

# Onderzoeksverantwoording

Hoofdstuk 1 bevat een omschrijving van de kwaliteit van TNS NIPObase, onze ‘nurtured sample source’, de steekproefbron van ons online panel. In hoofdstuk 2 komt het veldwerkapparaat van TNS NIPO aan bod, waarna hoofdstuk 3 ingaat op de uitvoering van het onderzoek naar jeugdervaringen dat TNS NIPO heeft uitgevoerd voor de Commissie Deetman.

<b>1</b>	<b>TNS NIPObase</b>	<b>3</b>
1.1	Representativiteit	3
1.1.1	Wervingsmethodieken	3
1.1.2	Omvang en samenstelling van TNS NIPObase	6
1.1.3	Standaard steekproefprocedure	9
1.1.4	Respons	10
1.2	Kwaliteitscontrole	15
1.2.1	Beloning van respondenten	15
1.2.2	Controles en kwaliteitsbewaking	16
1.2.3	Kwaliteitsprogramma	18
1.3	Specifieke doelgroepen	20
1.3.1	Respondentgegevens	20
1.3.2	Screening	20
1.3.3	Representativiteit van de aanvullende specifieke steekproeven	21
<b>2</b>	<b>Kwaliteit van het veldwerk</b>	<b>23</b>
2.1	Organisatie en kwaliteitscontrole	23
2.1.1	Algemene kwaliteitsborging	23
2.1.2	Kwaliteitsborging onderzoeksinstrument	24
2.1.3	Overzicht werkzaamheden, inzet afdelingen, personen, toegepaste kwaliteitscontroles, afstemming met opdrachtgever	24
2.2	Planning en doorlooptijd	27
2.2.1	Capaciteit	27
2.3	Steekproefprocedure en software	30
2.3.1	Steekproefprocedure	30
2.3.2	Software	30
<b>3</b>	<b>Uitvoering onderzoek Commissie Deetman</b>	<b>32</b>
3.1	Uitgevoerde enquêtes	32
3.1.1	Pilot	32
3.1.2	Screening	32
3.1.3	Hoofdonderzoek	33
3.1.4	Inconsistentieonderzoek	33
3.1.5	Meldersonderzoek	34
3.2	Uitnodigingen en reminders	34
3.2.1	Pilot	34
3.2.2	Screening	34
3.2.3	Hoofdonderzoek	34
3.2.4	Inconsistentieonderzoek	34
3.2.5	Meldersonderzoek	34

3.3	Steekproeven en respons	34
3.3.1	Pilot	34
3.3.2	Screening	35
3.3.3	Hoofdonderzoek	35
3.3.4	Inconsistentieonderzoek	36
3.3.5	Meldersonderzoek	36
3.4	Weging en correctie	36
3.4.1	Hoe wordt gewogen?	36
3.4.2	Pilot	37
3.4.3	Screening	37
3.4.4	Hoofdonderzoek	37
3.4.5	Meldersonderzoek	37
	<b>Bijlagen</b>	<b>38</b>
	Bijlage 1 Uitnodigingse-mails	39
	Bijlage 2 ISO 9001-certificaat	43
	Bijlage 3 ISO 26362-certificaat	44
	Bijlage 4 ISO 20252-certificaat	45

# 1 TNS NIPObase

In dit hoofdstuk komen kwaliteitskenmerken van TNS NIPObase aan de orde. Paragraaf 1.1 behandelt de representativiteit van TNS NIPObase. Hier tonen we onder andere aan dat we bij de werving voor TNS NIPObase veel aandacht besteden aan representativiteit. In paragraaf 1.2 bespreken we de wijze waarop we de zorgvuldigheid waarmee de respondenten de vragenlijsten beantwoorden zo goed mogelijk waarborgen. Paragraaf 1.3 geeft een weergave van de mogelijkheden die TNS NIPObase biedt voor het trekken van (aanvullende) steekproeven onder specifieke doelgroepen.

## 1.1 Representativiteit

Hieronder gaan we nader in op de wijze waarop leden voor TNS NIPObase worden geworven en aandacht voor representativiteit hierin, de samenstelling van TNS NIPObase, onze steekproefprocedures en de respons op onze online vragenlijsten.

### 1.1.1 Wervingsmethodieken

#### *Werving en representativiteit*

TNS NIPObase is een van de representatiefste panels in Nederland. De aandacht voor representativiteit begint al bij de werving van leden voor TNS NIPObase.

Wervingseffecten kunnen namelijk leiden tot een selectiebias<sup>1</sup>. TNS NIPO doet daarom haar uiterste best om wervingseffecten te minimaliseren.

---

<sup>1</sup> Zie bijvoorbeeld Lee (2006), *Propensity score adjustment as a weighting scheme for volunteer panel web surveys*, Journal of Official Statistics, 22, 329-349.

Werving voor TNS NIPObase vindt actief plaats door middel van de volgende drie methoden:

1. traditionele datacollectiemethoden. We vragen de bereidheid tot deelname tijdens face-to-face- en telefonische onderzoeken, waarbij steeds sprake is van random sampling: iedere persoon uit de samenleving heeft in principe een even grote kans om in de steekproef te komen (70% van de database).
2. via aangekochte databestanden. Hiervoor hebben we gekozen om ook de zogenaamde 'moeilijke doelgroepen', zoals allochtonen of personen met een relatief lage pc-penetratie (ouderen, lager opgeleiden), te kunnen benaderen (20% van de database).
3. met gebruikmaking van de zogenaamde 'sneeuwbalmethode'. Hierbij wordt bestaande panelleden gevraagd anderen aan te melden. Deze methode wordt met name toegepast voor het bereiken van personen uit moeilijke doelgroepen (10% van de database).

Reden voor werving kan het aanvullen tot een kritische grens van TNS NIPObase als geheel zijn (doorgaans via de eerstgenoemde methode), of de behoefte tot het aanvullen van specifieke doelgroepen (doorgaans via de laatste twee methoden). Tegenwoordig zijn we voor de werving vaak alleen nog op zoek naar specifieke doelgroepen.

In 2006 heeft het Nederlands Online Panel Vergelijkings Onderzoek (NOPVO) een onderzoek gedaan waarbij twintig panels in Nederland onder gelijke omstandigheden op vrijwillige basis zijn vergeleken op onder andere representativiteit, respons en antwoordpatronen. Het NOPVO is uitgevoerd onder auspiciën van de vakgroepen Methoden en Technieken en IDIOT van de MarktOnderzoekAssociatie (MOA).

Tabel 1 toont een vergelijking van de grootste en bekendste panels in Nederland. Uit deze tabel blijkt dat TNS NIPO met haar wervingsmethoden de meeste aandacht besteedt aan het probleem van selectiviteit. U ziet dat bij andere panels tot wel 90% van de respondenten zichzelf heeft aangemeld. TNS NIPO ontmoedigt het zelf aanmelden van panelleden; zelfselectie verhoogt de kans op non-representativiteit.

---

1 | Een vergelijking van panels in Nederland

---

	GfK Panel- Services	Intomart GfK	Moti- vaction	Syno- vate	TNS NIPO
Aantal actieve panelleden	15.000	105.000	97.400	45.575	223.000
	huishoudens				
<i>Wervingsmethode</i>					
Traditionele dataverzamelmethode	13%	38%		30%	70%
Vanuit bestaande schriftelijk panels	12%				
Adressen aangekocht (bijvoorbeeld van providers of adressenleveranciers)	40%				20%
Sneeuwbalmethode onder panelleden	17%	27%	10%	5%	10%
Via links op websites*	8%		80%	60%	
Banners/quizzen en tests*		15%			
Via onderzoek op websites, spontane aanmeldingen etc.*		20%			
Telefonische werving*				5%	
Nog anders <sup>2</sup>	10%		10%		

\* = zelfaanmelding, bron: www.nopvo.nl, 2006

---

Er is nog een reden om niet via internet te werven. Op internet wordt vaak gebruikgemaakt van banners om deelnemers te werven voor onderzoek. Op bepaalde internetsites wordt dan geadvertiseerd, terwijl een groot deel van de pc-bezitters deze sites nooit bezoekt of de banners negeert. Niet iedere persoon heeft dan dezelfde kans om bij het panel betrokken te raken, met een selectief panel tot gevolg.

Ten slotte leidt werving via internet bovendien tot oververtegenwoordiging van zware internetgebruikers, wat weer kan leiden tot onbetrouwbare uitkomsten. De uitkomsten van het NOPVO onderbouwen deze theorie: de internetfrequentie van TNS NIPObase-leden was gemiddeld 8,4 uur per week, terwijl het gemiddelde van alle panels op 11,5 uur per week lag.

TNS NIPO heeft uitgebreid onderzoek gedaan naar de kwaliteit van online panels. Zo heeft in 2011 TNS NIPO-onderzoeker Robbert Zandvliet de MOA Wetenschapsprijs gewonnen voor zijn artikel over slapers en inactieven in online onderzoekspanels.

---

<sup>2</sup> Wij kunnen hieruit niet opmaken of er al dan niet sprake is van zelfaanmelding.

### 1.1.2 Omvang en samenstelling van TNS NIPObase

Om voor veel verschillende opdrachtgevers steekproeven samen te kunnen stellen, is een groot 'reservoir' aan respondenten nodig. Bovendien dienen alle geledingen van de bevolking in voldoende mate in het panel te zijn vertegenwoordigd.

Inmiddels telt TNS NIPObase 230.757 respondenten uit 145.384 huishoudens, zoals blijkt uit tabel 2. Hiervan zijn 145.785 mensen uit 60.412 huishoudens online benaderbaar. Hiermee heeft TNS NIPO een van de grootste databases in Nederland tot haar beschikking.

---

#### 2 | Opbouw TNS NIPObase

---

	<b>totaal</b>	<b>waarvan online benaderbaar</b>
Personen	230.757	145.785
Huishoudens	145.384	60.412

Stand: augustus 2010

---

Het NOPVO-onderzoek uit 2006 ondersteunt de representatieve samenstelling van TNS NIPObase. Zonder vooraf te quoteren, benaderde de ongewogen nettosteekproef van TNS NIPO de werkelijkheid bijna perfect op de vier in het onderzoek meegenomen criteria (geslacht, leeftijd, voltooide opleiding en Nielsen-regio).

In tabel 3 wordt de huidige samenstelling van het online gedeelte van TNS NIPObase (respondenten van 18 jaar en ouder) vergeleken met populatiegegevens zoals bekend via de MOA Gouden Standaard. U ziet dat TNS NIPObase voor geslacht, leeftijd, opleidingsklasse en Nielsen-regio nog steeds representatief is voor de werkelijkheid. U ziet verder dat mensen uit eenpersoonsgezinnen iets zijn ondervertegenwoordigd, maar dat de databaseomvang correctie op gezinsgrootte toelaat.

---

3 | Samenstelling TNS NIPObase (online gedeelte) in vergelijking met landelijke gegevens

---

	<b>Landelijk</b> <i>(bron: Gouden Standaard)</i>	<b>TNS NIPObase</b> <i>(online 18+)</i>
	%	%
<b>Geslacht</b>		
Man	49,1	48,4
Vrouw	50,9	51,6
<b>Leeftijdsklassen</b>		
40-49	31,3	32,5
50-59	27,4	30,0
60-69	21,8	24,6
70+	19,6	12,9
<b>Opleidingsklassen</b>		
Lager	18,8	18,0
Middelbaar	42,1	38,8
Hoger	38,2	43,1
<b>Nielsen-regio</b>		
Drie grote steden	15,4	12,9
Rest west	29,2	31,3
Noord	10,5	11,2
Oost	20,8	21,1
Zuid	24,1	23,5
<b>Gezinsgrootte</b>		
1 persoon	20,3	9,1
2 personen	36,4	38,6
3 personen	16,3	16,9
4 personen	18,1	24,3
5+ personen	8,9	11,1

Stand: augustus 2010

---

Tabel 4 toont een vergelijking van etniciteit en internetgebruik van het online gedeelte van TNS NIPObase met de landelijke gegevens zoals bekend van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). U ziet dat allochtonen en lage internetgebruikers zijn ondervertegenwoordigd in TNS NIPObase. Dit laatste is logisch omdat het hier een selectie van online benaderbaren uit TNS NIPObase betreft, waardoor lage internetgebruikers per definitie zijn ondervertegenwoordigd.

