

# Een kei in evalueren

**Werkboek evalueren in de  
gezondheidsbevordering**

**Saidja Steenhuyzen, Veerle Stevens**

Met medewerking van:

**Kim Schutters (Logo Limburg)**  
**Ragnar Van Acker (VIGeZ)**

Met dank aan:

**Marieke De Craemer (Bewegings- en Sportwetenschappen, UGent)**  
**An Lebacqz (VIGeZ)**  
**Olaf Moens (VIGeZ)**

## Inleiding

Dit werkboek is bedoeld voor elkeen die zijn of haar inspanningen voor het bevorderen van gezondheid naar waarde wil schatten. Of dat nu een project, een actie, een product, een samenwerking, een interventie of een dienstverlening is.

Er bestaan over evalueren van gezondheidsbevordering hardnekkige opvattingen, die gaan van onwetenschappelijk tot weinig bruikbaar. Maar geen van beide hoeft waar te zijn. Evalueren is immers géén passief gebeuren. Het doel is uitgerekend een nieuwe impuls voor het project, een dienst, een samenwerking, ... Bij een degelijke evaluatie gaan evalueren en actie nemen hand in hand.

En daarover gaat dit werkboek. Het doet het evaluatieproces van a tot z uit de doeken en biedt een denkkader dat helpt om het overzicht te houden op alle beslissingen die een evaluatie vereist. Met maar één doel voor ogen: een nieuwe actie!

Dit werkboek behandelt niet de methodologische en statistische achtergronden die nodig zijn bij het verwerken van evaluatiegegevens of het opstellen van meetinstrumenten. Beide thema's komen eerder beperkt aan bod, en zijn gebaseerd op vragen die ons vanuit de praktijk bereiken. Wie meer wil weten, verwijzen wij graag door naar de vele, reeds bestaande publicaties over deze onderwerpen.

*Dit is een werkboek om meer en beter te evalueren!*

*Alvast succes.*

## Inhoud

<b>1. Wat is evalueren?</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Casus: 10.000 stappen Vlaanderen</b> .....	<b>7</b>
<b>3. Projectmatig werken en evalueren</b> .....	<b>9</b>
A. Fasenmodel .....	9
B. Fasen in levensloop van projecten .....	10
<b>4. Soorten evaluaties</b> .....	<b>12</b>
A. Effectevaluatie .....	12
B. Procesevaluatie .....	12
C. Productevaluatie .....	13
D. Economische evaluatie.....	13
<b>5. RE-AIM</b> .....	<b>15</b>
A. Wat is RE-AIM? .....	15
B. Overzichtstabel .....	16
C. Situering in fasen/levensloop van projecten .....	21
D. Casus: 10.000 stappen in Vlaanderen .....	22
<b>6. Stappenplan</b> .....	<b>23</b>
<b>7. STAP 1: Evaluatiematrix opmaken</b> .....	<b>25</b>
A. Projectdoelstellingen .....	27
1. Model van Nutbeam.....	27
2. Voorbeeld case: 10.000 stappen Vlaanderen .....	28
B. Evaluatiedoelen.....	29
1. Smart .....	29
2. Voorbeeld case: 10.000 stappen Vlaanderen .....	31
C. Methode.....	31
1. Design .....	32
2. Bronnen.....	34
3. Cijfers of woorden .....	34
D. Selectie deelnemers .....	37
1. Aantal deelnemers.....	37
2. Selectiemethode.....	38
E. Uitvoerder .....	39
F. Tijdslijn .....	39
G. Budget .....	40
H. Overleggen en kiezen .....	40
I. Evaluatiematrix: casus 10.000 stappen.....	42
<b>8. STAP 2: Meetinstrumenten</b> .....	<b>46</b>
A. Bestaand instrument benutten .....	46
B. Eigen meetinstrument ontwikkelen .....	47
<b>9. STAP 3: Gegevens verzamelen</b> .....	<b>50</b>
A. Voorbereiding van de gegevensinzameling .....	50
B. Gegevensinzameling .....	52
<b>10. STAP 4: Gegevens analyseren en interpreteren</b> .....	<b>54</b>
A. Data klaarmaken voor verwerking.....	54
1. Kwantitatieve data.....	54
a. Codeboek creëren .....	54
b. Datamatrix opmaken .....	55

