær Aarhus Kommune som er videreinddelt i 2 bydele. Denne kombination af kommuner og bydele udgør strata i Region Midtjylland. Region Hovedstaden er udtrukket stratificeret efter kommuner, på nær Københavns Kommune som er videreinddelt i 10 bydele. Denne kombination af kommuner og bydele udgør strata i Region Hovedstaden (Christiansø Kommune er i designet underlagt Bornholms Regionskommune). SUSY er baseret på en simpel tilfældig stikprøve.

I de regionale stikprøver medfører dette, at borgerne i de enkelte strata vil have en anden udtræksandsynlighed, end hvis stikprøverne var baseret på en simpel tilfældig stikprøve. Deltagelsesprocenten kan afhænge af, hvorvidt man tager højde for disse forskelle i udtræksandsynligheden.

Den klassiske måde at opgøre deltagelsesprocenter på, og som også er den, der er benyttet i Den Nationale Sundhedsprofil 2013, er at udregne deltagelsesprocent som 'antal personer der besvarer spørgeskema' delt med 'antal inviterede personer'. Anvendes denne metode, opnås de deltagelsesprocenter, der er præsenteret i tabel 1.

En anden måde at udregne deltagelsesprocenten er at udregne deltagelsesprocenten inden for hver kommune/bydel og så tage gennemsnittet af disse deltagelsesprocenter for kommuner/bydele inden for samme region. Dette giver større vægt til, hvad der sker inden for de enkelte regioner/bydele. Denne metode vægter deltagelsesprocenten i hver kommune lige højt – så fx i Region Syddanmark vægter deltagelsesprocenten i Ærø Kommune lige så meget som i Odense Kommune. Resultatet af denne fremgangsmåde fremgår af tabel 7.

**Tabel 7.** Deltagelsesprocent som gennemsnit henover kommuner/bydele

|             | Regionale stikprøver |    | National stikprøve |    |
|-------------|----------------------|----|--------------------|----|
|             | %                    | N  | %                  | N  |
| Hovedstaden | 43,5                 | 38 | 54,9               | 38 |
| Sjælland    | 48,8                 | 17 | 56,2               | 17 |
| Syddanmark  | 64,9                 | 22 | 58,8               | 22 |
| Midtjylland | 61,2                 | 20 | 58,4               | 20 |
| Nordjylland | 56,9                 | 11 | 55,4               | 11 |

For at afspejle kommunestørrelsen udregnes der en vægtet deltagelsesprocent i hver region, hvor kommunens/bydelens relative størrelse inden for regionen bruges som vægt (dvs. hver kommune/bydel tæller i forhold til indbyggertallet). Dette giver mere vægt til deltagelsen i

Odense Kommune end til den i Ærø Kommune. Resultatet af denne fremgangsmåde ses i tabel 8. Den største ændring ses for den regionale stikprøve i Region Hovedstaden, hvor deltagelsen falder fra 43,5 % til 42,8 %, og i den regionale stikprøve i Region Midtjylland, hvor

deltagelsen stiger fra 61,3 % til 62,0 %. Grunden til faldet i Region Hovedstaden er, at nogle små kommuner med høj deltagelsesprocent (Dragør, Vallensbæk, Allerød) trækker ned – de kommer til at vægte en hel del mindre.

Overordnet ses der således ikke de store ændringer i deltagelsesprocenten, når der vægtes for kommunens/bydelens relative størrelse. Forskellen i deltagelsesprocenten kan således ikke tilskrives forskel i strata mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve.

**Tabel 8.** Deltagelsesprocent som vægtet gennemsnit henover kommuner/bydele

|             | Regionale stikprøver |    | National stikprøve |    |
|-------------|----------------------|----|--------------------|----|
|             | %                    | N  | %                  | N  |
| Hovedstaden | 42,8                 | 39 | 54,6               | 38 |
| Sjælland    | 48,8                 | 17 | 56,0               | 17 |
| Syddanmark  | 64,9                 | 22 | 58,9               | 22 |
| Midtjylland | 62,0                 | 20 | 58,9               | 20 |
| Nordjylland | 56,2                 | 11 | 56,9               | 11 |

# Dataindsamlingsmetoden

I Den Nationale Sundhedsprofil 2013 er det muligt både i de regionale stikprøver og i den nationale stikprøve at besvare spørgeskemaet på enten web eller papir.

De fleste er i stand til at besvare spørgeskemaer ved brug af forskellige medier. Undersøgelser har dog vist, at individer har præferencer i forhold til, hvilket medie de ønsker at besvare spørgeskemaet på, og at præferencer varierer inden for demografiske grupper. Dog kan hensyntagen til disse præferencer have begrænset betydning. Dette skyldes først og fremmest, at individer ikke holder stærkt på deres præferencer. Derudover har en metaanalyse konkluderet, at deltagelsesprocenten generelt var lavere, når to medier (web og papir) tilbydes samtidig, end når papir er den eneste medie, der blev tilbudt (Medway, 2012). Forklaringen kan være, at tilbuddet om valg kan komplicere beslutningsprocessen, hvilket gør det sandsynligt, at nogle individer ender med slet ikke at besvare. Derudover vil nogle måske ikke besvare papirskemaet, fordi de har en intention om at besvare webskemaet på et senere tidspunkt, hvorefter de kommer fra det og glemmer at besvare (Dilman, 2014).

Et studie af Sax (2003) viser, at unge foretrækker at have begge muligheder og vælge selv. Og når de får begge muligheder, er unge kvinder mest tilbøjelige til at vælge papir, mens unge mænd vælger web. En forklaring kunne være, at unge føler, at undersøgelsen er nemmere og mindre tidskrævende at gå til, hvis de tilbydes

forskellige måder at besvare skemaet på, hvilket øger sandsynligheden for, at de vil deltage.

## Fordeling af besvarelser

Tabel 9 viser en fordeling af besvarelser på henholdsvis papir, web og bortfald. Det fremgår, at der i Region Hovedstaden og i Region Sjælland er en mindre andel, der svarer på webskemaet i de regionale stikprøver end i den nationale stikprøve. Der ses ingen nævneværdig forskel i andelen, der svarer på papirspørgeskemaet. I Region Syddanmark er der en større andel, der svarer på papir, og en større andel, der svarer på web, i den regionale stikprøve, sammenlignet med den nationale stikprøve. I Region Midtjylland er der en markant større andel, der svarer på papir i den regionale stikprøve end i den nationale stikprøve. Til gengæld er der en markant mindre andel, der svarer på web. I Region Nordjylland ses der ingen nævneværdig forskel i fordelingen af besvarelser mellem den regionale og den nationale stikprøve.

Af tabel 10 fremgår fordelingen af besvarelser på henholdsvis web og papir blandt dem, som har bevaret. Det fremgår, at blandt dem, som svarer, er den relative fordeling af besvarelser på henholdsvis papir og web nogenlunde ens i de forskellige regioner i den nationale stikprøve. I de regionale stikprøver varierer fordelingen fra 86,8 % på papir og 13,2 % på web i Region Midtjylland til 59,5 % på papir og 40,5 % på web i Region Syddanmark.

**Tabel 9.** Fordeling af besvarelser på henholdsvis papir, web og bortfald. Procent

|             |          | Regional stikprøve (%) | National stikprøve (%) |
|-------------|----------|------------------------|------------------------|
| Hovedstaden | Papir    | 30,3                   | 31,2                   |
|             | Web      | 13,2                   | 23,6                   |
|             | Bortfald | 56,5                   | 45,2                   |
| Sjælland    | Papir    | 35,8                   | 34,1                   |
|             | Web      | 12,9                   | 21,9                   |
|             | Bortfald | 51,2                   | 44,0                   |
| Syddanmark  | Papir    | 38,6                   | 35,2                   |
|             | Web      | 26,3                   | 23,7                   |
|             | Bortfald | 35,1                   | 41,1                   |
| Midtjylland | Papir    | 53,3                   | 34,2                   |
|             | Web      | 8,1                    | 24,8                   |
|             | Bortfald | 38,7                   | 40,9                   |
| Nordjylland | Papir    | 33,8                   | 33,0                   |
|             | Web      | 22,9                   | 23,7                   |
|             | Bortfald | 43,4                   | 43,3                   |

**Tabel 10.** Fordeling af besvarelser på henholdsvis papir og web blandt dem, der har svaret. Procent

|             |       | Regional stikprøve (%) | National stikprøve (%) |
|-------------|-------|------------------------|------------------------|
| Hovedstaden | Papir | 69,7                   | 56,9                   |
|             | Web   | 30,4                   | 43,1                   |
| Sjælland    | Papir | 73,5                   | 60,9                   |
|             | Web   | 26,5                   | 39,1                   |
| Syddanmark  | Papir | 59,5                   | 59,7                   |
|             | Web   | 40,5                   | 40,3                   |
| Midtjylland | Papir | 86,8                   | 58,0                   |
|             | Web   | 13,2                   | 42,0                   |
| Nordjylland | Papir | 59,6                   | 58,2                   |
|             | Web   | 40,4                   | 41,8                   |

## Præsentation af mulighed for at vælge dataindsamlingsmetode

Det har været op til den enkelte region og SIF selv at beslutte, hvordan man ville præsentere muligheden for at svare på både papir og web.

Det fremgår af figur 10-15, at der er variation i, hvorledes muligheden for at besvare på papir og web bliver præsenteret i de seks følgebrev.

I følgebrevene fra Region Hovedstaden, Region Sjælland og Region Nordjylland nævnes først web og derefter papir. I følgebrevene fra Region Syddanmark, Region Midtjylland og i det nationale følgebrev nævnes først papir og derefter web. I følgebrevene fra Region Midtjylland og i Region Nordjylland nævnes muligheden for webbesvarelse igen nederst i følgebrevet.

Figur 10. Følgebrev i den nationale stikprøve



Kære [indsæt det fulde navn],

Du er tilfældigt udvalgt til at deltage i en undersøgelse af trivsel, sundhed og sygdom blandt voksne i Danmark. Undersøgelsen gennemføres af Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet.

Formålet med undersøgelsen er, at få en grundlæggende og opdateret viden om danskernes sundhedstilstand. Der er lavet tilsvarende undersøgelser i 1987, 1994, 2000, 2005 og 2010. Nu drejer det sig om at belyse danskernes sundhed i 2013 – dermed får vi også værdifuld viden om, hvordan danskernes sundhed har udviklet sig igennem de sidste 25 år.

Det er vigtigt for resultaterne, at så mange som muligt besvarer spørgeskemaet. Vi har brug for din besvarelse – uanset om du er rask eller er syg. Vi håber derfor, at du vil udfylde spørgeskemaet, men det er naturligvis frivilligt, om du vil deltage. Din besvarelse vil blive behandlet fortroligt, og resultaterne vil blive offentliggjort uden at enkeltpersoner vil kunne genkendes.

Vi vil bede dig udfylde spørgeskemaet og returnere det i vedlagte svarkuvert (porto er betalt).

Du kan også udfylde skemaet på internettet. For at besvare skemaet på internettet skal du gå ind på [www.HvordanHarDuDet.dk](http://www.HvordanHarDuDet.dk) og indtaste nedenstående personlige deltagernummer og adgangskode.

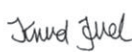
**Deltagernummer:** [indsæt kode]      **Adgangskode:** [indsæt kode]

Blandt alle besvarelserne bliver der trukket lod om henholdsvis 5.000 kr., 3.000 kr. og 1.000 kr. Svarer du på spørgeskemaet inden d. 11. februar 2013, er du desuden med i lodtrækningen om 2.000 kr. Blandt besvarelserne på internettet bliver der udover de allerede nævnte præmier, også trukket lod om en iPad Mini. Vinderne får direkte besked pr. brev i april.

Yderligere oplysninger kan fås ved henvendelse til Statens Institut for Folkesundhed på telefonnummer 65 50 77 82 (mandag-fredag kl. 9-17) eller på e-mail: [sif@si-folkesundhed.dk](mailto:sif@si-folkesundhed.dk). Du kan få mere at vide om Statens Institut for Folkesundhed på vores hjemmeside [www.si-folkesundhed.dk](http://www.si-folkesundhed.dk).

På forhånd tak for din deltagelse.

  
Morten Grønbaek  
Direktør, læge

  
Knud Juel  
Forskningsleder

Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet · Øster Farimagsgade 5 A, 2 · 1353 København K  
Tel: 65 50 77 82 · [sif@si-folkesundhed.dk](mailto:sif@si-folkesundhed.dk) · [www.si-folkesundhed.dk](http://www.si-folkesundhed.dk)

Vi vil bede dig udfylde spørgeskemaet og returnere det i vedlagte svarkuvert (porto er betalt).

Du kan også udfylde skemaet på internettet. For at besvare skemaet på internettet skal du gå ind på [www.HvordanHarDuDet.dk](http://www.HvordanHarDuDet.dk) og indtaste nedenstående personlige deltagernummer og adgangskode.

**Deltagernummer:** [indsæt kode]

**Adgangskode:** [indsæt kode]

Figur 11. Følgebrev fra Region Hovedstaden



30. januar 2013

## Giv sundheden et skub fremad...

- besvar spørgeskemaet *Hvordan har du det?*

**Hvordan har du det?** er en undersøgelse af voksne danskers sundhed i hele Danmark.

Din besvarelse er særlig værdifuld, da du er den eneste, der kan svare på spørgsmål om din trivsel, sundhed og sygdom. Jo mere vi ved om din og andres sundhed, jo bedre kan vi tilrettelægge forebyggelse samt behandling og genoptræning i forbindelse med sygdom i regioner og kommuner.

**Præmier.** Vi trækker lod om 2 biografbilletter til 200 af de, som svarer inden for 5 dage, samt til 300 af alle de som svarer.

**Du kan besvare spørgeskemaet elektronisk eller på papir:**

- På [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk) med følgende: Deltagenummer  
Adgangskode
- På papirkemaet og sende det til os i vedlagte kuvert (porto er betalt)

**Frivilligt og Fortroligt.** Det er helt frivilligt at deltage i undersøgelsen, og din besvarelse vil blive behandlet fortroligt. Det betyder, at du ikke vil kunne identificeres i analyserne fra undersøgelsen.

**Spørgsmål.** Har du spørgsmål til undersøgelsen, kan du læse mere på vores hjemmeside [www.fcfs.dk](http://www.fcfs.dk) eller ringe til forskningscenteret på 38 63 40 58 (man-fre kl. 9-20).

Tak fordi du vil være med.  
Venlig hilsen



Vibeke Storm Rasmussen  
Regionsrådsformand



FORSKNINGSCENTER FOR  
FOREBYGGELSE OG SUNDHED

Forskningscenter for Forebyggelse og Sundhed | Nordre Ringvej 57, Bygning 84/85 | 2600 Glostrup | Tlf: 38 63 40 58 | [www.fcfs.dk](http://www.fcfs.dk)

**Du kan besvare spørgeskemaet elektronisk eller på papir:**

- På [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk) med følgende: Deltagenummer  
Adgangskode
- På papirkemaet og sende det til os i vedlagte kuvert (porto er betalt)

Figur 12. Følgebrev fra Region Sjælland

Kun til korrektur:  
Skematype: GAM  
Kommunekode: 390

REGION  
SJÆLLAND  
- vi er til for dig

## Hvordan har du det? - 2013

Vi har brug for din hjælp. Ved at udfylde spørgeskemaet hjælper du os, så vi bedre kan planlægge hvilke tilbud region og kommuner skal have inden for sundhed og forebyggelse til gavn for dig, din familie og andre borgere. Vi håber derfor, at du vil udfylde vedlagte spørgeskema.

Gå ind på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk) og indtast dit deltagernummer og adgangskode, som du ser her:

Deltagernummer: [redacted]  
Adgangskode: [redacted]

Eller send det udfyldte skema retur med posten (porto er betalt).

Når vi har modtaget spørgeskemaet, deltager du i lodtrækningen om 1400 biografbilletter.

For yderligere information slå op på side 2 i spørgeskemaet.

På forhånd tak for hjælpen.

Venlig hilsen

  
Steen Bach Nielsen  
Formand for Regionsrådet

  
Henrik Holmer  
Borgmester i Vordingborg Kommune

DELTA  
OG VIND  
BIOGRAF-  
BILLETTER



Har du brug for hjælp til at udfylde spørgeskemaet, så ring til 2966 7492 eller send en e-mail til [sundhedsprofil@regionsjaelland.dk](mailto:sundhedsprofil@regionsjaelland.dk)

125508

Gå ind på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk) og indtast dit deltagernummer og adgangskode, som du ser her:

Deltagernummer: [redacted]  
Adgangskode: [redacted]

Eller send det udfyldte skema retur med posten (porto er betalt).

