

Bereikstudies

Pers en

Bioscoop

Juni 2006 – Mei 2007

The logo for CIM (Centre for International Migration) is displayed in a white box. It consists of the lowercase letters 'cim' in a bold, sans-serif font, with a small dot above the 'i'. The background of the box is a dark grey color.

cim

Methodologie

**BEREIKSTUDIES
PERS EN
BIOSCOOP
2006 - 2007**

Beste leden,

Elk jaar opnieuw vallen, met de eerste herfstbladen, de zo verwachte of zo gevreesde CIM-fiches. Alsof die ene meting de gezondheid of zelfs het overleven van een perstiel zou bepalen. Ook al bestaat hij al meer dan honderd jaar ! Feit is dat alle regies er altijd wat nerveus bij lopen.

Bruno Liesse en de leden van zijn technische commissie die ik - sta me toe - in uw naam dank voor hun bewonderenswaardige inzet voor de belangen van de pers- en de bioscoopwereld, hebben met veel wijsheid beslist om te opteren voor een onveranderde, stabiele methodologie. Ze wezen door eenieder geprezen ! Samen met de trouwe en zo competente medewerkers van de Permanente Structuur, Daniëlle Siegers en Barbara van Caubergh, hebben ze veeleer voorrang gegeven aan het strikt naleven van de onderzoeksprocedures op het terrein, dé kwaliteitsbasis van elk marktonderzoek.

Voor de rest is het een kwestie van statistische foutmarges, wetenschappelijk toegelaten en die u dus verzocht wordt effectief toe te laten, zelfs al is dit soms frustrerend. Ik wens het u uiteraard van harte toe aan de "goede kant" van deze marge te vallen.

Uw nieuwe voorzitter heeft geen enkele verdienste aan deze studie. Het zal dus volstaan dat hij, aan het begin van zijn mandaat, zijn hoed even afzet voor een grote meneer : André de Béthune, die het CIM-avontuur gedurende tien jaar heeft begeleid, met verstand, met zorgzaamheid en wijsheid, van een mini cel in crisis tot het briljante team dat we nu kennen. Wat een weg heeft het CIM afgelegd in die tien jaar ! U mag er allen fier op zijn.

Patrick de Borchgrave
Voorzitter

Voorwoord van de Voorzitter van het CIM.....	3
Voorwoord	7
Werkwijze, opdrachtgevers en uitvoerders van de studie.....	7
I. Het CIM en diens verschillende instanties.....	7
II. Het instituut.....	9
III. De softwareleveranciers.....	10
IV. Productiehuizen van de CIM-publicaties.....	10
V. De intekenaars op de studies.....	10
Het netwerk van de CIM-Studies.....	13
Steekproef.....	15
Referentie-universum en steekproefverhouding.....	15
Verdeling van de steekproef	15
Methode van steekproeftrekking	15
I. Spreiding van de interviews in de ruimte	15
II. Bepaling van de adressen.....	16
III. Bepaling van de te ondervragen persoon.....	17
IV. De vervangingsadressen.....	17
V. Selectieprocedure van de respondent.....	18
Correctie van de steekproef	18
I. Structuur van de bruto steekproef.....	19
II. Correctiecriteria op basis van de cijfers verstrekt door het NIS.....	19
III. Correctiecriteria buiten het NIS	20
IV. Distributie van de gewichten.....	22
Verloop van de enquête.....	23
Selectie en opleiding van de enquêteurs	23
Interviewmethode.....	23
Controles uitgevoerd door het instituut en door het CIM	23
I. Controles uitgevoerd door het instituut.....	23
II. De controles uitgevoerd door het CIM.....	24
Sleutelwaarden van het gerealiseerde veldwerk	24
I. Verdeling van de enquêtes per provincie en per maand.....	24
II. Gemiddelde duur van de enquêtes en antwoordpercentage	26
III. Rang van het adres.....	26
IV. Rang van het contact.....	27
V. Verdeling van de «Media» enquêtes per genoemde dag.....	28

De toegang tot de gegevens	29
De publicaties	29
I. CIM Trek	29
II. De CIM-fiche	30
De exploitatie van de gegevens door de softwareleveranciers	30
De socio-demografische variabelen	31
Het geslacht en het begrip VVA	31
Het begrip VVI	31
Leeftijd van de ondervraagde persoon	32
Beroep van de ondervraagde persoon	33
Beroepsstatuut van de ondervraagde persoon	34
Opleidingsniveau van de ondervraagde persoon.....	34
Leeftijd van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen.....	35
Beroep van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen	35
Beroepsstatuut van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen.....	35
Opleidingsniveau van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen.....	35
De sociale groepen	36
I. Toekennen van de punten	36
II. Waarden van de klassengrenzen en verdeling van de aantallen.....	38
Omvang van het gezin.....	38
Aanwezigheid van kinderen jonger dan 15 jaar.....	38
Leeftijd van de kinderen binnen het gezin	39
Aanwezigheid van kleinkinderen	39
Leeftijd van de kleinkinderen.....	39
Levensfasen – Life Stages	39
Verdeling 2006-2007 van de respondenten op basis van de Life Stages.....	40
Nielsen Regio's.....	40
Provincies	40
CIM Woonplaats	41
I. New habitat CIM.....	41
II. New CIM Inwoner.....	41
III. Slotbemerking	41
Taal in het gezin.....	42
De Pers	43
De logo's.....	43
Lijst van bestudeerde titels.....	45
I. Deelnemingsvoorwaarden.....	45
II. Gepubliceerde titels	45
Definitie van de technische fiches.....	47
I. Samenstelling van de fiches.....	47
II. Behandeling van niet-verschijningen	47

De vragenlijst Pers	48
I. Verloop van de vragenlijst	48
II. Interviewprocedure	49
De CIM-indicatoren	50
I. De leesfrequentie	50
II. Lectuur Laatste Periode (LLP).....	51
III. Wijze van verwerving	51
IV. Leeswijze	52
V. De Tactische CIM fiche Pers	52
De Bioscoop	54
De vragenlijst Bioscoop	54
I. Totaal bereik	54
II. Bereik stad per stad.....	54
III. Bezoekfrequentie	55
IV. Bereik Laatste Periode.....	55
Tactisch gedeelte	56
I. Lijst van de titels	56
II. CIM fiche	58
Probabilisering van de bereiksdata	59
Rechtvaardiging van de probabilisering	59
Bepaling van de probabiliteit	59
Bijzondere toepassingen	61
I. De gemiddelde dekking	61
II. De totale dekking	61
III. De dekking na n inlassingen	61
IV. Dekking van een combinatie van titels	61
V. Duplicatie tussen twee titels	62
De betrouwbaarheidsintervallen	63
Betrouwbaarheidsinterval op een proportie	63
Proportieverschillen	64
I. Vergelijking van het bereik van een titel over twee publicaties	65
II. Vergelijking van twee titels binnen een zelfde publicatie	66
Inschatten van de statistische afwijking	67
Bijlage 1: New Habitat CIM: Lijst van de gemeenten	68
Bijlage 2: New CIM Inwoner: Lijst van de gemeenten behorende tot de stedelijke leefcomplexen	73

Voorwoord

Werkwijze, opdrachtgevers en uitvoerders van de studie

I. Het CIM en diens verschillende instanties

Het CIM ontstond in 1971 uit de samensmelting van de DVEA (het eerste organisme ter echtverklaring van de verspreiding van de Belgische perstitels) en de BSRM (eerste Belgisch instituut dat begon met het meten van bereikcijfers). De vereniging heeft als doelstelling de Belgische reclamemarkt referentiecijfers te verstrekken. De gegevens die het CIM verzamelt, zijn vertrouwelijk en uitsluitend toegankelijk voor de leden die deze studies mede financieren.

2007

Het CIM telt 325 leden; deze groep bestaat uit 14 adverteerders, 33 tussenpersonen (reclameagentschappen en media-agentschappen) en 278 media (uitgevers en regies) (cijfers dd 20/08/07). Deze leden komen samen in Algemene Vergadering, waar de stemmen zodanig verdeeld zijn tussen de verschillende beroepsverenigingen uit de sector en de individuele leden dat alle belangen die op de reclamemarkt aanwezig zijn, evenwichtig zijn vertegenwoordigd.

De Raad van Beheer

Elk jaar verkiest de Algemene Vergadering een Raad van Beheer (28 leden) met aan het hoofd een voorzitter. Deze voorzitter wordt bijgestaan door drie ondervoorzitters, die worden verkozen binnen elk van de drie partijen die samen de reclamemarkt vormen. De samenstelling van de Raad van Beheer verandert dus in de loop der jaren. Op het moment dat dit volume werd uitgegeven, was de Raad als volgt samengesteld:

Voorzitter:	Patrick de BORCHGRAVE
Ondervoorzitters:	Christiane DARDENNE Yves DE VOEGHT
Algemeen secretaris:	Wim FRISON
Algemeen schatbewaarder:	Bruno VAN BOUCQ
Beheerders:	Fabienne CLOSE Guy COECK Dominique DE VILLE Wout DOCKX Thierry GEERTS Yves GERARD Philippe HOTTAT Ricus JANSEGGERS Anneleen KEPPENS Christian KEVERS Thierry KEYEN Xavier LAPORTA Michel MABILLE Anne PORTZENHEIM Peter QUAGHEBEUR Michel ROBERT Arnold SCHEERDER

Leen SCHRAMME
Freddy TACHENY
Anne VANDORPE
Marc VANGHEEL
Rosette VAN ROSSEM
Kristine VERHELST

Het Directiecomité, bestaande uit de Voorzitter, de drie Ondervoorzitters, de Algemeen Secretaris en de Schatbewaarder, staat in voor de opvolging en de voorbereiding van de dossiers die men binnen de Raad van Beheer bespreekt. De Raad van Beheer wordt hierin bijgestaan door de Algemeen Directeur.

Het CIM verzamelt twee belangrijke types van gegevens. Enerzijds zijn er de gegevens betreffende de echtverklaring van verspreiding en oplage van de Perstitels. Anderzijds verzamelt het CIM gegevens betreffende het bereik van de meeste Belgische reclamedragers. Voor deze verschillende bereikstudies wordt het lastenboek opgesteld door Technische Commissies (Technische Commissies Plurimedia, Pers, Bioscoop, Televisie, Affichage, Internet en Radio) waarin de drie partijen vertegenwoordigd zijn. De uitvoering van de studies wordt toevertrouwd aan verschillende instellingen. Controle en opvolging ervan gebeurt door de projectleiders die binnen de Permanente Structuur nauw samenwerken met de betrokken Technische Commissies.

Deze methodologie heeft uitsluitend betrekking op de bereikstudies van de Pers en Bioscoop. Een aparte methodologie voor het gedeelte Plurimedia wordt eind oktober 2007 gepubliceerd. De studies Affichage, Audimetrie, Internet en Radio zijn het voorwerp van afzonderlijke publicaties.

Volgende Technische Commissies hebben zich gebogen over de bereikstudies waarvan wij nu de resultaten publiceren:

De Technische Commissie Pers

De Commissie Pers werd opgericht begin 1996. Op het ogenblik dat deze tekst geschreven werd, was de Commissie als volgt samengesteld:

Voorzitter: Bernard COOLS
Leden : Remi BOEL
Anne BORGERS
Dominique CATRY
Fabienne CLOSE
Bart DE PROOST
Bart GUNST
Patrick HERMIE
Francine KENLER
Christian KEVERS
Olivier KREMER
Linda SCHEERLINCK
Bernard SCHERAY
Kris STEVENS
Koen VAN PARIJS

De Technische Commissie Bioscoop

Deze Commissie komt slechts bij gelegenheid samen. Ze is als volgt samengesteld:

Voorzitter:	Christian KEVERS
Leden:	Marina BEESEMANS
	Laura BUSSELOT
	Luc GUEURY
	Nathalie L'HOIR
	Serge PLASCH
	Leen SCHRAMME
	Patrick VAN DIJCK

Binnen het CIM wordt het werk van deze verschillende commissies gecoördineerd door de projectleider Daniëlle SIEGERS die hierbij bijgestaan wordt door Barbara VAN CAUBERGH. De functie van Algemeen Directeur wordt verzekerd door Jean Pascal ROBIÉFROID.

De projectleider en haar assistente staan ook in voor de coördinatie van de samenwerking met de instituten, evenals voor de controle op het veldwerk en de productie van de resultaten. De projectleider en voorzitters van de Technische Commissies nemen regelmatig deel aan vergaderingen van het Directiecomité, waarbij de meest markante punten van de diverse lopende studies besproken worden.

II. Het instituut

Het veldwerk voor de tactische studies Pers en Bioscoop werd toevertrouwd aan TNS Media, F. Rigasquare 30, 1030 Brussel.

TNS Media deed voor het verzamelen van de gegevens beroep op het bedrijf N.I.D., het Nationaal Instituut voor Dataverzameling, F. Rigasquare 30, 1030 Brussel. De opdracht werd toevertrouwd aan:

Martine VAN BALLAER (Algemene supervisie)
Piet VERMEULEN (Verwerking informatica).

TNS Media stond tevens in voor de weging en probabilisering van de bestanden. De volgende mensen namen deze taken voor hun rekening:

Dominique VERCRAEYE (Algemene supervisie)
Jan DRIJVERS (Directie van de studie)
Véronique LOOTENS (Senior Research Executive)
Luc VAN DE MOORTELE (Verwerking informatica).

De resultaten van het "Producten - Attitudes" luik zullen eind oktober 2007 gepubliceerd worden.

III. De softwareleveranciers

De CIM-gegevens worden geïntegreerd in de programma's voor mediaplanning van de verschillende softwareleveranciers. Deze leveranciers kunnen verwerkingen op het geheel of een gedeelte van de gegevens, beschikbaar in de studies, aanbieden. Deze programma's kunnen on line worden geraadpleegd of geïnstalleerd worden bij hun klanten zelf (uitsluitend de CIM -leden die bijdragen tot de financiering hebben toegang tot de gegevens). Het contract met de softleveranciers omvat naast het respecteren van de vertrouwelijkheid van de gegevens ook de verplichting zorg te dragen voor het unieke karakter van de bronnen en de conformiteit in resultaten bij verwerkingen van het type "kruistabellen, rankings en evaluaties" op bereikcijfers of mediaplannen. Dit betekent met andere woorden dat het bereik of het profiel van een reclaimedrager niet mag verschillen naargelang het instituut. Andere soorten multi-dimensionele verwerkingen, zoals factoriële of typologische analyses bijvoorbeeld, kunnen uiteenlopende resultaten opleveren, in functie van de gebruikte werkhypothesen of -methodes.

De volgende instituten wensten softwareleverancier te zijn van de bereikstudies van het CIM die verband houden met deze publicatie:

TNS MEDIA: Trui LANCKRIET, F. Rigasquare 30 te 1030 Brussel. Tel.: 02/240 50 00

IPSOS BELGIUM: Nathalie ROBIN, Waterloo Office Park, Drève Richelle 161 bat.J, te 1410 Waterloo. Tel.: 02/ 642 47 11

ANT RESEARCH: Laurent MOREAU, Opperstraat 96 te 1050 Brussel Tel: 02/675 22 94

IV. Productiehuizen van de CIM-publicaties

Het ontwerp en de uitvoering van de publicaties (via PDF bestanden) werd toevertrouwd aan PASTABAL, Franklin Rooseveltlaan 160, 1050 Brussel.

De realisatie van CIM Trek, de motor van het rekenprogramma, gebeurde door DOUWERE, Petit Bioleux 24, 4122 Plainevaux (Luik).

PASTABAL en DOUWERE stonden ook in voor de informatie die via de website van het CIM (www.cim.be) toegankelijk gesteld wordt voor het grote publiek.

V. De intekenaars op de studies

De financieringswijze, goedgekeurd in april 2006, voorziet dat:

- Alle personeelskosten horen tot de Permanente Structuur;
- De bijdrage van de tussenpersonen is bevroren (index uitgezonderd);
- Een deel van deze bijdrage wordt rechtsreeks toegekend aan het «niet-tactische» luik;
- Het saldo van het «niet-tactische» luik wordt door de media betaald op basis van hun MDB marktaandeel. Men vindt dus deze bedragen terug in het «kosten» gedeelte van het budget van de tactische studie van elk medium. Het «niet-tactische» luik financiert zich gelijktijdig met het tactische luik.;
- Het saldo van de bijdrage van de tussenpersonen (het gedeelte dat niet rechtstreeks toegekend wordt aan het niet-tactische luik) wordt toegekend aan elke tactische studie, naargelang de kosten van deze studie. Met andere woorden, hoe meer een medium, voor zijn tactische studie maar ook voor zijn bijdrage tot het niet-tactische gedeelte, het CIM financiert, hoe groter de dotatie is die dat medium krijgt van de bijdrage van de tussenpersonen in de tactische studies. Men vindt de bedragen terug in het «producten» gedeelte van het budget van de tactische studie van elk medium.

De bereikstudies die in deze publicatie aan bod komen, worden mede gefinancierd door :

MEDIA:

ACKROYD PUBLICATIONS
ATLAS
BE TV
BOOK & MEDIA PUBLISHING

CASCADE
CONCENTRA
CORELIO
DECOM
DEGEL
DELHAIZE
DE NIEUWE OMROEPER
DE PERSGROEP PUBLISHING
DE VLIJT
DE VRIJE PERS
DIMANCHE
DUPEDI
EDITIONS CINE REVUE
EDITIONS DE L'AVENIR
EDITION VENTURES
FNAP MEDIA
G.E.I.E. - LA LIBRE MATCH
HACHETTE FILIPACCHI ASSOCIES
HALEWIJN
HIMALAYA
IPM (Informations et Productions Multimedia)
IP PLURIMEDIA
KOOPJESKRANT - J'ANNONCE
LIGUE DES FAMILLES
MASS TRANSIT MEDIA
MEDIAFIN
MEDIA OFFICE
MEDIA SELLING PLACE
MEDIA-SERVICE
META MEDIA
MINOC BUSINESS PRESS
OUT SOON
PASSE-PARTOUT
PLAY TENNIS
POINT DE VUE
PRESS NEWS
PRODUPRESS
PUBLICARTO
READER'S DIGEST
REGIE NUMBER ONE (GROUPE VLAN)
RMB (Régie Media Belge)
ROULARTA MEDIA GROUP
SANOMA MAGAZINES BELGIUM
S.B.P.P.
SCREENVISION BELGIUM
SCRIPTA
SOCIETE DU FIGARO - LE FIGARO / DECHAMPS-DIFFUSION

SUD PRESSE
TOP SANTE - MONDADORI MAGAZINES FRANCE
TOURING
TVI INTERACTIONS
UNIZO
VAKANTIEGENOEGENS
VIA FRED
VIA ROSSEL
VTB-VAB
V & V PUBLISHING

TUSSENPERSONEN

Media-agentschappen :

AEGIS MEDIA BELGIUM
INITIATIVE MEDIA
MEDIAEDGE : CIA BELGIUM
MEDIA FORCE
MEDIA PLANNING BELGIUM
MINDSHARE
OMD BELGIUM
SCHREINER & VAN BOKKEL
SPACE
UNIVERSAL MEDIA BELGIUM
ZENITH OPTIMÉDIA BELGIUM

Reclameagentschappen :

BELGIAN ADVERTISING (B.Ad.)
DVN
MP & S (REKLAMEADVIESBUREAU INDUS)

Enkel bovenstaande bedrijven hebben toegang tot de bereikcijfers die verband houden met deze publicatie. De softwareleveranciers hebben contractueel gezien niet het recht de gegevens aan derden door te geven. Bovendien zijn de leden van het CIM verplicht omzichtig met de gegevens om te springen en mogen zij deze uitsluitend gebruiken in het kader van hun normale commerciële activiteiten. Instellingen die lid willen worden van het CIM kunnen daartoe alle nodige informatie bekomen bij de Permanente Structuur of onmiddellijk op de website www.cim.be.

Het CIM vertrouwt de publicaties van de afgelopen jaren van de verschillende studies toe aan het GRP Documentatiecentrum Willy CLAEYS, Parklaan 91 te 1190 Brussel. Deze publicaties zijn vooral bestemd voor studenten op zoek naar documentatie.

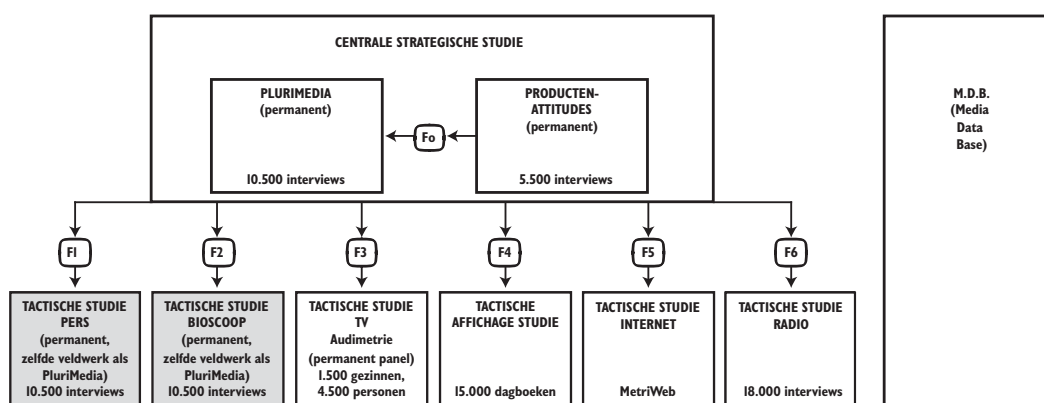
Elk misbruik van de gegevens benadeelt de totaliteit van CIM-partners waardoor deze steeds hogere kosten moeten betalen teneinde de tekorten van de organismen die hun verplichtingen niet nakomen te compenseren. Een deel van de bereikcijfers uit deze studie is tevens beschikbaar op de CIM website (www.cim.be).

