

# De impact van Covid-19 zelftests

Project: 20041389  
Amsterdam, 15-05-2020

© Ipsos 2020. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



Onze onderzoeksaanpak

## De impact van Covid-19 'zelftests'

### Aanpak



- Onbetrouwbare zelftests om besmetting met het coronavirus Covid-19 te testen vormen een potentieel gevaar, omdat ze bijvoorbeeld naleving van de overheidsrichtlijnen van 'social distancing' kunnen ondermijnen.
- De gedragsunit van het RIVM wil graag onderzoeken hoe burgers in Nederland denken over 'corona zelftests', en wat de mogelijke impact op hun gedrag is.
- Ipsos assisteert graag met de dataverzameling voor dit project. In dit voorstel zetten wij de specificaties van het project uiteen. Twijfel niet om contact op te nemen indien er onduidelijkheden zijn.

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

(10)(2e)

### Doelgroep & steekproefgrootte



- Doelgroep: Nederlanders (18+)
- Steekproefgrootte: n= 800 / 1.000 / 1.200
- De steekproef is representatief door het stellen van non-interlocking quota op de variabelen geslacht, leeftijd, regio en opleiding.

### Vragenlijst



Geschatte vragenlijstlengte:



15 minuten

- Jullie leveren een geprogrammeerde vragenlijst in Qualtrix aan.
- De vragenlijst dient 'device agnostic' te zijn.
- Ipsos test de vragenlijst, en stuurt deze vervolgens uit naar de panelleden van het Ipsos i-Say Panel (eerst een soft launch, vervolgens de full launch).

- Alle genoemde bedragen zijn exclusief btw.
- Dit onderzoeksvoorstel is één maand geldig, dus tot [...].
- Deze investering is gebaseerd op de volgende aannames:
- Wijzigingen in deze aannames, voor en gedurende het onderzoek, kunnen van invloed zijn op het totale investeringsbedrag. Uiteraard bespreken we dit met jullie wanneer dit zich voordoet.
- Onze algemene voorwaarden zijn van toepassing; voor de volledige tekst kun je terecht op onze site: <https://www.ipsos.com/nl-nl/algemene-voorwaarden>

### Investering en doorlooptijd



- De totale kosten voor het onderzoek bedragen:

	Totale kosten
Optie 1 n=800	
Optie 2 n=1000	(10)(1c)
Optie 3 n=1200	

- Timings:
  - Dag 1: akkoord voorstel
  - Dag 1: set up sample
  - Dag 2 t/m 8 veldwerk

## IPSOS PUBLIC AFFAIRS

Ipsos Public Affairs heeft een sterke reputatie en een lange geschiedenis op het gebied van publieke opinieonderzoek. Zo voeren wij al sinds 1985 de Politieke Barometer – een gerenommeerd politiek onderzoeksinstrument – uit. Ipsos is onderzoekspartner van de NOS en EenVandaag.

Rondom verkiezingen voeren wij kiezersonderzoek uit in opdracht van de NOS, zoals bijvoorbeeld bij de Provinciale Statenverkiezingen en de Europese Parlementsverkiezingen in 2019.

Ipsos verzorgt regelmatig opinieonderzoek voor de NOS, zoals bijvoorbeeld onze jaarlijkse onderzoeken rondom Koningsdag en rond de start van het nieuwe parlementaire jaar op Prinsjesdag.

In samenwerking met de NOS voert ons team bij iedere verkiezing de **exitpolls** uit, die altijd weer een betrouwbare indicatie van de verkiezingsuitslag geven.



## PARTNER VAN UNIVERSITEITEN

Ipsos Public Affairs werkt samen met verschillende universiteiten:

- TU Eindhoven: reputatieonderzoek
- Vrije Universiteit (VU) Amsterdam: opinieonderzoek rondom verkiezingen
- Universiteit Twente: medewerkerstevredenheid onderzoek
- Wageningen University & Research: verschillende datacollectie projecten, bijvoorbeeld voor een onderzoek naar recreatiemogelijkheden in opdracht van WUR/Alterra.

