

Videoconferencing in Nederland en België: *Gebruik en attitudes van zakelijke reizigers in kaart gebracht*

Oktober 2010



Contact: Maaïke Jongasma **T: 050-3177777** **E: maaikejongasma@kienonderzoek.nl**

Kantoor Groningen: Westerkade 15-5, 9718 AS Groningen, **T: 050 3657672, F: 050 3171778**

Kantoor Amsterdam: Asterweg 19, 1031 HL Amsterdam, **T: 020 4894603 F: 020 4894612**

E: info@kienonderzoek.nl W: www.kienonderzoek.nl

PanelWizard algemeen

PanelWizard Direct is het onderzoekspanel van **kien** onderzoek en telt bijna 20.000 leden van 16 jaar en ouder. Met behulp van dit onderzoekspanel kunnen vragen worden voorgelegd aan een dwarsdoorsnee van de Nederlandse bevolking of specifieke doelgroepen (bv. boodschappers, beleggers, allochtonen, ouders van baby's, etc.). De panelleden hebben vooraf aangegeven mee te willen werken aan marktonderzoek. Ze worden beloond voor hun inzet en voortdurend geprikkeld (o.a. door een beloning per vraag, terugkoppeling resultaten). Dit garandeert een hoge en betrouwbare respons. De representativiteit en (serieuze) medewerking binnen het panel worden voortdurend gecontroleerd en bewaakt¹. PanelWizard hanteert de Gouden Standaard van MOA, dé branchebreed erkende wegingbenadering voor onderzoeksresultaten.

Opdrachtgever

Dit onderzoek naar het gebruik van (en attitudes over) videoconferencing onder zakelijke reizigers is uitgevoerd in opdracht van BT - communicatiepartner van multinationals, overheidsorganisaties en grote, veeleisende ondernemingen.

BT Benelux maakt onderdeel uit van BT Global services – de internationale divisie van BT Group die communicatiediensten en oplossingen levert in 173 landen.

Methode

Bij het onderzoek 'Videoconferencing in Nederland en België - *Gebruik en attitudes van zakelijke reizigers in kaart gebracht*' is gebruik gemaakt van de internetmethode onder Nederlandse en Belgische hoog opgeleiden (hbo+) en werkenden van 21 jaar en ouder. De respondenten zijn op 2 september 2010 uitgenodigd voor het onderzoek en op 9 september is de mogelijkheid tot responderen gesloten.

Betrouwbaarheid

De steekproef bestond uit 287 PanelWizardleden (Nederland), hoog opgeleiden en werkenden in de leeftijd van 21 jaar en ouder, representatief voor Nederland op geslacht, leeftijd, opleiding en arbeidsparticipatie. Daarnaast zijn binnen een panel van een partner van PanelWizard 700 Belgische hoger opgeleiden en werkenden van 21 jaar en ouder benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. In totaal hebben 317 respondenten deelgenomen aan het onderzoek, een respons van 32%. De doelgroep van het onderzoek bestond uit mensen die minstens één keer per maand reizen voor hun werk, afgezien van woon-werkverkeer. 226 respondenten vielen binnen deze doelgroep, van hen hebben 219 alle onderzoeksvragen beantwoord. Van deze 219 respondenten waren er 114 Nederlanders en 105 Belgen. Daarmee valt met een betrouwbaarheid van 95% te concluderen dat de steekproefuitkomst maximaal 6,6% zal afwijken van de werkelijke situatie. Dit betekent dat met 95% zekerheid gesteld kan worden dat de percentages die uit het onderzoek naar voren komen, in werkelijkheid niet meer dan 6,6% hoger of lager liggen. De onderzoeksverantwoording en de representatieve verdeling over de verschillende groepen zijn samengevat in bijlage 1.

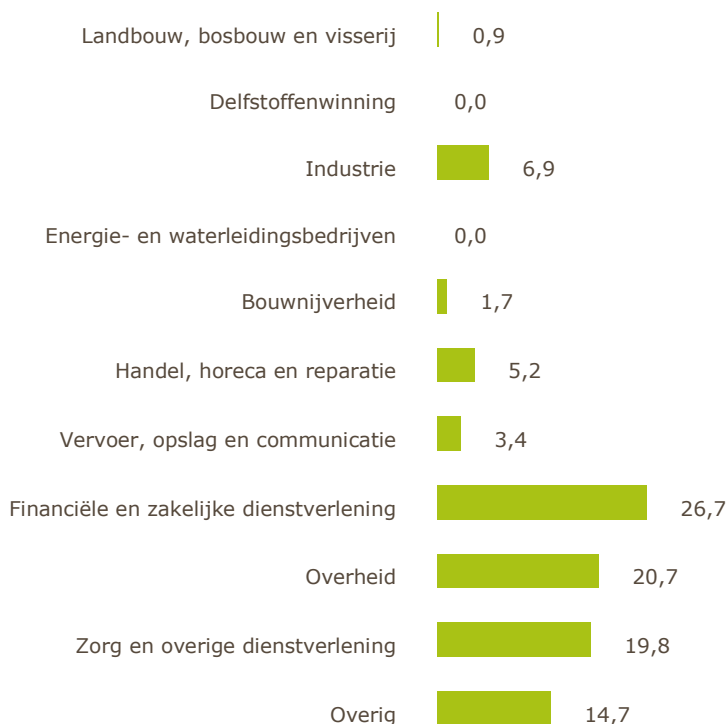
¹ Zie ook bijlage 2

Samenvatting onderzoeksresultaten

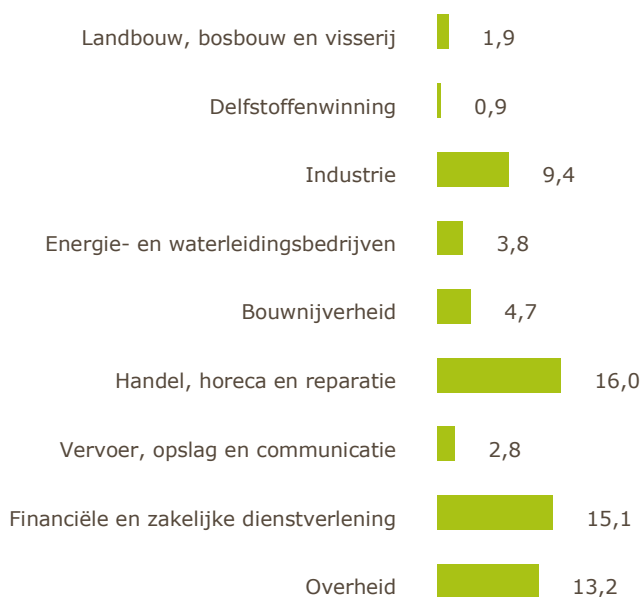
Branches waarin zakelijke reizigers werkzaam zijn

