



BPACT: METHODOLOGIE EN KWALITEITSAANPAK

2025

INHOUD

1	Inleiding	1
2	Beschrijving Bpact-panel	2
3	Kwaliteitsaanpak steekproeven	4
4	Kwaliteitsaanpak veldwerk.....	6
5	Kwaliteitsaanpak data.....	7
6	Communicatie.....	9
7	Privacy en GDPR.....	9
8	Enkele referenties.....	10

1 INLEIDING

Bpact BV is een online onderzoekspanel, actief sinds eind 2018. Wij rekruteren panelleden (respondenten) in België die we nadien, op projectbasis, uitnodigen om deel te nemen aan onderzoeken & participatieprojecten van onze klanten. Bpact garandeert aan de klanten dat de juiste profielen respondenten deelnemen in functie van hun beoogde project. Bpact garandeert aan de panelleden anonimiteit en een impactvolle stem. Respondenten die deelnemen aan onderzoeken van Bpact verdienen daarmee punten die ze kunnen inwisselen voor geld of waarmee ze een goed doel kunnen steunen. We zetten expliciet in op betrokkenheid en communicatie (feedbackloops, ter beschikking stellen van resultaten, impact in kaart brengen...). Bpact is m.a.w. een onderzoekscommunity die alle Belgen de kans geeft hun zeg te doen over verschillende maatschappelijke thema's zoals gezondheidszorg, onderwijs en veiligheid....

Met **Bpact Lokaal** hebben we een oplossing gemaakt zodat steden en gemeenten ook van onze experttools gebruik kunnen maken voor het opzetten van een eigen lokaal burgerpanel. Bpact Lokaal laat steden en gemeenten in België toe om een eigen burgerpanel op te zetten en dit te beheren en gebruiken volgens de regels van de kunst. Hier is een samenwerking opgezet die erin bestaat dat Bpact panelleden ook steeds kunnen meedoen aan onderzoek voor en over hun gemeente en personen die zich inschrijven in de lokale panels eveneens een opt-in krijgen om mee te doen aan de maatschappelijke onderzoeken van Bpact. Vandaag runt Bpact al meer dan 35 burgerpanels in o.a. Beringen, Eeklo, Zwalm, Gooik, Mortsel, Ninove, Huldenberg, Brecht, Schilde, Willebroek, Tremelo... Door deze lokale focus slagen we als Bpact dan ook in om een zeer representatief panel samen te stellen, met lokale besturen die als het ware onze partner zijn (zowel via online als offline methodes) om zo representatief mogelijk hun inwoners te bereiken (zie verder rekrutering).

Methodologische expertise. Bpact heeft sinds 2019 strategische samenwerkingsakkoorden afgesloten met zowel Universiteit Hasselt als de Antwerp Management School. Deze akkoorden omvatten, naast een aantal afspraken op het samen op- en uitbouwen en het gebruik van onze panels, ook een gezamenlijk streven naar het uitbouwen van academische kennis rond de methodologische aanpak van onderzoek en onderzoekspanels (representativiteit, user experience, gebruiksvriendelijkheid van vragenlijsten...).

Met onze unieke combinatie van expertise in onderzoek, beleidsevaluatie, beleidsvoorbereiding en participatie bieden wij de oplossing aan om de juiste profielen te laten deelnemen aan vele onderzoeks- en participatieprojecten met maatschappelijke impact.

2 BESCHRIJVING BPACT-PANEL

Bpact beschikt over een eigen online panel van burgers die zich bereid verklaard hebben op regelmatige basis deel te nemen aan onderzoek over allerlei maatschappelijke thema's. Het Bpact panel is derhalve geen algemeen panel, waar de meest diverse commerciële onderzoeken op worden losgelaten, maar een kwaliteitspanel van mensen die ingezet worden op onderzoekstrajecten.

Bpact heeft intussen meer dan 100.000 panelleden in België en zet jaarlijks sterk in op de rekrutering van nieuwe panelleden. Zo worden elk jaar meer dan 15.000 nieuwe panelleden gerekruteerd (zowel groei als vervanging). Hierbij zetten we sterk in op zowel kwalitatieve (specifieke profielen) als op kwantitatieve (minimaal 15.000) criteria.

