

GfK, Growth from Knowledge

Controle antwoordgedrag online panels

Lex van Meurs, Research director Intomart GfK







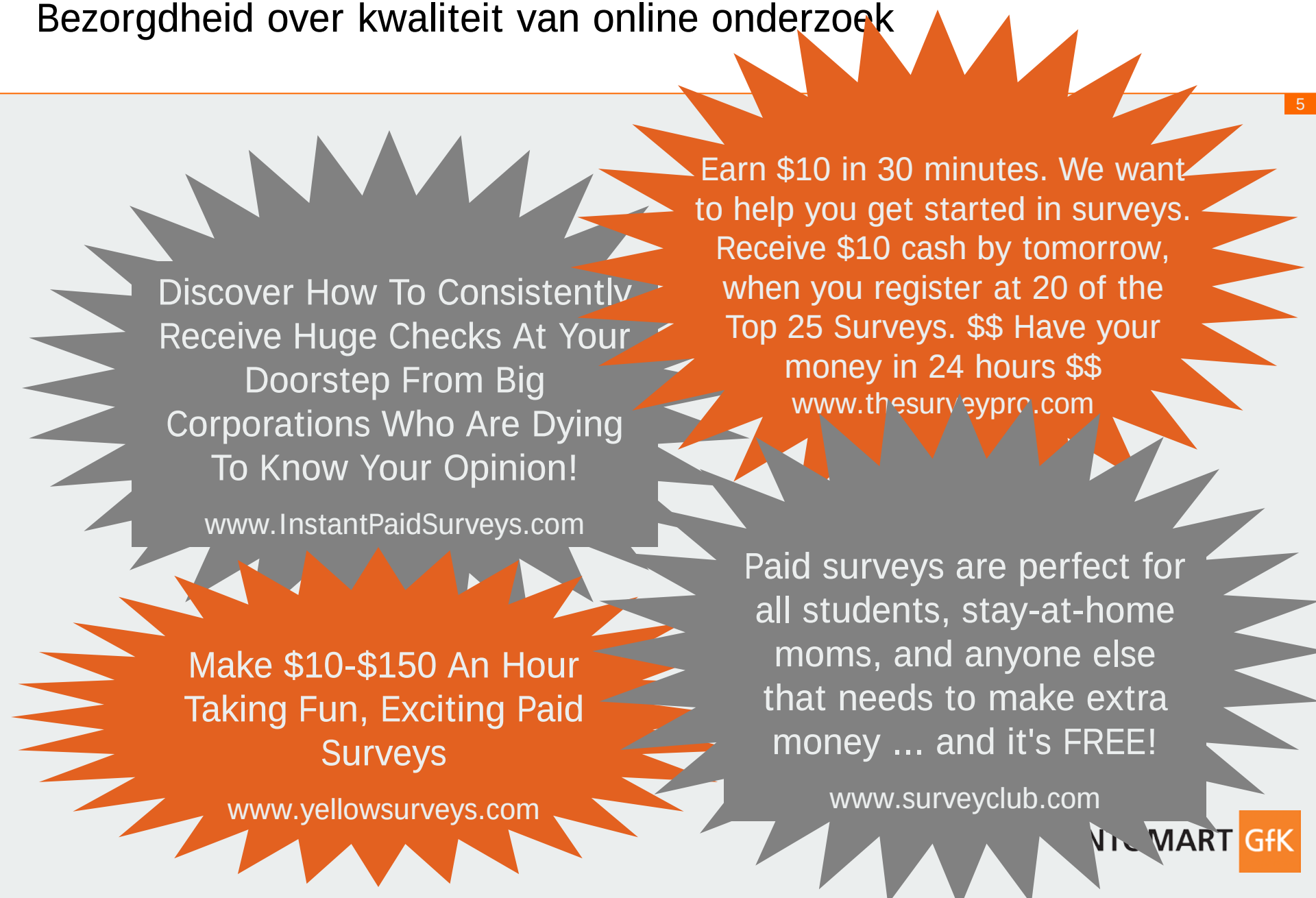
Agenda

1. Kwaliteit van online onderzoek
2. FLAGS, the GfK Survey and Panellist Quality Filter
3. FLAGS in de praktijk
4. The usual suspects: motivatie van straightlining
5. Conclusies en aanbevelingen



Kwaliteit van online onderzoek

Bezorgdheid over kwaliteit van online onderzoek



Kwaliteit van antwoordgedrag: neem panelmanagement serieus

Werving

- Online consumenten panel sinds 1999
- Meeste respondenten geworven met postaal, telefonisch of face-to-face onderzoek

Panel management

- Jaarlijkse 20%-25% verversing
- Vrijwillig
- Gemiddeld 2 vragenlijsten per maand
- Relatief lage incentive
- Gemiddelde response 76%

Kwaliteit van de vragenlijsten

- Elke vragenlijst wordt geëvalueerd



Het Intomart GfK online panel

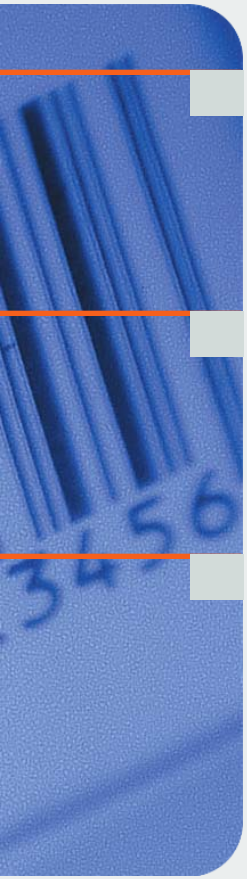
INTOMART GfK

Vergroot kwaliteit data door vragenlijsten te verbeteren

- Beperk de lengte
- Voeg vragen toe die de respondent interesseert
- Hou een pilot met intensieve evaluatie
- Overleg over vragenlijsten met de opdrachtgever



Controle op kwaliteit van on-line panels



Is de kwaliteit van het antwoordgedrag in online onderzoek in indicatoren te operationaliseren?

