



ESOMAR 26

- en vejledning til købere af panelundersøgelser

**DK-Panelet - dokumentation:
Analyse Danmark A/S**

Senest opdateret: Juni 2010



Analyse Danmark er
medlem af ESOMAR



Analyse Danmark A/S
Amaliegade 3,3.
1256 København K.
Tlf. 4333 1020

Indhold

Analyse Danmarks svar på ESOMAR's 26 spørgsmål til hjælp for analysekøbere	4
--	---

Virksomhedsprofil

1. Hvilken erfaring har Analyse Danmark med at udtrække stikprøver til/at gennemføre online dataindsamling i forbindelse med markedsanalyser?	4
---	---

Datagrundlaget

2. Hvilken type data ligger til grund for de stikprøver, I leverer; er panelet aktivt administreret eller blot en database? Og hvordan rekrutteres til panelet?	4
3. Hvad anser I som den vigtigste fordel ved jeres panel/stikprøver i forhold til andre leverandører på markedet?	5
4. Bliver Analyse Danmarks panel udelukkende anvendt til markedsanalyse?	5
5. Hvordan sikrer I repræsentation af segmenter i befolkningen, der kan være svære at få kontakt med eller som ikke er særlig aktive på internettet, i jeres panel?	6
6. Hvilke informationer får folk, når de rekrutteres til panelet?	6

Rekruttering af panelmedlemmer

7. Hvad er det årlige frafald på panelet, og hvordan beregnes dette?	6
8. Beskriv venligst tilmeldingsproceduren	6
9. Hvordan bekræftes panelmedlemmers identitet?	6
10. Hvilke baggrundsoplysninger har Analyse Danmark om sine panelmedlemmer og hvor ofte opdateres og disse oplysninger?	7
11. Hvor stort er Analyse Danmarks panel? Og hvordan defineres aktive panelmedlemmer?	7

Panel- og stikprøvehåndtering

12. Beskriv processen for Analyse Danmarks udtrækning af stikprøver (inklusive eventuel ekskluderingsprocedurer); herunder hvorvidt det er muligt at udtrække stikprøver ud fra særlige kriterier?	7
13. Hvordan ser en typisk invitation til deltagelse i en undersøgelse ud?	8
14. Hvordan belønnes panelmedlemmer for deres deltagelse?	9
15. Hvor ofte kontaktes det enkelte panelmedlem med henblik på deltagelse i undersøgelser inden for en given periode?	9

Politikker og retningslinjer

16. Har Analyse Danmark en politik vedrørende personlige informationer og er panelet i overensstemmelse med gældende love nationale lovgivning og standarder?	9
17. Hvilke databeskyttelses- og sikkerhedsprocedurer arbejder Analyse Danmark med?	9
18. Hvilke kvalitetssikringsprocedurer arbejder Analyse Danmark ud fra?	10
19. Gennemfører Analyse Danmark undersøgelser med unge mennesker og børn?	10

Partnerskaber og medlemskab af flere paneler

20. Samarbejder Analyse Danmark nogensinde med partnere, eksempelvis hvis der i en undersøgelse skal suppleres med yderligere panelmedlemmer? Hvordan udvælges disse partnere, og hvordan sikres kvaliteten af stikprøven (hvordan undgås dubletter)?	11
21. Hvad er Analyse Danmarks politik vedrørende panelmedlemmers potentielle medlemskab af flere paneler? Hvad gøres der for at undgå, at kvaliteten og validiteten ikke påvirkes af dette?	11
22. Hvad er svarprocenten for en undersøgelse, og hvordan beregnes denne?	11
23. Hvilke informationer besidder Analyse Danmark om deres panelmedlemmer? Indsamles der eksempelvis data om deltagelse, rekrutteringstidspunkt etc.?	11
24. Anvender Analyse Danmark analyser af datakvaliteten samt metoder til at sikre validiteten af data? .	12
25. Gennemfører Analyse Danmark tilfredshedsundersøgelser blandt deres panelmedlemmer?	12
26. Hvilke informationer leveres til kunden efter et projekts afslutning?	12