Het netwerk van de CIM-Studies

Traditioneel heeft de CIM-studie tot doel het bereik van de verschillende reclamemediën in België te meten en te beschrijven.

De CIM-studie bestaat nu uit een centrale kern, de strategische studie Plurimedia, waaraan zich de verschillende tactische studies, elk gewijd aan een specifiek medium, toevoegen.

Het netwerk van de CIM-studies



2007

Geïnteresseerden kunnen de vragenlijsten van de tactische studies Pers en Bioscoop terugvinden op onze website www.cim.be. Vanaf eind oktober 2007 zal er ook de Plurimedia en Producten Attitudes vragenlijst terug te vinden zijn.

De CIM-studie PMPA of voluit PluriMedia-Producten-Attitudes studie omvat twee onderzoeksluiken die in elkaars verlengde lopen. Het eerste is hoofdzakelijk gewijd aan de Plurimedia en omvat eveneens de tactische studie Pers en de tactische studie Bioscoop. Dit gebeurt via face-to-face interviews bij de respondenten thuis. Het tweede is hoofdzakelijk gewijd aan producten, gewoontes, levensstijl en wordt bij dezelfde respondenten gerealiseerd via een zelf in te vullen vragenlijst.

Sinds juni 2001, werd geopteerd om voor de Producten-Attitudes enquête beroep te doen op een self-completion vragenlijst die door de enquêteur overhandigd wordt op het einde van de "media" enquête; respondenten die deelnamen aan de Plurimedia studie worden ook nu weer op het einde van dit face-to-face interview door de enquêteur verzocht mee te werken aan de Producten-Attitudes enquête. Indien de respondent hiermee instemt, dan wordt de vragenlijst overhandigd met het verzoek deze op een later tijdstip in te vullen en vervolgens terug te sturen naar het bureau dat gelast was met het veldwerk.

Beide studies worden dus bij éénzelfde persoon gerealiseerd. Er dient evenwel op gewezen te worden dat niet alle respondenten bereid zijn om aan dit tweede luik deel te nemen en dat ook niet alle toezeggingen effectief leiden tot het terugsturen van een ingevulde vragenlijst. Een effectieve response-rate van minstens 50% wordt op basis van gerealiseerde tests en de effectieve ervaringen uit vorige jaren vooropgesteld. Dit betekent dat voor ongeveer de helft van de steekproef Plurimedia men over single-source data beschikt gezien alle informatie bij dezelfde persoon wordt verzameld.

Omdat de "plurimedia" vragenlijst en de "Producten-Attitudes vragenlijst een gemeenschappelijk deel hebben bestaande uit fusievragen, is het mogelijk voor respondenten die niet aan het self-completion luik meewerkten, hun antwoorden betreffende "Producten-Attitudes" te reconstrueren.

2007

In deze publicatie komen enkel de resultaten van de tactische studie Pers en de tactische studie Bioscoop aan bod. De densiteitberekeningen (Heavy, Medium, Light) die deel uitmaken van de centrale strategische Plurimedia studie worden pas eind oktober 2007 gepubliceerd, samen met de overige resultaten van de Plurimedia en de Producten-Attitudes studie. De tactische resultaten hebben betrekking bereikcijfers en profielen van titels of titelcombinaties.

Steekproef

Referentie-universum en steekproefverhouding

Het referentie-universum bestaat uit alle individuen (Belgen en buitenlanders) woonachtig in België, van 12 jaar en ouder. De omvang van dit universum wordt bepaald door het ex - Nationaal Instituut voor de Statistiek (NIS), Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie¹.

2007

Op 1 januari 2006 telde België 10 511 382 inwoners, waarvan er 9 100 090 twaalf jaar of ouder waren. Het aantal uiteindelijk bruikbare media-interviews bedroeg 10 434 interviews.

De steekproefverhouding bedraagt $9\ 100\ 090/10\ 434 = 872,1$

Dit betekent dat elke persoon in de steekproef gemiddeld 872 individuen uit het universum vertegenwoordigt.

Verdeling van de steekproef

De interviews dienden in ruimte gespreid te worden over de 43 arrondissementen van België, proportioneel met de bevolking van 12 jaar en ouder die er woonachtig is.

De steekproef diende ook per trimester representatief te zijn.

Methode van steekproeftrekking

Net als vorig jaar werd geopteerd om per geselecteerd invalspunt 8 interviews te realiseren. Brussel CIM vormde hier evenwel een uitzondering op. In deze regio was de regel van 4 interviews per invalspunt van kracht.

De verschillende procedurestappen die gebruikt worden zijn:

I. Spreiding van de interviews in de ruimte

Een eerste geografisch criterium dat gehanteerd wordt, is de spreiding van de interviews over het volledige Belgische grondgebied. Hierbij vertrekt men van de 43 arrondissementen die het Belgische grondgebied telt. Voor de arrondissementen Halle-Vilvoorde, Leuven en Nivelles wordt een onderscheid gemaakt tussen gemeenten die behoren tot Brussels CIM en deze die hiertoe niet behoren. In totaal houdt men dus 43 strata over nl:

- het arrondissement Antwerpen
- het arrondissement Mechelen
- het arrondissement Turnhout
- het arrondissement Brugge
- het arrondissement Diksmuide
- het arrondissement Leper
- het arrondissement Kortrijk
- het arrondissement Oostende
- het arrondissement Roeselaere
- het arrondissement Tielt
- het arrondissement Veurne
- het arrondissement Aalst
- het arrondissement Dendermonde
- het arrondissement Eeklo
- het arrondissement Gent
- het arrondissement Oudenaarde

1. Om gemakkelijker te doen, zullen wij in deze methodologie over INS spreken.

- het arrondissement Sint-Niklaas
- het arrondissement Ath
- het arrondissement Charleroi
- het arrondissement Mons
- het arrondissement Mouscron
- het arrondissement Soignies
- het arrondissement Thuin
- het arrondissement Tournai
- het arrondissement Huy
- het arrondissement Liège
- het arrondissement Verviers
- het arrondissement Waremme
- het arrondissement Hasselt
- het arrondissement Maaseik
- het arrondissement Tongeren
- het arrondissement Arlon
- het arrondissement Bastogne
- het arrondissement Marche-en-Famenne
- het arrondissement Neuchâteau
- het arrondissement Virton
- het arrondissement Dinant
- het arrondissement Namur
- het arrondissement Philippeville
- het arrondissement Halle-Vilvoorde min de gemeenten Beersel, Dilbeek, Drogenbos, Grimbergen, Kraainem, Linkebeek, Machelen, Sint-Genesius-Rode, Sint-Pieters-Leeuw, Vilvoorde, Wemmel, Wezembeek-Oppem en Zaventem die behoren tot Brussel CIM
- het arrondissement Leuven min de gemeente Tervuren die behoort tot Brussel CIM
- het arrondissement Nivelles min de gemeenten Braine-l'Alleud en Waterloo die behoren tot Brussel CIM
- Brussel CIM bestaat uit het arrondissement Brussel Hoofdstad en de gemeenten Beersel, Dilbeek, Drogenbos, Grimbergen, Kraainem, Linkebeek, Machelen, Sint-Genesius-Rode, Sint-Pieters-Leeuw, Vilvoorde, Wemmel, Wezembeek-Oppem, Zaventem, Tervuren, Braine-l'Alleud en Waterloo

Men kent aan elk van de 43 strata een aantal te realiseren interviews toe, in verhouding tot het aantal individuen van 12 jaar en ouder dat er woont. Per arrondissement wordt dit aantal opgedeeld in groepen van 8 interviews.

Voor Brussel CIM worden slechts 4 interviews per invalspunt voorzien.

Op deze wijze bepaalt men voor ieder van de 42 arrondissementen en voor Brussel CIM het nodige aantal invalspunten.

In een tweede fase worden de invalspunten in ieder arrondissement toegewezen aan bepaalde NIS-wijken.

Elk arrondissement bestaat uit verschillende gemeentes, die op hun beurt bestaan uit wijken. Een bestand van het Nationaal Instituut voor de Statistiek groepeerde alle wijken (en dus alle namen van de straten waaruit ze bestaan), samen met de overeenstemmende bevolkingsdichtheid. Dit bestand biedt de mogelijkheid om per invalspunt de wijk te bepalen waar de enquêteur dient te werken.

II. Bepaling van de adressen

De volgende stap in de steekproeftrekking is, de willekeurige trekking van adressen binnen elke geselecteerde wijk.

Hierbij wordt gebruik gemaakt van een up to date bestand met alle Belgische gezinnen, zonder vermelding van naam, maar met adres en gezinssamenstelling.

Dit bestand laat toe een steekproef te trekken op niveau van het individu zodat een personensteekproef (en geen gezinssteekproef) kan gerealiseerd worden.

Alvorens te starten met de toevalselectie van de adressen werden evenwel de adressen die vorig jaar reeds toevallig geselecteerd waren, uit het bestand verwijderd.

III. Bepaling van de te ondervragen persoon

Per te realiseren enquête, beschikt de enquêteur opnieuw over 1 routeblad met daarop 5 adressen. Deze adressen zijn opnieuw niet nominaal maar vermelden wel een geslacht en een leeftijd van de te ondervragen persoon.

De 5 adressen op 1 routeblad bevinden zich uiteraard allemaal in dezelfde NIS wijk en vermelden overwegend telkens éénzelfde geslacht en éénzelfde leeftijdsgroep. Enkel de persoon met overeenstemmend geslacht en leeftijd mag ondervraagd worden en een vervanging door iemand anders (ander geslacht of andere leeftijd) uit het gezin, woonachtig op het geselecteerde adres, is uitgesloten.

De enquêteur mag starten met om het even welk adres op het routeblad en mag alle 5 adressen hierbij één na één proberen. Ook de volgorde waarin de 5 adressen bezocht worden, is volledig vrij.

Het eerste contact gebeurt verplicht door bezoek aan het opgegeven adres maar mag op het even welk moment van de dag gebeuren.

Indien een eerste bezoek aan deze 5 adressen geen enquête oplevert, dan dienen deze adressen die nog bruikbaar zijn (d.w.z. waar niemand thuis was of waar de gewenste persoon afwezig was op het ogenblik van het eerste bezoek) opnieuw gecontacteerd te worden.

Dit tweede contact moet plaats vinden na 17 uur, ofwel door herbezoek, ofwel telefonisch.

Een tweede contact per telefoon is enkel mogelijk indien de enquêteur tijdens zijn eerste bezoek ter plaatse in staat was het telefoonnummer te achterhalen en de telefoon mag dan ook enkel gebruikt worden om een afspraak te maken.

Als de aangeduide persoon aanwezig is en het interview aanvaardt, kan dit meteen plaatsvinden of op een ander moment, gekozen door de te ondervragen persoon. Zo kan de enquêteur ook een afspraak maken indien de aangeduide persoon afwezig is (de deur werd geopend door een ander gezinslid). Als de aangezochte persoon het interview weigert, dient de enquêteur naar een ander adres op het routeblad te gaan.

Er wordt geëist dat voor de enquêtes gerealiseerd van maandag tot en met vrijdag, 35% hiervan ná 17 uur gebeuren. Tijdens het weekend (zaterdag + zondag) en op wettelijke feestdagen mogen de enquêtes gerealiseerd worden op om het even welk uur van de dag.

Opgelet: Deze regel heeft betrekking op het uur waarop de enquête effectief gerealiseerd wordt en niet op het uur waarop het contact of de contacten plaatshebben. Toch moeten de tweede contacten ná 17 uur genomen worden.

Controle over het uur waarop een interview heeft plaatsgehad, is zeer eenvoudig want het tijdstip van interview wordt door de computer geregistreerd. Controleren wanneer een enquêteur een contactpoging met een respondent heeft ondernomen is heel wat minder evident en vaak onmogelijk.

2007

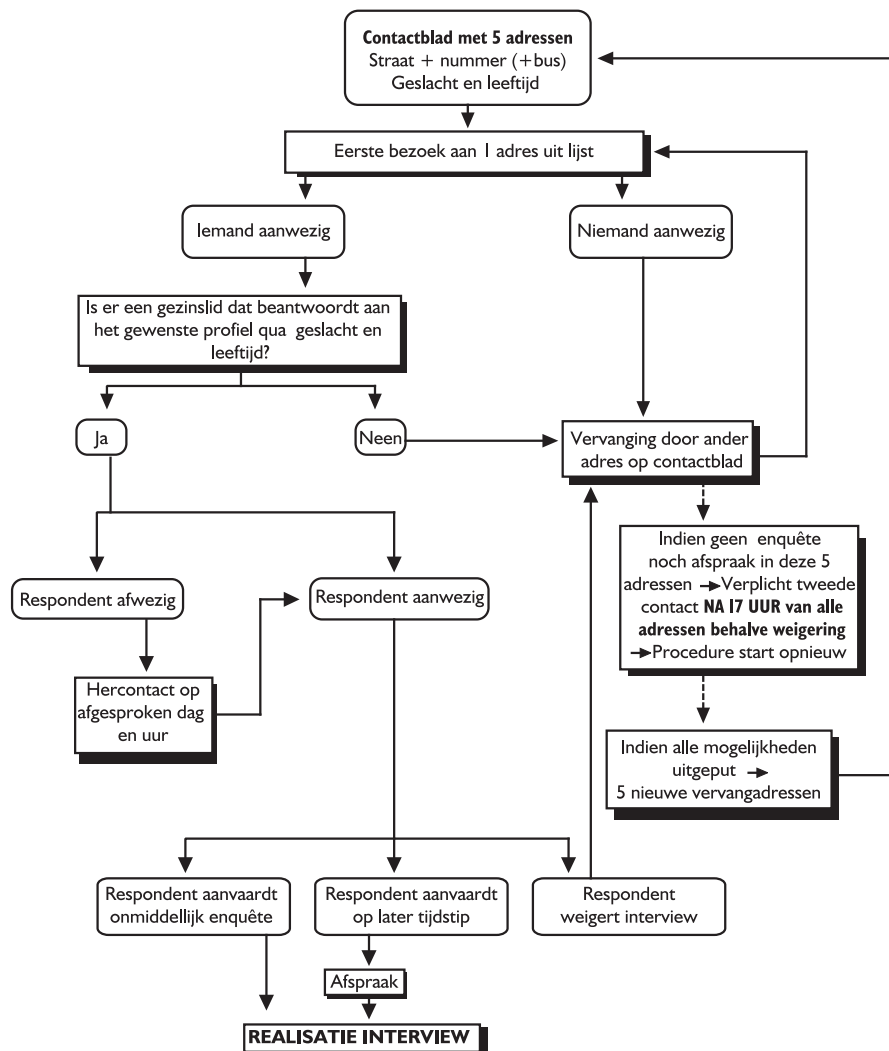
Opnieuw werd door tweetalige enquêteurs gewerkt in New Brussels Cim en in sommige gemeentes van Vlaams Brabant². De tweetaligheid van de enquêteurs die in deze regio's werden ingezet, werd grondig door het CIM gecontroleerd.

IV. De vervangingsadressen

Indien de 5 adressen op het routeblad geen enquête opleveren, dan beschikt de enquêteur over 5 nieuwe vervangadressen (opnieuw gelegen in dezelfde wijk, meestal ook opnieuw met zelfde geslacht en uit dezelfde leeftijdscategorie als de initiële adressen). De te volgen procedure voor de selectie van de respondent begint dan opnieuw van voren af aan en is dus dezelfde als deze die voor de 5 startadressen geldt (cfr. supra).

2. Er werden geen tweetalige enquêteurs meer ingezet in de volgende gemeenten: Aarschot, Begijnendijk, Bekkevoort, Bierbeek, Boortmeerbeek, Boutersem, Diest, Geetbets, Glabbeek, Haacht, Hoegaarden, Holsbeek, Keerbergen, Kortenaeken, Linter, Lubbeek, Oud-Heverlee, Rotselaar, Scherpenheuvel-Zichem, Tielt-Winge, Zoutleeuw, Leuven, Tremelo, Herent en Tienen.

V. Selectieprocedure van de respondent



Correctie van de steekproef

In theorie wordt een aselechte steekproef niet gecorrigeerd, omdat men ervan uitgaat dat ze perfect representatief is voor de bevolking waaruit de steekproef is getrokken.

In de praktijk is een steekproef, ook al is ze bijna aselekt, echter zelden volkomen representatief omdat de enquêteur af te rekenen krijgt met afwezigheden en weigeringen. Bovendien hangt het deelnemingspercentage af van het geslacht van de gecontacteerde persoon, zijn leeftijd, zijn bezigheden, de streek waar hij of zij woont en zijn opinies over marktstudies. Dat zijn allemaal parameters die we niet beheersen bij de samenstelling van een steekproef.

Andere factoren pleiten eveneens voor een correctie van de steekproef: het feit dat ze representatief moet zijn, niet alleen voor de volledige bevolking, maar ook voor de verschillende subcategorieën. En vergeten we ook niet dat we vergelijkingen tussen de opeenvolgende edities van een zelfde studie of tussen verschillende studies over een zelfde onderwerp mogelijk willen maken.

I. Structuur van de bruto steekproef

2007 De gerealiseerde steekproef bevat 10 434 enquêtes. In wat volgt geven we de verdeling die we in deze bruto steekproef vonden voor een aantal sleutelcriteria namelijk geslacht, leeftijd en Nielsen.

Geslacht	
Man	49,2%
Vrouw	50,8%

Leeftijd	
12 tot 14 jaar	4,6%
15 tot 24 jaar	14,0%
25 tot 34 jaar	14,4%
35 tot 44 jaar	17,4%
45 tot 54 jaar	16,7%
55 tot 64 jaar	13,5%
65 jaar en meer	19,5%

Nielsenzone	
Nielsen I	24,5%
Nielsen II	32,2%
Nielsen III	11,0%
Nielsen IV	15,8%
Nielsen V	16,5%

II. Correctiecriteria op basis van de cijfers verstrekt door het NIS

2007 De weerhouden correctiecriteria (nu weliswaar op basis van NIS gegevens omtrent de bevolking op 1 januari 2006) zijn net als vorige jaren :

- Geslacht x leeftijd x provincie (2 x 3 x 11 modaliteiten)
- Geslacht x leeftijd x Nielsen (2 x 15 x 3 modaliteiten)
- Geslacht x Habitat CIM (2 x 11 modaliteiten)

Traditiegetrouw wordt daar ook volgende correctie aan toegevoegd:

- Dag x geslacht x Nielsen (6 x 2 x 2 modaliteiten).
- Dag x Nielsen III (6 x 1 modaliteiten).

Nota: de modaliteiten vertegenwoordigen het aantal waarden dat een variabele kan aannemen. Er zijn er dus twee voor het geslacht, elf voor de provincies, zes voor de dagen van de week (zaterdag en zondag worden samen beschouwd), enz. De Nielsenzones worden gegroepeerd in Nielsen I + Nielsen II en in Nielsen IV + Nielsen V; wat ons twee modaliteiten "Nielsen" oplevert voor het criterium "dag x geslacht x Nielsen". Nielsen III wordt altijd apart beschouwd. Het klein aantal waarnemingen in Nielsen III biedt niet de mogelijkheid de steekproef te corrigeren op het criterium "dag x geslacht x Nielsen", wat de aanwezigheid verklaart van een bijkomend afzonderlijk criterium "dag x Nielsen III".

III. Correctiecriteria buiten het NIS

We beschikken over officiële referentiecijfers vanwege het NIS voor de wegingcriteria die in het vorige punt werden vermeld. Toch heeft onderzoek in het verleden, het belang aangetoond van de socio-professionele criteria voor de waarde van een steekproef. Een steekproef die op dat punt niet representatief is, geeft wel degelijk een scheeftekening in het bestudeerd mediagedrag. De enige informatie die bij het NIS beschikbaar is en die compatibel is met de gebruikelijke definities binnen het CIM en bovendien overeenstemt met de terminologie die ESOMAR gebruikt, is de proportie actieven/niet-actieven per geslacht. Daarom werd besloten de steekproef te corrigeren volgens de procedure die werd beschreven in vorige punt en daarna de proportie actieven/niet-actieven te corrigeren volgens de NIS-cijfers per gewest.

2007

Op 01/01/2006 (laatste beschikbare NIS-referentie op dat gebied) zijn deze cijfers binnen de bevolking van 12 jaar en ouder de volgende:

	Actieven	Niet actieven	Totaal
Nationaal			
Mannen	26,2%	22,4%	48,6%
Vrouwen	20,5%	30,9%	51,4%
Totaal	46,7%	53,3%	100%
Vlaams gewest			
Mannen	27,5%	21,5%	49,0%
Vrouwen	21,8%	29,1%	50,9%
Totaal	49,3%	50,6%	100%
Brussels gewest			
Totaal	42,3%	52,7%	100%
Waals gewest			
Mannen	24,4%	23,6%	48,0%
Vrouwen	18,7%	33,3%	52,0%
Totaal	43,1%	56,9%	100%

Door rekening te houden met de notie "Gewest", luidt de formule :

- Geslacht x beroep x (Vlaams en Waals) gewest (2 x 11 x 2 modaliteiten)
- Beroep x Brussels gewest (11 x 1 modaliteiten).

