

# TOALETTDAGEN

Kontakt på WaterAid: Louise Myrseth

Kontakt på Novus: Lovisa Brunnberg

Datum: 2024-10-18



# BAKGRUND OCH GENOMFÖRANDE

## BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av WaterAid. Syftet med undersökningen är bland annat att kartlägga om mobilen används på toaletten samt vad man använder mobilen till vid sina toalettbesök.

## RESULTAT

Resultaten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten (kön, ålder, utbildning och region) är i jämförelse mot totalen. *En signifikant skillnad innebär att ett värde i en undergrupp, t.ex. kön, avviker från totalvärdet i så stor utsträckning att det inte kan ses som slumpmässigt.*

Resultatet är efterstratifierat, dvs. i efterhand viktat mot kända populationstal i syfte att korrigera eventuella skevheter i stickprovet jämfört med målpopulationen.

## GENOMFÖRANDE

Antal genomförda intervjuer: 1050

Fältperiod: 10 - 17 oktober 2024

Undersökningen är genomförd via webb-intervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, vilket garanterar representativa resultat. Detta innebär att resultaten är generaliserbara till den aktuella målpopulationen.

## MÅLGRUPP

Svenska allmänheten



Ålder:  
18-84 år

## FELMARGINAL

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Felmarginalens storlek beror på andelen som svarar samt antalet intervjuer som har genomförts. Nedan ses exempel på felmarginaler vid olika utfall i undersökningen:

Vid 1 000 intervjuer:

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

Vid utfall 50/50: +/- 3,1%

Vid 5000 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 1,1%

Vid utfall 50/50: +/- 1,4%



# RESULTAT OCH SAMMANFATTNING

66 procent använder mobilen när de är på toaletten, 34 procent uppger att de inte gör det. Personer mellan 18-34 år använder i högre grad mobilen på toaletten och personer mellan 65-84 år gör inte det.

De som använder mobilen när de är på toaletten:

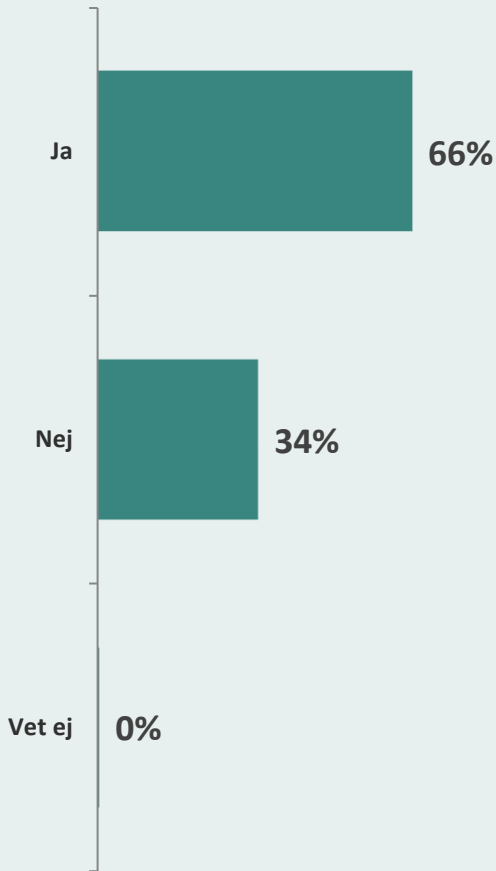
64 procent uppger att de främst läser nyheter, följt av Instagram och Facebook. Män läser i högre utsträckning nyheter och kvinnor använder Instagram i högre utsträckning.

De som uppgett att de använder mobilen till ... när de sitter på toaletten:

95 procent uppger att de konsumerar nyheter, 92 procent Facebook och 91 procent Instagram mellan 0-20 min.

# Nära sju av tio använder mobilen när de är på toaletten

FRÅGA: Använder du din mobil när du är på toaletten?



BAS: Totalt (n=1050)

## Signifikanta skillnader mot totalen.

Följande undergrupper svarar i högre grad:

### Ja (66%)

- Ålder - 18-34 år (89%)
- Ålder - 35-49 år (83%)
- Man - 35-49 år (85%)
- Kvinna - 35-49 år (81%)
- Hushållsinkomst - 800k- (81%)

### Nej (34%)

- Ålder - 65-84 år (74%)
- Sysselsättning - Pensionär (76%)
- Civilstånd - Gift/partnerskap (39%)
- Hushållsinkomst - 300k-499k (42%)
- Ort - Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (40%)

# Drygt sex av tio läser nyheter när det är på toaletten, följt av Instagram och Facebook

FRÅGA: När du sitter på toaletten, vad använder du mobilen till?