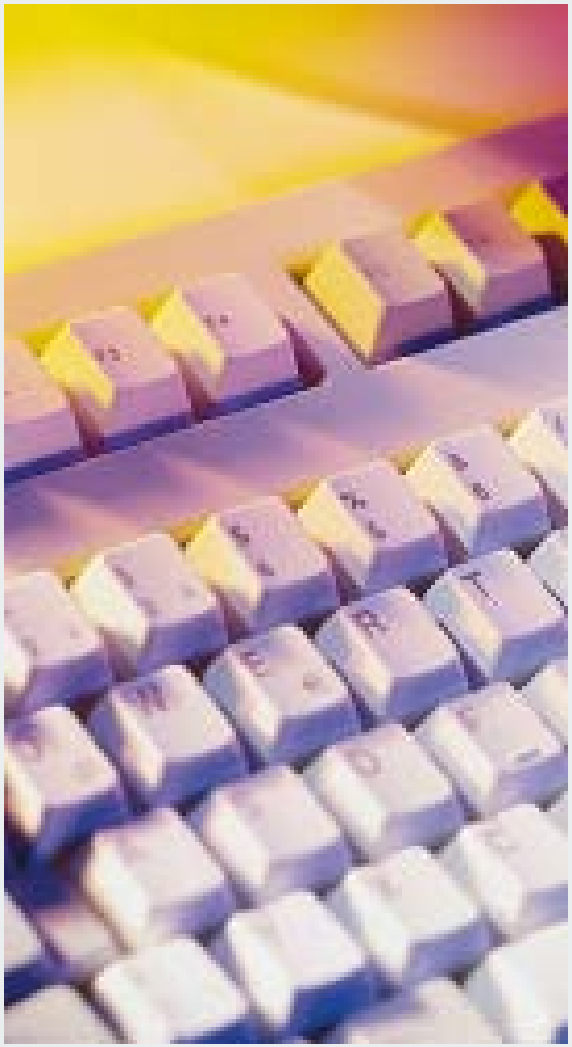
Kunnen we controleren op verdachte responses?

Kunnen we frauduleus anwoordgedrag voorkomen?



FLAGS, the GfK Survey and Panellist Quality Filter

FLAGS, the GfK Survey and Panellist Quality Filter



- Mogelijk niet valide interviews in onderzoek signaleren
- Panelleden van twijfelachtige kwaliteit signaleren en uit onderzoek verwijderen
- Vragenlijsten die problemen opleveren signaleren
- FLAGS, the GfK Survey and Panellist Quality Filter
  - Medio 2006: Start analyses op antwoordgedrag online panel
  - Oktober 2007: Eerste presentatie Flags op Esomar Panel Research Conference
  - December 2007: start controle Flags op alle Intomart GfK online onderzoeken
  - “Rotte appels?”: Publicatie MOA Jaarboek 2009
  - Winnaar MOA Wetenschapsprijs 2009

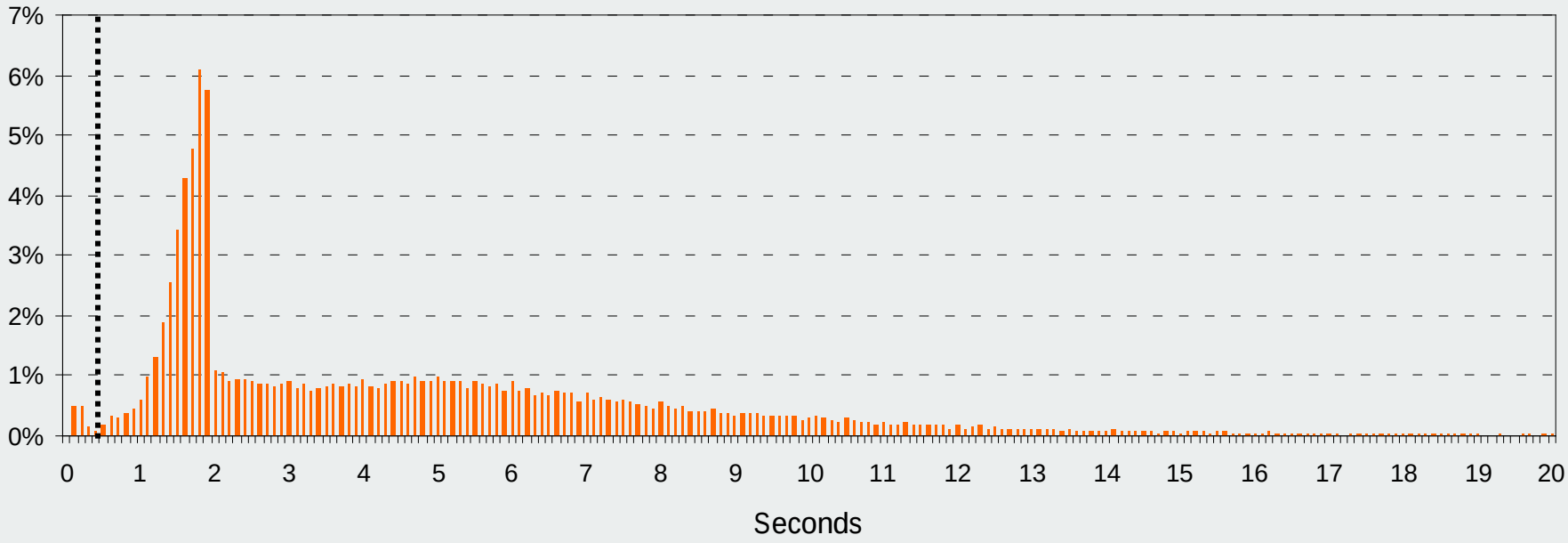
INTOMART GfK

Gekozen criteria

1. Invulduur
2. Straight-lining
3. Open antwoorden
4. Screeningsvragen
5. Weet niet
6. Valstrik

Response tijd criterium

- Gemiddelde tijd per response < 0,4 seconden bij vragenlijst met minimaal 10 vragen.

