

## Onderzoektechnische verantwoording

Burgerperspectieven 2016

2e kwartaal

Project 20.497 / mei 2016

Een onderzoek in opdracht van **Sociaal en Cultureel Planbureau**, te Den Haag.

AUTEURSRECHT SAMR SmartAgent MarketResponse

Niets van deze uitgave mag worden veelevoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van SAMR SmartAgent MarketResponse te Leusden.

Bij eventuele publicatie van het onderzoek, of een deel daarvan, in de nieuwsmedia of in de vakliteratuur, is de toestemming van SAMR SmartAgent MarketResponse en de in dit rapport vermelde opdrachtgever benodigd.

De gegevens uit dit rapport zijn uitsluitend bestemd voor kennisneming door werknemers en beroepsmatige adviseurs van de rechthebbende opdrachtgevers van SAMR SmartAgent MarketResponse.

# Inhoudsopgave

## Voorwoord

1.	Onderzoekverantwoording	4
1.1	Opzet en methode	4
1.2	Vragenlijst	4
1.3	Uitvoering van het onderzoek	5
1.4	Steekproef	6
1.5	Responseverantwoording	6
1.6	Veldwerk	8
1.7	Weging	8
1.8	Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid	9
1.9	Onderzoekbegeleiding	10

# Voorwoord

In opdracht van **Sociaal en Cultureel Planbureau** voert SAMR SmartAgent MarketResponse het veldwerk voor het **Continue Onderzoek Burgerperspectieven** uit. In deze onderzoekstechnische verantwoording wordt verslag gedaan van dit onderzoek.

Na dit voorwoord zijn de onderzoekstechnische gegevens van het onderzoek weergegeven.

Deze onderzoeksverantwoording is digitaal aan het Sociaal en Cultureel Planbureau opgeleverd.

Leusden, mei 2016  
SAMR SmartAgent MarketResponse

Co van Rooijen  
(Senior Consultant)

Maarten Gans  
(Senior Data Creative)

# 1. Onderzoekverantwoording

## 1.1 Opzet en methode

Het onderzoek is opgezet als een continu kwantitatief onderzoek.

Het onderzoek heeft tot doel:

- Verschaffen van actuele informatie over ontwikkelingen in opvattingen over maatschappelijke en politieke issues en over tevredenheid c.q. onbehagen.
- Informeren van publiek en politiek over de stand van zaken en over ontwikkelingen in de tijd.
- Bijdragen aan de publieke discussie over maatschappelijke en politieke problemen en doeleinden.

## 1.2 Vragenlijst

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van gestructureerde vragenlijsten.

In de vragenlijst van de telefonische voorselectie zijn de volgende onderdelen opgenomen:

- benadering voor deelname aan het onderzoek
- selectie respondent
- (voorkeur) online vragenlijst vs. schriftelijke vragenlijst
- controle e-mailadres/ postadres respondent.

In de vragenlijst van het online/schriftelijk hoofdonderzoek zijn de volgende onderdelen opgenomen:

- persoonlijke situatie
- de Nederlandse samenleving
- de Nederlandse politiek
- overige (actuele) kwesties
- mediagebruik.

Alle respondenten hebben aan het eind van de vragenlijst een – extra - blok vragen voorgelegd gekregen over henzelf (persoonlijkheidskenmerken).

De gemiddelde gespreksduur tijdens de telefonische selectie was 1 minuut. De gemiddelde invultijd van de - online - vragenlijst was 21,23 minuten. Bij het berekenen van dit gemiddelde hanteren we een 'cutoff van 5%'. De betreffende waarnemingen met een invulduur van 58 minuten of meer – onder andere samenhangend met het onderbreken van het invullen - laten we bij het berekenen van het gemiddelde buiten beschouwing. De mediaan is 20 - 21 minuten.

### 1.3 Uitvoering van het onderzoek

Het onderzoek is mixed mode uitgevoerd, zowel bij benaderingswijze/route als bij het onderzoek zelf. We onderscheiden twee routes:

- getrapte route: met voorfase waarbij we respondenten selecteren en uitnodigen;
- direct: zonder voorfase.

De getrapte route is als volgt:

- telefonische voorselectie en uitnodiging (CATI; Computer Assisted Telephone Interviewing);
- online/schriftelijk hoofdonderzoek (CAWI/PAPI; Computer Assisted Web Interviewing/Paper And Pencil Interviewing);
- reminder per email (igv respondenten die hebben toegezegd de vragenlijst online in te vullen);
- telefonische reminder

Panelleden – degenen die willen meewerken aan telefonisch onderzoek - worden telefonisch uitgenodigd en ontvangen (als men wil meewerken aan het vervolg van het onderzoek) meteen na het telefoongesprek een e-mail met daarin een link naar de online vragenlijst of een schriftelijke vragenlijst per post.

De directe route is als volgt:

- een deel van de doelgroep wordt direct – zonder voorafgaande telefonische voorselectie en uitnodiging – per email benaderd. Deze respondenten hebben de vragenlijst online ingevuld;
- reminder per email;
- schriftelijke reminder;
- telefonische reminder (incidenteel, ingeval van respondenten die niet mee willen doen aan telefonisch onderzoek, maar wel een telefoonnummer 'afgeven').