---

4 | *Samenstelling TNS NIPObase (online gedeelte) in vergelijking met landelijke gegevens*

---

	<b>Landelijk</b> <i>(bron: CBS)</i>	<b>TNS NIPObase</b> <i>(online 18+)</i>	<b>TNS NIPObase</b> <i>(online 18+)</i>
	<i>%</i>	<i>%</i>	<i>aantal</i>
<b>Etniciteit</b>			
Autochtoon	81,5	89,6	107.355
Westers allochtoon	9,5	3,6	4.291
Niet-westers allochtoon	9,1	5,1	6.107
Wil niet zeggen	0,0	1,7	2.030
<b>Internetgebruik</b>			
Laag (minder dan 1 keer per week)	5	1	1.198
Midden (niet dagelijks maar vaker dan 1 keer per week)	15	21	25.154
Hoog (dagelijks)	80	78	93.431

Stand: augustus 2010

---

*Beheer van een goede samenstelling van TNS NIPObase*

Jaarlijks besluit de Directeur Operations welke omvang de database moet hebben. Indien nodig wordt overgegaan tot actieve werving waarbij hij rekening houdt met:

- het aantal actieve panelleden;
- het gemiddelde aantal vragenlijsten per huishouden per maand over de afgelopen periode;
- de grootst mogelijke representatieve steekproef die uit de database kan worden getrokken;
- de verwachtingen wat de onderzoeksdruk betreft.

Ook bekijkt het hoofd van de afdeling Sampling (de afdeling die verantwoordelijk is voor werkzaamheden wat betreft steekproeven) periodiek of er groepen respondenten zijn die zijn ondervertegenwoordigd in TNS NIPObase.

Als bepaalde groepen respondenten zijn ondervertegenwoordigd, krijgt de afdeling Operational Services opdracht tot het bijwerven van deze groepen.

We gaven eerder al aan dat een reden voor werving het aanvullen tot een kritische grens van TNS NIPObase als geheel kan zijn, of het aanvullen van specifieke doelgroepen. Om TNS NIPObase als geheel aan te vullen, maken we zoals eerder beschreven gebruik van



traditionele veldwerkmethoden. Tegenwoordig zijn we voor de werving vaak alleen nog op zoek naar specifieke doelgroepen. Hiervoor kopen we bestanden van adresleveranciers waarna we burgers actief benaderen met de vraag deel te nemen, of maken we gebruik van de sneeuwbal methode.

### **1.1.3    Standaard steekproefprocedure**

#### *Selectie en stratificatie*

Voor het trekken van steekproeven gebruiken we door onszelf geprogrammeerde software waarmee we kunnen selecteren op basis van alle mogelijke bekende achtergrondvariabelen, uitsluiten op basis van beschikbaarheid en eerder onderzoek en uiteindelijk kunnen uitzetten met gebruikmaking van dezelfde stratificatiealgoritmen die achteraf voor de herweging worden ingezet.

TNS NIPO hanteert geen ‘standaard’ steekproefprocedure. Per onderzoek wordt aangegeven waaraan de steekproef moet voldoen. Dat kan een ‘random’ steekproef zijn of een steekproef naar rato van vooraf bepaalde quota – dit kunnen ideaalcijfers uit de Gouden Standaard zijn, maar dit kan ook disproportioneel op bepaalde variabelen worden gedaan.

Het hoofd van de afdeling Sampling is verantwoordelijk voor het (laten) trekken van steekproeven volgens de specificaties die door de projectleider worden aangeleverd.

Het hoofd van de afdeling Sampling is ook verantwoordelijk voor het (laten) toepassen van ‘panel rules’ die ervoor moeten zorgen dat dezelfde panelleden niet te vaak onbedoeld in een steekproef vallen. Respondenten die worden geselecteerd, mogen geen deel uitmaken van een huishouden dat in de afgelopen twee weken al is uitgenodigd voor onderzoek. Bovendien kunnen respondenten worden uitgesloten vanwege deelname aan eerdere versies van het onderzoek of specifieke andere onderzoeken. Ons streven is om respondenten ongeveer eens per maand voor onderzoek uit te nodigen. Op die manier houden we de panelleden betrokken bij TNS NIPObase en voorkomen we uitval, zonder de leden te zwaar te belasten en paneleffecten te creëren.

#### *Weging*

Als de respons evenredig is verdeeld over alle categorieën respondenten, dan hoeft er niet te worden herwogen. In de praktijk ontstaan er door responsverschillen kleine afwijkingen in de achtergrondkenmerken. Deze verschillen kunnen we corrigeren door de cijfers te herwegen naar de stratificatie waarop de steekproef is getrokken. Ook hier geldt dat er sprake is van maatwerk; er bestaat geen standaard weegprocedure die klakkeloos voor ieder onderzoek kan worden toegepast.

Voor de wegingsprocedures voor het onderzoek voor de Commissie Deetman verwijzen we u naar hoofdstuk 3. In algemene zin kunnen we zeggen dat we wegen op basis van randtotalen. Wij hanteren hiervoor een algoritme dat werkt volgens een iteratief proces. De weegfactoren krijgen daarbij een vaste aanvangswaarde mee en worden bij elke iteratie opnieuw berekend. Vervolgens vergelijken we de weegfactoren met de opgegeven streefwaarden. Wijkt de verdeling van de randtotalen af van de streefwaarden, dan starten

we een volgende iteratie. Dit proces herhalen we net zo lang tot de verdeling van de randtotalen optimaal overeenkomt met die van de streefwaarden. Door de hoge respons op online onderzoek in TNS NIPObase zijn de herwegingsfactoren meestal relatief gering. Een hoge respons komt de representativiteit van de nettosteekproef immers ten goede (zie ook paragraaf 1.1.4 over respons).

Om de weging te controleren, maken wij om te beginnen twee tabellen:

- een rechte telling met de ongewogen aantallen van alle variabelen waarop is gewogen;
- een rechte telling met de gewogen aantallen van alle variabelen waarop is gewogen;

Daarnaast maken we een uitdraai van de weegfactoren om ze te controleren op extreme waarden.

#### **1.1.4 Respons**

##### *Visie op het belang van een goede respons bij een online respondentenpanel*

Een voorwaarde voor goed surveyonderzoek is een hoge respons. Over het algemeen komt hoge respons de representativiteit van onderzoek ten goede. Dit komt door de samenhang tussen relevante achtergrondkenmerken en responsgeneigdheid. Als deze geheel ontbreekt, zal non-respons geen systematische vertekening (bias) veroorzaken; zelfs met een lage respons zal de nettosteekproef een representatieve verdeling hebben. De praktijk wijst echter uit dat responsgeneigdheid meestal substantieel samenhangt met sociodemografische kenmerken. De non-respons is selectief waardoor de nettosteekproef systematisch afwijkt van de brutosteekproef. Naarmate het responspercentage lager wordt, krijgt deze samenhang meer 'ruimte' om bias te veroorzaken.

Een voorbeeld. Stel dat een brutosteekproef is getrokken van 500 mannen en 500 vrouwen, omdat het percentage mannen in de populatie exact 50% is. Met een respons van 50% is het negatiefste scenario dat 500 vrouwen en 0 mannen in de nettosteekproef terecht komen. Het percentage mannen is dan 0%, hoewel dat idealiter 50% zou zijn. Een hogere respons benadert het daadwerkelijke percentage mannen in de populatie beter. Met een respons van 90% is het negatiefste scenario een nettorespons van 500 vrouwen en 400 mannen, zodat het percentage mannen 44% is. Dit komt dichterbij de daadwerkelijke 50%. Hoewel een dergelijke extreme samenhang tussen non-respons en achtergrondkenmerken in de praktijk niet zal voorkomen, demonstreert dit voorbeeld het mechanisme waardoor selectieve non-respons de representativiteit van een nettosteekproef aantast.

TNS NIPO doet haar uiterste best om de respons zoveel mogelijk te bevorderen om de representativiteit van het onderzoek te waarborgen. Onder het kopje 'Responsbevordering' leest u op welke wijze wij hier uitvoering aan geven.

##### *Respons in TNS NIPObase*

We gaven al aan dat het mogelijk is om uit TNS NIPObase voor vrijwel iedere doelgroep een representatieve steekproef te trekken. Daarbij realiseren we hoge responscijfers op ons online onderzoek. En een hoge respons komt de representativiteit van de

nettosteekproef ten goede. Kortom, we kunnen niet alleen een representatieve brutosteekproef trekken, door de hoge respons waarborgen we ook een representatieve nettosteekproef.

De gemiddelde respons voor online onderzoek in TNS NIPObase blijkt uit tabel 5. Uit de tabel blijkt bijvoorbeeld dat de respons na tien dagen veldwerk gemiddeld 76% is. De behaalde respons voor de Commissie Deetman lag daar met 91% ruim boven, zoals in hoofdstuk 3 beschreven wordt.

---

#### 5 | Gemiddelde online respons in TNS NIPObase

---

respons naar veldwerklengte		respons naar lengte van de vragenlijst		respons per maand	
	%		%		%
1 dag	48	0-5 minuten	77	januari	71
2 dagen	57	6-10 minuten	69	februari	72
3 dagen	63	11-15 minuten	64	maart	71
4 dagen	65	16-20 minuten	66	april	70
5 dagen	66	21-25 minuten	68	mei	68
6 dagen	68	26-30 minuten	69	juni	68
7 dagen	71	31 minuten of meer	67	juli	65
8 dagen	75			augustus	66
9 dagen	72			september	68
10 dagen	76			oktober	69
				november	70
				december	69

Bron: TNS NIPO, 2010

---

#### Responsbewaking

Via ons interne informatiesysteem bekijkt de verantwoordelijke projectleider regelmatig de behaalde respons. Een ervaren programmeur integreert uiteindelijk de respons en controleert de respons voor alle strata die van toepassing zijn. Voor elke enquête wordt bekeken of die het predicaat 'geslaagd' verdient. Enquêtes met het predicaat 'niet geslaagd' worden uit de respons verwijderd.

Voor de monitoring van online veldwerk halen wij regelmatig de nieuwe aanwas aan ingevulde online enquêtes uit ons veldwerksysteem. Zo is steeds te zien hoe het online veldwerk zich ontwikkelt.

### *Responsbevordering*

U las hierboven al onze visie op het belang van een hoge respons. In algemene zin zijn volgens ons de volgende factoren in grote mate bepalend voor de hoogte van de respons:

- achtergrond van de opdrachtgever: commercieel, universiteit, overheid;
- onderzoekspopulatie: algemeen of specifiek segment;
- aard van het onderwerp;
- herkenbaarheid en relevantie voor de respondent (*what's in it for me*);
- lengte van de vragenlijst;
- aantal contacten, herinneringen;
- beloning.

Wij onderscheiden drie hoofdredenen voor non-respons:

- onbereikbaarheid (niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode);
- lage attentiewaarde (mensen vergeten de vragenlijst in te vullen);
- lage bereidwilligheid (resultierend in weigeringen).

