

KVALITETSDEKLARATION

Konjunkturbarometern hushåll

Ämnesområde

Priser och ekonomiska tendenser

Statistikområde

Ekonomiska tendenser hos företag och hushåll

Produktkod

PR0701

Referenstid

2026, månad

Statistikens kvalitet	3
1 Relevans	3
1.1 Ändamål och informationsbehov	3
1.1.1 Statistikens ändamål	3
1.1.2 Statistikansvändares informationsbehov	3
1.2 Statistikens innehåll	3
1.2.1 Objekt och population	3
1.2.2 Variabler	3
1.2.3 Statistiska mått	3
1.2.4 Redovisningsgrupper	4
1.2.5 Referenstider	4
2 Tillförlitlighet	4
2.1 Tillförlitlighet totalt	4
2.2 Osäkerhetskällor	4
2.2.1 Urval	4
2.2.2 Ramtäckning	4
2.2.3 Mätning	4
2.2.4 Bortfall	5
2.2.5 Bearbetning	5
2.2.6 Modellantaganden	5
2.3 Preliminär statistik jämförd med slutlig	5
3 Aktualitet och punktlighet	5
3.1 Framställningstid	5
3.2 Frekvens	5
3.3 Punktlighet	5
4 Tillgänglighet och tydlighet	5
4.1 Tillgång till statistiken	5
4.2 Möjlighet till ytterligare statistik	6
4.3 Presentation	6
4.4 Dokumentation	6
5 Jämförbarhet och sam användbarhet	6
5.1 Jämförbarhet över tid	6
5.2 Jämförbarhet mellan grupper	6
5.3 Sam användbarhet i övrigt	6
5.4 Numerisk överensstämmelse	6
Allmänna uppgifter	6
A Klassificeringen Sveriges officiella statistik	6
B Sekretess och personuppgiftsbehandling	6
C Bevarande och gallring	7
D Uppgiftsskyldighet	7
E EU-reglering och internationell rapportering	7
F Historik	7
G Kontaktuppgifter	8

Statistikens kvalitet

1 Relevans

1.1 Ändamål och informationsbehov

1.1.1 Statistikens ändamål

Konjunkturbarometern hushåll är en tendensundersökning som syftar till att ge viktig information för konjunkturbevakning, kortfristiga prognoser och ekonomisk forskning. Dessutom syftar statistiken till att upptäcka vändpunkter i en konjunkturcykel. Undersökningens data, som genereras inom ramen för EU-kommissionens harmoniserade program för företags- och hushållsundersökningar, används av Kommissionen för att följa den ekonomiska utvecklingen på nationell nivå samt inom EU och euroområdet.

1.1.2 Statistikanvändares informationsbehov

Statistiken används som underlag för konjunkturprognoser och konjunkturbedömningar av bland annat Konjunkturinstitutet, Finansdepartementet, Riksbanken och EU-kommissionen. Övriga användare är bland andra forskare, banker, branschorganisationer och massmedia.

Hög frekvens, aktualitet och harmonisering med andra EU-länder är bland de viktigaste egenskaperna.

1.2 Statistikens innehåll

Statistiken visar svenska hushålls syn på den egna och den svenska ekonomin, förväntningar om räntor och inflation och om planerade inköp av kapitalvaror och sparande.

1.2.1 Objekt och population

Målpopulationen består av den svenska allmänheten i åldern 18–84 år.¹ Målobjektet är hushåll, medan observationsobjektet är individ.

1.2.2 Variabler

Målvariabler är hushållens syn på egen ekonomi och sparande samt synen på olika makroekonomiska variabler som exempelvis priser och arbetslöshet och den svenska ekonomin. Se vidare bilaga 4 i [Metodbok](#) för en detaljerad beskrivning.

Bakgrundsvariablerna består av ålder, kön, arbetsmarknadsstatus, bostättningsregion, bostadstyp, hushållsinkomst och utbildning.

1.2.3 Statistiska mått

Nettotal (skillnaden mellan andelen hushåll som svarar positivt och andelen hushåll som svarar negativt på en fråga) och bruttotal (andelen hushåll som svarar positivt respektive negativt på en fråga). Resultaten för frågorna om uppfattad och förväntad inflation/deflation i procent samt förväntad bostadsränta och förväntad bostadsprisförändring i procent redovisas som

¹ Fram till och med april 2021 var målpopulationen den svenska allmänheten i åldern 16–84 år.

medelvärden. Se vidare kapitel 5.3 i [Metodbok](#) för en beskrivning av Barometerindikatorn som är en sammanvägning av frågor från både hushållsbarometern och företagsbarometern.