Signifikanta skillnader mot totalen. Följande undergrupper svarar i högre grad:

## Läser nyheter (64%)

- Man (70%)
- Boende - Bostadsrätt (75%)
- Civilstånd - Gift/partnerskap (71%)
- Civilstånd - Sambo (74%)
- Hushållsinkomst - 500k-799k (75%)

## Instagram (49%)

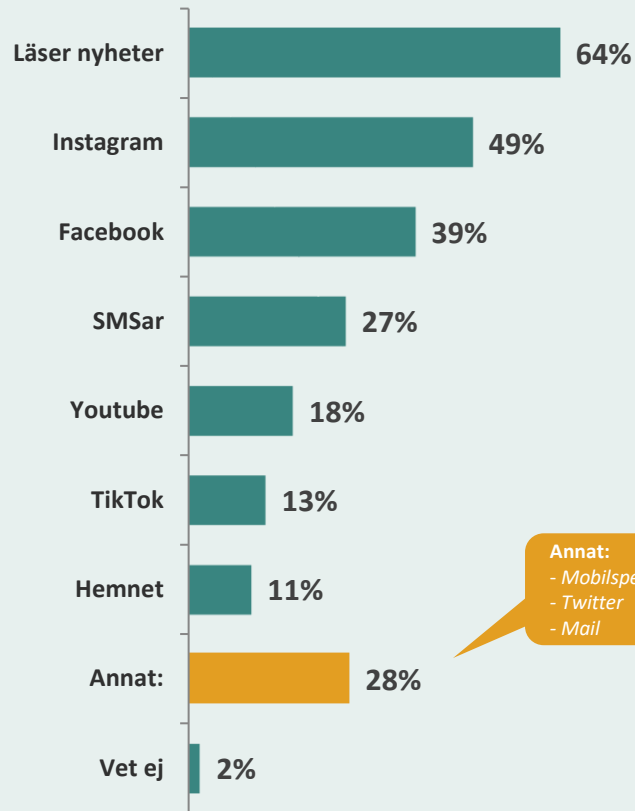
- Kvinna (60%)
- Ålder - 18-34 år (63%)
- Finns hemmaboende barn i hushållet (55%)
- Boende i Stockholm (60%)

## Facebook (39%)

- Boende - Villa/radhus (45%)
- Civilstånd - Gift/partnerskap (44%)
- Ort - Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (46%)

## SMSar (27%)

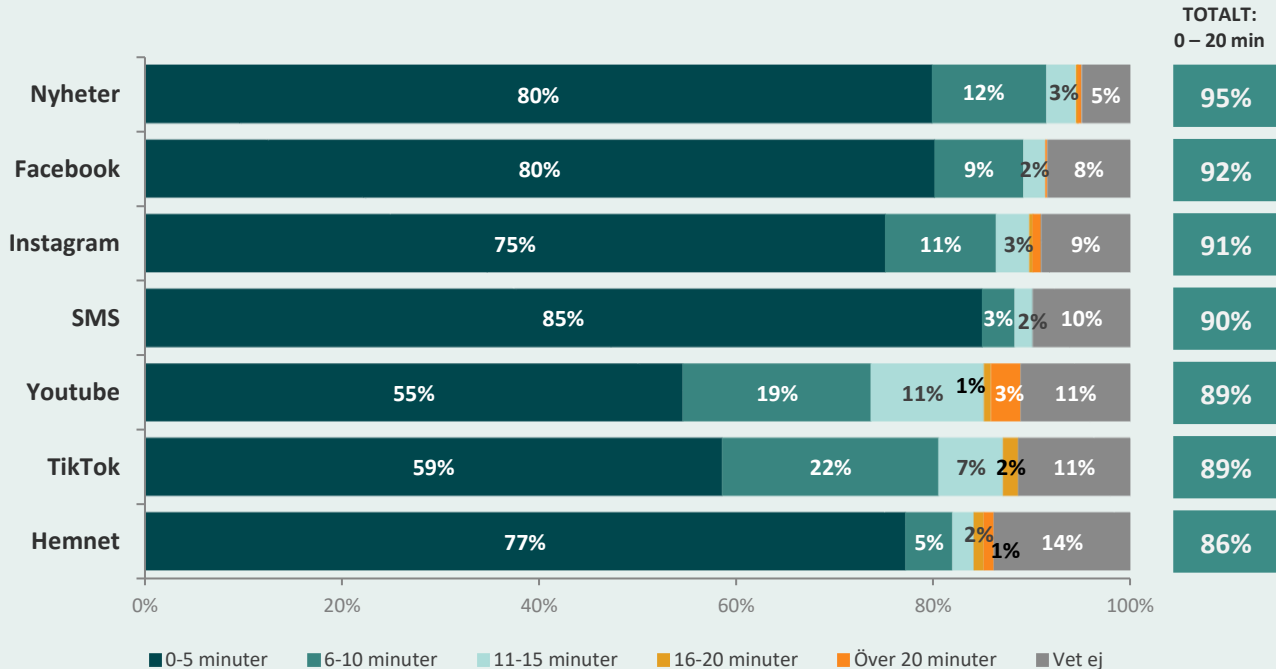
- Kvinna (33%)
- Boende - Bostadsrätt (35%)
- Finns hemmaboende barn i hushållet (33%)
- Boende i Stockholm (37%)