c.	Data ingeven .....	55
d.	Data zuiveren.....	56
2.	Kwalitatieve data .....	56
a.	Data uitschrijven .....	56
b.	Trefwoordenlijst opstellen .....	56
c.	Woorden omzetten in cijfers .....	56
B.	Data analyseren.....	57
3.	Kwantitatieve data.....	57
a.	Beschrijvende analyses.....	57
b.	Toetsende analyses.....	58
4.	Kwalitatieve data .....	59
a.	Beschrijvende analyses.....	59
b.	Toetsende analyses.....	60
5.	Data interpreteren.....	60
a.	Interpretatie aan de hand van statistische testen .....	61
b.	Interpretaties 'met het blote oog' .....	62
<b>11.</b>	<b>STAP 5: resultaten voorstellen .....</b>	<b>64</b>
<b>12.</b>	<b>STAP 6: Actie! .....</b>	<b>66</b>
<b>13.</b>	<b>Literatuur.....</b>	<b>68</b>

## 1. Wat is evalueren?

### EVALUEREN

is het verzamelen van gegevens over een interventie, materialen, project,... op een betrouwbare en valide wijze om er een *waarde* aan toe te kennen en zo beslissingen te nemen over die interventie, dat materiaal of project.

*Om praktische redenen wordt verder in de tekst enkel de term 'project' gebruikt. Deze is doorgaans vervangbaar door interventie, programma, materialen, enzovoort. En heeft zowel betrekking op grote als op kleine projecten.*

- = beoordelen, waarderen, doorlichten, nabespreken
- = het proces van 'meten' wat bereikt is en hoe het werd bereikt
- = vergelijken van een resultaat met een aanvaarde standaard

Evalueren houdt meer in dan nagaan of de uitkomsten van het project behaald werden. Een goede evaluatie bezorgt je ook inzicht in waarom het project en de onderdelen ervan al dan niet succesvol zijn. Het laat ook toe om het project bij te sturen en biedt je leerpunten voor de toekomst.

Vaak wordt de evaluatie ervaren als het minst leuke onderdeel van een project. Ook omwille van beperkte tijd en budget krijgt dit projectonderdeel vaak minder aandacht dan het verdient.

Maar ... om te evalueren is er steeds een goede reden. Het gebeurt

- om de inspanningen tijdens een project zichtbaar te maken
- om delen uit het project bij te sturen
- om de geschiktheid van het project na te gaan
- om het gebruik van het project te kennen
- om de kwaliteit van de acties te verhogen
- om het succes van het project te benoemen
- om de steun voor het project te verhogen
- om de weerstand tegenover het project te begrijpen
- om tegenstand te temperen
- om zich te verantwoorden ten aanzien van belanghebbenden
- om extra fondsen te genereren
- om kansen voor verdere acties te maximaliseren
- ...

Kortom, evalueren is géén passief gebeuren. Het eindproduct is géén rapport of presentatie. Een degelijke evaluatie helpt de juiste beslissingen te nemen over het project. En leidt zo tot een **nieuwe actie!** Wat ontstaat of verandert door de evaluatie: dat is cruciaal.

## 2. Casus: 10.000 stappen Vlaanderen

In het werkboek zullen we de verschillende aspecten toelichten aan de hand van een concreet project. Hiervoor maken we gebruik van 10.000 stappen. Dit project werd al uitgebreid geëvalueerd. De evaluatie ervan is sterk toegepast op de principes die in dit werkboek worden beschreven.