Tijdens het veldwerk is de response – zowel omvang als samenstelling – dagelijks gemonitord. Hierbij bleek dat de response bij jongeren – tot 35 jaar – en laag opgeleiden – lager algemeen en lager beroeps – achterbleef in vergelijking met andere categorieën. We hebben daarom bij deze groepen extra reminders ingezet.

#### **CATI**

Telefonisch onderzoek wordt bij SAMR uitgevoerd met behulp van Confirmit. Dit CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)-systeem faciliteert een snelle en kwalitatief hoogwaardige uitvoering van het onderzoek. De voortgang van het onderzoek wordt voortdurend gemonitord en waar nodig gecorrigeerd. Het systeem verzorgt het belproces. Nadat contact gelegd is met de respondent zorgt de vragenlijstmodule ervoor dat de vragen van het onderzoek in de juiste volgorde en onder de relevante selecties op het beeldscherm verschijnen. De enquêteur stelt de vragen en voert de antwoorden direct in waardoor de data direct beschikbaar zijn.

Het veldwerk vindt plaats vanuit één centrale ruimte. De supervisors bewaken de voortgang voeren voortdurend controles uit, waarbij de enquêteurs worden beoordeeld op kwaliteitsaspecten en waar nodig bijgestuurd. Nieuwe enquêteurs volgen bij SAMR een intensieve interne opleiding.

#### 1.4 Steekproef

De populatie en onderzoeksdoelgroep bestaan uit personen van 18 jaar en ouder. Het steekproefkader wordt gevormd door De Onderzoek Groep. Uit het steekproefkader is een random steekproef getrokken.

De getrapte route: de bruto steekproef voor de telefonische uitnodiging bestond uit 3.473 personen (3,5 keer de netto steekproef), waarvan 2.584 aan de telefonische selectie hebben meegedaan. Laatstgenoemde getal vertegenwoordigt 2,6 keer de netto steekproef. In totaal werden 1.959 respondenten telefonisch geselecteerd, waarvan 998 hebben deelgenomen aan het onderzoek: 790 via internet en 208 schriftelijk.

In totaal zijn 1.120 personen direct per email benaderd. Dit resulteert in 185 ingevulde – online – vragenlijsten.

De totale steekproef komt hiermee uit op 1.183 respondenten (975 via internet, 208 schriftelijk).

#### 1.5 Responseverantwoording

**Getrapte route:**

De volgende tabel geeft de responseverantwoording weer van de telefoongesprekken – ten behoeve van selectie en uitnodigen - die in het kader van dit onderzoek zijn gevoerd:

---

	Absoluut n=	Relatief in %
<b>Bruto steekproef</b>	<b>3.473</b>	<b>100%</b>
- Infotoon	74	2%
- Maximale belpoging	538	15%
- Overige redenen	277	8%
<b>Aantal contacten waarvan:</b>	<b>2.584</b>	<b>74%</b>
		<b>100%</b>
- Weigering	574	22%
- tijdens veldwerkperiode geen afspraak mogelijk	49	2%
- overige redenen	2	0%
<b>Geslaagde gesprekken waarvan:</b>	<b>1.959</b>	<b>76%</b>
- aantal personen dat toe heeft gezegd om mee te werken:	1.902	74%

---

De volgende tabel geeft de responseverantwoording weer van het online 'hoofdonderzoek':

---

	Absoluut n=	Relatief in %
Bruto online steekproef waarvan:	1.368	100%
- internetlink ongebruikt	493	36%
Aantal contacten waarvan:	875	64%
		100%
- internet afgebroken	66	8%
- weigering	19	2%
Netto response:	790	90%

De volgende tabel geeft de responseverantwoording weer van het schriftelijk 'hoofdonderzoek':

---

	Absoluut n=	Relatief in %
Bruto steekproef waarvan:	534	100%
- vragenlijst geretourneerd	208	39%
Netto response:	208	39%

De response bij de **directe route** is als volgt:

---

	Absoluut n=	Relatief in %
Bruto steekproef waarvan:	1.120	100%
- internetlink ongebruikt	885	79%
Aantal contacten waarvan:	235	21%
		100%
- internet afgebroken	27	11%
- weigering	23	10%
Netto response:	185	79%

## 1.6 Veldwerk

Het veldwerk van de telefonische selectie is uitgevoerd in de periode van 1 april 2016 tot en met 29 april 2016. De gesprekken hebben op doordeweekse dagen voornamelijk 's avonds en op zaterdag overdag plaatsgevonden.

Het veldwerk van het hoofdonderzoek is uitgevoerd in de periode 1 april t/m 3 mei 2016.

De uitvoering van het veldwerk heeft plaatsgevonden conform de Nederlandse en Europese (Esomar) onderzoekrichtlijnen. Dit houdt onder meer in dat respondenten de garantie hebben gekregen dat hun anonimiteit wordt gerespecteerd (persoonsgegevens worden niet aan de opdrachtgever doorgespeeld of gekoppeld aan andere gegevens).