Analyse Danmarks svar på ESOMAR's 26 spørgsmål til hjælp for analysekøbere

Brancheforeningen ESOMAR har formuleret 26 spørgsmål, som de anbefaler analysekøbere at stille analyseinstitutterne om deres internetpanel. Nedenstående er de 26 spørgsmål besvaret i forhold til vores internetpanel, DK-Panelet (www.dk-panelet.dk). Spørgsmålene er oversat til dansk af Analyse Danmark. Spørgsmålene kan findes på engelsk på www.esomar.org.

Derfor skal man stille spørgsmål til leverandøren ved køb af panelundersøgelser!

I forbindelse med panelundersøgelser er stikprøven, og i endnu højere panelet, ofte en "sort boks" for kunden. Derfor ser Analyse Danmark ESOMAR's 26 spørgsmål som et kærkomment initiativ, der giver større gennemsigtighed for kunden og kan hjælpe kunden med valget af leverandør. Det giver kunden mulighed for at vurdere stikprøvens og panelets kvalitet samt leverandørens kvalitetssikringsprocedurer. Rådgivning vedrørende selve undersøgelsen bør dog også være en afgørende faktor ved valg af leverandør.

Hvis du har spørgsmål til vores panelundersøgelser eller ønsker yderligere information om DK-Panelet, er du meget velkommen til at kontakte os. Hvis du ønsker at læse mere om Analyse Danmark, kan du besøge vores hjemmeside, www.analysedanmark.dk, hvor du også har mulighed for at tilmelde dig vores nyhedsbrev.

Med venlig hilsen
Analyse Danmark

Kontaktperson



William Kolding
Produktionschef &
Partner
wk@analysedanmark.dk
☎ 4333 1020

Virksomhedsprofil

1. Hvilken erfaring har Analyse Danmark med at udtrække stikprøver til/at gennemføre online dataindsamling i forbindelse med markedsanalyser?

Analyse Danmark er et internetbaseret dansk analyseinstitut etableret i 1997 og var blandt de første, der så de mange nye muligheder, som Internettet skabte for analysevirksomheder gennem internetbaserede undersøgelser og etableringen af internetpaneler. Analyse Danmark har således en mangeårig erfaring med at udtrække stikprøver fra paneler samt med at gennemføre online dataindsamling til markedsanalyse.

Derudover har alle Analyse Danmarks medarbejdere relevante længerevarende uddannelser inden for blandt andet kvantitativ metode og markedsanalyse.

Datagrundlaget

2. Hvilken type data ligger til grund for de stikprøver, I leverer; er panelet aktivt administreret eller blot en database? Og hvordan rekrutteres til panelet?

DK-Panelet er et aktivt vedligeholdt panel, som opdateres jævnligt. Der rekrutteres løbende nye medlemmer til panelet. Alle medlemmer af panelet har aktivt tilmeldt sig panelet og i samme forbindelse udfyldt et tilmeldingsskema med en række forskellige baggrundsoplysninger.

Rekruttering til DK-Panelet foregår via forskellige kilder, som enten sigter på en bred repræsentativ rekruttering eller en mere snæver målrettet rekruttering i specifikke målgrupper. Denne rekrutteringsstrategi er valgt for at sikre størst mulig repræsentativitet i panelet, da ensidigt fokus på enkelte rekrutteringskilder (f.eks. telefonrekruttering) kan give en skævhed i panelet. Nedenstående er en oversigt over rekrutteringskilderne¹:

Rekrutteringskilder	
Online	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bannere på udvalgte hjemmesider med brede brugergrupper ➤ Nyhedsbreve ➤ Member-get-member kampagner ➤ E-mail permissions (f.eks. i forbindelse med hjemmesideevalueringer)
Offline	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Telefonisk rekruttering via Rambøll Managements omnibus-undersøgelser ➤ Ifbm. offentliggjorte undersøgelser i forskellige medier

3. Hvad anser I som den vigtigste fordel ved jeres panel/stikprøver i forhold til andre leverandører på markedet?

Som nævnt under punkt 2 foregår rekruttering til DK-Panelet via forskellige kilder for at sikre størst mulig repræsentativitet i panelet frem for ensidigt fokus på enkelte rekrutteringskilder (f.eks. telefonrekruttering).