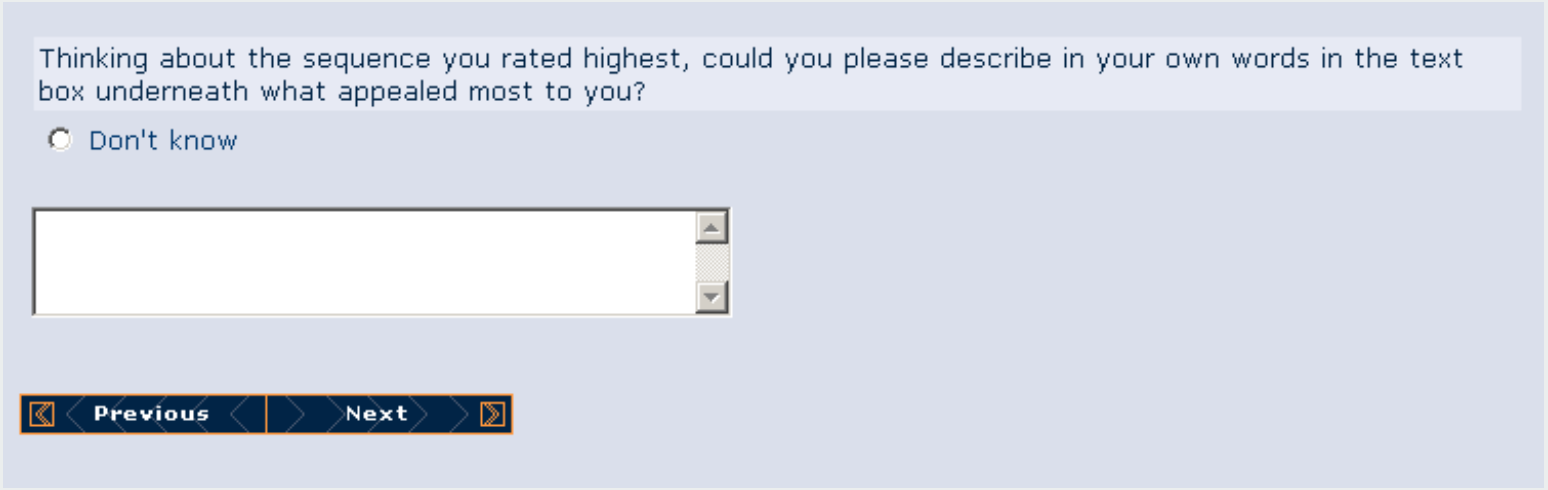


Straight lining: bij 2 of meer stellingblokken

To what extend do you agree or disagree with the following statements?

	Totally AGREE				Totally DISAGREE	
	1	2	3	4	5	Don't know
is flexible	○	○	◉	○	○	○
is succesfull	○	○	◉	○	○	○
is client friendly	○	○	◉	○	○	○
is reliable	○	○	◉	○	○	○
is professional	○	○	◉	○	○	○

Open antwoorden: 3 of meer niet ingevuld



Screeningsvragen: alle antwoorden gekozen

Welke merken wasmiddel gebruikt u?

- ☑ Ariel
- ☑ Daz
- ☑ Omo
- ☑ Persil
- ☑ Surf
- ☑ Tide
- ❑ Geen van deze

Achtergrondkenmerken respondenten en soort onderzoek

Respondenten

Verschillen naar geslacht, huishoudsamenstelling en beroep: meer mannen en oudere huishoudens, minder studenten

Onderzoekskenmerken: aantal flags niet gelijk verdeeld over projecten

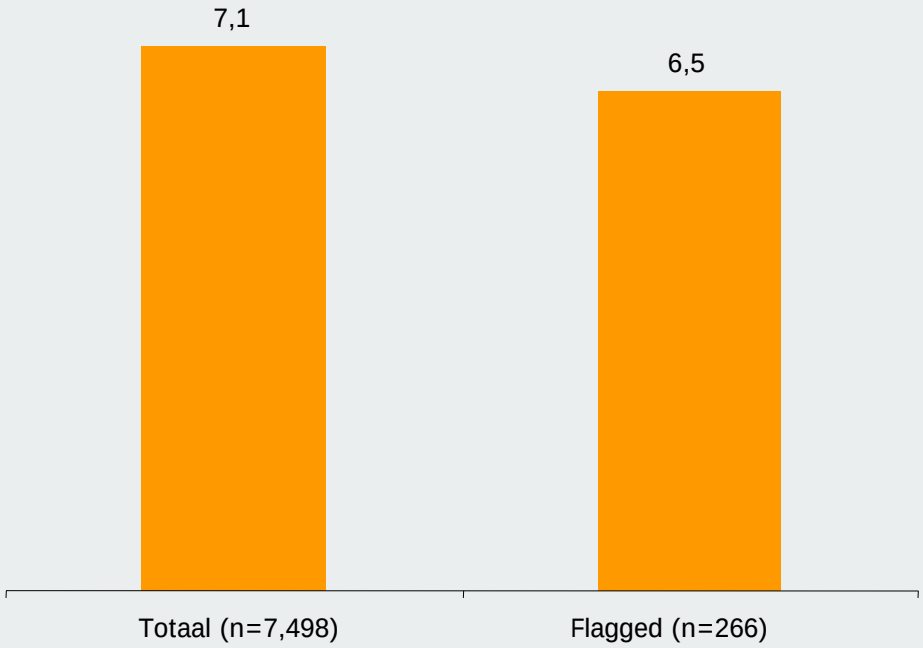


- Korte vragenlijsten: invulduur
- Lange vragenlijsten: meer straight lining en open antwoorden