Het Brussels gewest wordt opnieuw apart beschouwd want omwille van het gering aantal waarnemingen is het niet opportuun de steekproef te corrigeren op het criterium "geslacht x beroep x gewest", wat de aanwezigheid verklaart van de bijkomende afzonderlijke criteria "beroep x Brussels gewest".

De 11 beroepscategorieën waarmee in de weging rekening wordt gehouden zijn de volgende:

Voor de actieven:

- Hoger kader,
- Middenkader,
- Ambachtsman, kleinhandelaar
- Landbouwer,
- Bediende,
- Geschoolde arbeider,
- Ongeschoolde arbeider.

Voor de niet-actieven:

- Huisvrouw of huisman,
- Gepensioneerd,
- Werkloos,
- Student, arbeidsongeschikt en andere.

IV. Distributie van de gewichten

We weten dat de correctie van de steekproef noodzakelijk is, vermits de gerealiseerde steekproef nooit helemaal toevallig is. Alle ondervraagde personen zullen dus niet dezelfde "waarde" hebben; bepaalde respondenten vertegenwoordigen groepen die moeilijker te bereiken vallen (actieve mannen bijvoorbeeld) en zullen dus een groter gewicht dan het gemiddelde toegekend krijgen. Andere mensen, die gemakkelijker te bereiken zijn of eerder toestemmen (vrouwen of mensen die niet werken bijvoorbeeld) zullen minder doorwegen. Aangezien men het geheel van variabelen die individuen van elkaar onderscheiden niet volledig beheerst, is het aangewezen geen al te groot of al te klein gewicht toe te kennen aan een ondervraagde persoon. Het ideale gewicht, indien de steekproef perfect zou zijn, is gelijk aan het steekproefpercentage (of 1 in relatieve termen). Men neemt aan dat de correctie aanvaardbaar is wanneer geen enkel gewicht lager ligt dan 0,4 of hoger dan 3.

2007

Ter informatie volgt hierna de distributie van de gewichten die overeenstemmen met de correctie van de huidige steekproef.

Poids	Effectif absolu	Effectif relatif
(min.) 0,4	5	0,05
0,4	29	0,28
0,5	82	0,79
0,6	288	2,76
0,7	1 101	10,55
0,8	1 943	18,62
0,9	2 188	20,97
1,0	1 839	17,63
1,1	1 389	13,31
1,2	831	7,96
1,3	370	3,55
1,4	207	1,98
1,5	89	0,85
1,6	42	0,40
1,7	10	0,10
1,8	6	0,06
1,9	4	0,04
2,0	5	0,05
2,1	2	0,02
2,2	2	0,02
2,3	1	0,01
2,4	1	0,01
Total	10 434	100

Verloop van de enquête

2007 Het veldwerk van de studie "Pers, Bioscoop, Plurimedia" vond plaats van 1 juni 2006 tot 31 mei 2007. Deze studie omvat 10 434 enquêtes.

Selectie en opleiding van de enquêteurs

2007 Het veldwerk van TNS Media werd uitgevoerd door 97 enquêteurs die voor NID werken. Alle enquêteurs kregen een volledige briefing bij de start van het veldwerk die in nauwe samenwerking met de Permanente Structuur van het CIM tot stand kwam. Een herbriefing werd half januari 2007 (na 7 maanden veldwerk) gehouden. De aanwezigheid van alle enquêteurs was telkens verplicht. De Permanente Structuur heeft de tweetaligheid van de enquêteurs in Brussel CIM en Vlaams Brabant werkten, grondig gecontroleerd.

Interviewmethode

We herhalen hier nog even dat de enquêteurs worden ingezet om via face-to-face interviews bij de respondenten thuis de Pers- en Bioscoop Bereikstudie en een gedeelte van het Plurimedia luik te realiseren. Het enquêtemateriaal dat zij gebruiken bestaat uit een draagbare PC en een pen tablet PC die als tweede scherm fungeert. De kleurenlogo's van de titels en de lijsten met antwoordmogelijkheden (die voor sommige vragen gebruikt worden) worden via dit tweede scherm (op passieve wijze) aan de respondent getoond.

Op het einde van dit face-to-face interview verzoekt de enquêteur de ondervraagde persoon om mee te werken aan de Producten-Attitudes enquête. Indien de respondent hiermee instemt, dan overhandigt de enquêteur de zelf in te vullen vragenlijst aan de ondervraagde persoon.

Controles uitgevoerd door het instituut en door het CIM

I. Controles uitgevoerd door het instituut

Meer dan 40% van de Pers, Bioscoop, Plurimedia enquêtes die face-to-face door de enquêteurs gerealiseerd werden, zijn ook telefonisch gecontroleerd.

2007 Alle enquêteurs werden systematisch gecontroleerd. Op verzoek van de Permanente Structuur werden twijfelachtige enquêteurs volledig gecontroleerd door het betrokken fieldinstituut.

De controlevragen laten toe volgende punten te controleren : tijdstip en duur van het interview, geslacht, leeftijd en taal van de ondervraagde persoon. Tevens worden een aantal vragen gesteld om na te gaan of de enquête wel degelijk heeft plaatsgevonden in de omstandigheden zoals voorgeschreven in de briefing aan de enquêteurs (zoals het gebruik van het tweede computerscherm om logo's en antwoordmogelijkheden te tonen) en om te controleren of de enquêteur inderdaad de zelf in te vullen Producten-Attitudes vragenlijst heeft voorgesteld.

Bovendien werden maandelijks de socio-demografische samenstelling van de steekproeven ("Media" en "Producten" steekproef), de evolutie van de bereikcijfers en de evolutie van het bezit van een aantal goederen geanalyseerd.

Ook de spreiding van de enquêtes over de dagen van de week werd nauwgezet opgevolgd. Het aantal enquêtes gerealiseerd per enquêteur op jaarbasis werd gecontroleerd teneinde het maximum toegelaten aantal van 400 enquêtes per jaar per enquêteur niet te overschrijden.

II. De controles uitgevoerd door het CIM

De Permanente Structuur realiseert haar gebruikelijke controleactiviteiten op basis van bruto bestanden van de enquêtes. Deze controles lopen parallel met deze die het instituut uitoefent.

Hiervan wordt tevens verslag uitgebracht aan de betrokken Technische Commissies.

De meeste controles bestaan uit een vergelijking van de gegevens van de enquêtes, de enquêteurs, de ondervraagde personen of de bestudeerde variabelen enerzijds en de vastgestelde gemiddelden en de gebruikelijke normen anderzijds. Zo is elk nieuw bestand zijn eigen referentie, terwijl het tegelijk toch wordt vergeleken met de vorige bestanden (van dezelfde field en de vorige fields) of met de vooropgestelde doelstellingen (opgelegde quota of NIS-cijfers).

De resultaten hiervan worden tevens maandelijks besproken met TNS en de nodige maatregelen worden telkens bepaald.

2007 Aldus heeft de Permanente Structuur 96 enquêtes verworpen omdat zij niet beantwoordden aan de vooropgestelde kwaliteitscriteria.

Tevens werden een aantal enquêteurs uitgenodigd voor een individuele testenquête met leden van de Permanente Structuur, waarna zij individuele feedback kregen evenals een bijkomende briefing omtrent de vastgestelde problemen.

De Permanente Structuur oefent dus een reële druk uit om een waardevol veldwerk te bekomen. Maar het is tevens zeer belangrijk dat men begrijpt wat er gebeurt om eventuele anomalieën die in de cijfers zouden opduiken, te kunnen begrijpen. Hierbij kan de Permanente Structuur rekenen op een bijna absolute transparantie vanwege het instituut aan wie de realisatie van de studies werd toevertrouwd. De Permanente Structuur wordt haast perfect op de hoogte gehouden van al wat er op de field gebeurt, waardoor het optimaal kan reageren en aldus de betrouwbaarheid van de gepubliceerde gegevens kan garanderen.

Sleutelwaarden van het gerealiseerde veldwerk

I. Verdeling van de enquêtes per provincie en per maand

2007	Provincie	Globale objectief	Gerealiseerde enquêtes
	Antwerpen	1 696	1 702
	Vlaams-Brabant	1 048	1 026
	Waals-Brabant	352	360
	Brussel 19 gemeenten	980	960
	West-Vlaanderen	1 180	1 169
	Oost-Vlaanderen	1 420	1 387
	Henegouwen	1 316	1 284
	Luik	1 048	1 011
	Limburg	816	828
	Luxemburg	248	254
	Namen	456	453
	Totaal	10 560	10 434

2007

De 10 434 enquêtes werden tevens over 4 trimesters verdeeld.

Aldus dienden per trimester 2 625 enquêtes gerealiseerd wat overeenstemt met een gemiddelde van 875 enquêtes per maand.

Begin en einddatum van de trimesters worden op de volgende manier bepaald: trimester 1 start op 1 juni, trimester 2 op 1 september, trimester 3 op 1 december en trimester 4 op 1 maart.

Per maand zijn de "Media" enquêtes als volgt verdeeld:

	Maandelijks objectief	Gerealiseerde enquêtes
Trim. 1: ëZomer'		
Juni 2006	880	863
Juli 2006	880	979
Augustus 2006	880	713
Trim. 2: ëHerfst'		
September 2006	880	934
Oktober 2006	880	879
November 2006	880	750
Trim. 3: ëWinter'		
December 2006	880	742
Januari 2007	880	928
Februari 2007	880	894
Trim. 4: ëLente'		
Maart 2007	880	981
April 2007	880	933
Mei 2007	880	838
Totaal	10 560	10 434

De realiteit van het veldwerk, en dan vooral de beschikbaarheid van de enquêteurs en ondervraagde personen zorgt ervoor dat het vooropgestelde aantal enquêtes niet altijd bereikt wordt.

Vooraf het vinden van tweetalige enquêteurs voor Brussel CIM en Vlaams Brabant stelt een toenemend probleem.

Bovendien worden de enquêteurs in de verstedelijkte gebieden geconfronteerd met een aantal problemen die voor hen eerder ontmoedigend werken zoals: een hoge aanwezigheidsgraad van anderstaligen die noch het Nederlands, noch het Frans machtig zijn, wijken die als 'gevaarlijk' omschreven zijn en/of aldus ervaren worden, parkingproblemen, ontoegankelijkheid van appartementsgebouwen... en vele andere.

2007

De contactprocedure bleef ongewijzigd. Het eerste contact mag op om het even welk moment van de dag gebeuren. 35% van de enquêtes die op een weekday gebeuren moeten na 17 uur plaats vinden.

Bekijken we de 10 434 enquêtes, dan zijn 1 688 hiervan op een zaterdag, een zondag of een wettelijke feestdag gerealiseerd. Van de overige 8 746 enquêtes die op een weekday plaats vonden, startten 2 951 na 17 uur. Dit komt overeen met 33,7% van de enquêtes op een weekday.

II. Gemiddelde duur van de enquêtes en antwoordpercentage

2007

De gemiddelde duur van de CAPI-enquêtes bedraagt 44 minuten. Om de 10 434 enquêtes te realiseren, waren 46 476 adressen nodig en werden 62 374 contacten gerealiseerd. Zie hier de verdeling van de gerealiseerde contacten in functie van het resultaat.

	Field «Media»
Totaal aantal gerealiseerde contacten	62 374
Adres onbestaand	0,9%
Niemand thuis	38,1%
Te ondervragen persoon onbestaand	4,5%
Buiten doelgroep	2,0%
Te ondervragen persoon niet thuis	8,3%
Te ondervragen persoon afwezig gedurende deze periode	2,5%
Te ondervragen persoon had reeds aan een andere enquête deelgenomen	0,3%
Weigering	16,2%
Enquête	16,8%
Afspraak	10,0%
Taalkundige barrière	0,2%
Probleem tweede scherm	0,2%

III. Rang van het adres

2007

Het CIM volgt eveneens de rang van het adres dat de enquêteur gebruikt.

Voor elke te realiseren enquête vertrekt de enquêteur van een lijst met 5 personen, elk woonachtig op een verschillend, vooraf opgegeven adres. De te ondervragen personen worden omschreven in termen van geslacht en leeftijd maar zijn verder volledig anoniem (hun naam is dus niet gekend).

Het eerste adres dat de enquêteur gebruikt heeft rang 1. Indien de enquêteur er niet in slaagt een interview af te nemen met de gewenste persoon op het aangeduide adres, dan selecteert hij een ander adres uit zijn lijst van 5 mogelijkheden. Hoe hoger de rang van het adres, hoe meer adressen de enquêteur heeft bezocht om een persoon uit zijn lijst te vinden.

% interviews afgenomen op adres	Field "Media"
rang 1	23,6%
rang 2	16,4%
rang 3	12,1%
rang 4	8,3%
rang 5	17,0%
rang 6	5,9%
rang 7	3,4%
rang 8	2,6%
rang 9	1,6%
rang 10 en +	9,1%

IV. Rang van het contact

2007

Zoals we reeds aanhaalden, zijn niet alle potentiële respondenten even bereikbaar. Daarom heeft het CIM hernieuwde bezoeken opgelegd. Een steekproef die uitsluitend zou bestaan uit personen gekozen op basis van het eerste contact zou helemaal niet toevallig zijn.

Het CIM heeft dan ook het aantal contacten gevolgd die nodig zijn om een interview te realiseren. Indien een enquêteur bij zijn eerste bezoek aan het eerste adres er in slaagt een enquête te realiseren, dan betreft het hier een contact van rang 1.

Merk op dat er per adres maximum 3 contacten mogelijk zijn.

Ook voor dit gegeven geldt dat hoe hoger de rang van contacten, hoe meer contacten de enquêteur heeft moeten leggen (en vermoedelijk ook hoe meer adressen hij heeft moeten bezoeken) alvorens hij erin slaagde een enquête te realiseren.

Rang van het contact	Field "Media"
rang 1	14,9%
rang 2	18,2%
rang 3	12,8%
rang 4	8,9%
rang 5	7,1%
rang 6	7,9%
rang 7	5,1%
rang 8	3,6%
rang 9	3,0%
rang 10 en +	18,5%

Zo stelt men vast dat mannen moeilijker bereikbaar zijn dan vrouwen, actieven moeilijker dan inactieven.

De moeilijker te bereiken personen hebben de neiging meer titels te citeren, of het nu gaat om titels die ze hebben gelezen de laatste maanden of tijdens de referentieperiode. Hetzelfde geldt voor de bioscoopbezoekers. Onze enige bedoeling hier is het belang van herhaalde bezoeken te onderstrepen om zo de representativiteit van de steekproef te vrijwaren.

Uit bovenstaande cijfers blijkt dat men gemiddeld 4,2 adressen bezoekt en hierbij 6 contacten nodig zijn, om tot één enquête te komen.

V. Verdeling van de «Media» enquêtes per genoemde dag

2007

Deze variabele maakt deel uit van de correctieprocedure. We herhalen dat dit niet via quota kan worden opgelegd, aangezien de te ondervragen persoon vrij is om een afspraak te maken. Indien deze verdeling perfect zou zijn, zouden elke dag 16,67% enquêtes moeten worden afgenomen. Interviews realiseren op zondag blijkt uiterst moeilijk. Het grootste gedeelte van de enquêtes die tijdens het weekend plaatsvinden, gebeuren dus op zaterdag. Toch is het niet verboden op zondag af te spreken. De verdeling van de interviews over de diverse dagen was als volgt:

Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	WE
17,3%	16,3%	19,2%	16,4%	14,6%	16,2%

Jaar op jaar blijkt een gelijke verdeling over de diverse dagen moeilijker te worden. Het instituut dat instaat voor de realisatie van het veldwerk stelt dat dit vooral veroorzaakt wordt door de respondent zelf, omdat deze een afspraak kan maken met de enquêteur op een tijdstip dat deze eerste het best uitkomt. Dit maakt dat sommige dagen bevoordeeld worden ten koste van andere.

Dankzij een bonus- en premiesysteem dat door het instituut werd ingevoerd, werd dit jaar een meer evenwichtige verdeling bekomen.

De toegang tot de gegevens

Zoals vorige jaren onderscheiden we drie niveaus in de toegang tot de CIM-gegevens die via een password op de website van het CIM ter beschikking van de inschrijvers worden gesteld.

Het betreft hier:

- CIM Trek, de sorteermodule die tevens via de CIM-website toegankelijk is voor de inschrijvers ;
- de CIM-fiche die in het PDF-bestand terug te vinden is ;
- en exploitatie via de softwareleveranciers.

We zullen elk van deze niveaus van naderbij bekijken. Ter herinnering: de CIM-gegevens zijn uitsluitend toegankelijk voor de CIM-leden die tot de financiering hebben bijgedragen. Uiteraard mogen ze deze gegevens gebruiken voor commerciële doeleinden, maar ze mogen ze niet gratis of tegen betaling doorgeven aan anderen dan hun rechtstreekse klanten.

De publicaties

I. CIM Trek

Men mag niet uit het oog verliezen dat het de belangrijkste drager van de CIM-publicaties is. Om CIM Trek te verwezenlijken werd rekening gehouden met alle noden van de gebruikers. Dankzij het programma voor gegevensvergarung kan men met een gering aantal handelingen bestaande fiches afdrukken, andere fiches voor bepaalde sub-universa printen of nieuwe fiches opstellen. Bovendien bevat CIM Trek talrijke hyperlinks naar de meeste gebruikte criteria.

CIM Trek is drietalig (Nederlands, Frans, Engels). De gebruiker kan op ieder moment van de ene taal naar de andere overschakelen en vindt er alle gegevens terug die traditioneel op de CIM-fiche staan. Het is dus op CIM Trek dat we ook alle gegevens vinden over het gezin van de ondervraagde persoon. Bepaalde informatie (zoals bijvoorbeeld de leeftijd) wordt opgesplitst in kleinere eenheden. Andere gegevens, zoals de sociale groepen, worden zowel in detail gegeven als in de meest courante hergroeperingen.

Voor elke titel laat CIM Trek de keuze tussen een nationale fiche (die betrekking heeft op het volledige universum) en een linguïstische fiche (gefilterd op de taal van de respondent in de vragenlijst). Een eentalige titel (of combinatie van titels) kunnen we dus definiëren ten opzichte van de volledige Belgische bevolking en ten opzichte van zijn natuurlijke potentiële lezersgroep (op voorwaarde dat men over minstens 50 observaties LLP beschikt).

Bovendien biedt CIM Trek een hele reeks fiches die betrekking hebben op titelcombinaties, die overeenkomen met reële tarifaire eenheden. Deze fiches zijn ontdaan van overlappingen en betreffen dus het netto bereik van de betrokken titels.

CIM Trek biedt ook de mogelijkheid om gepersonaliseerde tabellen op te stellen door het filteren van de gewenste gegevens volgens verschillende, door de gebruiker vastgelegde, criteria (draggers of combinaties van draggers, socio-demografische variabelen en sub-universa). Deze selecties kunnen dan naar om het even welke andere computertoepassing, rekenblad of tekstverwerking worden geëxporteerd.

2007

CIM Trek is grondig gewijzigd teneinde de gebruiksvriendelijkheid ervan te verhogen. Zo werd gekozen voor een nieuwe lay-out en een "search"-systeem dat de snelheid bij het opzoeken van informatie verhoogt. Bovendien werd, gezien de vertrouwelijkheid van de gegevens, een watermerk aangebracht in de PDF versie van de fiches.

II. De CIM-fiche

Wij herinneren eraan dat de CIM-fiche vooral handelt over de ondervraagde persoon. De beschouwde criteria bleven ongewijzigd behouden ten opzichte van vorige publicatie.

Het spreekt voor zich dat al deze gegevens zich in extenso op CIM Trek bevinden. De CIM-fiche, die in PDF-formaat gepubliceerd wordt, is in het Engels opgesteld.

De exploitatie van de gegevens door de softwareleveranciers

Het CIM heeft besloten de exploitatie van zijn gegevens aan 3 softwareleveranciers toe te vertrouwen. De gebruikers zijn dus vrij om één of meer bevoorrechte gesprekspartners te kiezen met de zekerheid dat ze quasi identieke cijfers zullen verkrijgen voor wat we de basisbewerkingen noemen (Ranking, Cross en Eval). Dit principe van gelijkheid van bronnen en gelijkheid van resultaten geldt niet voor de complexere bewerkingen (complexe groeperingen van titels, segmenteringen, typologische analyses, discriminant-analyses, enz.).

Hierbij de lijst van de leveranciers:

Leverancier	Adres	Telefoon	Contact
TNS MEDIA	F. Rigasquare 30 1030 Brussel	02/240 50 00	Trui LANCKRIET
IPSOS BELGIUM	Drève Richelle 161 bat.J. 1410 Waterloo.	02/642 47 11	Nathalie ROBIN
ANT RESEARCH	Opperstraat 96 1050 Brussel	02/675 22 94	Laurent MOREAU

De socio-demografische variabelen

Deze variabelen kan men onderverdelen in twee soorten: bepaalde criteria zijn het rechtstreekse gevolg van de gestelde vragen, zoals de leeftijd, het geslacht of het beroep van de ondervraagde persoon. Andere zijn het resultaat van verwerkingen die werden uitgevoerd op basis van elementaire gegevens, zoals de sociale groepen, de woonplaatsen of de levensfasen (« life stages »).

