

# Familieonderzoek in een veranderende wereld

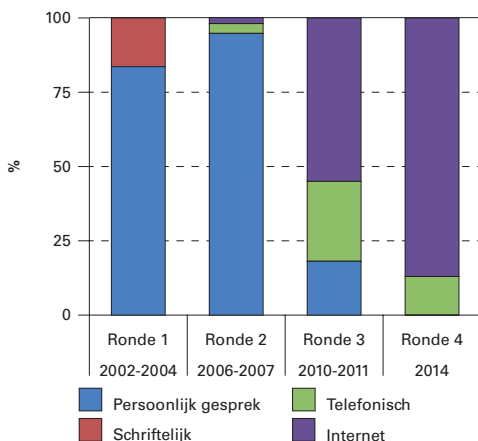
**In de 12 jaar tussen de eerste ronde van de Netherlands Kinship Panel Study in 2002 en de vierde ronde in 2014 is de wereld snel veranderd, vooral in de manier van communiceren. Dat heeft niet alleen gevolgen gehad voor de wijze van gegevensverzameling tot nu toe, maar biedt ook nieuwe mogelijkheden voor de toekomst. Waren er in 2002 12 miljoen mobiele telefoons in Nederland, in 2014 waren dat er 21,5 miljoen. Wat betekenen deze ontwikkelingen voor de gegevensverzameling en de respondenten? En welke nieuwe mogelijkheden zijn er in de toekomst voor dit soort surveyonderzoeken?**

Tijdens de eerste ronde van de Netherlands Kinship Panel Study (NKPS) werden de gegevens uitsluitend verzameld door middel van persoonlijke gesprekken waarbij een interviewer bij respondenten thuis kwam en een vragenlijst afnam met behulp van een laptop. Daarnaast vulden respondenten en enkele familieleden zelf een schriftelijke vragenlijst in, die zij vervolgens via de post opstuurden. De gegevensverzameling in de tweede ronde van de NKPS in 2006 gebeurde in eerste instantie ook door middel van persoonlijke interviews. In een latere fase van deze ronde kreeg men echter voor het eerst ook de mogelijkheid om telefonisch of via internet een vragenlijst in te vullen. De meest recente ronde van de NKPS – uitgevoerd in 2014 – staat ver af van die beginperiode. Er werd sterk ingezet op vragenlijsten via internet en de mogelijkheid van een persoonlijk interview werd niet meer aangeboden. Maar liefst 87 procent van de deelnemende respondenten nam deel via internet en slechts 13 procent maakte gebruik van de in een latere fase aangeboden mogelijkheid om via de telefoon mee te doen.

## Goedkoper en makkelijker ...

In 12 jaar is de gegevensverzameling voor de NKPS dus geleidelijk veranderd van volledig face-to-face naar bijna geheel via internet. De voornaamste redenen om vanaf de tweede ron-

Wijze van afnemen van vragenlijsten (gegevensverzameling) in de Netherlands Kinship Panel Study per ronde



de naast persoonlijke interviews ook andere methodes aan te bieden hadden te maken met de kosten en een mogelijke vergroting van het bereik. Een face-to-face-interview is vanwege de reiskosten en logistiek vele malen duurder dan een interview dat afgenomen wordt via de telefoon. Een via internet ingevulde vragenlijst kost nog weer minder dan een telefonische vragenlijst omdat een internetvragenlijst zonder interviewer afgenomen wordt. Dit betekent dat men met hetzelfde budget meer mensen kan benaderen via telefoon of internet dan face-to-face. Daarnaast sluiten telefoon en internet soms beter aan bij de leefwijze van bepaalde groepen mensen. Iemand met een druk bezette agenda zal waarschijnlijk minder tijd willen besteden aan een face-to-face of een telefonisch interview. De mogelijkheid om via internet deel te nemen op een zelf gekozen tijdstip tijd kan ertoe bijdragen dat deze groep beter is vertegenwoordigd.

