



CIM STRATEGISCHE STUDIE TARGET GROUP MONITOR 2013-2014

BASISPRINCIPES VAN HET ONDERZOEK CROSSMEDIA

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

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

Het gaat hier enkel over de publicatie van de meeste recente TGM gegevens na fusie met de HUB en de tactische studies.

Let op, de CrossMedia data (bereikgegevens van de media en de intensiteitsniveaus) blijven onveranderd t.o.v de vorige publicatie. Enkel de TGM data worden geupdated.

CROSSMEDIA RESULTATEN : OPMERKING TYPECAMPAGNES TV

Let op, het CIM heeft omwisselingen in de namen (small, medium,...) van sommige TV typecampagnes vastgesteld. Deze fouten zijn gecorrigeerd in deze nieuwe publicatie. Gelieve hiermee rekening te houden in uw bestaande analyses.

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 juni 2013 tot 31 mei 2014.
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.



	<p>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.</p> <p>De steekproefverhouding bedraagt dus $9.457.341 / 7.549 = 1.252,8$.</p>
STEEKPROEF METHODE	<p>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.</p>
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 10.049 personen die deelgenomen hebben aan de tactische studie Pers, hebben 8.474 respondenten geaccepteerd om deel te nemen aan de TGM studie. 4.184 respondenten stuurden hun vragenlijst effectief terug, wat overeenkomt met een retourpercentage van 41,6%.</p> <p>Na herlezing van de 4.184 vragenlijsten vóór de codering en na bijkomende controles gevoerd op de gecodeerde vragenlijsten, bleven 3.827 bruikbare vragenlijsten over.</p>
DATAINZAMELING HUB	<p>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.</p>
FUSIE	<p>De 3.827 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 de socio-demografische variabelen, de gedeclareerde mediagedrag en de 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.



INTENSITEITSNIVEAUS

De berekening van de intensiteitsniveaus is 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.

Indien u meer informatie wenst over de intensiteitsniveaus, kan u het document CIM TGM Intensiteitsniveau 2012-2013 raadplegen dat beschikbaar is op de website van het CIM onder het [deel "Methodologie" van de CrossMedia studie](#).

PUBLICATIE VAN DE RESULTATEN

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

- Galileo van TNS
- Sesame van Bucknull & Masson

MEER INFORMATIE BESCHIKBAAR OP DE WEBSITE:

WWW.CIM.BE