Voor heel wat van deze socio-demografische variabelen worden de antwoordmogelijkheden op het tweede scherm aan de respondent aangeboden en dient hij/zij het meest geschikte antwoord hieruit te kiezen.

Het geslacht en het begrip VVA

Dit criterium, dat drie modaliteiten omvat (mannen, vrouwen, VVA), wordt altijd met alle andere gekruist.

VVA staat voor Voornaamste Verantwoordelijke voor Aankopen. Ervaren enquêteurs zijn met dit begrip sterk vertrouwd omdat het vaak als selectiecriteria geldt bij de realisatie van ad hoc enquêtes voor fast moving consumergoods.

Het begrip VVA wordt omschreven als “het gezinslid dat het vaakst verantwoordelijk is voor de keuze van de merken voor voedingsproducten, courante dranken en onderhoudsproducten voor het gezin.”

In theorie zou er per gezin slechts één VVA mogen zijn. De mogelijkheid wordt evenwel geboden meer dan één VVA per gezin aan te duiden.

Het begrip VVI

Sinds de publicatie van 1998/1999 is het begrip gezinshoofd vervangen door het begrip VVI of Voornaamste Verantwoordelijke Inkomen.

Als Voornaamste Verantwoordelijke voor het Inkomen geldt het gezinslid dat beschikt over het hoogste netto-inkomen.

Leeftijd van de ondervraagde persoon

De leeftijd is uiteraard een continu gegeven. De softwareleveranciers zijn vrij om de leeftijdsgroepen voor te stellen die zij wensen. De CIM-fiche bevat de volgende klassen:

- Van 12 tot 14 jaar
- van 15 tot 24 jaar
- van 25 tot 34 jaar
- van 35 tot 44 jaar
- van 45 tot 54 jaar
- van 55 tot 64 jaar
- 65 jaar en ouder
- 15 jaar en ouder
- van 18 tot 44 jaar

CIM Trek bevat de volgende klassen:

- Van 12 tot 14 jaar
- van 15 tot 20 jaar
- van 21 tot 24 jaar
- van 25 tot 29 jaar
- van 30 tot 34 jaar
- van 35 tot 39 jaar
- van 40 tot 44 jaar
- van 45 tot 49 jaar
- van 50 tot 54 jaar
- van 55 tot 59 jaar
- van 60 tot 64 jaar
- 65 jaar en ouder
- 15 jaar en ouder
- van 18 tot 44 jaar
- van 18 tot 54 jaar

Beroep van de ondervraagde persoon

Voor dit criterium werd er rekening gehouden met de verschillende categorieën die ESOMAR aanbeveelt. Hoe gefundeerd deze categorieën ook zijn, ze bieden ons niet de mogelijkheid om de NIS-normen te gebruiken, omdat die jammer genoeg niet naar dezelfde categorieën verwijzen. De enige vergelijkbare waarde wordt gevormd door de verhouding tussen actieve en niet-actieve bevolking. Deze verhouding is zowel op de CIM-fiche als op CIM Trek aangeduid.

Beschikbaar bij softwareleveranciers		Vermeld op de CIM-fiche en toegankelijk via CIM Trek
A Zelfstandige		
1	Landbouwer (klein) - 15 ha	Ambachtsman, kleinhandelaar, landbouwer
2	Landbouwer (groot) 15 ha en meer	Ambachtsman, kleinhandelaar, landbouwer
3	Ambachtsman, handelaar met 5 werknemers of minder	Ambachtsman, kleinhandelaar, landbouwer
4	Industrieel, groothandelaar met 6 werknemers of meer	Hoger kader
5	Vrij beroep	Hoger kader
B Bediende (openbare of privé-sector)		
6	Lid van de algemene directie, hoger kaderlid verantwoordelijk voor 5 werknemers of minder	Hoger kader
7	Lid van de algemene directie, hoger kaderlid verantwoordelijk voor 6 tot 10 werknemers	Hoger kader
8	Lid van de algemene directie, hoger kaderlid verantwoordelijk voor 11 werknemers of meer	Hoger kader
9	Middenkader, geen lid is van de algemene directie, verantwoordelijk voor 5 werknemers of minder	Middenkader
10	Middenkader, geen lid is van de algemene directie, verantwoordelijk voor 6 werknemers of meer	Middenkader
11	Andere bediende die hoofdzakelijk kantoorwerk uitvoert	Bediende
12	Andere bediende die geen kantoorwerk uitvoert	Bediende
C Arbeider (openbare of privé-sector)		
13	Geschoold arbeider	Arbeider
14	Niet-geschoold arbeider	Arbeider
D Geen beroepsactiviteit		
15	In prepensioen	Gepensioneerde
16	Gepensioneerde	Gepensioneerde
17	Scholier/Student / in opleiding	Student
18	Huisman of huisvrouw	Huisvrouw
19	Werkloos	Werkloos
20	Andere	Andere persoon zonder beroepsactiviteit
21	Arbeidsongeschikt	Andere persoon zonder beroepsactiviteit

Beroepsstatuut van de ondervraagde persoon

Aan de bedienden en de arbeiders vraagt de enquêteur tevens of hij/zij werkzaam is in de privé sector dan wel in de openbare sector.

In CIM Trek komen qua beroepsstatuut volgende 4 groepen voor:

- Zelfstandige
- Loontrekkende in privé sector
- Loontrekkende in openbare sector
- Zonder beroepsactiviteit.

Opleidingsniveau van de ondervraagde persoon

Deze informatie is beschikbaar bij de softwareleveranciers en staat volledig vermeld op CIM Trek. Ze wordt samengevat op de CIM-fiche.

Ze heeft betrekking op het hoogste diploma dat de ondervraagde persoon heeft behaald. Een licentiaat in Economische Wetenschappen die via avondschool een graduaat heeft behaald, wordt ondergebracht in de categorie "hogere universitair onderwijs" ook al is het laatste diploma dat hij heeft behaald van niet-universitair niveau.

De respondent kan kiezen uit 13 antwoordmogelijkheden.

Opleidingsniveau	Samenvoegingen gebruikt op de CIM-fiche
zonder diploma of lager onderwijs	lager onderwijs en lager secundair onderwijs
lager secundair onderwijs, algemeen (3 eerste jaren)	lager onderwijs en lager secundair onderwijs
lager secundair onderwijs, technisch, artistiek of beroeps (3 eerste jaren)	lager onderwijs en lager secundair onderwijs
hogere secundair onderwijs, algemeen (3 laatste jaren)	hogere secundair onderwijs
hogere secundair onderwijs, technisch (3 laatste jaren)	hogere secundair onderwijs
hogere secundair onderwijs, artistiek (3 laatste jaren)	hogere secundair onderwijs
hogere secundair onderwijs, beroeps (3 laatste jaren)	hogere secundair onderwijs
postsecundair, niet hoger onderwijs	hogere secundair onderwijs
hogere niet-universitair van het korte type	hogere niet-universitair en hogere universitair onderwijs
hogere niet-universitair van het lange type	hogere niet-universitair en hogere universitair onderwijs
hogere universitair onderwijs	hogere niet-universitair en hogere universitair onderwijs
hogere universitair onderwijs met aanvullend diploma	hogere niet-universitair en hogere universitair onderwijs
doctoraat met thesis	hogere niet-universitair en hogere universitair onderwijs

Leeftijd van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen

Dit gegeven staat niet op de CIM-fiche, maar wel op CIM Trek volgens dezelfde samenvoegingen als de leeftijd van de ondervraagde persoon. De softwareleveranciers zijn vrij om de samenvoegingen voor te stellen die ze wensen voor het criterium leeftijd.

Beroep van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen

Dit gegeven staat niet op de CIM-fiche. Het is beschikbaar bij de softwareleveranciers en op CIM Trek volgens dezelfde samenvoegingen als bij het beroep van de ondervraagde persoon.

Let op: de werkloze voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen wordt meegeteld als werkloze en er wordt geen rekening gehouden met zijn vorig beroep.

Beroepsstatuut van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen

Dit gegeven staat niet op de CIM-fiche. Het is beschikbaar bij de softwareleveranciers en op CIM Trek volgens dezelfde samenvoegingen als bij het beroepsstatuut van de ondervraagde persoon.

Opleidingsniveau van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen

Dit gegeven staat niet op de CIM-fiche. Het is beschikbaar bij de softwareleveranciers en op CIM Trek volgens dezelfde samenvoegingen als bij het opleidingsniveau van de ondervraagde persoon.

De sociale groepen

De bepaling van de sociale groepen gebeurt op basis van een ratio berekend op het beroep van de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen en zijn opleidingsniveau. De bevolking wordt gerangschikt in functie van de waarde die de combinatie van deze twee variabelen oplevert (zie onderstaande tabellen) om vervolgens opgedeeld te worden in acht ongeveer gelijke groepen ó ongeveer, omdat we de individuen niet in stukjes kunnen hakken. De groep die overeenstemt met het gebied van de hoogste waarden (en bijgevolg het hoogste professionele en/of opleidingsniveau) wordt "groep 1" genoemd terwijl groep 8 de groep is die overeenstemt met de laagste waarden.

I. Toekennen van de punten

In de tabel hieronder vindt u de waarden die worden toegekend voor elk van de onderdelen van het opleidingsniveau en het professionele niveau van de voornaamste verantwoordelijke van het inkomen.

Voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen	
Opleidingsniveau	
Zonder diploma en lager onderwijs	10
lager secundair onderwijs, algemeen (3 eerste jaren)	35
lager secundair onderwijs, technisch, artistiek of beroeps (3 eerste jaren)	25
hoger secundair onderwijs, algemeen (3 laatste jaren)	50
hoger secundair onderwijs, technisch (3 laatste jaren)	45
hoger secundair onderwijs, artistiek (3 laatste jaren)	45
hoger secundair onderwijs, beroeps (3 laatste jaren)	40
postsecundair, niet hoger onderwijs	65
hoger niet-universitair van het korte type	75
hoger niet-universitair van het lange type	80
hoger universitair onderwijs	85
hoger universitair onderwijs met aanvullend diploma	90
doctoraat met thesis	100

Huidig beroep	
A. Zelfstandige	
Landbouwer (klein) - 15 ha	40
Landbouwer (groot) 15 ha en meer	50
Ambachtsman, handelaar met 5 werknemers of minder	70
Industrieel, groothandelaar met 6 werknemers of meer	90
Vrij beroep	100
B. Bediende (openbare of privé-sector)	
Lid van de algemene directie, hoger kaderlid verantwoordelijk voor 5 werknemers of minder	80
Lid van de algemene directie, hoger kaderlid verantwoordelijk voor 6 tot 10 werknemers	90
Lid van de algemene directie, hoger kaderlid verantwoordelijk voor 11 werknemers of meer	100
Middenkader, verantwoordelijk voor 5 werknemers of minder	70
Middenkader, verantwoordelijk voor 6 werknemers of meer	75
Andere bediende die hoofdzakelijk kantoorwerk uitvoert (vb. secretaresses, assistenten,...)	65
Andere bediende die geen kantoorwerk uitvoert (vb. verpleegsters, onderwijzers, politiemannen,...)	60
C. Arbeider (openbare of privé-sector)	
Geschoold arbeider	50
Niet-geschoold arbeider	25
D. Geen beroepsactiviteit	
In prepensioen	75% van het gewicht van het laatst uitgevoerde beroep
Gepensioneerde	60% van het gewicht van het laatst uitgevoerde beroep
Scholier/Student / in opleiding	10
Huisman of huisvrouw	10
Werkloos	60% van het gewicht van het laatst uitgevoerde beroep
Arbeidsongeschikt	10
Andere	50

Iemand die een diploma lagere school heeft behaald en die als politiemann werkt, krijgt dus een waarde van $10 \times 60 = 600$ punten, een gepensioneerd advocaat een waarde van $85 \times 100 \times 0,60 = 5100$ punten. Alle respondenten worden gerangschikt in dalende orde vooraleer ze in 8 ongeveer gelijke groepen worden onderverdeeld.

II. Waarden van de klassengrenzen en verdeling van de aantallen

2007

Hier vindt u de klassengrenzen die dit jaar de groepen van elkaar scheiden.

Groep	Grenswaarden 2006-2007	%
Groep 1	5 400 - 10 000	12,1%
Groep 2	4 080 - 5 250	14,1%
Groep 3	2 880 - 4 050	13,1%
Groep 4	2 250 - 2 812,5	13,0%
Groep 5	1 500 - 2 193,75	11,9%
Groep 6	800 - 1 470	11,5%
Groep 7	350 - 750	11,7%
Groep 8	60 - 300	12,2%
weet niet/geen antwoord		0,5%

Omvang van het gezin

Dit is een continu gegeven dat de softwareleveranciers vrij mogen gebruiken. Voor de publicatie (uitsluitend op CIM Trek) wordt er rekening gehouden met de volgende categorieën:

- 1 persoon
- 2 personen
- 3 personen
- 4 personen en meer.

Wij herinneren er aan dat alvorens de toevalselectie van de adressen te starten, de adressen die vorig jaar reeds toevallig geselecteerd waren, uit het bestand verwijderd worden. Deze procedure werkt evenwel vooral ten nadele van de grote gezinnen.

Aanwezigheid van kinderen jonger dan 15 jaar

Het gaat hier om de eventuele aanwezigheid van kinderen die ten laste zijn van het gezin waarin de ondervraagde persoon woont.

Er wordt gewerkt met de volgende categorieën:

- gezinnen met 1 kind jonger dan 15 jaar
- gezinnen met 2 kinderen jonger dan 15 jaar
- gezinnen met 3 en meer kinderen jonger dan 15 jaar
- gezinnen met kinderen jonger dan 15 jaar
- gezinnen zonder kinderen jonger dan 15 jaar.

Deze informatie is opgenomen op CIM Trek en ze is ook beschikbaar bij de softwareleveranciers. Op de CIM-fiche hebben we gewoon het profiel aangeduid van de ondervraagde personen die behoren tot een gezin waar één of meer kinderen jonger dan 15 jaar wonen.

Leeftijd van de kinderen binnen het gezin

In deze rubriek vinden we het profiel van de personen die wonen in een gezin met kinderen jonger dan 15 jaar. Deze gezinnen werden gegroepeerd volgens de leeftijd van de aanwezige kinderen.

Let op: we mogen deze cijfers niet optellen, omdat het niet gaat om afzonderlijke klassen: een zelfde gezin kan kinderen uit verschillende leeftijdsklassen tellen.

Bij de softwareleveranciers zijn volgende categorieën beschikbaar:

- kinderen van minder dan 1 jaar
- kinderen van 1 jaar
- kinderen van 2 jaar
- kinderen van 3-4 jaar
- kinderen van 5-6 jaar
- kinderen van 7-12 jaar
- kinderen van 13-14 jaar.

CIM Trek geeft de volgende indeling:

- kinderen van minder dan 2 jaar
- kinderen van minder dan 3 jaar
- kinderen van 2 tot 6 jaar
- kinderen van minder dan 7 jaar
- kinderen van 7 tot 12 jaar
- kinderen van 13 tot 14 jaar.

Deze informatie staat niet vermeld op de CIM-fiche.

Aanwezigheid van kleinkinderen

De gestelde vraag is bedoeld om na te gaan of de ondervraagde persoon grootvader of grootmoeder is. Deze informatie staat niet vermeld op de CIM-fiche.

Deze vraag werd aan de vragenlijst toegevoegd op specifiek verzoek van de markt. De seniorenmarkt blijkt immers steeds groter te worden en deze expansie hangt samen met de aanwezigheid van kleinkinderen.

Leeftijd van de kleinkinderen

Deze informatie is alleen beschikbaar via CIM Trek of bij de softwareleveranciers.

Levensfasen – Life Stages

We herhalen dat de referentiepersoon wel degelijk de ondervraagde persoon is.

Life Stages	Leeftijd OP	Omvang gezin	Kinderen 0-11	Kinderen 12-17
Life Stage 1	19<35 jaar niet-actief	>1 persoon	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald
	Alle 12-18 jarigen	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald
Life Stage 2	<35 jaar	1 persoon	Neen	Neen
Life Stage 3	<35 jaar	2 personen	Neen	Neen
Life Stage 4	<60 jaar	Niet nader bepaald	Ja	Neen
Life Stage 5	<60 jaar	Niet nader bepaald	Neen	Ja
Life Stage 6	<60 jaar	Niet nader bepaald	Ja	Ja
Life Stage 7	35-49 jaar	Niet nader bepaald	Neen	Neen
Life Stage 8	50-59 jaar	Niet nader bepaald	Neen	Neen
Life Stage 9	60-74 jaar	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald
Life Stage 10	75+	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald	Niet nader bepaald

Een elfde categorie herneemt diegenen die men niet kan rangschikken.

Verdeling 2006-2007 van de respondenten op basis van de Life Stages

2007 Ter informatie volgt hierna de verdeling van de steekproef in functie van de Life Stages.

Life Stages	Relatief aantal «Media» 2006-2007
Life Stage 1	14,3%
Life Stage 2	2,3%
Life Stage 3	3,7%
Life Stage 4	15,3%
Life Stage 5	7,5%
Life Stage 6	4,9%
Life Stage 7	9,2%
Life Stage 8	13,5%
Life Stage 9	16,0%
Life Stage 10	9,4%
Life Stage 11	3,9%

Nielsen Regio's

Dit criterium werd niet gewijzigd in vergelijking met voorgaande edities.

De Brusselse agglomeratie volgens de Nielsen-definitie stemt niet overeen met de NIS-definitie, maar met een definitie die courant in de marketing wordt gebruikt. Op verzoek van de markt is de regio Nielsen III opgesplitst in een Nederlandstalig en een Franstalig gedeelte. Het gebruikte criterium hierbij is de taal die de ondervraagde persoon gewoonlijk thuis spreekt.

Ter herinnering: de Nielsen-regio's stemmen overeen met de volgende grondgebieden:

REGIO I	De provincies Oost - en West-Vlaanderen
REGIO II	De provincies Antwerpen en Limburg; de provincie Vlaams-Brabant met uitzondering van de Brusselse agglomeratie (30 gemeenten)
REGIO III	De Brusselse agglomeratie (30 gemeenten)
REGIO IV	De provincies Henegouwen en Waals-Brabant (arrondissement Nijvel)
REGIO V	De provincies Luik, Namen en Luxemburg

Deze informatie staat vermeld op de CIM-fiche, op CIM Trek en is toegankelijk bij de softwareleveranciers.

Provincies

De definitie van de provincie stemt overeen met deze die gehanteerd wordt door het NIS. De provincie Vlaams-Brabant omvat dus ook de 11 gemeenten die deel uitmaken van Nielsen III (Brussel 30). Brussel omvat enkel de 19 gemeenten die behoren tot het Hoofdstedelijk Gewest.

CIM Woonplaats

I. New habitat CIM

Hierbij worden volgende klassen weerhouden :

Op de CIM-fiche en op CIM Trek :

- New Antwerpen CIM
- New Gent CIM
- New Brussel CIM
- New Luik CIM
- New Charleroi CIM
- New CIM steden Vlaanderen (n = 30)
- New CIM steden Wallonië (n = 13)
- New CIM stedelijk Totaal (n = 48)
- New niet stedelijk CIM Vlaanderen
- New niet stedelijk CIM Wallonië

Op CIM Trek :

- New 5 grote centra CIM
(wat de som is van New Antwerpen, Gent, Brussel, Luik en Charleroi CIM)
- New 43 CIM steden
(wat de som is van New CIM steden Vlaanderen (n = 30) en New CIM steden Wallonië (n = 13))
- New niet stedelijk CIM
(wat de som is van New kleine CIM lokaliteiten Vlaanderen en Wallonië en New landelijke CIM gemeenten Vlaanderen en Wallonië)
- New kleine CIM lokaliteiten Vlaanderen
- New kleine CIM lokaliteiten Wallonië
- New landelijke CIM gemeenten Vlaanderen
- New landelijke CIM gemeenten Wallonië

In CIM Trek worden de "New 43 CIM Steden" opgesplitst in "16 Regionale Steden" en "27 Kleine Steden A". Vermelden we ten slotte volledigheidshalve dat het criterium New Habitat CIM gebruikt werd voor de weging van de steekproef.

Op het einde van dit rapport wordt in bijlage 1 voor dit New Habitat CIM criterium de volledige lijst van bijhorende gemeenten gegeven.

II. New CIM Inwoner

De CIM-fiche en CIM Trek vermelden volgende klassen:

- New CIM Kernstad
- New CIM Randstad
- New CIM Buitenwijk
- New CIM Slaapstad
- New Andere CIM gemeenten

Op het einde van dit rapport wordt in bijlage 2 voor dit New CIM Inwoner criterium de volledige lijst van bijhorende gemeenten gegeven.

III. Slotbemerking

De Permanente Structuur van het CIM heeft een bestand samengesteld waarin beide opdelingen rechtstreeks met de diverse postcodes van België worden gelinkt. Het CIM stelt dit bestand voor iedereen toegankelijk.

