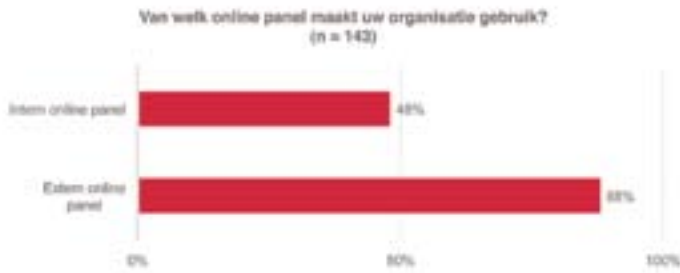
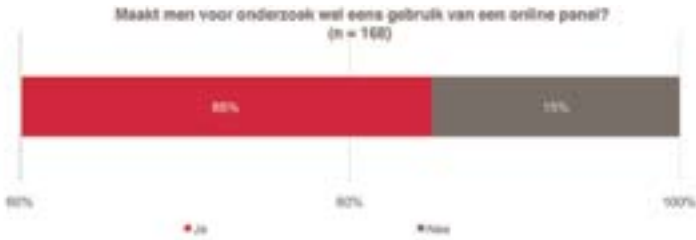


## MOA-PANEL

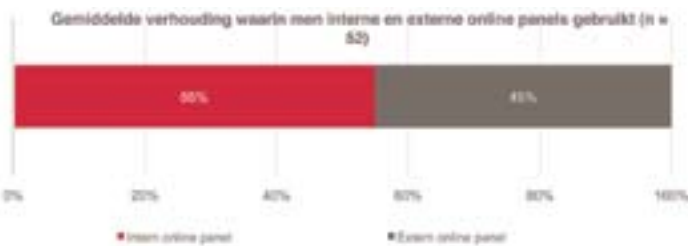
# Positieve ervaringen met online klantenpanels

### Extern online panel vaker gebruikt dan intern online panel

De overgrote meerderheid van de opdrachtgevers van marktonderzoek maakt voor onderzoek wel eens gebruik van een online panel. Er wordt bijna twee keer zo vaak gebruik gemaakt van een extern panel dan van een intern panel.

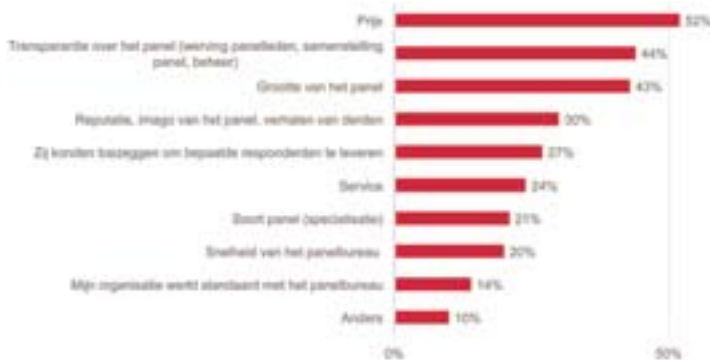


De opdrachtgevers die werken met zowel interne als externe online panels, gebruiken iets vaker hun eigen interne online panels (55%) dan externe panels (45%).



### Prijs, transparantie en grootte van panel belangrijkst

De prijs, transparantie van het panelbureau en de grootte van het panel zijn volgens de opdrachtgevers de belangrijkste eigenschappen van externe panelbureaus. Deze eigenschappen waren voor hen doorslaggevend bij het inschakelen van een panelbureau (zie grafiek). Opvallend is dat men de service, specialisatie en snelheid van een panelbureau veel minder belangrijk vindt.



Bij de vraag hoe panelbureaus zich van de andere zouden kunnen onderscheiden, ontstaat er een ander beeld. Opvallend is dat men prijs een belangrijk kenmerk vindt, maar dat men het tegelijkertijd niet een van de belangrijkste kenmerken vindt waarop panelbureaus zich kunnen onderscheiden. Omgekeerd selecteert men zelf niet vaak op de service en specialisatie van een panelbureau, maar vindt men dit wel twee van de belangrijkste eigenschappen waarop een panelbureau zich kan onderscheiden. Het lijkt erop dat men onderstaande eigenschappen weliswaar het belangrijkste vindt, maar dat men in de praktijk toch praktischer te werk gaat en het bureau met de laagste prijs kiest.