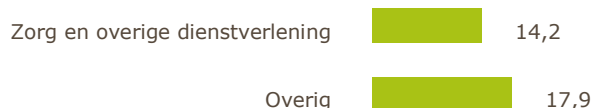
Zakelijke reizigers zijn in Nederland vooral werkzaam in de volgende sectoren: financiële en zakelijke dienstverlening (27%), overheid (21%) en zorg en overige dienstverlening (20%). In België worden ook de verschillende vormen van dienstverlening vaak aangegeven (financiële en zakelijke dienstverlening 15%, zorg en overige dienstverlening 14%). Hier wordt de sector handel, horeca en reparatie vaker genoemd dan in Nederland (BE 16% en NL 5%).

Tabel 1.1 Nederland: Hoe is de sector waarin u werkzaam bent het best te omschrijven?



Tabel 1.1 België: Hoe is de sector waarin u werkzaam bent het best te omschrijven?

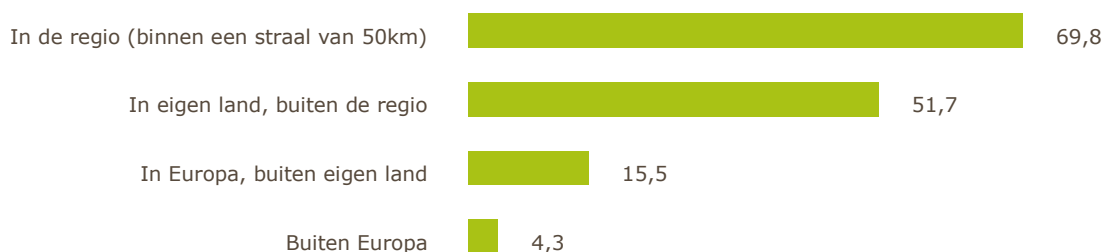




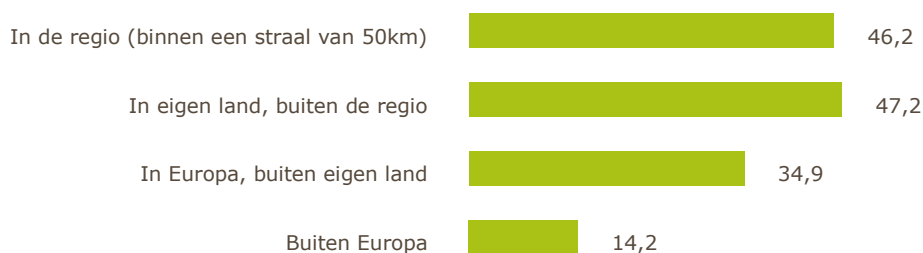
Reisgebied

Nederlandse zakelijke reizigers zijn vaker in hun eigen regio (binnen een straal van 50 km) voor zaken te vinden dan Belgische reizigers (70% vs. 46%), zie tabel 2.1. De Belgische zakelijke reizigers zijn daarentegen meer op het buitenland georiënteerd dan de Nederlandse zakelijke reizigers (in Europa: BE 35% en NL 16%, buiten Europa: BE 14% en NL 4%), zie tabel 2.2. Ze zijn ongeveer even vaak in eigen land, buiten de regio te vinden (NL 52% en BE 47%). Vrouwen in zowel Nederland als in België geven vaker aan nooit te reizen voor hun werk in vergelijking met mannen (NL 23% versus 9% en BE 21% versus 4%). Van de Nederlandse vrouwen die voor hun werk moeten reizen, geeft 86% aan zich binnen de eigen regio te verplaatsen. Bij de mannelijke zakenreiziger ligt dit percentage op 60%.

Tabel 2.1 Nederland: Als u onderweg bent voor uw werk, waar is dat dan? U kunt meerdere antwoorden geven.*



Tabel 2.2 België: Als u onderweg bent voor uw werk, waar is dat dan? U kunt meerdere antwoorden geven.*



Gebruik van videoconferencing

Ongeveer de helft van de zakelijke reizigers uit Nederland en België maakt gebruik van videoconferencing om met mensen te communiceren (NL 44% en BE 57%). Het gebruik van videoconferencing voor privé doeleinden verschilt tussen Nederland en België (NL 24% en BE 33%), een derde (in Nederland) tot ruim vier van de tien (in België) maken hier zakelijk gebruik van (NL 33% en BE 44%, geen significant verschil). Voor privé doeleinden wordt in Nederland videoconferencing het meest gebruikt door jongeren tot 30 jaar (32%) en zakenreizigers tussen de 50 en 59 jaar (31%), zie tabel 3.1. De verschillen tussen de leeftijdscategorieën zijn echter niet significant.

