

FAQ

1. Welke standaard doelgroepen en samengestelde doelgroepenmerken zijn er in de NOM-data?

De standaard doelgroepen en samengestelde doelgroepenmerken per NPMM 2022-1 zijn hieronder beschreven.

Doelgroepen	Definitie
Leeftijdsklasse (5-deling)	1. 13-19 jaar 2. 20-34 jaar 3. 35-49 jaar 4. 50-64 jaar 5. 65+ jaar
Leeftijdsklasse (6-deling)	1. 13-14 jaar 2. 15-24 jaar 3. 25-34 jaar 4. 35-49 jaar 5. 50-64 jaar 6. 65+ jaar
Leeftijd 20-49 jaar	20-49 jaar
Leeftijd 25-54 jaar	25-54 jaar
Leeftijd 50-59 jaar	50-59 jaar
Leeftijd 60-69 jaar	60-69 jaar
Leeftijd 70-74 jaar	70-74 jaar
Leeftijd 75-79 jaar	75-79 jaar
Leeftijd 80+ jaar	80+ jaar
Vrouw met thuiswonende kinderen	Vrouw én Hoofdkostwinner of partner van de hoofdkostwinner én Kind in huishouden (kind kan minder- of meerderjarig zijn)
Gezinsfase MOA	1. Alleenstaand, t/m 34 jaar 2. Alleenstaand, 35 t/m 39 jaar 3. Alleenstaand, 40 t/m 49 jaar 4. Alleenstaand, 50 t/m 64 jaar 5. Alleenstaand, 65 jaar en ouder 6. Volwassen huishouden partner t/m 34 jaar 7. Volw. huishouden partner 35 t/m 39 jaar 8. Volw. huishouden partner 40 t/m 49 jaar 9. Volw. huishouden partner 50 t/m 64 jaar 10. Volwassen huishouden partner 65+ 11. Jongste kind t/m 12 jaar 12. Jongste kind 13 t/m 17 jaar
Gezinsfase NOM	1. Jonge alleenstaanden (< 40 jaar) 2. Oude alleenstaanden (≥ 40 jaar) 3. Jonge tweepersoonshuishoudens (jongste of beiden < 40 jaar) 4. Oude tweepersoonshuishoudens (beiden ≥ 40 jaar) 5. Huishouden met jongste kind onder de 14 jaar 6. Huishouden met jongste kind 14 jaar of ouder
Huishoudverantwoordelijke (HHV)	Degene in het huishouden die voor het grootste deel van het huishoudelijk werk zorgt
Huishoudverantwoordelijke 20-49 jaar	Degene in het huishouden die voor het grootste deel van het huishoudelijk werk zorgt, 20-49 jaar
Huishoudverantwoordelijke 25-54 jaar	Degene in het huishouden die voor het grootste deel van het huishoudelijk werk zorgt, 25-54 jaar
Huishoudverantwoordelijke met kind 0-17 jaar	Degene in het huishouden die voor het grootste deel van het huishoudelijk werk zorgt, met kind 0-17 jaar
Opleiding hoogst gevolgd (3-deling)	1. Laag (t/m VMBO-K / MBO 1 + Weet niet) 2. Midden (MAVO t/m MBO 4) 3. Hoog (HAVO bovenbouw en hoger) 3 criteria: - Leeftijd: 25 t/m 66 jaar - Aantal uren werkzaam: 25-96 uren - Beroepsgroep respondent: Zelfstandig ondernemer OF Hoger management: Leidinggevend OF Docent, onderzoeker, ingenieur / Hoger opgeleide specialist: Leidinggevend
Business to business (B-to-B)	3 criteria: - Leeftijd: 18+ jaar - Grote bedrijfsvestiging 2+ - Functie OF Eindbeslissers:
Zakelijke beslissers	Algemeen directeur OF Financieel directeur OF (Eind)verantwoordelijke inkoop, verkoop, marketing, personeelszaken, automatisering/ICT, data, juridische zaken, operationele zaken of security OF Overig directielid OF Eindbeslissers op minimaal 1 van de 7 beslissingsgebieden: Facility management en kantoor(omgeving), interne of externe logistiek (opslag, transport, koeriersdiensten), IT & Telecom (bv computers, netwerk, software, telefoons), Wagenpark/beheer (bv leaseauto's, bedrijfswagens, Financiële Diensten (bv leningen, verzekeringen, pensioenen, vermogensbeheer), Personeel & opleiding (bv inhuur tijdelijk personeel), Consultancy, Marketingcommunicatie en PR, Zakelijke reizen (boeken hotels, vliegreizen)
Inkomensklasse (bruto huishouden)	1. Laag (minder dan 36.500 euro) 2. Midden (36.500 - 43.500 euro) 3. Hoog (meer dan 43.500 euro) 4. Weet niet/wil niet zeggen
Welstand	W1 (hoog), W2, W3, W4, W5 (laag); Samengesteld uit Hoogst gevolgde opleiding hoofdkostwinner huishouden (HKW of respondent) én Inkomensklasse (bruto huishouden) én Eigendom woning
Sociale klasse	A (hoog), B1, B2, C, D (laag); Samengesteld uit Hoogst gevolgde opleiding hoofdkostwinner én Beroepsgroep hoofdkostwinner
Dagelijkse aankoper (DAK)	Degene in het huishouden die verantwoordelijk is voor de dagelijkse boodschappen (1. Respondent of 3. Respondent en iemand anders)
Dagelijkse aankoper 20-49 jaar	Degene in het huishouden die verantwoordelijk is voor de dagelijkse boodschappen, 20-49 jaar (1. Respondent of 3. Respondent en iemand anders)
Dagelijkse aankoper 25-54 jaar	Degene in het huishouden die verantwoordelijk is voor de dagelijkse boodschappen, 25-54 jaar (1. Respondent of 3. Respondent en iemand anders)
Dagelijkse aankoper met kind 0-17 jaar	Degene in het huishouden die verantwoordelijk is voor de dagelijkse boodschappen, met kind 0-17 jaar (1. Respondent of 3. Respondent en iemand anders)
Migratie-achtergrond	Respondent van wie minimaal één ouder in het buitenland is geboren, hebben een migratieachtergrond
Migratie-achtergrond: Westers/Niet-westers	Indien migratieachtergrond; bepalend is het land waarin respondent is geboren; als dit NL, dan is geboorteland moeder bepalend; als dit NL, dan is geboorteland vader bepalend; Westerse landen: Europa (zonder Turkije), Noord-Amerika, Indonesië, Japan, Australië/Nieuw Zeeland; Niet-westers: alle overige landen
Migratie-achtergrond: Eerste generatie/Tweede generatie	Indien migratieachtergrond; eerste generatie: respondent is zelf in het buitenland geboren; tweede generatie: respondent is in NL geboren
Etniciteit	Land waar respondent is geboren; als dit NL, dan is geboorteland moeder bepalend; als dit NL, dan is geboorteland vader bepalend
Opleiding hoogst gevolgd Hoofdkostwinner (3-deling)	1. Laag (t/m VMBO-K / MBO 1 + Weet niet) 2. Midden (MAVO t/m MBO 4) 3. Hoog (HAVO bovenbouw en hoger)
Stedelijkheid	Toekening op basis van gemeente op basis van gemiddelde omgevingsadressendichtheid; gedefinieerd door CBS
Media Imperative: Televisieprogramma's Kijken	
Media Imperative: Online videodiensten Kijken	
Media Imperative: Kijken Totaal	
Media Imperative: Radiozenders luisteren	Media Imperatives geven per mediumtype aan of iemand tot de zware, gemiddelde of lichte gebruikers hoort; alle drie de groepen zijn zoveel mogelijk evenredig groot; voor lezen wordt dit bepaald op basis van het aantal titels dat men gemiddeld leest; voor kijken en luisteren wordt het bepaald op basis van tijdsbesteding; voor internet wordt dit bepaald op basis van het aantal activiteiten op internet en de frequentie hiervan.
Media Imperative: Luisteren Totaal	
Media Imperative: Internet Totaal	
Media Imperative: Dagbladen	
Media Imperative: Magazines	
Media Imperative: Weekbladen (magazines)	
Media Imperative: Maandbladen (magazines)	