Ipsos en het onderzoeksteam politieke wetenschappen van de Universiteit van Amsterdam (UvA) hebben sinds 2018 een samenwerkingsverband. In een reeks projecten hebben wij de datacollectie uitgevoerd voor internationaal onderzoek naar de houding van burgers in Europa aangaande verdere Europese integratie.

Het EURS project *EU citizens' support for EU-level unemployment insurance schemes* is hiervan een voorbeeld. Dit onderzoek is uitgevoerd in 13 EU lidstaten onder meer dan 19.000 respondenten. De resultaten zijn gebruikt om beleidsaanbevelingen voor de Europese Commissie te schrijven. Kijk voor een samenvatting van dit onderzoek (en meer informatie) op [deze pagina](#) van de UvA.

## IPSOS PUBLIC AFFAIRS

Onze onderzoekers hebben een achtergrond in **sociaalwetenschappelijk onderzoek** en hebben een passie voor het toepassen van **state-of-the-art onderzoeksmethoden**.

Regelmatig publiceren wij op **eigen initiatief** opinieonderzoek. Bijvoorbeeld over de eventuele invoering van een **sulkertaks**, over de bekendheid en de populariteit van **ministers**, en over de verschillen in **politieke denkbeelden** tussen jongeren en ouderen. Een overzicht van onze publicaties is op [deze pagina](#) te vinden.

Jaarlijks doet Ipsos onderzoek naar **mispercepties** onder burgers wereldwijd. Uit zo'n '**Perils of Perception**' studie bleek dat Nederlanders de **globale klimaatverandering** fors onderschatten, terwijl **migratiecijfers** schromelijk overschat worden. Klik [hier](#) voor de belangrijkste bevindingen uit die studie.

Een ander **invloedrijk onderzoek** van Ipsos betreft de globale attitudes aangaande '**gender equality**'. Een belangrijk inzicht uit dit onderzoek is dat het bereiken van **gelijkheid tussen mannen en vrouwen** wereldwijd gemiddeld voor 65% van de volwassenen een belangrijk is.

## MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN

Begin 2019 publiceerden wij een omvangrijk onderzoek naar de publieke opinie in Nederland over **klimaatverandering**. In een ander onderzoek keken we naar de houding van Nederlanders tegenover maatregelen om de **uitstoot van stikstof** terug te dringen

In samenwerking met **Nieuwsuur** hebben we een aantal onderzoeksprojecten opgezet rondom verschillende thema's:

- De impact van de **#MeToo discussie** in Nederland
- De **politieke invloed van het bedrijfsleven** in Nederland
- Het draagvlak onder werkende Nederlanders voor een '**fiets van de zaak**' regeling.
- Ontwikkelingen in de publieke opinie tijdens de **coronacrisis**

Wij doen ook veel onderzoek dat organisaties en bedrijven als input gebruiken voor **campagnes**. In opdracht van **Foodwatch** onderzochten wij de kennis en opinie van Nederlanders over de **handelsverdragen TTIP en CETA**. Voor **Rutgers** voerden wij een opinieonderzoek uit naar het draagvlak voor de uitbreiding van het **vaderschapsverlof**.

## OVER IPSOS

Ipsos is, met 16.000 onderzoekers in meer dan 80 landen, een van de grootste onderzoeksbureaus in de wereld op het gebied van marketing en publieke opinie. Al meer dan 50 jaar inspireren wij organisaties en geven wij ze de inzichten om snel de juiste beslissingen te kunnen nemen.

In onze visie gaat het niet om wat je weet, maar ook om alles wat je denkt te weten in twijfel te trekken. We vertrouwen op onze intuïtie, omdat deze gebaseerd is op tientallen jaren ervaring, training en kennis. We zijn steeds op zoek naar nieuwe ideeën, en zijn overal. Voor ons is onderzoek meer dan informatie alleen.

We zoeken altijd de strategische uitdaging en nieuwe manieren om slim onderzoek te doen – in de context. Als je echt begrijpt wat mensen beweegt, dan kun je het verschil maken.

Bezoek ons voor meer informatie op:

<https://www.ipsos.com/nl-nl>

**BE  
SURE.  
ACT  
SMARTER.**