Willen we de non-respons minimaliseren, dan moeten we ons dus richten op het bereiken van de moeilijk bereikbaren, het stimuleren van het invullen van de vragenlijst en op het overtuigen van degenen die tot weigeren zijn geneigd. Respondenten zijn in hun beantwoording van vragen niet altijd even consistent – dat is jammer. Het is echter een gelukkige omstandigheid dat weigeraars ook niet consistent zijn in hun weigerachtig gedrag. Er zijn schattingen dat 15% van de bevolking altijd meedoet, dat 15% altijd weigert en dat de overige 70% het ervan laat afhangen of hij meedoet. Er zijn dus kansen om de respons te verhogen. Wij richten onze veldwerkstrategieën erop in om juist deze laatste groep respondenten bij de eerste contactpoging en vervolgpogingen te verleiden deel te nemen aan ons onderzoek.

De hierop gerichte responsbevorderende maatregelen die wij treffen voor online veldwerk uit TNS NIPObase worden hieronder beschreven.

- *Aantrekkelijke opmaak*  
Een aantrekkelijke lay-out zorgt ervoor dat mensen de vragenlijst eerder invullen. Onze online vragenlijsten zijn professioneel volgens onze huisstijl opgemaakt en zien er daardoor verzorgd en overzichtelijk uit. In 2009 zijn we gaan werken met een aangepaste huisstijl voor ons online onderzoek, waardoor de vragenlijsten nog aantrekkelijker ogen. Onze resultaten tonen inderdaad aan dat na invoering van de nieuwe huisstijl een kortere doorlooptijd nodig is om de gewenste respons te realiseren.

- *De respondentensite*  
Respondenten kunnen bij ons terecht met algemene vragen, vragen over het onderzoek of technische problemen. Een belangrijk communicatiemiddel is de respondentensite (<https://nipobase.tns-nipo.com>). Deze site is door panelleden te benaderen met een login (respondentnummer) en een wachtwoord. TNS NIPObase'ers hebben daarmee 24 uur per dag toegang tot een website met daarop onder andere de antwoorden op veelgestelde vragen (FAQ's). Verdere communicatie geschiedt per e-mail, brief of telefoon (via de helpdesk).
- *De helpdesk*  
Respondenten kunnen op werkdagen van 9.00 uur tot 18.00 uur bellen met vragen over het onderzoek of men kan een e-mail sturen. Vragen worden binnen 24 uur beantwoord. Voor het onderzoek van de Commissie Deetman zijn bovendien aan het einde van de vragenlijst ook de telefoonnummers van drie projectleiders van TNS NIPO en de contactgegevens van Stichting Korrelatie vermeld.
- *Tussentijds afbreekbaar*  
Tenzij een klant anders wenst, zijn online vragenlijsten tussentijds afbreekbaar. Als een respondent halverwege geen zin of tijd meer heeft, wordt de vragenlijst afgebroken. Als de respondent later verder wil gaan met invullen, wordt de vragenlijst hervat bij de laatst ingevulde vraag en kan de respondent de rest van de vragen alsnog beantwoorden.
- *Geen quota*  
TNS NIPO hanteert geen quota voor online veldwerk. Dat wil zeggen dat mensen die worden uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen tijdens de gehele veldwerkperiode die mogelijkheid ook krijgen, ook als de gewenste responsaantallen al zijn gerealiseerd. We willen respondenten niet demotiveren door ze eerst uit te nodigen en vervolgens alsnog uit te sluiten, waardoor ze bij een volgende meting minder geneigd zullen zijn om mee te doen met een lagere respons als gevolg. Een andere reden is de representativiteit van de respons. Ook respondenten die de vragenlijst niet meteen invullen, moeten de kans krijgen aan het onderwerp mee te doen. Dit voorkomt een oververtegenwoordiging van mensen die de vragenlijst meteen invullen omdat ze relatief veel internetten of erg worden aangesproken door het onderwerp en daardoor een uitgesproken mening hebben.
- *Doorlooptijd*  
Hoge respons kost tijd. Uit tabel 5 bleek dat de respons vrijwel maximaal is na een ruime week veldwerk. We stellen voor de meeste onderzoeken daarom een veldwerkperiode van zeven à acht dagen voor.
- *Vragenlijstlengte*  
Net als de veldwerkperiode is de vragenlijstlengte van invloed op de respons. Uit ervaring weten we zelfs dat de vragenlijstlengte meer invloed heeft op de hoogte van de respons dan de veldwerkperiode (zie tabel 5). Korte en lange vragenlijsten

leveren over het algemeen een iets hogere respons. Een vragenlijstlengte van vijf minuten is optimaal.

- *Veldwerkperiode*  
We zien dat de respons tijdens vakantieperioden afneemt (tabel 5). We adviseren onze klanten daarom om veldwerk in deze perioden zoveel mogelijk te voorkomen.
- *Incentives*  
Wij geven de respondenten een vergoeding voor de door hen bestede tijd en moeite. We werken niet met loterijen. In plaats daarvan wordt iedere respondent beloofd voor de genomen tijd en moeite. Dit heeft behalve een positief effect op respondententrouw ook een gunstig effect op de hoogte van de respons en de rijkdom van het datamateriaal. Onder paragraaf 1.2.1 leest u meer over de wijze waarop wij TNS NIPObase'ers belonen voor hun deelname aan ons onderzoek.
- *Reminders*  
We sturen regelmatig reminders uit om de respons te bevorderen. Als panelleden de vragenlijst na een bepaalde periode nog niet hebben ingevuld, sturen we ze een e-mail om ze alsnog te vragen aan het onderzoek deel te nemen. De frequentie en timing van de reminders verschilt per onderzoek. In hoofdstuk 3 leest u meer over de inzet van reminders voor de Commissie Deetman.

## 1.2 Kwaliteitscontrole

In deze paragraaf leest u meer over hoe we de zorgvuldigheid waarmee respondenten de vragenlijsten beantwoorden zo goed mogelijk waarborgen.

### 1.2.1 Beloning van respondenten

Wij geven de respondenten een vergoeding voor de door hen bestede tijd en moeite. Wij werken niet met loterijen of iets dergelijks: iedere respondent ontvangt een beloning. Dit heeft behalve een positief effect op respondententrouw ook een gunstig effect op de hoogte van de respons en de rijkdom van het datamateriaal. Respondentvergoedingen verhogen de respons en daarmee de representativiteit en dus de kwaliteit van het onderzoek.

Panelleden ontvangen voor hun deelname aan onderzoek NIPOints. De gebruikte formule om het aantal NIPOints te berekenen is als volgt:  $\text{aantal NIPOints} = 4 + (\text{het aantal getoonde schermen} : \text{door } 5)$ . Een NIPOint vertegenwoordigt een waarde van 15 eurocent.

Na elke vragenlijst kan een respondent kiezen of hij de NIPOints wil sparen voor:

- een cadeaubon (Free Record Shop, Blokker of Bol.com);
- Air Miles;
- een donatie aan een goed doel (KWF Kankerbestrijding, Aids Fonds, Rode Kruis of Nederlandse Hartstichting).

Als een respondent 66 NIPOints heeft gespaard (dit komt neer op een totale invultijd van gemiddeld een uur), ontvangt hij een bedrag ter waarde van 10 euro van zijn keuze uit het aanbod.

De maandelijkse screeningsvragenlijsten vormen een uitzondering op deze regel (zie paragraaf 1.3.2) waarvoor de respondenten geen vergoeding ontvangen.

Het berekenen van het NIPOint-saldo en het versturen van de cadeaubonnen vindt maandelijks plaats. Het saldo wordt op huishoudniveau berekend en is zichtbaar op de respondentensite.

## 1.2.2 Controles en kwaliteitsbewaking

### *De juiste respondent en validatiegegevens*

Om te beginnen valideert de panelbeheerder de identiteit van nieuwe panelleden. Dit gebeurt door maandelijks de adresgegevens van panelleden te controleren met behulp van het programma AdresCorrect. Respondenten waarvan het adres niet klopt, worden uitgeschreven met de uitschrijfreden 'foutief adres'. Inschrijven geschiedt op huishoudniveau. Huishoudens mogen slechts één keer zijn ingeschreven in TNS NIPObase. Maandelijks controleert de panelbeheerder op basis van postcode en huisnummer of er geen dubbele inschrijvingen hebben plaatsgevonden. Ieder huishouden moet bovendien een uniek e-mailadres hebben. Ook dit wordt maandelijks gecontroleerd. Tijdens de werving wordt gecontroleerd of het e-mailadres waarmee het aspirant-panellid zich aanmeldt nog niet tot een actief panelid behoort. Jaarlijks moet een panelid zijn achtergrondgegevens controleren en aangeven of de gegevens correct zijn.

Om te stimuleren dat de vragenlijst wordt ingevuld door de persoon waarvoor de vragenlijst is bedoeld, wordt in het begin van de vragenlijst expliciet genoemd voor welke persoon binnen het huishouden de vragenlijst is bedoeld. Ook wordt dan gevraagd of die persoon aanwezig is en wil deelnemen aan het onderzoek. Pas na expliciete bevestiging wordt de eigenlijke vragenlijst gestart.

### *De TrustIndex en andere controles op invulgedrag*

TNS NIPO voert een aantal controles uit op invulgedrag. Deze controles worden uitgevoerd door de afdeling Fieldwork, de dataprocessor en de software.

### *Controles door afdeling Fieldwork*

Voor ieder onderzoek waaraan een huishouden deelneemt, wordt een record in een tabel weggeschreven met daarin onder meer de volgende velden:

- respondentnummer: uniek volgnummer van de respondent;
- onderzoeksnummer: uniek onderzoeksnummer met eventuele versieaanduiding;
- contactdate en contacttime: startdatum en tijd;
- aantal NIPOints: aantal NIPOints dat is verdiend;
- NumberOfScreens: aantal schermen getoond aan de respondent;
- NumberOfSeconds: aantal seconden dat is gebruikt voor het invullen;
- TrustIndex Respondent: dit wordt berekend door NumberOfSeconds te delen door NumberOfScreens.
- Suspect: snelle invullers worden aangemerkt als 'Suspect'.

De TrustIndex wordt wekelijks berekend om respondenten die een vragenlijst uitzonderlijk snel invullen te identificeren. Respondenten die structureel te snel door een vragenlijst gaan, worden zo opgespoord en uit de database verwijderd. Als een respondent gemiddeld over zeven onderzoeken de vragenlijsten binnen 30% van de gemiddelde tijd invult, dan wordt het huishouden uitgeschreven.

Ook respondenten die op andere manieren 'punten jagen' worden gekenmerkt. Doordat we bijhouden hoeveel NIPOints een huishouden ontvangt, kunnen we uitschieters



identificeren. We houden bij of respondenten telkens weer de langste routing in de vragenlijst doorlopen en zo aan een hogere beloning willen komen. Een alternatief is dat respondenten screeningsvragen ten onrechte zo beantwoorden dat ze altijd tot de doelgroep van het onderzoek lijken te behoren en daardoor de vervolgvragenlijst in kunnen vullen en zo NIPOints ontvangen. We berekenen regelmatig het gemiddelde aantal NIPOints dat huishoudens ontvangen. Op jaarbasis worden ongeveer 50 tot 100 huishoudens uitgeschreven omdat ze aanzienlijk meer NIPOints ontvangen dan andere huishoudens.

Huishoudens die worden uitgeschreven omdat we het vermoeden hebben dat ze frauderen, krijgen daarvan geen bericht, omdat wij over uitschrijving niet met de respondenten in discussie gaan.

Panelleden die over een periode van zes maanden gemiddeld op minder dan 10% van de vragenlijsten responderen, worden op inactief gezet. Deze panelleden ontvangen schriftelijk bericht van hun uitschrijving uit TNS NIPObase. Desgewenst kunnen zij via de respondentensite hun account weer activeren. Respondenten die niet binnen vier weken reageren, worden definitief uitgeschreven.

