

B-project: Ontwerp van een Vlaamse vertrouwensbarometer

Een vergelijking van gevestigde tevredenheids- en
vertrouwensmonitoren in binnen- en buitenland

Steven Van Roosbroek
Dr. Steven Van de Walle
Dr. Jarl K. Kampen
Prof. Dr. Geert Bouckaert

Rapport
D/2005/10106/004
April 2005

Algemeen secretariaat - Steunpunt Beleidsrelevant onderzoek
BESTUURLIJKE ORGANISATIE VLAANDEREN
E. VAN EVENSTRAAT 2 C - B-3000 LEUVEN - BELGIE

Tel: 0032 16 32 36 10

Fax: 0032 16 32 36 11
www.steunpuntbov.be

E-mail: sbov@soc.kuleuven.ac.be

B-project

ONTWERP VAN EEN VLAAMSE VERTROUWENSBAROMETER

ABSTRACT

Zoals vermeld in de beleidsnota ‘Vlaamse statistieken, indicatoren en toekomstverkennde studies voor het regeringsbeleid’ wil de Vlaamse overheid de haalbaarheid van een Vlaamse vertrouwensbarometer nagaan. Met behulp van deze barometer moet de evolutie in de houding van de burger ten aanzien van de administratie en de Vlaamse overheid op regelmatige basis opgevolgd worden. Dit meetinstrument wordt eenmalig opgesteld en op een gestandaardiseerde wijze afgenomen. Het Steunpunt Bestuurlijke Organisatie Vlaanderen onderzoekt in opdracht van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap de modaliteiten voor het uitbouwen van een dergelijke barometer, stelt een conceptvragenlijst op en tekent de procedures uit voor het afnemen, analyseren en gebruik van de beleidsdata die eruit voortvloeien.

In dit rapport worden een aantal bestaande instrumenten onderzocht en vergeleken, zoals de Nederlandse Belevingsmonitor, de Eurobarometer, de indices van het consumenten- en ondernemersvertrouwen, de WADO surveys en de *American Customer Satisfaction Index*. Vanuit de praktijkervaringen van andere onderzoekers trachten we aandachtspunten bloot te leggen voor een Vlaamse vertrouwensbarometer.

Dit rapport bouwt verder op de verzamelde expertise in het kader van het project ‘Burgergericht Besturen: Kwaliteit en Vertrouwen in de Overheid’ dat onder andere de ‘Werken aan de Overheid’ surveys organiseerde die peilden naar het vertrouwen van de burger in de overheid (www.kuleuven.ac.be/io/trust).

EEN VERGELIJKING VAN GEVESTIGDE TEVREDENHEIDS- EN VERTROUWENSMONITOREN IN BINNEN- EN BUITENLAND

INHOUDSTAFEL

Over de auteurs...	7
HOOFDSTUK 1 INLEIDING	9
HOOFDSTUK 2 EUROBAROMETER	13
2.1 Doel en opdrachtgever	13
2.2 Inhoud en aansturing	14
2.3 Veldwerk en frequentie	18
2.4 Rapportering, openbaarheid en valorisatie	19
2.5 European Continuous Tracking Survey	19
2.6 Discussie en conclusie	22
HOOFDSTUK 3 BELEVINGSMONITOR	25
3.1 Doel en opdrachtgever	25
3.2 Inhoud en aansturing	26
3.3 Veldwerk en frequentie	31
3.4 Rapportering, openbaarheid en valorisatie	32
3.5 Discussie en conclusie	33
HOOFDSTUK 4 AMERICAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX	35
4.1 Doel en opdrachtgever	35
4.2 Inhoud en aansturing	35
4.3 Veldwerk en frequentie	37
4.4 Rapportering, openbaarheid en valorisatie	38
4.5 Discussie en conclusie	39
HOOFDSTUK 5 ONDERNEMERS- EN CONSUMENTENVERTROUWEN	43
5.1 Doel en opdrachtgever	43
5.2 Inhoud en aansturing	44
5.3 Veldwerk en frequentie	48
5.4 Rapportering, openbaarheid en valorisatie	50
5.5 Discussie en conclusie	51
HOOFDSTUK 6 WERKEN AAN DE OVERHEID	53
6.1 Doel en opdrachtgever	53
6.2 Inhoud en aansturing	54

6.3	Veldwerk en frequentie	55
6.4	Rapportering, openbaarheid en valorisatie	57
6.5	Discussie en conclusie	57
HOOFDSTUK 7 VERGELIJKING EN VOORSTELLEN VOOR EEN BAROMETER		59
7.1	Inleiding	59
7.2	Soort instrument en gebruik	59
7.3	Communicatie	63
7.4	Steekproeftrekking	65
7.5	Dataverzameling	66
7.6	Steekproefgrootte	67
7.7	Samenvatting	72
Bijlagen		77
Bibliografie		83

OVER DE AUTEURS...

Prof. Dr Geert BOUCKAERT (geert.bouckaert@soc.kuleuven.ac.be - °1958) is gewoon hoogleraar aan de K.U.Leuven en tevens directeur van het Instituut voor de Overheid.

Dr. Jarl K. KAMPEN (jarl.kampen@soc.kuleuven.ac.be - °1970) werkt sinds november 2000 als voltijds onderzoeker aan het Instituut voor de Overheid (K.U.Leuven).

Dr. Steven VAN DE WALLE (steven.vandewalle@soc.kuleuven.ac.be - °1977) is licentiaat in de Politieke Wetenschappen (K.U.Leuven), Master in Public Administration (K.U.Leuven & Budapest University of Economic Science & Public Administration) en Doctor in de Sociale Wetenschappen. Hij werkt als onderzoeker aan het Instituut voor de Overheid en doet er onderzoek naar de perceptie van de burger over overheidsdiensten.

Steven VAN ROOSBROEK (steven.vanroosbroek@soc.kuleuven.ac.be - °1982) is licentiaat in de Politieke Wetenschappen (K.U.Leuven). Hij is sinds januari 2005 actief als wetenschappelijk medewerker aan het Steunpunt Bestuurlijke Organisatie Vlaanderen.

HOOFDSTUK 1

INLEIDING

‘Werken aan vertrouwen, een kwestie van aanpakken’. ‘Vertrouwen geven, verantwoordelijkheid nemen.’ ‘Bouwen aan vertrouwen.’ Wie het belang van het vertrouwen van de burger in de overheid wil inschatten, moet vaak niet verder zoeken dan de titel van regeringsverklaringen en beleidsnota’s. Het vertrouwen van de burger in en de tevredenheid over de overheid boeit politici en sociale wetenschappers inderdaad reeds een aantal jaren (Van de Walle, 2004). Vooral in de jaren ’90 kende het politieke denken over de ‘kloof met de burger’ een hoogtepunt. Wetenschappelijk onderzoek biedt ondertussen steeds meer inzicht in de materie.

Vanuit het besef dat vertrouwen in de overheid belangrijk is, kijkt men vanuit de politieke wereld met belangstelling naar instrumenten die het vertrouwen in de overheid meten. In zijn beleidsnota schrijft de Vlaamse minister van Bestuurszaken dat “luisteren naar de burgers” een “systematische opvolging van de gebruikerstevredenheid” impliceert (Bourgeois, 2004: 6). De Vlaamse minister-president stelt in zijn beleidsnota ‘Vlaamse statistieken, indicatoren en toekomstverkennde studies voor het regeringsbeleid’ voor om een studie te organiseren die de haalbaarheid van een Vlaamse vertrouwensbarometer moet onderzoeken (Leterme, 2004: 26).

De vraag naar de constructie van een vertrouwensbarometer vindt haar oorsprong in een lacune in de huidige metingen van attitudes tegenover de overheid. Globaal gezien kunnen we een onderscheid maken tussen twee zaken. Aan de ene kant zijn er de tevredenheidsmetingen die trachten tekortkomingen op te sporen en veranderingen te sturen bij bepaalde diensten. Dit soort metingen zijn meestal zeer specifiek en worden tegen een relatief lage frequentie georganiseerd. Aan de andere kant worden attitudes tegenover de overheid ook gemeten op een algemeen niveau. Hier ligt de focus op de burger in plaats van op de gebruiker. Deze doelstelling wordt onvoldoende gerealiseerd door het huidige aanbod van onderzoeksinstrumenten. Met de jaarlijkse APS survey ‘sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen’ heeft de Vlaamse Overheid wel een instrument om de maatschappelijke evoluties

in Vlaanderen op te volgen. Dit instrument neemt echter te veel de vorm aan van een puntmeting die steeds met een variabele vragenlijst werkt en daardoor slechts beperkt toelaat trends doorheen de tijd te maken. Momentopnamen verdoezelen immers de onderliggende dynamiek die leidt tot de structuur van de samenleving.

Wat ontbreekt, is een beleidsinstrument dat toelaat op een regelmatige basis een beeld te verschaffen van de evolutie in de houding van de burger ten aanzien van de administratie en de Vlaamse overheid als geheel. Een dergelijk instrument laat niet alleen toe de effecten van het overheidshandelen te meten, maar functioneert ook als ‘early warning’ systeem dat het voor de Vlaamse overheid mogelijk maakt pro-actief te handelen. Voor het in kaart brengen van dit soort evoluties is het belangrijk dat het instrument eenmalig wordt opgesteld, om daarna niet meer te veranderen. De eenmalige opstelling garandeert dat schommelingen van tevredenheids- en vertrouwensniveaus het gevolg zijn van maatschappelijke evoluties en niet van veranderingen van het meetinstrument. Er zouden in dat geval geen contexteffecten zijn, omdat zaken als de doelstelling van de bevraging, de volgorde van de vragen en de vraagformulering constant worden gehouden. Consistentie in de methode van dataverzameling schakelt methode-effecten uit. Uit onderzoek blijkt immers dat het meten van eenzelfde vraag over tevredenheid of vertrouwen, gemeten in een andere context en/of met een verschillende methode van dataverzameling, voor significante verschillen in de resultaten kan zorgen¹. Om de vergelijkbaarheid doorheen de tijd te verzekeren, is het noodzakelijk context en methode constant te houden. De instrumenten die hier besproken worden, zullen ondermeer op deze dimensie beoordeeld worden.

Een voorbeeld kan het belang van de standaardisering van context en methode verduidelijken. In 2002 werd de tevredenheid met de politie op drie verschillende manieren bevroegd. De

¹ Zie hiervoor ondermeer: Billiet, J. (1993), *Ondanks beperkt zicht*. Brussel: VUB Press.
Biemer, P. P., R. M. Groves, L. E. Lyberg, N. A. Mathiowetz & S. Sudman (1991), *Measurement errors in surveys*. New York: Wiley.
Mangione, T. W., R. Hingson & J. Barrett (1982), Collecting sensitive data: A comparison of three survey strategies, *Sociological Methods & Research* 10, 337-346.
Moore, D. W. (2002), Measuring new types of question-order effects, *Public Opinion Quarterly* 66, 80-91.
Schwarz, N., F. Strack, H. J. Hippler & G. Bishop (1991), The impact of administration mode on response effects in survey measurement, *Applied Cognitive Psychology*, 5, 193-212.
Tourangeau, R., & K. Rasinski (1988), Cognitive processes underlying context effects in attitude measurement, *Psychological Bulletin* 103, 229-314

‘Veiligheidsmonitor’ stelde aan ongeveer 3.500 inwoners van het Vlaams Gewest volgende vraag: “Vindt u, over het algemeen, dat de politiediensten in België ... werk leveren?” Meer dan 85% antwoordde ‘heel goed’ of ‘goed’ (Van Den Bogaerde et al., 2002: 118). Het onderzoek ging uit van de minister van Binnenlandse Zaken en werd telefonisch afgenomen door het marktonderzoeksbureau DIMARSO (Federale Politie, 2003). Datzelfde jaar werden de inwoners van het Vlaamse Gewest ook op een andere manier bevroegd. De WADO (‘Werken aan de Overheid’) surveys stelden de volgende vraag: “Hoe tevreden bent u met de dienstverlening van de politie?” De face-to-face survey bij 1.248 burgers leverde een percentage tevreden op van 60,5. Tegelijkertijd werd dezelfde vraag in een postenquête gesteld aan 2.166 Vlamingen. Het aantal tevreden bedroeg nog maar 48% (Van de Walle, Kampen, Maddens, & Bouckaert, 2004). Is er hier sprake van een spectaculaire daling? Het antwoord is uiteraard dat er andere redenen zijn voor de grote verschillen in de resultaten. Ten eerste is er het verschil in vraagformulering tussen de Veiligheidsmonitor en WADO. Ten tweede ontbreekt bij de Veiligheidsmonitor een neutrale antwoordcategorie. Als derde zijn ook de methoden van dataverzameling verschillend. Ten vierde is er de verschillende context van de instrumenten.

In dit rapport onderzoeken we de modaliteiten voor het uitbouwen van een Vlaamse vertrouwensbarometer. Het is de bedoeling de methodiek van een aantal andere frequent georganiseerde, gestandaardiseerde meetinstrumenten van nabij te bekijken. Dit zal gebeuren aan de hand van een systematische studie van elk instrument. Meer bepaald zullen het doel, de opdrachtgever, de inhoud, de aansturing, het veldwerk, de frequentie, de rapportering, de valorisatie en de openbaarheid van elk instrument onderzocht worden. Als instrumenten zullen worden besproken: de Eurobarometer, de *European Continuous Tracking Survey*, de Nederlandse Belevingsmonitor, de *American Customer Satisfaction Index*, de index van het consumentenvertrouwen, de conjunctuurbarometer en de surveys die in het kader van het project ‘Werken Aan De Overheid’ zijn afgenomen. Elk van deze instrumenten moet ons iets leren over de constructie van een Vlaamse vertrouwensbarometer. Eerst bespreken we de instrumenten afzonderlijk. In het laatste hoofdstuk leggen we de verschillende instrumenten naast elkaar en onderzoeken we wat mogelijke aandachtspunten zijn voor de Vlaamse vertrouwensbarometer.

HOOFDSTUK 2

EUROBAROMETER

2.1 DOEL EN OPDRACHTGEVER

In 1973 werd de eerste Eurobarometer georganiseerd. Met de barometer wilde de Europese Commissie trends in de Europese publieke opinie weergeven over onderwerpen die de (toenmalige) Europese Gemeenschap aanbelangden (European Commission, 1973: 2). Gezien zijn omvang en periodieke afname wordt de Eurobarometer als één van de belangrijkste bronnen van longitudinaal empirisch politiek en sociaal onderzoek beschouwd.

De Eurobarometer kent naast een aantal vaste vragen, die gebruikt kunnen worden om trends over lange periodes te onderzoeken, ook een variabel gedeelte dat kan inspelen op actuele onderwerpen. Zo bevatten de meest recente Eurobarometers een vraag naar het standpunt van de respondent tegenover een Europese Grondwet (European Commission, 2004b: 38). Een ander onderwerp dat in recente onderzoeken terugkwam, was de wenselijkheid van de toetreding van de landen uit Centraal- en Oost-Europa.

Er komen niet alleen vragen aan bod die rechtstreeks betrekking hebben op de Unie. Zo peilt één van de vragen naar het vertrouwen in de nationale instellingen. Een ander item bevroegt de tevredenheid met de democratie en de eigen levenssituatie.

Van 1996 tot 1998 werd de Eurobarometer bijgestaan door de '*European Continuous Tracking Survey*'. Dit wekelijks onderzoek had als doel het van nabij opvolgen van de houdingen van de Europeanen tegenover Europese issues. Aan het einde van dit hoofdstuk wordt hieraan een aparte paragraaf gewijd.

2.2 INHOUD EN AANSTURING

De inhoud van de vragenlijst is zeer divers en verandert voortdurend. Naast een aantal socio-demografische variabelen, ligt de nadruk vooral op issues op het Europese niveau. De Eurobarometer neemt soms de vorm aan van een opiniepeiling over Europese zaken. Er wordt in dat verband gepeild naar zaken als de stemintenties bij de volgende Europese verkiezingen, de toekomstvisie voor de Unie en de mate van steun voor ondermeer de Europese Grondwet en een gemeenschappelijk veiligheids- en defensiebeleid.

Voor dit rapport zijn een aantal andere vragen relevanter. Zo wordt sinds 1993 gepeild naar het vertrouwen van de respondent in een aantal instellingen. Dit gebeurt aan de hand van de vraag: ‘Kan u me voor elk van de volgende instellingen zeggen of u eerder geneigd bent erop te vertrouwen of niet erop te vertrouwen?’ De respondent krijgt dan de keuze tussen twee antwoordcategorieën: ‘eerder vertrouwen’ en ‘eerder niet vertrouwen’ (European Commission, 2004b: 78). De door Eurobarometer 61 (lente 2004) bevroegde instituties zijn:

- De geschreven pers,
 - De radio,
 - De televisie,
 - Justitie / Het Belgische rechtssysteem,
 - De politie,
 - Het leger,
 - De religieuze instellingen,
 - De vakbonden,
 - De politieke partijen,
 - De grote ondernemingen,
 - De federale regering in België,
 - Het Belgisch Parlement,
 - De Europese Unie,
 - De Verenigde Naties,
 - De liefdadigheids- of vrijwilligersorganisaties.
-

In een aparte vraag wordt het vertrouwen van de respondent in de Europese instellingen bevestigd. Dit gebeurt aan de hand van een vraag die lichtjes anders verwoord wordt: ‘Kan u mij, voor elke instelling, zeggen of u er eerder vertrouwen of eerder geen vertrouwen in heeft?’ In de Engelse (‘*tend to trust it or tend not to trust*’) en Franse versie (‘*plutôt confiance ou plutôt pas confiance*’) wordt hier wél met dezelfde vraag gewerkt. Opmerkelijk is dat het vertrouwen in de overheidsdiensten sinds Eurobarometer 59 (lente 2003) niet meer bevestigd wordt. Dit soort wijzigingen in bevestigde instellingen gebeurt echter relatief frequent. Voor de keren dat het vertrouwen in overheidsdiensten wél is bevestigd, zijn duidelijke verschillen tussen periodes en landen merkbaar.

%	herfst 97	lente 99	herfst 00	lente 01	herfst 01	lente 02	Gemiddelde land
Oostenrijk	65	65	64	69	68	66	66
Ierland	61	61	64	62	62	64	62
Luxemburg	57	51	65	63	61	64	60
Denemarken	58	50	55	57	58	60	56
Nederland	58	57	52	52	59	55	56
Zweden	50	45	52	51	56	60	52
Frankrijk	47	44	51	49	46	45	47
VK	46	44	46	45	45	48	46
Duitsland	37	43	46	48	45	45	44
Finland	38	43	50	46	43	43	44
Spanje	37	39	51	44	46	43	43
België	29	37	41	46	52	51	43
Portugal	34	44	37	44	50	47	43
EU gem. ²	40	42	45	40	44	44	43
Griekenland	42	43	31	31	34	31	35
Italië	24	27	31	27	28	29	28

Tabel 1 - *Vertrouwen in de overheidsdiensten (Van de Walle, Kampen, Bouckaert, & Maddens, 2003a)*

Ook in de vraagvervoording en de antwoordcategorieën treden soms wijzigingen op. Deze worden echter vaak opgevangen door te werken met ‘split ballots’. De helft van de respondenten wordt dan bevestigd met de oude methode, de andere helft met de nieuwe. Indien er weinig verschillen zijn tussen beide methoden, dan kan men zonder problemen de

² De lage score van het EU-gemiddelde is een gevolg van het lage vertrouwen in Italië.

nieuwe methode gebruiken. Op die manier is het toch nog mogelijk trends te onderzoeken over langere periodes.

Het consumentenvertrouwen komt reeds een tiental jaar sporadisch aan bod in de vragenlijst. Dat gebeurt aan de hand van vier vragen³:

- Verwachting voor de financiële situatie van het gezin de komende 12 maanden,
- Verwachting voor de economische situatie van het land de komende 12 maanden,
- Verwachting voor de werkloosheid in het land de komende 12 maanden,
- Verwachting voor de eigen jobsituatie de komende 12 maanden.

Enkel de laatste vraag verschilt van de vragen die de Nationale Bank gebruikt om het consumentenvertrouwen te meten (zie hoofdstuk 5). Ook bij de antwoordcategorieën merken we verschillen. Daar waar de Eurobarometer werkt met de mogelijkheden ‘beter’, ‘minder goed’ en ‘hetzelfde’, gebruikt de Nationale Bank een meer gedetailleerde vijfpuntenschaal.