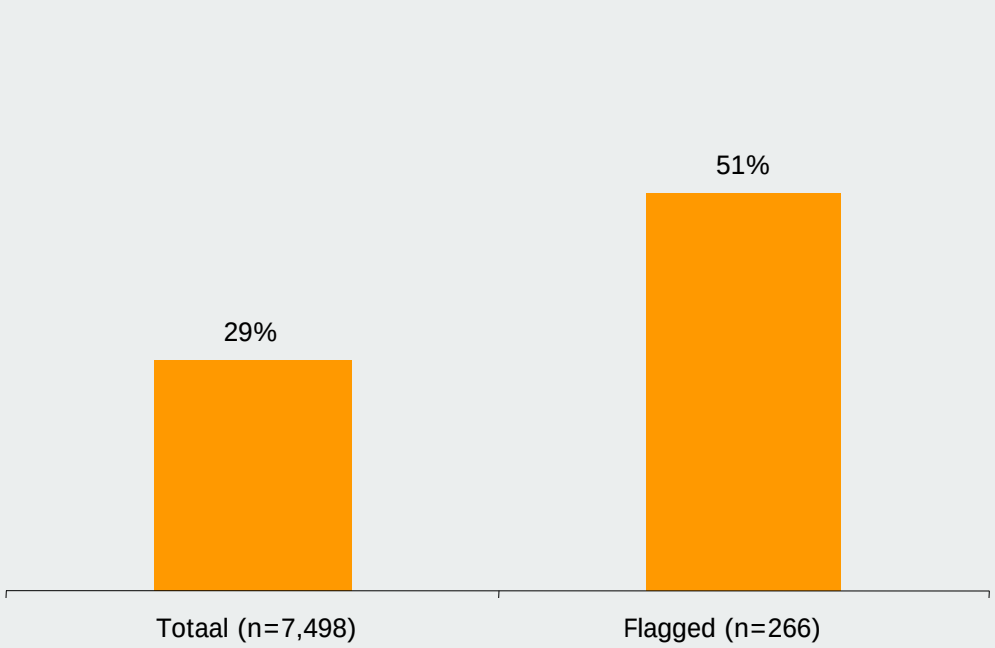
INTOMART GfK

Evaluatie van de vragenlijst naar soort Flag

Waardering (1-10)



Te veel herhaling in de vragenlijst

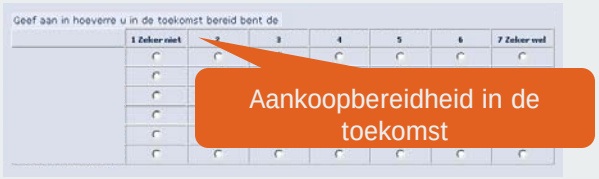


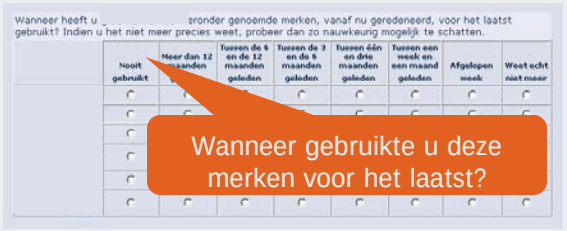


Flags in de praktijk

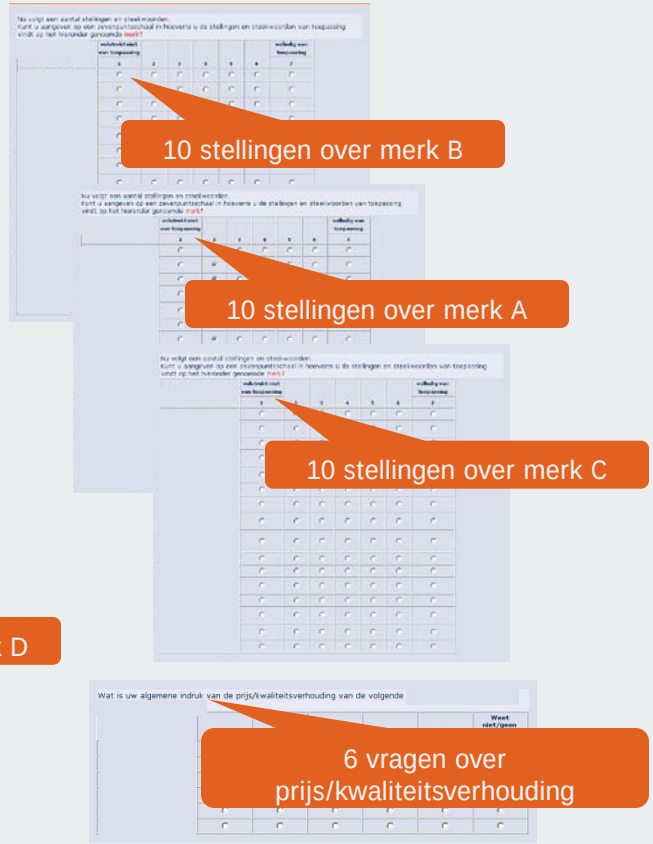
Een voorbeeld uit de praktijk: een consumentenvragenlijst











Selectie: gebruikers product

n=374, gemiddelde duur 12 min

INTOMART GfK

Evaluatie van de consumentenvragenlijst

Waardering vragenlijst:

6.9 consumentenvragenlijst

7.1 overige vragenlijsten

% mee eens	Cons vragenlijst	Overige vragenlijsten
Interessant	38 %	42 %
Duidelijk	63 %	74 %
Te lang	32 %	17 %
Teveel hetzelfde	46 %	24 %

Heel saai. Sommige dingen zijn moeilijk te onderscheiden, vooral als je niet echt geïnteresseerd bent in het onderwerp.