Inhoudelijk beperkt Bpact zich tot maatschappelijk onderzoek. Dit kan gevarieerd zijn in thematiek: ecologie, mobiliteit, stress op het werk, toerisme, lokaal bestuur..., zolang er maar een maatschappelijke insteek is. Bpact voert onderzoeken uit in opdracht van universiteiten en hogescholen, onderzoeksbureaus, studiediensten, overheden, ngo's en ook commerciële bedrijven, maar ook hier enkel met een insteek die niet-commercieel (dus geen merkonderzoek, prijsonderzoek, smaaktesten, reclametesten...) van aard is qua bevraging. Dit zorgt ervoor dat de panelleden intrinsiek gemotiveerd zijn om aan de onderzoeken deel te nemen.

Tegelijk waken we er sterk over dat er **binnen het Bpact-panel geen bias ontstaat naar respondenten die bovengemiddeld geëngageerd en geïnteresseerd zijn** in de maatschappelijke thema's waarover ze bevroegd worden. Dit doen we onder meer door een zeer diverse instroom in ons panel na te streven. Zo komen respondenten vaak in het Bpact-panel terecht na het invullen van één specifieke bevraging waarvan het onderwerp hen sterk aanspreekt. Vanaf dan is dat niet noodzakelijk langer het geval. Zo zal een inwoner van Vosselaar zich een eerste keer engageren om zich uit te spreken over de ontharding van het eigen dorpsplein, om zich vanaf dan ook regelmatig uit te spreken over elementen die hem veel minder nauw aan het hart liggen (de kinderopvang in Vlaanderen, de Belgische politiek...). Hetzelfde geldt voor de sportliefhebber, de jonge ouder, de frequente fietsgebruiker...

Ook organiseren we regelmatig panelledenbevestigingen, waarin onder meer gevraagd wordt naar de **motieven van panelleden** om deel te nemen aan de Bpact-onderzoeken. Daaruit blijkt dat maatschappelijke impact slechts één van de vele drijfveren is die panelleden naar voren schuiven, naast onder meer de beloning die ze ervoor krijgen of de tijd die ze ermee kunnen doden op momenten van verveling. Het is vooral de diversiteit aan drijfveren die in het oog springt, eerder dan een overwicht van maatschappelijk engagement.

Ten slotte beschikt Bpact ook zelf over **benchmark-data** waaruit blijkt dat er geen 'maatschappelijke bias' is. Zo voerden we enkele maanden geleden de Stemmerstest uit op ons eigen panel, een bevraging die na de lokale verkiezingen in oktober 2024 bij een representatief staal van de bevolking werd afgenomen om in kaart te brengen of ze al dan niet naar de stembus waren getrokken en wat hun drijfveren daarvoor waren. De resultaten hiervan en van andere regelmatige bevestigingen liggen sterk in lijn met de resultaten van de verkiezingen, zowel qua politieke voorkeur, stemgedrag als opkomstpercentage.

De **diverse instroom** waarvan sprake gebeurt onder meer via volgende kanalen:

