

## Representativiteit

Met meer dan honderdduizend respondenten is 21minuten.nl 2007 veruit het grootste opinieonderzoek in Nederland. Daarmee zijn de resultaten echter nog niet direct representatief; er is een herweging van respondenten nodig om die representativiteit te realiseren. Dit kader legt uit voor welke invloeden gewogen dient te worden, en hoe deze weging wordt uitgevoerd.

Sommige delen van de bevolking hebben een betere toegang tot het internet dan andere. Hiermee wordt de kans dat zij deelnemen aan een onlineonderzoek groter, wat leidt tot een oververtegenwoordiging van deze groep. Daarnaast zijn de deelnemers niet aselekt gevraagd om mee te doen. Zij zijn benaderd via televisie, radio, kranten, internetsites en e-mail, waarmee een breed publiek is bereikt. Om te corrigeren voor mogelijke vertekeningen, wordt de deelnemersdatabase herwogen langs de volgende demografische dimensies: geslacht, leeftijd, opleiding, inkomen, geografie, burgerlijke staat, stemgedrag 2006, buurt naar aandeel van allochtonen, etniciteit en een combinatie van etniciteit en opleiding. Na weging van de respondenten heeft

de onderzoekssteekproef dezelfde demografische basis als de Nederlandse bevolking volgens gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Overigens is de internetvertekening in Nederland zeer klein, doordat ongeveer 87% van de bevolking van 15 tot en met 69 jaar thuis of op het werk beschikt over een internetverbinding en het merendeel van deze groep daar dagelijks gebruik van maakt.

Daarnaast kan er sprake zijn van zogenaamde 'zelfselectieonzuiverheid' bij het uitvoeren van diverse soorten opinieonderzoek. Deze ontstaat doordat mensen speciale belangstelling hebben voor deelname aan onderzoeken in het algemeen of het onderwerp van een onderzoek in het bijzonder. Het onderzoek 21minuten.nl trekt een hoger dan gemiddeld aantal individuen dat geïnteresseerd is in politieke en economische kwesties. Deze onzuiverheid is gecorrigeerd op basis van de psychografie van de bevolking. De representatieve gegevens omtrent psychografie zijn ontleend aan twee bronnen. De eerste bron is het Mentality-onderzoek<sup>1)</sup> van Motivation, dat een aselekt huis-aan-huisonderzoek is onder tweeduizend

1) Mentality is het waarden- en leefstijlonderzoek van onderzoeksbureau Motivation.

respondenten. Daarnaast is de 21minuten.nl-vragenlijst parallel afgenomen onder een representatieve steekproef van 5600 respondenten uit het Stempunt.nu-panel van Motivaction. De data van 21minuten.nl zijn vervolgens herwogen, zodat de gemiddelde psychografie overeenkomt met het aselechte huis-aan-huisonderzoek en het panelonderzoek.

Na herweging kunnen de in dit rapport gepresenteerde uitkomsten worden beschouwd als een goede afspiegeling van de meningen van de leeftijdsgroep van 15- tot en met 69-jarigen in Nederland. Bij deze weging worden dus segmenten die oververtegenwoordigd zijn in de groep van honderdduizend respondenten minder zwaar meegewogen, terwijl segmenten die ondervertegenwoordigd zijn in de steekproef een hogere weefactor krijgen. De vergelijking tussen herweging op basis van demografische doelvariabelen alleen, en die op basis van zowel de demografische als de psychografische doelvariabelen, laat overigens slechts kleine verschillen zien in het grootste deel van de vragen die in dit rapport besproken worden. Daarnaast zijn demografische karakteristieken van de respondenten, die niet meegenomen zijn in de weging, vergeleken met externe databronnen. De verschillen hiertussen bleken binnen de onzeker-

heidsmarges te vallen (bijvoorbeeld voor de karakteristieken arbeidsparticipatie en religie). Ten slotte zijn er vragen in dit onderzoek gesteld die lijken op vragen in andere opinieonderzoeken, en die in uitkomst een vergelijkbaar inzicht geven. In dit rapport worden veelvuldig de antwoorden van bepaalde specifieke groepen (bijvoorbeeld allochtonen en inkomens-, leeftijds- en opleidingsgroepen) uit de samenleving apart bekeken. Daarom is ook specifiek binnen deze groepen nagegaan of de samenstelling op demografische variabelen overeenkomt met de gegevens van het CBS.

Door de grote omvang van de onlinesteekproef zijn de onzekerheidsmarges van de resultaten na weging klein. Vanwege de beperkte respons van bepaalde specifieke segmenten (bijvoorbeeld allochtonen), zijn de onzekerheidsmarges van de uitkomsten van deze segmenten groter. Waar deze onzekerheid te groot is, zijn de uitkomsten niet meegenomen in de conclusies van het onderzoek.

De 70-plussers hebben met 10% een significant aandeel in de Nederlandse bevolking. In totaal hebben 4313 respondenten uit deze groep de vragenlijst volledig ingevuld. De appendix behandelt de voornaamste verschillen tussen deze groep en de rest van de bevolking. Om deze

groep respondenten representatief te maken voor de gehele groep 70-plussers in Nederland, is een herweging toegepast naar geslacht, opleiding en stemgedrag 2006 van Nederlanders ouder dan 70 jaar. Op de psychografische kenmerken is de groep herwogen naar de psychografie van de bevolkingsgroep van 60-80 jaar, waarbij aangenomen wordt dat de

psychografie van 70-plussers hier weinig van verschilt. De herweging is behoorlijk ingrijpend, aangezien deze groep respondenten zeer 'scheef' is; ze bestaat vooral uit hoogopgeleide mannen. Door de herweging geeft het resultaat wel een goed beeld van wat er leeft onder deze bevolkingsgroep als geheel.