## Maar ook een keerzijde

De wisseling van methode kent ook een keerzijde. Met het wegvallen van de face-to-face-interviews is de groep respondenten die geen gebruik maakt van internet en moeite heeft met een telefonisch interview – voornamelijk ouderen – minder gemakkelijk te bereiken. Daarnaast heeft de wijze van enquêtering mogelijk ook gevolgen voor de antwoorden die respondenten geven. Zo zouden mensen tijdens een face-to-face interview wellicht sociaal wenselijke antwoorden kunnen geven, vanwege de aanwezigheid van een interviewer. Mogelijk zijn mensen 'eerlijker' aan de telefoon of via internet. Aan de andere kant biedt het contact met een interviewer de mogelijkheid om direct aanvullende vragen te stellen wanneer een vraag onduidelijk is, terwijl dit met een internetvragenlijst niet mogelijk is. Over het algemeen is het dus de vraag of antwoorden overeen komen wanneer vragen worden gesteld in een face-to-face-interview of via de telefoon of internet. Het NKPS-team doet nader onderzoek naar de vraag of antwoorden beïnvloed worden door de wijze van gegevensverzameling.

## Nieuwe mogelijkheden

Met de omschakeling naar internetvragenlijsten kunnen in de toekomst wellicht nog meer

DEMOS verschijnt 10 x per jaar en wil de kennis en meningsvorming over bevolkingsvraagstukken bevorderen.



Gehele of gedeeltelijke overname van artikelen met bronvermelding wordt op prijs gesteld. Graag ontvangt de redactie een bewijsexemplaar. De personen op de foto's komen niet in de tekst voor en hebben geen relatie met hetgeen in de tekst wordt beschreven.

Het NIDI is een instituut van de Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen en is geaffilieerd met de Rijksuniversiteit Groningen. Het NIDI houdt zich bezig met onderzoek naar bevolkingsvraagstukken.

## colofon

DEMOS	is een uitgave van het Nederlands Interdisciplinair Demografisch Instituut (NIDI).
Redactie	Nico van Nimwegen, hoofdredacteur Ingrid Esveldt, eindredacteur Harry van Dalen, redacteur Peter Ekamper, (web)redacteur
Adres	NIDI/DEMOS Postbus 11650 2502 AR 's-Gravenhage (070) 356 52 00
Telefoon	demos@nidi.nl
E-mail	demos.nidi.nl / www.nidi.nl
Internet	gratis
Abonnementen	Harmine Louwé www.up-score.nl
Basisontwerp	
Druk	

interessante technieken worden toegepast. Ter illustratie van een vraag kan beeld- en geluidsmateriaal worden aangeboden. Respondenten zouden op hun beurt ook beeld- en geluidsmateriaal kunnen gebruiken in hun antwoorden. Vragenlijsten zouden bovendien aangeboden kunnen worden in de vorm van een app, waarbij men iedere dag een aantal vragen beantwoordt, in plaats van alle vragen achter elkaar te beantwoorden. Hiermee zou beter ingespeeld kunnen worden op de actualiteit. Daarnaast zijn koppelingen mogelijk met bijvoorbeeld Facebook en sociale gezondheidsgadgets zoals smartwatches, die nieuwe interessante gegevens kunnen opleveren voor wetenschap, beleid en praktijk.

**Sean de Hoon**, Erasmus Universiteit Rotterdam, e-mail: [dehoon@fsw.eur.nl](mailto:dehoon@fsw.eur.nl)

## LITERATUUR:

- Giessen, A. van der, M. Ooms, T. Bakker, A. Bouman-Eijs, N. Huijboom en A. Holtzer (2014). *Marktrapportage elektronische communicatie 2014*. Delft: TNO.
- Kool, L., A. Maris, S. de Munck en S. Huveneers (2008). *Marktrapportage elektronische communicatie*. Delft: TNO.