Tabel 3.1 Nederland: Crossing tabel op Naar leeftijd

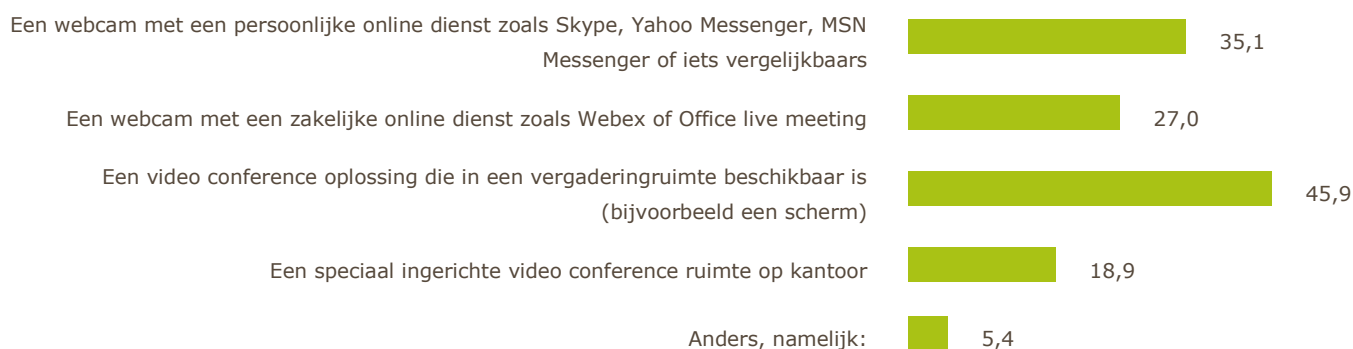
	Totaal	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar
Ja, privé	11,2	15,8	10,7	3,2	12,5
Ja, zakelijk	19,8	21,1	21,4	29,0	12,5
Ja, zowel zakelijk als privé	12,9	15,8	14,3	3,2	18,8
Nee, maar ik ken wel mensen die dat doen	35,3	47,4	32,1	32,3	31,2
Nee, en ik ken ook niemand die dat wel doet	20,7	0,0	21,4	32,3	25,0

Tabel 3.2 België: Crossing tabel op Naar leeftijd

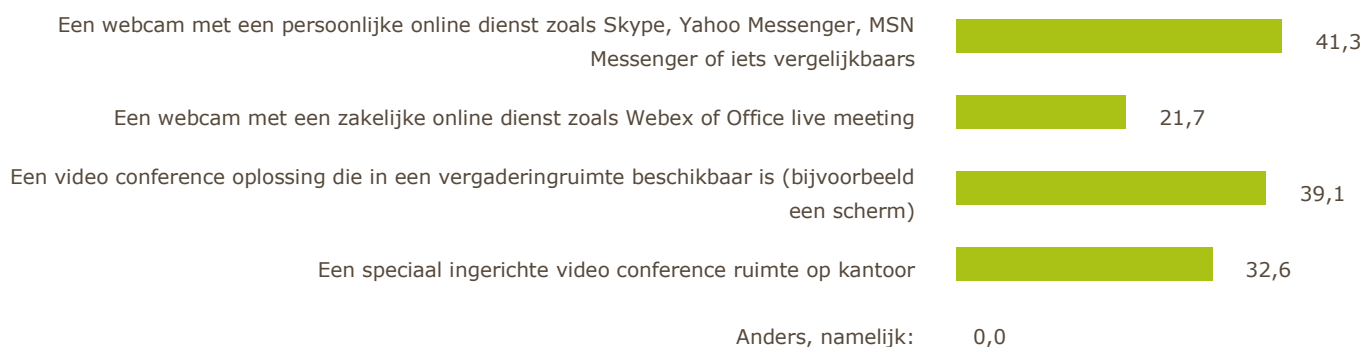
	Totaal	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar
Ja, privé	13,3	27,3	13,3	10,3	0,0
Ja, zakelijk	23,8	13,6	30,0	24,1	25,0
Ja, zowel zakelijk als privé	20,0	27,3	13,3	31,0	10,0
Nee, maar ik ken wel mensen die dat doen	23,8	13,6	23,3	17,2	40,0
Nee, en ik ken ook niemand die dat wel doet	19,0	18,2	20,0	17,2	25,0

Zowel in Nederland als in België wordt videoconferencing vaak meerdere keren per jaar gebruikt (NL 55% en 37%), 34% (NL) en 26% (BE) gebruikt het regelmatig en 3% (NL) en 15% (BE) kan er zelfs niet meer zonder (geen significante verschillen). Hiervoor maken ze gebruik van verschillende middelen: een video conference oplossing die in een vergaderingruimte beschikbaar is (NL 46% en BE 39%), een webcam met een persoonlijke online dienst (NL 35% en BE 41%), een speciaal ingerichte video conference ruimte op kantoor (NL 19% en BE 33%) en een webcam met een zakelijke online dienst (NL 27% en BE 22%), zie tabel 4.1 en 4.2.

Tabel 4.1 Nederland: Welke middelen gebruikt u/of heeft u gebruikt voor zakelijke video conferencing? U kunt meerdere antwoorden geven.*



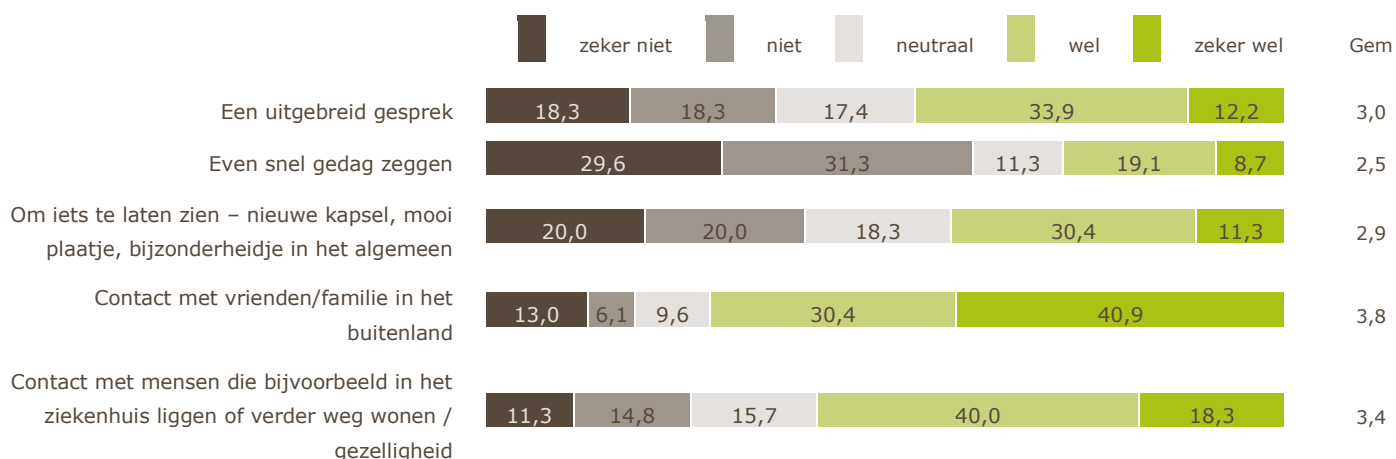
Tabel 4.2 België: Welke middelen gebruikt u/of heeft u gebruikt voor zakelijke video conferencing? U kunt meerdere antwoorden geven.*