#### *Controles door de dataprocessor*

De aangewezen dataprocessor is ook verantwoordelijk voor het controleren van door panelleden gegeven antwoorden. Geeft een respondent vaak geen antwoord op de vraag ('weet niet')? Of zien we dat er sprake is van 'straight lining' omdat een respondent vragen uit stellingblokken steeds op dezelfde manier beantwoordt? Wordt een van deze vragen positief beantwoord, dan wordt de respondent niet bij de respons meegerekend.

#### *Controles door de software*

Ook onze programmatuur maakt controles mogelijk. Zo kunnen logische checks worden ingebouwd zodat tijdens het invullen wordt gecontroleerd of een antwoord binnen de logische waarden valt (denk aan geboortedatum). Verder kan automatisch worden gecontroleerd op interne consistentie (klopt het antwoord van vraag 7 met het antwoord van vraag 23?). Als een respondent een antwoord geeft dat niet klopt, dan wordt hij daarop geattendeerd en kan hij het antwoord aanpassen.

### 1.2.3 Kwaliteitsprogramma

De ervaring van TNS NIPO met het onderhouden en beheren van een accesspanel gaat terug tot in de jaren tachtig toen het Telepanel werd opgericht. Het huidige TNS NIPObase heeft grote overeenkomsten met Telepanel, met die kanttekening dat de Telepanel-leden een pc van het NIPO in bruikleen kregen en dat hun aantal geringer was dan de vele duizenden respondenten waaruit de huidige TNS NIPObase bestaat.

De essentie van de panels is echter niet veranderd:

- goed panelbeheer;
- goede computergestuurde selfcompletionvragenlijsten;
- mogelijkheid personen- of huishoudsteekproeven;
- mogelijkheden van cohortonderzoek.

Het begeleidingsteam van TNS NIPObase bestaat momenteel uit meer dan tien personen. De helft van hen werkt fulltime aan het computertechnische databasebeheer (onder andere steekproefbeheer en het uitzetten van onderzoek). Hierbij maken zij gebruik van een databasebeheerprogramma dat aangeeft wie wanneer aan welke onderwerpen heeft meegewerkt. Zo zorgen we voor een evenwichtige belasting van de panelleden en voorkomen we eventuele beïnvloeding van het ene onderzoek door deelname aan het andere. Wij streven ernaar onze respondenten één keer per maand in te zetten voor onderzoek in het algemeen.

De andere helft van het begeleidingsteam onderhoudt de contacten met de deelnemers aan TNS NIPObase: onze informatieleveranciers. Deze contacten verlopen telefonisch, per e-mail of schriftelijk. Tijdens kantooruren staat er een telefonische helpdesk paraat en daarnaast hebben de TNS NIPObase'ers 24 uur per dag toegang tot een website met daarop onder andere de antwoorden op veelgestelde vragen (FAQ's) en informatie over en resultaten van de onderzoeken. Dankzij dit panelbeheer bestaat er een hoge loyaliteit tussen de panelleden en TNS NIPO. Paneluitval en panelverloop zijn laag (minder dan 10% per jaar).

TNS NIPObase wordt actief door ons beheerd. Respondenten worden nauwgezet gevolgd om zowel de belasting te beperken als de kwaliteit van de antwoorden te bewaken. Wij hanteren daarbij de volgende werkwijze en procedures:

- Wij maken gebruik van een databasebeheerprogramma dat aangeeft wie wanneer aan welke onderwerpen heeft meegewerkt. Zo wordt gezorgd voor een evenwichtige belasting van de leden van TNS NIPObase, en eventuele beïnvloeding van het ene onderzoek door deelname aan het andere wordt voorkomen.
- Er wordt naar gestreefd onze respondenten één keer per maand in te zetten voor onderzoek.
- Van alle respondenten is bekend hoe en wanneer ze zijn geworven, hoe vaak ze deelnemen aan enquêtes, wanneer ze dat doen en hoelang ze over het invullen van vragenlijsten doen.

- Ter voorkoming van paneleffecten zorgen wij voor voldoende variëteit aan onderwerpen en onderzoeken.
- Wij geven de respondenten een vergoeding voor de door hen bestede tijd en moeite.
- Als onderdeel van het panelbeheer wordt de respons en non-respons van individuele respondenten gecontroleerd. Ook wordt gecontroleerd hoelang men over het invullen van vragenlijsten doet in relatie tot de lengte van de vragenlijst. Respondenten worden op een aantal criteria uitgesloten van deelname aan onze onderzoeken wanneer er twijfel bestaat over de betrouwbaarheid van de gegeven antwoorden. Naast de middelen die we hebben om de respons te bewaken, controleren we ook de antwoorden van de respondenten (zie paragraaf 1.2.2).
- We maken gebruik van respondentvriendelijke instrumenten voor datacollectie.
- We hebben een goed bereikbare helpdesk ingericht.
- We besteden veel aandacht aan de communicatie met respondenten. De contacten verlopen telefonisch, per e-mail of schriftelijk. Tijdens kantooruren staat er een telefonische helpdesk paraat en daarnaast hebben TNS NIPObase'ers 24 uur per dag toegang tot een website met daarop onder andere de antwoorden op veelgestelde vragen (FAQ's) en informatie over en resultaten van de onderzoeken.
- We leven uiteraard de privacywetgeving nauwgezet na.

## 1.3 Specifieke doelgroepen

Naast de algemene steekproeven onder de bevolking van 18 jaar en ouder zijn voor sommige onderzoeken ook aanvullende steekproeven onder specifieke doelgroepen gewenst.

### 1.3.1 Respondentgegevens

We weten zo veel van respondenten uit TNS NIPObase dat het niet mogelijk is een uitputtende lijst te presenteren. Om u een idee te geven van welke achtergrondgegevens beschikbaar zijn, geven wij u een overzicht van de bronnen waar we uit kunnen putten:

- TNS NIPObase achtergrondvragenlijst (Gouden Standaard);
- screeningsdata;
- data uit eerdere onderzoeken;
- TNS NIPO Profiler;
- gegevens over waardeoriëntatie.

Hieronder gaan we nader in op welke gegevens bekend zijn uit elk van deze bronnen en hoe actueel deze gegevens zijn.

#### *TNS NIPObase achtergrondvragenlijst (Gouden Standaard)*

Alle nieuwe leden van TNS NIPObase vullen een achtergrondvragenlijst in met daarin alle vragen uit de Gouden Standaard. Eens per jaar ontvangen de respondenten een uitnodiging met het verzoek om hun gegevens te controleren en eventueel bij te werken. Als aan deze voorwaarde niet wordt voldaan, krijgen zij de status ‘inactief’. Via de respondentensite kunnen panelleden overigens op ieder moment wijzigingen aanbrengen in hun achtergrondgegevens. De Gouden Standaard-variabelen worden dus minimaal eens per jaar geverifieerd.

#### *Screeningsdata en data uit eerdere onderzoeken*

Om te bepalen welke respondenten tot de doelgroep van een onderzoek behoren, zetten we maandelijks een screeningsvragenlijst uit. Het invullen van de screeningsvragenlijst duurt maximaal vijf minuten en de vragenlijst dient er uitsluitend toe om bepaalde doelgroepen te identificeren (zie paragraaf 1.3.2 voor meer informatie over de maandelijkse screening). De antwoorden op screeningsvragenlijsten blijven bewaard, net als alle antwoorden op eerdere onderzoeken. De eerste maandelijkse screening vond ruim tien jaar geleden plaats. Inmiddels zijn er dus ruim 120 screeningsvragenlijsten afgenomen over uiteenlopende onderwerpen. Daarnaast voeren we per jaar ongeveer 2750 online onderzoeken uit in TNS NIPObase.

U kunt zich voorstellen dat op basis van de antwoorden op de screeningsvragenlijsten en uit de andere onderzoeken een schat aan informatie bij ons bekend is.

### 1.3.2 Screening

Eerder schreven we al dat we een maandelijkse screening uitvoeren in TNS NIPObase. Het doel van de screening is het identificeren van specifieke doelgroepen die we niet

kunnen herkennen op basis van bijvoorbeeld de gegevens uit de achtergrondvragenlijst of eerdere (screenings)onderzoeken.

Elke maandelijkse screeningsvragenlijst kan uit meerdere onderwerpen bestaan voor verschillende onderzoeken. Per onderzoek worden ongeveer vijf screeningsvragen gesteld om te bepalen of de respondent tot de doelgroep behoort. De totale lengte van de screeningsvragenlijst bedraagt maximaal vijf minuten.

De screening wordt iedere donderdag van de eerste volle week van de maand uitgezet in TNS NIPObase. De veldwerkperiode neemt minimaal twee weken in beslag. De reden voor deze 'lange' veldwerkperiode is dat we elk huishouden in de gelegenheid willen stellen de vragen te beantwoorden (en daardoor een hoger responspercentage verwezenlijken).

De mensen die op basis van hun antwoorden tot een specifieke doelgroep behoren, worden ongeveer drie weken na de start van het screeningsonderzoek uitgenodigd voor het hoofdonderzoek.

De gemiddelde respons op de screeningsvragenlijst is ruim 80%. Respondenten ontvangen geen vergoeding voor het invullen van de screeningsvragenlijst.

### **1.3.3 Representativiteit van de aanvullende specifieke steekproeven**

Als van een specifieke doelgroep ideaalcijfers bekend zijn, kan door op die cijfers te quoteren een representatieve steekproef worden getrokken. Op dezelfde wijze kunnen data na afloop van de veldwerkperiode worden herwogen naar ideaalcijfers als blijkt dat de nettosteekproef niet meer representatief is.

Voor ijking van steekproeven maken we gebruik van populatiegegevens afkomstig uit de Gouden Standaard en van het CBS. Een voordeel van het werken met TNS NIPO voor u is dat wij met zo veel uiteenlopende (maatschappelijke) onderwerpen bezig zijn dat ideaalcijfers vaak bij ons bekend zijn.

Maar soms is het zo dat van een specifieke doelgroep geen ideaalcijfers bekend zijn. Ontbrekende cijfers leiden we dan op een uniforme wijze af uit TNS NIPObase. Dit gaat als volgt:

- In onze maandelijkse screening leggen we van onze respondenten de volgende kenmerken<sup>3</sup> vast:
  - sekse;
  - leeftijd;
  - opleidingsniveau;
  - beroepsstatus;
  - regio;
  - variabelen die bepalen of iemand tot de specifieke doelgroep behoort.
- Omdat ons panel zeer veel respondenten bevat en representatief is op de belangrijkste achtergrondkenmerken, kunnen we de penetratie en

---

<sup>3</sup> De eerste vijf kenmerken zijn al bekend, maar worden hier geverifieerd.

achtergrondgegevens van de respondenten die tot de specifieke doelgroep behoren, beschouwen als de ideaalcijfers voor die doelgroep.

- Wij hebben onze eigen ‘minipopulatie’ en kunnen dus de ideale cijfers zelf verstrekken.
- Het verdere steekproefproces verloopt zoals voor iedere andere doelgroep (zie paragraaf 1.1.3).

Mocht een bepaalde groep bijvoorbeeld door disproportionele stratificatie zijn oververtegenwoordigd in de nettosteekproef, dan wegen we de uitkomsten naar de ideaalcijfers.