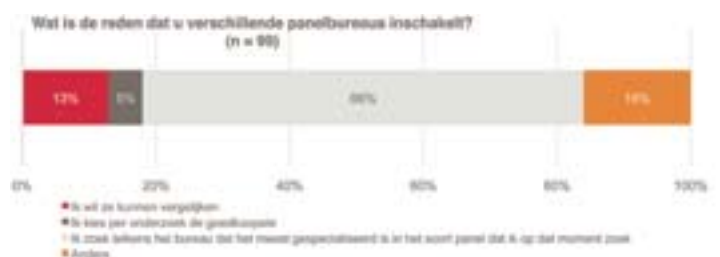
Eigenschappen waarop panelbureaus zich kunnen onderscheiden	Toelichting
Kwaliteit van het panel	Grootte, beschikken over veel achtergrondgegevens (bureau moet de panelleden 'kennen' om zo de gewenste doelgroep te kunnen selecteren), representatief, werving (geen beroepsrespondenten), beheer (panel up-to-date houden), goede beloningsstructuur, lage paneldruk
Kwaliteit van de resultaten	Betrouwbare, representatieve resultaten
Transparantie	Openheid (en dus eerlijkheid) over werkwijze, selectie panelleden, beheer en onderhoud panel, beloningsstructuur, belasting panelleden, samenstelling panel
Service	Meedenken met klant, betrokkenheid tonen, oplossingen aandragen, afspraken nakomen
Specifieke panels hebben	Voorbeelden: B2B panel, inkoperspanel, alloctonenpanel

### Specialisatie belangrijkste reden om van panelbureau te wisselen

Een vijfde van de opdrachtgevers gebruikt altijd hetzelfde panelbureau. Veruit de meeste opdrachtgevers van marktonderzoek werken niet telkens met hetzelfde panelbureau, maar wisselen af. Gemiddeld hebben zij tot nu toe 3,8 panelbureaus ingeschakeld.

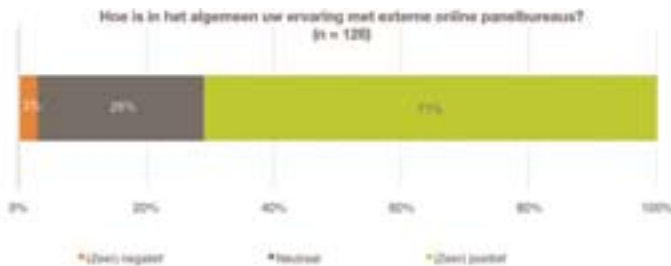


De belangrijkste reden dat men verschillende panelbureaus inschakelt, is dat men voor ieder onderzoek een panelbureau zoekt dat het meest gespecialiseerd is in het soort panel dat men op dat moment nodig heeft. Dit is opvallend, omdat eerder bleek dat specialisatie volgens de opdrachtgevers niet tot de belangrijkste selectiecriteria van een panelbureau behoort. Slechts een klein deel kijkt per onderzoek welk bureau het goedkoopst is. Hoewel men prijs dus erg belangrijk vindt bij het kiezen van een panelbureau, is dat slechts in een klein deel van de gevallen een reden om van panelbureau te wisselen.



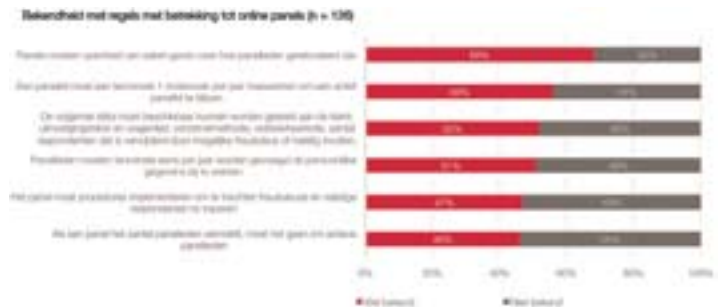
### Ervaring met externe online panelbureaus overwegend positief

De meeste opdrachtgevers zijn (zeer) positief over hun ervaringen met externe online panelbureaus. De meeste positieve ervaringen betreffen de snelheid van een panelbureau, gevolgd door de service (behulpzaam, meedenken met klant), betrouwbaarheid van de resultaten en de afhandeling (presentatie van de resultaten, verantwoording). Een kwart van de opdrachtgevers benoemt hun ervaringen als neutraal. Slechts 3% heeft (zeer) negatieve ervaringen met externe online panelbureaus.



### Helft van de opdrachtgevers niet bekend met ISO-normering voor panelbureaus

Recent zijn door ISO (International Organisation for Standardization) een aantal regels opgesteld waar panelbureaus zich aan dienen te houden. Zes hiervan werden aan de opdrachtgevers voorgelegd. Gemiddeld is ongeveer de helft van de opdrachtgevers niet bekend met onderstaande regels voor panelbureaus. Het meest bekend is men met de regel dat panels open moeten zijn over het rekruteren van panelleden. Men is het minst bekend met de regel dat het aantal panelleden dat een panelbureau vermeldt, actieve panelleden dient te betreffen.



Het onderzoek heeft plaatsgevonden via internet in de periode 11 tot en met 17 september 2008. In totaal zijn n = 168 opdrachtgevers van marktonderzoek ondervraagd. Hiervoor is gebruikgemaakt van het online panel van de MOA en het ledenbestand van de MOA. Het MOA-panel is een panel voor gebruikers van marktonderzoek en aanverwante informatiediensten. Wilt u als opdrachtgever van marktonderzoek ook lid worden van het MOA-panel? Meldt u dan nu aan via [www.moapanel.nl](http://www.moapanel.nl).

Dit panel wordt mede mogelijk gemaakt door ISIZ en Stadspeil



## Column

# De loopgravenoorlog tussen volk en vertegenwoordiging

Peter Kanne, opinie- en beleidsonderzoeker TNS NIPO

Er wordt veel gesproken over de kloof tussen politiek en burger, maar er lijkt eerder een loopgravenoorlog gaande tussen die twee.

De Nationale Ombudsman kreeg in 2007 24.000 klagtelefoontjes, terwijl dat er een kwart eeuw geleden 4.000 waren. Dit zijn burgers die zich eerder al door een andere overheidsdienst slecht behandeld voelden. Het topje van de ijsberg dus. Interessant is dat de overheid burgers hiertoe actief uitnodigt: burgers zijn 'klanten' volgens de overheid en klanten hebben recht op de service die ook klanten van Ikea hebben. Verwachtingen worden volop uitgedragen. De overheid heeft zelfs een mea culpa-website: [lastvandeoverheid.nl](http://lastvandeoverheid.nl). Want, zo valt er op de site te lezen: 'Iedereen heeft wel eens last van de overheid'. Ergens anders slaat de overheid weer terug. Op [lastvandeburger.nl](http://lastvandeburger.nl) kunnen ambtenaren klagen over burgers en waarschuwen ze juist voor al te hoge verwachtingen: 'Wij zijn formeel, juridisch en procedureel. Houd daar rekening mee', schrijft een fiscalist van de provincie Noord-Brabant.

De burger lijkt de overheid steeds meer als zijn vijand te zien. Politieagenten en ambulancebroeders worden aangevallen, een Almeloër gijzelde gemeenteburgemeesters en in Delft werd het CWI bewerkt door een boze man met een bijl. Weet de overheid hiermee om te gaan? Nee. Klokkenluider Ad Bos, die de bouwfraude aan het licht bracht, komt niet meer aan de bak en woont in een caravan. Sinds 2002 kreeg de Commissie Integriteit Overheid nog slechts 31 meldingen van klokkenluiders, die geen van allen ontvankelijk werden verklaard. Wel kwamen er 80.000 telefoontjes binnen bij Meld Misdaad Anoniem. Burgers en overheid communiceren met elkaar met bijl of – op zijn best – witte vlag in de hand.

Zo niet Kees van Oosten. Deze Luis in de Pels – ooit actief bij PvdA- en SP – houdt met juridische procedures de aanpak van het stationsgebied en verkeersingrepen in Utrecht tegen. Waarom? 'De progressieve elite is tijdens de 'lange mars door de instituties' de weg kwijtgeraakt en heeft zich laten inkapselen door de gevestigde macht.' En nu besteedt hij zijn tijd aan het organiseren van juridisch verzet tegen de lokale overheid. Met succes. Als één boze man Utrecht plat kan leggen, hoeveel is er dan nodig om dat met heel Nederland te doen?

Politiek Den Haag wordt van binnenuit bewerkt door Wilders en Verdonk. Politiek die de boosheid van de burgers kapitaliseren. Wilders kaapte de Algemene beschouwingen met zijn 'moslimkolonisten' en verweet Balkenende niet te weten wat er 'buiten' speelt. Nog slechts een kwart van de bevolking heeft vertrouwen in deze regering, bleek uit een recente NIPO-peiling. Minister van Sociale Zaken Piet Hein Donner vroeg zich niet af waarom zo weinig mensen het kabinet vertrouwen. Nee, hij stelde dat dit soort opiniepeilingen 'een bedreiging voor de democratie' vormen (NRC 26-9-2008).

Het volk loopt zich warm voor een verrassingsoffensief tegen de macht, de macht houdt zich Oost-Indisch doof en vraagt of toch alsjeblijft die vervelende peilingen kunnen stoppen.

Wanneer gaat de overheid snappen dat de burger de bron is van het gezag van de staat? En wanneer gaan burgers en overheid hun loopgraven verlaten?