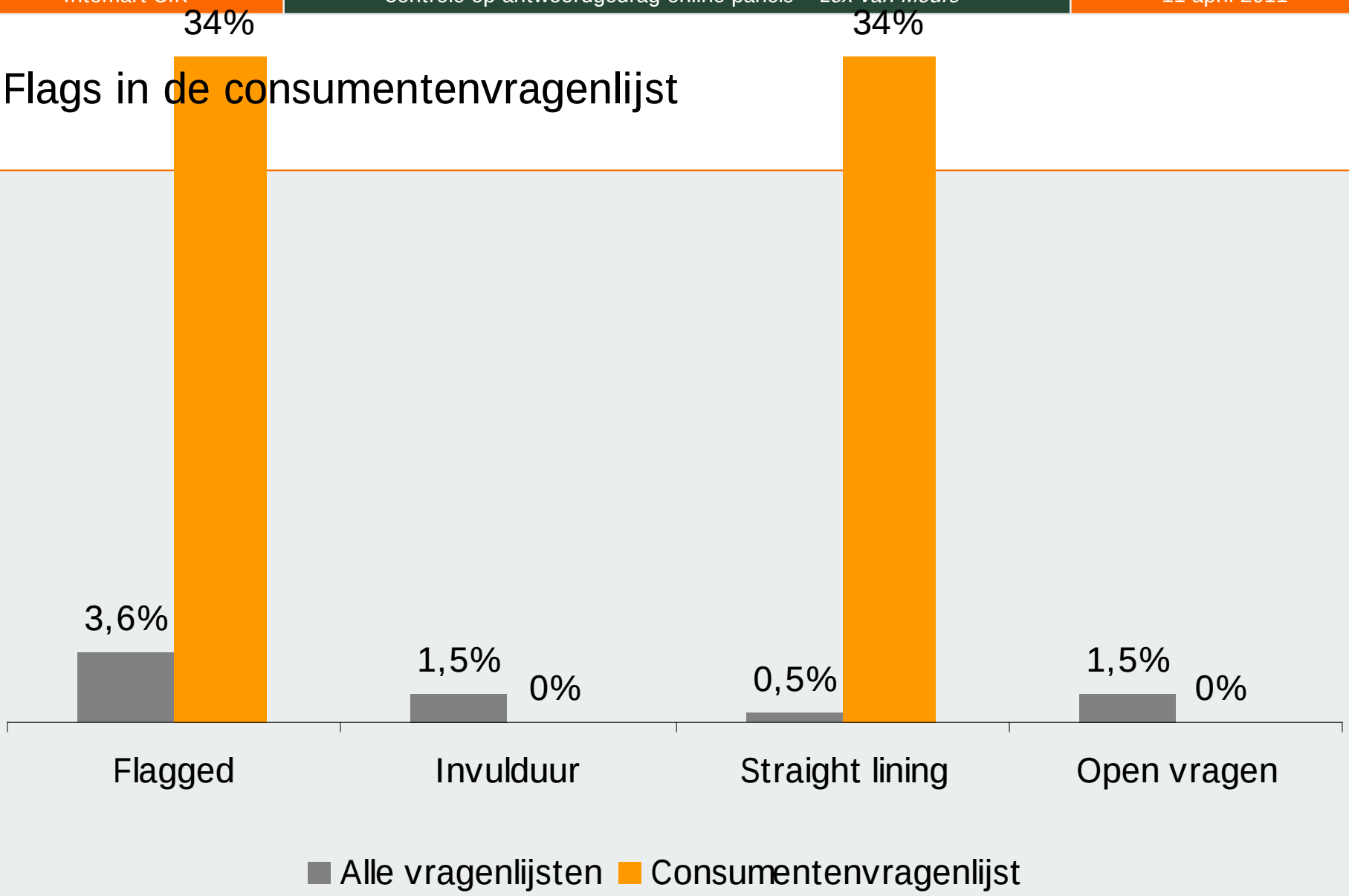
Ik heb wel eens leukere vragenlijsten gezien!

Ik vind het leuk om in het panel te zitten en ben iedere keer weer nieuwsgierig naar wat jullie vragen.

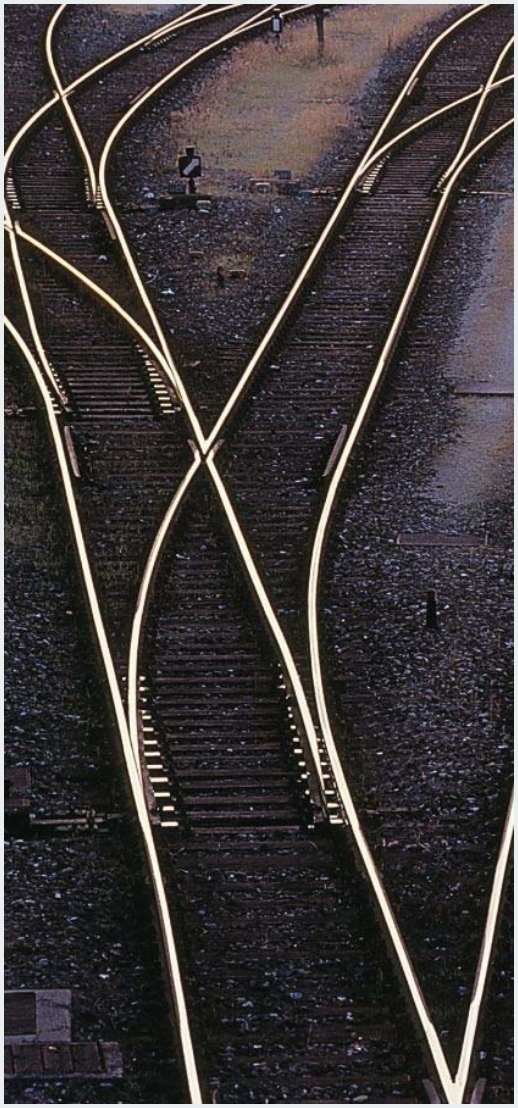
Ik vond de vragenlijst helder en niet te lang. Ga vooral zo door.