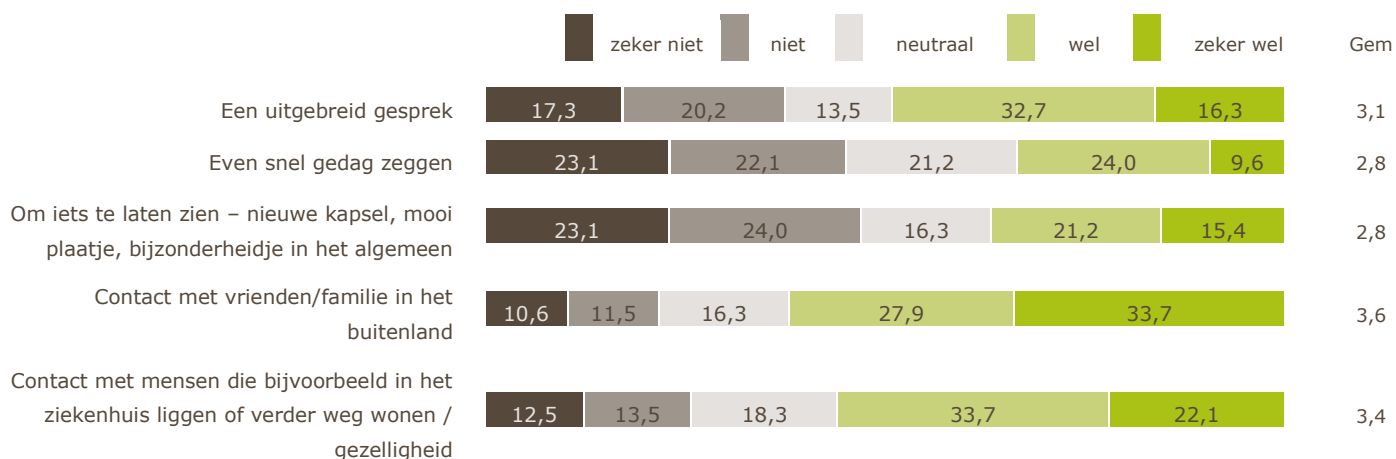
Privé mogelijkheden voor videoconferencing

In privé-situaties vinden zowel Nederlandse als de Belgische zakelijke reizigers videoconferencing vooral handig om contact met vrienden/familie in het buitenland te onderhouden (NL 71% en BE 62%). Ook worden het onderhouden van contact met mensen die verder weg wonen (NL 58% en BE 56%), het voeren van een uitgebreid gesprek (NL 46% en BE 49%) en even snel iets laten zien (NL 42% en BE 37%) genoemd als situaties waarin men videoconferencing zou gebruiken. Voor even snel gedag zeggen vindt men deze manier van communicatie vaker niet dan wel geschikt (NL 61% vs 28% en BE 45% vs 34%).

Tabel 5.1 Nederland: In welke van onderstaande situaties gebruikt u video conferencing privé? Als u video conferencing nog niet privé gebruikt, in welke van de onderstaande situaties zou het dan in de toekomst willen gebruiken?



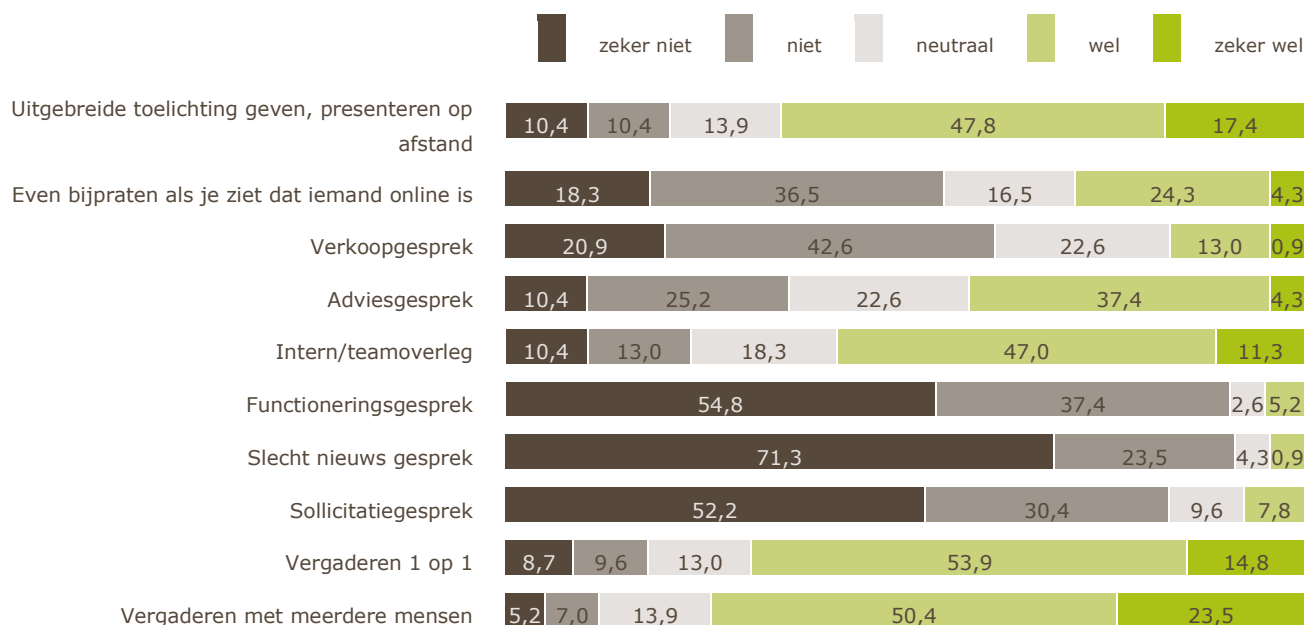
Tabel 5.2 België: In welke van onderstaande situaties gebruikt u video conferencing privé? Als u video conferencing nog niet privé gebruikt, in welke van de onderstaande situaties zou het dan in de toekomst willen gebruiken?