- **onderzoeken van partners** op hun eigen database (bv. bij de leden van De Gezinsbond, Touring Wegenhulp, mediaspelers, allerlei kleine en grote organisaties en NGO's van diverse types en profielen)... waarbij eveneens een opt-in mogelijkheid is voorzien voor Bpact op het einde van hun onderzoeken. Hierbij gaan we eveneens specifiek op zoek naar partners die toegang hebben tot moeilijker bereikbare doelgroepen zoals bijv. Grip (personen met een handicap), Kazou (jeugd), De Gezinsbond (jonge ouders)....
- **interactieve testen die lopen via partners** bijv. op de website van NN liep een test over het verschil tussen biologische leeftijd en de leeftijd volgens levensstijl, die samen met de UGent ontwikkeld werd en waarbij op het einde een opt-in voorzien was voor het Bpact panel;
- **Bpact lokaal**, een online tool waarmee lokale overheden een eigen burgerpanel kunnen opzetten en waarbij eveneens een opt-in mogelijkheid is voor Bpact. Intussen zijn al meer dan 35 steden en gemeenten ingestapt;
- **tal van lokale onderzoeken voor steden en gemeenten**. Zo hebben Indiville en Bpact in het afgelopen jaar in meer dan 100 lokale besturen verspreid over heel België onderzoeken uitgevoerd. In de meeste van deze projecten is een opt-in voor het Bpact panel voorzien;
- **sociale media**, waar teaser onderzoeken worden gelanceerd en respondenten nadien gerekruteerd worden voor het Bpact panel. Dit laat toe om er zeer gericht specifieke profielen te benaderen (bijv. “Ma Région et Moi – Mijn regio en Ik” met een focus op het Brussels Hoofdstedelijk Gewest);
- **offline methodes**: sommige projecten hebben een offline luik, waarbij postaal wordt uitgenodigd. Wie deelneemt aan het onderzoek wordt op het einde ook geworven voor het panel. Dit kan zowel een geadresseerde zending zijn als via een massa mailing, waarbij deur-aan-deur verspreid wordt. Enkele voorbeelden van geadresseerde zending: 4.500 Limburgers uitgenodigd voor het onderzoek 'digitalisering van medische informatie' voor POM Limburg. 1.000 inwoners van Kaprijke uitgenodigd om te kandideren voor een burgerberaad over een mogelijke fusie. Een voorbeeld van een mass-mailing: bij het Kunststedenonderzoek Vlaanderen werden 35.000 postkaartjes huis-aan-huis verspreid in de toeristische binnensteden van Gent, Brugge, Leuven en Mechelen. Een opt-in voor Bpact was voorzien;
- het **bekendmaken van eigen onderzoeken en onderzoeksresultaten via eigen nieuwbrieven, sociale media en in de algemene media**. Bv. in 2024 werd in het Nieuwsblad opgeroepen om deel te nemen aan de 'DOE-meter', een grootschalig onderzoek naar vrijwilligerswerk in België. Aan dit onderzoek namen meer dan 100 steden en gemeenten, NGO's en andere organisaties deel die hun eigen inwoners, leden of netwerk bevragen. Uiteindelijk namen meer dan 18.000 mensen deel. Een opt-in voor Bpact was voorzien.

3 KWALITEITSAANPAK STEEKPROEVEN

De samenstelling van een steekproef wordt bepaald door de opdrachtgever in functie van (de doelgroep van) diens onderzoek. Standaard worden hierbij criteria m.b.t. representativiteit op het vlak van geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en regio (verdeling per provincie) aan gekoppeld. Voor specifieke projecten kunnen (soms erg specifieke) extra variabelen opgenomen worden in de steekproef (bijv. inkomen, verstedelijking, etniciteit...).

Bpact beschikt in zijn paneldatabase over deze gegevens en voldoende respondenten om dergelijke projecten via een gestratificeerde steekproef te realiseren. Indien we niet over deze gegevens beschikken, worden deze opgenomen in de 'screener' (selectievragen i.f.v. de deelnamecriteria) aan het begin van een specifiek onderzoek.

We houden bij de selectie van de deelnemers niet alleen rekening met de socio-demografische verdeling van de bevolking (waarvoor we de meest recent beschikbare gegevens van Statbel gebruiken), maar ook met 'propensity': de geneigdheid om deel te nemen aan onderzoek. Deze factor is bekend bij ons o.b.v. de ervaring en monitoring uit eerdere trajecten en onderzoeken via het Bpact-panel. In praktijk betekent dit dat we meer uitnodigen voor sommige groepen dan nodig zijn volgens de bevolkingsstatistieken (bijv. jongeren, ouderen, oudere vrouwen).

In de tabellen hieronder ziet u een voorbeeld van de verdeling van de bevolking volgens de socio-demografische factoren leeftijdscategorie x geslacht:

Leeftijd	% populatie	propensity index
18-29 - Man	9%	75
18-29 - Vrouw	9%	67
30-49 - Man	15%	92
30-49 - Vrouw	15%	77
50-69 - Man	17%	119
50-69 - Vrouw	17%	101
70+ - Man	8%	112
70+ - Vrouw	9%	94
	100%	

Bij aanvang van ieder onderzoek worden deze geüpdatet met de meest recente cijfers en o.b.v. de gewenste criteria. Het aantal uitnodigingen per categorie weerspiegelt niet helemaal het belang van elke groep, omdat er al wordt geanticipeerd op de verwachte deelnamegraad. Op deze wijze wordt er ook al in de steekproef rekening gehouden met de geneigdheid tot deelname.