En anden fordel ved DK-panelet er, at medlemmerne deltager i lodtrækning om gavekort, når de deltager i undersøgelser. Lodtrækningselementet bevirker, at incitamentet til at deltage ikke udelukkende styres af den tilbudte belønning (som f.eks. kan forekomme, hvis man bruger point som incitamentsstruktur). Derved sikres seriøse besvarelser fra panelmedlemmer, som ikke udelukkende svarer, fordi de vil opnå point eller penge ("professionelle" panelmedlemmer). De svarer også, fordi de er interesserede og ønsker at give deres holdning til kende.

Derudover bruger Analyse Danmark mange ressourcer på at vedligeholde og pleje DK-Panelet og giver altid vores panelmedlemmer muligheder for at give feedback på den enkelte undersøgelse via et kommentarfelt. Panelmedlemmer er en helt central ressource for Analyse Danmark og behandles som sådan. Derfor gennemfører Analyse Danmark sjældent lange undersøgelser og har omfattende kvalitetssikringsprocedurer, da lange undersøgelser og dårlig undersøgelseskvalitet giver utilfredse panelmedlemmer, som tager deres deltagelse mindre seriøst.

Til panelhåndteringen og udtrækningen af stikprøver, har Analyse Danmark valgt et af markedets absolut ledende IT-systemer, Marsc. Du kan læse mere om Marsc på www.marsc.com.

4. Bliver Analyse Danmarks panel udelukkende anvendt til markedsanalyse?

Ja, panelet benyttes kun til formål, som er i overensstemmelse med de af ESOMAR definerede regler og ikke til salg eller lignende.

¹ Siden midten af 2009 er rekrutteringskilden blevet registreret for alle nye panelmedlemmer i databasen, hvilket bl.a. giver mulighed for at undersøge sammensætning af rekrutterede panelmedlemmer fra den enkelte rekrutteringskilde.

5. Hvordan sikrer I repræsentation af segmenter i befolkningen, der kan være svære at få kontakt med eller som ikke er særligt aktive på internettet, i jeres panel?

Som nævnt under punkt 2 foregår rekruttering til DK-Panelet via forskellige kilder for at sikre størst mulig repræsentativitet i panelet. Svære segmenter er f.eks. unge under 18 år og ældre over 70, som typisk rekrutteres via en snæver målrettet rekruttering i disse specifikke målgrupper. Typisk gennemføres panelundersøgelser i aldersgruppen 18-70, hvor internetpenetration er højst.

6. Hvilke informationer får folk, når de rekrutteres til panelet?

I forbindelse med rekruttering informeres nye panelmedlemmer om, hvilke typer undersøgelser Analyse Danmark typisk gennemfører, og hvem kunderne typisk er. Samtidig informeres de om Analyse Danmarks belønningsstruktur.

De informeres også om, at det naturligvis er frivilligt, om de ønsker at deltage i de enkelte undersøgelser, de inviteres til, og at deres besvarelser altid behandles fortroligt. Derudover har de mulighed for at læse om vilkår for medlemskab og FAQ i forbindelse med tilmelding på www.dk-panelet.dk.

