



CIM STRATEGISCHE STUDIE TARGET GROUP MONITOR 2012-2013

BASISPRINCIPES VAN HET ONDERZOEK CROSSMEDIA

Deze publicatie van de TGM studie past in het kader van de nieuwe CrossMedia studie van het CIM.

Ter herinnering, het principe van de Crossmedia studie is een fusie van alle tactische studies en TGM studie, gebaseerd op een nieuw veldwerkonderzoek, de HUB studie, die gedeclareerde informatie vergaart betreffende de consumptie van de verschillende media's.

Aangezien de langere timings die nodig zijn voor de volledige publicatie van de CrossMedia studie, hebben de Technische Commissies CrossMedia en TGM beslist om volgende resultaten in een eerste fase te publiceren:

- De resultaten van de TGM studie
- De intensiteitscategorieën van mediaconsumptie, die voor de eerste keer gebaseerd zijn op het volume van de tactische studies.

Opgepast, de mediabereikresultaten zullen enkel beschikbaar zijn in de publicatie van de volledige resultaten van de CrossMedia studie.

STUDIEGEBIEDEN

VELDWERK TGM	De studie werd toevertrouwd aan: TNS Media, F. Rigasquare 30, 1030 Brussel. Voor het verzamelen van de gegevens deed TNS Media beroep op: N.I.D., (National Institute for Data collection), F. Rigasquare 30, 1030 Brussel. Het veldwerk vond plaats van 1 juli 2012 tot 31 mei 2013.
VELDWERK HUB	De HUB studie wordt toevertrouwd aan: GfK Belgium, Arnould Nobelstraat 42, 3000 Leuven. Het veldwerk van de HUB studie vond plaats van 14 januari tot en met 02 juni 2013, dit betreft 20 weken.
REFERENTIE-UNIVERSUM , AANTAL ENQUÊTES EN STEEKPROEFVERHOUDING	Het referentie-universum bestaat uit alle individuen woonachtig in België, van 12 jaar en ouder. Op 1 januari 2011 telde België 10.937.804 inwoners, waarvan er 9.457.341 twaalf jaar of ouder waren. Het aantal uiteindelijk HUB-interviews bedroeg 7.549 interviews. De steekproefverhouding bedraagt dus $9.457.341 / 7.549 = 1.252,8$.



STEEKPROEF METHODE	Random sampling op basis van NIS-wijken. De interviews dienden in ruimte gespreid te worden over de 43 arrondissementen van België, in verhouding tot de bevolking van 12 jaar en ouder die er woonachtig is.
DATAINZAMELING TGM	<p>De CIM TGM studie of voluit 'Target Group Monitor', is gebaseerd op een zelf in te vullen papieren vragenlijst. Op het einde van de tactische studie Pers, wordt aan de respondenten gevraagd of ze ook de vragenlijst van de TGM studie willen invullen.</p> <p>Van de 10.065 personen die deelgenomen hebben aan de tactische studie Pers, hebben 8.415 respondenten geaccepteerd om deel te nemen aan de TGM studie. 4.349 respondenten stuurden hun vragenlijst effectief terug, wat overeenkomt met een retourpercentage van 43,2%.</p> <p>Na herlezing van de 4.349 vragenlijsten vóór de codering en na bijkomende controles gevoerd op de gecodeerde vragenlijsten, bleven 4.017 bruikbare vragenlijsten over.</p>
DATAINZAMELING HUB	De gegevens van de HUB studie worden face-to-face verzameld via een CASI vragenlijst die getoond wordt op een tablet. De vragenlijst bevat een sectie voor elke medium afzonderlijk alsook een aantal vragen over de uitrustingen. In totaal werden er 7.549 enquêtes ingevuld.
FUSIE	<p>De 4.017 zelf ingevulde vragenlijsten werden samengevoegd tot de 7.549 enquêtes waaruit de ontvangende HUB studie is opgebouwd.</p> <p>De fusie werd uitgevoerd door het Britse instituut RSMB (Londen). De principes van deze fusie zijn de volgende:</p> <ul style="list-style-type: none">- Identificatie van gemeenschappelijke variabelen (haken) tussen de ontvangende studie (HUB) en de donor studie (tactische studie of TGM)- Bepaling van het belang van elke haak op basis van variantieanalyses- Het zoeken naar de beste matching tussen de donors en de ontvangers (afstandsberekening) op basis van:<ul style="list-style-type: none">o Socio-demografische variabeleno Gedeclareerde mediagedrago Uitrustingsvariabelen- 1 op 1 fusie: Het gedrag in zijn geheel wordt overgebracht van een donor naar een ontvanger. Een donor kan meerdere malen gebruikt worden.



NIEUWE INTENSITEITSCATEGORIEËN

In tegenstelling tot voorgaande edities, wordt de berekening van de intensiteitscategorieën gebaseerd op de consumptievolumes vanuit de tactische studies. Deze waarden werden onmiddellijk via het proces van fusies geïmporteerd. De enige stap die nog wordt uitgevoerd na de fusie van de gegevens, is de verdeling van deze volumes in categorieën van gelijke grootte.

Deze intensiteitscategorieën werden ook verrijkt ten opzichte van de voorgaande jaren. In bijlage vindt u een overzicht van de beschikbare categorieën.

PUBLICATIE VAN DE RESULTATEN

De CIM-leden die tot de financiering van de studie hebben bijgedragen, hebben een toegang tot de resultaten via de volgende software tools:

- Galileo van TNS
- Pressure van ANT Research
- Sesame van Bucknull & Masson

De fiches met de mediaresultaten per densiteit zullen binnenkort beschikbaar zijn.

MEER INFORMATIE BESCHIKBAAR OP DE WEBSITE:

WWW.CIM.BE