We verbinden ons ertoe om voorafgaand aan het veldwerk voor een specifiek project reeds te communiceren over deze quota en over de indeling (cijfers). We laten onze finale bekomen steekproef niet meer dan 5% afwijken van de quota.

Bij opstart van een onderzoek worden dus nooit alle panelleden aangeschreven, maar een steekproef (conform de projectcriteria) uit het panel. Er is m.a.w. geen self-selection in de zin dat panelleden zelf mogen kiezen uit een lijst waaraan ze willen deelnemen. Er wordt steeds uitgenodigd voor een specifiek onderzoek. We werken dus niet, zoals sommige andere panels, met een systeem waarbij panelleden als het ware op een steeds actieve link kunnen klikken waarna ze worden toegewezen aan een voor hen beschikbaar onderzoek (in zo'n systeem worden immers respondenten die een hele hoge geneigdheid hebben om vaak deel te nemen aan onderzoek vaker naar verschillende actieve surveys gestuurd en krijg je een vertekend profiel van deelnemers).

Het is ook onmogelijk om meermaals deel te nemen (controle gebeurt automatisch via onze panelmanagementsoftware, via een unieke ID per deelnemer per project). Daarnaast voorzien we ook een extra beveiliging op het niveau van de geprogrammeerde survey bij een specifieke project, waarbij we voorzien in een systeem waarbij respondenten ook op het niveau van de survey zelf een extra cookie gebaseerde stop hebben. Respondenten kunnen dus geen twee keer meedoen aan hetzelfde onderzoek zonder dat dit opgemerkt wordt.

Bpact realiseert het veldwerk door uitnodigingen in meerdere golven te versturen. Bij elke golf wordt rekening gehouden met:

- reeds behaalde quota: een evenwichtige samenstelling naar socio-demografische criteria;
- propensity van het Bpact panel: de geneigdheid om deel te nemen. Deze propensity factor wordt zowel opgebouwd op groepsniveau (oversampling), als op individueel niveau gehanteerd;
- vanaf de tweede golf wordt steeds gecorrigeerd volgens de reeds bereikte sample om op die wijze een zo representatief mogelijke effectieve steekproef te hebben;
- vanaf de tweede golf wordt eveneens al rekening gehouden met de kwalitatieve criteria en personen die niet als kwalitatief worden aangeduid reeds vervangen;

Op die manier is het mogelijk om bij het bereiken van de beoogde steekproef veel dichter tegen de verwachte verdeling aan te zitten.

4 KWALITEITSAANPAK VELDWERK

Bij aanvang van het veldwerk krijgt elke respondent een e-mail toegestuurd met daarin een begeleidende tekst, een uitnodiging om mee te werken aan het onderzoek en het internetadres waar het onderzoek te vinden is. Om elke mogelijke bias te vermijden, vermelden we (tenzij dit voor een specifiek project wel noodzakelijk zou zijn) in de uitnodigingen het thema van de enquête niet, zodat ook op dit niveau geen zelfselectie kan optreden. Na enkele dagen volgt een herinneringsmail. Hierin zullen de respondenten, die de enquête nog niet hebben ingevuld, vriendelijk aangespoord worden om dit alsnog te doen. Dit leidt in de praktijk tot hogere responscijfers.

Respondenten worden verder eveneens gemotiveerd door:

- het voorzien van een incentive voor het onderzoek (punten die kunnen worden ingeruild voor geld of kunnen worden geschonken aan een goed doel);
- het voorzien van een begeleidende mail (zonder evenwel het doel van het onderzoek te vermelden);
- Het voorzien van een feedbackloop waarin via onze nieuwsbrief ook de resultaten van studies die we doen nadien – indien mogelijk – worden teruggekoppeld naar onze respondenten.

Respondenten van Bpact krijgen na ieder onderzoek een rustpauze. Verder zorgen onderstaande zaken doorgaans ook voor een hogere respons:

- **Gepersonaliseerd aanschrijven** kan leiden tot een hogere betrokkenheid in het onderzoek. Hier kan ook gedacht worden aan aangepaste uitnodigingsmails voor de verschillende doelgroepen. Het motief om deel te nemen kan immers verschillen. Met minieme aanpassingen in de uitnodigingsmail kunnen deze motieven aangesproken worden.
- **Vragenlijst design:** het is uiterst belangrijk dat de vragenlijst goed ontworpen is naar inhoud en vorm. Dit wordt ook effectief getest in de testfase. Ook is het belangrijk om voldoende variatie in vraagvormen in te bouwen, om enquête-moeite te voorkomen. In onze testfase voorzien we eveneens dat we feedback geven aan de opdrachtgever i.f.v. het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid voor de panelleden.

