

Response rates on various request and response channels

- a test carried out in the Retail Trade Business Tendency Survey

Erik Slentoe, Statistics Denmark

7th JOINT EC/OECD WORKSHOP ON RECENT DEVELOPMENTS
IN BUSINESS AND CONSUMER SURVEYS; 30.Nov-1.Dec; 2015



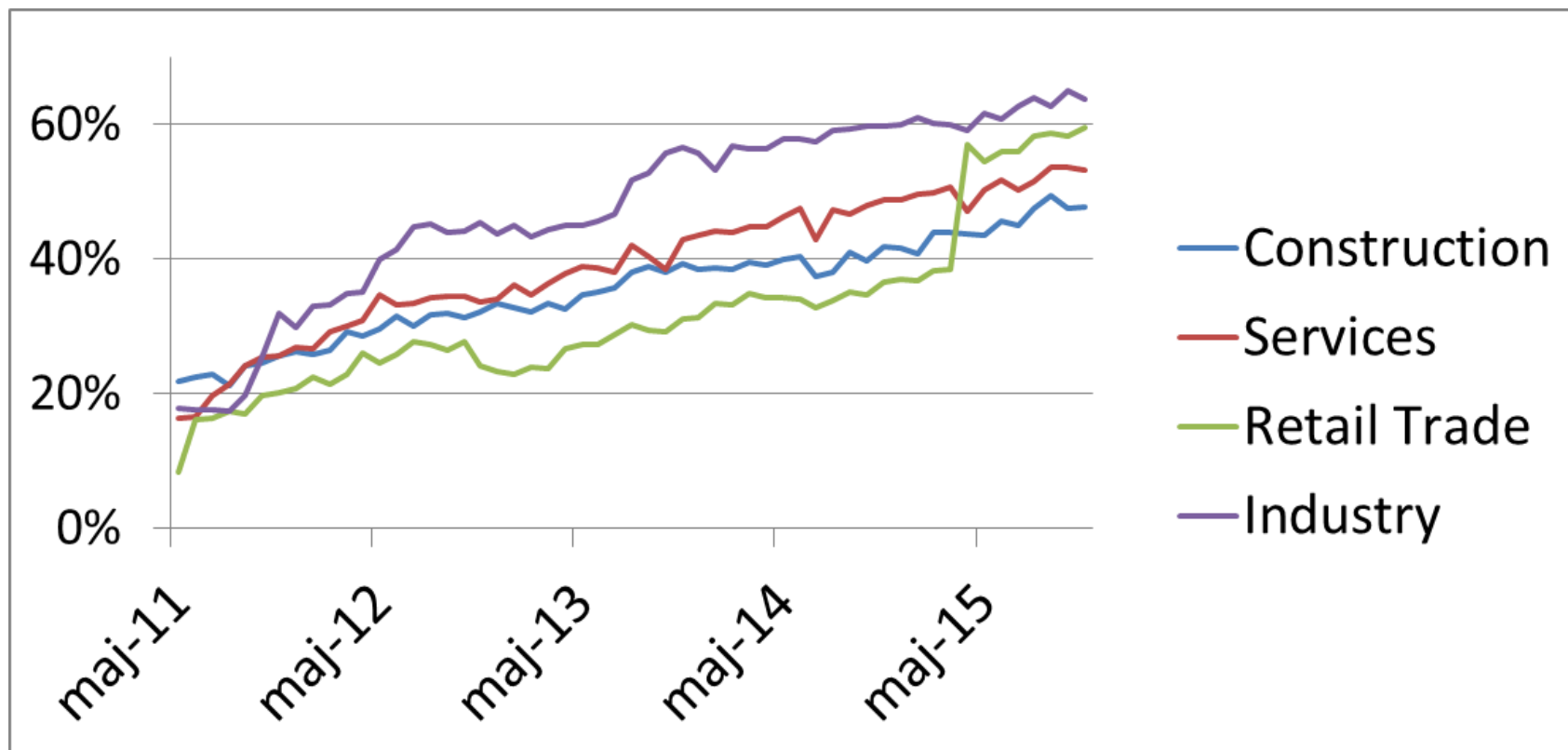
Scope:

How to increase on line reporting without decrease in response rates and without loosing important (big) enterprises?

Test:

A test was carried out to establish a knowledge base about willingness to report online instead of on paper questionnaire.