## **2 Kwaliteit van het veldwerk**

In dit hoofdstuk treft u een omschrijving van de kwaliteit van ons veldwerk aan. In paragraaf 2.1 laten wij u zien dat onze kwaliteit goed is geborgd. Verder gaan we in op de veldwerkorganisatie en laten we u zien hoe onze sector Operations is georganiseerd en hoe de werkprocessen lopen. In paragraaf 2.2 laten we u zien dat we door de omvang, structuur en werkwijze van onze organisatie goed in staat zijn de planning van onderzoek te realiseren. In paragraaf 2.3 krijgt u een indruk van hoe wij de steekproeven en de weging voor u verzorgen. Wij geven in paragraaf 2.4 aan welke middelen, methoden en mensen wij inzetten om een zo goed mogelijke respons te realiseren. In paragraaf 2.5 tonen wij onze jarenlange ervaring in het ontwikkelen van vragenlijstsoftware.

### **2.1 Organisatie en kwaliteitscontrole**

Het veldwerk is een geïntegreerd onderdeel van onze bedrijfsvoering. De kwaliteit van het veldwerk staat dan ook niet los van de kwaliteit van de andere bedrijfsonderdelen. In het onderstaande gaan we daarom in op de algemene kwaliteitsborging.

#### **2.1.1 Algemene kwaliteitsborging**

Wij wijzen u graag op het feit dat TNS NIPO in 1995 als eerste marktonderzoeksbureau in Nederland het ISO 9001-certificaat heeft behaald. ISO is een kwaliteitskeurmerk. Door zaken te doen met een bedrijf dat ISO-gecertificeerd is, koopt u zekerheid. U kunt en mag verwachten dat aan uw gestelde eisen zal worden voldaan. Om te kunnen certificeren, moet de organisatie aan een drietal voorwaarden voldoen:

1. Een kwaliteitsmanagementsysteem moet worden geïmplementeerd binnen de organisatie.
2. Dit kwaliteitssysteem moet schriftelijk worden vastgelegd in een kwaliteitshandboek.
3. Een soort 'examen' moet worden afgelegd bij een onafhankelijke, tot certificeren bevoegde instelling (in ons geval is dit Lloyd's Register).

Een ISO-certificaat is drie jaar geldig. Dit betekent dat we iedere drie jaar opnieuw moeten aantonen dat ons kwaliteitsmanagementsysteem (nog steeds) voldoet aan de internationaal gestelde kwaliteitseisen. Daarnaast toetst Lloyd's of wij in de praktijk handelen conform het door ons beschreven kwaliteitssysteem.

Naast de hercertificeringsaudits voert Lloyd's ieder halfjaar tussentijdse controles uit. Uiteraard zijn we nog steeds gecertificeerd en zijn we inmiddels in het bezit van het gouden label.

Door middel van dit systeem van periodieke controles maken wij onze klanten kenbaar dat TNS NIPO als gecertificeerde organisatie voortdurend in staat is te doen wat we beloven.

Naast het ISO 9001-certificaat heeft TNS NIPO ook de volgende ISO-certificaten behaald (de certificaten zijn opgenomen als bijlagen):

- ISO 20252 (uitvoeren van marktonderzoek MOA) in 2007;
- ISO 26362 (opzetten en exploiteren accesspanels voor marktonderzoek) voor TNS NIPObase in 2009.

*Wat streven we met ons kwaliteitsmanagementsysteem/ISO na?*

1. Centraal staat de tevredenheid van onze klanten. Deze klanttevredenheid dient te worden bereikt door middel van het voldoen aan en het nakomen van:

- vastgelegde afspraken: de door de klant kenbaar gemaakte behoeften – dat wil zeggen de met de klant overeengekomen al dan niet contractueel vastgelegde afspraken;
- de klantverwachting: de door een klant als vanzelfsprekend beschouwde en niet expliciet beschreven wensen.

2. Een managementtool ten behoeve van de interne organisatie:

- beheersing van de toegepaste processen;
- voorkomen van fouten;
- continue verbetering van het kwaliteitsmanagementsysteem en de daaraan gerelateerde bedrijfsprocessen (efficiency).

Door middel van ISO maken wij onze klanten duidelijk dat de als vanzelfsprekend te beschouwen kwaliteit van TNS NIPO niet op toeval berust.

### 2.1.2 Kwaliteitsborging onderzoeksinstrument

TNS NIPO is niet alleen als organisatie ISO-gecertificeerd. Dit geldt ook voor TNS NIPObase. Voor nadere informatie over de kwaliteit van TNS NIPObase verwijzen we u naar hoofdstuk 1 ‘Kwaliteit van het online panel’.

### 2.1.3 Overzicht werkzaamheden, inzet afdelingen, personen, toegepaste kwaliteitscontroles, afstemming met opdrachtgever

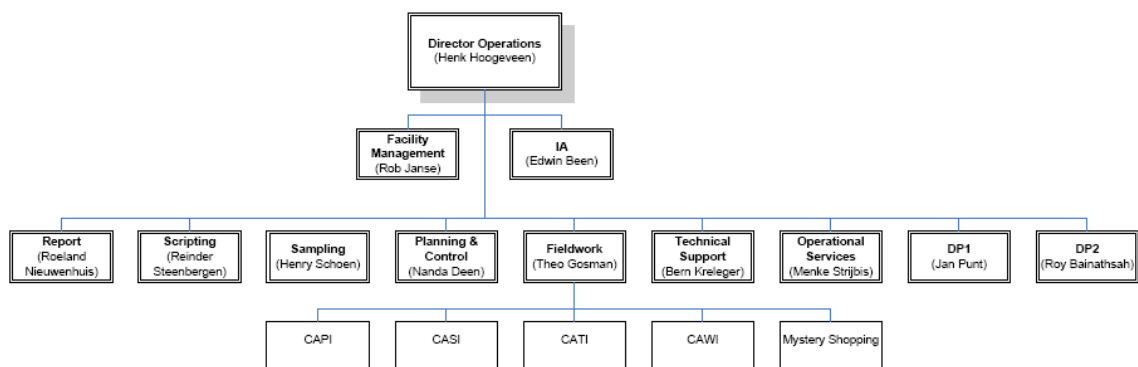
*Afdelingen en werkzaamheden*

Bij het veldwerk van TNS NIPO zijn verschillende afdelingen betrokken. In onderstaand organogram ziet u welke dat zijn.

---

#### 6 | Organogram veldwerkafdelingen

---





---

### *Planning & Control*

- geeft aan wanneer de verschillende veldwerkfasen moeten starten en eindigen;
- monitort de voortgang van het veldwerk;
- stelt de zogenaamde key performance indicators van het veldwerk op.

### *Sampling*

- trekt de steekproeven;
- levert de ideaalcijfers en weegfactoren; .
- voert het panelbeheer van TNS NIPObase uit.

### *Scripting*

- programmeert en test de vragenlijsten;
- beheert de vragenlijstbibliotheek.

### *Fieldwork*

- coördineert het eigenlijke veldwerk. Wat betreft online onderzoek is dat:
  - uitsturen van de vragenlijsten;
  - uitsturen van de reminders;
  - monitoring van de respons op volume en kwaliteit.

### *Operational Services*

- codeert de open antwoorden;
- laat de vragenlijsten en open antwoorden vertalen;
- verzorgt de data entry;
- voert de taalkundige correcties uit op onze vragenlijsten, rapporten en presentaties;
- verzorgt de respondentadministratie van TNS NIPObase;
- is de back-office voor kwalitatief onderzoek.

### *Report*

- ontwikkelt de online rapportage tools.

### *Dataprocessing (DP)*

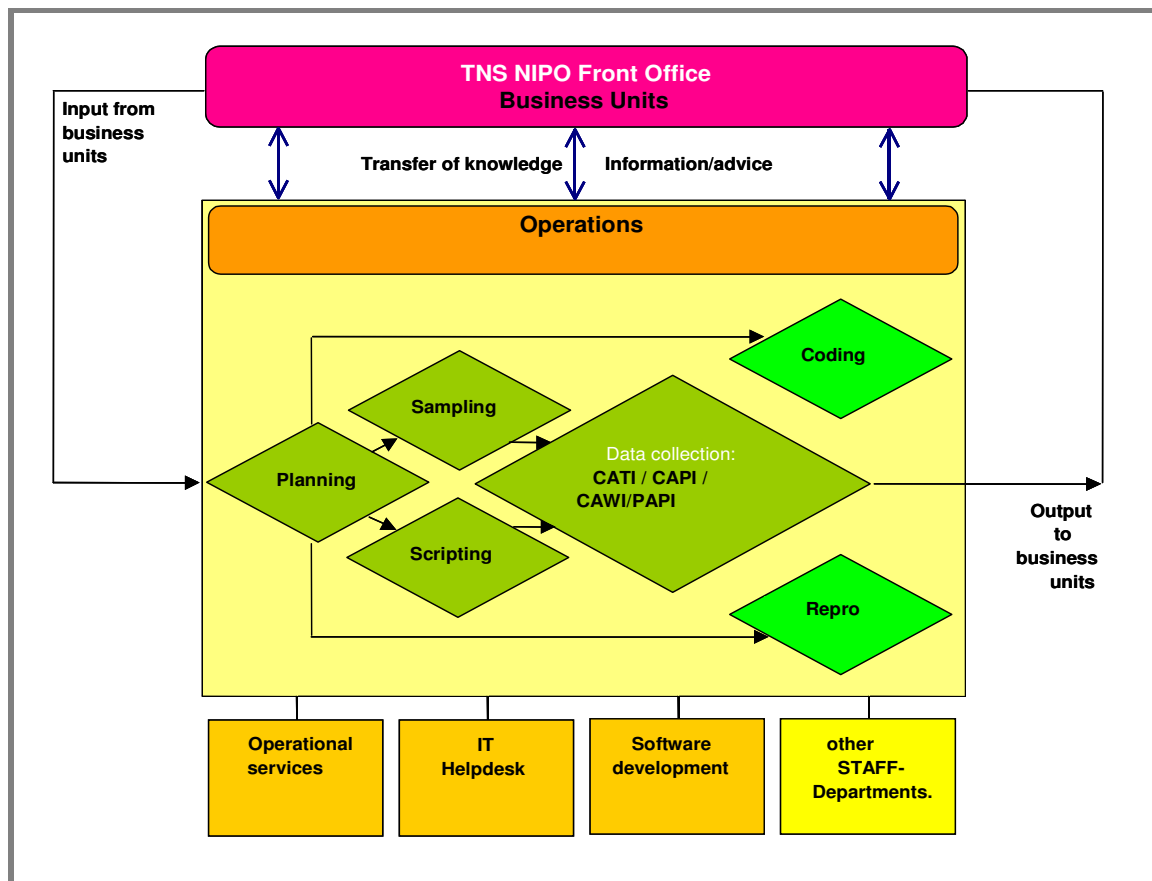
- verzorgt de dataverwerking.

### *Technical Support*

- ontwikkelt alle veldwerktools;
- is verantwoordelijk voor alle veldwerksoftware;
- handelt de vragen van respondenten op technisch gebied af.

In het onderstaande diagram ziet u hoe de verschillende afdelingen met elkaar samenwerken.

### 7 | Workflow veldwerkafdelingen



## 2.2 Planning en doorlooptijd

### 2.2.1 Capaciteit

#### *Capaciteit algemeen*

TNS NIPO is het grootste marktonderzoeksbureau in Nederland. Door onze omvang zijn wij altijd in staat om mensen vrij te maken. Om u een indruk te geven: bij TNS NIPO werken in totaal ruim 330 mensen. Ongeveer 250 collega's zijn dagelijks direct met de uitvoering van onze onderzoeken bezig. Onder hen bevinden zich de research executives, research managers en research consultants (in totaal 130). Zij zijn verantwoordelijk voor de overall coördinatie van onze onderzoeken en de rapportage van de uitkomsten. Zij zijn dus de spin in het web van onze projecten. Zoals u in figuur 8 kunt zien, werken er bij TNS NIPO 130 van deze research executives, research managers en research consultants. Het grote aantal geeft ons de noodzakelijke flexibiliteit om onze onderzoeken binnen de gestelde deadlines uit te voeren.