Figur 13. Følgebrev fra Region Syddanmark



Region Syddanmark  
Damhaven 12  
7100 Vejle

Kære [indsæt det fulde navn],

Du er tilfældigt udvalgt i din kommune til at deltage i spørgeskemaundersøgelsen: **Hvordan har du det?** Spørgeskemaundersøgelsen er et led i en national sundhedsundersøgelse, der skal bruges til at beskrive sundhedstilstanden i din kommune, i regionen og i hele Danmark.

Det er vigtigt, at indsatsen for at forbedre sundheden bygger på viden om de faktiske forhold. Vi beder dig derfor besvare en række spørgsmål om din **trivsel, sundhed og sygelighed**.

Det er vigtigt for undersøgelsens resultater, at så mange som muligt besvarer spørgeskemaet. Vi har brug for din besvarelse – uanset om du er frisk og rask eller om du har det mindre godt eller er syg. Vi håber derfor, at du vil tage dig tid til at udfylde spørgeskemaet, men det er naturligvis frivilligt at deltage. Din besvarelse vil blive behandlet fortroligt, og resultaterne vil blive offentliggjort på en sådan måde, at ingen enkeltpersoner vil kunne genkendes. Af hensyn til kvaliteten af undersøgelsen udsender vi påmindelser til alle, som vi ikke har modtaget svar fra.

Blandt alle besvarelsesne bliver der trukket lod om tre pengepræmier på henholdsvis 6.000 kr., 4.000 kr. og 2.000 kr, to iPad mini og 50 x 2 biografbilletter. Vinderne får direkte besked midt april 2013.

Vi vil bede dig udfylde spørgeskemaet og returnere det i vedlagte svarkuvert (porto er betalt).

Du kan også undgå turen til postkassen og deltage i lodtrækningen om yderligere præmier ved at udfylde skemaet på internettet. For at besvare skemaet skal du gå ind på **www.HvordanHarDuDet.dk**. Du skal indtaste nedenstående personlige deltagernummer og adgangskode. Blandt besvarelsesne på nettet udloddes, i tillæg til de allerede nævnte præmier, også to iPhone 5.

**Deltagernummer: [indsæt kode]**      **Adgangskode: [indsæt kode]**

Yderligere oplysninger om undersøgelsen kan fås ved henvendelse på telefonnummer **29 20 13 98** eller på e-mail: **sundhedsprofil@regionsyddanmark.dk**. Du kan også få yderligere oplysning om undersøgelsen på **www.regionsyddanmark.dk/HvordanHarDuDet**.

På forhånd tak for din deltagelse.

Med venlig hilsen



Carl Holst  
Formand for regionsrådet

[Navn Navnsen]  
[Borgmester i XXXXX kommune]

Du kan også undgå turen til postkassen og deltage i lodtrækningen om yderligere præmier ved at udfylde skemaet på internettet. For at besvare skemaet skal du gå ind på **www.HvordanHarDuDet.dk**. Du skal indtaste nedenstående personlige deltagernummer og adgangskode. Blandt besvarelsesne på nettet udloddes, i tillæg til de allerede nævnte præmier, også to iPhone 5.

**Deltagernummer: [indsæt kode]**

**Adgangskode: [indsæt kode]**

Figur 14. Følgrebrev fra Region Midtjylland

  
regionmidtjylland



29. januar 2013

Kære borger

Du er én af 54.000 borgere i Region Midtjylland, som modtager spørgeskemaet om sundhed og helbred: **Hvordan har du det?** Vi håber, du har lyst til at deltage i undersøgelsen.

**Hvordan har du det?** er en undersøgelse af borgernes sundhed i din kommune, i regionen og i hele Danmark. Jo mere vi ved om borgernes sundhed, jo bedre kan vi planlægge behandling, forebyggelse og genoptræning.

Du er tilfældigt udvalgt til undersøgelsen blandt alle borgere over 15 år. Det er naturligvis frivilligt at deltage, men jo flere der besvarer spørgsmålene, jo bedre kan vi bruge undersøgelsens resultater.

Vi håber derfor, at du vil tage dig tid til at udfylde spørgeskemaet og sende det tilbage (porto er betalt). Du kan også udfylde skemaet på nettet, se nederst på siden. Din besvarelse behandles fortroligt.

Ring på telefon 7841 4340, hvis du har spørgsmål om undersøgelsen, eller send en mail til [hvordanhardudet@rm.dk](mailto:hvordanhardudet@rm.dk). Se også hjemmesiden: [www.hvordanhardudet.rm.dk](http://www.hvordanhardudet.rm.dk)

Med din besvarelse af **Hvordan har du det?** får vi en uvurderlig viden og et godt grundlag for at fremme sundheden i din kommune.

På forhånd tak for din deltagelse.

Med venlig hilsen

  
Bent Hansen  
Regionsrådsformand  
Region Midtjylland

**Du kan udfylde skemaet på nettet.**  
Gå ind på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk) og indtast deltagernummer og adgangskode.



Du kan udfylde skemaet på nettet.

Gå ind på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk) og indtast deltagernummer og adgangskode.

Figur 15. Følgebrev i Region Nordjylland



AALBORG  
KOMMUNE



REGION NORDJYLLAND

### Hvordan har du det?

"Hvordan har du det?" er en undersøgelse af borgernes trivsel, sundhed og sygdom. Undersøgelsen bliver gennemført i din kommune og region samt i hele Danmark. Vi sender spørgeskemaet til netop dig og knap 36.000 andre nordjyske borgere, fordi nordjydernes trivsel, sundhed og sygdom ligger os rigtig meget på sinde. Vi har brug for din hjælp til at få så mange svar som muligt - jo flere der besvarer dette spørgeskema, jo stærkere resultater får vi at arbejde videre med til gavn for den nordjyske sundhed.

**Vind skønne præmier**  
Vi trækker lod mellem alle de besvarede spørgeskemaer, og måske er det dig, der bliver den heldige vinder af en af vores skønne præmier:

- 4 præmier med frit valg mellem et gavekort til en cykel eller en iPad
- 4 præmier med frit valg mellem en miniferie for to personer (med to overnatninger) eller en iPod Touch
- 30 præmier med biografbilletter til to personer

**Besvar på nettet - og vær med i ekstra lodtrækning om to iPad mini**  
Du skal blot gå på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk), indtaste dit **deltagernummer** og **adgangskode**, som du finder nederst på dette brev samt på spørgeskemaet - så er du allerede godt i gang.

Du er også meget velkommen til at sende os dit udfyldte spørgeskema i **den vedlagte svarkuvert** - porto er betalt.

Hvis du har spørgsmål om undersøgelsen, kan du på [www.rn.dk](http://www.rn.dk) søge svar på oftest stillede spørgsmål.

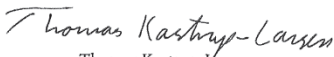
Du er også velkommen til at ringe på **29 63 20 92** eller sende os en e-mail på [hvordanhardudet@rn.dk](mailto:hvordanhardudet@rn.dk)

På forhånd mange tak for din deltagelse!

Med venlig hilsen



Ulla Astman  
Regionsrådsformand



Thomas Kastrup-Larsen  
Rådmand for Sundhed og Bæredygtig Udvikling

Her er dit deltagernummer og din adgangskode til at besvare spørgeskemaet på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk)

Deltagernummer:

Adgangskode:

**Besvar på nettet - og vær med i ekstra lodtrækning om to iPad mini**

Du skal blot gå på [www.hvordanhardudet.dk](http://www.hvordanhardudet.dk), indtaste dit **deltagernummer** og **adgangskode**, som du finder nederst på dette brev samt på spørgeskemaet - så er du allerede godt i gang.

Du er også meget velkommen til at sende os dit udfyldte spørgeskema i **den vedlagte svarkuvert** - porto er betalt.

## Sammenfatning

Der er stor variation i andelene, der besvarer på henholdsvis papir eller web i de seks stikprøver. I Region Hovedstaden og i Region Sjælland er en mindre andel, der svarer på webskemaet i de regionale stikprøver end i den nationale stikprøve, mens de ikke ses nævneværdig forskel i andelen, der svarer på papirspørgeskemaet. I Region Syddanmark er der en større andel, der svarer på papir, og en større andel, der svarer på web, i den regionale stikprøve, sammenlignet med den nationale stikprøve. I Region Midtjylland er der en markant større andel, der svarer på papir i den regionale stikprøve end i den nationale stikprøve. Til gengæld er der en markant mindre andel, der svarer på web. I Region Nordjylland ses der ingen nævneværdig forskel i fordelingen af besvarelser mellem den regionale og den nationale stikprøve.

Det fremgår af figur 10-15, at der er variation i, hvorledes muligheden for at besvare på papir og web bliver præsenteret i de seks følgebrev. I følgebrevene fra Region Hovedstaden, Region Sjælland og Region Nordjylland nævnes først web og derefter papir. I følgebrevene fra Region Syddanmark, Region Midtjylland og i det nationale følgebrev nævnes først papir og derefter web. I følgebrevene fra Region Midtjylland og i Region Nordjylland nævnes muligheden for webbesvarelse igen nederst i følgebrevet. Dette kan muligvis forklare variationen i andelene, der besvarer på henholdsvis papir eller web i de seks stikprøver.

# Følgrebrev

I alle seks delundersøgelser er der medsendt et følgebrev sammen med spørgeskemaet (figur 10-15). I Region Midtjylland var følgebrevet en integreret del af papirspørgeskemaet, mens der i de øvrige regioner og nationalt er medsendt et separat følgebrev. Ud over følgebrev og spørgeskema er der i alle undersøgelser medsendt en frankeret svarkuvert. I følgebrevet fra Region Midtjylland er der desuden vedlagt en folder, der beskriver præmierne.

Følgrebrevene varierer i deres formuleringer, fortrolighed, grad af personlighed, afsender/underskriver og visuelle udtryk. I dette afsnit belyses forskellige elementer af følgrebrevene.

## Formuleringer

### Appel

Mennesker føler ofte glæde, når andre beder om hjælp eller assistance som kun de kan leve. De vil derfor generelt vise interesse for undersøgelsen, hvis man efterspørger deres hjælp (Dillmann, 2014). Undersøgelser har vist, at deltagelsesprocenten afhænger af appellen i følgebrevet (Gendall, 2003). Der skelnes mellem den egoistiske appel og den altruistiske appel. Den egoistiske appel understreger vigtigheden af undersøgelsen til svarpersonerne og understreger også værdien af deres besvarelser. Den altruistiske appel understreger en-

ten muligheden for at hjælpe dem, der laver undersøgelsen (help-the-sponsor), eller understreger, hvilken gavnlig effekt sådan forskning har for den generelle befolkning, hvori svarpersonen indgår (social nytteværdi) (Gendall, 2003). I undersøgelser blandt den generelle befolkning, hvor afsender er et universitet/akademisk institution, er den altruistiske appel mest effektiv (Gendall, 2003). Gendall konkluderer, at man kan øge deltagelsen med 5 procentpoint blot ved at gøre brug af den altruistiske appel i stedet for den egoistiske.

Tabel 11 viser, hvilke formuleringer og hvilken appel der er anvendt i de forskellige følgrebrev. Det fremgår, at alle har understreget, at de har brug for hjælp, men at omfanget og indholdet af formuleringerne varierer. Det fremgår desuden, at alle følgrebrev anvender den altruistiske appel. I følgebrevet fra Region Hovedstaden anvendes herudover den egoistiske appel.

Undersøgelser har vist, at deltagelsen er højere ved brug af følgrebrev, hvor appellen enten er placeret flere steder igennem følgebrevet (integreret) eller er placeret i en p.s.-kommentar nederst i følgebrevet, sammenlignet med en appel, som står nederst i følgebrevet (Finch, 1989).

I følgrebrevene fra Region Hovedstaden, Region Sjælland og Region Nordjylland er appellen placeret i starten af følgebrevet, mens man i Region Midtjylland har integreret appellen i hele følgebrevet. I følgebrevet i Region Syddanmark og i det nationale følgebrev er appellen placeret henholdsvis i første halvdel eller midt i følgebrevet.

**Tabel 11.** Eksempler på anvendte appeller i følgebrevene

|             | Formulering                                                                                                                                                                                                                                                                         | Typen af appel          |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Hovedstaden | "Din besvarelse er særlig værdifuld, da du er den eneste, der kan svare på spørgsmål om din trivsel, sundhed og sygdom".<br><br>"Jo mere vi ved om din og andres sundhed, jo bedre kan vi tilrettelægge forebyggelse samt behandling...".                                           | Egoistisk + altruistisk |
| Sjælland    | "Vi håber derfor, at du vil udfylde vedlagte spørgeskema".<br><br>"Vi har brug for din hjælp. Ved at udfylde spørgeskemaet hjælper du os...".                                                                                                                                       | Altruistisk             |
| Syddanmark  | "Vi har brug for din besvarelse – uanset om du er frisk og rask, eller om du har det mindre godt eller er syg. Vi håber derfor, at du vil tage dig tid til at udfylde spørgeskemaet, men det er naturligvis frivilligt at deltage".<br><br>"Vi vil bede dig udfylde spørgeskemaet". | Altruistisk             |
| Midtjylland | "Vi håber, du har lyst til at deltage i undersøgelsen".<br><br>"Vi håber derfor, at du vil tage dig tid til at udfylde spørgeskemaet...".<br><br>"Med din besvarelse af Hvordan har du det? får vi en uvurderlig viden og et godt grundlag for at fremme sundheden i din kommune".  | Altruistisk             |
| Nordjylland | "Vi har brug for din hjælp til at få så mange svar som muligt..."                                                                                                                                                                                                                   | Altruistisk             |
| SUSY        | "Vi har brug for din besvarelse – uanset om du er rask eller syg".<br><br>"Vi håber derfor, at du vil udfylde spørgeskemaet, men det er naturligvis frivilligt, om du vil deltage".                                                                                                 | Altruistisk             |

### Resultaternes anvendelighed

Ifølge Dillmann føler mennesker et udbytte, når de bidrager til noget, der gavner andre. Dette gælder også, selv om de ikke tror, at de personligt vil få gavn af det. Man kan således øge deltagelsen ved at beskrive det gavnlige udbytte af undersøgelsen.

Tabel 12 viser, hvilke formuleringer der er anvendt i de forskellige følgebrev. Det fremgår, at alle har understreget, hvad undersøgelsen skal bruges til, men at omfanget og indholdet af formuleringerne varierer.

**Tabel 12.** Resultaternes anvendelighed

|             |                                                                                                                                                                                                        |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | "Jo mere vi ved om din og andres sundhed, jo bedre kan vi tilrettelægge forebyggelse samt behandling og genoptræning i forbindelse med sygdom i region og kommune".                                    |
| Sjælland    | "Ved at udfylde spørgeskemaet hjælper du os, så vi bedre kan planlægge, hvilke tilbud region og kommuner skal have inden for sundhed og forebyggelse til gavn for dig, din familie, og andre borgere". |
| Syddanmark  | "Spørgeskemaundersøgelsen er et led i en national sundhedsundersøgelse, der skal bruges til at beskrive sundhedstilstanden i din kommune, i regionen og i hele Danmark".                               |
| Midtjylland | "Jo mere vi ved om borgernes sundhed, jo bedre kan vi planlægge behandling, forebyggelse og genoptræning".                                                                                             |
| Nordjylland | "... til gavn for den nordjyske sundhed".                                                                                                                                                              |
| SUSY        | "Formålet med undersøgelsen er at få en grundlæggende og opdateret viden om danskernes sundhedstilstand".                                                                                              |

### Længde

Ifølge Brennan (1992) har det ingen betydning, om følgebrevet er langt eller kort. Dillman (2009) understreger dog, at formålet med et følgebrev er at give udvalgt information og at holde det så kort som muligt, gerne inden for 1 side. Længden af de seks følgebrev varierer, men holder sig alle inden for 1 side. I Region Midtjyllands stikprøve er følgebrevet en integreret del af spørgeskemaet, mens følgebrevet i de øvrige stikprøver er et separat dokument.

### Kompleksitet

Kompleksitet henviser til følgebrevets læsbarhed. Det antages, at et simpelt letforståeligt følgebrev er mere effektivt end et komplekst følgebrev, der er sværere at forstå. Der er dog ingen evidens, der viser, at simplicitet øger effektiviteten af et følgebrev. Det er dog uklogt

at antage, at følgebrev, som er svære at læse, ikke reducerer deltagelsen (Gendall 2003).