Rekruttering af panelmedlemmer

7. Hvad er det årlige frafald på panelet, og hvordan beregnes dette?

De panelmedlemmer, der selv afmelder sig via webportalen (ca. 2 % årligt) eller som er inaktive, og hermed skal afmeldes panelet, optælles årligt. Dermed defineres den årlige samlede frafaldsprocent² som disse panelmedlemmers andel af det samlede panel. Det årlige frafald ligger på omkring 15 %.

8. Beskriv venligst tilmeldingsproceduren

Når man melder sig til DK-Panelet og har udfyldt sine baggrundsoplysninger, modtager man en e-mail, hvori man bliver bedt om at bekræfte sin tilmelding ved at klikke på et link.

9. Hvordan bekræftes panelmedlemmers identitet?

Jf. punkt 8 får man ved tilmelding til DK-Panelet tilsendt en mail, hvori man bliver bedt om at bekræfte sin tilmelding ved at klikke på et link. I selve tilmeldingsskemaet bliver panelmedlemmerne opfordret til at angive navn og adresse, men dette er ikke påkrævet. Under vilkår for medlemskab af DK-Panelet fremgår det, at profilen på DK-Panelet er personlig og spørgeskemaundersøgelser ikke må besvares af andre end panelmedlemmet selv. Det er ikke muligt at tilmelde sig flere gange med den samme e-mail adresse, da Analyse Danmarks panelsystemet ikke tillader dubletter.

Med jævne mellemrum tjekkes det, om der er overensstemmelse med den enkelte panelmedlems baggrundsoplysninger og de baggrundsoplysninger, som afgives i undersøgelserne.

² Frafaldsprocent er en bruttofrafaldsprocent, som er beregnet ud fra hvor mange panelmedlemmer, der afmeldes på et år i forhold til panelets størrelse ved årets udgang.

10. Hvilke baggrundsoplysninger har Analyse Danmark om sine panelmedlemmer? Og hvor ofte opdateres og disse oplysninger?

For at blive medlem af DK-panelet skal man udfylde et tilmeldingsskema med en række baggrundsoplysninger (demografiske og socioøkonomiske oplysninger). Disse baggrundsoplysninger inkluderer blandt andet følgende; køn, alder, region (postnummer og kommune), civilstatus, uddannelse, erhverv, beslutningstagere på forskellige områder, fagforenings- og a-kasse medlemskab, stemmeafgivelse ved seneste valg, personlig samt husstandsindkomst, boligform og – type, antal personer på hhv. under og over 18 i husstanden samt hvilke aviser og dagblade, man læser (hvis du ønsker en komplet oversigt over baggrundsspørgsmål og svarmuligheder bedes du kontakte os). Udover baggrundsoplysninger registreres følgende informationer for det enkelte panelmedlem:

- Tilmeldingstidspunkt
- Rekrutteringskilde (pr. juni 2009)
- Invitationer til undersøgelser
- Deltagelse i undersøgelser
- Påbegyndte undersøgelser som ikke er afsluttet

Opdatering af baggrundsoplysninger

Panelmedlemmerne opfordres til at opdatere deres profil og dermed de baggrundsoplysninger, som de har angivet, i alle undersøgelsesinvitationer. DK-Panelet opdateres derudover også samlet minimum én gang årligt.

Stikprøver kan udtrækkes på baggrundsoplysningerne og de registrerede oplysninger om aktivitet etc. For eksempel kan der udtrækkes en stikprøve i en specifik målgruppe eller stratificeres på køn, alder og geografi.

11. Hvor stort er Analyse Danmarks panel? Og hvordan defineres aktive panelmedlemmer?

Der er pr. 1. juni 2010 21.296 medlemmer af DK-Panelet.

Der sørges kontinuerligt for opdatering af panelet, hvor inaktive medlemmer slettes. Inaktive medlemmer defineres ved, at de ikke har deltaget i nogen undersøgelser inden for det seneste år (skal minimum være inviteret til 10 undersøgelser i perioden), som de inviteret til. Disse påmindes i en mail, hvori de bliver spurgt, om de stadig ønsker at være medlem af DK-Panelet. Hvis de ikke svarer, at de stadig ønsker at være medlem af panelet, slettes de.