---

#### 8 | *Personeelsopbouw TNS NIPO*

---

Managementfuncties	20
Research executives	60
Research managers	30
Research consultants	40
Specialisten/adviseurs	20
Sampling, scripting en dataprocessing	75
Planning & Control	12
Softwareontwikkeling	15
Automatisering	15
Veldwerkcoördinatie	30
Administratie	20
<b>Totaal aantal mensen op kantoor</b>	<b>337</b>

---

Om het beroep op onze capaciteit in goede banen te leiden, werken wij met een door de jaren heen beproefd planningssysteem. Bij binnenkomst van een offerteaanvraag wordt de benodigde capaciteit voor de mogelijke opdracht direct gereserveerd. Als de reservering de capaciteit dreigt te overschrijden, vindt er overleg plaats tussen de verantwoordelijke managers en worden werkzaamheden herverdeeld. Voor grote opdrachten worden, indien nodig, mensen naar de betreffende onderzoeksunit overgeplaatst. Nogmaals: bij een groot bureau als TNS NIPO is flexibiliteit gewaarborgd.

Naast de brede borging van capaciteit bij TNS NIPO zorgen wij er ook voor dat er binnen het projectteam voldoende capaciteit is. We doen dit door het projectteam groter te maken dan strikt nodig en alle functies dubbel te bezetten.

De teamleden worden daarbij voor maximaal 60% van hun beschikbare tijd ingezet op het onderzoek. Door deze maatregelen zijn alle teamleden goed ingewerkt in het onderzoek en er is voldoende capaciteit om uitval of piekbelasting op te vangen.

### *Capaciteit online veldwerk*

#### *Ruim 3500 online onderzoeken in 2010*

In 2010 voerde TNS NIPO 3641 online onderzoeken uit. Dat komt neer op ruim 300 online onderzoeken per maand. Van de 3641 onderzoeken hadden er 2277 TNS NIPObase als steekproefbron.

De capaciteit van ons online veldwerksysteem is nagenoeg onbeperkt.

#### *Verantwoordelijke afdelingen*

Binnen TNS NIPO houden twee afdelingen zich bezig met de techniek en uitvoering van het online onderzoek, namelijk de afdelingen Technical Support en de afdeling Fieldwork CAWI.

De afdeling Technical Support is verantwoordelijk voor het beheer en de ondersteuning van de veldwerksystemen voor alle soorten onderzoek, dus telefonisch en face-to-faceonderzoek, maar ook online. De afdeling wordt bemand door een drietal systeemanalisten en een viertal helpdeskmedewerkers. Enquêteurs en respondenten kunnen bij problemen, bijvoorbeeld tijdens het invullen van een vragenlijst, een beroep doen op de helpdesk van deze afdeling. Binnenkomende verzoeken worden geregistreerd in een zogenaamd ticketingsysteem en worden binnen 24 uur beantwoord. De systeemanalisten zijn verantwoordelijk voor het ontwikkelen en onderhouden van de veldwerksystemen.

Bij de afdeling Fieldwork CAWI<sup>4</sup> werken vier mensen fulltime. Deze afdeling houdt zich bezig met het uitzetten van het online onderzoek. De mensen die op deze afdeling werken, sturen de vragenlijsten uit en verzorgen de hosting van de vragenlijsten en de aanmaak en registratie van de unieke wachtwoorden. Verder zijn ze verantwoordelijk voor zowel de standaard TNS NIPO-lay-out van vragenlijsten en uitnodigingse-mails als op maat gemaakte lay-out.

Met de aangegeven bezetting zijn beide afdelingen in staat om piekmomenten en uitval op te vangen. Daarnaast zorgen we ervoor dat er 's avonds en op feestdagen ten minste twee medewerkers van Technical Support en twee medewerkers van Fieldwork CAWI op kantoor aanwezig zijn om eventuele problemen op te vangen. Ook op die momenten gaat het veldwerk immers gewoon door.

---

<sup>4</sup> De afdeling is onderdeel van de afdeling Fieldwork.

### *Bereikbaarheid en beveiliging TNS NIPO online veldwerksysteem*

De capaciteit van het online veldwerksysteem staat toe dat duizenden respondenten tegelijkertijd bezig zijn. Er wordt gebruikgemaakt van *load balancing*: als een respondent inlogt, komt hij binnen op de centrale server. Vervolgens wordt hij automatisch doorgelinkt naar de minst drukke van de drie servers. De maximumcapaciteit van de servers is nog nooit bereikt.

Het online veldwerksysteem van TNS NIPO is redundant opgezet. Dit houdt in dat als er op een van de servers een storing optreedt, de overgebleven servers de taken van de door de storing onbereikbare server overnemen. Hierdoor wordt totale uitval tot een minimum beperkt.

Daarnaast wordt het online veldwerksysteem iedere vijftien minuten gecontroleerd door een geautomatiseerd controlesysteem. Als dit controlesysteem constateert dat een van de servers van het online veldwerksysteem niet reageert, wordt direct een sms-bericht verstuurd naar de afdeling Interne Automatisering van TNS NIPO. Deze afdeling is tijdens kantooruren altijd bemand. Buiten kantooruren wordt de melding opgevangen door de dienstdoende systeembeheerder, die zowel op werkdagen als in het weekend tot 22.30 uur bereikbaar is.

De servers van het online veldwerksysteem staan in een afgeschermd ruimte, die alleen met een persoonlijke toegangspas en enkel voor geautoriseerd personeel toegankelijk is. Toegang tot deze ruimte wordt geregistreerd door een geautomatiseerd systeem.

## **2.3 Steekproefprocedure en software**

### **2.3.1 Steekproefprocedure**

Vanuit TNS NIPObase stellen we evenwichtige weeksteekproeven samen die dankzij de hoge respons zeer representatieve nettosteekproeven opleveren (zie ook paragraaf 1.1.4).

Om eventuele leereffecten te voorkomen, sluiten we bepaalde respondenten uit van deelname. Dit doen we op basis van de volgende criteria:

- tijd: uitsluiting van één jaar na het invullen van een vragenlijst over een terugkerend onderwerp;
- huishouden: uitsluiting voor één jaar van alle huisgenoten van de persoon die heeft meegewerkt aan een terugkerend onderwerp;

Wij willen benadrukken dat wij werken met een (rechtstreekse) personensteekproef en niet met een steekproef van huishoudens. Wij benaderen die persoon uit het gezin, die voldoet aan het juiste profiel. Om de kwaliteit van de steekproefprocedure te garanderen, hanteren wij een aantal maatregelen. Dit zijn:

- De projectleider geeft aan op welke criteria (variabelen) de steekproef wordt getrokken.
- Hij of zij ontvangt een uitdraai van de getrokken steekproef en toetst of deze aan de juiste verdeling voldoet. Indien akkoord zet de medewerker van Fieldwork CAWI de adressen uit.
- Om een optimale respons te realiseren, zetten we een minimale brutosteekproef uit. Bij achterblijvende respons stuurt de medewerker van Fieldwork CAWI een herinnering naar de respondenten die de vragenlijst nog niet hebben ingevuld.
- De projectleider kan dagelijks via een geautomatiseerd systeem zien wat de productie is en hoe deze zich verhoudt ten opzichte van de target.

Bij de steekproeftrekking gaan we uit van een respons na herinnering van 75%.

### **2.3.2 Software**

TNS NIPO beschikt niet alleen over geavanceerde CATI-, CAPI- en CAWI-systemen, maar ontwikkelt en verbetert hiervoor ook zelf de software (NIPO ODIN Developer en NIPO Diana). TNS NIPO-software wordt momenteel wereldwijd in meer dan 40 landen en door ongeveer 200 onderzoeksbureaus gebruikt. De belangrijkste mogelijkheden die onze vragenlijsten bieden, zijn:

- een visueel aantrekkelijke vormgeving;
- niet te veel vragen op één scherm;
- aanwezigheid van help-schermen waarin nadere uitleg staat over de vragen of het invullen daarvan;
- het zo vroeg mogelijk opnemen van eventuele selectievragen in de vragenlijst. Respondenten hoeven niet onnodig de hele vragenlijst in te vullen.

- mogelijkheid tot tussentijdse onderbreking van de vragenlijst. Wordt de vragenlijst weer gestart, dan keert men terug naar het punt waar men was gebleven.
- opnemen van antwoordcategorieën in random volgorde;
- randomiseren van toonmateriaal;
- inbouwen van logische checks; wanneer onrealistische waarden worden ingevuld, wordt dit ter controle teruggespeeld naar de respondent.
- filtering en toonbaar maken van geluid, foto's;
- antwoorden of vragen tonen op basis van eerder gegeven antwoorden uit andere onderzoeken of andere beschikbare (database-/steekproef)informatie.
- volgorde van vragen en antwoorden zijn volledig flexibel. Randomisatie, rotatie of invertie zijn standaardmogelijkheden. Ook combinaties binnen één lijst hiervan zijn mogelijk.
- mogelijkheid om antwoorden en/of vragen binnen randomisatie bij elkaar te houden;
- mogelijkheid om webonderzoeken volledig grafisch te maken;
- snelle integratie van multimediabestanden en standaard solutions zoals page turner, highlighter, prijsmeters met schuifstelsel, calorimetervarianten en verschillende classificatie/indelvingsvarianten van plaatjes. We kunnen antwoordcategorieën in de vorm van plaatjes weergeven. Respondenten kunnen dan met de plaatjes over een schaal schuiven om zo hun oordeel weer te geven.
- snel en makkelijk werken met gekleurde teksten of verschillende lettertypen;
- standaard beschikbaar alle gangbare vraagtypen, inclusief verschillende varianten op gridvragen;
- routing, repetitieblokken, subroutines of andere herhalings- of verplaatsingsvarianten;
- bruikbaarheid van de geprogrammeerde vragenlijst in andere instrumenten, zonder dat de vragenlijst technisch hoeft te worden aangepast (voor u relevant in geval van het opnemen van bijzondere doelgroepen).

Onze vragenlijstsoftware is geïntegreerd met het dataprocesingprogramma NIPO Diana. Dit betekent dat vragenlijst en tabellen volledig op elkaar zijn afgestemd.

## **3 Uitvoering onderzoek Commissie Deetman**

In dit hoofdstuk gaan we in op de feitelijke uitvoering van het onderzoek naar jeugdervaringen voor de Commissie Deetman. Paragraaf 3.1 geeft een overzicht van de enquêtes die zijn gehouden. Paragraaf 3.2 gaat in op de manier waarop respondenten zijn uitgenodigd en hoe lang ze de tijd hadden om de vragenlijst in te vullen, in paragraaf 3.3 beschrijven we de steekproeven en respons van de verschillende enquêtes en tot slot gaat paragraaf 3.4 in op de wegingen en correcties die zijn toegepast.

### **3.1 Uitgevoerde enquêtes**

#### **3.1.1 Pilot**

Vanwege het gevoelige karakter van de vragen, is voorafgaand aan de screening een pilot uitgevoerd met de voorgestelde vragenlijst voor de screening. Na de mogelijk belastende vragen is aan de respondent gevraagd of hij/zij het belastend vond om deze vraag te beantwoorden. Als de respondent daarop antwoordde dat het ‘enigszins belastend’ of ‘zeer belastend’ was, werd via een open vraag gevraagd om uitleg. Uit deze pilot bleek dat de vragen door bijna niemand als belastend werden gezien.