Het is belangrijk om op te merken dat naast de standaardvragen en de vragen over relatief actuele onderwerpen, bovenop de Eurobarometer vaak een vragenmodule wordt geplaatst over specifieke onderwerpen. Voor Eurobarometer 62 (herfst 2004) werden aan de respondenten een aantal bijkomende vragen gesteld over hun sportieve activiteiten (European Commission, 2005b). Op dezelfde manier werd de tevredenheid over de ‘services of general interest’ in verschillende Eurobarometers bevraagd⁴. De vragen handelden over een aantal duidelijk zichtbare (overheids)diensten (vb. post, telefoonmaatschappijen, openbaar vervoer). De bevroegde aspecten betroffen:

- Tevredenheid over de toegankelijkheid (makkelijk/moeilijk),
- Billijkheid van de betaalde prijs (eerlijk/niet eerlijk),
- Tevredenheid over de kwaliteit (zeer goed/redelijk goed/redelijk slecht/zeer slecht),
- Duidelijkheid van de informatieverstrekking (duidelijk/onduidelijk),

³ Zie ondermeer: (European Commission, 2004b: 77)

⁴ Zie Eurobarometer 53.0 (2000) en Eurobarometer 58.0 (2002)

- Billijkheid van de gebruiksvoorwaarden (eerlijk/niet eerlijk),
- Klacht ingediend in laatste 12 maanden (ja/nee),
- Tevredenheid afhandeling klacht (zeer goed/redelijk goed/redelijk slecht/zeer slecht),
- Tevredenheid over klantendienst (zeer goed/redelijk goed/redelijk slecht/zeer slecht).

Opvallend is dat een globale evaluatie van elke dienst ontbreekt. Wat de antwoordcategorieën betreft, valt op dat deze in bepaalde gevallen gewerkt wordt met weinig genuanceerde (dichotome) antwoordcategorieën (Commission européenne, 2002).

De Eurobarometers worden aangevraagd en gecoördineerd door het Directoraat-Generaal Pers en Communicatie van de Europese Commissie. De dataverzameling wordt aan één bureau uitbesteed dat eveneens de verantwoordelijkheid draagt voor de rapportering. De Eurobarometer van de herfst van 2004 was de eerste waar het onderzoek in zo goed als alle landen uitgevoerd werd door verschillende afdelingen van TNS. Dit bedrijf haalde in 2004 het vierjarig raamcontract binnen. Het geraamde totaalbedrag bedroeg 50 miljoen euro (European Commission, 2004a). Vroeger speelde INRA (een consortium voor markt- en opinieonderzoek) meestal een prominente rol in de dataverzameling. Voor de rapportering wordt gevraagd om eventueel betwistbare conclusies (vb. het linken van een bepaalde politieke gebeurtenis met een verandering in de cijfers) zo veel mogelijk te vermijden en zuiver te focussen op beschikbare gegevens. Het bijhouden van de data en de methodologische achtergrond van de onderzoeken gebeurt door GESIS (German Social Science Infrastructure Services)⁵.

Een niet onbelangrijk aspect van de aansturing is het ontbreken van elke wettelijke basis van Eurobarometer. Er zijn dus interventies mogelijk van andere actoren in bijvoorbeeld de constructie van de vragenlijst.

⁵ Zie: www.gesis.org/en/data_service/eurobarometer/

2.3 VELDWERK EN FREQUENTIE

De steekproeftrekking volgt de ‘*random walk*’ methode. Hierbij krijgt de interviewer een adres vanwaar hij moet vertrekken. Van daaruit volgt hij bepaalde willekeurig gekozen instructies, om zo uiteindelijk bij een huis terecht te komen dat geheel toevallig is gekozen. Ook binnen het huis wordt de ondervraagde op een willekeurige wijze geselecteerd. De *random walk* methode wordt over het algemeen gebruikt wanneer er geen ‘nationaal register’ bestaat. Een nationaal register geeft de interviewer immers een specifiek adres. Hij of zij zal minder snel in de verleiding komen om bepaalde (onaantrekkelijke) huizen of straten over te slaan. Bovendien heeft een register als voordeel dat er meer geavanceerde controletechnieken mogelijk zijn⁶.

Per land worden ongeveer elke zes maanden 1.000 mensen face-to-face ondervraagd. Er zijn enkele uitzonderingen op deze regel. In Malta en Luxemburg werden slechts 500 mensen ondervraagd. Voor Cyprus ondervraagt men 500 mensen in het noorden en 500 in het zuiden. Duitsland, het grootste land van de Unie, wordt opgesplitst in een oostelijk en het westelijk deel (zoals voor de hereniging van het land). In het westen worden 1.000 interviews afgenomen, in het oosten 500. Als laatste is er nog het Verenigd Koninkrijk, waar 300 extra interviews worden afgenomen voor Noord-Ierland. Aangezien verder nog een aantal kandidaat-lidstaten in het onderzoek zijn opgenomen, worden in totaal bijna 30.000 mensen per barometer bevraagd (European Commission, 2004c: 35-36).

In landen waar men ervaring had met CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*), werd met deze techniek gewerkt (European Commission, 2004c: 35). Hierdoor bespaart men uiteraard op het coderen van de gegevens. Ook de kwaliteit van de data kan stijgen, zeker wanneer het zeer complexe vragenlijsten betreft. De ‘routing systemen’ zijn bij CAPI meestal voorgeprogrammeerd, wat het aantal fouten van interviewers reduceert. De verkregen data worden gewogen op basis van geslacht, leeftijd en regio (Moschner, 2002).

⁶ Zie hoofdstuk 6 (WADO).

2.4 RAPPORTERING, OPENBAARHEID EN VALORISATIE

De publicatie van de resultaten volgt een vast stramien. Zo snel mogelijk na de verwerking van de gegevens wordt een rapport met de belangrijkste resultaten van het onderzoek gepubliceerd. Volgende stap in het proces is het schrijven van nationale rapporten voor elk land afzonderlijk. Twee weken na de publicatie daarvan volgt een gedetailleerd 'full report'. Alle resultaten zijn voor het brede publiek beschikbaar⁷. De Europese Commissie ontvangt de resultaten van het onderzoek een aantal dagen op voorhand.

Het voornaamste gebruik van het instrument situeert zich -gezien de politieke oriëntatie ervan- op het politieke niveau.

2.5 EUROPEAN CONTINUOUS TRACKING SURVEY

De *European Continuous Tracking Survey* (ECTS) was de opvolger van een klein pilootproject ('*Monthly Monitoring*') uit 1994. Begin 1996 werd het eerste onderzoek uitgevoerd. Het was de bedoeling om op een zeer snelle manier veranderingen in de houding van de burger tegenover de Europese Unie te kennen (Saris & Kaase, 1997: 4). De frequentie van Eurobarometer was te laag om dat doel te bereiken. De '*Flash*' Eurobarometer, die gebruikt werd voor eenmalige onderzoeken, kende dan weer een te lange opstarttijd en kon moeilijk gebruikt worden om trends te onderzoeken. Met ECTS was het daarentegen mogelijk om op één dag de vragenlijst te wijzigen om op die manier in te spelen op de actualiteit. Zoiets was mogelijk door een clause in het contract dat met de private onderzoeksbureaus (die instonden voor de dataverzameling) was afgesloten. In tegenstelling tot Eurobarometer werkte ECTS niet met één onderzoeksbureau voor de onderzoeken in de verschillende landen.

⁷ Zie: europa.eu.int/comm/public_opinion/standard_en.htm

Na een steekproeftrekking uit het telefoonboek werden wekelijks (44 weken per jaar) in elke lidstaat 200 mensen telefonisch ondervraagd⁸. De steekproeftrekking gebeurde op basis van het telefoonboek. In de periode waarin ECTS actief was, was het gsm-bezit eerder beperkt. Dit pleit dus in het voordeel van de representativiteit. Aan de andere kant waren er zeker nog gebieden in de Unie waar het bezit van een vaste telefoonlijn minder vanzelfsprekend was dan in Vlaanderen (Eurostat, 2005). In die gebieden stond men bovendien negatiever tegenover telefonische enquêtes, wat voor een lagere response zorgde. De kostprijs om het instrument één maand te laten functioneren, bedroeg ongeveer €300.000.

Eind 1998 werd het project stopgezet wegens een gebrek aan politieke steun. Naast de gewone reeks werden ook een aantal eenmalige onderzoeken uitgevoerd. Zo bevroeg ECTS in 1997 de perceptie van de publieke diensten door de burger. Hierin kwam ook het vertrouwen aan bod. In 1999 volgde een laatste onderzoek, geheel gewijd aan de introductie van de euro.

De vragen waren voornamelijk gericht op institutionele (vb. de rol van het Europees Parlement), politieke (vb. voor of tegen de uitbreiding van de Unie) en socio-economische issues (vb. hoe zal de economische situatie evolueren). Tevens werd de nadruk gelegd op de openbaarheid van het werk van de Europese Unie. Er werd ondermeer gevraagd of de burgers zich geïnformeerd voelden over de werkzaamheden van de Europese Unie. Slechts één maal werd -naast het onderzoek dat los stond van de reeks- gepeild naar het vertrouwen van de burger in de instellingen (Commissie, Raad van Ministers, Europees en nationaal parlement en de nationale regering⁹). Hiervoor maakte men gebruik van een schaal met twee mogelijke antwoordcategorieën: 'can rely on' en 'cannot rely on' (European Commission, 2005c).

Het eenmalig onderzoek naar de houding van de burger tegenover overheidsdiensten benaderde het vertrouwen op een andere manier (Direction Générale 'Information, communication, culture, audiovisuel', 1997). Het vertrouwen werd gekoppeld aan een doel dat

⁸ Enige uitzondering was Duitsland waar dubbel zoveel mensen bevraagd werden. In de praktijk werden de interviews niet wekelijks, maar continu afgenomen.

⁹ Hiervoor werd deze vraag gebruikt: 'The institutions of the European Union make many important decisions which might or might not be in the interest of people like yourself. Do you feel you can or cannot rely on the European Commission to take decisions that are in the interest of people like yourself? And what about the (NATIONAL) government, the European Parliament, the (NATIONAL PARLIAMENT) and the Council of Ministers of the European Union representing the national governments?'

de diensten trachten te bereiken. Er werd gevraagd naar het vertrouwen in de overheidsdiensten om:

- de kwaliteit van het leven te verbeteren,
- een moderne en kwaliteitsvolle dienst af te leveren,
- sociale rechten aan iedere burger te garanderen,
- het gevoel van solidariteit en nationale gevoel te bevorderen,
- gelijke rechten van de gebruikers te garanderen.

Verder werd gevraagd of respondenten vonden dat een bepaalde dienst een onderdeel vormde van 'de overheid', wat het belangrijkste kenmerk is van overheidsdiensten en hoe de toekomst voor overheidsdiensten er moet uitzien.

Door het verlangen om op de politieke actualiteit in te spelen werkte ECTS uiteraard met een variabele vragenlijst. Toch kwamen een aantal vragen terug in de verschillende onderzoeken, zoals de vraag of het lidmaatschap al dan niet positieve gevolgen heeft voor het land in kwestie. Rekening houdend met mogelijk verschillende effecten van de vraagvolgorde was het dus mogelijk trends te onderzoeken. Andere vragen werden echter eenmalig toegevoegd, om dan nooit of slechts één keer terug te komen.

De rapportering van de resultaten was mogelijk binnen de week na de dataverzameling, maar verliep in de praktijk op onregelmatige tijdstippen. In september 1997 werden de resultaten gepubliceerd van juni en juli van dat jaar. In januari van dat jaar was er daarentegen een rapport dat de resultaten van vijf maanden (september tot januari) groepeerde. De leden van de Europese Commissie hadden in de vorm van speciale nota's voorinzage. In deze nota's werden de eerste resultaten oppervlakkig weergegeven. De rapportage voor de Commissie van juli '97 bevatte bijvoorbeeld slechts informatie over zes issues. Het begeleidend tekstje was één pagina lang, opgesteld in zowel Engels als Frans. Op de overige drie bladzijden werden zes grafieken getoond. De rapportage van september '97, die vrij gepubliceerd werd, bevatte daarentegen meer dan twintig pagina's, waarvan zes pagina's gevuld met commentaar (in twee talen) bij de resultaten. Verder bestond de rapportage uit een twintigtal grafieken en tabellen. In tegenstelling tot de rapportage voor de Commissie werden hier wel een beperkt

aantal analyses gemaakt op achtergrondvariabelen als leeftijd, geslacht en leeftijd waarop de studie werd beëindigd (European Commission, 1997). Net als bij de frequentie is ook de inhoud van de rapportage niet vast. Andere gepubliceerde rapportages bevatten soms meer en soms minder informatie.

2.6 DISCUSSIE EN CONCLUSIE

Gezien zijn lange staat van dienst is de Eurobarometer in principe in staat om trends over een lange termijn op te sporen (zie Tabel 1). Voor het opsporen van trends op korte termijn schiet het instrument door zijn lage frequentie echter tekort. In een verslag van het Europees Parlement over de invoering van de euro en de Europese voorlichtingscampagne daarrond werd het als volgt verwoord:

Opiniepeilingen zoals de Eurobarometer zijn nuttig om een idee te krijgen van de algemene tendens, maar zijn niet frequent en ook niet nauwkeurig genoeg voor een echte operationele analyse (bovendien worden de resultaten pas verscheidene maanden na het onderzoek bekend). (Arroni, 1998)

Het onderzoeken van trends op lange termijn is in principe wel mogelijk. Voorwaarde hiervoor is uiteraard dat dezelfde vraag bij elke Eurobarometer terugkomt. Dat laatste is (zoals het voorbeeld van het vertrouwen in de overheidsdiensten aangaf) niet steeds het geval. Een ander mogelijk bezwaar tegen Eurobarometer, ligt in het feit dat er door de variabiliteit van vragen interferenties (contexteffecten) kunnen ontstaan met andere vragen. De variabele vragen zouden met andere woorden een invloed kunnen hebben op de antwoorden van de respondenten op de vaste vragen. De rol van vraagvolgorde-effecten (het gebruiken van informatie uit vorige vragen om een vraag te beantwoorden) is onvoorspelbaar.

Een duidelijk voorbeeld van een vraagvolgorde-effect vinden we terug bij de gegevens voor de lente van 1996. De tevredenheid met de werking van de democratie week bij deze meting significant af van de cijfers die in eerdere barometers naar voren kwamen. Dit was een gevolg van de plaatsing van deze vraag. Normaal gezien wordt de vraag naar de tevredenheid met de werking van de democratie gesteld in de buurt van andere vragen die politiek getint zijn. Voor

de barometer uit de lente van 1996 was dit echter niet het geval. Hier werd de vraag in kwestie voorafgegaan door een vraag naar de tevredenheid met het eigen familiaal leven. Het gevolg was dat veel respondenten de vergelijking maakten tussen het eigen familiaal leven en de werking van de democratie, waarbij het eerste hoger werd ingeschat. Hierdoor leverde deze specifieke meting een afwijkend (negatiever) resultaat op voor de tevredenheid met de werking van de democratie (Van de Walle & Kampen, 2004: 485).

Een ander probleem in de vergelijkbaarheid over de verschillende landen heen, ligt in de taal. Bepaalde woorden kunnen een andere betekenis of connotatie hebben afhankelijk van de taal. 'Government' kan in het Nederlands zowel 'overheid' als 'regering' betekenen. Schijnbaar onbelangrijke taal- en cultuurverschillen kunnen grote gevolgen hebben. Zo is er in Duitsland om historische redenen een zeer hoge drempel om negatief te oordelen over de democratie (Fuchs, 1999). Hieraan probeert men echter zo veel mogelijk tegemoet te komen in de constructie van de vragenlijst. De vragenlijsten worden opgesteld in het Frans en het Engels. Daarna worden ze vertaald in elke taal die bij de interviews gehanteerd wordt. Deze vragenlijsten vertaalt men dan weer terug naar het Frans en het Engels. In een laatste stap vergelijkt men de eerste en de laatste versie van de Franse en de Engelse vragenlijsten.

Positief voor de standaardisering is dan weer het feit dat gewerkt wordt met één onderzoeksbureau. De interne werkmethode zijn in dat geval in theorie dezelfde. Het is echter niet zeker in welke mate de verschillende afdelingen van een bedrijf in de praktijk effectief dezelfde werkmethode hanteren.

Als conclusie voor Eurobarometer kunnen we stellen dat het instrument op zijn best in staat is om trends over langere periodes weer te geven. Door de lage frequentie en de variabele inhoud is het niet mogelijk om op een snelle manier wijzigingen in de populatie te ontdekken.

Met de *European Continuous Tracking Survey* had de Europese Commissie een instrument dat een aantal van de tekortkomingen van de Eurobarometer opving. Het instrument verschilt echter van het concept van een vertrouwensbarometer. ECTS had heel duidelijk als doel om in te spelen op de concrete actualiteit (vb. de euro). Hierdoor was een eenmalige opstelling van de vragenlijst- die voor een vertrouwensbarometer wel vereist is- onmogelijk.

HOOFDSTUK 3

BELEVINGSMONITOR

3.1 DOEL EN OPDRACHTGEVER

In 2001 adviseerde de Commissie ‘Toekomst Overheidscommunicatie’ de Nederlandse regering om een belevingsmonitor op te starten. Vanuit de stelling dat de kloof met de burger te groot was, wilde men met de monitor zicht krijgen op de manier waarop de burger het overheidsbeleid beleefde en bij het beleid wenste betrokken te worden (Rijksvoorlichtingsdienst & Voorlichtingsraad, 2002). In mei 2002 werd deze aanbeveling overgenomen in het ‘Actieprogramma Overheidscommunicatie’ van de Voorlichtingsraad. Deze raad groepeerde de directeuren Voorlichting van alle ministeries. De eerste Belevingsmonitor werd in februari 2003 uitgevoerd. Die monitor is in alle opzichten een afspiegeling van latere monitoren met een vast deel, dat bij elke maandelijkse bevraging terugkwam, en een variabel deel. Het variabele deel peilt naar de tevredenheid over het beleid van de regering op verschillende domeinen. Het vaste deel behandelt ondermeer de vraag naar het vertrouwen in de overheid.

Het duurde echter niet lang alvorens de monitor ter discussie stond. Eind 2003 kwam er al een heroriëntering van het instrument. Wie de reden hierachter zoekt, stoot op twee interpretaties van de gebeurtenissen. Officieel bleek uit een evaluatie dat de Belevingsmonitor “te weinig aanknopingspunten bood om het overheidshandelen of de overheidscommunicatie wezenlijk te beïnvloeden” (Nederlandse regering, 2003). Het tijdschrift P.M.denHaag (2003) haalt echter een andere reden aan voor de heroriëntatie. De resultaten zouden te negatief zijn voor de overheid en demotiverend werken. Beide interpretaties zijn in de grond correct. In de Tweede Kamer stelde minister van Bestuurlijke Vernieuwing de Graaf immers dat hij een wijziging van het instrument wou “omdat de monitor slechts kritiek genereert op de overheid, terwijl de resultaten van de monitor geen verklaring bieden” (Tweede Kamer der Staten Generaal, 2003: 12-686).

De monitor werd op verschillende punten aangepast. Ten eerst richtte men zich meer op politiek relevante onderwerpen. Ten tweede werd de frequentie teruggebracht naar één bevraging per kwartaal. Het aantal onderwerpen werd drastisch ingekort en meer gericht op zaken die het kabinet belangrijk vindt. Deze ingreep was een manier om lobbyisme van de verschillende departementen tegen te gaan. Het terugbrengen van de frequentie en het aantal onderwerpen was eveneens een reactie op de combinatie lage standaardisering/hoge frequentie die op termijn niet haalbaar bleek. Een derde maatregel was de uitbreiding van de monitor met een media-analyse. Hiermee trachtte men zicht te krijgen op de relatie tussen enerzijds de hoeveelheid en de aard van de berichtgeving in de media en anderzijds de beleving van het functioneren van de overheid. En ten vierde ging een daling van het kwantitatieve onderzoek gepaard met een grotere inzet van middelen bij het kwalitatieve onderzoek om de resultaten uit te diepen en onderstromen bloot te leggen. Dit gebeurde onder de vorm van focusgroepen en diepte-interviews, die soms tot twee uur konden duren. De media-analyse, het kwantitatieve en het kwalitatieve onderzoek worden gebundeld in één rapport dat -na de mediastilte in 2004- in de loop van 2005 publiek wordt gemaakt.

De prijs van het instrument bedraagt ongeveer €3,6 miljoen voor de periode van 2002-2006. In de nieuwe monitor zal het budget van ongeveer €720.000 per jaar uiteraard minder gaan naar kwantitatieve metingen en meer naar de media-analyse (€100.000 per meting) en kwalitatieve metingen.

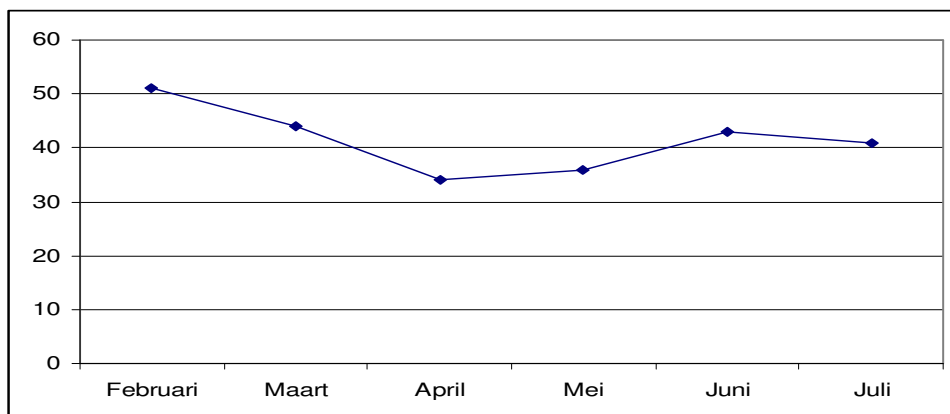
3.2 INHOUD EN AANSTURING

De Belevingsmonitor bestaat uit een vaste kern maandelijks weerkerende vragen en een variabel gedeelte vragen over verschillende beleidsthema's. Het vaste gedeelte peilt naar het vertrouwen in de Nederlandse regering, de tevredenheid over het communicatiebeleid van de regering, de globale evaluatie van het regeringsbeleid, de betrokkenheid bij politiek, wat mensen bezighoudt, persoonlijke eigenschappen en een aantal algemene achtergrondgegevens.