## 1.7 Weging

Om op basis van het steekproefonderzoek uitspraken over de populatie te kunnen doen, is het van belang dat de steekproef representatief is.

Dit betekent dat de steekproef qua samenstelling zoveel mogelijk overeen moet komen met de populatie.

Door differentiële non-reponse wijkt de steekproef qua samenstelling af van de populatie. Om de invloed hiervan op de totaalresultaten te corrigeren zijn de resultaten gewogen.

SAMR maakt gebruik van een wegingsprogramma dat werkt met wegingstargets. Dit houdt in dat aan het programma een aantal targettabellen ('randtotalen') met populatiekenmerken wordt aangeboden. Deze gegevens worden door het programma vergeleken met de ongewogen steekproef. Door het toekennen van gewichten (de zogenaamde weegfactoren) aan individuele respondenten zorgt het programma ervoor dat de steekproef qua samenstelling overeenkomt met de populatie (targets). Het programma 'zoekt' naar de optimale oplossing. Dit is de oplossing waarbij de targets zo dicht mogelijk worden benaderd, terwijl de weegfactoren zo weinig mogelijk afwijken van het 'ideaal' (= weegfactor 1).

Door de weging tellen antwoorden van personen in ondervertegenwoordigde groepen (in de steekproef) relatief zwaarder mee in het totaalresultaat; de antwoorden van oververtegenwoordigde groepen tellen juist minder zwaar mee.

In dit onderzoek is gewogen op de variabelen geslacht, leeftijd, opleiding en internetgebruik. SAMR heeft over de gehele netto steekproef een weging uitgevoerd en over een substeekproef van de netto respons.

### Totaalweging:

De basis voor de wegingstargets wordt gevormd door de Gouden Standaard. In onderstaande tabel staan de ongewogen resultaten en het weegtarget per categorie van de betreffende variabele:



	Target in Gouden Standaard in %	Percentage in netto steekproef in %
<b>Geslacht</b>		
- Man	49,38	43,87
- Vrouw	50,62	56,13
<b>Leeftijd</b>		
- 18-24 jaar	11,41	10,90
- 25-34 jaar	15,32	7,95
- 35-44 jaar	18,45	15,89
- 45-54 jaar	19,07	19,1
- 55-64 jaar	16,76	23,25
- 65 jaar of ouder	18,99	22,91
<b>Opleiding</b>		
- Hoger wetenschappelijk	10,35	8,2
- Hoger beroeps	22,7	26,2
- Middelbaar	46,34	50,55
- Laag (geen, basisonderwijs, LBO, VMBO)	20,61	15,05
<b>Internet gebruik</b>		
- Ja	90,54	89,26
- Nee	9,46	10,74

De weging is uitgevoerd op de netto steekproef van de meting voor kwartaal 2 2016. Het onderzoek heeft een wegefficiency van 85,45%. Dit komt erop neer dat de effectieve steekproef 1.011 respondenten bedraagt.

De laagste weegfactor die is toegekend is 0,5 en de hoogste is 3,8.

### 1.8 Betrouwbaarheid en nauwkeurigheid

Het onderzoek is gebaseerd op een steekproef, dat wil zeggen dat niet de gehele populatie is ondervraagd. Op basis van de met behulp van de steekproef verkregen gegevens kan een schatting worden gemaakt van de werkelijkheid. Van deze schatting kunnen we aangeven hoe nauwkeurig en betrouwbaar deze is. De nauwkeurigheid van de resultaten wordt aangegeven met marges of intervallen die bepaald worden door de omvang van de steekproef, het gevonden percentage en het gewenste betrouwbaarheidsniveau. Meestal wordt een betrouwbaarheidsniveau van 95% aangehouden, hetgeen inhoudt dat er een kans van 95% is dat de schattingen correct zijn.

In de volgende tabel zijn de maximale en minimale afwijkingen aangegeven voor een aantal steekproefgroottes:

**Marges bij verschillende steekproefgroottes en  
een betrouwbaarheidsniveau van 95%**

	Steekproef- Omvang	Maximale Afwijking	Minimale Afwijking
n=	50	13,90%	2,80%
n=	75	11,30%	2,30%
n=	100	9,80%	2,00%
n=	150	8,00%	1,60%
n=	200	6,90%	1,40%
n=	300	5,70%	1,10%
n=	400	4,90%	1,00%
n=	500	4,40%	0,90%
n=	700	3,70%	0,70%
n=	1000	3,10%	0,60%

### 1.9 Onderzoekbegeleiding

Het onderzoek werd begeleid door het volgende team:

***Voor SAMR SmartAgent MarketResponse:***

Mr. J.C.J. van Rooijen	senior research consultant
Drs. M. Gans	senior data creative
G.A. Bresser:	veldwerkcoördinator

***Voor Sociaal en Cultureel Planbureau:***

prof. dr. P. Dekker:	hoofd participatie en bestuur
dr. J.M. den Ridder:	wetenschappelijk medewerker