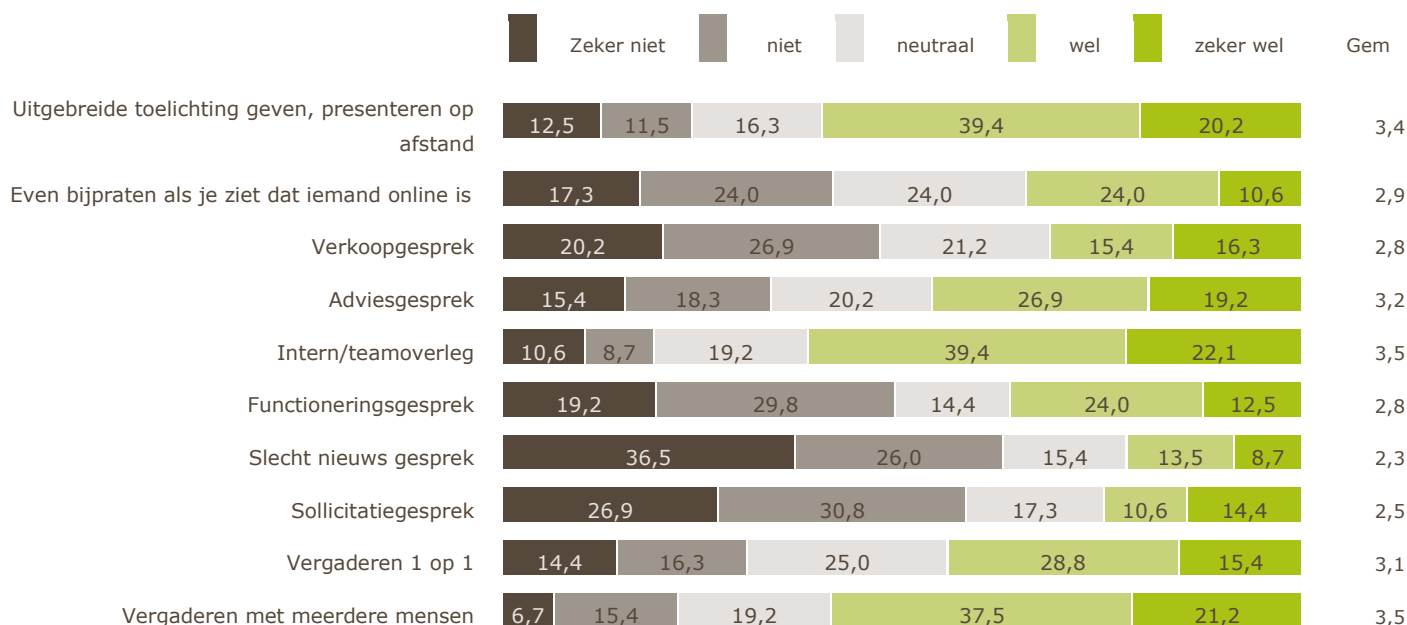
Zakelijke mogelijkheden voor videoconferencing

Zakelijk gezien is videoconferencing volgens zakelijke reizigers vooral geschikt voor vergaderen met meerdere mensen (NL 74% meer genoemd dan BE 59%), intern/teamoverleg (NL 58% en BE 62%) en een uitgebreide toelichting geven/presenteren op afstand (NL 65% en BE 59%). In Nederland vindt men het ook erg geschikt voor een 1-op-1 vergadering (69%), zie tabel 6.1. In België ligt dit percentage een stuk lager (44%). Ook over het gebruik van dit communicatiemiddel in andere situaties verschillen Nederlanders en Belgen van mening. Zo vinden de Belgen vaker dan Nederlanders dat het een geschikt medium is voor functioneringsgesprekken (NL 5% en BE 37%), verkoopgesprekken (NL 14% en BE 32%), sollicitatiegesprekken (NL 8% en BE 25%) en slecht nieuws gesprekken (NL 1% en BE 22%). Daarbij zijn er ook enkele verschillen met betrekking tot het geslacht van zakenreizigers. Van de Belgische mannen vindt 36% videoconferencing een geschikt middel voor verkoopgesprekken. Bij de Belgische vrouwen ligt dit percentage op 19%. Ook voor slecht nieuws gesprekken vinden Belgische mannen het vaker een geschikt medium (27% versus 8%).

Tabel 6.1: Nederland: In welke van onderstaande situaties zou u video conferences zakelijk gebruiken?



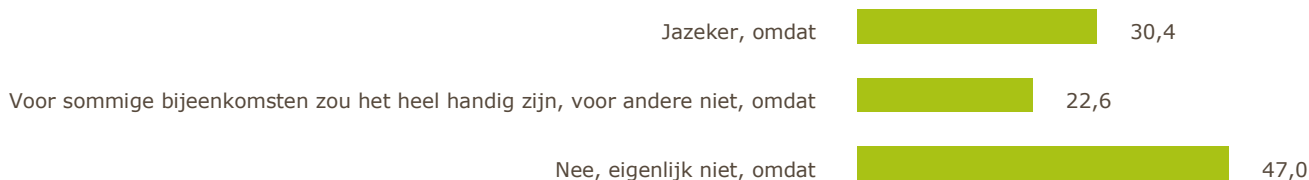
Tabel 6.2: België: In welke van onderstaande situaties zou u video conferences zakelijk gebruiken?