BAS: De som använder mobilen när de är på toaletten (n=692)  
Se bifogad Excelfil för samtliga öppna svar.

# Mest tid spenderas på nyheter följt av FB och Instagram

FRÅGA: Hur lång tid spenderar du i snitt på nedanstående vid varje toalettbesök?



BAS: De som använder ...

SMS (n=187), Youtube (n=124), Nyheter (n=441), Hemnet (n=75), Instagram (n=338), Facebook (n=270), TikTok (n=92) **OBS! LÅG BAS!**

**Signifikanta skillnader mot totalen.**  
Följande undergrupper svarar i högre grad:

## Nyheter

**0-5 minuter (80%)**

- Kvinna (85%)

## Facebook

**0-5 minuter (80%)**

- Civilstånd - Gift/partnerskap (86%)
- Ort - Större städer och kommuner nära större stad (89%)

## Instagram

**0-5 minuter (75%)**

- Civilstånd - Gift/partnerskap (86%)

## Instagram

**6-10 minuter (11%)**

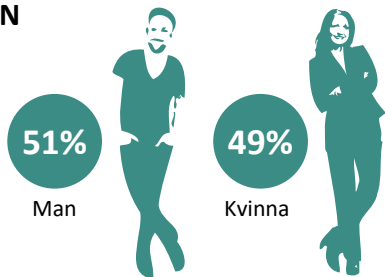
- Kvinna (15%)

**11-15 minuter (3%)**

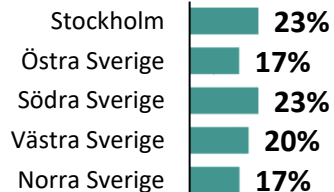
- Ort - Storstäder och storstadnära kommuner (7%)

# BAKGRUND

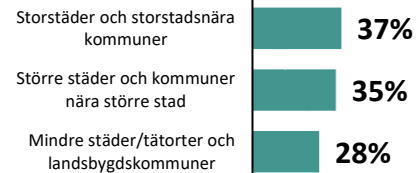
## KÖN



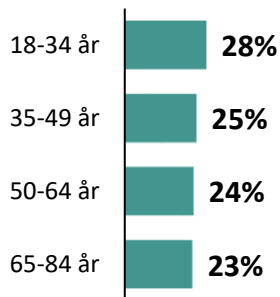
## REGION



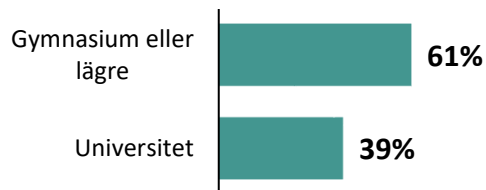
## ORT



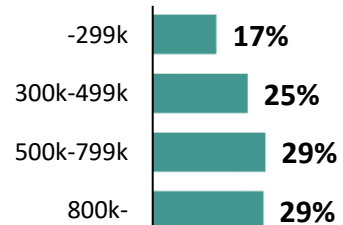
## ÅLDER



## UTBILDNING



## HUSHÅLLSINKOMST



BAS: Total (n=1050)