The share of online respondents to total number of respondents



Overall monthly response rates are at about 82 pct. for all four surveys

Transition from paper to online questionnaires

Online reporting saves on:

postage, paper and manual handling.

Allows for:

built-in data validation and routing.

Also allows for:

easy additions of supplementary questions, along with cover letters targeting specific industries.

Transition from paper to online questionnaires

However:

Voluntary survey

Sensitive to drop-outs

Some respondents prefer paper questionnaires and find login process tedious.

Test in Retail Trade Tendency Survey

In April 2015 survey panel updated with 492 enterprises from 1023 to 1515. Randomly placed in 3 test groups (164):

Group A:

- Request initially sent by post
- Response options: paper or online questionnaire.

Group B:

- Request initially sent by post
- Response option: online questionnaire.

Group C: Request initially sent by “Digital Post”. Response option: online questionnaire. (omitted in this presentation – results similar to test group B – refer to paper)

Rule

If reporting online, next month' request is sent by email, no matter which test group.
(if email address is entered by respondent)

Digital setup of Statistics Denmark's online reporting system.

- Digital Signature used for validation
- Digital Post used for online communication
(however ordinary email takes precedence if selected by respondent)
- Internet portal called “Virk” with electronic questionnaires

Results (pct. of initial sample at 164 ent.)

2015	Request ch.	Response ch.	Apr.	May	Aug.
Group A	Post	→ online	38		
		↘ post	34		
	Email	→ online	..		
		Total responses	72		
		Sample total	100		
Group B	Post	→ online			
		↘ post			
	Email	→ online			
		Total responses			
		Sample total			

Results (pct. of initial sample at 164 ent.)

2015	Request ch.	Response ch.	Apr.	May	Aug.
Group A	Post	→ online	38		
		↘ post	34		
	Email	→ online	..		
		Total responses	72		
		Sample total	100		
Group B	Post	→ online	58		
		↘ post	3		
	Email	→ online	..		
		Total responses	61		
		Sample total	100		

Results (pct. of initial sample at 164 ent.)

2015	Request ch.	Response ch.	Apr.	May	Aug.
Group A	Post	→ online	38	18	
		↘ post	34	27	
	Email	→ online	..	26	
		Total responses	72	71	
		Sample total	100	99	
Group B	Post	→ online	58	11	
		↘ post	3	0	
	Email	→ online	..	41	
		Total responses	61	52	
		Sample total	100	96	

Results (pct. of initial sample at 164 ent.)

2015	Request ch.	Response ch.	Apr.	May	Aug.
Group A	Post	→ online	38	18	7
		↘ post	34	27	23
	Email	→ online	..	26	35
		Total responses	72	71	65
		Sample total	100	99	94
Group B	Post	→ online	58	11	7
		↘ post	3	0	1
	Email	→ online	..	41	40
		Total responses	61	52	48
		Sample total	100	96	88

Results (pct. of initial sample at 164 ent.)

2015	Request ch.	Response ch.	Apr.	May	Aug.
Group A	Post	→ online	38	18	7
		↘ post	34	27	23
	Email	→ online	..	26	35
		Total responses	72	71	65
		Sample total	100	99	94
Group B	Post	→ online	58	11	7
		↘ post	3	0	1
	Email	→ online	..	41	40
		Total responses	61	52	48
		Sample total	100	96	88

42

47

Results (pct. of initial sample at 164 ent.)

2015	Request ch.	Response ch.	Apr.	May	Aug.
Group A	Post	→ online	38	18	7
		↘ post	34	27	23
	Email	→ online	..	26	35
		Total responses	72	71	65
		Sample total	100	99	94
Group B	Post	→ online	58	11	7
		↘ post	3	0	1
	Email	→ online	..	41	40
		Total responses	61	52	48
		Sample total	100	96	88

Main point

A vital part of potential respondents seems to be lost if not offering paper questionnaire option.

...among others, big enterprises, which weights high in the enumeration.