Panel- og stikprøvehåndtering

12. Beskriv processen for Analyse Danmarks udtrækning af stikprøver (inklusive eventuel ekskluderingsprocedurer); herunder hvorvidt det er muligt at udtrække stikprøver ud fra særlige kriterier?

Som tidligere nævnt har Analyse Danmark adgang til en række baggrundsoplysninger om sine panelmedlemmer, hvilket via Analyse Danmarks avancerede panelhåndteringsteknologi f.eks. muliggør udtræk af stikprøver på følgende måder:

- I henhold til reelle fordelinger ifølge Danmarks Statistik på f.eks. køn, alder og geografi (stratificeret)

- I henhold til specifik målgruppe/targets
- Eksklusion af panelmedlemmer på baggrund af tidligere deltagelse, baggrundsoplysninger eller rekrutteringskilde (er f.eks. relevant i forbindelse med tracking). Panelmedlemmer kan også ekskluderes på baggrund af typer af undersøgelser, de har deltaget i inden for et givent tidsrum
- Genudtræk af tidligere stikprøver

Som standard udtrækkes panelmedlemmerne tilfældigt til alle undersøgelser.

13. Hvordan ser en typisk invitation til deltagelse i en undersøgelse ud?

Panelmedlemmer inviteres til at deltage i Analyse Danmarks panelundersøgelser via en e-mail, som indeholder et link med en unik 12-cifret respondentnøgle. I denne e-mail informeres om, hvor lang tid det tager at besvare spørgeskemaet, afslutningstidspunktet for undersøgelsen samt hvor mange gavekort, der trækkes lod om. Respondenterne informeres ikke om undersøgelsens emne, da dette kan påvirke responsraten samt skabe en uønsket bias.

Nedenstående er et eksempel på en typisk invitation:



Kære panelmedlem

Velkommen til denne undersøgelse fra Analyse Danmark. Det tager **4-6 minutter** at udfylde spørgeskemaet. Din besvarelse behandles fortroligt af Analyse Danmark.

Hvis du deltager, har du mulighed for at vinde et SuperGavekort på 300 kr. til Gavekortet.dk. Der er i alt 3 præmier. Hos Gavekortet.dk har du mulighed for at indløse din præmie i en lang række forskellige butikker.

Du kommer til undersøgelsen ved at klikke på dette link:
<%MorpheusMailLink%>

Har du problemer med at få adgang til spørgeskemaet, så kopier hele linket og indsæt det i adressefeltet i din browser.

Undersøgelsen slutter **tirsdag den 20. april kl. 10:00**.

Vi ser frem til at modtage din besvarelse!

Med venlig hilsen og på forhånd tak

William Kolding
Analyse Danmark A/S

Du modtager denne mail, fordi du på et tidspunkt har tilmeldt dig DK-Panelet med følgende e-mail <%email%>. Gå ind på www.dk-panelet.dk, hvis du ønsker at opdatere din medlemsprofil. Hvis du har nogen spørgsmål, er du meget velkommen til at sende en e-mail til survey@analysedanmark.dk eller ringe på tlf.: 4333 1020.

Du kan se tidligere vindere ved at gå ind på: <http://www.dk-panelet.dk/Vindere.aspx>

Husk at tilføje e-mail adresserne survey@analysedanmark.dk og dkpanelet@analysedanmark.dk, til din liste over godkendte e-mails, så du i fremtiden er sikker på, at alle undersøgelser og beskeder fra Analyse Danmark kommer i din indbakke og ikke i uønskede beskeder eller spamfolderen. Det er specielt vigtigt, at du tilføjer e-mail adresserne som godkendte, hvis du f.eks. benytter Hotmail, Gmail eller lignende.