Het vertrouwen wordt gemeten aan de hand van de vraag: 'Alles bij elkaar genomen, hoeveel vertrouwen heeft u in de Nederlandse regering?' Hierbij worden vier antwoordcategorieën aangeboden: '++', '+', '-' en '--'. Er wordt gespecificeerd dat '++' 'heel veel vertrouwen' betekent en '--' 'heel weinig vertrouwen'. Een neutrale mogelijkheid wordt niet aangeboden. Het vertrouwen wordt eveneens op basis van drie andere vragen benaderd:

- de mate waarin de regering weet wat er onder burgers leeft,
- het oordeel van de burger over het gevoerde regeringsbeleid,
- het oordeel van de burger over de informatie en communicatie over het regeringsbeleid.

Aangezien deze vragen steeds terugkwamen in de verschillende vragenlijsten, werd het maken van vergelijkingen doorheen de tijd mogelijk.



Figuur 1 - *Percentage respondenten dat vertrouwen heeft in Nederlandse regering (cijfers 2003)*

De administratie werd in drie van de zes bevragingen onderzocht¹⁰. Telkens werd gevraagd naar:

- De dienstverlening door de overheid via internet,
- De betrouwbaarheid van ambtenaren,

- De betrouwbaarheid van de overheid,
- De service van de ambtenaren,
- De service van de overheid.

De vragen over de ambtenarij zijn een onderdeel van het variabel gedeelte. De structuur hiervan is iets ingewikkelder dan die van het vaste gedeelte. Voor elke meting worden 15 issues¹¹ geselecteerd. Per vragenlijst worden tien issues bevraagd. Slechts 67% van de respondenten geeft dus een antwoord op een bepaald issue. Per issue komen steeds dezelfde drie vragen terug:

- Houdt uzelf nu veel of niet veel bezig met het issue?
- Geeft de Nederlandse regering nu veel of niet veel aandacht aan het issue?
- Bent u nu wel of niet tevreden over het regeringsbeleid t.a.v. het issue?

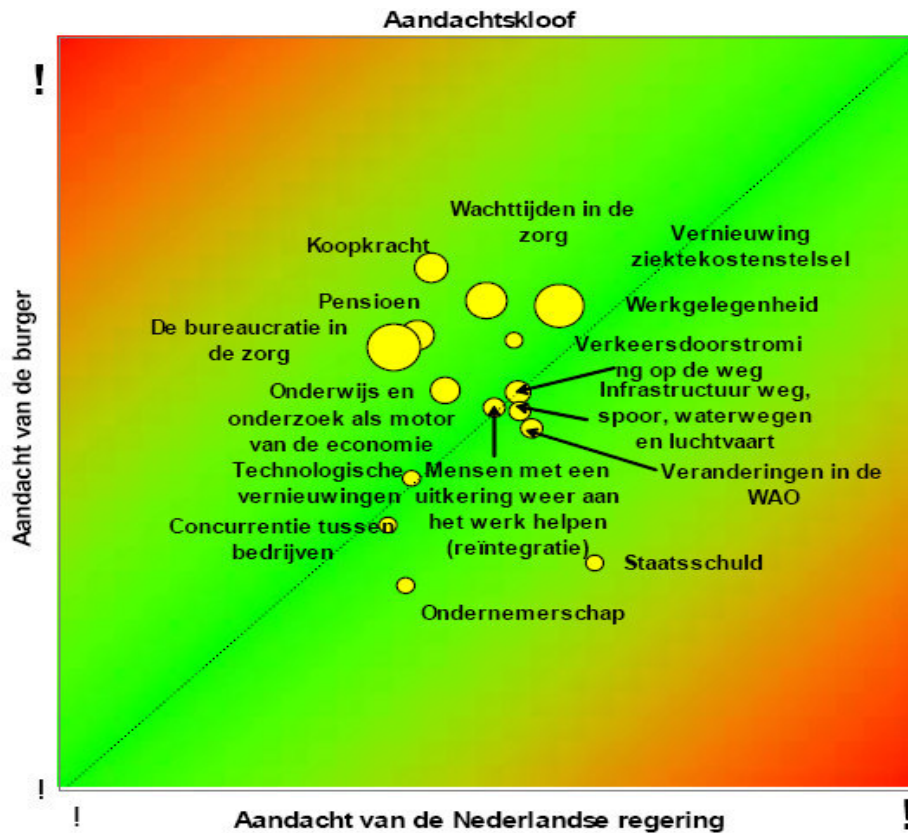
Voor de eerste twee zaken wordt deze antwoordschaal met uitroeptekens gebruikt: ! ! ! !. Hierbij staat een groter uitroepteken uiteraard voor meer aandacht. Voor de laatste vraag worden de antwoordmogelijkheden ‘++’ tot ‘--’ aangeboden. Andermaal wordt geen neutrale antwoordcategorie vermeld.

Op basis van de eerste twee vragen wordt een publieksagenda (wat de burger belangrijk vindt) en een regeringsagenda (wat de regering belangrijk vindt) geconstrueerd. Door deze twee met elkaar te vergelijken, is het in principe mogelijk om te zien of er issues zijn waar de burger veel meer belang aan hecht dan het gepercipieerde belang dat de regering aan dat issue geeft. In onderstaande figuur wordt deze vergelijking grafisch weergegeven. Elke bol stelt een issue voor. Indien de bol exact op de diagonale lijn ligt, is er een ‘*match*’ tussen publieks- en regeringsagenda. Een punt onder de lijn wijst erop dat de regering meer aandacht heeft voor het issue dan de burger. Een bol boven de diagonaal wijst dan uiteraard op de situatie waar de

¹⁰ Het ging om de onderzoeken van februari, april en mei 2003.

¹¹ In mei 2003 waren de issues: zorg & welzijn, onderwijs, veiligheid in de samenleving, bestrijding criminaliteit, sociale zekerheid, integratie/immigratie (vreemdelingenbeleid), economie van Nederland, mobiliteit, verkeer en vervoer, normen & waarden, natuur & milieu, ontwikkelingssamenwerking, financiën, wonen: huren en kopen, betrouwbaarheid en dienstverlening overheid en de rol van Nederland in Europa en de wereld.

burger meer aandacht heeft voor het issue dan de regering. Hoe groter de bol van het issue, hoe groter de ontevredenheid van de burger.



Figuur 2 - Het verschil in aandacht tussen de Nederlandse regering en de burger. Hoe groter de bol, hoe groter de ontevredenheid (Ministerie van Algemene Zaken, 2003c: 17)

Uit de tien aangeboden issues worden bij elke respondent op willekeurige wijze drie issues geselecteerd die dieper bevestigd worden onder de vorm van ‘aspecten’. Deze aspecten peilen naar de houding tegenover een aantal beleidsdoelstellingen die het issue met zich meebrengt. Wanneer het issue ‘onderwijs’ is, hebben de aspecten ondermeer betrekking op de beloning en de kwaliteit van het lerarenkorps.

Opvallend is dat bij de aspecten relatief specifieke zaken bevestigd worden, zoals de controle op legionella en asbest. Dit is een gevolg van de input die kwam vanuit de verschillende ministeries. De aandachtspunten van de ministeries en die van de burger stemden echter niet noodzakelijk overeen.

Aangezien per respondent maar drie van de tien issues beantwoord worden, ligt het aantal respondenten per issue uiteraard lager dan het totale aantal respondenten. Concreet vulden 533 respondenten een globale evaluatie in voor elk van de 15 issues en beantwoordden 160 respondenten de verschillende aspecten per issue.

Als laatste wordt per respondent twee maal de ‘beleidsrichting’ bevraagd. Per aspect wordt gevraagd of het beleid van de regering de goede kant opgaat. Hier gebruikt men een ‘+’, ‘+/-’, ‘-’ schaal. De tweede mogelijkheid betekent hierbij ‘precies goed’. De betekenis van de twee uiterste mogelijkheden varieert afhankelijk van het soort vraag. Indien gevraagd wordt naar de gewenste beleidsrichting voor ‘veiligheid in het verkeer op de weg’ zijn de mogelijkheden ‘beleid moet strenger’ en ‘beleid moet minder streng’. De interpretatie van de antwoordcategorieën is echter niet steeds even gemakkelijk. Wanneer gevraagd wordt naar de beleidsrichting voor de betrouwbaarheid van ambtenaren en overheid, wordt bijvoorbeeld de categorie ‘moet minder’ aangeboden (Ministerie van Algemene Zaken, 2003a: xxiv). Ook bij zaken als de controle op legionella wordt gevraagd of de respondent vindt dat de regering ‘minder prioriteit’ moet geven aan de materie (Ministerie van Algemene Zaken, 2003b: xx). Aangezien elke respondent maar twee van dit soort vragenbatterijen invult, is het aantal respondenten hier lager dan bij de vragen naar de aspecten.

De vragen binnen elk onderdeel worden per respondent op toevallige wijze van plaats gewisseld (Ministerie van Algemene Zaken, 2003d: iii). De verkregen gegevens worden gewogen op basis van opleiding, positie in het huishouden, leeftijd, geslacht en gezinsgrootte.

De issues en de aspecten worden aangeleverd door de ministeries en de Rijksvoorlichtingsdienst (RVD). Bij de selectie van de onderwerpen wordt rekening gehouden met het beleidsprogramma van het kabinet (Ministerie van Algemene Zaken, 2004). De RVD begeleidt, samen met de Voorlichtingsraad, het onderzoek.

Om de sturing vanuit de verschillende ministeries te vergemakkelijken werd per ministerie een contactpersoon aangeduid. Intern werd er dan nog eens overlegd tussen de bevoegde personen in elk ministerie. De methode om tot een consensus te komen, verschilde van

departement tot departement. Ook de mogelijkheid van de politieke beleidsmakers om iets in het onderzoek te betrekken, verschilt van ministerie tot ministerie.

De rapportering van de resultaten van de monitor wordt uitbesteed. Om botsingen met de politiek te vermijden worden de rapporteurs geïnstrueerd enkel de duidelijke, empirisch toetsbare verbanden weer te geven.

Voor de nieuwe monitoren krijgen de departementen de mogelijkheid om op basis van de kwantitatieve meting kwalitatief onderzoek te doen om duiding te geven bij de resultaten. Het kwalitatief onderzoek wordt ondersteund door twee fulltime-equivalenten (FTE). Hierbij wordt gewerkt met focusgroepen die geselecteerd worden op basis van het Brand Strategy Research® model. Dit model verdeelt burgers in een aantal segmenten volgens psychologische en sociologische variabelen. Een niet onbelangrijk nadeel van het model is echter dat de methodologie ervan niet openbaar is. Voor de begeleiding van het ganse onderzoek moet gerekend worden op iets minder dan twee FTE. De media-analyse wordt uitbesteed aan de Universiteit van Amsterdam.

De vragenlijst is ongeveer 15 pagina's lang, met een invultijd ongeveer 20 minuten (Schieven & Donze, 2003). Voor de duidelijkheid is in de bijlage een gedeelte van een vragenlijst (tien issues en één verder uitgewerkt aspect) opgenomen.

3.3 VELDWERK EN FREQUENTIE

Voor elk onderzoek tracht men ongeveer 800 mensen te bevragen. De steekproeftrekking gebeurt aan de hand van de 'Onderzoek Groep'-methode van MarketResponse. Dit bedrijf beschikt over een bestand van 25.000 huishoudens die ermee ingestemd hebben om op regelmatige basis met (markt)onderzoek mee te werken. Deelnemers aan de Groep werden op toevallige wijze geselecteerd uit het telefoonboek. Mensen ouder dan 75 jaar werden niet onderzocht (MarketResponse, 2005). De 'Onderzoek Groep' tracht dan weer representatief te zijn voor de MiniCensus 2000. Dit grootschalig onderzoek wil een nauwkeurig beeld geven

van de huishoudenspopulatie in Nederland en dient omwille van zijn hoge response (80 à 85%) als ijkinstrument voor andere steekproeven (GfK, 2005).

Aangezien de respondenten relatief vertrouwd zijn met het meewerken aan onderzoek, is in de dataverzameling enige flexibiliteit (hybride design) ingebouwd. Eerst worden de respondenten thuis opgebeld met de vraag of ze willen meewerken aan het onderzoek. Indien dat het geval is, krijgen ze de vraag of ze via het internet willen bevraagd worden of liever de vragenlijst thuis toegestuurd krijgen (Ministerie van Algemene Zaken, 2003d: ii)

Wat de frequentie betreft, was eerder al duidelijk dat na een eerste testmeting in december 2002 de monitor één maal per maand werd uitgevoerd tot juli 2003. Daarna werd de frequentie teruggebracht op eens per kwartaal. De maandelijkse frequentie werd achteraf beschouwd als een te ambitieuze doelstelling. De verschillende ministeries hadden “nauwelijks gelegenheid om na te denken over de vraag wat er met de uitkomsten van de monitor gedaan zou kunnen worden” (Tweede Kamer der Staten Generaal, 2004).

3.4 RAPPORTERING, OPENBAARHEID EN VALORISATIE

De monitor werd niet door elk departement even intensief gebruikt. In sommige departementen werd getracht aan de hand van de resultaten relevante beleidsthema's voor de komende jaren vast te stellen. Andere departementen stonden kritisch en afwachtend tegenover de monitor. Een gemeenschappelijke verzuchting lag in het lage aantal aanknopingspunten voor het beleid (Voorlichtingsraad, 2003). Dit was een gevolg van de vragenlijst waar de nadruk voornamelijk lag op kwantiteit en minder op kwaliteit. Het aantal bevraagde onderwerpen was te groot. Hierdoor miste men de kans om dieper in te gaan op bepaalde zaken en diende de monitor enkel als achtergrond bij de besluitvorming. De nieuwe monitor moet op dat vlak meer diepgang brengen.

De resultaten worden eerst behandeld door de ministerraad. Deze stuurt de resultaten door naar de Eerste en Tweede Kamer. Op het internet worden de voornaamste resultaten

gepubliceerd¹². Voor de oude monitor gebeurde dat de maand volgend op het onderzoek. De resultaten van de nieuwe monitor zullen pas enkele maanden nadat de departementen inzage hebben gekregen, vrijgegeven worden.

3.5 DISCUSSIE EN CONCLUSIE

De sterke punten van de Belevingsmonitor zoals deze in 2003 actief was, zijn de hoge frequentie en het terugkeren van een vaste kern vragen. Hierbij valt wel op te merken dat de deels variabele inhoud de deur openzet voor het voorkomen van contexteffecten. De Belevingsmonitor is dus geen volledig gestandaardiseerd instrument. De aansturing van een periodiek instrument met een lage standaardisering bleek op termijn moeilijk houdbaar. Er ging te veel energie verloren aan het opstellen van de vragenlijst, zodat er weinig tijd overbleef om de resultaten effectief te gebruiken.

Een ander sterk punt ligt in het blootleggen van ‘aandachtskloven’ tussen burger en overheid. Op die manier werd op snel duidelijk wat de prioritaire beleidsvelden van de overheid zijn in de perceptie van de burger, en wat deze zouden moeten zijn.

Over de steekproeftrekking kan men zich ongetwijfeld het meeste vragen stellen. Een onbetwistbaar voordeel van het werken met de ‘Onderzoek Groep’, is de lage non-response. Gemiddelde responsepercentages boven 80 percent zijn geen uitzondering. Hierbij dient uiteraard wel de bemerking gemaakt te worden dat het echte responsepercentage (het product van het percentage deelnemers aan de ‘Onderzoek Groep’ en het percentage deelnemers voor het specifieke onderzoek) veel lager ligt. Het wervingsonderzoek voor de ‘Onderzoek Groep’ behaalt slechts een response van acht percent (Stangenberger, 2005). We kunnen ons met andere woorden afvragen hoe het zit met de werkelijke representativiteit van de gehanteerde methode. Schematisch ziet de gevolgde procedure er dus als volgt uit: Bevolking → MiniCensus → Onderzoek Groep → Belevingsmonitor. Bij veel sociaal-wetenschappelijk onderzoek worden de twee stappen in het midden overgeslagen.

¹² Zie: www.regering.nl

Voorstanders van deze methode zullen ongetwijfeld aanhalen dat de gegevens gewogen worden. Het is echter onzeker in hoeverre de niet-respondenten een gelijkaardig profiel hebben op bepaalde variabelen als de respondenten. Men tracht hieraan tegemoet te komen door te wegen op socio-demografische variabelen. Een variabele als levensbeschouwing wordt bijvoorbeeld niet gebruikt als wegingsfactor, hoewel deze toch een aanwijzing kan geven voor het vertrouwen in de overheid (Elchardus & Smits, 2002).

Een andere verantwoording van de gehanteerde methodiek ligt enerzijds in de hoge non-response bij ander sociaal-wetenschappelijk onderzoek en anderzijds het 'panel'-karakter van de steekproef. Een trend in een niet-representatieve steekproef kan een gevolg zijn van een wijziging in de response. Een trend in een niet-representatief panel is, als gevolg van de hoge responsepercentages binnen dat panel, wel degelijk een trend. De vraag is alleen of die trend bij de burgers die niet in de 'Onderzoek Groep' zitten dezelfde is.

Een aspect dat hierbij zeker benadrukt moet worden, is het optreden van leereffecten. Dit gebeurt op twee manieren. Enerzijds zijn de respondenten meer dan de gewone burger vertrouwd met het meewerken aan enquêtes. De respondent gaat zich anders opstellen bij de dataverzameling, met mogelijke gevolgen voor de uiteindelijke resultaten. Anderzijds wordt in de literatuur verwezen naar het feit dat respondenten 'leren' van het onderzoek zelf. Wie over een bepaald onderwerp bevraagd werd, gaat vaak meer letten op dat onderwerp wanneer dat bijvoorbeeld in de media aan bod komt (Pearson, 1989).

Over het algemeen kan men zeggen dat de mogelijkheid om vragen toe te voegen het makkelijker maakt om politiek gebruik (of misbruik) van het instrument te maken. Dit is zeker het geval indien er politiek getinte vragen gesteld worden, zoals bij de Belevingsmonitor het geval was. Toch is dat politieke gebruik geen absolute zekerheid.

Met betrekking tot de tijd tussen de dataverzameling en de publicatie kan men opmerken dat deze relatief lang is voor de nieuwe monitor. Het zo snel mogelijk beschikbaar stellen van statistieken wordt nochtans vooropgesteld in Europese regelgeving (EG/322/97).

HOOFDSTUK 4

AMERICAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX

4.1 DOEL EN OPDRACHTGEVER

De ‘*American Customer Satisfaction Index*’ (ACSI) is een Amerikaans instrument dat de tevredenheid van gebruikers van producten en (publieke of private) diensten meet. Op inhoudelijk vlak werken de universiteit van Michigan, de CFI-groep (een bedrijf gespecialiseerd in tevredenheidsmetingen bij consumenten en werknemers), ForeSee Results en de ‘American Society for Quality’ samen. Organisaties geïnteresseerd in de resultaten van de onderzoeken ondersteunen het project op financieel vlak.

Sinds 1994 is ACSI operationeel. Hoewel de Clinton-administratie met *Executive Order 12862* (Clinton, 1993) reeds in 1993 het gebruik van klantentevredenheidsmetingen vooropstelde, werd ACSI in het begin voornamelijk in de private sector toegepast. Na verloop van tijd werden evenwel steeds meer publieke diensten in het onderzoek opgenomen. In 1999 nam de overheid voor het eerst op middelgrote schaal (30 overheidsdiensten) deel aan het onderzoek (American Customer Satisfaction Index, 1999). Daarna bleef dat aantal groeien. Zo doet men ondertussen onderzoek naar de tevredenheid van de gebruikers van zeer specifieke overheidsdiensten als het *NASA-Glenn Research Lab* en de *Export-Import Bank*. Vanaf 2002 wordt ook de tevredenheid met overheidswebsites gemeten. Hierdoor worden er ondertussen jaarlijks ongeveer 90 diensten onderzocht (American Customer Satisfaction Index, 2005a).

4.2 INHOUD EN AANSTURING

Achter ACSI gaat een model schuil (zie bijlage) dat door verschillende diensten op een andere wijze kan ingevuld worden. Centraal in het model staat de uiteindelijke tevredenheidsscore. Die bekomt men op basis van drie vragen:

- Hoe tevreden is de gebruiker met de dienst?
- Hoe heeft de dienst gepresteerd vergeleken met de verwachtingen van de respondent?
- Hoe scoort de dienst vergeleken met een hypothetische organisatie die de dienst op een ideale manier verschaft?

Op basis van deze drie vragen wordt achteraf een gewogen gemiddelde als globale tevredenheidsscore berekend. Met behulp van deze score maakt men ranglijsten op die verschillende overheidsdiensten met elkaar vergelijken.