Flags in de consumentenvragenlijst



Vervolg consumentenvragenlijst



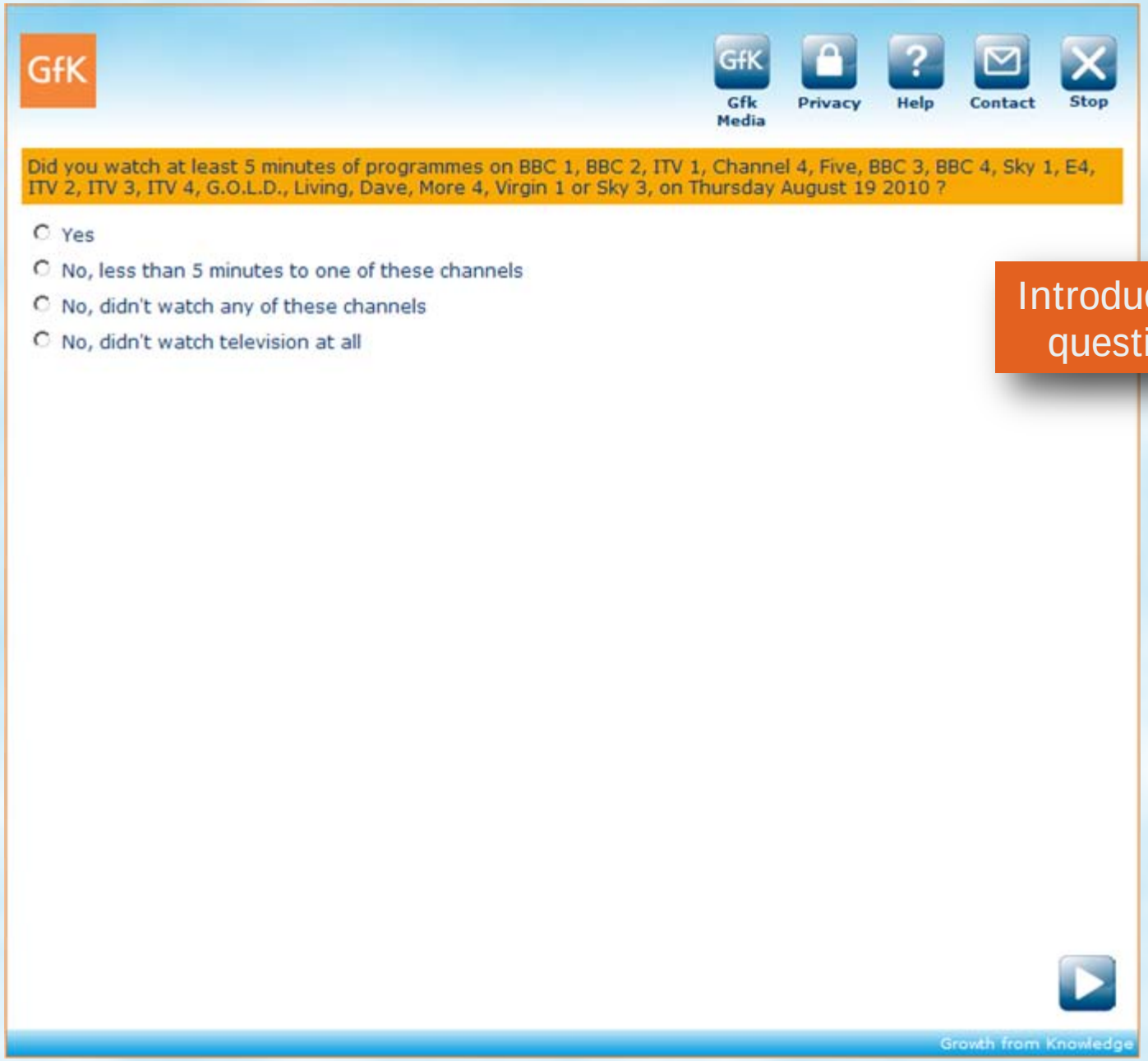
- Na eerste ervaring met Flags
  - Overleg met de opdrachtgever
  - Aanpassen vragenlijst: kortere stellingblokken
- Betere kwaliteit antwoordgedrag bij vervolgonderzoek



The usual suspects: motivatie van straightlining

Onderzoek naar motivatie van straightlining (non differentiation)

- Onderzoek van Thomas Klausch (Universiteit Utrecht) onder begeleiding van Prof Dr. Klaus Schönbach (University of Vienna)
- Een samenwerkingsproject van:
  - Publieke Omroep (NPO)
  - The Amsterdam School of Communication Research
  - Intomart GfK
- Onderzoeksvraag: what respondent characteristics can explain non differentiation?