Het volstaat hiertoe een aanvraag via E-mail te sturen naar info@cim.be

Bij de softwareleveranciers kunnen nog steeds verwerkingen gevraagd worden waarbij de selectie van de doelgroep gebeurt op basis van postcodes.

Taal in het gezin

Het betreft hier de taal die de ondervraagde persoon gewoonlijk thuis in het gezin spreekt.

Dit criterium omvat volgende mogelijkheden:

Nederlands

Frans

Indien de gebruikelijke taal in het gezin noch het Nederlands, noch het Frans is, dan wordt de taal waarin de CAPI (Computer Aided Personal Interview) vragenlijst werd afgenomen, in beschouwing genomen.

Noteer dat deze variabele op CIM Trek tevens als filter fungeert indien men resultaten voor 1 van beide deelbevolkingen wenst te bestuderen.

De Pers

De logo's

De kleurenlogo's van de titels worden via het tweede scherm (pen tablet) op passieve wijze aan de respondent aangeboden. De logo's op het tweede scherm verschijnen in alfabetische volgorde maar binnen deze alfabetische volgorde wijzigt het startpunt bij elk interview.

Op elk logo wordt bovenaan duidelijk de taal vermeld van de betrokken titel. Dit teneinde verwarring te vermijden tussen gelijknamige titels die in een Nederlandstalige en een Franstalige versie verschijnen (bijvoorbeeld Grande Franstalig en Grande Nederlandstalig).



2007

We kunnen het belang van de logo's niet genoeg benadrukken. Daarom is er een reglement betreffende de levering van logo's, dat vanaf dit jaar geïntegreerd werd in het reglement "Reglementair kader voor deelname, levering van logo's, publicatie en financiële voorwaarden" (terug te vinden op onze website <http://www.cim.be/audi/nl/r.html>). Dit nieuwe reglement voorziet tevens dat het getoonde logo moet overeenstemmen met het logo dat in minimum 75% van de gevallen ook effectief gepubliceerd werd.

Dankzij deze logo's zal de ondervraagde persoon zich gemakkelijker herinneren of hij het blad heeft "gelezen, doorkeken of doorbladerd", ook al is het lang geleden of ook al is de respondent slechts een occasionele lezer. Bovendien bieden de logo's de mogelijkheid de titels die op elkaar gelijken te onderscheiden. Denken we bijvoorbeeld maar aan bepaalde televisiebladen of magazines over binnenhuisinrichting. Daarom vraagt het CIM de uitgevers en hun regie met aandrang om er op te waken dat in het veldwerk het actuele logo getoond wordt. Het logo dat door het CIM in het veldwerk gebruikt wordt kan zeer gemakkelijk opgezocht worden door naar de website van het CIM te surfen en daar in de Quicklinks de "Logos Persstudie" aan te klikken.

Voor logo's die in de loop van het veldwerk wijzigen (qua vorm of naam) zullen gedurende 12 maanden veldwerk én het nieuwe, én het oude logo getoond worden, op voorwaarde dat de uitgever en zijn regie in zijn aanvraagformulier hierom verzoekt. Dit teneinde de continuïteit bij het meten van het bereik voor de betrokken titel te waarborgen.

Voorbeeld:



We vermelden dat een logo zowel in kleur als zwart wit kan zijn. De media hebben er alle belang bij het CIM vierkleuren-bestanden te leveren, indien de titel in kleur verschijnt. Dan zal de respondent de titel immers veel gemakkelijker herkennen. Indien de kleuren niet voor alle nummers dezelfde zijn, geven uitgever of regie de versie van hun keuze door.

Teneinde de optimale technische kwaliteit van de getoonde logo's te garanderen, dienen de logo's aan volgende technische kenmerken te beantwoorden:

Vorm: JPG (maar BMP is ook mogelijk)

Resolutie: 72 dpi

Pixels: maximum 800 pixels width en maximum 400 pixels height

Modus: RGB (color profile, NOT ICC)

Format option: Baseline (standard)

Nieuwe of gewijzigde logo's zullen op de eerste van elke maand in het veldwerk worden opgenomen. Voorwaarde hiertoe is wel dat de uitgever of zijn regie 20 dagen vóór het begin van de maand het betreffende logo in het juiste formaat aan het CIM doorgeeft en dat de vereiste documenten die volgens het reglement dienen ingevuld (en die terug te vinden zijn op onze website www.cim.be), deze aanvraag vergezellen. Indien niet aan deze voorwaarden wordt voldaan, dan wordt de introductie met 1 maand uitgesteld.

Lijst van bestudeerde titels

I. Deelnemingsvoorwaarden

Men neemt deel aan de Persstudie op vrijwillige basis. Niemand is verplicht deel te nemen aan de studie, indien men dat niet zelf wenst. Daarom zal men over bepaalde titels geen informatie vinden, hoe belangrijk ze ook zijn voor de reclamemarkt.

Reglement

2007 Het reglementaire kader van de Persbereikstudie werd dit jaar grondig herzien. Geïnteresseerden kunnen het volledige reglement terugvinden op <http://www.cim.be/audi/nl/r.html>.

De belangrijkste punten, die dit jaar werden gewijzigd ervan kunnen als volgt worden samengevat:

De Persstudie is toegankelijk voor alle titels op voorwaarde dat:

- Men lid is en bijdraagt tot de financiering van de activiteiten van het CIM,
- Voor de betrokken titel(s) een officieel Belgisch reclametarief verspreid wordt,
- De oplage en verspreiding van de titel(s) door het CIM worden echt verklaard,
- Om in de studie opgenomen te worden moeten nieuw gelanceerde titels ook een periode van niet-meting in acht nemen,
- Het logo van de betrokken titel aan het CIM wordt geleverd in het vereiste formaat en vergezeld van de juiste documenten (zie reglement voor levering van logo's op onze website).

De publicatie van de resultaten is mogelijk indien tevens aan volgende voorwaarden wordt beantwoord:

- Gedurende minstens 9 maanden van het veldwerk en/of tijdens minstens 7500 enquêtes geobserveerd zijn,
- Tijdens de periode van het veldwerk effectief een regelmatig gespreide verspreiding kennen. Minstens 50 bruto observaties LLP behalen. Indien een titel tussen de 40 en de 49 observaties LLP haalt, dan bekomt hij een gereduceerd fiche.

Het reglement voorziet tevens dat indien een titel minstens 6 maanden in de field aanwezig was en / of tijdens minstens 5000 enquêtes geobserveerd werd en minimum van 40 LLP observaties haalde, er een gereduceerde CIM fiche kan gepubliceerd worden, indien de uitgever of zijn regie hierom verzoekt.

Tevens is in het reglement voorzien dat indien een titel van periodiciteit wijzigt tijdens het fieldwerk, zijn resultaatfiche zal ondergebracht worden in de periodiciteit die het langst in de field werd gemeten.

II. Gepubliceerde titels

De lijst van de titels werd gewijzigd volgens de desiderata van de betrokken media.

De Technische Commissie Pers is van oordeel dat indien een afzonderlijk reclametarief voor een titel bestaat, de publicatie van een afzonderlijk fiche dient voorzien.

Titels die niet in de publicatie 2006-2007 werden opgenomen

2007

- MADAME FIGARO, AGENDA en PLAY TENNIS VL hebben geen 50 maar wel tussen de 40 en 49 bruto LLP waarnemingen gehaald en krijgen dus een gereduceerde fiche.
- THE BULLETIN, SMILE FR en SMILE VL hebben geen 40 observaties gehaald. Voor deze titels wordt het totale bereik en het bereik LDP vermeld in een synthesetabel in de map met fiches.

We herhalen onze opmerking betreffende titels gepubliceerd in een andere taal dan het Frans of het Nederlands: hun bereik wordt waarschijnlijk onderschat, aangezien de taal van het blad niet noodzakelijk gebruikt wordt door de enquêteurs die voor het CIM werken. We kunnen ook veronderstellen dat men minder kans heeft om lezers te vinden van een titel met een eerder beperkte verspreiding (zowel geografisch als qua de doelgroep) en dat het bereik LLP van deze titels eveneens wordt onderschat.

2007

De PDF versies van de Groupe Sud Presse, die slechts 8 maanden in het veldwerk meeliepen, werden gepubliceerd maar zonder evenwel van enige reffectatie te genieten. Het bereik van deze titels wordt bijgevolg onderschat. Dezelfde procedure werd toegepast voor drie titels die in het gegroepeerde fiche van de Groupe Passe-Partout voorkomen (Atlas, Welkom, Publishop).

Nieuwe titels

2007

Bij de aanvang van het veldwerk werden de volgende titels toegevoegd aan de studie:

- DE GENTENAAR PDF VERSIE
- J'ANNONCE

In juli 2006 werden de logos van SMILE FR + NL in de studie opgenomen. VICTOIRE, NINA, GAZET VAN ANTWERPEN MAGAZINE en HET BELANG VAN LIMBURG MAGAZINE werden in september toegevoegd en de PDF versies van Groupe Sud Presse in oktober. Tenslotte werden WELKOM, ATLAS en PUBLISHOP in januari 2007 in de studie opgenomen.

Wijzigingen in de loop van het veldwerk

2007

In juni wijzigden de periodiciteiten van ZONE / MAGAZINES van gratis regionaal weekblad naar halfmaandelijks blad.

Volgende titels wijzigden van naam:

- LES ECHOS werd ECHOS SPECTACLE
- TV GIDS/PRIMO werd PRIMO/TV GIDS
- LE COURRIER en LE COURRIER DE L'ESCAUT werden gefusioneerd om LE COURRIER te worden
- LE JOUR HUY-WAREMME en LE JOUR VERVIERS werden gefusioneerd om LE JOUR te worden
- VERS L'AVENIR en VERS L'AVENIR-LE RAPPEL werden gefusioneerd om VERS L'AVENIR te worden
- L'AVENIR DU LUXEMBOURG werd L'AVENIR

Definitie van de technische fiches

I. Samenstelling van de fiches

De perstitels worden onderverdeeld op basis van de periodiciteit. We hebben de gratis regionale pers echter losgekoppeld van de andere perstypes. Deze aparte categorie bevat dus enkel nog de huis-aan-huis bladen. De andere gratis bladen worden in hun periodiciteitscategorie gelaten. Er werd dus een opdeling in 4 categorieën weerhouden namelijk: dagbladen, weekbladen, gratis regionale pers en halfmaandelijke of maandbladen. Binnen elk van deze 4 groepen worden op de eerste plaats de individuele fiches van de betalende titels gepubliceerd in alfabetische volgorde waarna de gratis titels volgen. Vervolgens komen de nationale titelcombinaties aan bod (ook alfabetisch gerangschikt), gevolgd door de specifieke combinaties of groeperingen. Voor de dagbladen hanteren we deze logica enerzijds voor de papieren versie en anderzijds voor de papieren versie samen met de PDF versie.

Worden als individuele titels gerangschikt: de titels die overeenstemmen met de kleinste tariefeenheid. Alle combinaties van titels die door een media worden gevraagd, kunnen eveneens tot een afzonderlijke fiche leiden op voorwaarde dat deze combinaties daadwerkelijk overeenstemmen met bestaande reclametarieven.

Het reclametarief voor deze combinaties of groeppage van titels dient evenwel lager te liggen dan de som van de individuele titels. Er dient dus sprake te zijn van een degressief karakter in het reclametarief.

De combinaties worden ontdaan van overlappingsen. Het bruto aantal contacten wordt echter altijd vermeld.

Via CIM Trek kunnen de fiches gerangschikt worden in functie van de taal, de periodiciteit en hun tariefdefinitie (enkelvoudige of gecombineerde entiteit). Deze verschillende criteria kan men makkelijk selecteren op het scherm.

Het bereik van een titel bestaat uit al zijn lezers, ongeacht de streek waar die wonen. Maar de gratis regionale pers (GRP) die Push (of met andere woorden huis aan huis) verdeeld worden, vormen hier voor een uitzondering op. Hun bereik wordt enkel gemeten in deze arrondissementen waar de titel ook effectief verdeeld wordt en in de aangrenzende arrondissementen. Op CIM Trek vindt men echter de bereikcijfers van de ééntalige titels, berekend op basis van de bevolking die de taal van de titel spreekt, op voorwaarde dat de titel in die taal over voldoende observaties beschikt.

2007

Deze publicatie van de bereikcijfers voor pers en bioscoop bevat niet alleen de totalen van de Franstalige, de Nederlandstalige en de Franstalige + Nederlandstalig dagbladen, maar eveneens de totalen van de weekbladen, de gratis regionale pers en de halfmaandelijkebladen / maandbladen.

II. Behandeling van niet-verschijningen

Het zou verkeerd zijn de lectuur van het laatst gelezen nummer gelijk te stellen met het lezen van het laatst verschenen nummer. Toch zal een trouwe lezer minder kans hebben om een bepaalde titel te lezen indien die niet op de voorziene datum verschijnt. Het bereik LLP van de titel kan dus worden onderschat. Om met dit verschijnsel rekening te houden heeft het CIM een welbepaalde procedure uitgewerkt (met de naam reffectatieprocedure) waarbij alle trouwe lezers van een titel (m.a.w. diegenen die systematisch alle nummers lezen of toch bijna), bij ondervraging tijdens een periode waarin hun titel uitzonderlijk niet verscheen, beschouwd werden als lezers LLP, ook al verklaarden ze dat ze de titel niet hadden gelezen tijdens de referentieperiode. Voorbeelden van uitzonderlijk niet-verschijnen zijn bijvoorbeeld deze ten gevolge van machine defecten of stakingen, ... kortom voor alle oorzaken buiten de wil van de uitgever.

2007

Dit jaar kwamen verschillende titels in aanmerking voor deze reffectatie.

- LE SOIR en GROUPE SUD PRESSE zijn niet verschenen op 1 juni 2006 wegens staking.

De vragenlijst Pers

I. Verloop van de vragenlijst

Rotatie van de logo's

Er worden drie groepen onderscheiden in de logo's die op het tweede scherm verschijnen bij de meting van de totale lectuur, namelijk :

- de dagbladen (en hun bijlagen) ;
- de weekbladen (en hun bijlagen) dwz. de gratis weekbladen (push en pull) en de betalende weekbladen ;
- de halfmaandelijke bladen en de maandbladen.

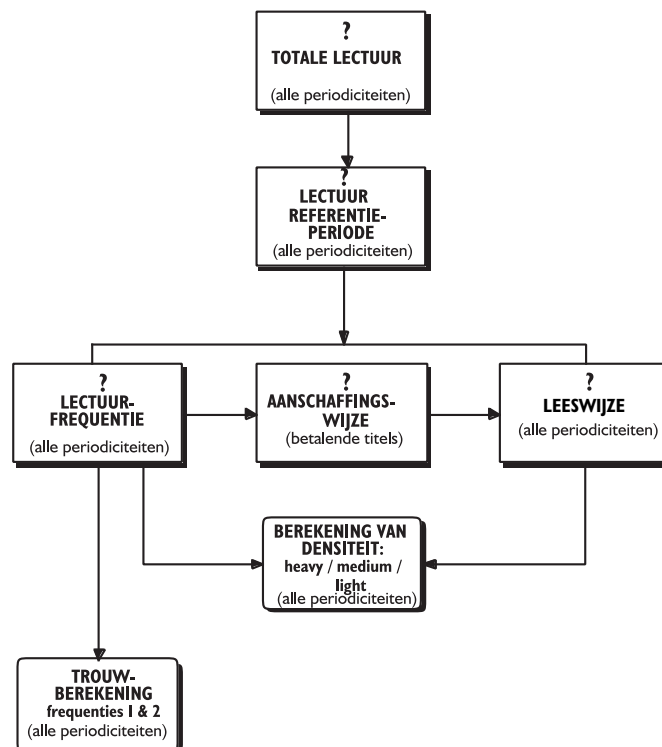
Elk van deze drie groepen komen niet in dezelfde volgorde aan bod in de vragenlijst.

De volgorde die in de computer geprogrammeerd staat is de volgende:

Aantal vragenlijsten op 60	Volgorde van periodiciteit
15 vragenlijsten	Maandbladen / Halfmaandelijke bladen - Weekbladen en hun bijlagen - Dagbladen en hun bijlagen
15 vragenlijsten	Weekbladen en hun bijlagen - Maandbladen/ Halfmaandelijke bladen - Dagbladen en hun bijlagen
15 vragenlijsten	Maandbladen/ Halfmaandelijke bladen - Dagbladen en hun bijlagen - Weekbladen en hun bijlagen
5 vragenlijsten	Dagbladen en hun bijlagen - Maandbladen/ Halfmaandelijke bladen - Weekbladen en hun bijlagen
5 vragenlijsten	Weekbladen en hun bijlagen - Dagbladen en hun bijlagen - Maandbladen/ Halfmaandelijke bladen
5 vragenlijsten	Dagbladen en hun bijlagen - Weekbladen en hun bijlagen - Maandbladen/ Halfmaandelijke bladen

Binnen elke groep worden de logo's in alfabetische volgorde aangeboden maar het startpunt binnen het alfabet roteert van interview tot interview.

Volgorde van de vragen



II. Interviewprocedure

We herhalen hier nog even dat enquêteurs worden ingezet om via face-to-face interviews bij de respondenten thuis de Pers- en Bioscoop Bereikstudie en een gedeelte van het Plurimedia luik te realiseren. Het enquêtemateriaal dat zij gebruiken, bestaat uit een draagbare PC en een pen tablet PC die als tweede scherm fungeert. De kleurenlogo's van de titels en de antwoordkaarten worden via dit tweede scherm (op passieve wijze) aan de respondent getoond.

Alle logo's - ongeacht hun taal van publicatie - worden in heel België getoond, met uitzondering van gratis regionale pers die Push verdeeld worden. Hun logo's wordt enkel getoond in deze arrondissementen waar de titel ook effectief verdeeld wordt en in sommige gevallen in enkele aangrenzende arrondissementen.

Indien tijdens het veldwerk het logo van een titel wijzigt dan zal, indien de uitgever of zijn regie hierom verzoekt, op het tweede scherm dat aan de respondent wordt getoond zowel het oude als het nieuwe logo staan en dit gedurende 12 maanden.

De enquêteur toont op het tweede scherm de logo's met de perstitels per categorie (categorie dagbladen, categorie weekbladen,...) aan de ondervraagde persoon en vraagt hem telkens of hij ja dan neen deze titel tijdens de voorbije maanden minstens één keer heeft gelezen, doorkeken of doorbladerd. Het is de enquêteur die in functie van de antwoordsnelheid van de respondent, het verschijnen van de logo's op het scherm aanstuurt. De respondent is dus passief ten opzichte van het tweede scherm.

In de vraagstelling aan de respondent wordt de nadruk gelegd op het feit dat enkel het lezen, doorkijken en doorbladeren van de papieren versie van de titel gemeten wordt. Voor titels die ook een PDF versie aanbieden (wat vooral bij kranten voorkomt), worden specifieke bijkomende vragen gesteld.

Het vervolg van het interview heeft enkel betrekking op de titels die de respondent als gelezen, gekeken of doorbladerd weerhouden heeft.

Als de Totale Lectuur en de Lectuur Laatste Periode eenmaal bepaald zijn voor alle categorieën van titels d.w.z. de dagbladen, de bijlagen bij dagbladen, de weekbladen en de bijlagen bij weekbladen, de halfmaandelijke bladen en de maandbladen, stelt de enquêteur de rest van de vragen per categorie

- De eerste vraag betreft de leesfrequentie,
- De tweede betreft de wijze van verwerving van het laatst gelezen nummer (deze vraag wordt uiteraard niet gesteld voor de gratis bladen en de bijlagen),
- De derde betreft de leeswijze van de titel.

Voor de kranten die in PDF versie verschijnen, werd per titel gevraagd naar de Totale Lectuur, de Lectuur Laatste Periode en de leesfrequentie.

De CIM-indicatoren

De lezer van een titel werd gedefinieerd als “iedere persoon die persoonlijk een nummer van de betrokken titel heeft gelezen, doorkeken of doorbladerd in de loop van een gegeven referentieperiode”.

Het woord “lezen” wordt in zijn ruimst mogelijke betekenis genomen en de benaming “lezer” slaat niet alleen op de personen die de betrokken publicatie tijdens de referentieperiode effectief hebben gelezen, maar ook op degenen die de titel hebben doorkeken of doorbladerd. (Voor het lezen van kranten in PDF versie is een lezer, hij/zij die gelezen, doorkeken of gedownload heeft). Deze definitie heeft geen wijzigingen ondergaan in vergelijking met voorgaande edities. Er werd geen enkele beperking opgelegd in verband met de plaats van het lezen (thuis of elders), de verschijningsdatum van het gelezen nummer (het laatst verschenen nummer of om het even welk oud exemplaar) of de manier waarop de lezer de publicatie in zijn bezit kreeg.

Bovendien is de enquête strikt persoonlijk in die zin dat de ondervraagde personen uitsluitend gegevens verstrekken over hun eigen gedrag en niet over de leesgewoonten van de overige gezinsleden.