Dienst (afkorting)	Dienst (voluit)	Ondervraagde populatie	ACSI-score
SSA	Social Security Administration	Retirement benefits recipients	81
NASA	National Aeronautics & Space Administration	Users of the Earth Observing System Data & Information Systems (EOSDIS)	75
PBGC	Pension Benefit Guaranty Corporation	Pension practitioners	69
PTO	U.S. Patent & Trademark Office, Commerce	Users of the USPTO toll-free telephone service	65
FAA	Federal Aviation Administration, Transportation	Commercial pilots	65
IRS	Internal Revenue Service, Treasury	All individual tax filers	64

Tabel 2 - *ACSI-scores van een aantal federale overheidsdiensten (American Customer Satisfaction Index, 2004)*

Naast de drie kernvragen, zijn er nog een aantal bijkomende vaste vragen. Op basis van vragen naar de gepercipieerde kwaliteit en de verwachtingen van de consument tracht men een verband te leggen met de tevredenheid van de burger/consument. Een laatste steeds weerkerende vraag is die naar het klaagedrag. De scores op deze vraag worden gebruikt om een verband te leggen met de tevredenheid en de 'outcome' die een bepaalde dienst wenst.

Tot hier stond elke vraag vooraf vast. De globale tevredenheidsscores worden dus enkel berekend op basis van vragen die per dienst hetzelfde zijn. Dat neemt echter niet weg dat elke dienst ruimte heeft om een persoonlijke invulling aan de vragenlijst te geven. Dit gebeurt op twee manieren.

Aan elke dienst wordt gevraagd twee tot vier activiteiten aan te geven die voor zijn doelpubliek belangrijk zijn¹³. Zo kan bijvoorbeeld gepeild worden naar de tevredenheid over de mate waarin door de diensten deskundige informatie verschaft wordt of de mate waarin de diensten bereikbaar zijn. Daarna zoekt men een verband tussen de tevredenheid hierover en de gepercipieerde kwaliteit.

De tweede manier waarop een eigen inbreng van de dienst mogelijk is, is de uitkomst ('*outcome*') die de dienst wil bereiken. In de private sector wordt vaak voor '*consumer loyalty*' gekozen. De meeste overheidsdiensten kiezen echter voor de variabele 'vertrouwen'. Om dat vertrouwen te verklaren wordt een verband gelegd met de tevredenheidsscore en de vraag of de respondent binnen een bepaalde periode ooit een klacht heeft ingediend tegen de dienst (American Customer Satisfaction Index, 1999).

Op het einde van de vragenlijst worden soms -afhankelijk van de dienst- nog een aantal socio-demografische variabelen bevraagd.

4.3 VELDWERK EN FREQUENTIE

Aangezien ook diensten onderzocht worden waar het grote publiek zelden of nooit mee in aanraking komt, kan men niet zomaar de 'gewone burger' aan het onderzoek laten deelnemen. Men beperkt zich tot de 'klanten' van de dienst. Om de representativiteit zo hoog mogelijk te houden, moet het ondervraagde segment zo dicht mogelijk aansluiten bij de 'centrale missie' van de overheidsdienst. Voor de National Park Service bestond de populatie ondervraagden bijvoorbeeld uit mensen die het afgelopen jaar een park bezochten (American Customer Satisfaction Index, 2000).

¹³ Voor het Federal Aviation Administration was dat bijvoorbeeld '*Certification*', '*Policy Standards Regulations*' en '*Air Traffic Services*'.

Een gevolg van het grote aantal verschillende diensten, is dat men niet steeds op dezelfde manier aan de nodige respondenten kan komen. De steekproeftrekking gebeurt wel steeds op basis van het telefoonnummer. De plaats waar men dat telefoonnummer haalt, is evenwel niet uniform. Soms bestaan er lijsten van personen die gecontacteerd kunnen worden. Indien dat het geval is, dan worden daar een aantal telefoonnummers uit getrokken. Even vaak echter bestaat zo'n lijst niet (American Customer Satisfaction Index, 2000)¹⁴. Als gevolg hiervan is men verplicht *ad random* ('*random digit dial*') burgers op te bellen met de vraag of zij van een bepaalde dienst gebruik hebben gemaakt.

Wat het afnemen van de interviews zelf betreft, worden per dienst ongeveer 250 gebruikers bevestigd. De respondenten moeten zichzelf steeds situeren op een schaal van 1 tot 10. De bevestiging wordt over het algemeen vrij kort gehouden. Hoogstens worden er iets meer dan 30 vragen gesteld. De gemiddelde lengte van een interview bedroeg 9,5 minuten voor het onderzoek van 2000 (American Customer Satisfaction Index, 2000).

De prijs per overheidsdienst is ongeveer \$35.000 (Lubran, 2003). Voor overheidsdiensten gebeurt de afname in principe jaarlijks. Dit neemt niet weg dat bepaalde diensten minder frequent bevestigd worden.

Een positief element wat de standaardisering betreft, is dat de dataverzameling steeds door hetzelfde onderzoeksbureau (Market Strategies, Inc.) gebeurt, onder toezicht van het *National Quality Research Center* van de universiteit van Michigan.

4.4 RAPPORTERING, OPENBAARHEID EN VALORISATIE

Met ACSI wou men een macro-economische indicator voor kwaliteit toevoegen aan andere reeds bestaande indicatoren zoals het consumentenvertrouwen en het bruto nationaal product. Op basis van de scores uit verschillende sectoren wordt voor de private sector een globale

¹⁴ Voor het onderzoek uit 2000 was dat het geval bij ongeveer de helft van de onderzochte overheidsdiensten.

ACSI-score berekend. Aan de hand hiervan worden voorspellingen gedaan over de toekomstige evolutie van de economie (Fornell, 2005).

De communicatie over het onderzoek bij de overheid legt sterk de nadruk op de vergelijkbaarheid van de verschillende diensten. Naar een wijziging van de dienstverlening of de wijze waarop die geleverd wordt toe, heeft zo'n ranglijst echter weinig praktische voordelen. Mogelijke verbeteringen van de dienstverlening kunnen zich situeren op 'activity'-niveau en zijn dus verschillend voor elke onderzochte dienst.

De rapporten worden geschreven volgens een vooraf vastgelegd stramien. De globale cijfers worden vrijgegeven voor het publiek¹⁵. De antwoorden op lagere niveaus zijn minder gemakkelijk verkrijgbaar, maar worden soms op het internet gepubliceerd¹⁶.

4.5 DISCUSSIE EN CONCLUSIE

Positief aan ACSI is ongetwijfeld het feit dat een gestandaardiseerd kader gecombineerd wordt met een aantal variabele vragen die inspelen op de onderzochte dienst. Hierdoor is ACSI echter eerder een klantentevredenheidsmeting die niet echt vergelijkbaar is met een Vlaamse vertrouwensbarometer. Het gestandaardiseerd kader komt evenwel onder druk te staan door het feit dat de vaste vragen achteraan de vragenlijst staan. Hierdoor is er een verhoogde kans op contexteffecten. De vragen voorafgaand aan de vaste vragen zijn immers verschillend voor elke dienst.

Voor de steekproeftrekking is het duidelijk dat de keuze van de ondervraagde populatie een effect kan hebben op de resultaten. Burgers die meer dan een jaar voor het onderzoek gestopt zijn met het bezoeken van parken omwille van de slechte kwaliteit van de daar aanwezige diensten, komen volgens de huidige omschrijving van het onderzoek niet meer in aanmerking voor de bevraging. Dit zal uiteraard een vertekening van de resultaten met zich meebrengen.

¹⁵ Zie: www.theacsi.org

¹⁶ Zie bijvoorbeeld library.fws.gov/Refuges/acsi_nwrs2001.PDF

Juist daarom is het opvallend hoe weinig aandacht er in de verschillende rapporten besteed wordt aan het verantwoorden van de keuze van de populatie die bevestigd zal worden. Bij ACSI geeft men zelf aan dat de doelstelling van het 'aansluiten bij de centrale missie' niet door elke overheidsdienst even plichtsgetrouw werd opgevolgd (Fornell, 2000). De vergelijkbaarheid van verschillende diensten komt hierdoor in het gedrang.

Een ander mogelijk negatief punt is dat het werken met een telefonische steekproeftrekking verschillende nadelen heeft. Ten eerste hebben alleenstaanden een grotere kans om in de steekproef te zitten dan mensen uit een gezin. Stel dat tien mensen een park bezoeken: één gezin met vijf potentiële respondenten en vijf alleenstaanden. Als de vijf alleenstaanden elk een nummer hebben, terwijl het gezin maar één telefoonnummer heeft, dan heeft elk gezinslid 1 kans op 30 om in de steekproef te komen. Bij de alleenstaanden is dat 1 op 6. Voor een onderzoek dat een representatief staal van alle burgers wil onderzoeken, is zoiets corrigeerbaar aangezien we de verdeling in de populatie kennen. De gebruikers van een bepaalde dienst zijn echter niet altijd gekend, zodat het onduidelijk is welke wegingsfactoren moeten toegepast worden.

Een tweede nadeel ligt in de opkomst van de GSM. Bepaalde groepen zijn hierdoor moeilijker op een vast toestel bereikbaar (Pickery & Carton, 2005). Dit laatste uit zich recent in een daling van het aantal vaste telefoonaansluitingen (Eurostat, 2005).

Als laatste dient te worden opgemerkt dat niet elke persoon of elk gezin in het telefoonboek vermeld wordt. Dit bezwaar gaat evenwel enkel op indien er nummers uit het telefoonboek worden getrokken. *Ad random* nummers opbellen, zoals bij ACSI gebruikelijk is, is een oplossing voor dit laatste probleem. Toch blijft het zo dat de respondenten van een telefonische steekproeftrekking meestal een profiel hebben dat afwijkt van de globale populatie.

Hoewel het vanuit het oogpunt van de standaardisering wenselijk is om steeds een steekproef uit dezelfde populatie op geregelde tijdstippen te ondervragen, wijkt ACSI hier meermaals van af. Soms wijzigen bepaalde populaties die in aanmerking komen om bevestigd te worden doorheen de jaren. Dit komt de standaardisering uiteraard niet ten goede. Een voorbeeld

hiervan is het *U.S. Patent & Trademark Office, Commerce*. In 1999 en 2000 bestond de ondervraagde populatie uit '*recent individual patent & trademark recipients*' (American Customer Satisfaction Index, 2005b). Dit kwam neer op 14% van de aanvragers. Een groot deel van de 'klanten' van deze dienst maakte dus geen enkele kans om in het onderzoek opgenomen te worden. Tussen 2001 en 2003 wordt de dienst vervolgens niet meer bevraagd. In 2004 is dat wel het geval, maar wordt er geopteerd voor een andere populatie: '*Users of the USPTO toll-free telephone service*' (American Customer Satisfaction Index, 2004). De score voor de dienst lag in 2004 zes percent hoger dan in 2000. Of hier sprake is van een verbetering van de kwaliteit is onduidelijk. Even goed is het mogelijk dat de in 2004 ondervraagde populatie fundamenteel verschillend is van de populatie die in het onderzoek van 2000 aan bod kwam.

HOOFDSTUK 5

ONDERNEMERS- EN CONSUMENTENVERTROUWEN

5.1 DOEL EN OPDRACHTGEVER

Reeds enkele decennia worden de traditionele macro-economische indicatoren aangevuld met de indices van het consumenten- en ondernemersvertrouwen. Beide indicatoren gaan uit van de Nationale Bank en de Europese Commissie.

Sinds 1972 worden op initiatief van de Europese Commissie consumenten-enquêtes bij gezinnen afgenomen. Vergelijkbare onderzoeken gebeuren op basis van een gestandaardiseerde vragenlijst in alle lidstaten van de Europese Unie. De tien uitbreidingslanden, Roemenië en Bulgarije houden zich nog maar enkele jaren met het consumentenvertrouwen bezig. Sinds 1985 zijn voor een groot aantal Europese landen tijdreeksen beschikbaar. Enkel voor Luxemburg, Oostenrijk en de nieuwe lidstaten gaan de gegevens minder ver terug in de tijd. In België houdt de Nationale Bank zich met het onderzoek bezig. Enkel de dataverzameling wordt uitbesteed.

De geschiedenis van het ondernemersvertrouwen (ook wel de ‘conjunctuurbarometer’ genoemd) gaat nog veel verder terug in de tijd. Reeds in 1954 werden de eerste conjunctuurenquêtes uitgevoerd bij ondernemers (Nationale Bank van België, 2002a). Net als bij de indicator van het consumentenvertrouwen komt de Europese Commissie (sinds jaren ’60) tussen om de vergelijkbaarheid te verzekeren.

Het doel van beide indicatoren is voor een stuk verschillend. Met de index van het consumentenvertrouwen wil men economische vooruitzichten van burgers onderzoeken. De binnenlandse consumptie is verantwoordelijk voor een groot deel van het BNP. Een stijgend of dalend consumentenvertrouwen wordt gezien als een signaal voor de toekomstige evolutie van de economie in het algemeen en de vraag in bepaalde sectoren in het bijzonder.

Met de conjunctuurbarometer wou de Nationale Bank de leemte invullen die het werken met de BBP-maatstaf met zich meebracht. De resultaten van het BBP zijn relatief betrouwbaar, maar hebben als nadeel dat ze berekend worden op basis van jaarcijfers. Hierdoor zijn de resultaten pas relatief laat beschikbaar. In tijden waarin de economische situatie zeer snel kan wijzigen, is de conjunctuurbarometer een betrouwbaar instrument om inzicht te verlenen in de toekomstige economische evoluties¹⁷.

5.2 INHOUD EN AANSTURING

De Nationale Bank is in haar werking relatief autonoom tegenover de uitvoerende macht. Wetgevende akten zoals de organieke wetgeving op de Nationale Bank maken nergens melding van het verplicht uitvoeren van onderzoek naar het consumenten- of ondernemersvertrouwen (Nationale Bank van België). De uitvoerende macht kan enkel op een aantal manieren controle uitoefenen op de Nationale Bank. Wat de aansturing van de enquêtes betreft, heeft de Nationale Bank dus een grote mate van autonomie tegenover de uitvoerende macht.

Zowel bij het ondernemers- als het consumentenvertrouwen tracht de Europese Commissie de methodiek zo veel mogelijk te harmoniseren (European Commission, 2004d). De Commissie heeft hiervoor contracten met verschillende nationale organisaties die voor de organisatie van de enquêtes instaan. Ze centraliseert eveneens de resultaten van de onderzoeken die in de verschillende landen gebeuren. Als laatste controleert de Commissie de uitvoering van de enquêtes. De Nationale Bank moet hiertoe gedetailleerde rapporten van haar werkzaamheden opsturen.

Consumentenvertrouwen

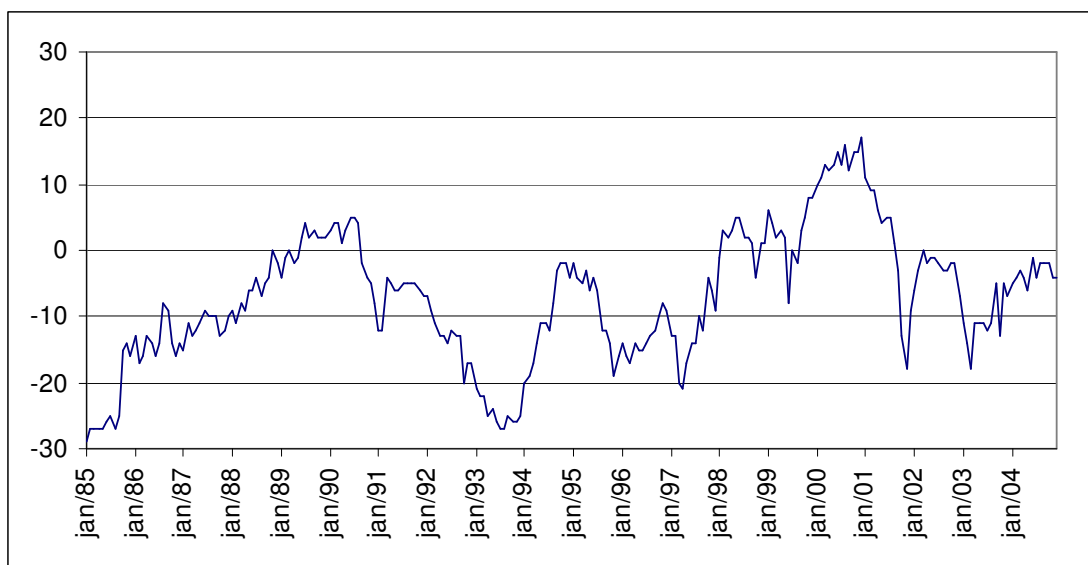
Wat de inhoud betreft, ligt de nadruk in de consumentenenquête uiteraard op economische variabelen. Het cijfer van de indicator van het consumentenvertrouwen bekomt men aan de

¹⁷ Zie bijvoorbeeld (Nationale Bank van België: 11).

hand van een viertal vragen die peilen naar de vooruitzichten van burgers op vier terreinen (Nationale Bank van België, 2005e):

1. De economische situatie in België voor de volgende 12 maanden,
2. De werkloosheid in België voor de volgende 12 maanden,
3. De financiële situatie van het gezin van de respondent voor de volgende 12 maanden,
4. De spaarmogelijkheden van het gezin van de respondent voor de volgende 12 maanden.

Op basis van de antwoorden op deze vragen wordt de vertrouwensscore berekend¹⁸. Bemerkt dat enkel de vraag over de spaarmogelijkheden van het gezin verschilt van de vragen in Eurobarometer (waar naar de eigen jobsituatie gepeild wordt).



Figuur 3 - De seizoensgezuiverde reeks van het Belgisch consumentenvertrouwen sinds 1985 (European Commission, 2005a)

De gehanteerde methode is doorheen de jaren enkele malen gewijzigd, voornamelijk om tegemoet te komen aan de Europese vraag naar harmonisatie. Op aanraden (het advies van de

¹⁸ Dit gebeurt per vraag met de formule $(PP + \frac{1}{2}P) - (\frac{1}{2}M + MM)$ waarbij 'PP' het percentage respondenten is dat de meest positieve inschatting gaf en 'MM' de meest negatieve. 'P' en 'M' vormen middencategorieën. Als er evenveel zeer positieve als zeer negatieve antwoorden zijn, heeft de indicator dus de waarde nul. De scores liggen tussen -100 en +100. De globale indicator is een gemiddelde van de vier vragen.

Commissie was niet bindend) van de Europese Commissie wordt er sinds september 2001 gewerkt met een systeem van vier in plaats van vijf vragen (Nationale Bank van België, 2001). De vijf oude vragen betroffen:

1. De beoordeling van de economische situatie in België gedurende de laatste 12 maanden,
2. De vooruitzichten van de economische situatie in België voor de volgende 12 maanden,
3. Het verloop van de financiële situatie van de gezinnen gedurende de laatste 12 maanden,
4. De vooruitzichten van de financiële situatie van de gezinnen voor de volgende 12 maanden,
5. De beoordeling of het een gunstig moment is voor belangrijke aankopen.

Het is duidelijk dat deze indicator meer gestoeld was op een vergelijking van het verleden en de toekomst. De beslissing om de inhoud van de indicator te wijzigen, kwam er na een evaluatie van de tot dan toe gehanteerde vragen. De nieuwe vragen sloten beter aan bij de geobserveerde trends.

De indicator van het consumentenvertrouwen is ingebed in een breder consumentenonderzoek. De vragen die niet gebruikt worden om het vertrouwen te meten, hebben ondermeer betrekking op de intentie om een wagen te kopen en een huis te bouwen. Deze vragen zijn vooral interessant voor gespecialiseerde sectoren (vb. autohandel).

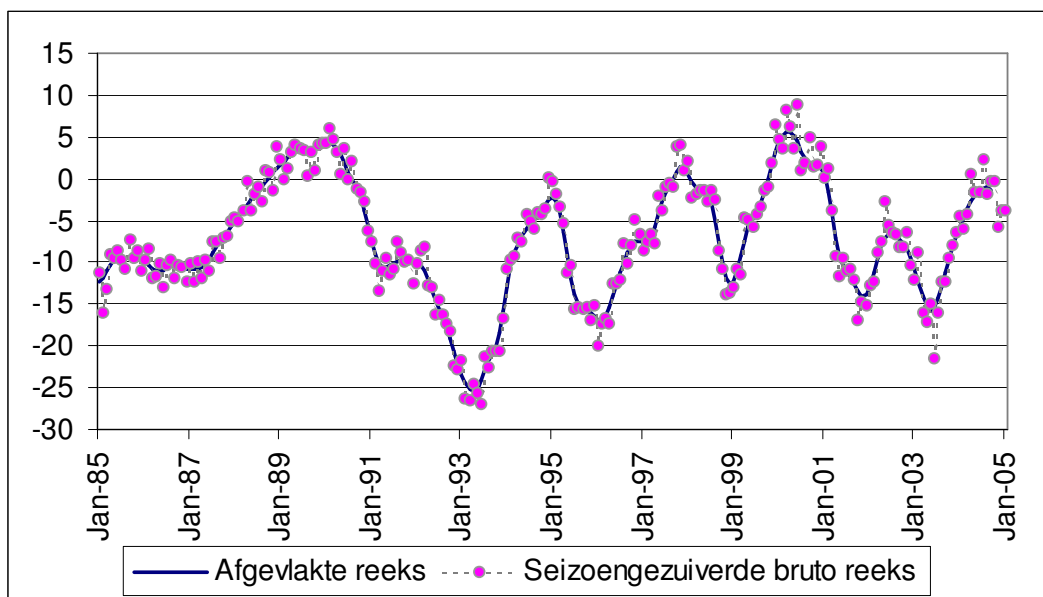
De vragenlijst van het consumentenonderzoek telt in totaal 24 vragen en kan afgenomen worden in 7 à 8 minuten.