1.2.4 Redovisningsgrupper

- Kön (kvinna, man)
- Ålder (18–24, 25–34, 35–49, 50–64, 65–84)
- Bosättningsregion (storstadslän, skogslän, övriga län)
- Bostadstyp (hyresrätt, bostadsrätt, småhus)
- Hushållsinkomst (1:a kvartil, 2:a kvartil, 3:a kvartil, 4:a kvartil)
- Utbildning (förgymnasial, gymnasial, eftergymnasial)

1.2.5 Referenstider

Svaren samlas in i normalfallet mellan 1-15:e i referensmånaden.

2 Tillförlitlighet

2.1 Tillförlitlighet totalt

Tillförlitligheten i Konjunkturbarometern bedöms som god på totalnivå. De främsta osäkerhetskällorna är bortfall.

2.2 Osäkerhetskällor

2.2.1 Urval

Individer dras slumpmässigt varje månad från IDM Adress. Denna konsumentdatabas är i princip heltäckande. En matris används under datainsamlingen för att kontrollera att ålder, kön och region blir korrekt representerade. Undersökningen fortgår tills man har fått in 1 500 svar. Urvalsmetoden medför att det inte går att göra någon bortfallsanalys.

2.2.2 Ramtäckning

Urvalsramen är IDM Adress. Denna konsumentdatabas är i princip heltäckande. Den höga täckningsgraden bidrar till en hög tillförlitlighet.

2.2.3 Mätning

Origo Group genomför undersökningen på uppdrag av Konjunkturinstitutet. Datainsamlingsprocessen börjar med att individer kontaktas via ett utskick via digitalbrevlåda eller ett pappersbrev med inloggningsuppgifter till en webbenkät. En del individer som inte svarar på webbenkäten får en sms-påminnelse och kan också bli uppringda. Parallellt med att insamlingsprocessen pågår för urvalet som har fått ett pappersbrev används ytterligare ett urval för att enbart samla in svar via telefonintervjuer. Detta görs för att ålder, kön och region ska bli korrekt representerade i förhållande till befolkningen samt för att säkerställa att 1500 svar samlas in. Telefonintervjuerna genomförs med hjälp av ett datoriserat intervjuprogram (CATI), vilket medger logiska kontroller av svaren och hanterar uppringningar.

Liksom vid alla typer av intervjuundersökningar finns en viss risk för "intervjuareffekt". Intervjuarna är dock väl utbildade, så Konjunkturinstitutet

betraktar risken för att valet av undersökningsmetod skulle påverka tillförlitligheten som mycket liten.

2.2.4 Bortfall

För att samla in de 1 500 enkätsvaren kontaktas ca 14 000 personer. Det partiella bortfallet varierar för olika frågor vilket skapar en systematisk osäkerhetskälla. Konsekvensen blir att frågor med högre partiellt bortfall har lägre tillförlitlighet.

2.2.5 Bearbetning

Bearbetningen i Konjunkturbarometern innebär att inkomna svar viktas och räknas upp för att ge representativa resultat för hela populationen. Dessa används sedan för att räkna ut bruttotal (andel som svarat ett visst alternativ) och netttotal (skillnaden mellan positiva och negativa svar). Nettotalen från bearbetningen ligger till grund för vidare analyser och skapande av olika sammanvägda indikatorer för hushållen samt den övergripande Barometerindikatorn.

2.2.6 Modellantaganden

Inga modellantaganden.

2.3 Preliminär statistik jämförd med slutlig

Ingen preliminär statistik tas fram.

3 Aktualitet och punktlighet

3.1 Framställningstid

Publicering sker cirka 10 arbetsdagar efter avslutad insamling.

3.2 Frekvens

Konjunkturbarometern hushåll genomförs som en månatlig undersökning och statistiken redovisas för månad.

3.3 Punktlighet

Publicering sker enligt den fastställda publiceringsplanen. Eventuella ändringar av publiceringsdatum meddelas i god tid på Konjunkturinstitutets webbplats. De planerade publiceringsdatumen finns tillgängliga i kalendarier på webbplatsen² och i SCBs publiceringsskalender för officiell statistik.

4 Tillgänglighet och tydlighet

4.1 Tillgång till statistiken

Redovisning avser månad och omfattar publicering på Konjunkturinstitutets webbplats av

- alla resultat i statistikdatabasen
- en rapport med text, tabeller och diagram
- pressmeddelande

² <https://www.konj.se/publikationer/kommande-publiceringar/>

4.2 Möjlighet till ytterligare statistik

Vissa specialbearbetningar på uppdragsbasis genomförs.

4.3 Presentation

Översiktliga diagram, tabeller och förklarande text. Statistikdatabas på Konjunkturinstitutets webbplats³. Vid publiceringstidpunkten skickas ett pressmeddelande ut samt en kort information på LinkedIn.

4.4 Dokumentation

[Metodbok](#) på Konjunkturinstitutets webbplats samt noter i statistikdatabasen.