I. De leesfrequentie

Dit is de eerste vraag die op verticale wijze, periodiciteit per periodiciteit, wordt gesteld. Ze wordt dus gesteld voor alle titels die de respondent in de afgelopen maanden heeft “gelezen, doorkeken of doorbladerd” of deze titels nu gelezen werden tijdens de referentieperiode of niet. Ze luidt als volgt:

“Dit (dagblad, weekblad, halfmaandelijks blad, maandblad) met als titel [...], kunt u me zeggen hoe dikwijls u het in het algemeen leest, doorkijkt of doorbladert...”

	Dagbladen	Weekbladen	Halfmaandelijkse bladen	Maandbladen
systematisch alle dagen	... alle weken	... om de 14 dagen	...alle maanden
bijna alle nummers, dus 5 nummers per week	... 3 of 4 nummers per maand	... 10 of 11 nummers per half jaar	... 10 of 11 nummers per jaar
dikwijls, dus 3 of 4 nummers per week	... 2 nummers per maand	... 6 tot 9 nummers per half jaar	... 6 tot 9 nummers per jaar
af en toe, dus 1 of 2 nummers per week	... 1 nummer per maand	... 3 tot 5 nummers per half jaar	... 3 tot 5 nummers per jaar
zelden, dus minder dan 1 nummer per week	... minder dan 1 nummer per maand	... 1 of 2 nummers om de 6 maanden	... 1 of 2 nummers per jaar

2007

De antwoordmogelijkheden bij de vraag naar de leesfrequentie voor METRO FR , METRO VL (2 kranten die niet op zaterdag verschijnen), voor L'ECHO (krant die niet op maandag verschijnt) en voor DE TIJD (krant die niet op maandag verschijnt) luidde:

- Systematisch, alle dagen dwz. 5 nummers per week
- Bijna alle dagen, dwz. 4 nummers per week
- Dikwijls, dwz. 2 of 3 nummers per week
- Nu en dan, dwz. 1 nummer per week
- Zelden, dwz. minder dan 1 nummer per week.

De bijlagen volgen dezelfde hierboven vermelde logica. Dit wil zeggen dat bijlagen die wekelijks verschijnen, dezelfde vraagstelling krijgen als deze voor de weekbladen, bijlagen die maandelijks verschijnen krijgen de vraag van de maandbladen,...

Dankzij de leesfrequentie kan men de gegevens probabiliseren : een occasionele lezer van een titel heeft niet dezelfde leeskans voor deze titel als een trouwe lezer, zelfs indien de eerste de titel toevallig tijdens de referentieperiode gelezen heeft en de tweede niet. Anders gezegd: ze hebben elk een ander gewicht in het profiel van het bereik van de titel.

Met de frequentie kan men ook de trouwe lezers berekenen: het betreft de lezers die alle of bijna alle nummers van hun titel lezen.

Tenslotte speelt de frequentie ook een rol bij het berekenen van de densiteit. Een meer frequente lezer zal, bij een identieke leeswijze, meer gewicht hebben (zal meer "heavy" zijn) dan een occasionele lezer.

II. Lectuur Laatste Periode (LLP)

De vraag over de Lectuur Laatste Periode komt op de tweede plaats (onmiddellijk na de filtervraag). Merk op dat het gaat om de laatste CIM-leesindicator op de fiche, degene waarvoor we het betrouwbaarheidsinterval geven en waarvan de lezers worden opgesplitst volgens de verschillende socio-demografische criteria die we hiervoor hebben beschreven.

De gekozen referentieperiode om de Lectuur Laatste Periode te bepalen, hangt af van de periodiciteit van de titel. Het betreft:

- De vorige dag voor dagbladen en dagbladen in PDF (op maandag betreft de vraag de lectuur van zaterdag of zondag);
- De afgelopen week voor weekbladen, bijlagen van dagbladen met frequentie van wekelijkse verschijning en bijlagen van weekbladen met frequentie van wekelijkse verschijning;
- De afgelopen 14 dagen voor halfmaandelijks bladen en
- De afgelopen maand voor maandbladen.

De dag van het interview wordt nadrukkelijk uitgesloten van deze referentieperiodes.

Opnieuw werd ook een aparte procedure gevolgd voor METRO FR en METRO VL, die beiden niet op zaterdag verschijnen.

Indien het interview op maandag plaats had, luidde de vraag naar de Lectuur Laatste Periode voor METRO: "heeft u vrijdag of tijdens het weekend gelezen?"

2007

Ook voor L'ECHO en DE TIJD die niet op maandag verschijnen, werd een aparte procedure gevolgd. Indien het interview op dinsdag plaats had, luidde de vraag naar de Lectuur Laatste Periode voor L'ECHO en DE TIJD: "heeft u gisteren of tijdens het weekend gelezen?"

Enkel METRO FR, METRO VL, L'ECHO en DE TIJD wijken bijgevolg qua periodiciteit af van de andere dagbladen (nl. 5 nummers per week in plaats van 6). Hiermee werd rekening gehouden in de vraagstelling.

III. Wijze van verwerving

De volgende vraag heeft betrekking op de manier waarop de lezer in het bezit is gekomen van het laatste nummer dat hij heeft gelezen. Ze wordt aan alle lezers gesteld. Deze vraag omvat 5 antwoordmogelijkheden die op het tweede scherm aan de respondent getoond worden.

Deze 5 mogelijkheden zijn:

1. Het is mijn exemplaar, via abonnement thuis of op het werk verkregen.
2. Het is mijn exemplaar, dat ik zelf kocht of dat iemand anders voor mij kocht.
3. Het is een exemplaar van een ander gezinslid.
4. Het is een exemplaar dat toebehoort aan het bedrijf waar ik werk, maar het is niet mijn exemplaar.
5. Ik heb het op een andere manier in handen gekregen of elders kunnen inkijken.

Antwoordmogelijkheden 1 en 2 bepalen de primaire lezers, antwoordmogelijkheden 3 en 4 geven de secundaire lezers en antwoordmogelijkheid 5 definieert de tertiaire lezers.

Via deze onderverdeling kunnen we een onderscheid maken tussen de lezers die zelf het initiatief hebben genomen om hun titel te lezen, degenen die de publicatie onrechtstreeks in handen hebben gekregen en degenen die de titel eerder per toeval hebben gelezen. De manier van aanschaffen uitgedrukt in primaire, secundaire en tertiaire lezers wordt zowel op de CIM-fiche als op CIM Trek vermeld. Dit gegeven is toegankelijk bij de softwareleveranciers.

IV. Leeswijze

Hier wordt gevraagd naar de wijze waarop, algemeen beschouwd, een bepaalde titel wordt gelezen, hetzij in 1 of meerdere keren. De diverse antwoordmogelijkheden die op het scherm van de respondent verschijnen, zijn de volgende:

- Ik lees het volledig van de eerste tot de laatste bladzijde.
- Ik lees de meeste artikels, ik doorblader de andere bladzijden.
- Ik lees enkele artikels, ik doorblader de rest.
- Ik lees de meeste artikels, ik doorblader de rest niet.
- Ik doorblader het zonder echt te lezen.

De informatie is terug te vinden op CIM Trek. Ze is eveneens toegankelijk via de softwareleveranciers.

V. De Tactische CIM fiche Pers

Titelsignaletiek
Bereiksindicators (Totaal bereik)
Bereiksaccumulatie (Bereik Laatste Periode)
Betrouwbaarheidsinterval (Bereik Laatste Periode)
Bereik (Bereik Laatste Periode) dekking en profiel volgens <ul style="list-style-type: none"> • totaal, mannen, vrouwen, VVA • socio-demografische variabelen

Voor elke bestudeerde titel herneemt de CIM fiche de identificatie van de titel.

Indien de fiche betrekking heeft op een gecombineerd tarief voor meerdere titels dan is op de fiche bijkomende plaats voorzien zodat men alle titels kan vermelden die samen een tarifaire combinatie vormen, wat de identificatie van de betrokken titels vergemakkelijkt.

Daarna volgt een kader met de verschillende indicatoren die we hierboven hebben beschreven: het totaal aantal lezers, de trouwe lezers, de primaire, secundaire en tertiaire lezers (behalve voor de gratis bladen en de bijlagen), en de Lezers Laatste Periode.

De bereiksaccumulatie wordt berekend op basis van de formules die we zullen belichten in het punt betreffende de probabilisering van bereiksdata.

De laatste bereiksindicator, de Lectuur Laatste Periode, wordt dan opgesplitst in functie van de socio-demografische criteria die we eveneens hebben beschreven.

We mogen echter niet vergeten dat alle cijfers die in het kader van de CIM-studies worden gepubliceerd het resultaat zijn van een steekproef en dat er dus onvermijdelijk een foutmarge op zit. Daarom vermeldt het CIM traditioneel de foutmarge of het betrouwbaarheidsinterval voor het bereik waarvoor het profiel beschreven wordt. Niets belet de gebruiker om dit betrouwbaarheidsinterval te berekenen voor de andere door het CIM geleverde bereiksindicatoren. De tabel overgenomen in het punt 'ëinschatten van de statistische afwijking' geeft de berekeningswijze en de uiterste waarden van de verschillende betrouwbaarheidsintervallen in functie van de omvang van de steekproef. Deze tabel bevindt zich achteraan.

We treffen nu op de fiche de minimum- en de maximumwaarde van het betrouwbaarheidsinterval aan waartussen de werkelijke waarde van de betrokken indicator moet liggen. Hierbij wordt er zoals gebruikelijk van uitgegaan dat er 95% kans is dat de werkelijke waarde binnen het interval ligt en slechts 5% dat ze erbuiten ligt.

Toch moeten we opmerken dat de berekening van een betrouwbaarheidsinterval op bruto gegevens moet gebeuren. Eigenlijk gaat het om de schatting van een aanwezige proportie in een bevolking (wat is het percentage van de personen die titel X lezen ten opzichte van het geheel van de beschouwde doelgroep?) op basis van een vaststelling die gebeurde binnen een bepaalde steekproef. Het is dus gepast deze begrippen omzichtig te benaderen (zie het punt 'De betrouwbaarheidsintervallen').

Wanneer een titel tussen de 40 en de 49 observaties haalt, wordt een gereduceerde fiche gepubliceerd.

Een gereduceerde fiche kan ook gepubliceerd worden -indien de uitgever of de regio erom verzoekt- voor deze titels die minstens 6 maanden in de field en / of tijdens minstens 5000 enquêtes geobserveerd zijn en minimum van 40 LLP observaties haalden.

Deze fiche omvat volgende gegevens:

- Voor het totaal, mannen, vrouwen en VVA:
 - het totaal aantal lezers
 - de Lezers Laatste Periode
 - het betrouwbaarheidsinterval.
- Uitsluitend voor totaal:
 - de hergroepering van een aantal belangrijke socio-demografische variabelen

De Bioscoop

We herinneren er nogmaals aan dat de densiteitberekeningen (Heavy, Medium, Light) - die deel uitmaken van de centrale strategische Plurimedia studie - pas eind oktober 2007 worden gepubliceerd, samen met de overige resultaten van de Plurimedia en de Producten-Attitudes studie.

De vragenlijst Bioscoop

I. Totaal bereik

Via deze eerste vraag verkrijgt men het bereik tijdens het voorbije jaar van alle bioscoopzalen samen.

II. Bereik stad per stad

2007

De volgende vraag heeft betrekking op het bioscoopbezoek per stad. Men vraagt de respondent de verschillende steden op te noemen waar hij in het afgelopen jaar naar de film is geweest. De respondent citeert de steden spontaan. De enquêteur codeert ze op de volgende manier :

Aalst
Aarschot
Antwerpen
Arlon
Bastogne
Bouillon
Braine L'Alleud
Brugge
Brussel
Bullange
Charleroi
Ciney
Couvin
Dendermonde
Diest
Geel
Genk
Gent
Geraardsbergen
Hasselt
Herentals
Huy
Jambes
Jodoigne
Knokke-Heist
Kortrijk
Koksijde
La Louvière
Lanaken
La Roche
Leuven
Libramont
Liège
Lommel
Louvain-La-Neuve

2007

Maasmechelen
Malmedy
Marche
Mechelen
Mons
Namur
Nismes
Oostende
Rixensart
Roeselare
Sint-Niklaas
Stavelot
Tournai
Turnhout
Verviers
Virton
Waregem
Waterloo
Zwijndrecht
Andere gemeenten FR
Andere gemeenten NL

III. Bezoekfrequentie

Daarna krijgt de respondent voor elk van de steden die hij heeft genoemd een vraag over de frequentie waarmee hij er over het algemeen naar de film gaat.

Hij kan kiezen uit de volgende frequenties:

- Eén keer per week en meer
- Eén keer om de veertien dagen
- Eén keer om de 3 weken
- Eén keer per maand
- Eén keer om de twee maand
- Eén keer om de drie maand
- Eén keer om de zes maand
- Eén keer per jaar (of minder).

Merk op dat de CIM-fiche deze frequenties in vijf categorieën groepeert:

- Systematisch: één keer per week en meer
- Bijna systematisch: één keer om de veertien dagen
- Vaak: één keer om de drie weken of een keer per maand
- Af en toe: één keer om de twee of drie maanden
- Zelden: één keer om de zes maanden of minder.

IV. Bereik Laatste Periode

Vervolgens vraagt men aan de respondent voor elk van de steden die hij heeft genoemd of hij er in de afgelopen zeven dagen naar de bioscoop is geweest. Voor elk positief antwoord vraagt men hem het aantal bioscoopbezoeken op te geven (tussen "1 maal" en "8 maal en meer").

Tactisch gedeelte

I. Lijst van de titels

2007

De Cine Parken, tarifaire eenheden, bepaald door de regie Screenvision, zijn als volgt samengesteld:

Titels	Steden waaruit het Cine Park bestaat
1. Cine Park Antwerpen	Antwerpen Zwijndrecht
2. Cine Park Brussel	Brussel Braine-l'Alleud Louvain-La-Neuve Waterloo
3. Cine Park Gent	Gent
4. Cine Park Luik	Luik
5. Cine Park Charleroi	Charleroi
6. Cine Park lokaliteiten FR	Arlon Bastogne Bouillon Bullange Ciney Couvin Huy Jambes Jodoigne La Louvière La Roche Libramont Malmedy Marche Mons Namen Nismes Rixensart Stavelot Tournai Verviers Virton Andere gemeenten FR
7. Cine Park Lokaliteiten NL	Aalst Aarschot Brugge Dendermonde Diest

2007

Geel
 Genk
 Geraardsbergen
 Hasselt
 Herentals
 Knokke-Heist
 Koksijde
 Kortrijk
 Lanaken
 Leuven
 Lommel
 Maasmechelen
 Mechelen
 Oostende
 Roeselare
 Sint Niklaas
 Turnhout
 Waregem
 Andere gemeenten NL

Cine Park Bioscoop 5GC	optelling van de eerste 5 Cine Parken
Cine Park lokaliteiten FR + NL	optelling van de Cine-Parken 6 en 7
Cine Park Bioscoop nationaal	optelling van alle Cine Parken

Het Cine Park Gent haalde tussen 40 en 49 observaties Laatste Periode en krijgt dus een gereduceerde fiche. Het Cine Park Charleroi haalde minder dan 40 waarnemingen Laatste Periode en krijgt dus een synthesesetabel met enkel totaal bereik en het bereik LLP. We herhalen dat de informatie per stad enkel toegankelijk is voor de regie.

II. CIM fiche

Titelsignaletiek
Bereiksindicators (Totaal bereik)
Bereiksaccumulatie (Bereik Laatste Periode)
Betrouwbaarheidsinterval (Bereik Laatste Periode)
Bereik (Bereik Laatste Periode) dekking en profiel volgens <ul style="list-style-type: none">• totaal, mannen, vrouwen, VVA• socio-demografische variabelen

De tactische CIM fiche Bioscoop lijkt sterk op de CIM fiche Pers. Uiteraard geen indicatoren die verband houden met de wijze van verwerving.

Men vindt wel een opsplitsing van het bereik LLP in functie van de ligging van de bezochte zalen. Deze opsplitsing is uiteraard vooral van nut bij samengestelde Cine-Parken. Men mag dit begrip niet verwarren met de CIM-woonplaats: iemand kan in Aalst wonen, maar in Brussel naar de film gaan.

Probabilisering van de bereiksdata

Rechtvaardiging van de probabilisering

De geobserveerde bereikresultaten zijn de weerspiegeling van het gemiddelde bereik van een gemiddeld nummer voor de pers, van een gemiddelde dag voor televisie, radio en verplaatsingen. Op zich geven deze cijfers geen beeld van het profiel van het bereik op verschillende momenten.

De probabilisering is gebaseerd op het principe dat voor elke persoon (behorend tot het totale bereik) die verklaart een reclamedrager met een bepaalde frequentie te lezen, te bekijken of te beluisteren, een probabiteit P bestaat dat hij lezer, kijker of luisteraar is tijdens de laatste periode.

Om deze probabiteit te berekenen houdt men tegelijkertijd rekening met de frequentieverklaringen en de werkelijk waargenomen contacten met de drager tijdens de referentieperiode.

Deze bewerking toegepast op het geheel van gegevens heeft ook de bedoeling het precieze profiel van het bereik van een reclamedrager samen te stellen. Als men alleen het bereik van de referentieperiode zou beschouwen, zou men in het profiel van een reclamedrager hetzelfde gewicht toekennen aan diens regelmatige en occasionele gebruikers. Dankzij de probabilisering kunnen we dus de profielen van de reclamedragers nuanceren. Het is op dat punt dat het Bereik Laatste Periode verschillend is (maar niet in aantal) van het Bereik tijdens de Referentieperiode. Daarom krijgt een lezer (luisteraar of kijker) van de vorige dag niet noodzakelijk (en eerder zelden) de waarde één toegekend.

Bepaling van de probabiteit

Voor elke titel opgenomen in het onderzoek, bepaalt men dus het totale aantal lezers, kijkers of luisteraars voor iedere verklaarde frequentie (i.e. N_{ij}) en het aantal waargenomen lezers, kijkers of luisteraars in de loop van de laatste periode (i.e. n_{ij}). De probabiteit om lezer, kijker of luisteraar te zijn in de laatste periode is dan gelijk aan de verhouding tussen de twee (dus: $P_{ij} = n_{ij} / N_{ij}$).

Vroeger werd deze probabiteit afzonderlijk berekend voor mannen en vrouwen en dat voor alle dragers, ongeacht hoe klein ze waren. Deze manier van werken is bijzonder nauwkeurig. Toch heeft ze het nadeel dat er gewerkt moet worden op zeer kleine cellen: één enkel individu meer of minder kan een overmatige impact hebben zoals onderstaande tabel aantoont. We hebben zes willekeurige dragers genomen - het onderstaande voorbeeld is zuiver fictief! Voor elk van de frequenties hebben we het absolute aantal personen binnen de steekproef aangegeven die het totale bereik van de betrokken drager vormen.

Nij	Drager 1		Drager 2		Drager 3		Drager 4		Drager 5		Drager 6	
	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V
Freq. 1	56	64	44	25	133	125	26	16	55	54	294	253
Freq. 2	10	0	6	5	23	24	8	0	20	15	50	47
Freq. 3	15	15	5	6	38	45	17	0	32	22	78	56
Freq. 4	36	74	27	40	72	80	51	102	83	57	199	168
Freq. 5	36	0	37	0	68	72	76	0	148	102	202	176

Voor deze zelfde dragers geven we hieronder het absolute aantal personen dat het bereik "Laatste Periode" vormt:

nij	Drager 1		Drager 2		Drager 3		Drager 4		Drager 5		Drager 6	
	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V
Freq. 1	48	57	39	23	122	118	17	4	50	45	265	218
Freq. 2	5	0	2	2	18	18	5	0	7	6	34	19
Freq. 3	4	3	1	1	11	10	4	0	12	2	23	12
Freq. 4	1	1	3	1	13	10	4	2	16	5	26	29
Freq. 5	2	0	1	0	4	2	1	0	6	3	8	5

Als we de verschillende probabiliteiten berekenen volgens de formule die we hierboven hebben beschreven, dan ziet de tabel er als volgt uit:

Pij	Drager 1		Drager 2		Drager 3		Drager 4		Drager 5		Drager 6	
	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V
Freq. 1	0,86	0,89	0,89	0,92	0,92	0,94	0,65	0,25	0,91	0,83	0,90	0,86
Freq. 2	0,50	0,00	0,33	0,40	0,78	0,75	0,63	0,00	0,35	0,40	0,68	0,40
Freq. 3	0,27	0,20	0,20	0,17	0,29	0,22	0,24	0,00	0,38	0,09	0,29	0,21
Freq. 4	0,03	0,01	0,11	0,03	0,18	0,13	0,08	0,02	0,19	0,09	0,13	0,17
Freq. 5	0,06	0,00	0,03	0,00	0,06	0,03	0,01	0,00	0,04	0,03	0,04	0,03

We zien dat de aan- of afwezigheid van één enkele persoon - als die behoort tot een cel waar er weinig waarnemingen zijn - een aanzienlijke invloed uitoefent op de probabiliteit om al dan niet beschouwd te worden als behorend tot het bereik "Laatste Periode".

Laten we een concreet voorbeeld nemen. Slechts één enkele lezeres van drager 1 die bijna systematisch alle nummers leest en die deze drager tijdens de referentieperiode (en dus in de afgelopen maanden) heeft gelezen, zou volstaan om de probabiliseringscoëfficiënt van deze cel van 0 naar 100% te doen stijgen.