Ondernemersvertrouwen

Het ondernemersvertrouwen wordt berekend op basis van het vertrouwen in drie sectoren: de verwerkende nijverheid, de bouwnijverheid en de handel. Voor elke sector wordt een andere vragenlijst gehanteerd. Een aantal elementen komt echter terug in elke vragenlijst. De verschillende vragen beslaan het verleden, het heden en de toekomst. De belangrijkste

onderwerpen zijn de economische situatie (vooral het aantal bestellingen staat hier centraal) en de werkgelegenheid waar het bedrijf kan voor zorgen. De scores bekomt men aan de hand van vragen met drie antwoordcategorieën waarvan één positief, één neutraal en één negatief. Hierna wordt per sector het percentage positieve antwoorden verminderd met het percentage negatieve antwoorden. Door deze micro-economische informatie te aggregeren, bekomt men uiteindelijk een macro-economische indicator. De resultaten worden gepubliceerd in twee vormen: de synthetische brutocurve en de synthetische afgevlakte curve. Uit beide zijn de seizoenen uitgezuiverd. Eerstgenoemde houdt echter enkel rekening met de data die uit het onderzoek van die maand komen. De afgevlakte curve houdt ook rekening met de resultaten van vorige onderzoeken¹⁹. Op die manier tracht men het verschil duidelijk te maken tussen echte trends en toevallige schommelingen in de resultaten.

De algemene synthetische curve -de eigenlijke conjunctuurbarometer- wordt gevormd op basis van een gewogen gemiddelde van de resultaten van de drie sectoren. Ook hiervan wordt een afgevlakte en een brutocurve gegeven.



Figuur 4 - De seizoensgezuiverde bruto reeks en de afgevlakte reeks van het Belgisch ondernemersvertrouwen sinds 1985 (BelgoStat Online, 2005)

¹⁹ Concreet gebeurt dat aan de hand van een glijdend gewogen gemiddelde van een glijdende mediaan over vijf maanden.

5.3 VELDWERK EN FREQUENTIE

Zowel het consumenten- als het ondernemersvertrouwen worden maandelijks onderzocht. Voor het ondernemersvertrouwen in de verwerkende nijverheid peilt de Nationale Bank elk kwartaal nog eens naar de bezettingsgraad van het productievermogen. Twee maal per jaar worden de investeringen onderzocht.

Consumentenvertrouwen

De steekproeftrekking bij de consumentenenquête gebeurt op basis van het telefoonboek. De gegevens van de 1.600 respondenten worden gewogen op basis van geografische, demografische en inkomensvariabelen.

Vroeger werden slechts 1.000 mensen ondervraagd. Sinds januari 2003 is dat cijfer echter opgetrokken. Door een vraag vanuit de gewesten naar gegevens over de resultaten van hun regio was een grotere steekproef noodzakelijk. Nu worden er in het Vlaamse en het Waalse Gewest 750 mensen bevraagd. In het Brussels Hoofdstedelijk Gewest zijn dat er 100.

Na de steekproeftrekking worden de geselecteerden per brief op de hoogte gebracht van het feit dat ze gecontacteerd zullen worden voor het onderzoek. In de laatste fase worden tussen de eerste en de vijftiende van elke maand een aantal mensen telefonisch ondervraagd. Opvallend is dat slechts een klein deel van de gecontacteerden (22%) effectief meewerkt aan het onderzoek (Nationale Bank van België, 2005b). Dit lage cijfer is mede een gevolg dat voor de verschillende gebieden gewerkt wordt met quota wat het inkomen betreft.

De consumentenquêtes in de verschillende landen worden door verschillende onderzoeksbureaus uitgevoerd. Dit levert een waaier aan verschillen op in responsepercentages, technieken om seizoenen uit te zuiveren, steekproefgroottes, wegingsfactoren, dataverzamelingmethodes en steekproeftrekking.

De dataverzameling van de consumentenenquête wordt uitbesteed aan een call-center. Alle andere taken (zoals rapportering, analyse van de gegevens, seizoensaanpassingen) gebeuren sinds 2000 door de Nationale Bank (Nationale Bank van België, 2002a).

Ondernemersvertrouwen

In tegenstelling tot de indicator van het consumentenvertrouwen is de organisatie van de conjunctuurbarometer volledig (inclusief dataverzameling) in handen van de Nationale Bank. De steekproeftrekking gebeurt op basis van een lijst met ondernemingen die activiteiten op het Belgisch grondgebied uitvoeren²⁰. Hierbij wordt ondermeer rekening gehouden met de NACE-code, de geografische ligging, de omzet en het aantal werknemers. Wanneer een bedrijf binnen een bepaalde sector dominant is, zal getracht worden het zeker op te nemen in de steekproef. Het zijn steeds dezelfde bedrijven die bevraagd worden (panelenquête). Dit verklaart het hoge responspercentage (Nationale Bank van België, 2002c). De deelname is niet verplicht, maar de bedrijven hebben een sterke impuls om effectief mee te doen met de enquête. Zij worden achteraf gebriefd over de resultaten op het niveau van de (sub)sector en het product. Deze informatie wordt normaal gezien niet vrijgegeven.

	Verwerkende nijverheid	Bouwnijverheid	Handel
Steekproefgrootte	1950	1050	1300
Responsepercentage	96	96	94
Steekproefdekking (%werkgelegenheid in sector)	42	34	26

Tabel 3 - *Overzicht van de steekproeven per sector (Nationale Bank van België, 2005a,c,d)*

De vragenlijst wordt ofwel via de post, ofwel via e-mail opgestuurd. De antwoorden kunnen opgestuurd worden naar een gratis faxnummer of naar een e-mailadres. Afhankelijk van de mate waarin de respondent zijn antwoorden baseert op werkelijke cijfers dan wel op een 'aanvoelen' kan de enquête in vijf minuten of meer ingevuld worden.

De verkregen data worden gewogen. Bij de handel en de verwerkende nijverheid gebeurt dat in de eerste plaats op basis van de omzet. De resultaten binnen de bouwsector worden eerst gewogen op het aantal tewerkgestelden. In de tweede plaats worden de resultaten voor elke sector nog eens gewogen per subsector op basis van de toegevoegde waarde.

Bij de verwerking van de resultaten van het ondernemers- en consumentenvertrouwen werkt de Nationale Bank met seizoensaanpassingen. Jaarlijks hebben een aantal weerkerende gebeurtenissen (zoals Kerstmis of bepaalde andere feestdagen) een effect op het vertrouwen. Een andere reden voor deze aanpassingen is dat in bepaalde periodes van het jaar het vertrouwen structureel hoger ligt dan in andere. Om toch nog een correcte vergelijking van verschillende periodes binnen een jaar mogelijk te maken, worden de seizoenen uitgezuiverd. De Nationale Bank gebruikt hierbij een andere zuiveringsmethode dan de methode die de Europese Commissie aanraadt. Hierdoor zijn er beperkte verschillen tussen de resultaten van de Nationale Bank en de Commissie²¹.

Ongeveer 15 personen zijn bezig met de uitvoering van beide onderzoeken (exclusief dataverzameling van de consumentenenquête). Voor het ondernemersvertrouwen worden per sector titularissen aangesteld die zich bezig houden met de representativiteit van het panel, de opvolging van het onderzoek en de kwaliteitscontrole.

5.4 RAPPORTERING, OPENBAARHEID EN VALORISATIE

Beide indicatoren dienen om de huidige economische situatie te evalueren en de toekomstige evolutie van de conjunctuur aan te geven. De twee instrumenten worden gebruikt om de Europese ‘*Economic Sentiment Indicator*’ op te stellen, die het vertrouwen van verschillende actoren in de economie aangeeft²². Hiervoor worden de resultaten gebruikt van het consumentenvertrouwen en het vertrouwen in vier sectoren (bouw, verwerkende nijverheid, handel en diensten).

De resultaten worden zeer snel door de Nationale Bank vrijgegeven in de vorm van een persbericht. De cijfers van het consumentenvertrouwen zijn rond de 18^e van elke maand

²⁰ Als gevolg hiervan mogen de bedrijven in principe enkel antwoorden voor de activiteiten die zij in België uitvoeren.

²¹ Voor een overzicht van deze methode: zie (European Commission, 2003).

²² Zie: europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm

beschikbaar²³. Zo'n vier dagen later volgt meestal de conjunctuurbarometer²⁴. De strikte timing is een gevolg van Europese afspraken. Er zijn geen actoren die voorinzage hebben in de resultaten. Enkel de persbureaus krijgen de resultaten om praktische redenen een half uur voor de publicatie ervan op de website.

5.5 DISCUSSIE EN CONCLUSIE

Het sterkste punt van de indices is uiteraard hun volledige standaardisering. Gezien het belang van de vergelijkbaarheid tussen verschillende landen en tijdsperiodes werd het instrument zo gestandaardiseerd mogelijk gehouden om context- en methode-effecten uit te sluiten. Hierdoor werd in de loop der jaren steeds meer geloofwaardigheid gehecht aan de instrumenten. Door de keuze voor standaardisering en duidelijkheid is het bijvoorbeeld voorspelbaar rond welke datum de resultaten zullen worden vrijgegeven. De keuze voor duidelijkheid komt eveneens naar voren bij het opstellen van de indices. In plaats van de nadruk te leggen op een aantal elkaar soms tegensprekende grafieken, wordt een index samengesteld die een samenvatting vormt van de verschillende elementen. Bij het opstellen van een Vlaamse vertrouwensbarometer kan eventueel dezelfde weg gevolgd worden. Door bepaalde instellingen of beleidsdomeinen te groeperen, wordt het mogelijk sneller zicht te krijgen op de globale evolutie van het vertrouwen.

Op Europees niveau is de standaardisering echter niet volledig, aangezien er verschillen zijn in een aantal methodologische aspecten zoals de steekproeftrekking en de dataverzameling. De filosofie hierachter is dat men de landen zo vrij mogelijk wou laten om representatieve resultaten te bekomen eerder dan ze in een keurslijf te dwingen dat de representativiteit zou doen dalen.

De bij sociaal-wetenschappelijk onderzoek ongebruikelijke steekproeftrekking uit het telefoonboek levert normaal gezien niet noodzakelijk representatieve resultaten op, omdat

²³ Zie: www.bnb.be/DQ/N/enq.htm

²⁴ Zie: www.bnb.be/DQ/N/conj.htm

personen uit kleine gezinnen oververtegenwoordigd zijn. Voor de Nationale Bank gaat dat bezwaar evenwel niet noodzakelijk op, daar het gezin zelf (en niet de burger) het voorwerp van onderzoek vormt. Enkel het feit dat niet gewerkt wordt met *random digit dial* en GSM-nummers kan voor significant afwijkende resultaten zorgen.

Wat de meerwaarde van de instrumenten betreft, is er weinig discussie over de verdienste van de index van het ondernemersvertrouwen. In de literatuur heerst echter veel minder overeenstemming over de meerwaarde van de indicator van het consumentenvertrouwen als voorspeller van de toekomstige economische situatie (Santero & Westerlund, 1996; Curtin, 2002; Batchelor & Pami, 1998). Daar waar de conjunctuurenquête eerder werkt met inschattingen op basis van ‘harde’ cijfers, zijn de resultaten van de consumentenenquête vaak een reactie op een aantal berichten uit de media. Zo merken we na de aankondiging dat Ford 3.000 ontslagen plant in zijn vestiging in Genk een forse daling van het consumentenvertrouwen (Nationale Bank van België, 2003). Daarna herstelt het consumentenvertrouwen zich echter relatief snel. Voorstanders van de index van het consumentenvertrouwen halen aan dat de binnenlandse consumptie verantwoordelijk is voor een groot deel van het BNP. In een aantal sectoren wordt dan ook reikhalzend uitgekeken naar de resultaten van de enquête. Toch is er maar een beperkte correlatie tussen en consumentenvertrouwen en de consumptie-uitgaven (Santero & Westerlund, 1996; Nationale Bank van België, 2002b: 19). Bij grote politieke en economische omwentelingen zou de indicator echter wel waardevolle informatie bevatten over toekomstige consumentenuitgaven (Throop, 1991: 36).

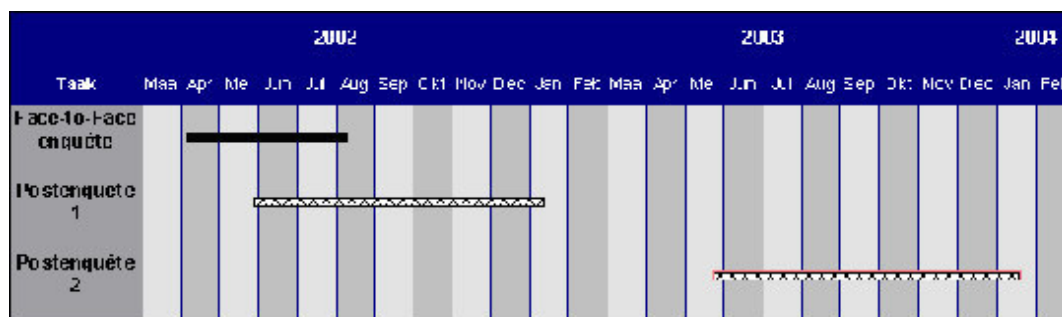
HOOFDSTUK 6

WERKEN AAN DE OVERHEID

6.1 DOEL EN OPDRACHTGEVER

De ‘Werken aan de overheid’ (WADO) surveys pasten in het kader van het project ‘burgergericht besturen’. In opdracht van het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap onderzocht dit project het vertrouwen van de burger in de overheid. Meer specifiek werd nagegaan onder welke omstandigheden de kwaliteit van overheidsdienstverlening leidt tot een stijging van de tevredenheid over en het vertrouwen in de overheid.

Concreet werden drie surveys gerealiseerd: twee postenquêtes (WADOP1 en WADOP2) en een face-to-face survey (WADOF). Beide postenquêtes werden uitgevoerd in ‘golven’. Elke twee weken werden een aantal enquêtes verstuurd. Deze methode liet toe verschillen tussen methodes (WADOF, WADOP1 en APS) en de invloed van gebeurtenissen en media events (binnen WADOP1 en WADOP2) te modelleren (Kampen, Van de Walle, Bouckaert, & Maddens, 2003). De timing van de onderzoeken wordt hieronder weergegeven.



Figuur 5 - Timing verschillende onderzoeken (Van de Walle et al., 2003a)

6.2 INHOUD EN AANSTURING

De focus van het onderzoek lag vrijwel geheel op de houding van de burger tegenover de overheid. Deze kwestie werd op verschillende manieren benaderd. Een aantal overheidsdiensten werden relatief diep bevraagd²⁵. Hierbij kwamen volgende zaken terug:

- Is de dienst een onderdeel van de overheid?
- Wie is verantwoordelijk voor de organisatie van de dienst?
- Wie zou de dienst het best organiseren? (overheid/privé)
- Frequentie van gebruik van de dienst?
- Beeld van de dienst? (positief of negatief)
- Tevredenheid over dienst?
- Noodzaak van meer controle op de dienst?

Elders werd de tevredenheid over (enkel WADOP2) en het vertrouwen in verschillende diensten gemeten. Dit gebeurde zowel op algemeen niveau (de overheid, overheidsdiensten, overheidsadministratie) als op specifiek niveau (vb. de belastingdienst, de sporthal, het cultureel centrum, OCMW, NMBS, enz). De gehanteerde vraag voor het specifieke niveau was: 'In welke mate heeft U vertrouwen in de volgende instellingen, diensten en personen?' De antwoordcategorieën varieerden van 'heel weinig' tot 'heel veel'. In tegenstelling tot een gelijkaardige vraag bij de Belevingsmonitor werd hier wel een neutrale antwoordcategorie aangeboden.

Om het effect van het gebruik van verschillende methoden te testen, werden bij WADOP2 een aantal vragen letterlijk overgenomen uit andere onderzoeken. Voor het consumentenvertrouwen werd gebruik gemaakt van exact dezelfde vragen als de indicator van het consumentenvertrouwen van de Nationale Bank. Een andere vraag die overgenomen werd

²⁵ Het ging om de politie, De Post, het lager onderwijs, de administraties verantwoordelijk voor het verlenen van een bouwvergunning, De Lijn en de VDAB.

uit een ander onderzoek, is die naar het vertrouwen in de regering om de problemen op te lossen ‘waarmee België op dit moment kampt’²⁶.

Als laatste kwamen er ook een aantal opinievragen (zowel over maatschappelijke, politieke als administratieve zaken) en socio-demografische variabelen aan bod.

Om de resultaten voor het overige toch zoveel mogelijk te kunnen vergelijken, werden de verschillen tussen de inhoud van de vragenlijst van WADOP1, WADOP2 en WADOF geminimaliseerd. In WADOP2 werden wel een aantal vragen toegevoegd. Deze vragenlijst was dan ook een viertal pagina's langer. Voor het overige waren de verschillende onderzoeken zeer gelijkaardig.

De aansturing gebeurde door middel van een ambtelijk-politieke stuurgroep.

6.3 VELDWERK EN FREQUENTIE

De steekproef werd getrokken uit het Rijksregister. Enkel Vlamingen tussen 18 en 85 jaar kwamen in aanmerking. Normaal gezien is het Rijksregister de beste manier om een representatieve steekproef te bekomen. De drie steekproeven werden niet op exact dezelfde manier getrokken. De eerste twee onderzoeken (WADOF en WADOP1) werkten met een tweetrapssteekproef. Eerst werd een toevallige steekproef genomen van de gemeenten van het Vlaamse Gewest. Daarbij werd uiteraard rekening gehouden met de grootte van de gemeente. Via deze methode werden 76 van de meer dan 300 Vlaamse gemeenten geselecteerd. Voor de face-to-face enquête werd -afhankelijk van het aantal inwoners- aan elke gemeente één of meerdere clusters (een set van 12 respondenten) toegewezen. Zo kreeg de stad Antwerpen acht clusters (96 respondenten). Indien mensen weigerden mee te werken met het onderzoek, werd er overgegaan naar een lijst met reserverespondenten.

²⁶ Het gaat hier om dezelfde vraag als die van het driemaandelijks onderzoek van La Libre Belgique.

Voor de tweede postenquôte werd de steekproef rechtstreeks uit het Rijksregister getrokken, zonder de omweg langs de gemeenten. Deze procedure is korter en goedkoper dan de methode die bij WADOP1 en WADOF werd gebruikt. Het was in een eerste fase de bedoeling de resultaten van WADOP1 en WADOF te vergelijken. Om te besparen op de kosten van de face-to-face survey werd gewerkt met een lijst van gemeenten. Bij WADOP2 was deze ingreep niet meer nodig, aangezien er geen gelijktijdig face-to-face onderzoek was. Omdat gewerkt werd met het Rijksregister was er controle mogelijk op de data. Zo kon aan de hand van de geboortedatum en het geslacht onderzocht worden of wel de juiste respondent ondervraagd werd.

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de belangrijkste gegevens in verband. Met de dataverzameling. Opmerkelijk is dat er weinig verschil is tussen de responsepercentages van de face-to-face survey en de postenquôte. Normaal gezien zou men een groter verschil tussen beide dataverzamelingmethoden verwachten (Hox & De Leeuw, 1994). Mogelijk is de hoge response een gevolg van een aantal technieken die werden gehanteerd om de response bij de postenquôtes op te drijven. Wie meewerkte met de postenquôte maakte kans op een boeken- of CD-bon ter waarde van €25. Ten tweede werd ervoor gekozen om een aantal vragen die in WADOF voorkwamen te laten vallen. Zo viel het bezwaar ‘te weinig tijd’ ongetwijfeld weg bij een aantal respondenten. Als laatste kregen diegenen die de enquête nog niet terugstuurden een herinnering in de bus.

	Face-to-face	Post 1	Post 2
Totale steekproefgrootte	1.248	2.166	3.168
Responsepercentage	62,8	61,9	60,3
Periode	Maart-juli 2002	Juni-december 2002	Juni-januari 2003

Tabel 4 - *Overzicht van de verschillende steekproeven (Van de Walle et al., 2004)*

Het veldwerk voor WADOF gebeurde door Instituut voor Sociaal en Politiek Opinieonderzoek (ISPO). De prijs lag op €80 per vragenlijst bij WADOF en €9 à 9,5 voor WADOP1. Het eigen werk en de begeleiding van het onderzoek zijn hierin niet inbegrepen. De bedragen slaan enkel op de dataverzameling en de data-entry.