# KONTAKT NOVUS





# VI PÅ NOVUS ÄLSKAR FRÅGOR



## Kontakter på Novus

Rådgivare

Lovisa Brunnberg

**Mobil:** +46 72 070 04 32

**E-post:** [lovisa.brunnberg@novus.se](mailto:lovisa.brunnberg@novus.se)



Projektledare

Nora Doma

**E-post:** [nora.doma@novus.se](mailto:nora.doma@novus.se)

# OM NOVUS UNDERSÖKNINGAR



# PUBLICERINGSREGLER



**Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.**

Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

**ESOMAR<sup>24</sup>**  
**Corporate**

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.



**Novus är via moderbolaget  
Gallup Nordic Sveriges  
representant för Gallup  
International.**



**NOVUS**



**GALLUP**

Sveavägen 59, 113 59 Stockholm

Tel +46 (0)8 128 196 00

Mail: [info@novus.se](mailto:info@novus.se)

# BEGREPPSFÖRKLARING

I Novus rapporter redovisar vi ofta skillnader mellan olika värden, något vi kallar för statistiskt säkerställda skillnader, statistiska signifikanser eller att något "inte är inom felmarginalen".

## Konfidensgrad

Novus standard är 95% konfidensgrad, vilket innebär att det sanna värdet för populationen med 95% sannolikhet ligger inom det intervall som ges av stickprovets värde +/- felmarginalen. Att använda 95% konfidensgrad motsvarar en signifikansnivå på 5%.

## Vad är en felmarginal?

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Exempelvis blir felmarginalen vid ett stickprov på 1000 individer, på 5% signifikansnivå, för följande utfall:  
20/80: +/- **2,5%**  
50/50: +/- **3,1%**

## Är det statistiskt säkerställt?

Om en skillnad är större än felmarginalen är skillnaden statistiskt säkerställd. En statistiskt säkerställd skillnad mellan två olika värden innebär att det är en skillnad som troligen inte enbart kan förklaras av slumpen. Det som är säkerställt är således att det finns en skillnad, inte själva storleken.

# KORT OM NOVUS

## KOMMUNGRUPPSINDELNING

I rapporten redovisas signifikanta skillnader för tre huvudgrupper av kommuner; storstäder och storstadsnära kommuner, större städer och kommuner nära större stad samt mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner. Novus använder SKR:s kommungruppsindelning från 2017.

### A. STORSTÄDER OCH STORSTADSNÄRA KOMMUNER

- A1. Storstäder - kommuner med minst 200 000 invånare i den största tätorten.
- A2. Pendlingskommun nära storstad – kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en storstad eller storstadsnära kommun.




### B. STÖRRE STÄDER OCH KOMMUNER NÄRA STÖRRE STAD

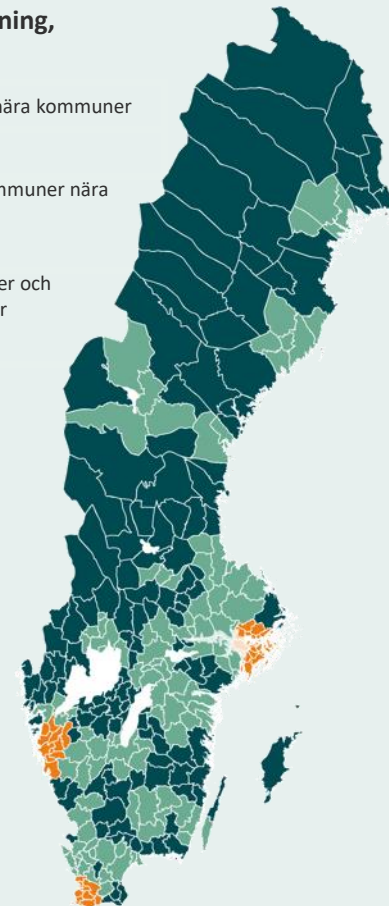
- B3. Större stad - kommuner med minst 50 000 invånare varav minst 40 000 invånare i den största tätorten.
- B4. Pendlingskommun nära större stad - kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en större stad.
- B5. Lågpendlingskommun nära större stad – kommuner med mindre än 40% utpendling till arbete i en större stad.