En teksts kompleksitet kan vurderes ved hjælp af Flesch Reading Ease Score og Gunning's Fog Index, som begge måler læsbarheden af en tekst. Flesch-scoren beregnes ud fra antallet af ord i en sætning, og ud fra hvor mange stavelser gennemsnitsordet har. Fog-scoren beregnes ud fra sætningers gennemsnitslængde (antal ord) og procentdel af svære ord (ord med flere end 3 stavelser). Ideelt skal Flesch-scoren rangere mellem 60-70, og Fog-scoren mellem 7-8. Alt over 9 er for svært for de fleste at læse.

Det fremgår af tabel 13, at der er stor variation i følgebrevenes kompleksitet. Overordnet er følgebrevene i Region Hovedstaden og Region Midtjylland mindre komplekse, men følgebrevet i Region Syddanmark er mere komplekst.

**Tabel 13.** Kompleksitet

|             | <b>The Flesh Reading Ease Score (0-100) – jo højere, jo bedre</b> | <b>The Gunning Fog Index (0-12) – jo lavere, jo bedre</b> |
|-------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | 60,3: Standard/gennemsnitligt                                     | 10,1: Forholdsvist let at læse                            |
| Sjælland    | 56: Forholdsvist svært at læse                                    | 11,4: Svært at læse                                       |
| Syddanmark  | 46: Svært at læse                                                 | 12,5: Svært at læse                                       |
| Midtjylland | 62: Standard/gennemsnitligt                                       | 10,3: Forholdsvist let at læse                            |
| Nordjylland | 62,1: Standard/gennemsnitligt                                     | 10,7: Svært at læse                                       |
| SUSY        | 52,2: Forholdsvist svært at læse                                  | 11,6: Svært at læse                                       |

### En af mange

At svarpersonen er udvalgt blandt mange andre opfattes ikke nødvendigvis som positivt, da det underminerer betydningen af den enkelte svarpersonens besvarelse. Der er ingen grund til at svare, hvis der er mange andre, der svarer (Dillman, 2009). I følgebrevet i Region Midtjylland og Region Nordjylland nævnes, hvor mange der er blevet udvalgt, mens det ikke nævnes i de øvrige fire følgebreve.

### Tonen

Følgebrevets indhold og tone kan påvirke deltagelsesprocenten, men det afhænger af den

anvendte appel i brevet. Den altruistiske appel er mere effektiv i undersøgelser af den generelle befolkning, hvor afsenderen er et universitet, sammenlignet med den egoistiske appel (Gendall 2003). Litteraturen viser, at personlige og venlige følgebreve, er mere effektive end upersonlige følgebreve (Dillman 2000).

I tabel 14 gives en vurdering af tonen i de forskellige følgebreve samt hvilke formuleringer der er anvendt.

**Tabel 14.** Tonen i følgebrevet

|             | <b>Tone</b>                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Formulering</b>                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | Venlig, informativ, vedkommende og moderne.                                                                                                                                                                                                 | "Giv sundheden et skub fremad...".<br><br>"Din besvarelse er særlig værdifuld, da du er den eneste, der kan svare på spørgsmål..."                                                                                                                                                             |
| Sjælland    | Venlig og to the point, men indeholder de informationer, modtageren skal bruge. En smule upersonligt.                                                                                                                                       | "For yderligere information slå op på side 2 i spørgeskemaet".<br><br>"På forhånd tak for hjælpen".                                                                                                                                                                                            |
| Syddanmark  | Formel og informativ. Lidt akademisk.                                                                                                                                                                                                       | "Tilfældigt udvalgt".<br><br>"Yderligere oplysninger kan fås ved henvendelse".<br><br>"På forhånd tak for din deltagelse".                                                                                                                                                                     |
| Midtjylland | Let og ligetil. I øjenhøjde med modtager – informativt, men uden for mange informationer. Sproget flyder fint, og der er en fin rød tråd gennem brevet.<br>- Korte afsnit, der følger fint efter hinanden.<br>- Sproget er let forståeligt. | "Vi håber derfor, at du vil tage dig tid til at udfylde spørgeskemaet og sende det tilbage (porto er betalt). Du kan også udfylde skemaet på nettet, se nederst på siden".                                                                                                                     |
| Nordjylland | Formuleringer tilpasset målgruppen. Høj grad af personlighed og hjertelighed.                                                                                                                                                               | "Vi sender spørgsmålene til netop dig og knap 36.000 andre nordjyske borgere, fordi nordjydernes trivsel, sundhed og sygdom ligger os rigtig meget på sinde".<br><br>"... til gavn for den nordjyske sundhed".<br><br>"Vind skønne præmier".<br><br>"På forhånd mange tak for din deltagelse". |
| SUSY        | Formel og informativ. Lidt akademisk.                                                                                                                                                                                                       | "Tilfældig udvalgt".<br><br>"Vi vil bede dig udfylde spørgeskemaet og returnere det".<br><br>"Yderligere oplysninger kan fås ved henvendelse"<br>"På forhånd tak for din deltagelse".                                                                                                          |

## Fortrolighed

Forsikring om fortrolighed har ingen umiddelbar betydning for deltagelsen, bortset fra undersøgelser hvor fortrolighed selvfølgelig er ønskværdigt (Gendall, 2003).

Forsikring om fortrolighed kan være gavnlig og øge deltagelsen, når undersøgelsens emne er følsomt, men det er vigtig at finde en balance mellem at sikre fortrolighed samtidig med, at man ikke gør svarpersonerne mistænkelige med overforklaring af fortrolighed.

En måde at etablere tillid mellem svarpersonen og afsender er ved at forklare, hvad der vil

blive gjort for at sikre fortrolighed og sikkerheden af deltagernes besvarelser (Dillman, 2009).

Det fremgår af tabel 15, at fire ud af de seks følgebrev nævner fortrolighed, men at der er brugt forskellige formuleringer. Ingen nævner direkte, hvad der vil blive gjort for at sikre fortrolighed og sikkerheden af deltagernes besvarelser, men i SUSY og Region Syddanmark kommer der tilnærmelsesvis en forklaring med følgende sætning: *"resultaterne vil blive offentliggjort på en sådan måde, at ingen enkeltpersoner vil kunne genkendes"*. Denne sætning henviser dog til anonymitet i forhold til præsentation af resultater og ikke direkte til fortroligheden og sikkerheden af deltagernes besvarelser

**Tabel 15.** Fortrolighed

|             | Ordlyd                                                                                                                                                      |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | "Frivilligt og fortroligt... din besvarelse vil blive behandlet fortroligt. Det betyder, at du ikke vil kunne identificeres i analyserne fra undersøgelsen" |
| Sjælland    | Nævnes ikke                                                                                                                                                 |
| Syddanmark  | "Din besvarelse vil blive behandlet fortroligt, og resultaterne vil blive offentliggjort på en sådan måde, at ingen enkeltpersoner vil kunne genkendes"     |
| Midtjylland | "Din besvarelse behandles fortroligt"                                                                                                                       |
| Nordjylland | Nævnes ikke                                                                                                                                                 |
| SUSY        | "Din besvarelse vil blive behandlet fortroligt, og resultaterne vil blive offentliggjort på en sådan måde, at ingen enkeltpersoner vil kunne genkendes"     |

## Grad af personlighed

Personalisering af følgebrev til den generelle befolkning kan både anses som positivt og negativt. Positivt, da personalisering kan skabe en norm om reciprocitet. Forskeren har gjort sig umage ved at henvende sig personligt til svarpersonen, brugt tid på at individualisere følgebrevet, og dette kan skabe en følelse af forpligtelse hos svarpersonen til at ville "tilbagebetale" denne indsats ved at deltage i undersøgelsen. Negativt i og med, at personalisering kan sænke deltagelsesprocenten hos svarpersoner der ønsker anonymitet, da det understreger

manglen på en sådan anonymitet (Gendall, 2003).

Undersøgelser viser, at personlige og venlige følgebrev er mere effektive end upersonlige følgebrev (Dillman, 2009). Ifølge Dillmann er det meget nemt for svarpersonerne at ignorere følgebrevet, hvis det ikke er personligt, ud fra den tankegang at der sikkert er andre af de inviterede, der vil svare. Personalisering af følgebrevet kan desuden bruges til at skabe autenticitet omkring afsenderen og undersøgelsen samt til at vinde de inviteredes tillid, hvilket skulle forbedre sandsynligheden for svar. Ifølge Gendall (2005) har personalisering reelt kun lille eller ingen effekt på deltagelsespro-

centen. I værste fald har det ingen effekt, men i bedste fald har det en positiv effekt – så derfor bør man gøre brug af det, da man ikke taber noget ved det.

Brug af en indledende hilsen er en måde at personalisere følgebrevet på. Brug af en personlig hilsen (fx "Kære John Mogensen") fremfor en upersonlig hilsen (fx "Kære borger") i følgebrev har effekt på deltagelsesprocenten ved undersøgelser af den generelle befolkning (Brennan, 1992; Joinson, 2005) – men om det er bedre end ingen hilsen vides ikke (Gendall, 2003). Ordet "Kære" har reelt ingen betydning for deltagelsesprocenten. Det er blevet en del af en meningsløs og ikke-intim måde at indlede breve på (Gendall, 2003).

Det har ingen (eller kun lille) betydning for deltagelsen, om følgebrevet er underskrevet i hånden, eller om underskriften er indscannet (McKenzie-McHarg, 2005). Flere andre studier anbefaler dog en håndskrevet blå signatur, men medgiver, at det ikke er praktisk muligt i store undersøgelser (Tourangeau, 2013; Gendall, 2003). I stedet foreslås en indscannet signatur i en kontrastfuld farve (Gendall, 2003).

Ifølge Dillman (2009) er det en god idé at anføre datoen på følgebrevet, da fraværet af dato

virker som en umiddelbar indikator for, at et brev er ligegyldigt. Ligeledes vil brug af et traditionelt datoformat, såsom "Februar 2013", også signalere en form for ligegyldighed (Dillman, 2009). I Region Hovedstaden og i Region Midtjylland angives en præcis dato (henholdsvis d. 30. januar 2013 og d. 29. januar 2013). I de øvrige regioner angives ikke en dato.

Personalisering indbefatter i dette notat: indsætte navn og adresse, brug af personlig hilsen, og underskrifter med blå skrift. Mange studier fra 1970'erne finder en positiv effekt af personalisering, men det er ikke nødvendigvis tilfældet i dag, da det ikke længere opfattes som noget specielt, eller at det kræver en speciel indsats af afsender (Gendall, 2003). Studier har dog fundet, at personalisering har lille eller ingen effekt på deltagelsen. Gendall konkluderer dog, at i værste fald har det ingen effekt, og i bedste fald har det en positiv effekt, så man bør gøre brug af det (Gendall, 2003). I tabel 16 ses en oversigt over, hvorledes de forskellige følgebreve er gjort personlige.

**Tabel 16.** Personalisering

|             | <b>Svarpersonens navn og adresse</b>                         | <b>Hilsen med svarpersonens navn</b>                                                                   | <b>Underskrift</b>          |
|-------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Hovedstaden | Svarpersonens navn og adresse står ikke anført i følgebrevet | Ingen hilsen<br><br>I stedet: Giv sundheden et skub fremad... besvar spørgeskemaet Hvordan har du det? | Indscannet sort underskrift |
| Sjælland    | Svarpersonens navn og adresse står anført i følgebrevet      | Ingen hilsen<br><br>I stedet: Hvordan har du det? – 2013                                               | Indscannet sort underskrift |
| Syddanmark  | Svarpersonens navn og adresse står anført i følgebrevet      | Kære [indsæt det fulde navn]                                                                           | Indscannet blå underskrift  |
| Midtjylland | Svarpersonens navn og adresse står ikke anført i følgebrevet | Kære borger                                                                                            | Indscannet sort underskrift |
| Nordjylland | Svarpersonens navn og adresse står ikke anført i følgebrevet | Ingen hilsen<br><br>I stedet: Hvordan har du det?                                                      | Indscannet blå underskrift  |
| SUSY        | Svarpersonens navn og adresse står anført i følgebrevet      | Kære [indsæt det fulde navn]                                                                           | Indscannet blå underskrift  |

## Afsender

### Afsender

At følgebrevet underskrives af en velkendt person kan øge deltagelsen med 6-7 % (Brehaut, 2006). Endvidere finder flere studier i forbindelse med web-undersøgelser, at forholdet mellem afsender og svarpersonen, svarpersonens kendskab og tillid til afsenderen samt afsenderens omdømme påvirker beslutningen om deltagelse (Keusch, 2015).

Som det ses af tabel 17, er der visse variationer i forhold til, hvem afsenderen er i de 6 følgebreve samt rykkere.

I introbrevet er det regionsrådsformanden + en eventuelt anden, der skriver under i alle fem regioner, mens det i rykkermaterialet er forskelligt om det er en projektansvarlig/et projektansvarligt center eller en regionsrådsformand/direktør.

**Tabel 17.** Afsender/underskrift

|             | <b>Introbrev</b>                                                                                        | <b>1. rykker</b>                                                                                                       | <b>2. rykker</b>                                                                                                               | <b>3. rykker</b>                               |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Hovedstaden | Regionsrådsformand (Vibeke Storm Rasmussen)                                                             | <b>Postkort</b><br>Projektansvarligt center i regionen                                                                 | <b>Brev + skema</b><br>Projektansvarlig (Charlotte Glümer)                                                                     | -                                              |
| Sjælland    | Regionsrådsformand (Steen Bach Nielsen)<br><br>Borgmester i X kommune                                   | <b>Postkort</b><br>Projektansvarligt center i regionen                                                                 | <b>Brev + skema</b><br>Koncerndirektør i regionen (Lars Onsberg Henriksen) samt Direktør i X kommune                           | Postkort<br>Regionen                           |
| Syddanmark  | Regionsrådsformand (Carl Holst)<br><br>Borgmester i X kommune                                           | <b>Brev</b><br>Regionsrådsformand (Carl Holst)<br><br>Borgmester i X kommune                                           | <b>Brev + skema</b><br>Regionsrådsformand (Carl Holst)<br><br>Borgmester i X kommune                                           | -                                              |
| Midtjylland | Regionsrådsformand (Bent Hansen)<br><br>Borgmester i X kommune                                          | <b>Postkort</b><br>Projektansvarlig (Finn Breinholt Larsen)                                                            | <b>Brev + skema</b><br>Projektansvarlig (Finn Breinholt Larsen)                                                                | <b>Brev + skema</b><br>(Finn Breinholt Larsen) |
| Nordjylland | Regionsrådsformand (Ulla Astman) og Rådmand for Sundhed og Bæredygtig Udvikling (Thomas Kastrup-Larsen) | <b>Postkort</b><br>Regionen                                                                                            | <b>Brev + skema</b><br>Regionsrådsformand (Ulla Astman)                                                                        | -                                              |
| SUSY        | Direktør for forskningsinstitut (Morten Grønbæk) samt forskningsleder for forskningsprogram (Knud Juel) | <b>Brev</b><br>Direktør for forskningsinstitut (Morten Grønbæk) samt forskningsleder for forskningsprogram (Knud Juel) | <b>Brev + skema</b><br>Direktør for forskningsinstitut (Morten Grønbæk) samt forskningsleder for forskningsprogram (Knud Juel) | -                                              |

#### Information om afsenderen

Det er vigtigt, at de inviterede deltagere har tillid til afsenderen af undersøgelsen. Legitime undersøgelser har afsendere, som identificerer sig selv og er villige til at svare på spørgsmål omkring undersøgelsen. Information om afsenderen kan være med til at styrke tilliden mellem afsender og de inviterede (Dillman et al. 2009). En måde at gøre det på er at angive den fysiske adresse, hvor afsenderen er lokaliseret. En anden måde er at angive et 'modtageren-betaler' telefonnummer, hvor de inviterede deltagere kan ringe og tale med en rigtig person for at få oplysninger om undersøgelsen. Her er det vigtigt, at dem, der ringer, kan få fat på en rigtig person og ikke bare indtalte telefonbeskeder. En anden mulighed er at inkludere en hjemmesideadresse, hvor de inviterede kan

finde yderligere informationer om baggrunden for undersøgelsen, afsenderen samt eventuelle resultater fra tidligere undersøgelser. Endelig er det også en mulighed at angive en e-mailadresse. Ideelt skal flere af disse metoder tages i brug for at skabe tillid.

Det fremgår af tabel 18, at der i Region Sjælland, Region Midtjylland og Region Nordjylland ikke er angivet en fysisk adresse i følgebrevet. Derimod har alle regioner angivet et telefonnummer, som de inviterede deltagere kan ringe til, hvis de har spørgsmål. Alle regioner, med undtagelse af Region Sjælland, har endvidere angivet en hjemmesideadresse. Alle regioner, med undtagelse af Region Hovedstaden, har også angivet en e-mailadresse.