Introduction question

Programme selection screen

itv 2	itv 3	itv 4	4seven	LIVING	Dave	MORE	channel one	sky 3
12:00 Emmerdale	11:10 Kavanagh QC	Champions	14:00 The Good Life	Investigation	12:00 Top Gear	Location	Trek: Voyager	15:00 Missing
12:30 Nanny 911	12:55 Heartbeat	15:00 Randall and Hopkirk (Deceased)	14:40 The Good Life	13:00 CSI: Crime Scene Investigation	13:00 Top Gear	15:55 Location, Location, Location	16:00 Star Trek: Deep Space Nine	16:00 Are You Smarter Than a Ten-Year-Old?
13:30 The Jeremy Kyle Show	13:55 Monarch of the Glen	16:00 The Saint	15:20 Blackadder II	14:00 Criminal Minds	14:00 Speeders	16:25 A Place in the Sun: Home or Away	17:00 My Wife and Kids	17:00 Are You Smarter Than a Ten-Year-Old?
14:35 The Jeremy Kyle Show	15:00 Upstairs, Downstairs	17:00 Ultimate Police Chases: Nowhere To Run	16:00 As Time Goes By	15:00 Shortland Street	14:30 Fifth Gear	17:30 Relocation, Relocation	17:30 My Wife and Kids	
15:45 Sally Jessy Raphael	16:15 Dickinson's Real Deal	17:30 UEFA Europa League Live	16:40 Keeping Up Appearances	15:30 Shortland Street	15:00 Fifth Gear			
16:30 Loose Women	17:15 Duty Free		17:20 One Foot in the Grave	16:00 Charmed	15:30 The Gadget Show			
17:30 Judge Judy	17:50 Heartbeat			17:00 Charmed	16:00 Top Gear			
					17:00 Top Gear			

18:00	18:00	18:00	18:00	18:00	18:00	18:00	18:00	18:00
18:00 Judge Judy	18:50 Monarch of the Glen	22:30 Cycling: Tour of Britain	18:00 Last of the Summer Wine	18:00 America's Next Top Model	18:00 Fifth Gear	18:35 Deal or No Deal	18:00 The Fresh Prince of Bel Air	18:00 Project Catwalk
18:30 Judge Judy	20:00 The People's Detective	23:30 UEFA Europa League Highlights	18:40 Last of the Summer Wine	19:00 Four Weddings US	18:30 The Gadget Show	19:25 Grand Designs Revisited	18:30 The Fresh Prince of Bel Air	19:00 Airline
19:00 New Who Wants to Be a Millionaire?	21:00 Martina Cole's Lady Killers		19:20 The Green Green Grass	20:00 Private Practice	19:00 Dragons' Den: Where Are They Now?	20:30 The Daily Show with Jon Stewart	19:00 Star Trek: Voyager	19:30 Airline
20:00 Fearne and Perez Hilton	22:00 Wycliffe		20:00 Blackadder II	21:00 My Fake Baby	20:00 Top Gear	21:00 The Closer	20:00 Chuck	20:00 Guinness World Records Smashed!
21:00 The Saturdays: 24/7	23:40 Kavanagh QC		20:40 Blackadder Goes Forth	22:00 Criminal Minds	21:00 Would I Lie to You?	22:00 Southland	21:00 The X Files	21:00 Justin Lee Collins: The Wrestler
22:00 Celebrity Juice			21:20 The Black Adder	23:00 Criminal Minds	21:40 Would I Lie to You?	22:55 Without a Trace	22:00 Ghost Whisperer	22:00 Road Wars
22:50 Coronation Street			22:00 Fawlty Towers		22:20 Al Murray The Pub Landlord	23:50 The Closer	23:00 Star Trek: Enterprise	23:00 Road Wars
23:25 Deep Blue Sea			22:40 Black Books					
			23:15 Black Books					
			23:50 Early Doors					

itv 2 | itv 3 | itv 4 | 4seven | LIVING | Dave | MORE | channel one | sky 3



GfK

GfK Media | Privacy | Help | Contact | Stop

In the list below are all the programmes that you watched yesterday for at least 5 minutes. Could you please rate each of these programmes with a mark out of 10, where 10 is the highest score

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Celebrity MasterChef (BBC 1/20:00)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
The Young Ones (G.O.L.D./23:15)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
BBC News at Six (BBC 1/18:00)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ITV News at Ten & Weather (ITV 1/22:00)	○	○	○	○	○	○	○	○		

And how much effort did you make to watch each of these programmes?

	Watched because the TV was on	Made some effort to watch	Made a speci
Celebrity MasterChef (BBC 1/20:00)	○	○	
The Young Ones (G.O.L.D./23:15)	○	○	
BBC News at Six (BBC 1/18:00)	○	○	
ITV News at Ten & Weather (ITV 1/22:00)	○	○	

And how much of each programme did you watch yesterday? Please mark on the scale below, where 1 means you watched hardly any and 10 means that you watched all of it.

	1, Watched hardly any	2	3	4	5	6	7	8		all of it
Celebrity MasterChef (BBC 1/20:00)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
The Young Ones (G.O.L.D./23:15)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
BBC News at Six (BBC 1/18:00)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ITV News at Ten & Weather (ITV 1/22:00)	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

How easy was it to hear what people were saying in this programme?

	Very easy	Easy	Sometimes easy, sometimes difficult	Difficult	Very difficult	Don't know
Celebrity MasterChef (BBC 1/20:00)	○	○	○	○	○	○
The Young Ones (G.O.L.D./23:15)	○	○	○	○	○	○
BBC News at Six (BBC 1/18:00)	○	○	○	○	○	○
ITV News at Ten & Weather (ITV 1/22:00)	○	○	○	○	○	○