Problem (I)

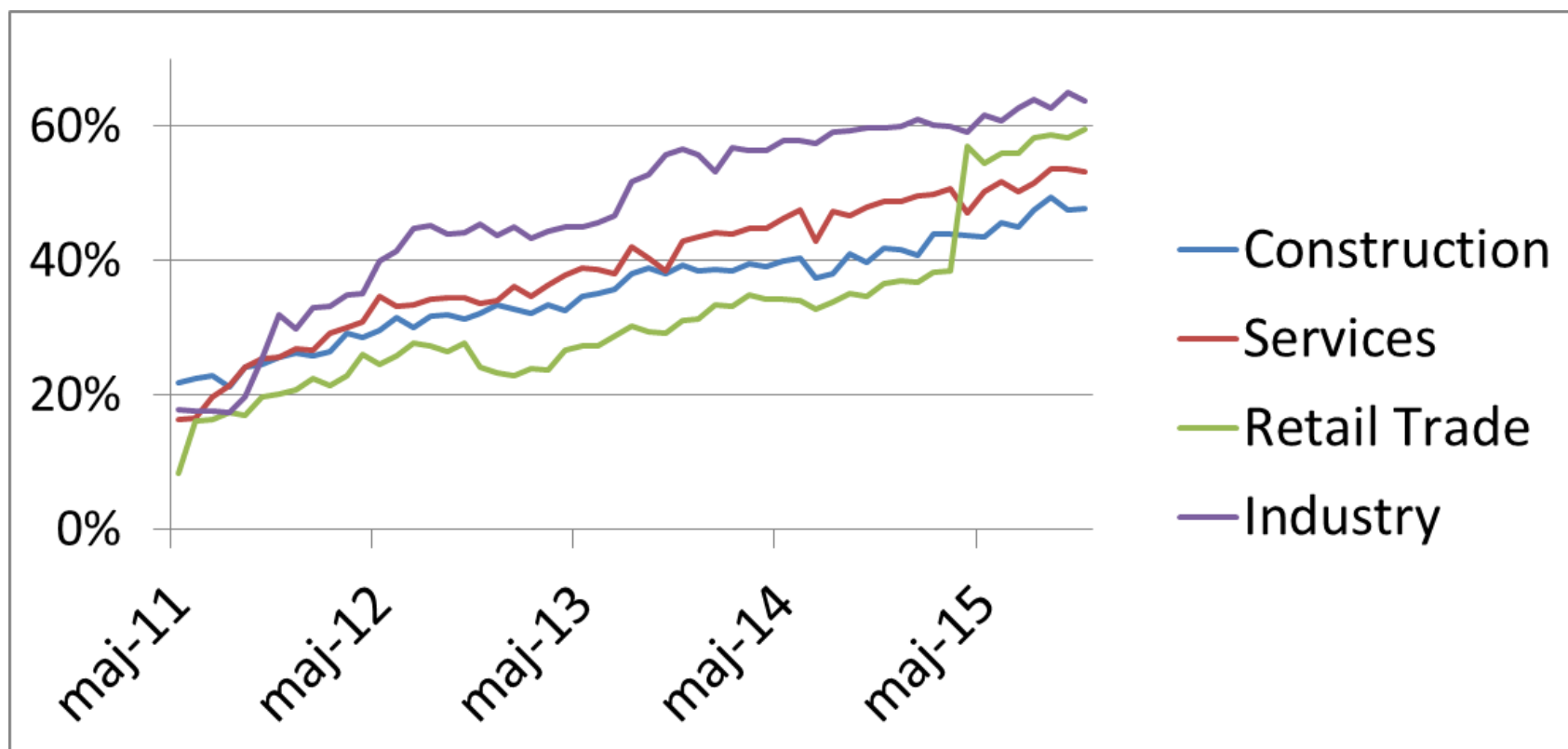
The voluntarily Business Tendency Surveys are very sensitive to non-respondents and drop-outs:

- Overall only few available enterprises in population above cut-off limit (lower limit => much bigger sample)
- Some strata cells are already below the ideal selection.

So we cannot just abandon paper questionnaires

Problem (II)

The share of online respondents to total number of respondents seems to stagnate at 50-60 pct.