**Tabel 18.** Information om afsenderen

|             | Fysisk adresse                                                                                       | Telefon     | Hjemmeside                                                                                           | E-mail adresse                    |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Hovedstaden | Forskningscenter for Forebyggelse og Sundhed, Nordre Ringvej 57, Bygning 84/85, 2600 Glostrup        | 38 63 40 58 | <a href="http://www.fcfs.dk">www.fcfs.dk</a>                                                         | -                                 |
| Sjælland    | -                                                                                                    | 29 66 74 92 | -                                                                                                    | sundhedsprofil@regionsjaelland.dk |
| Midtjylland | -                                                                                                    | 78 41 43 40 | <a href="http://www.hvordanhardudet.rm.dk">www.hvordanhardudet.rm.dk</a>                             | hvordanhardudet@rm.dk             |
| Syddanmark  | Region Syddanmark, Damhaven 12, 7100 Vejle                                                           | 29 20 13 98 | <a href="http://www.regionsyddanmark.dk/HvordanHarDuDet">www.regionsyddanmark.dk/HvordanHarDuDet</a> | sundhedsprofil@regionyddanmark.dk |
| Nordjylland | -                                                                                                    | 29 63 20 92 | <a href="http://www.rn.dk">www.rn.dk</a>                                                             | hvordanhardudet@rn.dk             |
| SUSY        | Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet, Øster Farimagsgade 5a, 2., 1353 København K | 65 50 77 82 | <a href="http://www.si-folkesundhed.dk">www.si-folkesundhed.dk</a>                                   | sif@si-folkesundhed.dk            |

## Visuelle udtryk

Svarpersoner, der udsættes for et stigende antal henvendelser om spørgeskemaundersøgelser, kasserer muligvis følgebrevet uden at vurdere dets indhold. Derfor er det nødvendigt at følgebrevet skiller sig ud rent visuelt for at tilskynde modtageren til at læse det (Gendall, 2003). Følgebrevets visuelle layout kan have en indvirkning på svarpersonernes deltagelse. Der er blandt andet brug for en klar tilkendegivelse af afsenderen ved brug af officielt brevpapir og logoer. Det anbefales dog, at der ikke anvendes for fancy layout (fx omfattende brug af farver, billeder og grafik) (Porter, 2004).

Følgebrevene til den nationale stikprøve, til Region Syddanmark og til Region Midtjylland minder visuelt meget om hinanden. Brevene

virker meget formelt. Der er en del tekst, og der er, ud over ét logo, ingen visuelle effekter. Det samme gælder Region Nordjylland. Her har man dog to logoer – et for Region Nordjylland, og et for den pågældende kommune. I følgebrevet til stikprøven i Region Hovedstaden er der lidt flere visuelle effekter. Der er en overskrift og en underoverskrift med større skrift. Der er to logoer – et for Region Hovedstaden og et for Forskningscenter for Forebyggelse og Sundhed. Endvidere er der et billede af spørgeskemaets forside. Følgebrevet til Region Sjælland er det følgebrev, hvor der er brugt flest visuelle effekter. Der er en overskrift med stor skrift og i fed. Der er billede af spørgeskemaets forside, en QR-kode og en rød mærkat, der fortæller at man kan vinde biografbilletter ved at deltage. Det er også det følgebrev hvor der er anvendt mindst tekst.

# Rykkerbreve og postkort

Dette afsnit har til formål at belyse, hvorvidt forskellen i deltagelsesprocenten mellem stikprøverne kan tilskrives forskelle i rykkerbrevenes og postkortenes indhold, layout og udsendelsestidspunkt.

Det fremgår af tabel 19, at invitationen i alle seks stikprøver er udsendt samme tid

(d. 30.1.2013), men at formatet, tidspunktet og antallet af rykkerbreve varierer.

Der er ikke enighed om, hvorvidt rykkerbreve eller postkort er mest effektive i forhold til at øge deltagelsesprocenten (Gendall, 2003; Dillman, 2009). Dillman (2009) anbefaler at variere udsendelserne, da de to formater er gode på hvert deres tidspunkt i forløbet, og da det kan være en fordel at forny både format og sprog. Flere udsendelser er essentielt for at maksimere deltagelsesprocenten, da stimuli, som er anderledes end de tidligere, har mere power end en gentagelse af en tidligere brugt teknik (Dillman, 2009).

**Tabel 19.** Oversigt over datoer for udsendelse af følgebrev og rykkerbreve/postkort

|             | Udsendelse af spørgeskema | 1. rykker (postkort) | 1. rykker (brev) | 2. rykker (brev + skema) | 3. rykker (postkort) | 3. rykker (brev + skema) |
|-------------|---------------------------|----------------------|------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| Hovedstaden | 30.1.2013                 | 20.2.2013            |                  | 13.3.2013                |                      |                          |
| Sjælland    | 30.1.2013                 | 20.2.2013            |                  | 18.3.2013                | 10.4.2013            |                          |
| Syddanmark  | 30.1.2013                 |                      | 20.2.2013        | 14.3.2013                |                      |                          |
| Midtjylland | 30.1.2013                 | 5.2.2013             |                  | 26.2.2013                |                      | 19.3.2013                |
| Nordjylland | 30.1.2013                 | 13.2.2013            |                  | 14.3.2013                |                      |                          |
| SUSY        | 30.1.2013                 |                      | 20.2.2013        | 14.3.2013                |                      |                          |

## Formuleringer

### Appel

Som det også var tilfældet i følgebrevene, er der anvendt forskellige former for appeller i rykkerbrevene.

Tabel 20 viser, hvilke formuleringer der er anvendt i de forskellige rykkerbreve/postkort. Det fremgår, at alle har understreget, at de har

brug for hjælp, men at omfanget og indholdet af formuleringerne varierer.

I rykkerbrevene i Region Hovedstaden, Region Syddanmark og i Region Nordjylland er appellen placeret i starten af brevet, mens appellen er placeret længere nede i rykkerbrevet i Region Sjælland og Region Midtjylland og i det nationale rykkerbrev.

**Tabel 20.** Eksempler på appeller i rykkerbreve

|             | Formulering                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Type af appel           |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Hovedstaden | <p>"Du kan stadig nå at få indflydelse på de fremtidige sundhedsindsatser i Region Hovedstaden".</p> <p>"Din besvarelse er særlig værdifuld, da du er den eneste, der kan fortælle os om din trivsel, sundhed og sygdom. Jo mere vi ved om din og andres sundhed, jo bedre kan vi tilrettelægge forebyggelse samt behandling og genoptræning i forbindelse med sygdom i regioner og kommuner".</p> | Egoistisk + altruistisk |
| Sjælland    | "Ved at udfylde spørgeskemaet hjælper du os, så vi bedre kan planlægge, hvilke tilbud region og kommuner skal have inden for sundhed og forebyggelse til gavn for dig, din familie og andre borgere".                                                                                                                                                                                              | Altruistisk             |
| Syddanmark  | "Vi håber, at du vil besvare skemaet, da det er vigtigt, at så mange som muligt deltager i undersøgelsen..."                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Altruistisk             |
| Midtjylland | <p>"Jo flere der svarer, jo mere pålidelige bliver undersøgelsens resultater".</p> <p>"Vi håber derfor, at du vil udfylde skemaet".</p>                                                                                                                                                                                                                                                            | Altruistisk             |
| Nordjylland | "Vi har brug for din hjælp til at få så mange svar som muligt – jo flere der besvarer spørgeskemaet, jo stærkere resultater får vi at arbejde videre med til gavn for den nordjyske sundhed".                                                                                                                                                                                                      | Altruistisk             |
| SUSY        | "Vi håber, at du vil besvare skemaet, da det er vigtigt, at så mange som muligt deltager i undersøgelsen..."                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Altruistisk             |

### Kompleksitet

Rykkerbrevenes kompleksitet er ligeledes vurderet ved hjælp af Flesch Reading Ease Score og Gunning's Fog Index. Ideelt skal Flesh-scoren rangere mellem 60-70, og Fog-scoren mellem 7-8. Alt over 9 er for svært for de fleste at læse.

Det fremgår af tabel 21, at der er stor variation i rykkerbrevenes kompleksitet. Overordnet er rykkerbrevet i Region Hovedstaden, Region Syddanmark og SUSY komplekse, mens rykkerbrevet i Region Midtjylland og Region Nordjylland er mindre komplekse. Kompleksiteten er ikke vurderet for rykkerbrevet i Region Sjælland, da rykkerbrevet er for kort.

**Tabel 21** Kompleksitet i rykkerbreve

|             | The Flesh Reading Ease Score (0-100) – jo højere, jo bedre        | The Gunning Fog Index (0-12), jo lavere, jo bedre                 |
|-------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | 55,9: Forholdsvist svært at læse                                  | 10,5: Svært at læse                                               |
| Sjælland    | Rykkerbrevet har færre end 100 ord, hvorfor testen ikke kan laves | Rykkerbrevet har færre end 100 ord, hvorfor testen ikke kan laves |
| Syddanmark  | 46,6: Svært at læse                                               | 12: Svært at læse                                                 |
| Midtjylland | 59,6: Standard/gennemsnitligt                                     | 10,7: Svært at læse                                               |
| Nordjylland | 65,7: Standard/gennemsnitligt                                     | 10,4: Forholdsvist let at læse                                    |
| SUSY        | 49,9: Forholdsvist svært at læse                                  | 11,5: Svært at læse                                               |

## Tonen

Litteraturen viser, at personlige og venlige følgebrev er mere effektive end upersonlige følgebrev (Dillman, 2000). Dette gælder også rykkerbrevene, men i rykkerbrevet skal tonen dog være en anden end i følgebrevet. Tonen i rykkerbrevet skal være mere insisterende end i følgebrevet. Det vigtigste aspekt er det første afsnit, hvor den inviterede får at vide, at deres spørgeskema endnu ikke er modtaget. Dette budskab er en af de stærkeste former for personalisering, hvor man kommunikerer til de inviterede, at de rent faktisk modtager individuel opmærksomhed. Når man formulerer den mere insisterende tone i rykkerbrevet, er det vigtigt hverken at over- eller undersælge. Det skal have større intensitet end tidligere breve, men ikke så meget, at svarpersonen oplever, at det bliver for meget (Dillman, 2009).

I rykkerbrevene er der et par nye formuleringer med i forhold til følgebrevet, nemlig: "hvis brevene har krydset hinanden" samt "andre har svaret, men vi mangler svar fra dig". Formuleringer der kan sætte sit præg på tonen i brevet:

- Hvis brevene har krydset hinanden, fx: "Hvis du allerede har besvaret spørgeskemaet eller ikke ønsker at deltage, håber vi, at du vil se bort fra denne henvendelse".

Alle følgebrev, undtagen Region Sjælland, har en sådan formulering i rykkerbrevet.

- Andre har svaret, men vi mangler svar fra dig, fx: "Vi har fået rigtig mange udfyldte spørgeskemaer tilbage, men vi mangler stadig svar fra dig".

Alle følgebrev, undtagen Region Sjælland, har en sådan formulering i rykkerbrevet.

Litteraturen viser, at meget adfærd er normativt orienteret, og det at vide, at man opfører sig på samme måde som andre i en gruppe, kan anses som positivt. Det, at man ved, at andre har besvaret en undersøgelse, kan dermed opfordre andre til at gøre det samme.

I tabel 22 gives en vurdering af tonen i de forskellige rykkerbreve.

**Tabel 22.** Tonen i rykkerbrevet

|             | <b>Tone</b>                                                                                                                    | <b>Eksempel</b>                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | Venlig, informativ.<br>Mindre insisterende end følgebrevet.<br>Manglende svar fra svarpersonen står i starten af brev.         | "Vi har fået rigtig mange udfyldte spørgeskemaer tilbage, men vi mangler stadig svar fra dig".                                                                                                                                                 |
| Sjælland    | Venligt, men noget upersonligt.                                                                                                | "Du har stadig chancen for at være med i lodtrækningen om biografbilletter, hvis du udfylder vedlagte spørgeskema".<br><br>"For yderligere oplysninger slå op på side to i spørgeskemaet".                                                     |
| Syddanmark  | Venligt og informativt, formelt.<br>Mindre insisterende end følgebrevet.<br>Manglende svar står i starten af brevet.           | "Mere end halvdelen har besvaret skemaet, men vi har endnu ikke modtaget din besvarelse".<br><br>"Hvis du har indsendt spørgeskemaet inden for de seneste dage, bedes du se bort fra denne henvendelse, da brevene kan have krydset hinanden". |
| Midtjylland | Venlig og informativt.<br>Mindre insisterende end følgebrevet.<br>Manglende svar står i starten af brevet.                     | "Vi har fået rigtig mange udfyldte spørgeskemaer, men mangler stadig nogle".<br>"Hvis du allerede har indsendt spørgeskemaet, beder vi dig se bort fra denne henvendelse".                                                                     |
| Nordjylland | Venligt og informativt.<br>Mindre personligt og insisterende end følgebrevet.<br>Manglende svar skrives ikke direkte i brevet. | "Hvis du allerede har udfyldt og indsendt skemaet, siger vi mange tak for hjælpen, og du bedes se bort fra denne henvendelse".                                                                                                                 |
| SUSY        | Venligt, informativt, anonymt.<br>Mindre insisterende end følgebrevet.<br>Manglende svar står i starten af brevet.             | "Vi modtager hver dag mange skemaer, men vi har imidlertid ikke modtaget din besvarelse".<br><br>"Hvis du har indsendt spørgeskemaet inden for de seneste dage, bedes du se bort fra denne henvendelse, da brevene kan have krydset hinanden". |

## Grad af personlighed

Ifølge Dillman (2009) er det meget nemt for svarpersonerne at ignorere rykkerbrevet, hvis det ikke er personligt, ud fra det rationale at andre inviterede sikkert vil svare. Personalisering af rykkerbrevene kan bruges til at skabe autenticitet omkring afsenderen og undersøgelsen samt til at vinde de inviteredes tillid, hvilket øger sandsynligheden for svar (Dillman, 2009). Undersøgelser viser dog, at personalisering har lille eller ingen effekt på deltagelsesprocenten. I værste fald har det ingen effekt, men i bedste fald har det en positiv effekt – så man bør gøre brug af det (Gendall, 2005). Ved brug af personalisering i følgebrevet skal der også gøres brug af personalisering i rykkere (Gendall, 2003).

I nærværende rapport indbefatter personalisering, at rykkerbrevet indeholder:

- Svarpersonens navn og adresse
- Indledende hilsen med svarpersonens navn
- Underskrift med blå skrift

Ifølge Dillman (2009) indikerer fraværet af svarpersonens navn og adresse i følgebrevet en mangel på professionalisme og dermed vigtighed. På rykkerpostkortet skal svarpersonens navn og adresse ikke stå på beskedsiden, da det står på den modsatte side (Dillman, 2009). Graden af personalisering af de seks rykkerbreve fremgår af tabel 23.

**Tabel 23.** Personalisering i rykkerbrev

|             | Navn og adresse | Indledende hilsen                                                                                   | Underskrift                 |
|-------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Hovedstaden | Nej             | Ingen hilsen.<br>I stedet: Giv sundheden et skub fremad... besvar spørgeskemaet Hvordan har du det? | Indscannet blå underskrift  |
| Sjælland    | Nej             | Ingen hilsen.<br>I stedet: Hvordan har du det?                                                      | Indscannet sort underskrift |
| Syddanmark  | Ja              | Kære [indsæt det fulde navn]                                                                        | Indscannet blå underskrift  |
| Midtjylland | Nej             | Kære borger                                                                                         | Indscannet sort underskrift |
| Nordjylland | Nej             | Ingen hilsen.<br>I stedet: Hvordan har du det?                                                      | Indscannet blå underskrift  |
| SUSY        | Ja              | Kære [indsæt det fulde navn]                                                                        | Indscannet blå underskrift  |

## Andre har svaret

En stor del af menneskelig adfærd er normativt orienteret, og det at blive bevidst om, at man opfører sig i overensstemmelse med andre i en gruppe, man er en del af, kan påvirke vores adfærd. Således kan information om, at andre

har deltaget i undersøgelsen tilskynde andre til at deltage.

Det fremgår af tabel 24, at der i alle regioner, med undtagelse af Region Sjælland, er brugt forskellige formuleringer, der understreger, at andre har deltaget i undersøgelsen.