Om de betrouwbaarheid van de probabilisering van de gegevens te verbeteren, werd reeds jaren geleden besloten om de mannen en de vrouwen voor de berekening van de probabiliteiten samen te voegen, en dus nog slechts te werken op de vijf frequentiecellen. Bovendien worden de regionale varianten van titels die voor publicatie worden samengevoegd niet langer afzonderlijk beschouwd.

Voorbeeld: Terwijl in het verleden de lezers en de lezeressen van "HET NIEUWSBLAD" afzonderlijk van de lezers en de lezeressen van "DE GENTENAAR" werden beschouwd - twee titels die op één en dezelfde technische fiche staan - gaat men nu uit van alle lezers (mannen en vrouwen) van de twee titels om de gezochte probabiliteiten te bepalen.

Bijzondere toepassingen

Dankzij deze probabiliteiten kunnen we verschillende karakteristieke waarden berekenen, met name:

I. De gemiddelde dekking

De gemiddelde dekking (Bereik Laatste Periode, vroeger "CIM-bereik" genoemd) na 1 nummer, of de som van alle producten $P_{ij} \times N_{ij}$. Deze som is bijna gelijk aan het aantal opgetekende waarnemingen voor de Laatste Periode. Ze kan licht verschillen wanneer we gaan kijken naar beperkte sub-universa (doelgroepen).

II. De totale dekking

De totale dekking (totaal bereik), of de som van alle personen die een van nul verschillende waarschijnlijkheid hebben om te behoren tot het bereik Laatste Periode. Het gaat uiteraard om alle waarnemingen van een gegeven titel.

III. De dekking na n inlassingen

De dekking na n inlassingen (gecumuleerd bereik) wordt berekend aan de hand van de volgende formule:

$$\sum_i 1 - (1 - P_i)^n$$

Voorbeeld:

Iemand heeft een probabilliteit P_i gelijk aan 0,60 om tot het Bereik Laatste Periode van een gegeven titel te behoren. Zijn probabilliteiten om Lezer Laatste Periode van deze titel te zijn:

- na 1 inlassing: 0,60
- na 2 inlassingen: $1 - (1 - 0,60)^2 = 0,840$
- na 3 inlassingen: $1 - (1 - 0,60)^3 = 0,936$
- na 4 inlassingen: $1 - (1 - 0,60)^4 = 0,974$
- ...enzovoort.

Het is steeds deze formule die men gebruikt om de bereiksaccumulatie in de CIM fiches te berekenen.

IV. Dekking van een combinatie van titels

Om de dekking van een combinatie van k titels (netto bereik) te berekenen, worden de leesprobabiliteiten gecumuleerd. Zo krijgen we voor 2 titels:

$$1 - (1 - P_1) (1 - P_2)$$

Voor k titels geeft dat:

$$1 - (1 - P_1) (1 - P_2) \dots (1 - P_k)$$

De algemene formule luidt dus:

$$1 - p_j (1 - P_j)$$

Voorbeeld:

Iemand heeft dus een probabilliteit P_i gelijk aan 0,80 om te behoren tot het bereik Laatste Periode van titel 1, een probabilliteit P_i' gelijk aan 0,40 om te behoren tot het bereik Laatste Periode van titel 2 en een probabilliteit P_i'' gelijk aan 0,20 om te behoren tot het bereik Laatste Periode van titel 3. Zijn probabilliteiten om lezer Laatste Periode van de eerste twee titels te zijn, zullen gelijk zijn aan $1 - (1 - 0,80) (1 - 0,40)$, ofwel 0,88 en voor de drie titels, $1 - (1 - 0,80) (1 - 0,40) (1 - 0,20)$, ofwel 0,904.

De bruto dekking van een combinatie van k media (bruto contacten) verkrijgt men door gewoon de bruto dekking van elk medium op te tellen.

V. Duplicatie tussen twee titels

De probabilliteit om Lezer Laatste Periode van twee of meer media te zijn, is gelijk aan het product van de verschillende probabilliteiten om Lezer Laatste Periode van elk van deze media te zijn.

Voorbeeld: De persoon die in het voorgaande punt beschreven werd, heeft een probabilliteit om Lezer Laatste Periode van de drie geciteerde titels te zijn gelijk aan $0,80 \times 0,40 \times 0,20$, ofwel 0,064.

De betrouwbaarheidsintervallen

Het is gebruikelijk de CIM-publicaties af te sluiten met een bijlage waarin men de berekening van het betrouwbaarheidsinterval herneemt, dat bedoeld is om de foutenmarge te bepalen op de metingen van het bereik van een bepaalde titel.

Betrouwbaarheidsinterval op een proportie

De theoretische steekproef werd opgebouwd door een enquête die op twee manieren toevallig is. De fouten in verband met de steekproefmethode kunnen worden berekend volgens de klassieke theorie betreffende toevalssteekproeven. Deze toont aan dat de distributie van de vastgestelde gemiddelden op de steekproef normaal is en dat bijgevolg de schattingsfout met probabiteit 95% wordt gegeven door de relatie:

$$e = \pm 1,96 \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

p vertegenwoordigt de proportie lezers van een bepaalde titel die werd vastgesteld in de steekproef. Deze proportie moet worden omgezet in decimale vorm, 0,028 bijvoorbeeld.

q = 100 - p (indien p = 0,028 dan is q 0,972).

n is het aantal in de bruto steekproef (in het geval van de steekproef 2006-2007: n = 10 434).

$$p - 1,96 \sqrt{\frac{pq}{n}} < P < p + 1,96 \sqrt{\frac{pq}{n}}$$

Als we ons voorbeeld hernemen, wordt bovenstaande vergelijking:

$$0,028 - 1,96 \sqrt{\frac{(0,028) * (0,972)}{10\,434}} < P < 0,028 + 1,96 \sqrt{\frac{(0,028) * (0,972)}{10\,434}}$$

In theorie heeft de echte waarde van de proportie lezers van de titel X 95% kans zich te bevinden tussen 2,39% en 3,01% van de bevolking.

Laten we een concreet voorbeeld nemen. We kennen de volgende waarden:

Titel X	
Omvang steekproef	10 434
D% (geh.12+)	2,8%

Het dekkingspercentage staat op de CIM fiches. Het gaat om P in de bovenstaande formule. We gebruiken P als een benadering van p, waardoor we q = 1-p kunnen berekenen.

De volgende tabel herneemt de verschillende waarden die we nodig hebben om de onderste en bovenste grenswaarden van het betrouwbaarheidsinterval te berekenen.

p	0,028
q	0,972
p*q	0,027216
(p*q)/n	2,60415E-06
wortel ((p*q)/n)	0,00161505

Om de grenswaarden van het betrouwbaarheidsinterval te vinden, volstaat het deze laatste hoeveelheid te vermenigvuldigen met 1,96 en af te trekken (onderste grenswaarde) en toe te voegen (bovenste grenswaarde) ten opzichte van p. Dit betekent:

Onderste grenswaarde BI	0,0248	2,5%
Bovenste grenswaarde BI	0,0312	3,1%

Dat betekent dat de "echte proportie" van lezers van titel X 95% kans heeft zich tussen 2,5 en 3,1% van de bevolking te bevinden. Het zijn ongeveer deze waarden die men terugvindt bij het betrouwbaarheidsinterval voor het geheel 12+. Het verschil is te wijten aan afrondingsfouten, gezien het programma voor de berekening van bereikcijfers en betrouwbaarheidsintervallen werkt op basis van een groter aantal significante decimalen. De laatste etappe bestaat uit de vertaling van deze proporties in absolute termen via het correctiepercentage.

Met behulp van tabellen kan men de statistische afwijkingen die gelden bij verschillende steekproefgroottes gemakkelijk ontleden.

Aan het einde van dit hoofdstuk staat een tabel die het mogelijk maakt de omvang van het betrouwbaarheidsinterval in te schatten, verbonden met de verschillende proporties tussen 0 en 50% voor de verschillende steekproefgroottes.

Proportieverschillen

Men vraagt zich ook vaak af of het verschil tussen de bereikcijfers van twee titels en/of de voor- of achteruitgang van een titel tussen twee publicaties statistisch significant zijn.

Hier moet men telkens bepalen of het verschil dat men vaststelt tussen beide proporties een bepaalde theoretische waarde overstijgt (1,96 indien men de 95% om kans zich niet te vergissen wilt aanhouden).

We willen onderlijnen dat één van de voorwaarden om deze test te gebruiken berust op de onafhankelijkheid van de steekproeven, wat niet volledig gegarandeerd is als men de titels van de CIM-publicaties onderling met elkaar vergelijkt. Er bestaat immers een kleine kans dat een respondent ondervraagd werd voor meerdere publicaties. De personen die ondervraagd werden gedurende twee opeenvolgende fields zullen echter niet talrijk zijn en men kan dus aannemen dat opeenvolgende steekproeven dus bijna onafhankelijk zijn.

Opgelet: Ook de omstandigheden bij de ondervraging of de steekproefmethode kunnen verschillen. Een verschil kan significant zijn omdat de interviewomstandigheden veranderd zijn (of de steekproef, of het sociaal klimaat, of de titel, of...). De gebruiker moet dus goed letten op een eventuele invloed van de context.

De volgende formules worden toegepast:

P staat voor de gemiddelde proportie die men in de bevolking zou vaststellen, p1 en p2 voor de twee vastgestelde proporties, n1 en n2 voor de omvang van beide steekproeven waarop p1 en p2 werden vastgesteld.

$$\pi = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{n_1 + n_2}$$

De standaardafwijking van de distributie van de gemiddelde proporties van de bevolking wordt als volgt berekend:

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{(\pi(1-\pi))\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}$$

Hiermee kunnen we de waarde van de t van Student berekenen volgens de formule:

$$t = \frac{p_1 - p_2}{\sigma_{p_1-p_2}}$$

We gebruiken hier de stelling van de regel op de grote aantallen, waardoor we de gewone regel mogen toepassen in plaats van de distributie van de t van Student. Indien de berekende t in absoluut aantal groter is dan 1,96, dan is het berekend verschil tussen beide proporties significant (alfa = 0,05).

I. Vergelijking van het bereik van een titel over twee publicaties

We kennen de volgende waarden:

Titel X		
Jaar 1	p1	0,039
	n1	10 451
Jaar 2	p2	0,042
	n2	10 434

Om de waarde van "t" te berekenen, moeten we de volgende bewerkingen uitvoeren:

$$t_{calc} = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\left(\frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{n_1 + n_2}\right) * \left(1 - \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2}{n_1 + n_2}\right) * \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

p1-p2	-0,003
n1p1	407,589
n2p2	438,228
n1+n2	20 855
1/n1	9,5685E-05
1/n2	9,5841E-05
tcalc	-1,099675689

In absolute waarde is de berekende t kleiner dan 1,96. Het verschil in het bereik van Titel X voor Jaar 1 en het bereik van Titel X in Jaar 2 is statistisch gezien dus niet significant. De probabilliteit dat dit verschil niet toevallig is, ligt lager dan 5%.

II. Vergelijking van twee titels binnen een zelfde publicatie

Titels zonder duplicatie

Onderstaande formule heeft de bedoeling de bereikcijfers van twee titels te vergelijken binnen een zelfde publicatie (opgelet: de twee beschouwde proporties moeten onafhankelijk zijn: men moet de gemeenschappelijke lezers van beide titels weglaten). De formule wordt eenvoudiger, omdat er slechts een steekproef is en omdat $n_1 = n_2$.

De formule ziet eruit als volgt:

$$t_{calc} = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{((1/n) * (p_1 * (1 - p_1) + p_2 * (1 - p_2) + 2p_1p_2))}}$$

We kennen de volgende waarden:

Titel X	p1	0,042
Titel Y	p2	0,028
	n	10 434

We kunnen t berekenen, die gelijk is aan 5,42.

De absolute waarde van de berekende t is hoger dan 1,96. We kunnen dus besluiten dat de bereikcijfers van beide titels statistisch gezien verschillend zijn. De kans op een fout bedraagt nog steeds 5%.

Titels met duplicatie

Ziehier de formule die we moeten toepassen wanneer twee titels die we willen vergelijken een niet te verwaarlozen proportie gemeenschappelijke lezers hebben. In dat geval wordt de formule:

$$t_{calc} = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{((1/n) * (p_1 * (1 - p_1) + (p_2 * (1 - p_2) + 2(p_1p_2 - p_{12})))}}$$

p_{12} vertegenwoordigt de proportie gemeenschappelijke lezers van beide titels.

Om de aantallen van de verschillende doelgroepen te bepalen, kan men ofwel terugvallen op het aantal overeenstemmende interviews (aanduiding die sommige softwareprogramma's voor mediaplanning geven) ofwel zich tot de instituten richten.

Inschatten van de statistische afwijking

De waarde van het betrouwbaarheidsinterval, verbonden met frequenties die schommelen van 0 tot 100% voor de steekproeven, die variëren van 50 tot 10.000 eenheden (probabiliteitsniveau: 95%).

		Steekproefgrootte															
		Waarde van de geobserveerde frequentie															
		50	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000	1500	2000	2500	5000	10000
1	of 99	2,8	2,0	1,4	1,1	1,0	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2
2	of 98	3,9	2,7	1,9	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	0,9	0,9	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3
3	of 97	4,7	3,8	2,4	1,9	1,7	1,5	1,4	1,3	1,2	1,1	1,1	0,9	0,7	0,7	0,5	0,3
4	of 96	5,4	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,3	1,2	1,0	0,9	0,8	0,5	0,4
5	of 95	6,0	4,3	3,0	2,5	2,1	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,4	1,1	1,0	0,9	0,6	0,4
10	of 90	8,3	5,9	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,2	2,1	2,0	1,9	1,6	1,3	1,2	0,8	0,6
15	of 85	9,9	7,0	5,0	4,0	3,5	3,1	2,9	2,6	2,5	2,3	2,2	1,8	1,6	1,4	1,0	0,7
20	of 80	11,1	7,8	5,6	4,5	3,9	3,5	3,2	3,0	2,8	2,6	2,5	2,1	1,8	1,6	1,1	0,8
25	of 75	12,0	8,5	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,2	3,0	2,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,2	0,9
30	of 70	12,7	9,0	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,4	3,2	3,0	2,8	2,4	2,1	1,8	1,3	0,9
35	of 65	13,2	9,3	6,6	5,4	4,7	4,2	3,8	3,5	3,3	3,1	3,0	2,5	2,1	1,9	1,4	1,0
40	of 60	13,6	9,6	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,6	3,4	3,2	3,0	2,5	2,2	2,0	1,4	1,0
45	of 55	13,8	9,8	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,7	3,4	3,3	3,1	2,6	2,2	2,0	1,4	1,0
	50	13,9	9,8	6,9	5,7	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,3	3,1	2,6	2,2	2,0	1,4	1,0

Men kan de percentages uit deze tabel toepassen met of zonder de vastgestelde frequentie in de steekproef of een deel van de steekproef.

Bijlage 1

New Habitat CIM: Lijst van de gemeenten

New ANTWERPEN CIM

ANTWERPEN
AARTSELAAR
BOECHOUT
BORSBEEK
BRASSCHAAT
EDEGEM
HEMIKSEM
HOVE
KAPELLEN
MORTSEL
SCHELLE
SCHOTEN
WOMMELGEM

New GENT CIM

GENT
MERELBEKE
SINT-MARTENS-LATEM

New BRUSSEL CIM

BRUSSEL
ANDERLECHT
BEERSEL
DILBEEK
DROGENBOS
EIGENBRAKEL
ELSENE
ETTERBEEK
EVERE
GANSHOREN
GRIMBERGEN
JETTE
KOEKELBERG
KRAAINEM
LINKEBEEK
MACHELEN
OUDERGEM

SCHAARBEEK
SINT-AGATHA-BERCHEM
SINT-GENESIUS-RODE
SINT-GILLIS
SINT-JANS-MOLENBEEK
SINT-JOOST-TEN-NODE
SINT-LAMBRECHTS-WOLUWE
SINT-PIETERS-LEEUEW
SINT-PIETERS-WOLUWE
TERVUREN
UKKEL
VILVOORDE
VORST
WATERLOO
WATERMAAL-BOSVOORDE
WEMMEL
WEZEMBEEK-OPPEM
ZAVENTEM

New LUIK CIM

LIEGE
ANS
BEYNE-HEUSAY
CHAUDFONTAINE
FLEMALLE
FLERON
GRACE-HOLLOGNE
HERSTAL
OUPEYE
SAINT-NICOLAS
SERAING

New CHARLEROI CIM

CHARLEROI
CHATELET
COURCELLES
FARCIENNES
MONTIGNY-LE-TILLEUL

New CIM Steden Vlaanderen (N = 30)

AALST
AARSCHOT
BRUGGE
DEINZE
DENDERMONDE
DIEST
EEKLO
GEEL
HALLE
HASSELT - GENK
HERENTALS
IEPER
KNOKKE-HEIST
KORTRIJK - KUURNE -
HARELBEKE
LEUVEN
LIER
LOKEREN
MECHELEN - BONHEIDEN
MOL
OOSTENDE - BREDENE
OUDENAARDE
ROESELARE
RONSE
SINT-NIKLAAS
SINT-TRUIDEN
TIELT
TIENEN
TONGEREN
TURNHOUT
WAREGEM

New CIM Steden Wallonie (N = 13)

ARLON
ATH
EUPEN

HUY
 LA LOUVIERE - MORLANWELZ
 - CHAPELLE-LEZ-HERLAIMONT -
 MANAGE
 MARCHE-EN-FAMENNE
 MONS - FRAMERIES - BOUSSU
 - COLFONTAINE - DOUR -
 QUAREGNON
 MOUSCRON
 NAMUR
 NIVELLES
 TOURNAI
 VERVIERS - DISON - PEPINSTER
 WAVRE

New Kleine CIM Localiteiten Vlaanderen

AALTER
 ARENDONK
 ASSE
 AVELGEM
 BERINGEN
 BEVEREN
 BILZEN
 BLANKENBERGE
 BOOM
 BORNEM
 BRAKEL
 BRECHT
 BREE
 DE HAAN
 DE PANNE
 DENDERLEEUV
 DIEPENBEEK
 DIKSMUIDE
 DILSEN-STOKKEM
 DUFFEL
 ESSEN
 EVERGEM
 GERAARDSBERGEN
 HAACHT
 HAMME
 HEIST-OP-DEN-BERG
 HERK-DE-STAD
 HEUSDEN-ZOLDER
 HOOGSTRATEN

HOUTHALLEN-HELCHTEREN
 IZEGEM
 KALMTHOUT
 KOKSIJDE
 KONTICH
 KORTENBERG
 LANAKEN
 LANDEN
 LEDE
 LENNIK
 LEOPOLDSBURG
 LIEDEKERKE
 LOMMEL
 LONDERZEEL
 MAASEIK
 MAASMECHELEN
 MALDEGEM
 MALLE
 MEISE
 MELLE
 MENEN
 MIDDELKERKE
 NEERPELT
 NIEUWPOORT
 NIJLEN
 NINOVE
 OVERIJSE
 OVERPELT
 PEER
 POPERINGE
 PUURS
 SCHERPENHEUVEL-ZICHEM
 SCHILDE
 SINT-GILLIS-WAAS
 SINT-KATELIJNE-WAVER
 TEMSE
 TERNAT
 TESSENDERLO
 TORHOUT
 VEURNE
 WERVIK
 WESTERLO
 WETTEREN
 WEVELGEM
 WIJNEGEM
 WILLEBROEK
 WUUSTWEZEL

ZELE
 ZELZATE
 ZONHOVEN
 ZOTTEGEM
 ZWEVEGEM
 ZWIJNDRECHT

New Kleine CIM Localiteiten Wallonie

AMAY
 ANDENNE
 AUBANGE
 AYWAILLE
 BASTOGNE
 BEAURAING
 BELOEIL
 BERTRIX
 BINCHE
 BOUILLON
 BRAINE-LE-COMTE
 CHIMAY
 CINEY
 COMINES-WARNETON
 COUVIN
 DINANT
 DURBUY
 ENGHEN
 ERQUELINNES
 ESNEUX
 FLEURUS
 FLORENNES
 FLORENVILLE
 FONTAINE-L'ÉVEQUE
 GEMBLOUX
 HANNUT
 HERVE
 HOUFFALIZE
 JODOIGNE
 KELMIS
 LESSINES
 LEUZE-EN-HAINAUT
 LIBRAMONT-CHEVIGNY
 MALMEDY
 MESSANCY
 NEUFCHATEAU
 OTTIGNIES-LOUVAIN-LA-NEUVE
 PERUWELZ

PHILIPPEVILLE
 RIXENSART
 ROCHEFORT
 SAINT-GHISLAIN
 SAINT-HUBERT
 SAMBREVILLE
 SANKT VITH
 SOIGNIES
 SPA
 STAVELOT
 THUIN
 TUBIZE
 VIELSALM
 VIRTON
 VISE
 WALCOURT
 WAREMME
 WELKENRAEDT

New Landelijke CIM Gemeenten Vlaanderen

AFFLIGEM
 ALKEN
 ALVERINGEM
 ANZEGEM
 ARDOOIE
 AS
 ASSENEDE
 BAARLE-HERTOG
 BALEN
 BEERNEM
 BEERSE
 BEGIJNENDIJK
 BEKKEVOORT
 BERLAAR
 BERLARE
 BERTEM
 BEVER
 BIERBEEK
 BOCHOLT
 BOORTMEERBEEK
 BORGLOON
 BOUTERSEM
 BUGGENHOUT
 DAMME
 DE PINTE