Strategies for the future

- Consider avoiding paper questionnaires as option for *newly* selected respondents in the panels – accepting to loose some respondents.
- Taking use of nudge inspired techniques: *to alter people's behavior in a predictable way without forbidding any options.* (According to Thaler and C. Sunstein)

Nudge example: a fly engraved in the toilet improves the aim



<http://paulcraven.com/wp-content/uploads/toilet-nudge.jpg>

New and old request letter design

**DANMARKS
STATISTIK**

Danmarks Statistik
Sejrogsvej 11
2100 København Ø
Att.: Test

Journalnr.
171504131

CVR-nr.
17150413

Periode
2015M09

Branche
751100

21. august 2015

Nu skal der indberettes til Konjunkturbarometer for detailhandel, 9. måned 2015

Vi henvender os, fordi jeres virksomhed er udvalgt som indberetter til Danmarks Statistiks undersøgelse **Konjunkturbarometer for detailhandel**.

Fristen for indberetning er **7. september 2015**.

Sådan indberetter I digitalt:

1. Start indberetning på www.dst.dk/kbd
2. Log på med NemID medarbejdersignatur, udfyld og indsend blanketten.

Hvorfor papirschema?
I modtager også et papirschema, hvis I foretrækker at sende os indberetningen pr. brev fremfor at indberette digitalt. Vi håber dog, at I vil benytte jer af den digitale indberetning ved at følge vejledningen i boksen ovenfor.

Undersøgelsen
Undersøgelsen giver et aktuelt billede af faktiske forhold og forventninger inden for dansk detailhandel, og spørgsmålene besvares hurtigt og let ud fra ledelsens umiddelbare fornemmelse af forholdene.

Læs mere på www.dst.dk/kbd

Alle oplysninger behandles fortroligt og anvendes udelukkende til statistiske formål. Deltagelse i undersøgelsen er frivillig, men jeres indberetning er vigtig for at sikre god statistik om jeres branche, også selvom I måske ikke oplever ændringer i øjeblikket.

Hjælp
Spørgsmål til skemaet eller jeres deltagelse i undersøgelsen kan rettes til Per Christiansen på konjunkturbarometer@dst.dk eller tlf. 39 17 33 96. For øvrig hjælp og vejledning er I velkomne til at kontakte os på www.dst.dk/sos

Med venlig hilsen

Danmarks Statistik
Sejrogsvej 11
2100 København Ø
CVR 17150413
www.dst.dk

**DANMARKS
STATISTIK**

Danmarks Statistik
Sejrogsvej 11
2100 København Ø

Journalnr.
171504131

CVR-nr.
17150413

Periode
2015M03

Branche
751100

23. februar 2015

Indberetning til Konjunkturbarometer for detailhandel, 3. måned 2015

Jeres virksomhed er udvalgt til den månedlige undersøgelse **Konjunkturbarometer for detailhandel**, der foruden almindelig detailhandel (fødevarer, tekstil, møbler, elektronik etc.) også omfatter autobranschen (detail og engros). Indberetningen kan foregå på vedlagte skema eller online via www.dst.dk/virk

Indberetningsfrist
Vi har brug for jeres indberetning senest **3. marts 2015**.

Undersøgelsen
Undersøgelsen giver et aktuelt billede af faktiske forhold og forventninger inden for dansk detailhandel og bages op af Dansk Erhverv, Bilbranchen i DI og Danmarks Automobilhandelforening (D.A.F.). Spørgsmålene besvares let ud fra ledelsens umiddelbare fornemmelse af forholdene.

Resultaterne af undersøgelsen får pressens bevågenhed og er efterspurgt af erhvervslivet, politikere og brancheforeninger m.fl. For mere information om statistikken se www.dst.dk/kbd, hvor der også findes et link til Nyt fra Danmarks Statistik som viser resultatet af månedens undersøgelse.

Online indberetning
Indberetning foretages online med en digital medarbejdersignatur/NemID medarbejdersignatur. Hvis I ikke allerede har en medarbejdersignatur, kan den bestilles på www.danid.dk – det tager ca. en uge fra bestilling til modtagelse.

Ejere af enkeltmandsvirksomheder har også mulighed for at indberette med NemID til private.

Gå ind på www.dst.dk/virk og vælg link til **Konjunkturbarometer for detailhandel**.