**Tabel 24.** Formulering om, hvorvidt andre har svaret

|             | 1. rykker                                                                                                                                                                                                                                                   | 2. rykker                                                                                                              | 3. rykker                                                                                             |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hovedstaden | -                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Brev</b><br>"Vi har fået rigtig mange udfyldte spørgeskemaer tilbage, men vi mangler stadig svar fra dig".          | -                                                                                                     |
| Sjælland    | -                                                                                                                                                                                                                                                           | -                                                                                                                      | -                                                                                                     |
| Syddanmark  | <b>Brev</b><br>"Mange har allerede besvaret spørgeskemaet, men vi har endnu ikke modtaget din besvarelse".                                                                                                                                                  | <b>Brev + skema</b><br>"Mere end halvdelen har besvaret skemaet, men vi har endnu ikke modtaget din besvarelse".       | -                                                                                                     |
| Midtjylland | <b>Postkort</b><br>"Mange har allerede returneret skemaet. Hvis du er blandt dem, siger vi tak for hjælpen! Hvis du endnu ikke har udfyldt skemaet, vil vi bede dig gøre det".                                                                              | <b>Brev + skema</b><br>"Vi har fået rigtig mange udfyldte skemaer tilbage, men mangler stadig nogle".                  | <b>Brev + skema</b><br>"Vi har fået rigtig mange udfyldte skemaer tilbage, men mangler stadig nogle". |
| Nordjylland | <b>Postkort</b><br>"Rigtig mange har allerede returneret skemaet. Hvis du er blandt dem, siger vi mange tak for hjælpen, og du bedes se bort fra dette postkort. Hvis du endnu ikke har udfyldt skemaet, er vi stadig meget interesseret i, at du gør det". | -                                                                                                                      | -                                                                                                     |
| SUSY        | <b>Brev</b><br>"Mange har allerede besvaret spørgeskemaet og returneret det. Vi har imidlertid endnu ikke modtaget din besvarelse".                                                                                                                         | <b>Brev + skema</b><br>"Vi modtager hver dag mange skemaer, men vi har imidlertid endnu ikke modtaget din besvarelse". | -                                                                                                     |

# Præmier

Størstedelen af litteraturen omkring præmier finder en positiv effekt på deltagelsesprocenten. Præmier hjælper med at overkomme de potentielle barrierer, der kan opstå, når den inviterede skal beslutte, hvorvidt vedkommende skal deltage eller ej (Seymour, 2012).

En litteraturgennemgang foretaget af Edwards (2009) viste, at odds for svar næsten blev fordoblet, når der blev brugt pengepræmier ved postomdelte spørgeskemaer. Det blev påvist, at jo større pengepræmie, jo større effekt, og kontanter havde større effekt end checks eller værdibeviser. Pengepræmier havde endvidere større effekt end ikke-monetære præmier (fx gavekort, nøglering og lotterideltagelse). Brugen af ikke-monetære præmier øgede odds for svar med omkring 10 % i papirspørgeskemaer og med omkring 50 % i elektroniske spørgeskemaer. Der blev ikke påvist en sammenhæng mellem deltagelsesprocenten og størrelsen af ikke-monetære præmier. Desuden har præmier, der gives uden betingelser, større effekt end præmier, der er betinget af deltagelse. Endvidere har det størst effekt at tilbyde præmier i forbindelse med 1. udsendelse frem for senere udsendelser. Dette blev ligeledes bekræftet i en litteraturgennemgang gennemført af Singer (2013), der viste, at præmier øgede deltagelsesprocenten i både papir- og webspørgeskemaer, men kontante pengepræmier sendt på forhånd havde en større effekt end både gaver sendt sammen med spørgeskemaet eller lovning på præmier og lotterier, der er betinget af deltagelse. I forhold til ungepopulationen finder et studie af Storms (2004), at unge er mere modtagelige over for præmier end andre aldersgrupper. De overvejer fordele og ulemper ved deltagelse i den givne undersøgelse, og en præmie virker som en klar motivation. Unge forventer i højere grad en præmie som belønning for deres deltagelse sammenlignet med andre aldersgrupper (Storms, 2004).

Schneider (1995) finder en interaktion mellem typen af appel i følgebrevet og pengepræmier. Når der ikke var pengepræmier, havde den altruistiske 'hjælp-sponsor' appel den største effekt ved både universitets- og kommercielle sponsorer. I tilfælde af pengepræmier var 'hjælp-sponsor' appellen mest effektiv ved universitetssponsorer, mens den 'sociale nytteværdi' appel var mest effektiv til kommercielle sponsorer.

Der har i alle seks stikprøver været tilbudt præmier, men det varierer, hvilken målgruppe præmierne er rettet mod samt typen af præmier.

I Region Hovedstaden blev der trukket lod blandt de hurtige og blandt alle som deltog. Således blev der trukket lod om 2 biografbilletter til 200 af dem, som svarede inden for 5 dage, samt til 300 af alle dem, som svarede i løbet af hele dataindsamlingsperioden.

I Region Sjælland blev der trukket lod blandt alle, som deltog. Præmien var i alt 1.400 biografbilletter.

I Region Midtjylland blev præmier ikke nævnt i følgebrevet. Til gengæld er der vedlagt en folder sammen med følgebrevet, der beskriver alle præmierne. De første 1.000, som deltager, får tilsendt 2 biografbilletter (500 web + 500 papir). Derudover blev der trukket lod blandt alle besvarelser, der er modtaget inden d. 20. marts 2013. Her blev der trukket lod om 3 stk. iPad 2 16 gb, 3 stk. iPhone 5 16 gb, 5 stk. iPod Shuffle 2 gb, 4 stk. Smartbox Wellness ophold og 2 stk. gavekort til TREK bicycle Store á 5.000 kr.

I Region Syddanmark blev der trukket lod om præmier blandt alle besvarelser og blandt besvarelser på web. Blandt alle besvarelserne blev der trukket lod om tre pengepræmier på henholdsvis 6.000 kr., 4.000 kr. og 2.000 kr., to iPad mini og 50 x 2 biografbilletter. Blandt besvarelserne på web blev der yderligere trukket lod om 2 iPhone 5. Vinderne fik direkte besked midt-april 2013.

I Region Nordjylland blev der ligeledes trukket lod om præmier blandt alle besvarelser og blandt besvarelser på web. Blandt alle besvarelser blev der trukket lod om 4 stk. præmier med frit valg mellem et gavekort til en cykel eller en iPad, 4 stk. præmier med frit valg mellem en miniferie for to personer (med to overnatninger) eller en iPod Touch samt 30 stk. præmier med biografbilletter til to personer. Blandt besvarelser på web blev der trukket lod om to iPad mini.

I den nationale stikprøve blev der trukket lod om præmier blandt de hurtige besvarelser, blandt alle besvarelser og blandt besvarelser på web. Blandt alle besvarelserne blev der trukket

lod om henholdsvis 5.000 kr., 3.000 kr. og 1.000 kr. Derudover blev der trukket lod om 2.000 kr. blandt deltagere, der besvarede spørgeskemaet inden d. 11. februar 2013. Blandt besvarelserne på web blev der endvidere trukket lod om en iPad Mini. Vinderne fik direkte besked i april.

## Sammenfatning

Overordnet er tendensen, at stikprøver med pengepræmier samt få større ikke-monetære præmier har de højeste deltagelsesprocent. Det er dog ikke muligt at betragte betydningen af præmier isoleret set, da mange andre faktorer også har betydning for deltagelsesprocenten.

# Spørgeskema

Dette afsnit belyser, hvorvidt forskelle i deltagesprocenten i de forskellige regioner kan tilskrives variation i design, layout og struktur i de respektive spørgeskemaer. I Region Hovedstaden, Region Sjælland og Region Midtjylland, som er de regioner, der har særskilte spørgeskemaer til unge og voksne, tages der, som tidligere nævnt, udgangspunkt i spørgeskemaet til voksne.

Undersøgelser har vist, at selvadministrerede spørgeskemaer indeholder information, som præsenteres gennem to typer sprog, det verbale og det non-verbale sprog (Christian, 2004). Mens det verbale sprog henviser til det umiddelbare sprog, vi kender, dvs. de konkrete ord og ordkonstellationer, der anvendes, omfatter det non-verbale sprog virkemidler som billeder og grafik, herunder skriftstørrelse, lyssætning, farver og symboler. I en spørgeskemaundersøgelse interagerer det verbale og det non-verbale sprog i påvirkningen af, hvorledes svarpersonen læser, bearbejder, forstår og dermed besvarer spørgsmålene (Christian, 2004). I modsætning til personlige interviews samt telefoninterviews, som primært medieres gennem og påvirkes af det verbale sprog, vil selvadministrerede spørgeskemaer i højere grad influeres af det non-verbale sprog (Christian, 2004).

Det er relativt sparsomt med nyere evidensbaseret litteratur, som understøtter brugen eller dokumenterer virkningen af forskellige designs, layouts og strukturer af spørgeskemaer i relation til deltagesprocenten. Der findes derfor heller ingen officielle anbefalinger for, hvilke elementer der bør og ikke bør indgå i et spørgeskema for at opnå den højest mulige deltagesprocent. Der synes dog at være enighed om vigtigheden af sådanne elementer i forhold til deltagesprocenten (Fanning, 2005). Dette menes at kunne forklares med, at optimalt designede spørgeskemaer er nemmere

for svarpersonen at læse og forstå – og dermed besvare. Heraf følger, at deltagesprocenten typisk vil stige.

Ifølge Fanning (2005) er følgende elementer vigtige i spørgeskemaet for at facilitere besvarelsen for svarpersonen:

- Forsiden
- Vejledningen
- Sidelayoutet
- Rækkefølgen af spørgsmål
- Længden

## Forside

Et spørgeskemas forside er ofte, udover det medfølgende informationsmateriale, svarpersonens første møde med den pågældende undersøgelse. Det umiddelbare formål med forsiden er at få svarpersonen til at besvare spørgeskemaet, og det er derfor af afgørende betydning, at den valgte forside fremstår interessant og dermed motiverer til besvarelse (Fanning, 2005; Gendall, 2003; Bradburn, 2004). Med forsidens udtryk er der mulighed for at vinde svarpersonens tillid og skabe en oplevelse af, at undersøgelsen både er relevant og vigtig. Det er blevet vist, at forsidedesignet bør være enkelt og emnemæssigt neutralt (Dillman, 1991).

Både farverne på et spørgeskemas forside og det valgte motiv, påvirker det umiddelbare indtryk, svarpersonen får af undersøgelsen. Dillman (1991) understreger vigtigheden af brugen af et emnemæssigt neutralt, men stadig interessant, motiv. Udgør motivet nogle potentielt provokerende eller kontroversielle motiver, er der risiko for, at nogle svarpersoner helt undlader at besvare spørgeskemaet. I forlængelse heraf anbefales det, at der ikke bruges fotos på forsiden, fordi der netop her er risiko for, at der skabes uforudsigelige og til tider

uønskede associationer blandt svarpersonerne (Gendall, 2003). I stedet anbefales det, at forside-designet holdes overskueligt, simpelt og afbalanceret.

I spørgeskemaet til den nationale stikprøve er forsiden mørkeblå med hvid skrift. Under overskriften er der piktogrammer af mænd og kvinder i klare farver. Under piktogrammerne oplyses det, at spørgeskemaet også kan besvares på internettet. I nederste højre hjørne ses navn og logo fra den afsendende enhed (Statens Institut for Folkesundhed, Syddansk Universitet).

Der er stor variation i, hvordan forsiden på spørgeskemaerne ser ud i de regionale stikprøver.

I Region Syddanmark har man ligesom i spørgeskemaet til den nationale stikprøve gjort brug af hvid skrift på mørk baggrund, her dog mørkegrå. Også i Region Midtjylland er skriften hvid, mens forsidefarven er vinrød. I Region Sjælland er forsidefarven (primært) limegrøn, mens skriften er sort.

Alle regioner anvender andre motiver på forsiden end i spørgeskemaet til den nationale stikprøve. Der er anvendt det samme abstrakte kunsttryk med ansigter på forsiden i Region Syddanmark, Region Midtjylland og Region Sjælland.

I Region Nordjylland og Region Hovedstaden har man, i modsætning til den nationale stikprøve, anvendt fotos på forsiden, hvor der for førstnævntes vedkommende optræder adskillige meget små fotos sat helt tæt sammen, således at disse udgør hele forsiden. Motiverne spænder vidt fra jordbær til blodprøvetagning. Størrelsen på disse fotos gør, at motiverne ikke træder tydeligt frem. I Region Hovedstaden er forsidefarven hvid, og teksten er sort. Midt på siden ses 12 noget større fotos, hvoraf 5 er sort-hvide portrætfotos. De andre fotos viser motiver, som muligvis ville kunne vække forskellige følelser blandt svarpersonerne (alkohol, kødannelse og tilslørede kvinder) (Gendall, 2013).

Kun i Region Syddanmark og i Region Sjælland bliver det, ligesom i spørgeskemaet til den nationale stikprøve, oplyst på forsiden, at spørgeskemaet også kan besvares på internettet med den tilhørende webadresse.

Forsiden skal indeholde afsenders navn og adresse. Det handler om at skabe tillid til svarpersonen – legitime undersøgelser har afsendere, der er villige til at identificere sig selv (Dillman, 2000). Det kan desuden have betydning for deltagelsesprocenten, om afsender er velkendt af modtager eller ej (Brehaut, 2006). Flere studier finder, at forholdet mellem afsender og svarperson, heriblandt kendskabet til afsender, tilliden til afsender og afsenders omdømme, påvirker beslutningen om at deltage i en undersøgelse (Keusch, 2015).

Deltagelsesprocenter i undersøgelser finansieret af staten er højere end ved andre former for finansiering. Dette er ikke overraskende, siden disse undersøgelser ofte har større legitimitet end en undersøgelse finansieret af den private sektor, en non-profit gruppe eller et universitet (Dillman, 2009). Med mindre der er grund til at tro, at det vil have en negativ effekt, er det vigtigt ikke at nedtone eller skjule at en undersøgelse er finansieret af en staten (Dillman, 2009).

Som det også var tilfældet ved spørgeskemaet til den nationale stikprøve optræder der på forsiden af spørgeskemaerne til alle regionale stikprøver regionens logo, enten øverst (Region Nordjylland, Region Sjælland, Region Hovedstaden) eller nederst (Region Syddanmark, Region Midtjylland) på siden. Hvorvidt placeringen af denne identifikation har betydning, fortæller litteraturen ikke. I Region Midtjylland og Region Hovedstaden har man desuden valgt at oplyse, hvilken enhed der er ansvarlig for gennemførelsen af spørgeskemaundersøgelsen.

Dillmann (2000) anbefaler, at forsiden indeholder en kort, simpel overskrift. Overskriften skal beskrive, hvad undersøgelsen handler om og relaterer sig til spørgsmålsmaalene i spørgeskemaet uden at gå for meget i detaljer. Samtidigt skal overskriften have bred appel til de

svarpersoner, som skal besvare undersøgelsen (Dillman, 2000).

I alle regioner er der anvendt samme hovedoverskrift på spørgeskemaet ("Hvordan har du det?"), som også fremgår på forsiden af spørgeskemaet til den nationale stikprøve, mens den efterfølgende underoverskrift varierer en smule mellem regionerne, dog ikke i nævneværdig grad.

## Vejledning

I alle 6 stikprøver indeholder spørgeskemaet en kort vejledning til spørgeskemaet. Formålet med at inkludere en vejledning i et spørgeskema er at oplyse svarpersonen om undersøgelsen samt at komme med instruktioner til korrekt udfyldelse af spørgeskemaet.

Vejledningen i spørgeskemaet til den nationale stikprøve er opdelt i to afsnit. Det ene afsnit indeholder oplysninger om undersøgelsen, mens det andet afsnit er en vejledning i at udfylde selve spørgeskemaet. Det pointeres i vejledningen, at det er frivilligt at deltage i undersøgelsen, og at alle, der arbejder med undersøgelsen, har tavshedspligt. Præmielodtrækning ved besvarelse af spørgeskemaet fremhæves, og kontaktoplysninger for yderligere information om undersøgelsen gives (telefonnummer og e-mailadresse). Der er ikke angivet nogen ansvarlig projektleder.

Overordnet er der ikke større variationer i vejledning i spørgeskemaet, hverken mellem regionerne eller mellem regionerne og den nationale stikprøve; dog varierer skrifttype og størrelse samt sidelayout (fx antal kolonner). Alle vejledninger er delt i to, og i samtlige regioner omtales muligheden for at vinde præmier (i Region Nordjylland gøres dette dog ikke i vejledningen, men på bagsiden af spørgeskemaet), hvis man deltager i spørgeskemaundersøgelsen. Samme fremgangsmåde er anvendt i vejledningen til spørgeskemaet til den nationale stikprøve. I Region Syddanmark, Region Midtjylland og Region Nordjylland er der an-

vendt den samme vejledning til udfyldning af spørgeskemaet som i spørgeskemaet til den nationale stikprøve. I Region Sjælland og Region Hovedstaden har man derimod anvendt en anden og mere detaljeret vejledning.