DEERLIJK
 DENTERGEM
 DESSEL
 DESTELBERGEN
 ERPE-MERE
 GALMAARDEN
 GAVERE
 GEETBETS
 GINGELOM
 GISTEL
 GLABBEEK
 GOOIK
 GROBBENDONK
 HAALERT
 HALEN
 HAM
 HAMONT-ACHEL
 HECHTEL-EKSEL
 HEERS
 HERENT
 HERENTHOUT
 HERNE
 HERSELT
 HERSTAPPE
 HERZELE
 HEUVELLAND
 HOEGAARDEN
 HOEILAART
 HOESELT
 HOLSBEEK
 HOOGLEDE
 HOREBEKE
 HOUTHULST
 HULDENBERG
 HULSHOUT
 ICHTEGEM
 INGELMUNSTER
 JABBEKE
 KAMPENHOUT
 KAPPELLE-OP-DEN-BOS
 KAPRIJKE
 KASTERLEE
 KEERBERGEN
 KINROOI
 KLUISBERGEN
 KNESSELARE
 KOEKELARE

KORTEMARK
 KORTENAKEN
 KORTESSEM
 KRUIBEKE
 KRUISSHOUTEM
 LAAKDAL
 LAARNE
 LANGEMARK-POELKAPPELLE
 LEBBEKE
 LEDEGEM
 LENDELEDE
 LICHTERVELDE
 LIERDE
 LILLE
 LINT
 LINTER
 LOCHRISTI
 LO-RENINGE
 LOVENDEGEM
 LUBBEEK
 LUMMEN
 MAARKEDAL
 MEERHOUT
 MEEUWEN-GRUITRODE
 MERCHTEM
 MERKSPLAS
 MESEN
 MEULEBEKE
 MOERBEKE
 MOORSLEDE
 NAZARETH
 NEVELE
 NIEL
 NIEUWERKERKEN
 OLEN
 OOSTERZELE
 OOSTKAMP
 OOSTROZEBEKE
 OPLABBEEK
 OPWIJK
 OUDENBURG
 OUD-HEVERLEE
 OUD-TURNHOUT
 PEPINGEN
 PITTEM
 PUTTE
 RANST

RAVELS	ANDERLUES	FAIMES
RETIE	ANHEE	FAUVILLERS
RIEMST	ANTHISNES	FERNELMONT
RIJKEVORSEL	ANTOING	FERRIERES
ROOSDAAL	ASSESE	FEXHE-LE-HAUT-CLOCHER
ROTSELAAR	ATTERT	FLOBECQ
RUISELEDE	AUBEL	FLOREFFE
RUMST	AWANS	FOSSES-LA-VILLE
SINT-AMANDS	BAELEN	FRASNES-LEZ-ANVAING
SINT-LAUREINS	BASSENGE	FROIDCHAPELLE
SINT-LIEVENS-HOUTEM	BEAUMONT	GEDINNE
SPIERE-HELKIJN	BEAUVECHAIN	GEER
STABROEK	BERLOZ	GENAPPE
STADEN	BERNISSART	GERPINNES
STEENOKKERZEEL	BERTOONE	GESVES
STEKENE	BIEVRE	GOUVY
TIELT-WINGE	BLENGNY	GREZ-DOICEAU
TREMELO	BRAINE-LE-CHATEAU	HABAY
VLETEREN	BRAIVES	HAMOIR
VOEREN	BRUGELETTE	HAMOIS
VORSELAAR	BRUNHAUT	HAM-SUR-HEURE-NALINNES
VOSELAAR	BUELLINGEN	HASTIERE
WAARSCHOOT	BUETGENBACH	HAVELANGE
WAASMUNSTER	BURDINNE	HELECINE
WACHTEBEKE	BURG-REULAND	HENSIES
WELLEN	CELLES	HERBEUMONT
WICHELEN	CERFONTAINE	HERON
WIELSBEKE	CHASTRE	HONNELLES
WINGENE	CHAUMONT-GISTOUX	HOTTON
WORTEGEM-PETEGEM	CHIEVRES	HOUYET
ZANDHOVEN	CHINY	INCOURT
ZEDELGEM	CLAVIER	ITTRE
ZEMST	COMBLAIN-AU-PONT	JALHAY
ZINGEM	COURT-SAINT-ETIENNE	JEMEPPE-SUR-SAMBRE
ZOERSEL	CRISNEE	JUPRELLE
ZOMERGEM	DALHEM	JURBISE
ZONNEBEKE	DAVERDISSE	LA BRUYERE
ZOUTLEEUW	DOISCHE	LA HULPE
ZUIENKERKE	DONCEEL	LA ROCHE-EN-ARDENNE
ZULTE	ECAUSSINNES	LASNE
ZUTENDAAL	EGHEZEE	LE ROEULX
ZWALM	ELLEZELLES	LEGLISE
	ENGIS	LENS
	EREZEE	LES BONS VILLERS
	ESTAIMPUIS	LIBIN
	ESTINNES	LIERNEUX
	ETALLE	LIMBOURG

New Landelijke CIM Gemeenten Wallonie

AISEAU-PRESLES
AMEL

LINCENT	PALISEUL	SOUMAGNE
LOBBES	PECQ	SPRIMONT
LONTZEN	PERWEZ	STOUMONT
MANHAY	PLOMBIERES	TELLIN
MARCHIN	PONT-A-CELLES	TENNEVILLE
MARTELANGE	PROFONDEVILLE	THEUX
MEIX-DEVANT-VIRTON	QUEVY	THIMISTER-CLERMONT
MERBES-LE-CHATEAU	QUIEVRAIN	TINLOT
METTET	RAEREN	TINTIGNY
MODAVE	RAMILLIES	TROIS-PONTS
MOMIGNIES	REBECQ	TROOZ
MONT-DE-L'ENCLUS	REMICOURT	VAUX-SUR-SURE
MONT-SAINT-GUIBERT	RENDEUX	VERLAINE
MUSSON	ROUVROY	VILLERS-LA-VILLE
NANDRIN	RUMES	VILLERS-LE-BOUILLET
NASSOGNE	SAINTE-ODE	VIROINVAL
NEUPRE	SAINT-GEORGES-SUR-MEUSE	VRESSE-SUR-SEMOIS
OHEY	SAINT-LEGER	WAIMES
OLNE	SENEFFE	WALHAIN
ONHAYE	SILLY	WANZE
OREYE	SIVRY-RANCE	WASSEIGES
ORP-JAUCHE	SOMBREFFE	WELLIN
OUFFET	SOMME-LEUZE	YVOIR

Bijlage 2

New CIM Inwoner: Lijst van de gemeenten behorende tot de stedelijke leefcomplexen

Stedelijk leefcomplex ANTWERPEN

New CIM Kernstad

ANTWERPEN

New CIM Randstad

AARTSELAAR
BOECHOUT
BORSBEEK
BRASSCHAAT
EDEGEM
HEMIKSEM
HOVE
KAPELLEN
MORTSEL
SCHELLE
SCHOTEN
WOMMELGEM

New CIM Buitenwijk

BRECHT
ESSEN
KALMTHOUT
KONTICH
LINT
NIEL
RANST
RUMST
SCHILDE
STABROEK
WIJNEGEM
WUUSTWEZEL
ZANDHOVEN
ZOERSEL
ZWIJNDRECHT

New CIM Slaapstad

BERLAAR
BEVEREN
BOOM
BORNEM
DUFFEL
GROBBENDONK
HERENTHOUT
KRUIBEKE
LIER
MALLE
NIJLEN
TEMSE
VORSELAAR
WILLEBROEK

Stedelijk leefcomplex BRUGGE

New CIM Kernstad

BRUGGE

New CIM Buitenwijk

DAMME
JABBEKE
OOSTKAMP
ZUIENKERKE

New CIM Slaapstad

BEERNEM
BLANKENBERGE
KNOKKE-HEIST
ZEDELGEM

Stedelijk leefcomplex BRUSSEL

New CIM Kernstad

BRUSSEL

New CIM Randstad

ANDERLECHT
BEERSEL
BRAINE-L'ALLEUD
DILBEEK
DROGENBOS
ELSENE
ETTERBEEK
EVERE
GANSHOREN
GRIMBERGEN
HALLE
JETTE
KOEKELBERG
KRAAINEM
LINKEBEEK
MACHELEN
OUDERGEM
SCHAARBEEK
SINT-AGATHA-BERCHEM
SINT-GENESIUS-RODE
SINT-GILLIS
SINT-JANS-MOLENBEEK
SINT-JOOST-TEN-NODE
SINT-LAMBRECHTS-WOLUWE
SINT-PIETERS-LEEUV
SINT-PIETERS-WOLUWE
TERVUREN
UKKEL
VILVOORDE
VORST

WATERLOO
WATERMAAL-BOSVOORDE
WEMMEL
WEZEMBEEK-OPPEM
ZAVENTEM

New CIM Buitenwijk

ASSE
BEAUVECHAIN
BERTEM
BRAINE-LE-CHATEAU
CHAUMONT-GISTOUX
ENGHIEN
GOOIK
GREZ-DOICEAU
HOEILAART
HULDENBERG
ITTRE
KAMPENHOUT
KORTENBERG
LA HULPE
LASNE
LENNIK
MEISE
NIVELLES
OTTIGNIES-LOUVAIN-LA-NEUVE
OVERIJSE
PEPINGEN
RIXENSART
SILLY
STEENOKKERZEEL
TERNAT
TUBIZE
WAVRE
ZEMST

New CIM Slaapstad

AALST
AARSCHOT
AFFLIGEM
ATH
BEVER
BOORTMEERBEEK
BOUTERSEM
BRAINE-LE-COMTE
BRAKEL

BRUGELETTE
BUGGENHOUT
CHASTRE
CHIEVRES
COURT-SAINT-ETIENNE
DENDERLEEUV
DENDERMONDE
ECAUSSINNES
ELLEZELLES
ERPE-MERE
FLOBECQ
GALMAARDEN
GEMBLOUX
GENAPPE
GERAARDSBERGEN
GINGELOM
GLABBEEK
HAACHT
HAALERT
HANNUT
HELECINE
HERNE
HERZELE
HOEGAARDEN
INCOURT
JODOIGNE
KAPELLE-OP-DEN-BOS
KEERBERGEN
LANDEN
LEBBEKE
LEDE
LESSINES
LIEDEKERKE
LIERDE
LINCENT
LINTER
LONDERZEEL
MERCHTEM
MONT-SAINT-GUIBERT
NINOVE
OPWIJK
ORP-JAUCHE
PERWEZ
RAMILLIES
REBECQ
ROOSDAAL
SCHERPENHEUVEL-ZICHEM
SENEFFE

SINT-LIEVENS-HOUTEM
TIENEN
TREMELO
VILLERS-LA-VILLE
WALHAIN
WASSEIGES
WICHELEN
ZOTTEGEM
ZWALM

Stedelijk leefcomplex GENT

New CIM Kernstad

GENT

New CIM Randstad

MERELBEKE
SINT-MARTENS-LATEM

New CIM Buitenwijk

DE PINTE
DESTELBERGEN
EVERGEM
GAVERE
LOCHRISTI
LOVENDEGEM
MELLE
NAZARETH
WACHTEBEKE
ZELZATE

New CIM Slaapstad

AALTER
ASSENEDE
DEINZE
EEKLO
KAPRIJKE
LAARNE
MOERBEKE
NEVELE
OOSTERZELE
WAARSCHOOT

WETTEREN
ZINGEM
ZOMERGEM

Stedelijk leefcomplex HASSELT-GENK

New CIM Kernstad

HASSELT
GENK

New CIM Buitenwijk

ALKEN
AS
DIEPENBEEK
HOUTHALEN-HELCHTEREN
KORTESSEM
OPGLABBEEK
ZONHOVEN
ZUTENDAAL

New CIM Slaapstad

BILZEN
BORGLOON
HERK-DE-STAD
HEUSDEN-ZOLDER
HOESELT
LUMMEN
MAASMECHELEN
MEEUWEN-GRUITRODE
NIEUWERKERKEN
WELLEN

Stedelijk leefcomplex KORTRIJK

New CIM Kernstad

KORTRIJK

New CIM Randstad

HARELBEKE
KUURNE

New CIM Buitenwijk

WEVELGEM

New CIM Slaapstad

DEERLIJK
LENDELEDE
MENEN
SPIERE-HELKIJN
ZWEVEGEM

Stedelijk leefcomplex LEUVEN

New CIM Kernstad

LEUVEN

New CIM Buitenwijk

BIERBEEK
HERENT
HOLSBEEK
LUBBEEK
OUD-HEVERLEE
ROTSELAAR
TIELT-WINGE

New CIM Slaapstad

BEKKEVOORT

Stedelijk leefcomplex MECHELEN

New CIM Kernstad

MECHELEN

New CIM Randstad

BONHEIDEN

New CIM Buitenwijk

SINT-KATELIJNE-WAVER

New CIM Slaapstad

PUTTE

Stedelijk leefcomplex OOSTENDE

New CIM Kernstad

OOSTENDE

New CIM Randstad

BREDENE

New CIM Buitenwijk

OUDENBURG

New CIM Slaapstad

DE HAAN
GISTEL
MIDDELKERKE

Stedelijk leefcomplex SINT-NIKLAAS

New CIM Kernstad

SINT-NIKLAAS

New CIM Buitenwijk

STEKENE

New CIM Slaapstad

SINT-GILLIS-WAAS
WAASMUNSTER

**Stedelijk leefcomplex
CHARLEROI****New CIM Kernstad**

CHARLEROI

New CIM RandstadCHATELET
COURCELLES
FARCIENNES
MONTIGNY-LE-TILLEUL**New CIM Buitenwijk**AISEAU-PRESLES
FLEURUS
GERPINNES
HAM-SUR-HEURE-NALINNES
LES BONS VILLERS
THUIN
WALCOURT**New CIM Slaapstad**ANDERLUES
BEAUMONT
CERFONTAINE
FLORENNES
FONTAINE-L'EVEQUE
FOSSES-LA-VILLE
LOBBES
MERBES-LE-CHATEAU
METTET
PONT-A-CELLES**Stedelijk leefcomplex
LA LOUVIERE****New CIM Kernstad**

LA LOUVIERE

New CIM Randstad

CHAPELLE-LEZ-HERLAIMONT

MANAGE
MORLANWELZ**New CIM Slaapstad**BINCHE
LE ROEULX**Stedelijk leefcomplex
LUIK****New CIM Kernstad**

LIEGE

New CIM RandstadANS
BEYNE-HEUSAY
CHAUDFONTAINE
ENGIS
FLEMALLE
FLERON
GRACE-HOLLOGNE
HERSTAL
OUPEYE
SAINT-NICOLAS
SERAING
SOUMAGNE**New CIM Buitenwijk**ANTHISNES
AWANS
AYWAILLE
BASSENGE
BLEGNY
CRISNEE
DALHEM
DONCEEL
ESNEUX
FEXHE-LE-HAUT-CLOCHER
JUPRELLE
NANDRIN
NEUPRE
OLNE
REMICOURT
SAINT-GEORGES-SUR-MEUSESPRIMONT
TINLOT
TROOZ
VERLAINE
VISE**New CIM Slaapstad**AMAY
BERLOZ
CLAVIER
COMBLAIN-AU-PONT
FAIMES
FERRIERES
GEER
HAMOIR
HERSTAPPE
HERVE
MODAVE
OREYE
OUFFET
STOUMONT
VILLERS-LE-BOUILLET
VOEREN
WANZE
WAREMME**Stedelijk leefcomplex
BERGEN****New CIM Kernstad**

MONS

New CIM RandstadBOUSSU
COLFONTAINE
DOUR
FRAMERIES
QUAREGNON**New CIM Buitenwijk**JURBISE
QUEVY
SAINT-GHISLAIN

New CIM Slaapstad

HENSIES
HONNELLES
LENS
QUIEVRAIN

**Stedelijk leefcomplex
NAMEN****New CIM Kernstad**

NAMUR

New CIM Buitenwijk

ASSESE
FLOREFFE
LA BRUYERE
PROFONDEVILLE

New CIM Slaapstad

ANDENNE
ANHEE
EGHEZEE
FERNELMONT
GESVES

**Stedelijk leefcomplex
DOORNIK****New CIM Kernstad**

TOURNAI

New CIM Buitenwijk

ANTOING
BRUNHAUT
RUMES

New CIM Slaapstad

CELLES
PECQ

**Stedelijk leefcomplex
VERVIERS****New CIM Kernstad**

VERVIERS

New CIM Randstad

DISON
PEPINSTER

New CIM Buitenwijk

JALHAY
THEUX

New CIM Slaapstad

LIMBOURG
THIMISTER-CLERMONT

**Lijst van de andere
CIM gemeenten niet
behorende tot het
stedelijk leefcomplex
(in alfabetische
volgorde)**

ALVERINGEM
AMEL
ANZEGEM
ARDOOIE
ARENDONK
ARLON
ATTERT
AUBANGE
AUBEL
AVELGEM
BAARLE-HERTOG
BAELEN
BALEN
BASTOGNE
BEAURAING
BEERSE
BEGIJNENDIJK
BELOEIL
BERINGEN

BERLARE
BERNISSART
BERTOGNE
BERTRIX
BIEVRE
BOCHOLT
BOUILLON
BRAIVES
BREE
BUELLINGEN
BUETGENBACH
BURDINNE
BURG-REULAND
CHIMAY
CHINY
CINEY
COMINES-WARNETON
COUVIN
DAVERDISSE
DE PANNE
DENTERGEM
DESSEL
DIEST
DIKSMUIDE
DILSEN-STOKKEM
DINANT
DOISCHE
DURBUY
EREZEE
ERQUELINNES
ESTAIMPUIS
ESTINNES
ETALLE
EUPEN
FAUVILLERS
FLORENVILLE
FRASNES-LEZ-ANVAING
FROIDCHAPELLE
GEDINNE
GEEL
GEETBETS
GOUVY
HABAY
HALEN
HAM
HAMME
HAMOIS
HAMONT-ACHEL

HASTIERE	LONTZEN	RONSE
HAVELANGE	LO-RENINGE	ROUVROY
HECHTEL-EKSEL	MAARKEDAL	RUISELEDE
HEERS	MAASEIK	SAINTE-ODE
HEIST-OP-DEN-BERG	MALDEGEM	SAINT-HUBERT
HERBEUMONT	MALMEDY	SAINT-LEGER
HERENTALS	MANHAY	SAMBREVILLE
HERON	MARCHE-EN-FAMENNE	SANKT VITH
HERSELT	MARCHIN	SINT-AMANDS
HEUVELLAND	MARTEANGE	SINT-LAUREINS
HOOGLEDE	MEERHOUT	SINT-TRUIDEN
HOOGSTATEN	MEIX-DEVANT-VIRTON	SIVRY-RANCE
HOREBEKE	MERKSPLAS	SOIGNIES
HOTTON	MESEN	SOMBREFFE
HOUFFALIZE	MESSANCY	SOMME-LEUZE
HOUTHULST	MEULEBEKE	SPA
HOUYET	MOL	STADEN
HULSHOUT	MOMIGNIES	STAVELOT
HUY	MONT-DE-L'ENCLUS	TELLIN
ICHTEGEM	MOORSLEDE	TENNEVILLE
IEPER	MOUSCRON	TESSENDERLO
INGELMUNSTER	MUSSON	TIELT
IZEGEM	NASSOGNE	TINTIGNY
JEMEPPE-SUR-SAMBRE	NEERPELT	TONGEREN
KASTERLEE	NEUFCHATEAU	TORHOUT
KELMIS	NIEUWPOORT	TROIS-PONTS
KINROOI	OHEY	TURNHOUT
KLUISBERGEN	OLEN	VAUX-SUR-SURE
KNESSELARE	ONHAYE	VEURNE
KOEKELARE	OOSTROZEBEKE	VIELSALM
KOKSIJDE	OUDENAARDE	VIROINVAL
KORTEMARK	OUD-TURNHOUT	VIRTON
KORTENAKEN	OVERPELT	VLETEREN
KRUISSHOUTEM	PALISEUL	VOSELAAR
LA ROCHE-EN-ARDENNE	PEER	VRESSE-SUR-SEMOIS
LAAKDAL	PERUWELZ	WAIMES
LANAKEN	PHILIPPEVILLE	WAREGEM
LANGEMARK-POELKAPELLE	PITTEM	WELKENRAEDT
LEDEGEM	PLOMBIERES	WELLIN
LEGLISE	POPERINGE	WERVIK
LEOPOLDSBURG	PUURS	WESTERLO
LEUZE-EN-HAINAUT	RAEREN	WIELSBEKE
LIBIN	RAVELS	WINGENE
LIBRAMONT-CHEVIGNY	RENDEUX	WORTEGEM-PETEGEM
LICHTERVELDE	RETIE	YVOIR
LIERNEUX	RIEMST	ZELE
LILLE	RIJKEVORSEL	ZONNEBEKE
LOKEREN	ROCHEFORT	ZOUTLEEUV
LOMMEL	ROESELARE	ZULTE