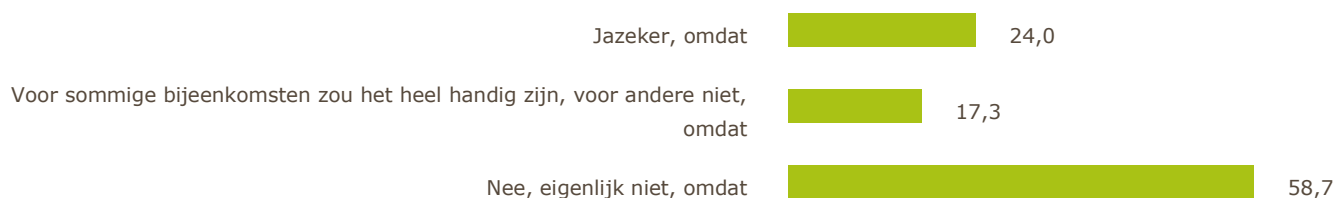
Videoconferencing vaker gebruiken

Ongeveer de helft van zowel de Nederlandse als Belgische zakenreizigers zien (voor sommige bijeenkomsten) mogelijkheden om vaker gebruik te maken van videoconferencing in hun huidige werk, zie tabel 7.1. 30% van de Nederlandse en 24% van de Belgische zien dit zeker zitten.

Tabel 7.1 Nederland: Ziet u mogelijkheden om vaker gebruik te maken van video conferencing in uw huidige werk?



Tabel 7.2 België: Ziet u mogelijkheden om vaker gebruik te maken van video conferencing in uw huidige werk?



Vaak genoemde redenen zijn het besparen van reistijd en –kosten, het contact maken met relaties in andere delen van het land of in het buitenland. Zij zien videoconferencing als makkelijk en handig en (minstens) net zo effectief als persoonlijk contact. De zakenreizigers tussen de 40 en 49 jaar zien vaker de mogelijkheid om videoconferencing te gaan gebruiken (NL 42% en BE 41%). De verschillen tussen de leeftijdscategorieën zijn echter niet significant. Zowel in Nederland als in België geeft de vrouwelijke zakenreiziger vaker aan geen mogelijkheden te zien om videoconferencing vaker te gaan gebruiken. Bij Nederland ligt het percentage dat aangeeft geen mogelijkheden te zien om video conferencing vaker te gebruiken op 61% bij vrouwen en 39% bij mannen en in België ligt dit percentage op 77% bij vrouwen en 53% bij mannen.

Ongeveer één of de vijf van beide groepen vindt het geschikt voor sommige bijeenkomsten. Hier is het meest genoemde argument dat voor sommige gesprekken en in sommige situaties persoonlijk contact noodzakelijk is. De toepasbaarheid hangt volgens deze groep dus erg af van het type overleg of gesprek. Anderen geven aan dat het nut van videoconferencing afhankelijk is van de te overbruggen afstand. Zakenreizigers die aangeven niet vaker gebruik te kunnen maken van videoconferencing noemen als redenen vooral het feit dat het niet van toepassing is bij hun werkzaamheden of bedrijf, de afwezigheid van (technische) mogelijkheden en de voorkeur voor persoonlijk contact. Ook zijn er zakenreizigers die aangeven dat er nu al optimaal gebruik gemaakt wordt van de mogelijkheden van videoconferencing. Als belangrijkste belemmeringen geven beide groepen aan dat ze mensen liever in het echt zien (NL 52% en BE 62%), dat de apparatuur niet beschikbaar is (NL 52% en BE 41%) en dat ze denken dat andere mensen liever live ontmoetingen hebben dan via video (NL 24% en BE 23%). Een kleine groep denkt ook dat ze minder effectief zijn over de video (NL 12% en BE 8%). Grootste belemmering onder de zakenreizigers tot 30 jaar is dat ze de mensen liever in het echt zien (NL 63% en BE 77%), zie tabel 8.3. De verschillen tussen de leeftijdscategorieën zijn echter niet significant.

Tabel 8.1 Nederland: Wat zijn voor u belemmeringen voor het gebruik van zakelijke video conferencing? U kunt meerdere antwoorden geven.*



Tabel 8.2 België: Wat zijn voor u belemmeringen voor het gebruik van zakelijke video conferencing? U kunt meerdere antwoorden geven.*



Tabel 8.3 Nederland: Crossing tabel op Naar leeftijd

	Totaal	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar
Beschikbaarheid van apparatuur (op mijn werk en/of op het werk van gesprekspartner(s))	52,2	47,4	57,1	51,6	48,4
Ik zie mensen liever in het echt	52,2	63,2	50,0	45,2	51,6
Ik denk dat andere mensen liever live ontmoetingen hebben dan via video	24,3	31,6	25,0	16,1	22,6
Ik denk dat ik minder effectief ben over video	12,2	15,8	14,3	9,7	9,7
Anders, namelijk:	14,8	10,5	17,9	16,1	16,1

Tabel 8.4 België: Crossing tabel op Naar leeftijd

	Totaal	jonger dan 30 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50-59 jaar
Beschikbaarheid van apparatuur (op mijn werk en/of op het werk van gesprekspartner(s))	41,3	36,4	46,7	44,8	30,0
Ik zie mensen liever in het echt	61,5	77,3	60,0	48,3	65,0
Ik denk dat andere mensen liever live ontmoetingen hebben dan via video	23,1	22,7	20,0	20,7	30,0
Ik denk dat ik minder effectief ben over video	7,7	9,1	6,7	6,9	10,0
Anders, namelijk :	7,7	4,5	10,0	3,4	10,0