De eerste postenquête werd gerealiseerd in 14 ‘golven’. Elke twee weken verstuurd de verzendingsdienst van de K.U.Leuven 250 vragenlijsten. WADOP2 gebruikte in 15 golven dezelfde frequentie. Hierbij werden echter per keer 350 vragenlijsten verstuurd. De eenmalige face-to-face enquête werd niet in golven uitgevoerd. De invultijd voor WADOP bedroeg 20 à 40 minuten. WADOP nam ongeveer anderhalf uur in beslag.

6.4 RAPPORTERING, OPENBAARHEID EN VALORISATIE

Het gebruik van de gegevens situeerde zich voornamelijk op academisch niveau. De resultaten worden gepubliceerd in de vorm van rapporten die ook op het internet consulteerbaar zijn²⁷. Binnen het project ‘Burgergericht Besturen’ werden de resultaten van de WADO surveys gebruikt in verschillende rapporten. Deze rapporten zijn vrij te downloaden op www.soc.kuleuven.ac.be/io/trust/.

6.5 DISCUSSIE EN CONCLUSIE

WADOP week af van de normaal gehanteerde procedures voor standaardisering. De reden hiervoor is dat een deel van heel het onderzoeksopzet net als doel had de gevolgen van het gebruik van verschillende methoden van dataverzameling te vergelijken. Uit de resultaten van het onderzoek kwam duidelijk naar voor dat er significante methode- en contexteffecten bestonden voor de graad van tevredenheid en vertrouwen (Kampen et al., 2003).

Het sterkste punt van WADO is de hoge response en de steekproeftrekking door middel van het Rijksregister. Deze elementen verzekeren een zo groot mogelijke representativiteit. Als eerder negatieve punten is er de focus van het onderzoek.

²⁷ Zie: www.soc.kuleuven.ac.be/io/trust/

HOOFDSTUK 7

VERGELIJKING EN VOORSTELLEN VOOR EEN BAROMETER

7.1 INLEIDING

Er zijn reeds een aantal instrumenten geweest die op systematische wijze het vertrouwen van individuen in instellingen en diensten hebben bevraagd. Sommige hebben de tand des tijds doorstaan. Anderen zijn om verschillende redenen gesneuveld. Uit de voorgaande hoofdstukken bleek duidelijk dat elk instrument zowel voor- als nadelen had. Al de instrumenten leren ons iets over hoe we een nuttig instrument kunnen construeren dat voldoet aan alle wetenschappelijke vereisten. In dit hoofdstuk, gaan we dieper op deze kwestie in. We vergelijken de verschillende instrumenten en trekken lessen uit de ervaringen van de verschillende actoren. Voor elk punt zullen we een concreet voorstel doen naar de eventuele implementatie van de barometer toe.

7.2 SOORT INSTRUMENT EN GEBRUIK

Het soort instrument en het gebruik worden hier samen behandeld. Het gebruik hangt namelijk deels samen met het soort instrument dat men hanteert. De verschillende instrumenten worden onderverdeeld in drie categorieën: puntmetingen met een lage frequentie, tevredenheidsmetingen met een focus op het aanbrenen van verbetering en de barometers die een ‘*early warning*’ functie hebben. Bemerkt dat het hier gaat om ideaaltypes en dat er uiteraard talloze tussenvormen bestaan.

Typologie

Puntmetingen met een lage frequentie

Dit soort onderzoeken worden door talloze instanties in de publieke en de private sector georganiseerd. Vaak ligt de nadruk op politieke zaken. De resultaten zijn meestal interessant

voor de media en de politieke wereld, maar hebben weinig functies naar bijvoorbeeld de werking van de administratie toe. Veel van deze onderzoeken zijn eenmalig, anderen worden tegen een relatief lage frequentie afgewerkt. Ze komen dan ook moeilijk in aanmerking om als ‘*early warning*’ systeem te functioneren. Een opvallend resultaat kan het gevolg zijn van het toeval, een methode-effect, een seizoenseffect, een vraagvolgorde-effect of een echte trend. Bij een instrument met een hoge frequentie wordt de vraag of een bepaald resultaat een echte trend is, snel beantwoord in een nieuwe meting. Surveys met lage frequenties slagen hier uiteraard veel minder in.

Doordat vaak zeer sterk nadruk wordt gelegd op politieke issues, is het voor de onderzoekers belangrijk in te spelen op actuele gebeurtenissen. Dit leidt meestal tot een relatief lage standaardisering van het gehanteerde instrument. Lage standaardisering en beperkte inzetbare middelen hebben onvermijdelijk een lagere frequentie van de dataverzameling tot gevolg. Hier dient tevens herhaald te worden dat de mix van variabele vragen en het gebruik van politieke vragen politiek gebruik (of misbruik) van het instrument tot gevolg kan hebben. Dat laatste zal -indien het om een overheidsinitiatief gaat- dan weer zijn effect hebben op de overlevingskansen van het instrument op lange termijn.

Tevredenheidsmetingen: focus op verbetering

Dit soort onderzoeken zijn meer dan een ‘vinger aan de pols’. Men tracht een antwoord te vinden op het waarom van de (on)tevredenheid en onderzoekt mogelijke verbetertrajecten. Binnen dit kader passen de traditionele tevredenheidsonderzoeken. Door hun focus op verbetering, kruipt er veel tijd in de constructie van het instrument. Ze zijn bijgevolg minder geschikt om frequent georganiseerd te worden. Bovendien zou zo iets niet noodzakelijk steeds relevante informatie opleveren. Vanuit dat streven naar het vinden van verbetertrajecten wordt vrij weinig nadruk gelegd op standaardisering van het instrument doorheen de tijd.

Barometer met een hoge frequentie

In tegenstelling tot andere soorten instrumenten, hebben barometers een zeer hoge frequentie. De reden hierachter is dat barometers aangeven wanneer iets verandert. Voor een gedetailleerde analyse van wat er misloopt, zijn de verkregen gegevens op zich meestal niet geschikt. Daarvoor zijn meer gedetailleerde onderzoeken nodig, zoals bijvoorbeeld

klantenbevragingen en focusgroepen. De data op zich zijn voornamelijk interessant indien ze in vergelijkend opzicht gehanteerd worden. Om deze reden is de standaardisering van groot belang. Een gebrek daaraan brengt die vergelijkbaarheid immers in het gedrang omwille van context- of methode-effecten.

Instrumenten

De typevoorbeelden van barometers met een hoge frequentie zijn uiteraard de onderzoeken naar het consumenten- en het ondernemersvertrouwen. De vragenlijsten en de afname daarvan worden zo weinig mogelijk gewijzigd. De instrumenten (en dan vooral de conjunctuurbarometer) worden gebruikt als ‘*early warning*’ systemen die aangeven wanneer een economische stemming omslaat. Het meten van het ondernemersvertrouwen tegen een zeer lage frequentie zou weinig zin hebben. De cijfers van het BBP zijn na verloop van tijd toch beschikbaar. Een meting tegen hoge frequentie maakt het echter mogelijk om op een snelle manier geïnformeerd te zijn over en in te spelen op een wijzigende conjunctuur. Bovendien zou een meting tegen een te lage frequentie ook gevaarlijk zijn. De mogelijkheid bestaat dat een eenmalig afwijkend resultaat een groot effect zou hebben op economische actoren (vb. de overheid, de beurs,...) die de indices gebruiken. Door hun hoge mate van standaardisering zijn in principe vergelijkingen doorheen de tijd mogelijk.

De Eurobarometer moet voornamelijk in de eerste categorie ondergebracht worden. In de vragenlijst komen vooral opiniekwesties naar voor. Het instrument kan moeilijk gebruikt worden om op een snelle manier wijzigingen te modelleren. Daarvoor gebeurt de bevraging niet frequent genoeg en verdrinken de trendvragen tussen de andere vragen. Om deze redenen is het moeilijk uit te maken of een afwijkend resultaat een gevolg is van een vraagvolgorde-effect, een verandering in onderzoeksbureau, toeval of een daadwerkelijke wijziging in de populatie. De mindere standaardisering van de Eurobarometer zorgt er dus voor dat we hier - ondanks de naam- moeilijk van een echte ‘barometer’ kunnen spreken. Enkel over een langere termijn is het mogelijk trends op te sporen.

Veel meer dan Eurobarometer had ECTS tot doel om een echte barometer te zijn voor de publieke opinie in de Europese Unie. Door de politieke oriëntatie van het instrument, werd er

gekozen voor een variabele vragenlijst. Hierdoor kunnen resultaten trends lijken, daar waar het in wezen gaat om een contexteffect. Bij het plaatsen van verschillende metingen in een tijdreeks moeten dus zeker en vast enkele kanttekeningen gemaakt worden.

De Belevingsmonitor is een speciaal geval. In theorie werd getracht de voordelen van de eerste en de laatste categorie te verenigen in één instrument. Deze strategie was echter niet zonder gevolgen. De hoge frequentie die de functie van ‘*early warning*’ systeem met zich meebracht, had als gevolg dat het tempo van de wisselende inhoud van de opinie- en vertrouwensvragen een probleem werd. Door die keuze voor kwantiteit, moest het instrument inboeten aan kwaliteit. De monitor bood na verloop van tijd -getuige daarvan de commentaar van minister de Graaf- te weinig aanknopingspunten om al zijn doelstellingen te verwezenlijken. De initiële doelstellingen van de Belevingsmonitor waren met andere woorden iets te ambitieus.

Net als de Belevingsmonitor bevatten de WADOP surveys zowel een gedeelte opinie- als een gedeelte tevredenheidsvragen. Verschillen in vertrouwen waren duidelijk modelleerbaar doorheen de tijd. Een belangrijk verschil tussen WADOP en de Belevingsmonitor is dat bij het eerste instrument de vragen op voorhand vast lagen. De focus van beide instrumenten is door de meer academische gerichtheid van WADOP eveneens verschillend.

ACSI verenigt twee doelstellingen. Het aspect ‘klantentevredenheidsmeting’ komt bij ACSI naar voor op ‘activity’-niveau. Naar buiten toe is vooral de barometerfunctie (maar dan met lage frequentie) van belang. Over de (rangschikking van de) resultaten van verschillende overheidsdiensten en significante stijgingen of dalingen wordt immers het meest gecommuniceerd. Een echt ‘*early warning*’ systeem is ACSI echter niet, omwille van een aantal redenen. Ten eerste is er natuurlijk de lage frequentie van het instrument. Ten tweede ligt de steekproefgrootte relatief laag (250). Hierdoor is het gevaarlijk om op basis van resultaten van één jaar conclusies te trekken over een mogelijke trend. Als laatste vermelden we nog het feit dat de ondervraagde populaties soms van elkaar verschillen.

Voorstel

De beleidsnota ‘Vlaamse statistieken, indicatoren en toekomstverkennde studies voor het regeringsbeleid’ spreekt de doelstelling uit om van de vertrouwensbarometer een instrument te maken dat eenmalig wordt opgesteld en daarna op gestandaardiseerde wijze wordt afgenomen (Leterme, 2004: 26). Een Vlaamse vertrouwensbarometer zou met andere woorden duidelijk in de laatste categorie passen, waartoe ook de indices van het ondernemers- en consumentenvertrouwen behoren.

Eén van de voordelen van het werken met een volledig gestandaardiseerd instrument, is dat het probleem van de aansturing, zoals dat bij de Belevingsmonitor naar voor kwam, zo goed als opgelost is. De nadruk zal voornamelijk komen te liggen op de verwerking en de begeleiding van het onderzoek.

7.3 COMMUNICATIE

Vergelijking

Elk hier besproken instrument hanteert een zekere mate van openheid in de resultaten. Voor sommige instrumenten worden bijna alle data -al dan niet systematisch- vrijgegeven. De Nationale Bank geeft maandelijks de resultaten weer van de antwoorden op elk van de indicatoren die samen de index van het consumenten- of ondernemersvertrouwen vormen. ECTS kende een minder systematische aanpak en bundelde de resultaten in rapporten die niet steeds op vaste tijdstippen werden vrijgegeven en qua omvang vaak verschilden.

De Belevingsmonitor leerde ons dat één en ander mede afhankelijk is van de mate waarin een instrument in de schijnwerpers staat. De mindere resultaten op bepaalde punten kwamen uiteraard uitvoerig aan bod in de media. Voor het jaar 2004 koos de overheid ervoor de aanpak totaal om te gooien door een mediastilte in te lassen. De rol van de media mag bij de constructie van een vertrouwensbarometer dus zeker niet uit het oog verloren worden. Een barometer zal bijvoorbeeld de verleiding doen ontstaan om op basis van ‘hitparades’ overheidsorganisaties met elkaar te vergelijken. Verschillen in tevredenheid kunnen echter te

wijten zijn aan zaken die op het eerste gezicht relatief onbelangrijk zijn. Van de Walle et al. merken op dat de burger tevredener wordt naarmate de bevraagde dienst een specifiekere taak vervult (Van de Walle, Kampen, Bouckaert, & Maddens, 2003b). Zo blijkt uit onderzoek dat specifieke overheidsgerelateerde beroepen als postbode of vuilnisman veel positiever worden beoordeeld dan de Vlaamse of de gemeentelijke administratie. Die laatste scoren dan weer beter vergeleken met algemenere termen als ‘de administratie’ of ‘de overheidsadministratie’. Hoe algemener de dienst, hoe meer het stereotype van de slecht functionerende ambtenaar speelt. Andere zaken die het tevredenheidsoordeel beïnvloeden zijn ondermeer de gepercipieerde kwaliteit (die anders kan zijn dan de werkelijke kwaliteit), de voorafgaandelijke verwachtingen van de klant/burger, de identificatie van de gebruiker met de missie en de aard van de dienst en de frequentie van gebruik (Van de Walle & Kampen, 2002).

Voorstel

Ondanks het gebrek aan systematiek, ligt bij de *Continuous Tracking Survey* een origineel model om over de gegevens te communiceren. Hier werd de dataverzameling losgekoppeld van de rapportering. Over de wekelijkse enquêtes werd ongeveer drie maal per jaar gecommuniceerd. Gebruik maken van elkaar snel opvolgende metingen en minder periodieke rapportages heeft twee voordelen. Men vermijdt dat toevallige meetfouten in de media uitvergroet worden tot trends die er niet zijn. In de plaats daarvan is het mogelijk om in een meer serene sfeer de resultaten te analyseren en het onderscheid te maken tussen ruis op de data, trends, eenmalige gebeurtenissen en seizoenseffecten. Bovendien vereist het rapporteren tegen een zeer hoge frequentie ook een zekere financiële investering. Een Vlaamse vertrouwensbarometer kan eventueel van het ECTS-model leren.

7.4 STEEKPROEFTREKKING

Vergelijking

De steekproeftrekking werd bij de verschillende instrumenten anders aangepakt. Een belangrijke vraag die men zich bij de steekproeftrekking moet stellen, is uiteraard wie het doelpubliek is van het onderzoek. Voor de *American Customer Satisfaction Index* was het soms onmogelijk om een representatief staal van de bevolking te ondervragen, aangezien men werkte met vaak zeer specifieke doelgroepen. Er werd dan ook meermaals geopteerd voor een lijst van 'klanten' van de dienst. Het ondernemersvertrouwen kampte met ongeveer hetzelfde probleem. Hier werd gekozen voor een steekproef uit het nationaal register. De index van het consumentenvertrouwen nam dan weer de gezinnen als basis voor de steekproef.

De andere onderzoeken hadden wél als doelstelling een representatief staal van de bevolking te bevragen. De Belevingsmonitor, de Eurobarometer, WADOP1 en WADOP2 gebruikten een verschillende methode om die doelstelling te bereiken. In hoeverre ze deze representativiteit bereiken, is moeilijk uit te maken. Elke methode heeft nadelen. Een steekproeftrekking uit het telefoonboek kan nooit volledig representatief zijn. Alleenstaanden zullen oververtegenwoordigd zijn, bepaalde mensen hebben enkel een GSM of kiezen ervoor om niet in het telefoonboek te worden opgenomen. *Random digit dial* (ACSI) komt slechts deels aan deze bezwaren tegemoet. De *random walk* methode heeft als voornaamste nadeel dat er een bias kan optreden door bijvoorbeeld het negeren van kleine zijstraatjes (Mayoux, 2002).

Voorstel

Echte zekerheid over de representativiteit is maar mogelijk door een steekproeftrekking uit het Rijksregister zo'n systeem. Deze methode, die de WADOP surveys gebruikten, wordt dan ook superieur geacht aan alle andere, hoewel ook hier mensen tussen de mazen van het net glippen (Administratie Planning en Statistiek, 2003: 19). De relatief hoge financiële kosten en het tijdsbestek nodig om de correcte procedures te volgen, zijn een ander nadeel van deze methode. Bij systematische steekproeftrekkingen kan echter naar een manier gezocht worden om het proces efficiënter te laten verlopen.

7.5 DATAVERZAMELING

Vergelijking

Net als bij de steekproeftrekking merken we ook bij de dataverzameling grote verschillen tussen de verschillende onderzoeken. Veel is afhankelijk van de specifieke situatie van het onderzoek zelf. Zowel ACSI als het consumentenvertrouwen werkten met telefonische surveys. Zij gebruikten echter korte vragenlijsten, die men gemakkelijk in minder dan tien minuten kon afwerken. Complexere en/of langere vragenlijsten komen hier niet voor in aanmerking. Ook WADOP hield hiermee rekening door een kortere vragenlijst dan WADOF op te sturen.

Een tweede afweging die gemaakt moet worden, is de kostprijs van het instrument. De kosten van periodieke studies kunnen snel hoog oplopen. Om deze reden opteert men bij enquêtes met een hoge frequentie vaak voor dataverzameling via de telefoon of de post. Deze vormen van dataverzameling zijn minder duur dan face-to-face enquêtes. Het is gezien beide afwegingen dan ook geen toeval dat de Eurobarometer (lange vragenlijst, lage frequentie) face-to-face wordt uitgevoerd, daar waar de interviews voor de index van het consumentenvertrouwen (korte vragenlijst, hoge frequentie) telefonisch worden afgenomen.

Wat de response betreft, is de algemene tendens dat face-to-face surveys beter scoren dan telefonische enquêtes, die dan weer beter scoren dan postenquêtes. Er zijn echter tal van andere factoren die het effect van response bepalen (Hox & De Leeuw, 1994). De hier besproken instrumenten zijn daarvan het beste voorbeeld. De verschillende WADO surveys haalden -los van de dataverzamelingsmethode- een zeer hoge response. Het telefonisch onderzoek van de Nationale Bank behaalde echter een relatief lage response.

Hier dient eveneens opgemerkt te worden dat bij sommige methoden de dataverzameling inherent verbonden is met de steekproeftrekking. Indien een onderzoek werkt met de *random digit dial* methode zullen de gegevens uiteraard op een telefonische wijze verzameld worden. De *random walk* methode brengt in de praktijk dan weer meestal een face-to-face survey met zich mee. Een steekproeftrekking uit het Rijksregister zal waarschijnlijk weinig zin hebben

voor een telefonische enquête. Het telefoonnummer behoort immers niet tot de gegevens die bijgehouden worden in het Rijksregister.

Voorstel

Gezien de positieve ervaringen bij de WADO surveys (hoge response, lage prijs) en het feit dat hierboven een steekproeftrekking uit het Rijksregister werd voorgesteld, lijkt een postenquête de beste manier om de vertrouwensbarometer te operationaliseren.

Welke methode van dataverzameling ook gehanteerd wordt, voor de barometerfunctie is het noodzakelijk dat er doorheen de tijd niet van afgeweken wordt. Het gebruik van een andere methode zorgt immers vaak voor andere resultaten, wat gevolgen heeft voor de vergelijkbaarheid van die resultaten. Een ander element waar mee rekening moet worden gehouden, is het optreden van interviewereffecten bij telefonische en face-to-face surveys (Krysan, Schuman, Scott, & Beatty, 1994).

7.6 STEEKPROEFGROOTTE

Vergelijking

Eén van de grote vragen bij het uitvoeren van een enquête, is uiteraard hoe groot de steekproef moet zijn. De steekproefgroottes van de instrumenten die (deels) als ‘*early warning*’ systeem (moesten) dienen, zijn hieronder weergegeven.

	Frequentie	Steekproefgrootte per onderzoek	Steekproefgrootte per week	Steekproefgrootte per jaar
Consumentenvertrouwen	Maandelijks	1.600	369	19.200
ECTS	Wekelijks	200	169	8.800
Belevingsmonitor	Maandelijks	800	185	9.600
Ondernemersvertrouwen	Maandelijks	4.300	992	51.600
WADOP1	Elke twee weken	155	77	4.034
WADOP2	Elke twee weken	211	106	5.506

Tabel 5 - *Steekproefgrootte bij verschillende instrumenten*

In de tabel zijn de gegevens herwerkt naar de steekproefgrootte per week, los van de frequentie van afname. De verschillen tussen de onderzoeken zijn relatief groot te noemen.

Voorstel

Bij het bepalen van de steekproefgrootte spelen drie motieven. Ten eerste is er de wens om de financiële inspanning zo laag mogelijk te houden. Men wil ten tweede de betrouwbaarheidsmarges niet te groot laten worden. Naargelang de beschikbare middelen en het belang van het onderzoek stijgen, zal men dus waarschijnlijk opteren voor een grotere steekproef. Een laatste afweging is dat men de enquêtedruk bij de burgers zoveel mogelijk wil minimaliseren.