Det er tale om en frivillig undersøgelse, som er baseret på et begrænset udvalg af virksomheder. Vi håber, at I vil bidrage ved at udfylde skemaet. Spørgsmål i forbindelse med deltagelse i undersøgelsen bedes rettet til Erik Sleno på konjunkturbarometer@dst.dk eller tlf. 39 17 30 88. Mens øvrige henvendelser kan rettes til Virksomhedsindberetninger på www.dst.dk/sos

Med venlig hilsen

Danmarks Statistik
Virksomhedsindberetninger

Danmarks Statistik
Sejrogsvej 11
2100 København Ø
CVR 17150413
www.dst.dk

New and old request letter design

DANMARKS STATISTIK

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø
Att.: Test

Journaln.r.
171504131

CVR-nr.
17150413

Periode
2015M09

Branche
751100

21. august 2015

Nu skal der indberettes til Konjunkturbarometer for detailhandel, 9. måned 2015

Vi henvender os, fordi jeres virksomhed er udvalgt som indberetter til Danmarks Statistiks undersøgelse **Konjunkturbarometer for detailhandel**.

Frysten for indberetning er **7. september 2015**.

Sådan indberetter I digitalt:

1. Start indberetning på www.dst.dk/kbd
2. Log på med NemID medarbejdersignatur, udfyld og indsend blanketten.

Hvorfor papirskema?
I modtager også et papirskema, hvis I foretrækker indberetningen pr. brev fremfor at indberette digitalt. I vil benytte jer af den digitale indberetning ved at boksen ovenfor.

Undersøgelsen
Undersøgelsen giver et aktuelt billede af faktiske forhold inden for dansk detailhandel, og spørgsmålene besvares let ud fra ledelsens umiddelbare fornemmelse af forholdene.

Læs mere på www.dst.dk/kbd

Alle oplysninger behandles fortroligt og anvendes udelukkende til statistiske formål. Deltagelse i undersøgelsen er frivillig, men jeres indberetning er vigtig for at sikre god statistik om jeres branche, også selvom I måske ikke oplever ændringer i øjeblikket.

Hjælp
Spørgsmål til skemaet eller jeres deltagelse i undersøgelsen kan rettes til Per Christiansen på konjunkturbarometer@dst.dk eller tlf. 39 17 33 96. For øvrig hjælp og vejledning er I velkomne til at kontakte os på www.dst.dk/sos

Med venlig hilsen

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø
CVR 17150413
www.dst.dk

Online reporting

DANMARKS STATISTIK

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø

Journaln.r.
171504131

CVR-nr.
17150413

Periode
2015M03

Branche
751100

23. februar 2015

Indberetning til Konjunkturbarometer for detailhandel, 3. måned 2015

Jeres virksomhed er udvalgt til den månedlige undersøgelse **Konjunkturbarometer for detailhandel**, der foruden almindelig detailhandel (fødevarer, tekstil, møbler, elektronik etc.) også omfatter autobranchen (detail og engros). Indberetningen kan foregå på vedlagte skema eller online via www.dst.dk/virk

Indberetningsfrist
Vi har brug for jeres indberetning senest **6. marts 2015**.

Undersøgelsen
Undersøgelsen giver et aktuelt billede af faktiske forhold og forventninger inden for dansk detailhandel og bakkes op af Dansk Erhverv, Bilbranchen i DI og Danmarks Automobilhandlerforening (D.A.F.). Spørgsmålene besvares let ud fra ledelsens umiddelbare fornemmelse af forholdene.

Resultaterne af undersøgelsen har pressens bevågenhed og er efterspurgt af erhvervslivet, politikere og brancheorganisationer m.fl.. For mere information om undersøgelsen og hvordan I kan deltage, findes et link til Nyt fra Danmarks Statistik, som viser resultatet af månedens undersøgelse.

Online indberetning
Indberetning foretages online med en digital medarbejdersignatur/NemID medarbejdersignatur. Hvis I ikke allerede har en medarbejdersignatur, kan den bestilles på www.danid.dk - det tager ca. en uge fra bestilling til modtagelse.

Ejere af enkeltmandsvirksomheder har også mulighed for at indberette med NemID til private.

Gå ind på www.dst.dk/virk og vælg link til **Konjunkturbarometer for detailhandel**.