Besparen reiskilometers door videoconferencing

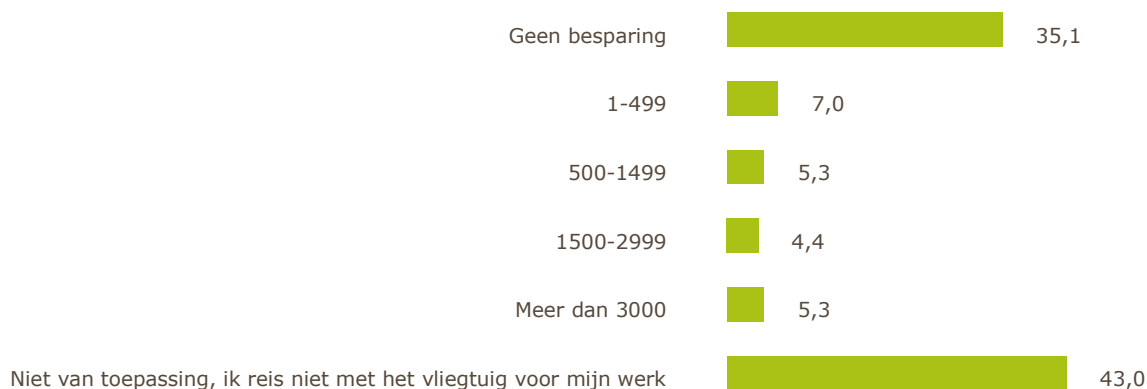
Tot slot is aan beide groepen de vraag voorgelegd hoeveel kilometer per auto of trein ze per maand denken te kunnen besparen wanneer zakelijke videoconferencing breed beschikbaar is en veel gebruikt wordt. Ongeveer vier op de vijf Nederlandse en Belgische zakenreizigers denken het aantal afgelegde kilometers per maand hierdoor te beperken. Maar liefst 23% van de Belgische zakenreizigers denkt meer dan 1000 kilometer per maand te kunnen besparen, in Nederland ligt dit percentage op 4%. In Nederland denkt de grootste groep zakenreizigers tussen de 100 en 349 kilometer per auto of trein te kunnen besparen (30%), zie tabel 9.1. Het gemiddelde aantal kilometers dat bespaard kan worden is niet vast te stellen, maar bij benadering kan worden geschat dat dit aantal voor Nederland zal liggen op 268 kilometer bij voor België op 470 kilometer.

Tabel 9.1 Nederland: Stel dat zakelijke video conferencing breed beschikbaar is en veel gebruikt wordt. Hoeveel kilometers per auto of trein zou u dan potentieel per maand kunnen besparen? Laat woon-werkverkeer hierbij buiten beschouwing.**Tabel 9.2 België: Stel dat zakelijke video conferencing breed beschikbaar is en veel gebruikt wordt. Hoeveel kilometers per auto of trein zou u dan potentieel per maand kunnen besparen? Laat woon-werkverkeer hierbij buiten beschouwing.**



Bij vliegkilometers is het ook zo dat meer Belgische dan Nederlandse zakenreizigers denken vliegkilometers te kunnen besparen (NL 22% en BE 56%). Van de Nederlandse zakenreizigers die denken minder vliegkilometers te hoeven maken geeft de grootste groep (7% van het totaal) aan minder dan 500 kilometer te kunnen besparen. Bij de Belgische zakenreizigers zegt de grootste groep (21% van het totaal) wel meer dan 3000 vliegkilometers te kunnen uitsparen. Belgische zakenreizigers maken zakelijk ook meer gebruik van het vliegtuig dan Nederlanders. Dit is ook in lijn met de eerdere bevinding dat Belgische zakelijke reizigers vaker voor zaken in het buitenland te vinden zijn dan Nederlandse zakelijke reiziger. Het gemiddelde aantal kilometers dat bespaard kan worden is niet vast te stellen, maar bij benadering kan worden geschat dat dit aantal voor Nederland zal liggen op 573 kilometer bij voor België op 1557 kilometer.

Tabel 10.1 Nederland: Stel dat zakelijke video conferencing breed beschikbaar is en veel gebruikt wordt. Hoeveel vliegkilometers zou u dan potentieel per maand kunnen besparen?



Tabel 10.2 België: Stel dat zakelijke video conferencing breed beschikbaar is en veel gebruikt wordt. Hoeveel vliegkilometers zou u dan potentieel per maand kunnen besparen?



Bijlage 1 Onderzoeksverantwoordingen

I Nederland				
Onderzoeksmethode	Internet			
Selectie	Nederland 21 jaar en ouder, werkenden, HBO+			
Bron	PanelWizard			
Bruto steekproef	287			
Aantal op vraag 1	172			
Aantal na selectie	116			
Volledige vragenlijsten (netto)	114			
Responspercentage	60%			
Datum start veldwerk	3-sep			
Datum veldwerk gereed	8-sep			
Betrouwbaarheid	95%			
Maximale afwijking	9,2%			
Representativiteit	Gouden Standaard: geslacht, leeftijd, opleiding, arbeid			
Weging	Niet van toepassing			
Dit onderzoek is uitgevoerd conform de richtlijnen van ISO 20252 (marktonderzoek) en ISO 26362 (access panels)				
Respons breakdown	aantal			
bruto steekproef	287			
bouncers (schatting)	11			
buiten doelgroep	56			
verwijderd na datacheck	1			
afgebroken vragenlijsten	2			
geen medewerking	103			
Volledige vragenlijsten	114			
Geslacht		%doelgroep	%steekproef	
Man		55,8	57,6	
Vrouw		44,2	42,4	
Totaal		100,0	100,0	
Leeftijd		%doelgroep	%steekproef	
21-29 jaar		17,1	16,9	
30-39 jaar		29,3	25,6	
40-49 jaar		28,2	25,0	
50-59 jaar		21,0	26,7	
60 jaar en ouder		4,3	5,8	
Totaal		99,9	100,0	
Arbeidsparticipatie		%doelgroep	%steekproef	
Full-time		64,1	65,1	
Part-time		35,9	34,9	
Totaal		100,0	100,0	
Opleiding		%doelgroep	%steekproef	
Hoog		100,0	100,0	
Totaal		100,0	100,0	

België

Onderzoeksmethode	Internet	Geslacht	
Selectie	Vlaanderen en Wallonië 21 jaar en ouder, werkenden, HBO+	Man	43,9
Bron	SSI	Vrouw	56,1
Bruto steekproef	700	Totaal	100,0
Aantal op vraag 1	145	Leeftijd	
Aantal na selectie	110	21-29 jaar	15,4
Volledige vragenlijsten (netto)	105	30-39 jaar	25,2
Responspercentage	21%	40-49 jaar	26,2
Datum start veldwerk	2-sep	50-59 jaar	27,7
Datum veldwerk gereed	7-sep	60 jaar en ouder	5,5
Betrouwbaarheid	95%	Totaal	100,0
Maximale afwijking	9,6%		
Representativiteit	Geslacht en leeftijd		
Weging	Niet van toepassing		