#### **3.1.2 Screening**

Op basis van onder meer de reacties op de pilot is de definitieve vragenlijst voor de screening vastgesteld. Paragraaf 1.3.2 geeft een algemene uitleg over de uitvoering van een screening. Aangezien in de media veelvuldig wordt gesproken over seksueel misbruik binnen (instellingen van) de Katholieke kerk, is besloten om de vragen naar religie en instellingen (vraag 1 en 2) niet direct vooraf te laten gaan aan de vragen naar verbaal, fysiek en seksueel ongewenste benaderingen (vraag 3, 4 en 5). Vraag 1 en 2 werden ergens halverwege de screeningsvragenlijst gesteld, waarna vraag 3, 4 en 5 pas aan het einde van de vragenlijst werden gesteld.

Een screening wordt uitgevoerd onder huishoudens, waarbij doorgaans een van de hoofden van het huishouden de vragen beantwoordt. Aan het begin van de vragenlijst wordt daarom vastgesteld welk lid van het huishouden de vragen beantwoordt. Als we gegevens op persoonsniveau in plaats van huishoudenniveau nodig hebben, wordt aan degene die de screening invult (de eerste invuller) gevraagd om de gestelde vraag ook voor de andere leden van het huishouden te beantwoorden.

Voor dit onderzoek is besloten dat het niet mogelijk was om de invuller te vragen om voor een ander lid van het huishouden te beantwoorden of deze in zijn of haar jeugd belastende ervaringen had meegemaakt. Vraag 1 en 2 zijn wel door de invuller beantwoordt voor iedereen binnen het huishouden die 40 jaar of ouder was. Aan het einde van de vragenlijst zijn vervolgens, als de invuller 40 jaar of ouder was, vraag 3, 4 en 5 gesteld. Als er nog andere personen in het huishouden 40 jaar of ouder waren, is daarna gevraagd of die persoon aanwezig en bereid was om vraag 3, 4 en 5 ook persoonlijk te beantwoorden. Als het antwoord ‘ja’ was, is daarna met een extra controlevraag nogmaals gevraagd of de persoon die de vragen ging beantwoorden inderdaad dat andere



lid van het huishouden was. Als ook daar het antwoord 'ja' op was, zijn vraag 3, 4 en 5 aan deze persoon gesteld. Dit is de tweede invuller.

Een deel van het respondentenpaneel van TNS NIPO beantwoordt niet alleen af en toe een vragenlijst, maar heeft ook toestemming gegeven om het eigen surfgedrag op internet te laten monitoren. Deze groep respondenten heeft in maart een aparte vragenlijst hierover gekregen, waardoor het vanwege de regels over het maximaal aantal voor te leggen vragen niet mogelijk was om deze groep die maand ook de screening te laten invullen. Om een zo groot mogelijke steekproef te trekken en omdat we niet konden uitsluiten dat deze groep inhoudelijk afwijkt van de rest van het paneel, is besloten om die groep, die de screening in maart niet had gekregen, in de screening van april de vragen van de Commissie Deetman voor te leggen. Uiteindelijk bleek dat de twee steekproeven niet van elkaar afweken in de manier waarop de vijf vragen beantwoord werden.

In maart werden er tussen het eerste blok vragen voor de Commissie Deetman (vraag 1 en 2) en het tweede blok (vraag 3, 4 en 5) vragen gesteld over onder andere mobiliteit en politiek. In april werden tussen beide vraagblokken onder andere vragen gesteld over reizen, zorg en woningbezit. Omdat vanwege routing in de vragenlijst niet iedereen dezelfde vragen en hetzelfde aantal vragen krijgt, kan hiervan niet nader gespecificeerd worden om hoeveel vragen het gaat. Ook hebben we geen toestemming gekregen van andere klanten om specifiek de onderwerpen te vermelden die we voor hen in de screening hebben behandeld.

### **3.1.3 Hoofdonderzoek**

In het hoofdonderzoek is een door de Commissie Deetman samengestelde en in samenwerking met TNS NIPO geoptimaliseerde vragenlijst voorgelegd aan een selectie van respondenten uit de screening. Enkele vragen uit de screening zijn in het hoofdonderzoek opnieuw gesteld ter controle.

### **3.1.4 Inconsistentieonderzoek**

Het bleek dat een relatief groot aantal respondenten op vrijwel gelijke vragen in screening en hoofdonderzoek een afwijkend antwoord gaf. Het gaat hierbij om respondenten die in de screening zeiden wel in een instelling te hebben gezeten of seksueel benaderd te zijn en in het hoofdonderzoek juist zeiden van niet (of in de screening zeiden van niet, en in het hoofdonderzoek van wel). Er is besloten om al deze 'inconsistente' respondenten uit te nodigen voor een extra onderzoek, om een verklaring te vinden voor deze inconsistenties. Eerst is open en vervolgens gesloten gevraagd wat de reden was voor het verschil in antwoorden, daarna is gevraagd om nogmaals dezelfde vraag te beantwoorden, ter controle. Een bepaalde groep respondenten had in de screening gezegd in hun jeugd wel seksueel benaderd te zijn door een volwassene die geen familie was, maar beantwoordde deze vraag in het hoofdonderzoek ontkennend. Als deze respondenten in het inconsistentieonderzoek aangaven dat dat toch wel was gebeurd, is hen direct gevraagd om alsnog de vragen over de ongewenste seksuele benadering te beantwoorden, die in het hoofdonderzoek aan hen niet gesteld waren.

### **3.1.5 Meldersonderzoek**

Aan mensen die zichzelf bij de Commissie Deetman hebben gemeld als slachtoffer van misbruik door RKK-vertegenwoordigers is vrijwel dezelfde vragenlijst voorgelegd als de vragenlijst die in het hoofdonderzoek is gebruikt.

## **3.2 Uitnodigingen en reminders**

### **3.2.1 Pilot**

Voor de pilot is een standaard uitnodigingstekst gebruikt, waarin als onderwerp 'jeugdervaringen' is vermeld. Deze en alle andere uitnodigingsteksten zijn terug te vinden in bijlage 1. De pilot heeft vier dagen opengestaan om ingevuld te worden (van 24 tot 27 februari 2011), er zijn geen reminders verzonden.

### **3.2.2 Screening**

Voor de screenings van maart en april 2011 zijn de respondenten uitgenodigd met een standaard e-mail, zoals ze die iedere maand ontvangen voor het maandelijkse screeningsonderzoek. Deze standaardtekst bevat geen enkele verwijzing naar onderwerpen uit de screeningslijst. Een screening staat standaard ruim twee weken open en er wordt nooit een reminder verzonden.

### **3.2.3 Hoofdonderzoek**

Voor het hoofdonderzoek is een uitnodigingstekst gebruikt waarin wordt vermeld dat het om een onderzoek van grote maatschappelijke betekenis gaat, met als onderwerp (psychische) gezondheid en gebeurtenissen die daar invloed op kunnen hebben. Er is niet vermeld dat de Commissie Deetman opdrachtgever van het onderzoek was. Het hoofdonderzoek heeft drie weken opengestaan, van 2 tot 23 mei 2011. Op 17 mei is een reminder verstuurd naar de respondenten die op dat moment nog niet op de link uit de uitnodiging hadden geklikt.

### **3.2.4 Inconsistentieonderzoek**

Voor het inconsistentieonderzoek is een standaard uitnodigingstekst gebruikt, waarin als onderwerp 'extra controle onderzoeksresultaten' is vermeld. De vragenlijst heeft van 7 tot 21 juni opengestaan, met een reminder op 14 juni.

### **3.2.5 Meldersonderzoek**

Voor het meldersonderzoek is een uitnodigingstekst aangeleverd door de Commissie Deetman, waarin zowel het doel van het onderzoek als de Commissie als afzender duidelijk vermeld zijn. Het meldersonderzoek heeft van 7 tot 26 juni opengestaan, met een reminder op 15 juni.

## **3.3 Steekproeven en respons**

### **3.3.1 Pilot**

Voor de pilot is uit TNS NIPObase een random steekproef van 75 Nederlanders boven de 40 jaar oud getrokken. 50 van hen hebben de vragenlijst geopend, een respons van 67%.

Toen werd uitgelegd wat het onderwerp van de vragenlijst was, besloten 5 respondenten (10%) niet mee te werken. De overige 45 respondenten hebben alle vragen beantwoord.

### **3.3.2 Screening**

De screening is zoals gezegd in twee stappen uitgevoerd, het eerste deel in maart en het tweede deel in april. In maart heeft 82,4% van de voor de screening uitgenodigde huishoudens de vragenlijst ingevuld, in april 80,2%.

Omdat de screening per huishouden wordt uitgevoerd en de vragen voor de Commissie Deetman alleen gesteld werden aan mensen van 40 jaar of ouder, is het lastig om exacte responscijfers voor de Commissie Deetman te geven. Van ieder huishouden hebben we een e-mailadres, meestal behoort dat toe aan één persoon, die dan ook vaak (maar niet per definitie altijd) degene in dat huishouden is die de screening invult. Als deze persoon boven de 40 is, maar de screening is ingevuld door diens partner die nog geen 40 is, dan heeft dat huishouden wel meegedaan aan de screening, maar de vragen van de Commissie Deetman niet gekregen. Van de huishoudens die niet mee hebben gedaan aan de screening, en waarin zowel 40+'ers als 40-'ers voorkomen, weten we bovendien niet wie de screening zou hebben ingevuld.

Om toch te bepalen welke huishoudens aangemerkt konden worden als 'non-respons' voor de screening, hebben we de huishoudens geselecteerd waarvan degene die meestal de vragenlijsten invult boven de 40 is en die niet hebben meegedaan aan de screening. In totaal gaat dat om 6370 huishoudens. Afgezet tegen de 36.180 huishoudens van wie wel iemand de vragen van de Commissie Deetman heeft beantwoord, komt dat neer op een respons van 85,0%.

### **3.3.3 Hoofdonderzoek**

Voor het hoofdonderzoek zijn 2812 mensen uitgenodigd, gestratificeerd op basis van hun antwoorden in de screening. De respondenten uit de screening zijn ingedeeld op basis van religie (Rooms-Katholiek of niet), of ze in hun jeugd in een instelling hebben gezeten (ja of nee) en of ze in hun jeugd door een volwassene die geen familie is seksueel benaderd zijn (ja of nee). Dit leidt tot de volgende indeling in acht groepen:

- 1 RK, in instelling, seksueel benaderd
- 2 RK, niet in instelling, seksueel benaderd
- 3 RK, niet in instelling, niet seksueel benaderd
- 4 RK, in instelling, niet seksueel benaderd
- 5 Niet-RK, in instelling, seksueel benaderd
- 6 Niet-RK, niet in instelling, seksueel benaderd
- 7 Niet-RK, in instelling, niet seksueel benaderd
- 8 Niet-RK, niet in instelling, niet seksueel benaderd

Respondenten uit groep 3, 4 en 7 zijn niet benaderd voor het vervolgonderzoek. Uit de overige groepen is een steekproef getrokken, waarbij per huishouden rekening is gehouden met de volgorde waarin de screening is ingevuld. Uit alle groepen is eerst een steekproef van de 'eerste invullers' getrokken. Groep 1 en 5 waren zodanig klein in de screening, dat uit deze groepen iedereen is uitgenodigd voor het vervolgonderzoek, ook

de 'tweede invullers'. Uit groep 1 zijn 331 mensen uitgenodigd (283 'eerste invullers', 48 'tweede invullers'), uit groep 2 1071 mensen, uit groep 5 266 mensen (236 'eerste invullers' en 30 'tweede invullers'), uit groep 6 572 mensen en uit groep 8 ook 572 mensen.

In totaal hebben 2567 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. Na controle van het bestand zijn enkele respondenten verwijderd, waardoor er uiteindelijk 2551 respondenten overblijven, een respons van 91%.