Hieronder werken we een voorstel uit voor de steekproefgrootte van een vertrouwensbarometer. Dit zal gebeuren op twee manieren: enerzijds aan de hand van een traditionele analyse met behulp van puntmetingen, anderzijds aan de hand van een trendanalyse.

Puntmetingen

Voor het bepalen van de steekproefgrootte aan de hand van puntmetingen maakt men vaak gebruik van volgende formule:

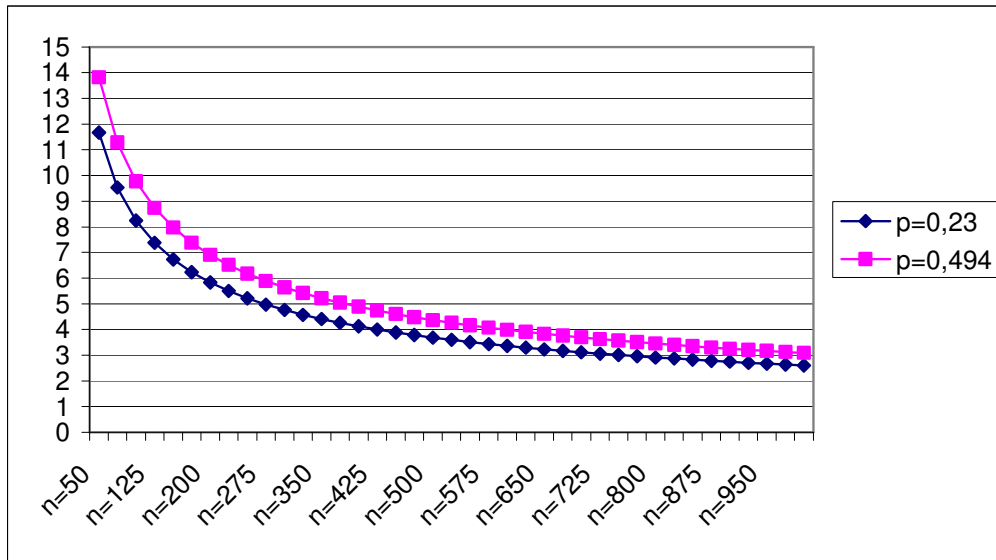
$$p - z_{\alpha}(pq/n)^{1/2} \leq \pi \leq p + z_{\alpha}(pq/n)^{1/2}$$

Met p de steekproefproportie, π de populatieproportie, n de grootte van de steekproef, $q = 1-p$, en z_{α} de kritische z -waarde bij betrouwbaarheidsniveau $1-\alpha$.

Op basis van die formule bekomt men de tabel die terug te vinden is in bijlage 7. De rijen vormen de verschillende steekproefgroottes, de kolommen de verschillende gevonden percentages. De waarden in de tabel zelf geven de betrouwbaarheidsintervallen aan.

Uit de formule volgt dat de steekproefgrootte mede afhankelijk is van de gevonden proportie. Om een duidelijker beeld te geven van wat dit in de praktijk betekent, illustreren we de tabel aan de hand van twee resultaten uit WADOP2. Daarin kwam naar voor dat 23 percent ($p=0,23$) van de respondenten vertrouwen had in de Vlaamse administratie (Van de Walle et al., 2004: 258). Figuur 6 toont de betrouwbaarheidsintervallen voor de verschillende steekproefgroottes. Een steekproefgrootte van 200 eenheden zou de betrouwbaarheidsmarge geven van plus of min 5,8%. Concreet betekent dat dat we met 95% zekerheid kunnen zeggen dat de werkelijke proportie in de populatie ergens tussen 17,2 en 28,8% ligt. Bij een steekproefgrootte van 500 verkleint het interval naar een minimum van 19,3 en een maximum van 26,7%.

Hoe dichterbij de gevonden proportie bij 0,50 ligt, hoe groter de benodigde steekproef voor een zelfde betrouwbaarheid. De Lijn werd bij WADOP2 bijvoorbeeld vertrouwd door 49,4% ($p=0,494$) van de respondenten (Van de Walle et al., 2004: 264). Een steekproefgrootte van 200 zorgt hier voor een betrouwbaarheidsmarge van plus of min 6,9%. Bij 500 respondenten krimpt dat cijfer tot 4,4%. In figuur 6 komt de mindere betrouwbaarheid bij een percentage dat dichterbij 50% duidelijk naar voor.



Figuur 6 – Grootte van het betrouwbaarheidsinterval (95%) per steekproefgrootte bij $p=0,23$ en $p=0,494$

Uit de grafiek volgt nog dat vanaf een steekproef ter grootte 300 eenheden de relatieve winst in termen van standaardfout steeds langzamer toeneemt. Voor een steekproef met een betrouwbaarheidsinterval van plus of min twee percent, is bij $p=0,23$ reeds een steekproefgrootte van meer dan 1.700 eenheden vereist. WADOP2 had in dit geval voor gans de onderzochte periode ($n=3168$) een betrouwbaarheidsmarge van 1,47%.

Tabel 5 toont drie groepen steekproefgroottes. Voor de indices van het ondernemers- en het consumentenvertrouwen was de gehanteerde steekproefgrootte het grootst. Zo werden voor het consumentenvertrouwen per jaar 19.200 mensen ondervraagd. De WADOP surveys ondervroegen het kleinste aantal mensen op jaarbasis. Dit is mede een gevolg van de rapporteringsmethode. Bij WADOP gebeurde de rapportage maar na een onderzoek van meer dan een half jaar. Een opvallend cijfer dat een gevolg is van een toevallige meetfout zou door een volgende meting gecorrigeerd worden zonder dat dit cijfer de media zou halen. Een afwijkend resultaat van het consumenten- of ondernemersvertrouwen haalt meestal wel de media (De Standaard, 24 februari 2005) en heeft mogelijk nog eens effect op andere economische actoren (vb. de beurs). Vandaar het belang van een voldoende grote steekproef om op die manier toevallige uitschuivers te vermijden.

Hieronder werken we drie scenario's uit voor de bepaling van de steekproefgrootte.

Scenario	A	B	C
Rapportage	Elk kwartaal	Elke maand	Elk half jaar
Steekproefgrootte per onderzoek	370	600	1.000
Frequentie	Tweewekelijks	Tweewekelijks	Maandelijks
Steekproefgrootte per jaar	9.600	14.400	12.000
Steekproefgrootte per rapportage	2.400	1.200	6.000
Betrouwbaarheidsinterval (95%) per steekproef ($0.10 \leq p \leq 0.50$)	3,1-5,1 %	2,4-4,0 %	1,9-3,1 %
Betrouwbaarheidsinterval (95%) per rapportage ($0.10 \leq p \leq 0.50$)	1,2-2,0 %	1,7-2,8 %	0,8-1,3 %

Tabel 6 - *Verschillende scenario's voor steekproefgrootte, rapportage en frequentie*

Scenario A: Indien er zou gekozen worden voor een rapportage op driemaandelijkse basis, dan lijkt de door de Belevingsmonitor gebruikte steekproefgrootte een minimum. Over drie maanden zou de steekproefgrootte dan 2.400 respondenten bedragen. Vergelijken tussen periodes van drie maanden is in dat geval mogelijk met een betrouwbaarheidsinterval van maximaal plus of min twee percent. Een afwijkend resultaat op tweewekelijkse basis (370 respondenten) levert hier een betrouwbaarheidsinterval op dat tussen drie en vijf percent ligt.

Scenario B: Deze optie neemt de voordelen over van scenario A voor wat betreft het snel onderkennen van trends. De maandelijke rapportering noodzaakt echter een hoger aantal ondervraagden per onderzoek. Enkel op deze manier kan vermeden worden dat een toevallige uitschuiver in de media als een trend wordt aanzien.

Scenario C: Om de 'early warning' functie te vrijwaren is het bij een maandelijke meting noodzakelijk een relatief groot aantal mensen te ondervragen. Indien men deze weg niet zou volgen, dan wordt het moeilijk toevallige meetfouten van trends te scheiden.

Trendanalyse

Bovenstaande analyse gaat uit van verschillende puntmetingen. De Vlaamse vertrouwensbarometer zal echter werken met tijdreeksen. Hiervoor is een andere vorm van statistische analyse vereist. Voorlopig volstaat het op te merken dat uitspraken aan de hand van tijdreeksen nauwkeuriger zijn dan uitspraken aan de hand van puntmetingen. Op deze kwestie zullen we dieper ingaan in een volgende rapport.

7.7 SAMENVATTING

In zeker opzicht is met de constructie van een vertrouwensbarometer hetzelfde aan de hand als met het sluiten van grote politieke akkoorden: alles hangt met elkaar samen. Steeds moet echter rekening gehouden worden met het kader waarin men zich bevindt, zowel budgettair als politiek/administratief. Dit moet gebeuren door zo weinig mogelijk in te leveren op de wetenschappelijke waarde van het instrument.

De overheid werkt met middelen die van de gemeenschap komen. Om die reden moet zij ook zoveel mogelijk verantwoording afleggen aan burgers. Een Vlaamse vertrouwensbarometer zal dus rekening moeten houden met de beperkt beschikbare middelen. Hier dient een afweging gemaakt te worden tussen de bruikbaarheid voor de administratie en het beleid enerzijds en de financiële kost anderzijds.

Het WADO project toonde aan dat het werken met postenquêtes zeer betrouwbare resultaten kan opleveren. Het behaalde responsepercentage lag bij WADOP slechts een fractie lager dan bij WADOF. De bij WADOP gehanteerde methode had nog meer voordelen. Het werken met het Rijksregister zorgde ervoor dat een degelijke controle op de data mogelijk was. Bovendien zijn interviewereffecten onmogelijk bij postenquêtes, wat goed is voor de standaardisering. Gezien het feit dat de kosten verschillende keren lager liggen, verdient het aanbeveling om voor de Vlaamse vertrouwensbarometer te werken met een postenquête.

Zoals eerder gezegd, hangt de steekproeftrekking samen met de methode van dataverzameling. Het kiezen voor postenquêtes sluit *random digit dial* en *random walk* als methoden van steekproeftrekking de facto uit. Door zijn grote representativiteit, stijgt de wetenschappelijke waarde van het instrument indien gewerkt zou worden met een steekproef uit het Rijksregister.

Budgettaire beperkingen komen uiteraard zeer duidelijk naar voor in de keuze van de steekproefgrootte. Indien de barometer zijn functie wil vervullen als beleidsinstrument dat toelaat de effecten van het overheidshandelen te meten en als ‘*early warning*’ systeem te functioneren, is het van belang dat de steekproefgrootte toelaat om relatief snel conclusies te trekken. Een effect dat hier in het voordeel van barometers werkt, is dat gebruik wordt gemaakt van metingen tegen een hoge frequentie. Of een ongewone waarde voor een bepaald item het begin van een trend is (of eerder een toevallige uitschuiver) wordt meestal snel door een volgende meting duidelijk gemaakt. De steekproefgrootte hangt dus nauw samen met de frequentie van rapportering en dataverzameling. Het is duidelijk dat de combinatie kleine steekproef-lage frequentie weinig relevante informatie kan opleveren. Een combinatie van een hoge frequentie met een (te) grote steekproef kan dan weer voor budgettaire problemen zorgen. Naar onze mening is het voorstel dat in scenario A wordt geschetst een realistisch minimum dat rekening houdt met zowel de wetenschappelijke waarde van het instrument als de budgettaire beperkingen.

Samenhangend met het probleem van de beperkte middelen, is er het probleem van de standaardisering. Bij sommigen zal de verleiding ontstaan om andere zaken aan de barometer toe te voegen. Wie echter trends doorheen de tijd wil maken, kan niet ontkennen dat een gestandaardiseerd, eenmalig opgesteld instrument hiervoor de beste manier is. Enkel door uniformiteit in de steekproeftrekking, dataverzameling en vragenlijst kunnen we er min of meer zeker van zijn dat verschillen in bekomen resultaten ook verschillen in de populatie zijn.

Het politiek kader legt eveneens beperkingen op aan een Vlaamse vertrouwensbarometer. De communicatie over het instrument is iets waar op voorhand beslissingen over genomen moeten worden. De optie om niets over de resultaten te publiceren, werd -op de Belevingsmonitor van 2004 na- door geen enkel instrument gevolgd. Zoiets zou enerzijds

moeilijk te verzoenen zijn met de openbaarheid van bestuur en zou anderzijds de deur openzetten voor speculaties en perslekken. De formule van ECTS (wekelijkse kleine steekproef, een aantal keer per jaar communiceren over de resultaten) valt hier zeker te overwegen om op die manier de druk van de media te verlichten.

De standaardisering van een instrument heeft op politiek en administratief vlak gevolgen voor de aansturing. Bij instrumenten als de Nederlandse Belevingsmonitor was er input van verschillende ministeries, wat de aansturing er niet makkelijker op maakte. Indien geopteerd zou worden voor een volledig gestandaardiseerd instrument, moet men zich weinig zorgen maken omtrent de aansturing van het instrument aangezien die vooral uit uitvoering en verwerking zal bestaan.

Hieronder presenteren we nog een overzichtstabel die enkele relevante dimensies van de verschillende instrumenten samenvat.

Hoofdstuk 7: Vergelijking en voorstellen voor een barometer

	Eurobarometer	ECTS	Belevingsmonitor	ACSI	WADO	Consumenten- vertrouwen	Ondernemers- vertrouwen	Vlaamse vertrouwensbaro- meter
Richting vertrouwensvragen	Heden	Heden	Heden	Heden	Heden	Toekomst	Verleden, heden en toekomst	Heden/toekomst
Frequentie	Twee maal per jaar	Wekelijks	Maandelijks	Jaarlijks	Elke twee weken	Maandelijks	Maandelijks	Elke twee weken
Focus	Burger	Burger	Burger	Klant	Burger	Consument	Ondernemer	Burger
Positief	Trends over langere termijn	Zeer hoge frequentie	Hoge frequentie	Gestandaardiseerd kader	Steekproeftrekking met Rijksregister	Volledig gestandaardiseerd	Volledig gestandaardiseerd	Volledig gestandaardiseerd
	Aantal wekerende vragen	Weinig complexe aansturing	Vaste kern vragen	Inbreng diensten mogelijk	Hoge response	Harmonisatie op Europees niveau	Harmonisatie op Europees niveau	Hoge frequentie
			Vergelijking aandacht burger vs. aandacht overheid					Vaste afname
Negatief	Wisselende inhoud	Wisselende inhoud	Te veel nadruk op input	Steekproeftrekking	Eenmalig initiatief	Europese harmonisatie onvolledig wat betreft methodiek	Europese harmonisatie onvolledig wat betreft methodiek	Niet verklarend
	Lage frequentie	Rapportage weinig gestandaardiseerd	Steekproeftrekking	Eerder klantentevreden- heidsmeting		Lage response		
	Wisselende onderzoeksbureaus		Lage standaardisering			Twijfelachtige meerwaarde		
Oplossing	Diepgaander onderzoek door 'Flash' Eurobarometer	/	Media-analyse, kwalitatief onderzoek	/	Opzetten volgehouden initiatief (vertrouwensbaro- meter)	/	/	Focusgroepen, klantenbevra- gingen, diepgaand verklarend onderzoek

Tabel 7 – Samenvattende tabel verschillende instrumenten

BIJLAGEN

BIJLAGE 1. AFKORTINGEN

ACSI	American Customer Satisfaction Index
CAPI	Computer Assisted Personal Interview
ECTS	European Continuous Tracking Survey
FTE	Fulltime-equivalent(en)
WADO	Werken aan de overheid
WADOP	Werken aan de overheid: postenquête
WADOF	Werken aan de overheid: face-to-face enquête

BIJLAGE 2. GEINTERVIEWDE PERSONEN

De heer Arnold Marc, Ministerie van Algemene zaken (Nederland), Projectleider Belevingsmonitor, Rijksvoorlichtingsdienst: 08 februari 2005 – Interview Belevingsmonitor

De heer Bos Jan, Ministerie van Algemene zaken (Nederland), Secretaris, Voorlichtingsraad: 08 februari 2005 – Interview Belevingsmonitor

De heer Vonck Jean-Paul, Nationale Bank van België, Verantwoordelijke, Conjunctuuronderzoekingen: 21 februari 2005 – Interview consumenten- en ondernemersvertrouwen

Mevrouw De Greef Isabelle, Nationale Bank van België, Verantwoordelijke, Conjunctuuronderzoekingen: 21 februari 2005 – Interview consumenten- en ondernemersvertrouwen

De heer Papacostas Antonis, Directoraat-Generaal Pers en Communicatie van de Europese Commissie, Diensthoofd, Public Opinion Analysis sector: 16 maart 2005 – Interview Eurobarometer en European Continuous Tracking Survey

Mevrouw Melich Anna, Group of Policy Advisers van de Europese Commissie, Policy Adviser, Public Opinion and Communication Strategies: 23 maart 2005 – Interview European Continuous Tracking Survey

BIJLAGE 3. LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1 - <i>Percentage respondenten dat vertrouwen heeft in Nederlandse regering (cijfers 2003)</i>	27
Figuur 2 - <i>Het verschil in aandacht tussen de Nederlandse regering en de burger. Hoe groter de bol, hoe groter de ontevredenheid</i>	29
Figuur 3 - <i>De seizoensgezuiverde reeks van het Belgisch consumentenvertrouwen sinds 1985</i>	45
Figuur 4 - <i>De seizoensgezuiverde bruto reeks en de afgevlakte reeks van het Belgisch ondernemersvertrouwen sinds 1985</i>	47
Figuur 5 - <i>Timing verschillende onderzoeken</i>	53
Figuur 6 - <i>Grootte van het betrouwbaarheidsinterval (95%) per steekproefgrootte bij $p=0,23$ en $p=0,494$</i>	70

Figuur 7 - *Het ASCI-model voor overheidsdiensten*

81

BIJLAGE 4. LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1 - <i>Vertrouwen in de overheidsdiensten</i>	15
Tabel 2 - <i>ACSI-scores van een aantal federale overheidsdiensten</i>	36
Tabel 3 - <i>Overzicht van de steekproeven per sector</i>	49
Tabel 4 - <i>Overzicht van de verschillende steekproeven</i>	56
Tabel 5 - <i>Steekproefgrootte bij verschillende instrumenten</i>	68
Tabel 6 - <i>Vershillende scenario's voor steekproefgrootte, rapportage en frequentie</i>	71
Tabel 7 - <i>Samenvattende tabel verschillende instrumenten</i>	75

BIJLAGE 5. DEEL VRAGENLIJST BELEVINGSMONITOR

De vraag over de tien issues.

B. Wat houdt u bezig?

Hieronder staat een aantal algemene onderwerpen. Wilt u voor elk onderwerp aangeven of:

- ☐ het uzelf nu veel (!) of niet veel (!) bezig houdt;
- ☐ het nu van de Nederlandse regering veel (!) of niet veel (!) aandacht krijgt;
- ☐ u tevreden (++) of niet tevreden (--) bent over het regeringsbeleid op dit punt.

Algemene onderwerpen	Houdt uzelf <u>nu</u> veel of niet veel bezig:				De Nederlandse regering geeft <u>nu</u> veel of niet veel aandacht aan:				Bent u nu wel of niet tevreden over het regeringsbeleid t.a.v.:			
	!	!	!	!	!	!	!	!	++	+	-	--
1. Inzet van het leger bij de bescherming van de binnenlandse veiligheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gezond en veilig wonen in en om het huis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Snel ter plekke zijn van hulpdiensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Hoeveelheid politie op straat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Agressie, diefstal en vernieling rond het openbaar vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Nederlandse militaire bijdrage aan internationale vrede & veiligheid (mensen, middelen, geld)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Voeding en gezondheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Verkeersveiligheid op de weg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Veiligheid op straat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Jeugdcriminaliteit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Het issue ‘gezond en veilig wonen in en om het huis’ verder uitgewerkt.

BLOK 2: Gezond en veilig wonen in en om het huis

3.1 Wilt u voor elk onderwerp weer aangeven of:

- het uzelf nu veel (!) of niet veel (!) bezig houdt;
- het nu van de Nederlandse regering veel (!) of niet veel (!) aandacht krijgt;
- u tevreden (++) of niet tevreden (--) bent over het regeringsbeleid op dit punt.