Zo werd bijv. in het onderzoek dat we uitvoerden voor de Belgische universiteiten in 2024 n.a.v. de verkiezingen (zowel Vlaanderen, Brussel als Wallonië in diverse waves) een grondige test gedaan van de vragenlijst in NL en FR. De programmatie van de vragenlijsten werd door de opdrachtgever (licht) bijgestuurd o.b.v. de feedback van Bpact. Deze bijsturing was vooral gericht op het verbeteren van de manier waarop de vragen en de mogelijke antwoordcategorieën aan de deelnemers werden gepresenteerd met het oog op het verbeteren van de leesbaarheid zowel op computerscherm als op mobiel (en indirect dan ook de verbetering datakwaliteit van de gegeven antwoorden).

- **Betrokkenheid:** In de uitnodigingsmail wordt benadrukt dat er met de mening rekening zal worden gehouden, en dat de antwoorden die men geeft

zullen leiden tot verbetertrajecten en/of het beter inspelen op de gedetecteerde behoeften.

Geselecteerde panelleden worden opgeladen in ons panelmanagementsysteem, waarna ze automatisch een uitnodiging krijgen met een gepersonaliseerde en onkraakbare code die in de link verwerkt is. Het is deze code die dan wordt geregistreerd in de surveytool waar de eigenlijke enquête in wordt geprogrammeerd. Deze code wordt dan terugbezorgd aan ons panelmanagementsysteem door gebruik te maken van standaard API's. Op die wijze kunnen we dagelijks en live het veldwerk controleren en bijsturen indien nodig. Ons panelmanagement systeem noteert dus standaard van de respondenten alle uitnodigingen, deelnames en invultijden aan enquêtes om de kwaliteit continu te monitoren.

5 KWALITEITSAANPAK DATA

Vaak wordt er gesteld dat er in een panel problemen zijn met datakwaliteit, o.a. omdat respondenten bijna “professioneel” worden in het invullen van zoveel mogelijk enquêtes, maar ook omdat de algemene non-respons te hoog ligt (en dus essentiële profielen van respondenten niet meedoen) of omdat respondenten geen goede antwoorden geven (bijv. te veel straightliners, inconsistente antwoorden of item non-response). Toch blijkt dat er in de literatuur ook onenigheid is over de kwaliteit van online panels. Blom et al. (2015) stellen dat [...] “a carefully designed and implemented online panel can produce high-quality data at lower marginal costs than existing panels that are operated solely in a face-to-face mode”. De vraag is welke aanpak dan het best werkt om de kwaliteit van de data zelf te verhogen. Onderzoek van Shamon & Berning (2020) toont bijv. aan dat het werken met attention check items en vraaginstructies niet alleen goede indicatoren vormen voor onzorgvuldige respondenten, maar ook eerder motiverend dan demotiverend werken en dus blijvend bijdragen tot datakwaliteit. Bach & Eckamn (2018) tonen dan weer dat de verschillende manieren om filtervragen te stellen resulteren in verschillende effecten. Zo geven filtervragen in een group format, waar de verschillende filtervragen in een onderzoek gecombineerd worden aan het begin van de vragenlijst, een betere datakwaliteit (o.a. minder ontwijkgedrag) opleveren dan een interleaved format, waarbij na een filtervraag onmiddellijk de follow-up vragen verschijnen. In tegenstelling tot hun verwachtingen trad er echter geen “leereffect” op waarbij respondenten in een tweede wave zouden leren uit de eerste wave om ervoor te zorgen dat er minder follow-up vragen zijn.

Het bepalen van datakwaliteit is dus niet alleen iets wat we achteraf doen, het is een aspect dat al start met de controle van de vragenlijst door onze projectmedewerkers en het testen van de vragenlijst via een *soft launch*. Wij voorzien actief feedback om de vragenlijst zo op te bouwen dat deze mee zorg kan dragen voor een betere datakwaliteit. Op het einde van ieder project vragen wij onze respondenten ook om drie vragen te beantwoorden over de kwaliteit van de vragenlijst (2 kwantitatieve vragen en 1 kwalitatieve verduidelijking). Ook deze feedback wordt met de opdrachtgever gedeeld.