I modsætning til vejledningen i spørgeskemaet til den nationale stikprøve oplyses det i vejledningen til spørgeskemaerne i Region Midtjylland, Region Nordjylland, Region Sjælland og Region Hovedstaden, at svarpersonen til enhver tid kan tilbagekalde sit samtykke, hvorefter besvarelsen vil blive slettet.

I Region Midtjylland, Region Sjælland og Region Hovedstaden har den projektansvarlige underskrevet vejledningen i spørgeskemaet. Dette er ikke tilfældet i vejledningen i spørgeskemaet til den nationale stikprøve.

## Layout

### Opsætning

Spørgeskemaets opsætning skal motivere til besvarelse ved blandt andet at gøre spørgeskemaet let at navigere i og udfylde. Effektiv visuel design kan hjælpe svarpersonen til at forstå, hvorledes spørgeskemaet er struktureret, og i hvilken rækkefølge spørgsmålene skal besvares.

Første gang svarpersonen får spørgeskemaet i hånden, er den visuelle opsætning, herunder farver og størrelser, noget af det første vedkommende lægger mærke til. Ved at lade spørgeskemaet se vigtigt og professionelt ud samt at gøre noget ekstra for detaljen i den visuelle opsætning styrker man tilliden mellem svarperson og afsender (Dillman, 2009).

For at sikre en vis overskuelighed og logik i spørgeskemaets struktur peger flere undersøgelser på vigtigheden af, at spørgsmålene er sat op på en grafisk konsistent måde (Knowles, 1975; Fanning, 2005; Dillman, 2000). Det er langt nemmere for svarpersonen at navigere igennem spørgeskemaet og besvare spørgsmå-

lene, når den samme type af information præsenteres konsistent gennem skemaet.

Ved at reducere mængden af forskellige elementer på spørgeskemasiden kan kompleksiteten reduceres. Fem spørgsmål af samme type kan være fint på én side, men fem spørgsmål, der skal besvares på fem forskellige måder, og som inkluderer forskellige elementer (fx afkrydsningsfelter og mulighed for åbne besvarelser), gør det sværere for svarpersonen at navigere mellem spørgsmålene (Dillman, 2009). Generelt kan man sige, at man ved at reducere visuelt rod øger spørgeskemaets visuelle appel, øger svarpersonens motivation til at besvare, og hjælper dem til at holde fokus på besvarelsen af spørgsmålene (Dillman, 2009).

Spørgsmålene selv bør fremstå korte og nemme at svare på, ligesom forklaringer og spring i spørgsmål bør angives enkelt og letforståeligt. Forklaringer skal placeres lige før det givne spørgsmål (Bradburn, 2004). Ved spring skal instruktionen placeres lige efter svarboksen, sådan at svarpersonen ikke overser instruktionen. Uden en sådan form for overskuelighed kan svarpersonen opleve, at spørgeskemaet er alt for kompliceret og tidskrævende at besvare. For eksempel kan en asymmetrisk opsætning, hvor der skiftes mellem én og flere kolonner, forvirre svarpersonen, sådan at lysten til at besvare resten af spørgeskemaet forsvinder.

Et spørgsmål inklusive alle svarkategorier, som kan være på én side, bør ikke opdeles på flere sider. Svarpersonen vil tro, at spørgsmålet er slut ved sidens slutning, og besvarer dermed på basis af et ukomplet spørgsmål (Bradburn, 2004).

Komplekse grupperinger af spørgsmål, såsom gitre og matrixer (og især unødvendige linjer indeni disse), forstyrrer svarpersonens svarflow og gør besvarelsen kompleks, da svarpersonen skal forbinde information på tværs af kolonner og rækker (Dillman, 2009). Matrixer er et af de sværeste spørgsmålsformater at besvare og er forbundet med stor sandsynlighed for manglende svar og dermed item-non response. Man

bør reducere, men ikke nødvendigvis eliminere, brugen af matrixer. I nogle undersøgelser kan den information, man efterspørger, bedst kommunikeres i en simpel matrix (Dillman, 2009).

### Farver

Det er ligeledes blevet vist, at billeder og farver samt det overordnede udtryk og indtryk af et spørgeskema påvirker besvarelsene. Relevant grafik og andre passende visuelle effekter, herunder brugen af pile og/eller vignetter, kan forbedre svarpersonens oplevelse under besvarelsen i en sådan grad, at deltagelsesprocenten øges (Dillman, 2014). Mens farven på papiret, der anvendes i spørgeskemaet, ikke synes at have en særskilt effekt på deltagelsesprocenten (Fanning, 2005), peger flere undersøgelser på, at brugen af tonede farver som baggrundsfelter kan lette læsningen og besvarelsen af samt overgangen mellem på hinanden følgende spørgsmål, således at deltagelsesprocenten øges (Dillman, 2000; Bradburn, 2004). Ved brug af tonede baggrundsfelter anbefales det, at svarfelterne bevares hvide for at undgå, at de bliver overset (Dillman, 2000).

I spørgeskemaet til den nationale stikprøve er der ved hvert spørgsmål anvendt baggrundsfelter i støvede gråblå farver (skiftende mellem en mørk og en lys tone), mens svarfelterne er hvide. Ved spring er der anvendt pile, som henviser til det næstkommende spørgsmål. Alle spørgsmål er skrevet med fed skrift, mens forklaringer står i parentes. I visse spørgsmål er der understreget relevante ord om forhold, svarpersonen skal være opmærksom på i relation til besvarelsen af det pågældende spørgsmål. Skriftstørrelsen er konsistent hele vejen gennem spørgeskemaet på nær overskriften, som er større og skrevet med fed skrift. Der er ikke anvendt nogen former for piktogrammer eller vignetter i spørgeskemaet, og der er kun én kolonne med spørgsmål på hver side.

### Typografi

Spørgeskemaet bør endvidere være konsistent i sin typografi, fx brug af fed skrift til spørgsmål

og normal skrift til svar. Fed skrift og større skriftstørrelse gør, at øjet drages mod dette, og understreger vigtigheden af det markerede (Dillman, 2009). Instruktioner/forklaringer bør være i kursiv eller med store bogstaver (Dilmann, 2009; Bradburn, 2004), og skriftstørrelsen skal være så tilpas stor til, at den ikke hindrer hurtig læsning for svarpersonerne (Bradburn, 2004).

Overordnet set er der stor variation i, hvilken skrifttype, -størrelse og -farve der er anvendt i spørgeskemaerne i de forskellige regionale stikprøver. Desuden varierer brugen af tekst-understregning samt brugen af fed tekst og tekst i kursiv. Derfor er det umiddelbare, visuelle indtryk, man får af de enkelte spørgeskemaer, samlet set meget forskelligt, både hvis man sammenligner spørgeskemaerne til de regionale stikprøver indbyrdes, og hvis man sammenligner spørgeskemaet til den nationale stikprøve med de enkelte regionale spørgeskemaer. Særligt i de regioner, hvor der er anvendt en meget lille skriftstørrelse (Region Nordjylland og Region Sjælland), hvor spørgsmålene er pakket helt tæt på siden (Region Hovedstaden), hvor nogle spørgsmål løber over flere sider (Region Hovedstaden), eller hvor spørgsmål på nogle sider er i én kolonne og andre i to kolonner (Region Hovedstaden), kan spørgeskemaet fremstå uoverskueligt og krævende sammenlignet med spørgeskemaet til den nationale stikprøve.

### Illustrationer

Relevant grafik og andre passende visuelle effekter, herunder brug af pile og/eller illustrationer og piktogrammer, kan forbedre svarpersonens oplevelse under besvarelsen i en sådan grad, at deltagelsesprocenten øges (Dillman, 2014).

I alle regioner samt i spørgeskemaet til den nationale stikprøve er der gjort brug af pile ved spring i spørgsmål. I Region Midtjylland er pilene desuden i forskellige farver, således at farven på pilen ved spørgsmålet, der springes fra, går igen på pilen ved spørgsmålet, der skal

springes til. I spørgeskemaet til den nationale sundhedsprofil er pilene sorte.

I spørgeskemaet til stikprøven i Region Syddanmark er opsætningen i overvejende grad identisk med spørgeskemaet til den nationale stikprøve, både i forhold til skrifttype og -størrelse, sidelayout, opsætning og grafik. Eneste iøjnefaldende forskel er brugen af støvede, grønne farver til baggrundsfelter og overskrifter i spørgeskemaet til Region Syddanmark i stedet for gråblå farver i spørgeskemaet til den nationale stikprøve.

I spørgeskemaerne til stikprøverne i Region Midtjylland, Region Nordjylland og Region Sjælland er der ligeledes gjort brug af tonede baggrundsfelter; i alle tre regioner er der anvendt grå/beige farver.

I modsætning til spørgeskemaet til den nationale stikprøve, hvor der ikke er indsat nogen piktogrammer eller vignetter, har man i Region Midtjylland og Region Nordjylland i høj grad anvendt identiske farvevignetter løbende i spørgeskemaerne. Ved nærmere eftersyn kan det dog konstateres, at selvom motiverne umiddelbart synes ens, er forekomsten af "glade/smilende vignetpersoner" markant højere i Region Midtjylland end i Region Nordjylland. Også i spørgeskemaet i Region Hovedstaden er der løbende gjort brug af vignetter (sort-hvide) afbildende både personer, madvarer og transportmidler. Vignetterne er dog ikke af samme type, hvilket samlet set har en rodet virkning på spørgeskemaets udtryk. I Region Sjælland er der for et enkelt spørgsmål anvendt vignetter, her i sort-hvid.

### Rækkefølgen af spørgsmål

Kun få undersøgelser har set på, hvilken betydning rækkefølgen af spørgsmål i et spørgeskema har for deltagelsesprocenten. En undersøgelse sammenlignede deltagelsesprocenten i gruppen af svarpersoner, som havde fået et spørgeskema med sygdomsspecifikke helbredsspørgsmål før generelle helbredsspørgsmål med deltagelsesprocenten i gruppen, hvor rækkefølgen var omvendt, og her fandt man, at

rækkefølgen af spørgsmål ingen betydning havde for deltagelsesprocenten (McColl, 2003; Nakash, 2006).

Der synes dog at være generel enighed om, at det første spørgsmål i et spørgeskema bør være simpelt, let at svare på og af generel karakter samt referere til tekst og motiv på forsiden af spørgeskemaet (Dillman, 2000). Dillman (2000) påpeger ligeledes vigtigheden af, at følsomme spørgsmål, der kunne tænkes at blive opfattet som meget nærgående og personlige, gemmes til slutningen af spørgeskemaet. Det er naturligvis individuelt, hvad man betragter som et følsomt spørgsmål, men følsomme spørgsmål bliver typisk defineret som spørgsmål om emner, der i den pågældende kultur bliver betragtet som tabuiserede (Tourangeau, 2007), fx brugen af stoffer, sexliv samt indkomst (Tourangeau, 2007). Antallet af følsomme spørgsmål bør ligeledes holdes på et forsvarligt niveau, fordi der er risiko for, at denne type spørgsmål enten vil føre til ukorrekte besvarelser eller sænke deltagelsesprocenten, da de af nogle kan opfattes som ubehagelige at svare på (Tourangeau, 2010). Det pointeres af Tourangeau (2010), at deltagelsesprocenten især vil være lav blandt personer, som oplever, at de spørgsmål, der stilles, udstiller mindre positive sider af dem selv, fx i tilfælde af en uhensigtsmæssig sundhedsadfærd.

Spørgeskemaet til den nationale stikprøve åbnes af "neutrale" spørgsmål om "Køn og alder" (2 spørgsmål) samt "Helbred og trivsel" (9 spørgsmål). Første gang, der optræder spørgsmål, som umiddelbart ville kunne blive opfattet som potentielt følsomme, er i spørgsmål 32, hvor der spørges til rygning (herefter følger spørgsmål om "Stoffer" og "Alkohol"). Spørgeskemaet sluttes af med spørgsmål af nærgående karakter ("Spillevaner" og "Sexliv").

Spørgeskemaerne til de regionale stikprøver starter alle med de samme to spørgsmålsommer som i spørgeskemaet til den nationale sundhedsprofil. I samtlige regioner optræder første potentielt følsomme spørgsmål dog tidligere end i spørgeskemaet til den nationale stikprø-

ve. I spørgeskemaerne til stikprøverne i Region Sjælland og Region Hovedstaden kommer det første følsomme spørgsmål (om "Rygning") som spørgsmål 15 (herefter kommer spørgsmål om "Euforiserende stoffer", "Alkohol" og lidt senere "Sexliv" i Region Sjælland og "Stoffer" og "Alkohol" i Region Hovedstaden), mens første følsomme spørgsmål i Region Nordjylland er spørgsmål 18 (om "Rygning" efterfulgt af "Alkohol"), spørgsmål 19 i Region Syddanmark (om "Rygning" efterfulgt af "Alkohol") og spørgsmål 30 i Region Midtjylland (om "Rygning" efterfulgt af "Alkohol").

Typiske emner, der spørges om i slutningen af de regionale spørgeskemaer, omfatter i overvejende grad arbejde og personlige forhold, hvilket dermed adskiller sig fra de afsluttende emner i spørgeskemaet til den nationale stikprøve ("Spillevaner" og "Sexliv").

### Længde

Det umiddelbare formål med spørgeskemaundersøgelser er at få så meget information ud af svarpersonerne som muligt. Alligevel er det en balancegang at vurdere, hvor mange spørgsmål man kan tillade sig at stille, fordi for mange spørgsmål kan få svarpersonerne til at give op undervejs i deres besvarelse (Dillman, 2000). Adskillige undersøgelser har vist, at længden på et spørgeskema påvirker deltagelsesprocenten (Eichner, 1981; Goyder, 1982; Harvey, 1987). Både systematiske reviews og metaanalyser viser samstemmende, at jo længere et spørgeskema er, jo færre besvarer det (Edwards, 2009; Nakash, 2006).

I tillæg til den reelle længde af spørgeskemaet kan det have betydning, hvordan spørgsmålene kategoriseres i emner, og hvor mange spørgsmål der er under hvert emne. Igen handler det om, hvilken virkning en given kategorisering har på svarpersonerne (Fanning, 2005). Emner med for mange spørgsmål kan komme til at virke tunge og kedelige, og dette kan få interessen i at besvare spørgeskemaet til at falde (Dillman, 2000; Fanning 2005).

Spørgeskemaet til de seks stikprøver indeholdt alle 54 standardspørgsmål, der alle var placeret i samme rækkefølge. Det var dog muligt for de enkelte regioner og SIF, der var ansvarlig for den nationale stikprøve, at tilføje supplerende spørgsmål til spørgeskemaet i deres respektive stikprøve. Det var tilladt at placere tillægsspørgsmålene dér, hvor regionerne og SIF mente det gav mest mening. Tillægsspørgsmålene er således placeret mellem de obligatoriske standardspørgsmål. Antallet og karakteren af spørgsmålene varierer således også i de enkelte stikprøver.

Spørgeskemaet til den nationale stikprøve er på 24 sider og indeholder i alt 100 spørgsmål fordelt på 25 emner. Det giver i gennemsnit 4,0 spørgsmål pr. emne og 4,2 spørgsmål pr. side (se tabel 25).

Kun i Region Midtjylland er spørgeskemaet længere (28 sider) og indeholder flere spørgsmål (105 spørgsmål) end i den nationale stikprøve. Der er færrest spørgsmål i spørgeskemaet i Region Nordjylland (78 spørgsmål). Der er klart flest emner i spørgeskemaet til den natio-

nale stikprøve (25 emner) sammenlignet med spørgeskemaerne til de regionale stikprøver (15-19 emner) og færrest i spørgeskemaet i Region Syddanmark (15 emner).

I Region Syddanmark, Region Midtjylland og Region Nordjylland er der gennemsnitligt færre spørgsmål pr. side (henholdsvis 3,9, 3,8 og 3,7 spørgsmål pr. side) end i spørgeskemaet til den nationale stikprøve (4,2 spørgsmål pr. side). I Region Sjælland ses der ingen nævneværdig forskel i forhold til den nationale stikprøve (4,3 spørgsmål pr. side), mens der er lidt flere spørgsmål pr. side i spørgeskemaet i Region Hovedstaden (4,5).

Der er færrest spørgsmål pr. emne i spørgeskemaet til den nationale stikprøve (4,0). I Region Nordjylland ligger det gennemsnitlige antal på samme niveau (4,1 spørgsmål pr. emne). Regionen med flest spørgsmål pr. emne er Region Hovedstaden (5,6 spørgsmål pr. emne) med Region Midtjylland (5,5 spørgsmål pr. emne) og Region Syddanmark (5,4 spørgsmål pr. emne) lige efter.