5 Jämförbarhet och sammanvändbarhet

5.1 Jämförbarhet över tid

Jämförbarhet bakåt till oktober 1995. Möjligt att länka till tidigare data från 1993. Kvartalsvisa resultat för frågor om Sveriges ekonomi, egen ekonomi och arbetslösheten finns från 1973–1976. Resultaten från 1993 till 2001 är Konjunkturinstitutet bearbetning av äldre resultat för att öka jämförbarheten med de senare resultaten. Se vidare kapitel 7.3.2 i [Metodbok](#) för mer information.

5.2 Jämförbarhet mellan grupper

Jämförbarheten inom de olika redovisningsgrupperna (se 1.2.4) är god.

5.3 Sammanvändbarhet i övrigt

Eftersom de flesta frågorna följer EC DG EcFin:s rekommendationer är sammanvändbarheten med motsvarande undersökningar i EU god.

5.4 Numerisk överensstämmelse

Det finns inga kända brister.

Allmänna uppgifter

A Klassificeringen Sveriges officiella statistik

För statistik som ingår i Sveriges officiella statistik (SOS) gäller särskilda regler för kvalitet och tillgänglighet, se lagen ([2001:99](#)) och förordningen ([2001:100](#)) om den officiella statistiken samt [Statistiska centralbyråns föreskrifter](#) om kvalitet för den officiella statistiken.

B Sekretess och personuppgiftsbehandling

Inga blanketter används. Aidentifierade individdata tom 1992 är överförda från magnetband till server och ligger långtidsarkiverade hos SCB. Senare aidentifierade register är lagrade på Konjunkturinstitutets servrar.

³ <http://statistik.konj.se/PXWeb/pxweb/sv/KonjBar>.

C Bevarande och gallring

Inga blanketter används. Aidentifierade individdata tom 1992 är överförda från magnetband till server och ligger långtidsarkiverade hos SCB. Senare aidentifierade register är lagrade på Konjunkturinstitutets servrar.

D Uppgiftsskyldighet

Det föreligger ingen uppgiftsskyldighet.

E EU-reglering och internationell rapportering

Statistiken är inte reglerad av EU. Konjunkturbarometern ingår i EC DG EC DG EcFin:s program för harmonisering av denna typ av undersökningar "The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys".

F Historik

Konjunkturbarometern hushåll startade 1973 och genomfördes från början av SCB. 2002 tog GfK Sverige AB över arbetet med att samla in svar till undersökningen. Nettotalen från 1993 till 2001 justerades av Konjunkturinstitutet för att öka jämförbarheten med resultaten från 2002 och framåt.⁴

Sedan oktober 2009 genomförs undersökningen av Origo Group.⁵ Oktober-december 2009 genomförde Origo och GfK parallella undersökningar i och med bytet av leverantör för undersökningen. Det fanns inga skillnader i resultaten som krävde att åtgärder vidtogs.

I oktober 2019 till januari 2020 genomförde Konjunkturinstitutet tillsammans med Origo Group fyra parallella undersökningar med kombinerad insamling. Kombinerad insamling innebar i detta fall att en del individer lämnade in sina svar via en webbenkät och en del individer via telefonintervju. I den ordinarie undersökningen användes, liksom tidigare, endast telefonintervjuer. De parallella undersökningarna genomfördes med syftet att undersöka möjligheten att gå över till kombinerad insamling då det hade blivit både svårare och kostsammare att få individer att svara på undersökningen via telefonintervjuer. Resultaten mellan de parallella undersökningarna skilde sig så pass mycket att det var nödvändigt att justera tidigare resultat för att öka jämförbarheten över tid och undvika tidsseriebrott. Konjunkturinstitutet beslutade att justera både bruttotal och därefter beräkna nya säsongsrensade netttotal och indikatorer. För att kunna göra detta behövdes först bruttotal justeras för att motsvara de netttotal som tidigare hade justerats mellan 1996 och 2001.⁶ Detta eftersom endast netttotal hade justerats vid den tidigare justeringen. Efter detta kunde bruttotal justeras och nya säsongsrensade netttotal och indikatorer räknas fram. I november 2020 gick Origo Group över till att använda kombinerad insamling för att samla in svar till hushållsundersökningen.

⁴ Undantaget frågorna om uppfattad och förväntad inflation i procent.

⁵ Vid den tiden hette bolaget CMA Research. Origo Group bildades i augusti 2017 och har sin bakgrund i bolagen CMA Research, Markör Marknad & Kommunikation, Scandinfo Marketing Research, MIND Research och Investigo.

⁶ Anledningen till att bruttotal inte justerades från 1993 är för att Konjunkturinstitutet inte har tillgång till bruttotal för perioden 1993–1996.

G Kontaktuppgifter

Statistikansvarig myndighet	Konjunkturinstitutet
Kontaktinformation	Konjunkturbarometern
E-post	registrator@konj.se
Telefon	08-453 59 00