Dit maakt duidelijk dat het voor ons essentieel is om ook betrokken te zijn in de afname van het veldwerk zelf (controle op de kwaliteit van de vragenlijst, kunnen doen van verbeteruggesties, *soft launch*...) om garanties te kunnen geven over de datakwaliteit zelf. Als panelopbouwer leverancier weten we als geen ander dat deze

kwaliteitschecks en -toevoegingen essentieel zijn om te komen tot een goed resultaat.

Om de kwaliteit van de verzamelende data te garanderen, worden eveneens de volgende controles door Bpact uitgevoerd:

- Invulsnelheid
- Representativiteit t.o.v. de beoogde criteria

Afhankelijk van wie de programmatie van de survey verzorgt, worden ook de volgende zaken door Bpact of door de opdrachtgever gemonitord:

- 'Straight liners'
- Invulpatronen
- Missing data
- Outliers
- Inconsistente antwoorden (bijv. grootouders die jonger zijn dan 30 jaar)
- Wartaal bij open antwoorden

Hierbij worden volgens een 1:1 verhouding steeds extra respondenten gerekruteerd voor elk antwoord dat de opdrachtgever van te lage kwaliteit acht. We vragen de opdrachtgever om dit liefst ook al te monitoren tijdens het veldwerk, zodat we snel kunnen bijsturen en eventuele effecten van (politieke of maatschappelijke) gebeurtenissen tijdens het veldwerk gelijk kunnen houden voor alle deelnemers.

De hele periode dat het online veldwerk loopt, wordt de respons dagelijks opgevolgd. Op die manier houden we nauwlettend in de gaten dat de beoogde doelen ook op doelgroepen die moeilijker te bereiken zijn worden behaald. Daarbij worden ook tijdens de datacollectie al kwaliteitscontroles uitgevoerd. Wij voorzien ook regelmatige updates voor de opdrachtgever tijdens het veldwerk en staan uiteraard altijd klaar om vragen te beantwoorden. Tijdens het veldwerk krijgt de opdrachtgever, indien dat gewenst is, toegang tot een online dashboard waarbij de status van het veldwerk real-time gevolgd kan worden.

Deze controles gebeuren, zoals reeds aangegeven, ook al tijdens de datacollectie, zodat we bij het afsluiten van het veldwerk een integraal kwalitatief hoogwaardige dataset overhouden. 'Verdachte' antwoorden worden niet meegenomen in de steekproef. We sluiten het veldwerk pas af als we een integraal kwalitatief hoogwaardige dataset hebben die als dusdanig is goedgekeurd door de opdrachtnemer. Daartoe vragen we, indien de survey niet op onze eigen systemen draait, aan de opdrachtgever een realtime login op zijn surveysoftware zodat we deze kwaliteit kunnen monitoren.

Weegfactoren om de incorrecties op te vangen

De gangbare praktijk om vertekeningen in de data die de representativiteit beïnvloeden weg te werken is om gebruik te maken van weegfactoren. Meest klassieke zijn de socio-demografische weegfactoren gebaseerd op variabelen zoals geslacht, leeftijd of opleiding. Maar ook technieken die meer model-gebaseerd zijn maken opgang, zoals bijv. wegingen gebaseerd op propensity modeling (Rosenbaum & Rubin, 1983; Rosenbaum, 1987), waarbij eveneens gebruik gemaakt wordt van weegfactoren o.b.v. attitudes en/of gedrag of sample matching (Rivers, 2007), waarbij gebruik gemaakt wordt van een zogenaamde “gold standaard” als referentiepunt om uit een database (i.c. de panel database) een “juiste” sample (lees: met verdelingen zoals in de populatie) te trekken om uit te nodigen voor een onderzoek. Indien gewenst kunnen wij eveneens voorzien in ondersteuning bij de weging van de data achteraf.

6 COMMUNICATIE

Ons systeem is een eigen ontwikkeld platform dat gekoppeld is aan een rapportagetool die gebouwd werd in Shiny Apps. Er draaien automatische processen op het systeem (in R) die de kwaliteit monitoren. De uitwisseling van gegevens verloopt via een beveiligde server (paswoord protected). Wij kunnen data ontvangen en opleveren in elke gewenste vormaat (csv, R, SPSS...).

Respondenten kunnen hun eigen panelgegevens updaten via een eigen login op hun profielpagina. Daar kunnen ze eveneens al hun privacyrechten uitoefenen. De Bpact panelleden worden daar ook regelmatig uitgenodigd om dit te doen en hun gegevens up-to-date te houden.

Ook vandaag communiceren we zo al heel wat met onze panelleden. Zie <https://bpact.be/nieuws/> en <https://bpact.be/fr/nouvelles/>. Dergelijke resultaten worden ook in onze communicatie naar panelleden opgenomen via onze panelnieuwsbrieven.

7 PRIVACY EN GDPR

Bpact respecteert vanzelfsprekend de Belgische wetgeving en de ESOMAR richtlijnen ter zake. De vragenlijsten en gegevens uit de bevragingen worden anoniem verwerkt. Dit wordt ook nadrukkelijk vermeld in de vragenlijst. We werken conform de GDPR-wetgeving werken, zowel wat betreft de beveiliging, de opslag van de data en het verstrekken van gegevens naar derde partijen toe. Met betrekking tot de GDPR-wetgeving, nemen we de volgende maatregelen. Naar de respondent toe, geven we bij de aanvang van de enquête duidelijk en in eenvoudige taal aan:

- welke gegevens we verzamelen
- waarom we deze gegevens verzamelen
- hoe we de gegevens zullen bewerken
- wie toegang heeft tot de gegevens
- hoe lang we de gegevens zullen houden
- hoe ze bij vragen rond data privacy contact kunnen opnemen met de data protection officer.

Daarna heeft de respondent de vrije keuze al dan niet deel te nemen aan de enquête. Anders gesteld: de respondent kan enkel deelnemen aan de enquête mits zijn uitdrukkelijke goedkeuring. De privacystatement van Bpact is terug te vinden op de onderstaande URL's:

- <https://bpact.be/fr/declaration-de-vie-privée-de-bpact/>
- <https://bpact.be/nl/privacyverklaring-bpact/>

8 ENKELE REFERENTIES



Hoe ervaren enkele opdrachtgevers onze meerwaarde?

<i>"Voor intern en extern gebruik is de kwaliteit van de data die door Bpact verzameld wordt minstens zo belangrijk als de samenwerking. De representativiteit en de gezonde wetenschappelijke basis van het geleverde werk geeft daarom aan ons als studiedienst de zekerheid en het vertrouwen die we hiervoor nodig hebben."</i> Paolo De Francesco, Hoofd studiedienst Gezinsbond	 Universiteit Antwerpen	<i>"Het valt op dat Bpact zich naadloos beweegt op het kruispunt van commercieel denken en beleidsvorming. Er was een groot wederzijds vertrouwen en transparantie in het partnership. Wij zullen zeker in de toekomst nog samen projecten realiseren."</i> Thomas Klein, Digital Director, Bridgeneers	 Ads & Data
 Gezinsbond	<i>"De kwaliteit van de antwoorden op de open vragen van het Bpact-panel was opmerkelijk goed. Dat was in andere panels vaak niet het geval."</i> Prof en sr. onderzoeker Ine Goovaerts, UAntwerpen	 Bridgeneers	<i>"We zijn uiterst tevreden over de samenwerking en de behaalde resultaten, en onze eindklanten delen die tevredenheid"</i> Thomas Buytaert, Content producer Ads&Data

Selectie van enkele projecten in 2026 tot dusver:

- De Stemming / La Voix (2026) – In samenwerking met Universiteit Antwerpen en ULB (onder leiding van prof. dr. S. Walgrave), in opdracht van De Standaard, VRT & RTBF
- Gezinsbarometer (2026) – In samenwerking met De Gezinsbond
- Maandelijkse mobiliteitsbarometer (2026) over vervoersmodi in België - in samenwerking met VIAS institute
- Veldwerk over de mening en houding van Brusselaars tegenover een deliberatieve commissie - in samenwerking met prof. Dr. Jean-Benoît Pilet (ULB) (2026)
- Bevraging over noodpakketten bij Vlamingen - in samenwerking met Rode Kruis Vlaanderen (2026)
- Imago van de Leiestreek als toeristische bestemming (2026) – In samenwerking met Westtoer
- ...