# UIT OP GELD EN PLEZIER

TEKST **EDITH DE LEEUW**, **SUZETTE MATTHIJSSE EN JOOP HOX**, UNIVERSITEIT UTRECHT

Online panels en websurveys zijn niet meer weg te denken uit de huidige onderzoekspraktijk. Online onderzoek heeft vele voordelen en kan breed worden ingezet. Maar met de toename van online panels rees ook de bezorgdheid over het ontstaan van professionele respondenten: respondenten die voor het gewin vele vragenlijsten invullen. Binnen het NOPVO (Nederlands Online Panel Vergelijkings Onderzoek, Van Ossenbruggen, Vonk, en Willems, 2008) werd dezelfde vragenlijst afgenomen aan leden van 19 Nederlandse online panels, met onder andere de vraag van hoeveel panels de respondenten lid waren. De eerste analyses van het NOPVO wezen op het bestaan van professionele respondenten, en we waren op de Universiteit van Utrecht blij dat deze interessante data (uiteraard geanonimiseerd) voor een uitgebreide analyse voor ons beschikbaar waren.

Ja, professionele respondenten bestaan. We konden deze groep met latente klasse-analyse goed onderscheiden. Vergeleken met de andere typen respondenten heeft de professionele respondent het grootste aantal panellidmaatschappen, doet mee aan de meeste surveys, en is sterk gericht op beloning. Daarnaast controleren professionele respondenten veel vaker hun e-mail, zijn veel actiever en brengen meer uren door op het web. Een positieve interpretatie is dat professionele respondenten 'respondenten 2.0' zijn. Een meer negatieve interpretatie is dat de 'professionals' berekenend zijn en vooral gemotiveerd om zo snel mogelijk geld te verdienen, en daarom vaak hun mails controleren; een vrees die in de onderzoeksbranche wel leeft. Het was dan ook verrassend om te ontdekken dat alleen een beloning niet voldoende motivatie geeft, maar dat plezier ook heel belangrijk bleek te zijn. Professionele respondenten noemden vaker 'leuk om vragenlijsten in te vullen' als belangrijkste reden om mee te doen met onderzoek.

Op basis van beschikbare demografische en psychografische variabelen is een profiel opgesteld van de professionele respondent. Opvallend is dat op veel punten de 'professional' niet afweek van de overige respondenten. Zo is er geen verschil in leeftijd, nationaliteit of levensbeschouwelijke overtuiging. Ook is er geen verschil in stemgedrag en politieke overtuiging, hoewel professionals wel zeggen dat ze meer geïnteresseerd zijn in politiek. Wie zijn dan de professionals? Ze zijn vaker vrouw, iets lager opgeleid, hebben minder vaak een betaalde baan, en wonen vaker in grotere steden. Hun gezondheid is minder goed, ze zijn iets minder tevreden over hun leven, en beschouwen zich meer als een denker dan een doener. Uit dit beeld komt enerzijds een professional naar voren die geïnteresseerd is in politiek, en zichzelf meer als een denker ziet. Dit zou een verklaring kunnen zijn waarom professionals vaker internet gebruiken; ze zijn op zoek naar nieuwe informatie. Anderzijds komt hier een wat lager opgeleide naar voren uit de groter steden, en met een minder goede gezondheid. Misschien is internet wel een gedeeltelijke invulling voor hun sociale contacten, en besteden ze daarom meer tijd aan surfen, e-mail en vragenlijsten. Immers, het leuk zijn van de vragenlijst is een belangrijke reden voor de professionals om mee te doen.

In het tweede deel van ons onderzoek is gekeken naar de kwaliteit van antwoorden. Opvallend was dat professionele respondenten juist een iets hogere betrouwbaarheid te hebben bij het beantwoorden van een serie vragen. Dit komt overeen met recent Amerikaans onderzoek.

Maar er is meer, er is ook onderzocht of professionele respondenten misschien meer ongewenste responsstijlen vertonen, zoals straight-lining. De gevonden effecten zijn erg klein en inconsistent, en verdwijnen volledig als we controleren voor verschillen in sociaaldemografische kenmerken. De algemene conclusie die getrokken kan worden uit dit onderzoek is dan ook dat professionele respondenten inderdaad bestaan, maar dat zij geen bedreiging lijken te vormen voor de datakwaliteit. Althans niet bij mening- en attitude-vragen. Bij vragen naar koopgedrag zouden, gezien de demografische kenmerken van professionele respondenten, misschien wel verschillen optreden. Dit kon in dit onderzoek niet worden nagegaan; een uitgebreider verslag met meer details verschijnt in het komende MOA Jaarboek 2012. We hoeven ons dus geen al te grote zorgen te maken over de 'professionele' respondent, maar dat betekent niet dat alle respondenten even goed zijn. Er zijn respondenten die gemakzuchtig zijn en vervallen in responsstijlen. Controle en panelbeheer, en goede en aantrekkelijke online vragenlijsten zijn manieren om dit te voorkomen. «

Edith de Leeuw is MOA-hoogleraar aan de Universiteit Utrecht, Suzette Matthijsse schreef haar master scriptie over professionele respondenten in Utrecht, Joop Hox is hoogleraar methoden en statistiek aan de Universiteit Utrecht.

# DE PROFESSIONELE RESPONDENT 2.0