14. Hvordan belønnes panelmedlemmer for deres deltagelse?

I forbindelse med alle undersøgelser udloves gavekort, som der trækkes lod om blandt deltagerne. Typisk udloves 3-5 gavekort pr. undersøgelse. Analyse Danmark har bevidst valgt ikke at bruge point som incitamentsstruktur, da "pointtænkning" kan påvirke panelmedlemmernes svaradfærd. Antal af gavekort og beløbsstørrelse varierer fra undersøgelse til undersøgelse afhængig af længden på spørgeskemaet.

15. Hvor ofte kontaktes det enkelte panelmedlem med henblik på deltagelse i undersøgelser inden for en given periode?

Stikprøver fra DK-Panelet udtrækkes tilfældigt, så kontaktfrekvensen for det enkelte panelmedlem kan variere lidt fra periode til periode. Visse respondentgrupper kan opleve en større belastning end andre, hvis de tilhører en specielt efterspurgt målgruppe (f.eks. ift. alder og geografi), men dette søges afhjulpet i rekrutteringen. Et panelmedlem inviteres gennemsnitligt til 1-2 undersøgelser pr. måned.

Politikker og retningslinjer

16. Har Analyse Danmark en politik vedrørende personlige informationer og er panelet i overensstemmelse med gældende nationale lovgivning og standarder?

Analyse Danmark har anmeldt sin virksomhed til Datatilsynet, og er godkendt til at opbevare personlige og fortrolige oplysninger. Analyse Danmark er hermed til enhver tid underlagt de regler, der gælder for opbevaring og behandling af personlige og fortrolige oplysninger. Endvidere efterlever Analyse Danmark den europæiske brancheorganisation ESOMAR's standarder, hvilket Analyse Danmark i kraft af sit medlemskab har forpligtet sig til. Læs mere om ESOMAR på www.esomar.org.

17. Hvilke databeskyttelses- og sikkerhedsprocedurer arbejder Analyse Danmark med?

Alle panelmedlemmernes baggrundsdata og deres svar i forbindelse med undersøgelser er lagret i henholdsvis vores panelhåndteringssystem Marsc samt spørgeskemaværktøjet SurveyXact.

DK-Panelet

DK-Panelet består af et webinterface til medlemmerne af panelet med en tilknyttet bagvedliggende SQL database. Administratoradgangen er ikke via webinterfacet. Både databasen og webinterfacet er placeret på en sikker host server, som er sikret imod angreb. Forbindelsen mellem webpanel interfacet og den bagvedliggende SQL database sker via stærkt krypterede kommandoer. Det er ikke muligt for en ondsindet bruger at interagere uhensigtsmæssigt med databasen eller redigere kommandoerne. Passwords i databasen er krypterede, så de ikke kan ses af andre end det enkelte panelmedlem.

Panelundersøgelser

Alle panelundersøgelser gennemføres via spørgeskemasystemet SurveyXact (udviklet af Rambøll Management). Alle data i forbindelse med panelundersøgelserne hostes af Rambøll Management, hvis driftssikkerhed, datasikkerhed og beskyttelse af data er maksimal (du bedes kontakte os, hvis du ønsker detaljeret information om sikkerheden). I forbindelse med alle panelundersøgelser overføres den enkelte respondents svarstatus til paneldatabasen.

18. Hvilke kvalitetssikringsprocedurer arbejder Analyse Danmark ud fra?

Analyse Danmark benytter forskellige procedurer til at sikre en god datakvalitet. Eksempelvis benyttes logiske tjek af svar, valideringer af besvarelser og randomisering af svarmuligheder. Det kan også vælges, at respondenterne ikke kan gå tilbage i en undersøgelse og ændre deres svar, hvilket eksempelvis bruges i forbindelse med screenings spørgsmål. Derudover holdes der ligeledes øje med medlemmernes svartider, som logges, når de deltager i en undersøgelse. Her slettes de medlemmer, som helt tydeligt svarer for hurtigt til, at deres besvarelse kan være seriøs.

