

## HET OP ASELECTE BASIS SAMENSTELLEN VAN DE VERSCHILLENDE STEEKPROEFKADERS

### OPBOUW EN REKRUTERING VAN HET ONLINE PANEL VAN IVOX (VOOR CAWI-LUIK)

#### Grote steekproefkader: wet van de grote getallen

##### Rekrutering online panel

Voor de organisatie van de online survey wordt deze selectie uitgevoerd op basis van de bestanden waartoe iVOX toegang heeft (in totaal meer dan **80000 online respondenten** in België). Dit is zeer uitgebreid. Hoe groter de database waaruit kan getrokken worden hoe representatiever de behaalde data kunnen zijn. Dit is een noodzakelijke voorwaarde. Uit dit groot steekproefkader wordt dan een representatieve steekproef getrokken.

Om een representatief staal te bekomen van de Belgische, Vlaamse of Waalse bevolking (of een subgroep daarvan) rekruteert iVOX zijn panelleden steeds via verschillende methoden: via pop-ups (minderheid), rekrutering via samenwerkingsovereenkomsten met populaire websites, samenwerking met externe partijen (klanten en andere), iVOX kan ook offline rekruteren (tijdens telefonisch gestuurde surveys kan men rekruteren voor vrijblijvend lidmaatschap aan het online panel) en tot slot worden in een beperkt aantal gevallen ook mensen gerekruteerd via andere klassieke offline kanalen. Deze brede manier van rekruteren staat garant voor een goede representativiteit.

Om een goede representativiteit en betrouwbaarheid te kunnen garanderen is dus niet alleen de omvang (m.a.w. het aantal effectieve eenheden) van de gerealiseerde steekproef van belang, maar ook de manier waarop de steekproef en het steekproefkader wordt gerealiseerd. Hierbij is het van belang om de steekproef te kunnen trekken uit een zo breed mogelijk bestand waarin de kans voor deelname zo gelijk mogelijk wordt verdeeld.

#### Diversificatie van rekrutering

Om een representatief staal te bekomen de Belgische internetbevolking **rekruteert iVOX zijn panelleden steeds via verschillende methoden om te controleren voor het medium:**

- Via pop-ups (minderheid)
- Rekrutering via samenwerkingsovereenkomsten met populaire websites (Via layers (Service pack II en III vriendelijk)

- Overeenkomsten met klanten in verband met recruiteringsclausule op hun databases (meerderheid)
- Via klassieke offline kanalen (actuele focus van iVOX)
  - via de door iVOX georganiseerde stratenquêtes (via rekruteringsvraag op einde van het interview)
  - via de door iVOX en andere spelers georganiseerde telefonische enquêtes (via rekruteringsvraag op einde van het interview)
  - via aankondigingen voor lidmaatschap in kranten
  - via aankondigingen voor lidmaatschap op lokale TV zenders

Deze brede manier van rekruteren staat garant en is absoluut noodzakelijk voor een goede representativiteit.

Niettegenstaande iVOX uiteraard wel beroep doet op het internet voor haar veldwerk kan iVOX door middel van de gehanteerde steekproeftrekkingsmethode (zie hoger), door beroep te doen op een op een zeer divers profiel van internetgebruikers<sup>1</sup> door de geavanceerde methode inzake de opbouw van het panel iVOX ook uitspraken doen over niet-internetgerelateerde onderwerpen en niet-internetgebruikers en is iVOX NIET zomaar een “onderzoeksbureau binnen de e-wereld” dat vooral uitspraken doet over de internetgebruiker.

iVOX doet en wel om uitspraken te doen over internet- maar vooral ook over. Via de hieronder in detail besproken en door iVOX gehanteerde aanpak wordt gecontroleerd voor de wijze van bevraging, in casu via het internet. Met andere woorden, door de unieke methodologische aanpak van iVOX slagen we erin om tegemoet te komen aan het niet-aselecte karakter van online panels en om aldus zo tot representatieve resultaten te komen.

---

<sup>1</sup> miv. gebruiker van internet met lage frequentie