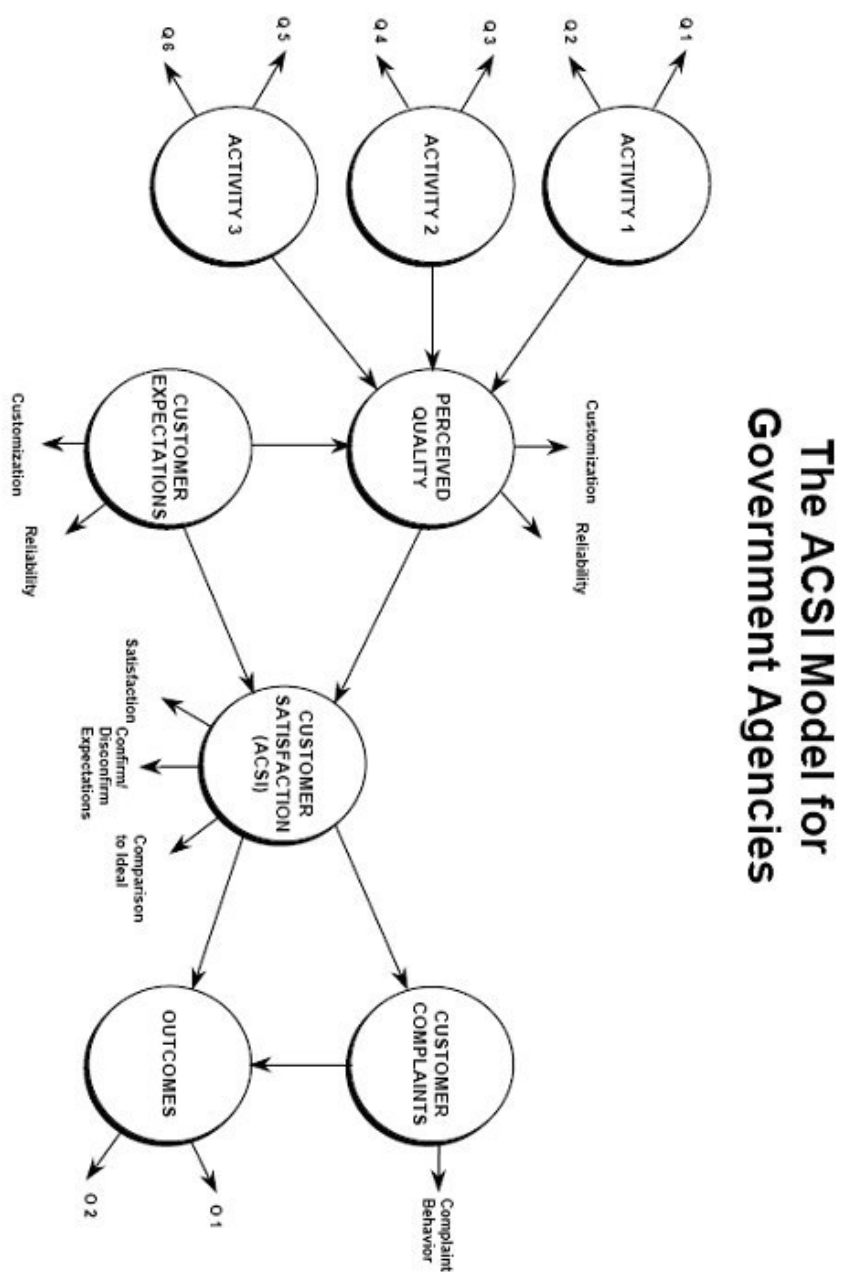
Vult u de vragen onderwerp voor onderwerp in (dus van links naar rechts).

	Houdt uzelf <u>nu</u> veel of niet veel bezig:	De Nederlandse regering geeft <u>nu</u> veel of niet veel aandacht aan:	Bent u nu wel of niet tevreden over het regeringsbeleid t.a.v.:
	! ! ! !	! ! ! !	++ + - --
1. Controle op brandveiligheid woningen en (openbare) gebouwen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. Veiligheid van het materiaal waarvan speelgoed is gemaakt (bijvoorbeeld plastics)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. Straling in en om woningen en openbare gebouwen (bij GSM antennes, hoogspanningsleidingen)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. Controle op asbest in gebouwen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. Controle op legionella (in drinkwater, zwembaden, ziekenhuizen)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

3.2 Kunt u voor de volgende aspecten aangeven of het beleid van de Nederlandse regering voor u de goede kant opgaat?

		Richting
		+ +/- -
1. Controle op brandveiligheid woningen en (openbare) gebouwen	+ : meer prioriteit, +/- : precies goed, - : minder prioriteit	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2. Veiligheid van het materiaal waarvan speelgoed is gemaakt (bijvoorbeeld plastics)	+ : meer prioriteit, +/- : precies goed, - : minder prioriteit	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3. Straling in en om woningen en openbare gebouwen (bij GSM antennes, hoogspanningsleidingen)	+ : meer prioriteit, +/- : precies goed, - : minder prioriteit	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4. Controle op asbest in gebouwen	+ : meer prioriteit, +/- : precies goed, - : minder prioriteit	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5. Controle op legionella (in drinkwater, zwembaden, ziekenhuizen)	+ : meer prioriteit, +/- : precies goed, - : minder prioriteit	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

BIJLAGE 6. ACSI-MODEL VOOR DE OVERHEID



Figuur 7 - Het ACSI-model voor overheidsdiensten (American Customer Satisfaction Index, 2005c)

**BIJLAGE 7. BETROUWBAARHEIDSINTERVALLEN (95%) PER PROPORТИE
EN STEEKPROEFGROOTTE**

<i>I</i>	<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>10</i>	<i>15</i>	<i>20</i>	<i>25</i>	<i>30</i>	<i>35</i>	<i>40</i>	<i>45</i>	<i>50</i>
%	99	98	97	96	95	90	85	80	75	70	65	60	55	50
n↓														
20	4,4	6,1	7,5	8,6	9,6	13,1	15,6	17,5	19	20,1	20,9	21,5	21,8	21,9
30	3,6	5	6,1	7	7,8	10,7	12,8	14,3	15,5	16,4	17,1	17,5	17,8	17,9
40	3,1	4,3	5,3	6,1	6,8	9,3	11,1	12,4	13,4	14,2	14,8	15,2	15,4	15,5
50	2,8	3,9	4,7	5,4	6	8,3	9,9	11,1	12	12,7	13,2	13,6	13,8	13,9
60	2,5	3,5	4,3	5	5,5	7,6	9	10,1	11	11,6	12,1	12,4	12,6	12,7
70	2,3	3,3	4	4,6	5,1	7	8,4	9,4	10,1	10,7	11,2	11,5	11,7	11,7
80	2,2	3,1	3,7	4,3	4,8	6,6	7,8	8,8	9,5	10	10,5	10,7	10,9	11
90	2,1	2,9	3,5	4	4,5	6,2	7,4	8,3	8,9	9,5	9,9	10,1	10,3	10,3
100	2	2,7	3,3	3,8	4,3	5,9	7	7,8	8,5	9	9,3	9,6	9,8	9,8
125	1,7	2,5	3	3,4	3,8	5,3	6,3	7	7,6	8	8,4	8,6	8,7	8,8
150	1,6	2,2	2,7	3,1	3,5	4,8	5,7	6,4	6,9	7,3	7,6	7,8	8	8
175	1,5	2,1	2,5	2,9	3,2	4,4	5,3	5,9	6,4	6,8	7,1	7,3	7,4	7,4
200	1,4	1,9	2,4	2,7	3	4,2	4,9	5,5	6	6,4	6,6	6,8	6,9	6,9
225	1,3	1,8	2,2	2,6	2,8	3,9	4,7	5,2	5,7	6	6,2	6,4	6,5	6,5
250	1,2	1,7	2,1	2,4	2,7	3,7	4,4	5	5,4	5,7	5,9	6,1	6,2	6,2
300	1,1	1,6	1,9	2,2	2,5	3,4	4	4,5	4,9	5,2	5,4	5,5	5,6	5,7
350	1	1,5	1,8	2,1	2,3	3,1	3,7	4,2	4,5	4,8	5	5,1	5,2	5,2
400	1	1,4	1,7	1,9	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
450	0,9	1,3	1,6	1,8	2	2,8	3,3	3,7	4	4,2	4,4	4,5	4,6	4,6
500	0,9	1,2	1,5	1,7	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4	4,2	4,3	4,4	4,4
600	0,8	1,1	1,4	1,6	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,8	3,9	4	4
700	0,7	1	1,3	1,5	1,6	2,2	2,6	3	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
800	0,7	1	1,2	1,4	1,5	2,1	2,5	2,8	3	3,2	3,3	3,4	3,4	3,5
900	0,7	0,9	1,1	1,3	1,4	2	2,3	2,6	2,8	3	3,1	3,2	3,3	3,3
1000	0,6	0,9	1,1	1,2	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3	3	3,1	3,1
1500	0,5	0,7	0,9	1	1,1	1,5	1,8	2	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5
2000	0,4	0,6	0,7	0,9	1	1,3	1,6	1,8	1,9	2	2,1	2,1	2,2	2,2
2500	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	2	2
3000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8
5000	0,3	0,4	0,5	0,5	0,6	0,8	1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4

BIBLIOGRAFIE

- Administratie Planning en Statistiek (2003). *Kwaliteitszorg statistisch productieproces: aanbevelingen*. Brussel: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap
- American Customer Satisfaction Index. 1999. "Federal Customer Survey Results."
- American Customer Satisfaction Index. 2000. "Federal Agencies Government-Wide Customer Satisfaction Report for the General Services Administration."
- American Customer Satisfaction Index. 2004. "ACSI Scores for U.S. Federal Government" [Web Page]. <http://www.theacsi.org/government/govt-04.html>.
- American Customer Satisfaction Index. "ACSI: Federal Government Scores" [Web Page]. 2005a . <http://www.theacsi.org/government/govt-02pr.html>.
- American Customer Satisfaction Index. "ACSI Scores for U.S. Federal Government" [Web Page]. 2005b. <http://www.customerservice.gov/govt-99-00.htm>.
- American Customer Satisfaction Index. "ACSI Model for Government Agencies" [Web Page]. 2005c. <http://www.theacsi.org/government/govt-model.html>.
- Arroni, Aldo. 1998. "Verslag Over De Mededeling Van De Commissie Over De Te Volgen Strategie Bij De Voorlichting Over De Euro (COM(98)0039 - C4-0125/98)."
- Batchelor, R. & Pami, D. (1998). Improving macro-economic forecasts: the role of consumer confidence. *International Journal of Forecasting* 14(1): 71-81.
- BelgoStat Online. 2005. "De Conjunctuurbarometer Sinds 1985."
- Bourgeois, G. (2004). *Beleidsnota Bestuurszaken: Bouwen aan vertrouwen*. Brussel
- Clinton, William J. 1993 . "Executive Order 12862: Setting Customer Service Stds." [Web Page]. 2005. <http://govinfo.library.unt.edu/npr/library/direct/orders/2222.html>.
- Coppens, Luc. 24 Feb 2005. "Conjunctuur Duikt." *De Standaard* (Groot Bijgaarden), p. 36.

- Curtin, Richard T. 2002. "Surveys of Consumers: Theory, Methods and Interpretation."
NABE 44th Annual Meeting.
- Direction Générale 'Information, communication, culture, audiovisuel' (1997). *L'opinion des Européens sur les services publics*. Brussel. 27 p.
- Elchardus, M. & Smits, W. (2002). *Anatomie en oorzaken van het wantrouwen*. Brussel: VUB Press
- EORG & Direction Générale Santé et Protection des Consommateurs (Commission européenne) (2002). *Les Européens et les services d'intérêt généraux*. Brussels. 157 p.
- European Commission (1973). *Eurobarometer 1*. Brussel
- European Commission (1997). *Results of "Continuous Tracking" surveys of European opinion (June and July 1997)*. Europinion 9. Brussel
- European Commission. 2003. "The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys: User Guide."
- European Commission. 2004a. "Aankondiging Van De Geplaatste Opdracht."
- European Commission (2004b). *Eurobarometer 61*. Brussel: European Commission
- European Commission (2004c). *Eurobarometer 62*. Brussel: European Commission
- European Commission. 2004d. "The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys: User Guide."
- European Commission. 2005a. "Business and Consumer Survey: Time Series Consumers."
http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/business_consumer_surveys/series/history_consumer.zip.
- European Commission. "Eurobarometer Special Surveys" [Web Page]. 2005b.
http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb_special_en.htm.
- European Commission. "Europinion No 9 - Table11 : confidence in the European and national institutions" [Web Page]. 2005c. http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/
-

Bijlagen

europinion_cts/eo9/eo9_table11_en.htm.

Eurostat. 2005. "Around 80 Mobile Subscriptions Per 100 Inhabitants in the EU25 in 2003."

Federale Politie. 2003. "Samenvatting Van De Grote Tendensen Van De Veiligheidsmonitor."
<http://www.poldoc.be/dir/dgs/dsb/document/secu2002/nl/voorwoord.pdf>.

Fornell, Claes. 2000. "ACSI Commentary: Federal Government Scores" [Web Page]. 2005.
<http://theacsi.org/government/govt-comm-00.html>.

Fornell, Claes. 15 Feb 2005. "Customer Satisfaction Plunges; A Troubling Sign for the Economy " [Web Page]. 2005. http://www.theacsi.org/scores_commentaries/commentaries/Q4_04_comm.htm.

Fuchs, D. (1999). The democratic culture of unified Germany. In: Norris, P. (ed.). *Critical citizens: global support for democratic governance*, Oxford: Oxford University Press. pp. 123-145.

GfK. "Van MiniCensus naar Zilveren / Gouden MOA Standaard" [Web Page]. Jan 2005.
<http://www.gfk.nl/data/cons scop/text/minicens.htm>.

Hox, J. J. & De Leeuw, E. D. (1994). A comparison of nonresponse in mail, telephone, and face-to-face surveys. Applying multilevel modeling to meta-analysis. *Quality & Quantity*, 28: 329-344.

Kampen, J. K., Van de Walle, S., Bouckaert, G. & Maddens, B. (2003). *De effecten van context en methode op de uitkomsten van survey onderzoek: Een empirisch vergelijk van drie metingen van het vertrouwen in de overheid. Vijfde rapport "Burgergericht besturen: kwaliteit en vertrouwen in de overheid.* Leuven: Instituut voor de Overheid. 66+bijlagen p.

Krysan, M., Schuman, H., Scott, L. J. & Beatty, P. (1994). Response rates and response content in mail versus face-to-face surveys. *Public Opinion Quarterly*, 58: 381-399.

Leterme, Y. (2004). *Beleidsnota 2004-2009: Vlaamse statistieken, indicatoren en toekomstverkennde studies voor het regeringsbeleid.* Brussel

- Lubran, Bernie. 2003. "The American Customer Satisfaction Index."
- MarketResponse. "Een schat aan informatie" [Web Page]. 2005.
<http://www.marketresponse.nl/articles/og/ttm15/default.dwc>.
- Mayoux, Linda. 2002. "Whom Do We Talk to? Issues in Sampling." <http://www.enterprise-impact.org.uk/pdf/Sampling.pdf>.
- Ministerie van Algemene Zaken. 2003a. "Belevingsmonitor Rijksoverheid -Februari 2003-." 67 p.
- Ministerie van Algemene Zaken. 2003b. "Belevingsmonitor Rijksoverheid -Juni 2003-." 73 p.
- Ministerie van Algemene Zaken. 2003c. "Belevingsmonitor Rijksoverheid -Maart 2003-." 72 p.
- Ministerie van Algemene Zaken. 2003d. "Belevingsmonitor Rijksoverheid -Mei 2003-." 73 p.
- Ministerie van Algemene Zaken. 2004. "Belevingsmonitor Rijk."
[http://www.vsonet.nl/bestanden/workshop8_marnold\(rvd\)1.pdf](http://www.vsonet.nl/bestanden/workshop8_marnold(rvd)1.pdf).
- Moschner, Meinhard. 2002. "Standard Eurobarometer Weighting Overview."
http://www.gesis.org/en/data_service/eurobarometer/standard_eb/ebweight.htm.
- Nationale Bank van België. *Economisch Tijdschrift*. Vol. 2-2004. Brussel: Nationale Bank van België.
- Nationale Bank van België. "Gecoördineerde Versie Van De Organieke Wetgeving Van De Nationale Bank Van België." 10 p.
- Nationale Bank van België. 2001. "Methodologische toelichting bij de indicator van het consumentenvertrouwen" [Web Page]. 2005. <http://www.bnb.be/DQ/N/METHOD/annexn.pdf>.
- Nationale Bank van België. 2002a. "Conjunctuurenquête en consumentenenquête" [Web Page]. 2005a. http://www.bnb.be/DQ/N/conj_consum.htm.
- Nationale Bank van België. (2002b). *Economisch Tijdschrift*. Vol. 8(1). Brussel: Nationale
-

Bijlagen

Bank van België.

Nationale Bank van België. 2002c. "De Conjunctuurenquete Bij De Ondernemingen."

http://www.bnb.be/DQ/N/conj_consum.htm.

Nationale Bank van België. 17 Oct 2003. "Forse verslechtering van het consumentenvertrouwen in oktober" [Web Page]. 2005.

<http://www.bnb.be/DQ/N/dq3/histo/PNE0310.pdf>.

Nationale Bank van België. 2005a. "Business and Consumer Surveys: Construction." 2

http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/business_consumer_surveys/metadata/be_metadata_buil.pdf.

Nationale Bank van België. 2005b. "Business and Consumer Surveys: Consumer." 2

http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/business_consumer_surveys/metadata/be_metadata_cons.pdf.

Nationale Bank van België. 2005c. "Business and Consumer Surveys: Industry." 2

http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/business_consumer_surveys/metadata/be_metadata_indu.pdf.

Nationale Bank van België. 2005d. "Business and Consumer Surveys: Retail Trade." 2

http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/business_consumer_surveys/metadata/be_metadata_indu.pdf.

Nationale Bank van België. "Methodologische toelichting bij de consumentenenquête" [Web Page]. 2005e. <http://www.nbb.be/dq/n/METHOD/1nl.pdf>.

Nederlandse regering. 2003. "Belevingsmonitor aangescherpt" [Web Page]. 2005.

<http://www.xpin.nl/nieuws/archief.php?id=259>.

Pearson, R. W. (1989). The advantages and disadvantages of longitudinal surveys. *Research in Sociology and Socialization*, 8: 177-199.

Pickery, J. & Carton, A. (2005). *Hoe representatief kunnen telefonische surveys zijn in Vlaanderen?* Administratie Planning en Statistiek

- Rijksvoorlichtingsdienst & Voorlichtingsraad. 2002. "Actieprogramma Overheidscommunicatie 2002-2006." http://www.minaz.nl/wallage/content/pdfs/PVA_actieprogramma_overheidscomm.pdf.
- Santero, Teresa & Niels Westerlund. 1996. "Confidence Indicators and Their Relationship to Changes in Economic Activity." 54 p.
- Saris, W. E. & Kaase, M. (1997). *Eurobarometer: Measurement Instruments for Opinions in Europe*. Mannheim: Zuma
- Schieven, Paulien & Cris Donze. 2003. "Beschrijving Van De Onderzoeksmethode." http://www.regering.nl/Images/0425monitortxt_tcm42-16398.pdf.
- Stangenberger, Carina. 28 Jan 2005. "Onderzoek Groep." E-mail to c.stangenberger@marketresponse.nl (c.stangenberger@marketresponse.nl).
- Throop, A. W. (1991). Consumer sentiment: its causes and effects. *Economic Review* (1): 35-59.
- Tweede Kamer der Staten Generaal. 2003. "Handelingen." 12-686.
- Tweede Kamer der Staten Generaal. 2004. "Vaststelling Van De Begrotingsstaat Van Het Ministerie Van Algemene Zaken (III) Voor Het Jaar 2004." .
- Van de Walle, S. (2004). *Perceptions of administrative performance: the key to trust in government?* Leuven: Instituut voor de Overheid
- Van de Walle, S. & Kampen, J. K. (2002). Zijn ontevreden klanten ontevreden? Over zin en onzin van gebruikersbevragingen bij de overheid. *Tijdschrift voor Beleid, Politiek, en Maatschappij*, 29 (3): 146-155.
- Van de Walle, S. & Kampen, J. K. (2004). Maatschappelijke stemmingen als determinant van consumentenvertrouwen en politiek vertrouwen. *Tijdschrift voor Economie en Management*, XLIX (3): 477-490.
- Van de Walle, S., Kampen, J. K., Bouckaert, G. & Maddens, B. (2003a). *Een staalkaart van het vertrouwen: Vierde rapport "Burgergericht besturen: Kwaliteit en vertrouwen in*
-

Bijlagen

- de overheid. Vierde rapport "Burgergericht besturen: Kwaliteit en vertrouwen in de overheid"*. Leuven: Instituut voor de Overheid. 122 p.
- Van de Walle, S., Kampen, J. K., Bouckaert, G. & Maddens, B. (2003b). *Stereotype beelden over ambtenaren en overheidsdiensten: zesde rapport burgergericht besturen: kwaliteit en vertrouwen in de overheid*. Leuven: Instituut voor de Overheid. 68 p.
- Van de Walle, S., Kampen, J. K., Maddens, B. & Bouckaert, G. (2004). *Sourcebook, veldwerkverslag en materiaal bij de 'Werken aan de Overheid' surveys*. Leuven: Instituut voor de Overheid
- Van Den Bogaerde, E., Gillet, S., Humblet, I., Maerten, G., Lacroix, A.-C., Masson, D., Van Meerbeeck, A. & Klinckhamers, P. (2002). *Veiligheidsmonitor 2002: vergelijking gewesten / gemeentetypen / provincies / zonetypen*. Brussel: Federale Politie - Directie van de nationale gegevensbank
- Voorlichtingsraad. 2003. "Evaluatie Belevingsmonitor." 4 p.
- P.M.denHaag. (2003). Belevingsmonitor ter discussie. *P.M.denHaag*, 2.