### **3.3.4 Inconsistentieonderzoek**

Alle 836 respondenten die op de vragen over instelling of seksuele benadering in het hoofdonderzoek een ander antwoord gaven dan in het screeningsonderzoek, zijn uitgenodigd voor het inconsistentieonderzoek. 749 van hen hebben meegedaan aan dit onderzoek, dat komt neer op een respons van 90%.

### **3.3.5 Meldersonderzoek**

Voor het meldersonderzoek is door de Commissie Deetman een bestand aangeleverd met 845 e-mailadressen. Van de respondenten waren geen andere gegevens bekend. 599 respondenten hebben de vragenlijst beantwoord, een respons van 71%.

## **3.4 Weging en correctie**

### **3.4.1 Hoe wordt gewogen?**

TNS NIPO gebruikt eigen software (NIPO Diana) waarmee onder andere data herwogen kan worden. Hiervoor wordt de random iterative method gebruikt, zoals in paragraaf 1.1.3 beschreven. Voor de weging van de screeningsdata van de Commissie Deetman zijn zes iteraties nodig geweest, wat aangeeft dat de ongewogen data de ideaalcijfers al vrij goed benaderde.

De percentages uit de Gouden Standaard (de ideaalcijfers) waar in dit onderzoek naar herwogen is, zijn de volgende:

- **Geslacht:**
  - man: 48,6%;
  - vrouw: 51,4%.
- **Leeftijd:**
  - 40-44 jaar: 15,8%;
  - 45-49 jaar: 15,5%;
  - 50-54 jaar: 14,1%;
  - 55-59 jaar: 13,2%;
  - 60-64 jaar: 12,7%;
  - 65-69 jaar: 9,1%;
  - 70-99 jaar: 19,7%.
- **Nielsen-regio:**
  - 3 grote steden+randgemeenten: 14,2%;
  - rest West: 29,0%;
  - Noord: 10,6%;

- Oost: 20,9%;
- Zuid: 25,2%.
- **Aantal personen in het huishouden:**
  - 1: 20,5%;
  - 2: 43,2%;
  - 3: 14,2%;
  - 4: 14,9%;
  - 5 of meer: 7,2%.
- **Sociale klasse:**
  - A (Hoog): 19,6%;
  - B1: 31,4%;
  - B2: 15,9%;
  - C: 27,7%;
  - D (Laag): 5,4%.

### 3.4.2 Pilot

Voor de pilot is geen weging of correctie uitgevoerd.

### 3.4.3 Screening

De data van de screening zijn herwogen naar de ideaalcijfers van de Gouden Standaard. Na het inconsistentieonderzoek bleek in ieder van de vijf groepen die waren uitgenodigd voor het hoofdonderzoek een bepaald percentage af te wijken van het eerder gegeven antwoord. Hierdoor werden sommige groepen kleiner, en andere groepen groter. Dit is meegenomen in de weging van de cijfers van het screeningsonderzoek. Hierdoor ontstond een grotere N (omdat de groep die in de stratificatie proportioneel als kleinste was meegenomen groter bleek dan in eerste instantie in de screening het geval was). Hiervoor is vervolgens weer gecorrigeerd. Daarnaast bleek er qua achtergrondgegevens een verschil tussen eerste en tweede invuller. Deze groepen zijn daarom apart gewogen naar de ideaalcijfers van de Gouden Standaard.

### 3.4.4 Hoofdonderzoek

Uit de gecorrigeerde data van de screening zijn de ideaalcijfers van de acht groepen berekend. Vervolgens zijn de groepen in het hoofdonderzoek gewogen naar de ideaalcijfers van de corresponderende groep. Daarnaast zijn in het hoofdonderzoek correcties doorgevoerd als daar vanuit het inconsistentieonderzoek aanleiding toe was.

### 3.4.5 Meldersonderzoek

Van de melders zijn geen ideaalcijfers bekend, dus er is geen weging op deze data toegepast.

## **Bijlagen**

## Bijlage 1 Uitnodigingse-mails

### Pilot:

Geachte mevrouw Respondent,

We hebben een onderzoek over 'Jeugdervaringen'.  
De vragenlijst is bestemd voor Nipo, de man van 60 jaar.

Als hij aan dit onderzoek wil meewerken verzoeken wij hem op de volgende link te klikken of deze te kopiëren in de adresbalk van uw browser om het onderzoek te starten:

<http://survey01.tns-nipo.com/?ID=>

Nipo, de man van 60 jaar heeft tot en met uiterlijk zondag 27 februari 2011 de tijd om de vragenlijst in te vullen. Het beantwoorden van de vragen neemt ongeveer 2 minuten in beslag.

Met vriendelijke groet,  
TNS NIPO

### Screening:

Geachte mevrouw Respondent,

Wij hebben binnenkort enkele extra onderzoeken, waarvoor wij niet vooraf kunnen vaststellen of iemand tot een van de doelgroepen behoort. Wij hebben een kort 'screeningsvragenlijstje' (versie 2011-03) samengesteld, aan de hand waarvan wordt vastgesteld of u of iemand anders uit uw huishouden in aanmerking komt voor een of meer van deze onderzoeken. Op deze wijze proberen wij te voorkomen dat wij u inschakelen voor een extra onderzoek, waarbij u na het invullen van een aantal vragen de mededeling krijgt niet tot de doelgroep te behoren.

U kunt de vragenlijst starten door op onderstaande link te klikken.

<<http://survey01.tns-nipo.com/?ID=> >

Deze vragenlijst is voor u beschikbaar tot en met maandag 28 februari 2011. Het beantwoorden van deze vragenlijst neemt ongeveer 5 minuten van uw tijd in beslag.

Met vriendelijke groet,  
TNS NIPO

**Hoofdonderzoek:**

Geachte mevrouw Respondent,

TNS NIPO is gevraagd om een onderzoek uit te voeren dat van grote maatschappelijke betekenis is. Het onderzoek gaat over (psychische) gezondheid en ervaringen die hierop van invloed kunnen zijn.

Omdat het om een thema gaat dat de hele samenleving aangaat, hopen we dat zo veel mogelijk mensen meedoen aan dit onderzoek zodat alle bevolkingsgroepen vertegenwoordigd zijn. Daarom is het van belang dat ook u meedoet.

Aan het einde van de lijst is ruimte om uw mening te geven of uw persoonlijke verhaal hierover te vermelden. Dat wordt op prijs gesteld.

De vragenlijst is bestemd voor Nipo, de man van 60 jaar.

Als hij aan dit onderzoek wil meewerken verzoeken wij hem op de volgende link te klikken of deze te kopiëren in de adresbalk van uw browser om het onderzoek te starten:

<http://survey01.tns-nipo.com/?ID=>

Nipo, de man van 60 jaar heeft tot en met uiterlijk maandag 23 mei 2011 de tijd om de vragenlijst in te vullen. Het beantwoorden van de vragen neemt ongeveer 15 minuten in beslag.

Met vriendelijke groet,  
TNS NIPO

**Inconsistentie:**

Geachte mevrouw Respondent,

We hebben een onderzoek over 'extra controle onderzoeksresultaten'.

De vragenlijst is bestemd voor Nipo, de man van 60 jaar.

Als hij aan dit onderzoek wil meewerken verzoeken wij hem op de volgende link te klikken of deze te kopiëren in de adresbalk van uw browser om het onderzoek te starten:

<http://survey01.tns-nipo.com/?ID=>

Nipo, de man van 60 jaar heeft tot en met uiterlijk dinsdag 21 juni 2011 de tijd om de vragenlijst in te vullen. Het beantwoorden van de vragen neemt ongeveer 4 minuten in beslag.

Met vriendelijke groet,  
TNS NIPO



**Melders:**

Geachte melder bij de commissie Deetman,

U heeft zich gemeld bij de onderzoekscommissie seksueel misbruik in de Rooms-Katholieke Kerk (commissie Deetman). De commissie Deetman tracht een zo juist en volledig mogelijk beeld te krijgen van de aard, omvang en consequenties van het seksueel misbruik. Daarom vraagt de commissie aan een groep van melders om een vragenlijst in te vullen, ter aanvulling op de meldingen. Zij vraagt dit ook aan u.

De antwoorden op de vragenlijst worden gebruikt om te komen tot aanbevelingen van wat er nu zou moeten gebeuren, zoals wie heeft er hulp nodig en hoe is dat het beste te organiseren. Daarom is het van belang dat u meedoet aan de vragenlijst. Uw deelname aan het onderzoek is volledig vrijwillig en anoniem. U bent te allen tijde vrij om te stoppen met de vragenlijst of het invullen te onderbreken.

De vragenlijst is opgesteld door de commissie Deetman en getest en beoordeeld door individuele slachtoffers en slachtoffergroepen. Het kan zijn dat de vragenlijst een aantal vragen omvat, waarover u reeds informatie heeft verstrekt aan de commissie. Dit komt omdat de meldingen die de commissie ontving zeer divers zijn. Niet iedere melder heeft dezelfde informatie verstrekt. Sommige melders geven een uitvoerige beschrijving van hun ervaringen en anderen doen dit zeer summier. Daarom leggen we nu aan iedereen dezelfde vragen voor. Aan het einde van de vragenlijst is ruimte om uw mening te geven of uw persoonlijke verhaal te vermelden. Dat wordt erg op prijs gesteld.

**Privacy en anonimiteit**

De vragenlijst wordt u op verzoek van de commissie Deetman voorgelegd door TNS NIPO. Deze respecteert uitdrukkelijk uw privacy. Voor bepaalde delen van het onderzoek (zoals deze survey, maar ook het archiefonderzoek) heeft de commissie derden opdrachten verleend onder nadrukkelijke voorwaarde van vertrouwelijkheid met betrekking tot de persoonsgegevens.

Via dit e-mailbericht ontvangt u een persoonlijke inlogcode zodat u anoniem de vragenlijst kunt invullen. Uw antwoorden worden vertrouwelijk behandeld en volstrekt anoniem verwerkt. Contactgegevens worden vernietigd. Hiermee is uw privacy gewaarborgd. De medewerkers van TNS NIPO zijn aan de hoogste graad van vertrouwelijkheid gebonden. De geanonimiseerde gegevens draagt TNS NIPO over aan de commissie Deetman.

De commissie heeft via TNS NIPO ook een vragenlijst voorgelegd aan een consumentenpanel onder de Nederlandse bevolking. Dit om vergelijkingen te kunnen maken tussen het seksueel misbruik binnen de Rooms-Katholieke Kerk en de rest van de samenleving. Vanwege de privacy is de commissie niet op de hoogte van de identiteit van het consumentenpanel. Wanneer u onderdeel uitmaakt van het consumentenpanel vraagt de commissie u de voorliggende vragenlijst, die iets uitgebreider is, nog eens in te vullen.

**Hoe komt u bij de vragenlijst?**

Als u aan dit onderzoek wil meewerken, verzoeken wij u op de volgende link te klikken of deze te kopiëren in de adresbalk van uw browser om het onderzoek te starten:

<http://survey01.tns-nipo.com/?ID=>

U heeft tot en met uiterlijk zondag 26 juni 2011 de tijd om de vragenlijst in te vullen. Het beantwoorden van de vragen neemt ongeveer 20 tot 30 minuten in beslag.

Wanneer u niet aan het onderzoek wil meewerken, vragen wij dit per e-mailbericht aan [reactie@onderzoekrk.nl](mailto:reactie@onderzoekrk.nl) te laten weten.

Met vriendelijke groet,  
TNS NIPO namens de commissie Deetman

## **Bijlage 2 ISO 9001-certificaat**

## **Bijlage 3 ISO 26362-certificaat**

## **Bijlage 4 ISO 20252-certificaat**