**Tabel 25.** Oversigt over de seks spørgeskemaer

|             | Antal sider | Antal spørgsmål | Antal emner | Antal spørgsmål pr. side | Antal spørgsmål pr. emne | Antal svar-felter pr. side |
|-------------|-------------|-----------------|-------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Hovedstaden | 21          | 96              | 17          | 4,5                      | 5,6                      | 57,5                       |
| Sjælland    | 19          | 82              | 17          | 4,3                      | 4,8                      | 49,4                       |
| Syddanmark  | 21          | 81              | 15          | 3,9                      | 5,4                      | 38,4                       |
| Midtjylland | 28          | 105             | 19          | 3,8                      | 5,5                      | 33,5                       |
| Nordjylland | 21          | 78              | 19          | 3,7                      | 4,1                      | 42,8                       |
| SUSY        | 24          | 100             | 25          | 4,2                      | 4,0                      | 43,2                       |

## Sammenfatning

Et spørgeskema er konstrueret af adskillige komponenter hentet fra både det verbale og det non-verbale sprog. Alle disse komponenter påvirker det samlede indtryk, som svarpersonen får af den undersøgelse, spørgeskemaet udspringer af. Selvom de regionale spørgeskemaer som udgangspunkt alle er udarbejdet med afsæt i et fælles fagligt udgangspunkt, er der alligevel stor variation i det endelige produkt fra hver region, og det er muligt, at disse variationer kan være med til at forklare variationen i deltagelsesprocenten mellem regionerne.

Med udgangspunkt i litteraturen synes det på baggrund af nærværende afsnit sandsynligt, at følgende elementer i et spørgeskema har be-

tydning for deltagelsesprocenten: Forsiden, opsætningen af spørgsmålene, dvs. sidelayoutet, længden på spørgeskemaet samt placeringen af potentielt følsomme spørgsmål i spørgeskemaet. De seks spørgeskemaer varierer på flere af disse områder, men de mest markante forskelle mellem de i denne undersøgelse inkluderede spørgeskemaer lader især til at være forsidedesignet samt kompleksiteten på spørgeskemaet. Eksempelvis er spørgeskemaet i Region Hovedstaden meget komplekst målt på blandt andet sidelængde og antal svarfelter pr. side. Region Midtjylland har eksempelvis gjort brug af farvede pile til at guide svarpersonen ved spring, hvilket gør spørgeskemaet mere overskueligt.

# Kommunikationsstrategi

Dette afsnit har til formål at afklare, om eventuelle forskelle i de kommunikationsstrategier, der blev anvendt i forbindelse med gennemførelsen af Den Nationale Sundhedsprofil 2013, kan være med til at forklare variationen i deltagelsesprocenterne mellem stikprøverne.

En kommunikationsstrategi er en målstyret, resultatorienteret videreformidling af information, som sigter mod at påvirke den valgte målgruppe i en ønsket retning hen mod et defineret mål (Nielsen, 2010). Formålet med at have en kommunikationsstrategi er at udbrede kendskabet til og forståelsen for det pågældende projekt eller produkt, således at de mål, man opstiller, kan nås. En sådan strategi indebærer elementer af forberedelse, planlægning og handling inden for en given tidsramme (Weinreich, 1999).

## Kommunikationsfundament

På nationalt niveau blev der i forbindelse med den officielle præsentation af spørgeskemaundersøgelsen "Hvordan har du det? 2013" udsendt en landsdækkende pressemeddelelse samt lanceret en YouTube-video fra Sundhedsstyrelsen. Disse informationer dækkede bredt over det samlede formål med undersøgelsen.

I forbindelse med gennemførelsen af spørgeskemaundersøgelsen til den nationale stikprøve havde man alene valgt at anvende Sundhedsstyrelsens informationer, og der var derfor ikke udarbejdet nogen selvstændig kommunikationsstrategi hertil. Regionerne havde derimod alle udarbejdet en selvstændig kommunikationsstrategi i forbindelse med deres respektive spørgeskemaundersøgelser.

Overordnet set er de udarbejdede kommunikationsstrategier meget forskellige, i forhold til både indhold, omfang og opsætning.

I Region Hovedstaden anvendtes kommunikationsstrategien fra 2010 som udgangspunkt for kommunikationsstrategien i 2013. Ændringer eller opdateringer er ikke angivet i denne, men figurer i andre relevante dokumenter. I dette afsnit tages der primært udgangspunkt i kommunikationsstrategien fra 2010, og der refereres til de målsætninger mm., der er angivet i denne. På de områder hvor der findes opdateringer i andre relevante dokumenter tages der udgangspunkt i disse.

Første iøjnefaldende variation i de fem regioners kommunikationsstrategier er længden på disse. Den længste og dermed mest omfattende kommunikationsstrategi er udarbejdet af Region Nordjylland (13 sider), herefter følger Region Syddanmark og Region Hovedstaden (begge 9 sider), Region Sjælland (6 sider) og til sidst Region Midtjylland (4 sider).

Alle regioner indleder deres kommunikationsstrategi med at definere, beskrive og afgrænse projektet. I Region Midtjylland, Region Sjælland og Region Hovedstaden (2010) præciseres det, hvor mange borgere i regionen der inviteres til at deltage i undersøgelsen, i Region Midtjylland og Region Hovedstaden ligeledes med angivelse af antal inviterede i hver kommune. I Region Midtjylland og Region Hovedstaden (2010) oplyses det desuden, hvilken aldersgruppe der inviteres, og i Region Nordjylland præciseres antallet af spørgsmål i spørgeskemaet.

I Region Midtjylland, Region Syddanmark, Region Sjælland og i Region Hovedstaden nævnes vigtigheden af at opnå en så høj deltagelsesprocent som muligt. Førstnævnte fremhæver, at regionen og kommunerne har en fælles interesse i at opnå en høj deltagelsesprocent og pointerer ligeledes, at erfaringen viser, at deltagelsesprocenten stiger i de kommuner, der støtter op om formidlingen. I forlængelse heraf opfordres kommunerne til at samarbejde

med regionen om at bidrage til at gøre undersøgelsen kendt blandt borgerne. Endvidere nævnes, at projektet udføres som et samarbejde mellem regionen og kommunerne.

## Målgruppeafgrænsning

I forberedelses- og planlægningsfasen af en kommunikationsstrategi er en afgrænsning af målgruppen af afgørende betydning, fordi man dermed identificerer en særlig gruppe af personer, som af den ene eller anden årsag er svært at nå ud til i forhold til det projekt eller produkt, man arbejder med (Weinreich, 1999). Får man ikke adresseret sit projekt til den rette målgruppe, kan det have alvorlige konsekvenser for projektets resultat. Jo bedre man kender sin målgruppe, jo bedre kan man afkode dens forudsætninger og målrette kommunikationen herefter.

Alle regioner havde i deres respektive kommunikationsstrategier udarbejdet en målgruppeafgrænsning.

Ifølge kommunikationsstrategien fra Region Sjælland var målgruppen primært borgerne i regionen, der modtog spørgeskemaet. Der blev dermed ikke identificeret nogen særlig målgruppe.

I Region Hovedstadens kommunikationsstrategi fra 2010 blev målgruppen defineret som borgere i regionen på 16 år eller derover. Desuden opdeltes målgruppen i to, en primær og en sekundær. Den primære målgruppe bestod af fire undergrupper: unge mellem 16 og 30 år, den brede gruppe mellem 31 og 75 år, ældre på 75 år eller derover samt borgere med anden etnisk baggrund end dansk. Kommunikationsstrategien fra 2010 lægger op til, at der skal gøres en særlig indsats for at målrette brevene til de inviterede borgere, således at budskaberne differentieres til hver enkelt undergruppe i den primære målgruppe. Den samme underopdeling af målgruppen ser dog ikke ud til at være blevet brugt i 2013, hvor der ifølge de opdaterede dokumenter blev udarbejdet "én

plakat til målgruppen 16-34-årige" og en anden til "målgruppen på 35+ årige" i forbindelse med det lokale pressearbejde. Den sekundære målgruppe i kommunikationsstrategien i Region Hovedstaden fra 2010 består af kommunikations- og pressekonsulenter i regionens kommuner, kommunikations- og pressekonsulenter fra de fire øvrige regioner samt pressekonsulenter i Danske Regioner. Også styregruppen for den regionale sundhedsprofil, FCFS, KL (KKR) og KPU, var en del af den sekundære målgruppe i Region Hovedstaden. Om en sådan sekundær målgruppe også var defineret i forbindelse med undersøgelsen 2013, fremgår ikke af de opdaterede dokumenter.

Også i Region Nordjyllands kommunikationsstrategi opdeles målgruppen i en primær og en sekundær målgruppe. Den primære målgruppe var alle borgere på 16 år eller derover, fordi det var denne gruppe, der kunne modtage spørgeskemaet og dermed deltage i undersøgelsen. Endvidere blev en sekundær målgruppe defineret, som der skulle sættes særligt ind over for, og denne gruppe omfattede unge (grundet manglende interesse/ligegyldighed), ældre og etniske minoriteter (grundet udfordringer med at forstå og udfylde spørgeskemaet). Der var derfor et ønske om, at budskaberne i kommunikationen skulle være brede og dermed kunne nå ud til både den primære og den sekundære målgruppe på samme tid. Desuden ville der i forhold til den sekundære målgruppe blive anvendt "ambassadører", som fx kunne hjælpe ældre med at forstå og udfylde spørgeskemaet.

Region Syddanmark opdeler ligeledes deres kommunikationsstrategi i to målgrupper, en primær og en sekundær. Den primære målgruppe var ligesom i Region Nordjylland alle borgere på 16 år eller derover. Under den primære målgruppe defineres nogle undergrupper, som svarer til Region Nordjyllands sekundære målgrupper: unge, ældre, etniske minoriteter og en gruppe bestående af borgere med kort uddannelse, ufaglærte, uden for arbejdsmarkedet, udsatte m.m.. I Region Syddanmark defineres de sekundære målgrupper nogenlunde som i Region Hovedstaden, dvs. kommuni-

kations- og pressekonsulenter i regionens kommuner, kommunikations- og pressekonsulenter fra de fire øvrige regioner og pressekonsulenter i Danske Regioner og Sundhedsstyrelsen, sundhedsfaglige konsulenter og sundhedschefer i de 22 kommuner i regionen samt borgmestre og formænd i kommunerne.

I Region Midtjylland er målgruppen for undersøgelsen beskrevet og defineret meget præcist, ligesom der gives en begrundelse for, at netop disse grupper af personer er valgt som målgruppe. Det drejer sig overvejende om samme målgruppe som den sekundære målgruppe i Region Nordjylland, nemlig unge 16-25-årige (grundet en manglende interesse for sundhed), ældre på 80 år eller derover (grundet vanskeligheder med at udfylde og returnere spørgeskemaet) samt borgere med anden etnisk baggrund end dansk (grundet sproglige barrierer). Dog foreligger der ingen konkret handleplan for, hvordan de enkelte målgrupper ville kunne nås ved hjælp af den udarbejdede kommunikationsstrategi. I stedet angives forskellige forslag hertil.

## Mål for kommunikationen

Målafrænsningen i en kommunikationsstrategi fungerer som et kontinuerligt og synligt pejlemærke for, om strategien virker, og dermed for, om man opnår de opstillede mål.

Region Midtjylland, Region Syddanmark, Region Hovedstaden og Region Nordjylland definerer i deres kommunikationsstrategi målet for kommunikationen nogenlunde ens og fokuserer på motivation af de udvalgte borgere til besvarelse af spørgeskemaet, udbredelse af kendskab til undersøgelsen samt formidling af vigtigheden af viden om borgernes sundhed for planlægningen af sundhedstilbud i regionen og kommunerne. I Region Sjælland fokuseres der derimod primært på vigtigheden af, at borgerne bliver opmærksomme på, at region og kommuner arbejder aktivt for at forbedre sundheden i regionen.

Opnåelse af en høj deltagelsesprocent nævnes som mål for kommunikationen i både Region Sjælland, Region Hovedstaden, Region Midtjylland og Region Nordjylland.

## Succeskriterier

Formålet med at definere succeskriterier i forbindelse med en undersøgelse er, at man i en evaluering kan vurdere, om man har nået de mål, man opstillede i kommunikationsstrategien.

I Region Nordjylland, Region Syddanmark, Region Sjælland og Region Hovedstaden har man i kommunikationsstrategien opstillet succeskriterier for undersøgelsen. Som pejlemærke for opnåelsen af succes har man i Region Nordjylland valgt at tage udgangspunkt i den deltagelsesprocent, der blev opnået i undersøgelsen fra 2010 (65,5 %). Det fremhæves, at regionens deltagelsesprocent var landets højeste dengang, og et succeskriterium for undersøgelsen i 2013 var derfor en deltagelsesprocent på mindst samme niveau som ved sidste undersøgelse. Ligeledes blev der udtrykt et ønske om, at der også via webbesvarelser blev opnået en god deltagelsesprocent. I forhold til 2010 (10 %) ville der i 2013-undersøgelsen blive arbejdet målrettet på at øge, og gerne tredoble, deltagelsesprocenten for de elektroniske besvarelser.

I Region Syddanmark er succeskriteriet ligeledes, at deltagelsesprocenten i 2013 som minimum endte på samme deltagelsesprocent som i 2010 (65 %). Derudover blev der defineret delsucceskriterier for deltagelsesprocenten for specifikke undergrupper (unge, ældre og borgere med anden etnisk baggrund end dansk). Her var målet ligeledes at opnå samme besvarelsesprocent som i 2010.

I Region Sjælland blev der også i udarbejdelsen af succeskriteriet for undersøgelsen taget udgangspunkt i deltagelsesprocenten fra undersøgelsen i 2010 (55 %); målet for undersøgelsen i 2013 blev sat til minimum 60 %.

I Region Hovedstaden, hvis kommunikationsstrategi er fra 2010, tager succeskriterierne udgangspunkt i, hvad den ønskede deltagelsesprocent skulle være i 2010 (60,0 %) sammenlignet med 2008 (52,3 %) og kan således ikke anvendes til at vurdere det opstillede succeskriterium for undersøgelsen i 2013. Der var også i 2010 udarbejdet succeskriterier for deltagelsesprocenten i nogle af undergrupperne af den primære målgruppe (16-30-årige, personer på 75 år eller derover og borgere med anden etnisk baggrund end dansk).

## Presseindsats

Presseindsatsen, som hører under handlefasen i en kommunikationsstrategi, omfatter tiltag, der formidles igennem medierne og er derfor vigtig for synligheden af et givent projekt i offentligheden.

I Region Midtjylland, Region Syddanmark og Region Hovedstaden skitseres presseindsatsen på nationalt, regionalt og kommunalt niveau. I Region Midtjylland stod CFK (Folkesundhed og Kvalitetsudvikling) for den regionale presseindsats, og i Region Syddanmark stod regionen selv for den regionale presseindsats. I begge regioner blev kommunerne ligeledes opfordret til at følge op på den regionale presseindsats med lokale presseindsatser. I denne forbindelse skitseres der ideer til supplerende formidling i kommunerne. Ved behov henvises kommuner, presse og deltagere i undersøgelsen til den officielle hjemmeside om undersøgelsen. Regional-TV og lokalradioen tilbydes vinkler og materiale om undersøgelsen.

I Region Hovedstaden angives det, at det er FCFS (Forskningscenter for Forebyggelse og Sundhed), som gennemfører undersøgelsen, mens regionens kommunikationsafdeling er med for at promovere undersøgelsen og sikre den højest mulige deltagelsesprocent. Denne fremgangsmåde blev brugt i 2013.

I Region Syddanmark blev udgifterne til PR-indsatsen budgetteret til 180.000 kr. I Region

Midtjylland og i Region Hovedstaden er der ikke angivet et budget.

Udgifterne til PR-indsatsen blev i Region Nordjylland budgetteret til 65.000 kr. og skulle dække aktiviteter som radiospots, badges, bannere samt andet forskelligt materiale til løbende brug i kommunerne. Desuden ville presseindsatsen omfatte udvikling af web-TV-indslag/videospots målrettet unge til brug på regionens og kommunernes hjemmeside samt på Facebook. Der blev udvalgt særlige talspersoner, som skulle udtale sig om undersøgelsen, og disse var defineret både på regionalt og kommunalt niveau.