Dit onderzoek is uitgevoerd conform de richtlijnen van ISO 20252 (marktonderzoek) en ISO 26362 (access panels)

Respons breakdown	aantal
bruto steekproef	700
bouncers (schatting)	28
buiten doelgroep	35
verwijderd na datacheck	1
afgebroken vragenlijsten	5
geen medewerking	526
Volledige vragenlijsten	105

Bijlage 2 Kwaliteit PanelWizard Nederland

PanelWizard Direct is de panelklassieker in Nederland. U zet zelf uw onderzoek uit onder een panel van bijna 20.000 actieve panelleden². Vandaag nog kunt u uw vragen indienen en uitzetten onder de gewenste doelgroep. Het kan gaan om 1 vraag of om een complete vragenlijst. Het onderzoek vindt in principe online plaats en wordt, wanneer nodig, aangevuld met telefonisch onderzoek.

PanelWizard Direct is wars van langdurige procedures en profileert zich met haar 'operational excellence'. Daardoor is PanelWizard Direct **snel, transparant, betaalbaar en biedt het vooral goed onderzoek**. U hebt de regie zelf volledig in handen, maar u wordt ook altijd **ondersteund** door de **onderzoeksexpertise van kien**.

ONDERZOEKSBUREAU KIEN

In 1992 werd **kien** opgericht onder de naam B&N Marketing. In 2008 introduceerden wij onze nieuwe naam en identiteit: **kien**. Slim marktonderzoek en praktische marketingadviezen waar u direct van profiteert, in **kwaliteit, efficiency en in prijs**. Dat blijkt ook uit onze eigen klanttevredenheidsonderzoeken, gemiddeld scoren we een 8,0³.

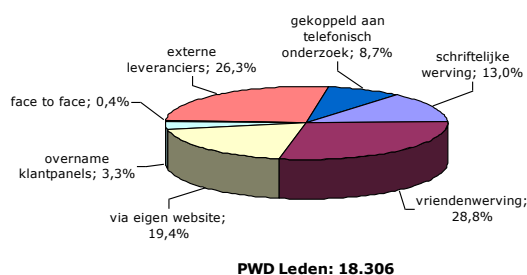
kien en **PanelWizard Direct** zijn zusterbedrijven en werken nauw samen. De bureaus kennen dezelfde werkfilosofie, hebben identieke founding fathers en zijn beide **ISO-gecertificeerd** en lid van de **MOA**.

ONS PANEL

PanelWizard Direct bestaat sinds 2001. Het is zeker niet het grootste maar wel een van de beste panels van Nederland. Panelleden worden zorgvuldig geselecteerd en gemotiveerd. Het panel wordt grondig onderhouden en beheerd. Voor de indeling van het panel en de steekproeftrekking maakt PanelWizard Direct gebruik van de Gouden Standaard: het ijkinginstrument voor nationale en regionale steekproeven welke is opgesteld en wordt geadviseerd door de branchevereniging van marktonderzoeksbureaus MOA.

WERVING

De werving van panelleden vindt plaats via een groot aantal bronnen. Zoveel mogelijk wordt getracht te werken met verse panelleden, onder andere door schriftelijke werving, werving gekoppeld aan landelijk CATI onderzoek en werving via member-get-member. Onderstaand een overzicht van de gebruikte wervingsmethoden in percentages bij het panel op datum 01-07-2009.



² peildatum 01-07-2009

³ peildatum 01-07-2009

Videoconferencing in Nederland en België:

Gebruik en attitudes van zakelijke reizigers in kaart gebracht – oktober 2010

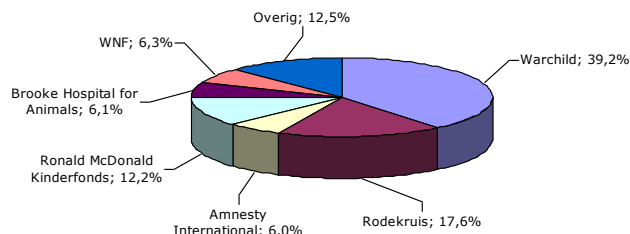
Ieder panellid is na aanmelding in eerste instantie aspirant lid. Pas na een aantal controles op antwoordgedrag wordt een panellid toegelaten tot het panel. Aankoop van panelleden vindt alleen voor moeilijke doelgroepen plaats.

MOTIVATIE

PanelWizard zorgt voor korte en afwisselende vragenlijsten om panelleden gemotiveerd en fris te houden. De

combinatie van verschillende onderwerpen en afwisseling met beeldmateriaal zorgt voor leuke vragenlijsten.

We belonen naar inzet met 10 eurocent per vraag. Panelleden kunnen zelf beslissen om het zelf te houden of weg te geven aan een van de samenwerkende goede doelen. Aan goede doelen is de laatste jaren (t/m juli 2009) uit naam van de panelleden € 44.359 geschonken, als volgt verdeeld:



Zo zijn ook moeilijk bereikbare bevolkingsgroepen bereid tot deelname. Nog een manier om panelleden betrokken te houden is om de onderzoeksresultaten terug te koppelen. Op de website staan regelmatig nieuwsberichten met interessante uitslagen.

ONDERHOUD EN BEHEER

Na ieder onderzoek wordt het panellid verzocht om de eigen gegevens te controleren en indien nodig te updaten. Tevens wordt tweemaal per jaar, bij de uitkering van de spaarpotten, gevraagd om de gegevens door te nemen en te muteren, zodat de gegevens zoveel mogelijk up-to-date blijven. Sinds 1 januari 2008 zijn in totaal 9.928 panelleden geworven en 2.700 panelleden uitgeschreven (12,9% van het totaal). Per saldo is het aantal panelleden toegenomen met 7.228. De uitschrijving gebeurde op eigen initiatief of vanuit kwaliteits-checks van PanelWizard Direct. Onderstaand een overzicht van de groep respondenten die uitgeschreven is als panellid sinds 1 januari 2008 met daarbij genoemd de reden:

