



COLUMN

EDITH DE LEEUW

DE BALLADE VAN MARKTONDERZOEK EN WETENSCHAP

'East is East, and West is West, and never the twain shall meet.' Woorden van Kipling. Zo denkt men soms over marktonderzoek en wetenschap. Maar zijn het inderdaad zulke gescheiden werelden, is de kloof wel zo groot? Binnen de MOA werkt men aan hard aan het verkleinen van de afstand. Tijdens de MOAbouts zijn de sprekers een gezonde combinatie van wetenschap en marktonderzoekpraktijk, het Jaarboek is al jaren een bron van inspiratie voor marktonderzoek en universiteit, en de MOA-bibliotheek wordt ook door studenten vaak geraadpleegd. Sinds kort heeft de MOA een bijzondere leerstoel ingesteld aan de Universiteit van Utrecht en mij benoemd als MOA hoogleraar. Zoals ik in mijn oratie zei, verheug ik me zeer op de samenwerking tussen universiteit en praktijk. Mijn uitgangspunt daarbij is, net zoals aan het einde van Kipling's gedicht, dat als men wil de kloof overbrugbaar is: '... there is neither East nor West, Border, nor Breed, nor Birth...'

Een goed voorbeeld is AAPOR, de Amerikaanse Association of Public Opinion Research, waarin onderzoekers uit universiteit, overheid en marktonderzoek samenwerken. Op het laatste congres van de AAPOR in Chicago presenteerde de taskforce online survey panels hun rapport. Enkele krenten uit de Amerikaanse pap:

- AAPOR maakt een duidelijk onderscheid tussen online panels, gebaseerd op een kanssteekproef, en panels die gebaseerd zijn op

zelfselectie. Hun oordeel luidt dat wanneer er precieze schattingen van de populatie nodig zijn, alleen een 'probability'-panel goed is. Precieze schattingen en betrouwbaarheidsintervallen gaan immers uit van de assumptie van een kanssteekproef. En iedere claim van representativiteit moet vermeden te worden wanneer zelfselectie de plaats van toevalssteekproeven inneemt.

- Toch wordt ook het nut van algemeen online panels erkend. Uiterst nauwkeurige schattingen van de bevolking zijn lang niet altijd nodig, en er zijn vele toepassingen waarbij 'non-probability'-panels een goed alternatief zijn voor de veel duurdere kanssteekproef.
- Wel is het belangrijk dat de opdrachtgever begrijpt dat er verschillen zijn tussen panels die de resultaten beïnvloeden. AAPOR raadt de 36 ESOMAR-vragen aan. Informatieve vragen ontstaan uit een Hollands initiatief!
- Ook wordt aanbevolen dat panelbeheerders meer informatie geven, precies zoals het MOA-panelinstituut beoogt.
- Al met al, doen wij het hier in Nederland zo slecht nog niet. En o ja, twee Nederlandse artikelen worden uitgebreid geciteerd: een uit het Marktonderzoek Jaarboek (Vonk et al. NOPVO) en een van de universiteit (De Leeuw over mixed-mode).

Bekijk de oratie op www.xs4all.nl/~edithl/pubs/ORATIE.pdf