Straight lining

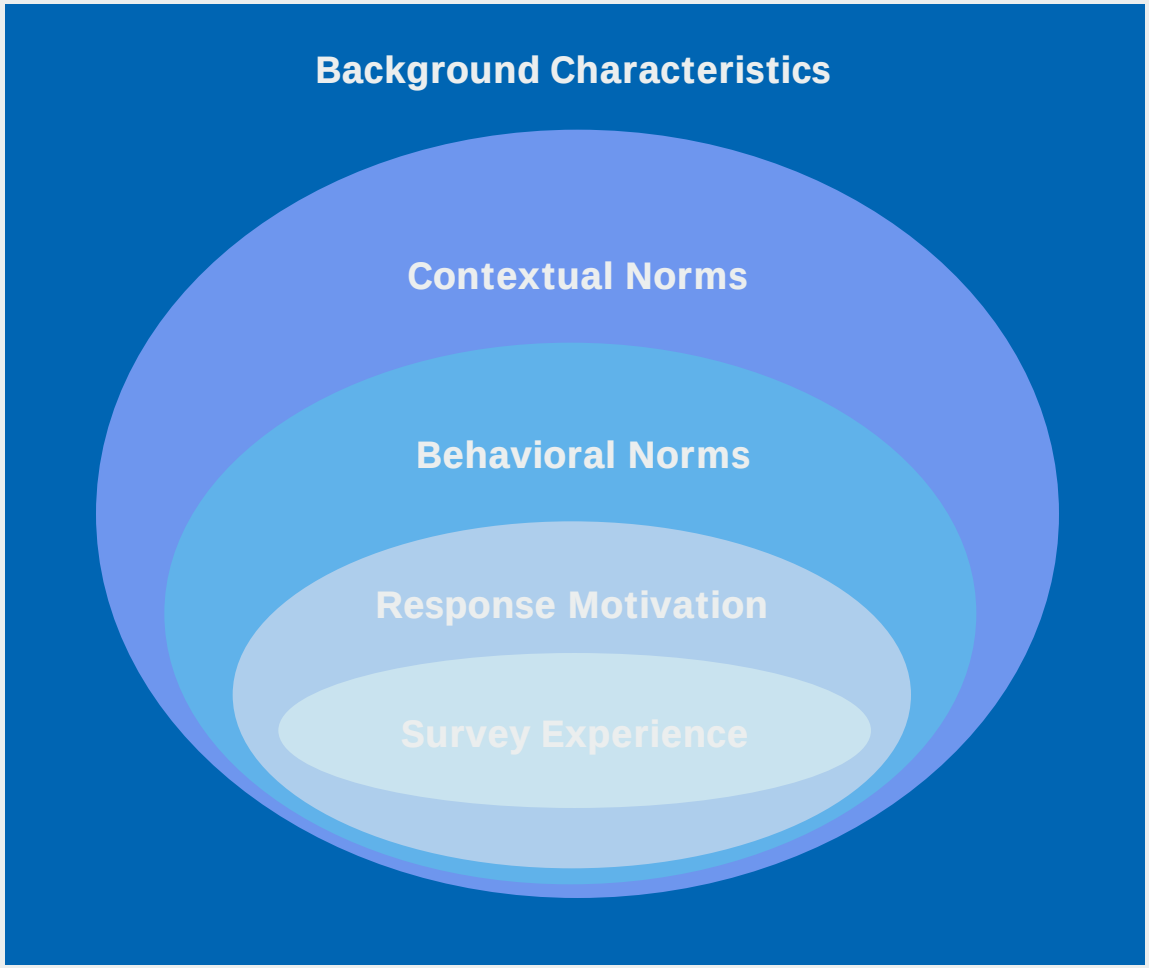
10 answers: at least items

5 answers: at least 1 items

Sample

- GfK Appreciation Panel in the Netherlands
- Non differentiation identified in all online questionnaires issued between January 1 and June 30 2009
  - 502,750 questionnaires of 7,793 panel members that were part of the panel when the survey was conducted in August 2009
- Stratified random probability sample (n=1,200)
  - n=700 low non differentiation group
  - n=500 high non differentiation group

A hierarchy of impact on response behavior



Questionnaire items

- Survey experience (Survey length, Cognitive effort, Boredom)
- Response motivation (Incentive Focus, Involvement, Perceived obligations)
- Relevance of survey
- Social and individual norms on questionnaires
- Context (Honesty, Helping, Social integration)
- Controlled for socio-demographics (gender, age, education, Income))

Results and discussion

- Norms are very relevant (by 29% per sd for lower social norms, by 9% per sd for lower individual norms)
  - Honest people respond more honestly: respondents rating honesty important have 32% lower SL rate than others
  - Perception of behavior of others is equally relevant
  - But we cannot influence these effects – or can we?
- High age, low education and low income all increase SL



Results and discussion (2)



- Survey experience: perceived effort increases non differentiation (by 13% per sd)
  - What is perceived as causing effort is individually different
  - Generally useful to avoid long or complicated questionnaires
- Respondents who perceive the relevance of the survey as high use non differentiation more frequently (by 34% per sd)
  - Instrumentalisation "I like everything I see and now I can tell them"?
  - Respondents showing this behavior are generally lower educated
- No effects due to incentive, if at all: positive impact
  - Use incentives without worries
  - But effects of income may point to higher attractiveness of incentive for this subgroup





Conclusies en aanbevelingen

Conclusies



- Je kunt controleren op kwaliteit van online antwoordgedrag
- Panelleden vullen de vragenlijsten meestal goed in
- Dubieus antwoordgedrag wordt eerder veroorzaakt door kenmerken van de vragenlijst dan kenmerken van de respondent
- Dubieus antwoordgedrag kan ook worden veroorzaakt door te hoge motivatie

Aanbevelingen



- Voorkomen frauduleus antwoordgedrag begint bij de werving en panelmanagement
- Vergroot kwaliteit data door vragenlijsten te verbeteren:
  - Beperk de lengte
  - Voeg vragen toe die de respondent interesseert
  - Hou een pilot met intensieve evaluatie
  - Overleg over vragenlijsten met de opdrachtgever
- Controleer op kwaliteit antwoordgedrag en vragenlijsten
  - Standaardiseer evaluatie van vragenlijsten
  - Controleer responses

Lex van Meurs

Research director
media onderzoek

Intomart GfK bv

Postbus 10004

1201 DA Hilversum

lex.van.meurs@gfk.com

tel +035 6258 423



INTOMART GfK