Kommunikationsstrategien i Region Sjælland opdeler indledningsvist presseindsatsen i en intern og en ekstern kampagne. Det understreges uden nærmere specifikation, at budgettet er begrænset i forhold til at dække hele regionen. Førstnævnte kampagne omfattede en "kampagnepakke" til distribution hos de enkelte kommuner og i regionen og indeholdt blandt andet plakater, postkort og bannermateriale til brug på intranet og hjemmeside. Med skitseringen af "kampagnepakken" fulgte en opfordring til bred distribution i kommunerne, regionen samt hos eksterne modtagere, såsom praktiserende læger, apoteker, sportshaller mv. Den eksterne kampagne havde til formål at bidrage til opnåelse af den højest mulige deltagelsesprocent ved hjælp af forskellige presseindsatser, herunder TV-spots i lokal-TV og annoncering i Søndagsavisen i de områder, der ikke var dækket af det pågældende lokal-TV. Desuden nævnes det, at sociale medier som Facebook og Instagram ville blive brugt for at skabe opmærksomhed om undersøgelsen.

## Ansvarsfordeling

En tydelig ansvarsfordeling i kommunikationsarbejdet er med til at skabe klarhed og overblik over, hvem der gør hvad i arbejdet med et givent projekt. På denne måde ved hver medarbejder, hvad deres rolle og ansvar er, hvilket sikrer, at de opstillede mål kan nås.

I kommunikationsstrategien i Region Nordjylland er ansvarsfordelingen i forhold til kommunikationsindsatsen, både internt og eksternt, nøje beskrevet med angivelse af både medie, målgruppe, effekt, ansvarshavende person og tidspunkt. Også i Region Sjælland er ansvarsfordelingen angivet, her opdeling på regionalt og kommunalt/lokalt niveau.

I Region Midtjylland oplyses det, at det er CFK (Folkesundhed og Kvalitetsudvikling), der har ansvaret for den regionale presseindsats i forhold til initiativer, der skal motivere til besvarelse af spørgeskemaet. Der er således ikke udarbejdet en plan for ansvarsfordelingen i kommunerne, men der udtrykkes håb om, at kommunerne ligeledes vil bidrage med egne, kommunale indsatser.

I Region Hovedstadens kommunikationsstrategi fra 2010 angives det, at det er FCFS (Forskningscenter for Forebyggelse og Sundhed), som gennemfører undersøgelsen, mens KKO (Koncern Kommunikation) skal være med til at promovere undersøgelsen for at sikre den højest mulige deltagelsesprocent. En egentlig ansvarsfordeling skitseres ikke. I dokumenterne fra 2013 nævnes FCFS og regionens egen

kommunikationsafdeling i forbindelse med kommunikationsindsatsen. I 2013 er der heller ikke angivet en ansvarsfordeling i forbindelse med indsatsen.

## Sammenfatning

En kommunikationsstrategi er, som ordet også antyder, kun en strategi og siger derfor ikke nødvendigvis noget om, hvilke tiltag der rent faktisk er blevet gennemført. Det er derfor vanskeligt at vurdere, om de forskellige tilgange til kommunikationsarbejdet i forbindelse med gennemførelsen af de regionale spørgeskemaundersøgelser har haft indflydelse på deltagelsesprocenten. Dog må det formodes, at en overskuelig, gennearbejdet kommunikationsstrategi, hvori der på baggrund af grundig planlægning og forberedelse foreligger konkrete handleplaner i forhold til bl.a. målgruppeafgrænsning, mål for kommunikationen, succeskriterier, presseindsats og ansvarsfordeling, alt andet lige må have en positiv indvirkning på undersøgelsens gennemførelse samt synligheden i offentligheden. Og synlighed kan medføre kendskab og skabe interesse med det resultat, at flere mennesker besvarer spørgeskemaet.

# Sammenfatning og overvejelser til undersøgelsen i 2017

I nærværende rapport er der beskrevet flere forskellige faktorer der kan være med til at forklare de variationer i deltagelsesprocenten mellem de regionale stikprøver og den nationale stikprøve som fremgår af tabel 26. De mest fremtrædende forskelle ses i forhold til formuleringer og indhold af følgebrevet (herunder formuleringer, personalisering og afsender), layout af spørgeskema og brugen af præmier. Disse faktorer vurderes at være mulige forklaringer på variationen. Endvidere er der variation i andelen der besvare på web. Da den samme web løsning er anvendt i alle stikprøver kan forklaringen på dette være præsentationen af muligheden for besvarelse på web i følgebrevet eller udlodning af særlige præmier til besvarelser på web. Omvendt ser det ikke ud til at socio-demografiske forskelle, andel af geninviterede og forskel i udtrækssansynlighed kan forklare variationen i deltagelsesprocenten. I det følgende beskrives en række overvejelser til den næste undersøgelse i 2017.

## Generelt

Til næste undersøgelsesrunde kan man overveje at benytte pengepræmier samt medsende en gave sammen med spørgeskemaet. Da grad af personlighed kan have betydning for deltagelsesprocenten, er det noget, man skal være opmærksomme på ved formulering af følge- og rykkerbreve. Endvidere kan man overveje at gøre mere ud af at forklare, hvordan man sikrer sikkerhed og fortrolighed af deltagernes besvarelser, da dette kan have betydning for deltagelsesprocenten.

## Region Hovedstaden

I Region Hovedstaden kunne det være en fordel, at arbejde med personalisering af følgebrevet og rykkerbrevet. Eksempelvis står svarpersonen navn og adresse ikke anført i følgebrevet, og der indledes ikke med en hilsen. Endvidere kunne man overveje at udskifte den sorte indscannede underskrift med en underskrift i en kontrastfarve.

Formuleringerne i rykkerbrevet er relativt komplekse, og man kan derfor overveje at gøre formuleringerne mindre komplekse.

I Region Hovedstaden består forsiden af spørgeskemaet af 5 sort-hvide portrætfotos, der potentielt kan vække forskellige følelser blandt svarpersonerne (alkohol, kødannelse og tilslørede kvinder). Man kunne derfor overveje at udskifte forsiden med illustrationer, der er mere følelsesmæssige neutrale.

**Tabel 26.** Deltagelsesprocenten i de regionale stikprøver og den nationale stikprøve stratificeret på region. Procent og antal svarpersoner

|             | Regionale stikprøver |        | National stikprøve |       |
|-------------|----------------------|--------|--------------------|-------|
|             | %                    | N      | %                  | N     |
| Hovedstaden | 43,5                 | 95.150 | 54,8               | 7.561 |
| Sjælland    | 48,8                 | 34.000 | 56,0               | 3.524 |
| Syddanmark  | 64,9                 | 56.300 | 58,9               | 5.483 |
| Midtjylland | 61,3                 | 54.300 | 59,1               | 5.799 |
| Nordjylland | 56,6                 | 35.700 | 56,7               | 2.633 |

I selve spørgeskemaet er spørgsmålene pakket relativt tæt på siden, enkelte spørgsmål løber over to sider, og spørgsmålene er på nogle sider i én kolonne, mens de på andre sider er i to kolonner. Spørgeskemaet fremstår derfor som mere uoverskueligt og krævende sammenlignet med det nationale skema. Det kunne derfor være en fordel, hvis spørgsmålene blev sat op på en grafisk konsistent måde, og kompleksiteten i opsætningen holdes nede. De anvendte vignetter er endvidere ikke af samme type, hvilket har en rodet virkning på spørgeskemaets udtryk. Det bør derfor overvejes, om illustrationerne skal være af samme type for at reducere spørgeskemaets kompleksitet. Derudover er spørgeskemaet i Region Hovedstaden det eneste, hvor der ikke anvendes tonede farver som baggrundsfelter for at lette læsningen samt overskueligheden ved overgangen fra et spørgsmål til et andet. Det anbefales derfor at arbejde med spørgeskemaets layout.

I Region Hovedstaden blev der trukket lod om præmier blandt de hurtige og blandt alle, som deltog. Således blev der udlovet 200 gange 2 stk. biografbilletter blandt dem, som svarede inden for 5 dage, samt til 300 af alle dem, som svarede i løbet af hele dataindsamlingsperioden. I modsætning til de øvrige regioner, på nær Region Sjælland, er der således ingen større præmier. I den nationale stikprøve var der fire større pengepræmier. Derudover fremgår det af nærværende rapport, at det hovedsageligt er besvarelser på web, der mangler i Region Hovedstaden. I den nationale stikprøve blev der trukket lod om en iPad Mini blandt besvarelserne på web. Man kunne derfor overveje dels at have lidt større præmier dels at trække lod om særlige præmier til dem, der svarede på web.

## Region Sjælland

I Region Sjælland kunne det være en fordel at arbejde med personalisering af følgebrevet og rykkerbrevet. Eksempelvis kunne man overveje at indlede med en hilsen. Endvidere kunne man overveje at udskifte den sorte indscanne-

de underskrift med en underskrift i en kontrastfarve. I følgebrevet nævnes det ikke, at besvarelsen behandles fortroligt. Ligeledes kunne det være en idé at tilføje en dato på brevet, da fraværet af dato virker som en umiddelbar indikator for, at brevet er ligegyldigt. I følgebrevet kunne man endvidere overveje at angive en fysisk adresse, hvor afsenderen er lokaliseret, eller en hjemmesideadresse, hvor de inviterede kan finde yderligere informationer om baggrunden for undersøgelsen, afsenderen samt eventuelle resultater fra tidligere undersøgelser.

I postkortet eller rykkerbrevet kunne man tilføje, at andre har deltaget i undersøgelsen, men at man mangler svar fra vedkommende, da det kan tilskynde andre til at deltage.

Der benyttes en relativ lille font i spørgeskemaet, og det anbefales, at man benytter én, der er lidt større. I Region Sjælland blev der trukket lod om alt 1.400 biografbilletter blandt alle som deltog. I modsætning til de øvrige regioner, på nær Region Hovedstaden, er der således ingen større præmier. I den nationale stikprøve var der fire større pengepræmier. Derudover fremgår det af nærværende rapport, at det hovedsageligt er besvarelser på web, der mangler i Region Hovedstaden. I den nationale stikprøve blev der trukket lod om en iPad Mini blandt besvarelserne på web. Man kunne derfor overveje dels at have lidt større præmier dels at trække lod om særlige præmier til dem, der svarede på web.

## Region Syddanmark

Det kunne være en idé at tilføje en dato på brevet, da fraværet af dato virker som en umiddelbar indikator for, at brevet er ligegyldigt. Formuleringerne i følgebrevet og rykkerbrevet er relativt komplekse, og man kan derfor overveje at gøre formuleringerne mindre komplekse. Man kan endvidere overveje at variere udsendelsesformatet i løbet af dataindsamlingen, da det kan være en fordel at forny både format og sprog.

## Region Midtjylland

Region Midtjylland har det længste spørgeskema med 105 spørgsmål fordelt på 28 sider, og man kunne derfor overveje at reducere omfanget. I følgebrevet er der ikke angivet en fysisk adresse, hvor afsenderen er lokaliseret. Dette fremgår dog af vejledningen inde i spørgeskemaet. Region Midtjylland har den mindste andel af web-besvarelser. Dette kan skyldes, at følgebrevet er en integreret del af papirspørgeskemaet, og at man derfor står med papirskemaet i hånden, når man tager beslutningen om at deltage. Endvidere fremgår brugernavn og adgangskode ikke tydeligt i følgebrevet. Man kan også overveje at udelade, hvor mange der er inviteret. Endelig kan man overveje specifikke præmier til dem, som vælger at svare på web.

## Region Nordjylland

I Region Nordjylland kunne det være en fordel at arbejde med personalisering af følgebrevet og rykkerbrevet. Eksempelvis står svarpersonens navn og adresse ikke anført i følgebrevet, og der indledes ikke med en hilsen. Ligeledes kunne det være en idé at tilføje en dato på brevet, da fraværet af dato virker som en umiddelbar indikator for, at brevet er ligegyldigt. I føl-

gebrevet nævnes ikke, at besvarelsen behandles fortroligt. Man kan også overveje at udelade, hvor mange der er inviteret. Endvidere kunne man overveje at angive en fysisk adresse, hvor afsenderen er lokaliseret. Der benyttes en relativ lille font i spørgeskemaet, og det anbefales, at man benytter én, der er lidt større. I Region Nordjylland er der anvendt farvevignetter, der i høj grad er identiske med dem, der er anvendt i Region Midtjylland. Selvom motiverne umiddelbart virker ens, er forekomsten af 'glade/smilende' vignetter markant lavere i Region Nordjylland sammenlignet med Region Midtjylland. Man kunne derfor med fordel udskifte vignetterne til de mere 'glade/smilende'.

## SUSY

Det kunne være en idé at tilføje en dato på brevet, da fraværet af dato virker som en umiddelbar indikator for, at brevet er ligegyldigt. Formuleringerne i følgebrevet og rykkerbrevet er relativt komplekse, og man kan derfor overveje at gøre formuleringerne mindre komplekse. Man kan endvidere overveje at variere udsendelsesformatet i løbet af dataindsamlingen, da det kan være en fordel at forny både format og sprog.

Bradburn N, Sudman S, Wansink B. "Asking questions: the definitive guide to questionnaire design". *San Francisco: Jossey-Bass. 2004.*

Brehaut et al. "Print format and sender recognition were related to survey completion rate". *J Clin Epidemiol. 2006. 59(6):635-41.*

Christian, LM, Dillman DA. "The influence of graphical and symbolic language manipulations on responses to self-administered questions". *Public Opin. Q. 2004. Vol. 68, No. 1: 57-80.*

Dillman D. "The design and administration of mail surveys". *Washington State University, Pullman, Washington. 1991. 99164-4014.*

Dillman D. "Constructing the questionnaire. Mail and internet surveys". *New York: John Wiley & Sons. 2000.*

Edwards PJ, Roberts I, Clarke MJ, Diguseppi C, Wentz R, Kwan I, Cooper R, Felix LM, Pratap S. "Methods to increase response to postal and electronic questionnaires". *Cochrane Database Syst Rev. 2009. 8;(3).*

Eichner K, Habermehl W. "Predicting response rates to mailed questionnaires". *Am. Sociol. Rev. 1981. 46: 361-363.*

Fanning E. "Formatting a Paper-based Survey Questionnaire: Best Practices". *Pract. assess., res. eval. 2005. Vol. 10, No. 12.*

Gendall PJ. "The effect on mail survey response rates of covering letters and questionnaire cover design". *Massey University. 2003.*

Goyder J. "Further evidence on factors affecting response rates to mailed questionnaires". *Am Socio. Rev. 1982. 47: 550-553.*

Harvey L. "Factors affecting response rates to mailed questionnaires: a quantitative analysis of the published literature". *J. Marketing Res. Society. 1987. 29(3): 342-353.*

Knowles M. "Self-directed learning". *Chicago: Association Press and Follett Publishing Company. 1975.*

Keusch F. "Why do people participate in Web surveys? Applying survey participation theory to Internet survey data collection". *Acad. Manage. Rev. 2015. 65 (3), 183-216*

Medway RL, Fulton J. When More Gets You Less: A Meta-Analysis of the Effect of Concurrent Web Options on Mail Survey Response Rates. *Public Opin. Q. 2012. 76, 733-746.*

McColl E, Eccles MP, Rousseau NS, Steen IN, Parkin DW, Grimshaw JM. "From the generic to condition-specific?: Instrument order effects in Quality of Life Assessment". *Med Care. 2003. 41(7): 777-790.*

Nakash RA, Hutton JL, Jørstad-Stein EC, Gates S, Lamb SE. "Maximising response to postal questionnaires – A systematic review of randomized trials in health research". *BMC Med Res Method. 2006. 6: 5.*

Nederhof AJ. "Effects of a final telephone reminder and questionnaire cover design in mail surveys". *Soc Sci Res. 1988. 17(4): 353-361.*

Nielsen MF. "Strategisk kommunikation". *Akademisk Forlag. 2010.*

Schneider KC, Johnson JC. "Stimulating Response to Market Surveys of Business Professionals". *Ind Market Manag. 1995. 24:265-276.*

Seymour K. Using incentives: Encouraging and recognizing participation in youth research. *Youth Studies Australia. 2012. Vol 31, No. 3: 51-59.*

Storms V, Loosveldt G. "Who responds to incentives?". *Field Methods*. 2004. Vol. 16 no. 4 414-421.

Tourangeau R, Yan T. "Sensitive questions in survey". *Psych Bull*. 2007. Vol. 133, No. 5: 859-883.

Tourangeau R, Groves RM, Redline CD. "Sensitive topics and reluctant respondents. Demon-

strating a link between nonresponse bias and measurement error". *Public Opin. Q*. 2010. Vol. 74, No. 3: 413-432.

Tourangeau R & Plewes TJ. "Nonresponse in Social science surveys. A research agenda". *The National Academy Press*. 2013.

Weinreich NK. "Hands-on social marketing. A step-by-step guide". *SAGE Publications*. 1999.