Alle uhensigtsmæssigheder/fejl i forbindelse med projekter registreres og kategoriseres med henblik på kvartalsvis optimering af kvalitetssikringsprocedurer. Analyse Danmarks overordnede kvalitetssikringsprocedurer er bl.a. følgende:

- Dedikering af en projektansvarlig konsulent til det enkelte projekt
- Registrering af kriterier for stikprøve, målgrupper etc. i forbindelse med oprettelse af analyseprojekt
- Tjek af stikprøvens sammensætning via en "sample report" fra vores system
- Grundig rådgivning og sparring med kunder omkring udarbejdelse af spørgeskema
- Intern test af webspørgeskema af minimum to konsulenter
- Kundens test af webspørgeskema
- Eksport af webspørgeskema til Word for tjek af forgreninger
- Udsendelse af undersøgelsesinvitationer i flere tempi (svar og respondentkommentarer tjekkes før alle invitationer udsendes)
- Tjek af vægtning og data
- Output gennemses af minimum to konsulenter før levering til kunden

Analyse Danmarks standardprocedurer er beskrevet i en intern produktionshåndbog.

19. Gennemfører Analyse Danmark undersøgelser med unge mennesker og børn?

Analyse Danmark gennemfører som udgangspunkt ikke undersøgelser blandt børn eller unge under 15 år. Dog kan dette undtagelsesvis lade sig gøre ved at sende en e-mail til medlemmer af panelet med børn, hvori de anmodes om tilladelse til, at deres børn kan deltage i en undersøgelse. Således gennemføres undersøgelser med børn og unge under 15 år aldrig uden forældrenes elektroniske samtykke og accept.

Partnerskaber og medlemskab af flere paneler

20. Samarbejder Analyse Danmark nogensinde med partnere, eksempelvis hvis der i forbindelse med en undersøgelse er behov for at suppleres med en yderligere stikprøve? Hvordan udvælges disse partnere, og hvordan sikres kvaliteten af stikprøven (hvordan undgås dubletter)?

Hvis en kunde ønsker en undersøgelse gennemført i en særlig svær målgruppe, kan det forekomme, at Analyse Danmark vælger at samarbejde med en underleverandør. Dette sker aldrig uden dialog med kunden og kundes accept. Analyse Danmark benytter faste underleverandører, som er valgt ud fra, at de stiller de samme høje krav til panelkvalitet og databeskyttelsesprocedurer, som Analyse Danmark. Alle underleverandører er naturligvis medlemmer af ESOMAR.

Det er teknisk vanskeligt at sikre sig 100 % mod dubletter ved brug af underleverandør i forbindelse med en panelundersøgelse, da enkelte af de panelmedlemmer, der inviteres, i sjældne tilfælde også kan være medlem af underleverandørens panel og dermed være inviteret til samme undersøgelse to gange. Pga. af denne problematik bruges typisk kun én underleverandør til et projekt, da risikoen for dubletter hermed reduceres.

For at undgå dubletter i forbindelse med brug af en underleverandør kan man også spørge om respondenterne tidligere har deltaget i undersøgelsen og herefter frascreene eventuelle dubletter.

21. Hvad er Analyse Danmarks politik vedrørende panelmedlemmers potentielle medlemskab af flere paneler? Hvad gøres der for at undgå, at kvaliteten og validiteten ikke påvirkes af dette?

Analyse Danmark har ingen betingelser i forhold til, hvorvidt et medlem af DK-Panelet må være medlem af andre paneler. Analyse Danmark bruger kun sjældent underleverandører, men i de tilfælde, hvor en underleverandør benyttes, kan man (som nævnt under punkt 20) frascreene respondenter, der tidligere har deltaget i undersøgelsen.