Der er tale om en frivillig undersøgelse, som er baseret på et begrænset udvalg af virksomheder. Vi håber, at I vil bidrage ved at udfylde skemaet. Spørgsmål i forbindelse med deltagelse i undersøgelsen bedes rettet til Erik Sleno på konjunkturbarometer@dst.dk eller tlf. 39 17 30 88, mens øvrige henvendelser kan rettes til Virksomhedsindberetninger på www.dst.dk/sos

Med venlig hilsen

Danmarks Statistik
Virksomhedsindberetninger

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø
CVR 17150413
www.dst.dk

New and old request letter design

**DANMARKS
STATISTIK**

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø
Att.: Test

Journaln.r.
171504131

CVR-nr.
17150413

Periode
2015M09

Branche
751100

21. august 2015

Nu skal der indberettes til Konjunkturbarometer for detailhandel, 9. måned 2015

Vi henvender os, fordi jeres virksomhed er udvalgt som indberetter til Danmarks Statistiks undersøgelse **Konjunkturbarometer for detailhandel**.

Fristen for indberetning er **7. september 2015**.

Sådan indberetter I digitalt:

1. Start indberetning på www.dst.dk/kbd
2. Log på med NemID medarbejdersignatur, udfyld og indsend blanketten.

Hvorfor papirschema?

I modtager også et papirschema, hvis I foretrækker at sende os indberetningen pr. brev fremfor at indberette digitalt. Vi håber dog, at I vil benytte jer af den digitale indberetning ved at følge vejledningen i boksen ovenfor.

Undersøgelsen

Undersøgelsen giver et aktuelt billede af faktiske forhold og forventninger inden for dansk detailhandel, og spørgsmålene besvares hurtigt og let ud fra ledelsens umiddelbare fornemmelse af forholdene.

Læs mere på www.dst.dk/kbd

Alle oplysninger behandles fortroligt og anvendes udelukkende til statistiske formål. Deltagelse i undersøgelsen er frivillig, men jeres indberetning er vigtig for at sikre god statistik om jeres branche, også selvom I måske ikke oplever ændringer i øjeblikket.

Hjælp

Spørgsmål til skemaet eller jeres deltagelse i undersøgelsen kan rettes til Per Christiansen på konjunkturbarometer@dst.dk eller tlf. 39 17 33 96. For øvrig hjælp og vejledning er I velkomne til at kontakte os på www.dst.dk/sos

Med venlig hilsen

Danmarks Statistik
Virksomhedsindberetninger

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø
CVR 17150413
www.dst.dk

**DANMARKS
STATISTIK**

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø

Journaln.r.
171504131

CVR-nr.
17150413

Periode
2015M03

Branche
751100

23. februar 2015

"How to report online"
(primary option)

"Why paper questionnaire?"
(secondary option)

Online indberetning

svares let ud fra ledelsens umiddelbare fornemmelse af forholdene.

Resultaterne af undersøgelsen har pressens bevågenhed og er efterspurgt af erhvervslivet, politikere og brancheorganisationer m.fl. For mere information om statistikken se www.dst.dk/kbd, hvor der også findes et link til Nyt fra Danmarks Statistik, som viser resultatet af månedens undersøgelse.

Indberetning foretages online med en digital medarbejdersignatur/NemID medarbejdersignatur. Hvis I ikke allerede har en medarbejdersignatur, kan

Sløt på konjunkturbarometer@dst.dk eller tlf. 39 17 30 88, mens øvrige henvendelser kan rettes til Virksomhedsindberetninger på www.dst.dk/sos

Med venlig hilsen

Danmarks Statistik
Virksomhedsindberetninger

Danmarks Statistik
Sejrogsade 11
2100 København Ø
CVR 17150413
www.dst.dk

Strategies for the future

- Consider avoiding paper questionnaires as option for *newly* selected respondents in the panels.
- Taking use of nudge inspired techniques: *to alter people's behavior in a predictable way without forbidding any options.* (According to Thaler and C. Sunstein)
- Develop solutions with easier access to online reporting than now – though still ensure security.

Thank you !

Paper:

Response rates on various request and response channels; E. Slentoe, P. Starch Brandt & B. H. Eriksen 2015.

is available at the Workshop homepage

<https://community.oecd.org/community/eu-oecd-workshop-on-recent-developments-in-bcs>

Other studies about maintaining response rate by introducing online reporting (ECFIN Workshop, 2014)

Regarding Business Tendency Surveys

- Statistics Slovenia: Online surveys for business tendency
- CBI, UK: From postal surveys to electronic data.

Regarding Consumer Surveys

- Statistics Finland: Mixed-mode Consumer survey, (telephone and web)
- GfK, UK: switching from telephone to online survey methodology