### C. MINDRE STÄDER/TÄTORTER OCH LANDSBYGDSKOMMUNER

- C6. Mindre stad/tätort - kommuner med minst 15 000 men mindre än 40 000 invånare i den största tätorten.
- C7. Pendlingskommun nära mindre stad/tätort - kommuner med minst 30% ut- eller inpendling till mindre ort.
- C8. Landsbygdskommun - kommuner med mindre än 15 000 invånare i den största tätorten, lågt pendlingsmönster (mindre än 30%).
- C9. Landsbygdskommun med besöksnäring - landsbygdskommun med minst två kriterier för besöksnäring, det vill säga antal gästnätter, omsättning inom detaljhandel/ hotell/ restaurang i förhållande till invånarantalet.

### Kommungruppsindelning, huvudgrupper

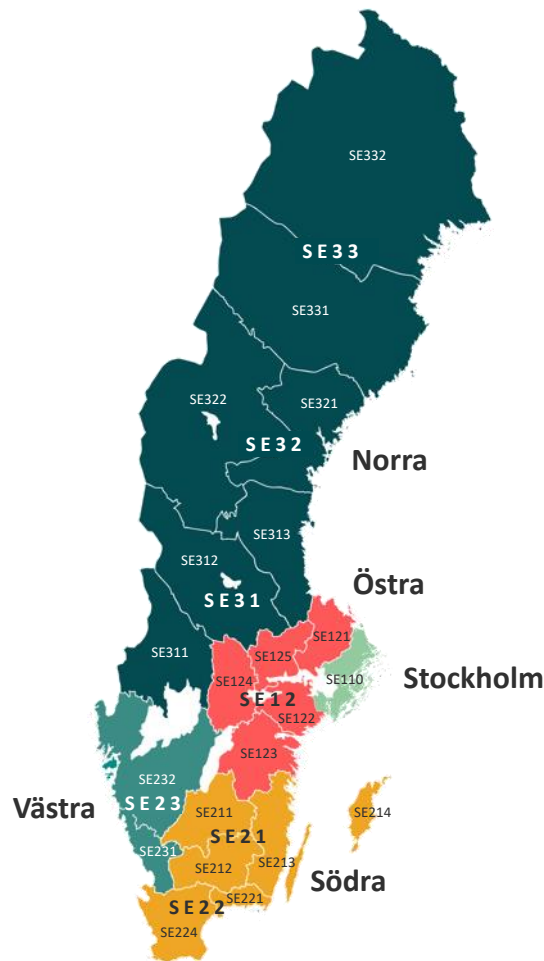
-  Storstäder och stadsnära kommuner
-  Större städer och kommuner nära större stad
-  Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner



# NOVUS SVERIGEPANEL : STANDARD FÖR REGIONER

Fr.o.m. 1 januari 2023

5 regioner	Andel
<b>Stockholm</b> SE11 Stockholm	<b>23,2%</b>
<b>Östra</b> SE12 Östra Mellansverige	<b>16,7%</b>
<b>Södra</b> SE22 Sydsverige SE21 Småland med öarna	<b>23,2%</b>
<b>Västra</b> SE23 Västsverige	<b>20,0%</b>
<b>Norra</b> SE32 Mellersta Norrland SE33 Övre Norrland SE31 Norra Mellansverige	<b>16,9%</b>



# KORT OM NOVUS SVERIGEPANEL

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–84 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikts.

Vi vårdar vår panel väl genom så kallad panelmanagement. Det innebär bland annat att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!

## Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.





# KORT OM KVALITET I WEBBPANELER

**Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.**

I jämförande studier har vi konstaterat att panelmedlemmarna i Novus panel ägnar tillräckligt med tid på sig för att svara på frågor noggrant och att det också finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om både glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I andra paneler, bl.a. de som är självrekryterade ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

En öppen panel stimulerar även proffstyckare som är ute efter att påverka och/eller respondenter som främst prioriterar belöning. Undersökningsföretagen ska mäta, inte påverka.

Novus panelmedlemmar besvarar i genomsnitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler. Novus använder även karantänsregler så en panelmedlem som lärt sig något i en tidigare undersökning inte sedan får en uppföljande undersökning i samma ämne.

**Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:**

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna leverera resultat som är riksrepresentativa
- Undersökningsföretaget ska för varje enskild undersökning bjuda in ett slumpmässigt urval.
- Panelmedlemmarna ska inte få för många undersökningar eller liknande undersökningar.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende panelsupport, belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.