22. Hvad er svarprocenten for en undersøgelse, og hvordan beregnes denne?

Det er vanskeligt at tale om en typisk svarprocent, da svarprocenten varierer fra undersøgelse til undersøgelse, men den vil som regel ligge på 35-40 %. Svarprocenten afhænger bl.a. af undersøgelsens længde, incentives, emnet og belastningen af den givne målgruppe. Svarprocenten udregnes på følgende måde:

$\text{Nettostikprøve (antal gennemførte interview) / bruttostikprøve (antal udsendte invitationer)}$

23. Hvilke informationer besidder Analyse Danmark om panelmedlemmerne? Indsamles der eksempelvis data om deltagelse, rekrutteringstidspunkt etc.?

Udover de baggrundsoplysninger, som panelmedlemmerne selv har udfyldt (demografiske og socioøkonomiske oplysninger), registreres følgende for alle panelmedlemmer:

- Tilmeldingstidspunkt
- Rekrutteringskilde (pr. juni 2009)
- Invitationer til undersøgelser
- Deltagelse i undersøgelser
- Påbegyndte undersøgelser, som ikke er afsluttet

Alle ovenstående informationer kan udtrækkes på individniveau og/eller bruges som kriterier i udtrækning af stikprøver.

24. Anvender Analyse Danmark analyser af datakvaliteten samt metoder til at sikre validiteten af data?

DK-Panelet

Som nævnt under punkt 9 tjekkes det med jævne mellemrum, om der er overensstemmelse mellem det enkelte panelmedlems baggrundsoplysninger og de baggrundsoplysninger, som afgives i undersøgelser. Derudover tjekkes baggrundsoplysningerne for inkonsistente og ulogiske svar (f.eks. at man er 17 år og har en lang videregående uddannelse).

Panelundersøgelser

Analyse Danmark benytter forskellige procedurer til sikre en god datakvalitet i forbindelse med panelundersøgelser. Eksempelvis benyttes logiske tjek af svar, validering af svartider (urealistisk hurtige besvarelser slettes), valideringer af besvarelser og randomisering af svarmuligheder. Det kan også vælges, at respondenterne ikke kan gå tilbage i en undersøgelse og ændre deres svar, hvilket eksempelvis bruges i forbindelse med screenings spørgsmål. Reduktion af frafaldet i forbindelse med den enkelte undersøgelse er også vigtigt i forhold til at sikre en høj datakvalitet.

25. Gennemfører Analyse Danmark tilfredshedsundersøgelser blandt panelmedlemmerne?

Ja, Analyse Danmark har gennemført en større undersøgelse blandt et udvalg af panelmedlemmerne, hvor panelmedlemmernes tilfredshed samt deres motivation for at deltage etc. er blevet afdækket. I undersøgelsen, som 795 panelmedlemmer gennemførte, svarede 83,9 % af panelmedlemmerne enten "Meget tilfreds" eller "Tilfreds" på spørgsmålet "*Hvor tilfreds er du generelt med kvaliteten af undersøgelser, som du modtager fra Analyse Danmark?*". Den samlede andel af utilfredse panelmedlemmer ("Meget utilfreds" og "Utilfreds") var under 1 %, blandt dem, der svarede.

26. Hvilke informationer leveres til kunden efter et projekts afslutning?

Under projektførelsen har kunden testet og endeligt godkendt webspørgeskemaet inden igangsættelse af dataindsamlingen samt modtaget en Word-version af spørgeskemaet, hvor alle forgreninger fremgår. I forbindelse med afrapportering af en panelundersøgelse leveres, som standard, følgende informationer:

- Antal respondenter
- Kriterier for udtræk af stikprøve
- Dataindsamlingsperiode
- Vægtning anvendt (hvis data er vægtet)

Yderligere informationer såsom en svarprocent, en oversigt over bortfaldstyper, de største/mindste vægte og en *sample report* er selvfølgelig tilgængelige, såfremt kunden ønsker det.