2. Waarom wijkt de steekproefomvang van NPMM volgens de mediaplanningssoftware af van het aantal ondervraagde respondenten in het printbereiksonderzoek (n=17.000)?

De printbereikdata wordt voor NPMM gefuseerd met de digitale bereikscijfers uit het digitale bereiksonderzoek. Om de digitale resultaten zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de originele resultaten uit het digitale bereiksonderzoek is het nodig het databestand met printbereikdata te expanderen. Hierbij blijven alle resultaten uit het printbereiksonderzoek onveranderd. Het aantal records wordt hierdoor ruim drie keer zo hoog als in het originele printbereikbestand.

3. Is er een vuistregel voor de minimale steekproefomvang in een doelgroep om (betrouwbare) analyses te doen?

In de statistiek wordt vaak de vuistregel aangehouden om geen analyses te doen over minder dan 30 respondenten.

Dit aantal kan zo in NPMM niet worden aangehouden omdat i.v.m. de fusie met de digitale bereikdata, het daadwerkelijke aantal respondenten in een doelgroep niet zichtbaar is voor de gebruiker. Het aantal records (dat door de mediaplanningssoftware als steekproefomvang wordt aangegeven) is in de NPMM-data ruim drie keer zo hoog als het daadwerkelijke aantal respondenten. Vandaar dat NOM adviseert om geen analyses te doen over doelgroepen met minder dan 100 records. Uitsplitsingen van kleinere doelgroepen zijn niet voldoende betrouwbaar.