De aanleiding tot dit 'implementatie- en uitvoeringsproject' (zie verder p. 6) was het eerdere succesvolle pilootproject '10.000 stappen Gent', een project om laagdrempelige en dagelijkse beweging bij volwassenen te promoten. Wetenschappelijk onderzoek toonde aan dat het pilootproject na één jaar (2005-2006) tot een toename leidde van 8% meer inwoners die de 10.000 stappennorm haalde, terwijl er een lichte achteruitgang was bij inwoners van een vergelijkbare regio waar het project niet werd

toegepast (De Cocker, De Bourdeaudhuij, Brown, Cardon, 2007).

Wegens het succes van het pilootproject werd aan het Steunpunt Cultuur, Jeugd en Sport (CJS) in eerste instantie de opdracht gegeven om het project bekend te maken bij gezondheidsdiensten, sportdiensten en ziekenfondsen in 2008. In 2009 kreeg het project door minister Vandeurzen bijkomend een drie jaar durende coördinatorschap (UGent) en ondersteuning van de Logo's om de lokale verspreiding en kwaliteit van implementatie te ondersteunen. Na drie jaar kon 10.000 stappen een vaste methodiek worden van het actieplan voeding & beweging indien de evaluatie wees op een methodiek met positieve globale impact in Vlaanderen.

Er worden 9 wetenschappelijk onderbouwde *projectpijlers* door '10.000 stappen' aanbevolen om de kans op gedragsverandering bij de volwassen bevolking van een 'community' of gemeenschap te optimaliseren. De projectpijlers zijn dan ook een referentie voor een volwaardige uitwerking of implementatie van '10.000 stappen'.

<i>Projectpijlers gericht op individu</i>	<i>Projectpijler gericht op omgeving</i>
Verkoop en verhuur van pedometers	Intersectorale partnerschappen
Concrete acties in lokale gemeenscha	Affiches op publieke plaatsen
Folders in publieke plaatsen	Signalisatieborden/ baanaffiches
Media inzetten	Persoonlijk contact met Vlaming
Website promoten	

### Projectdoelstellingen

**Hoofddoel:** het project 10.000 stappen Vlaanderen (officiële naam: Wijken in Beweging) heeft na 3 jaar een positieve globale impact gehad op het niveau van zowel Vlamingen als intermediairs (gezondheidsdiensten, sportdiensten en ziekenfondsen). 10.000 stappen Vlaanderen past binnen de nieuwe Vlaamse gezondheidsdoelstelling: het realiseren van gezondheidswinst op bevolkingsniveau door een stijging van het aantal mensen dat voldoende fysiek actief is, evenwichtig eet en een gezond gewicht nastreeft (Vandeurzen, J., 2009).

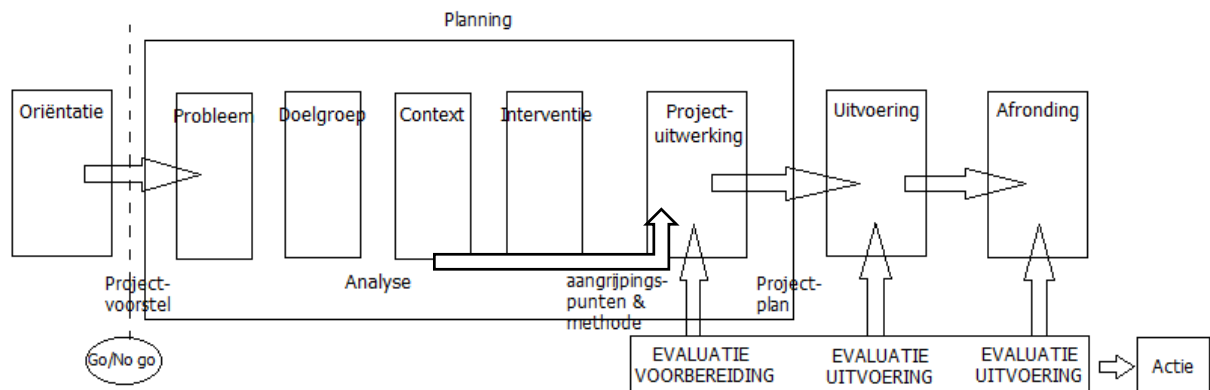
1. **Operationele doelstelling 1:** het project wordt via bovenlokale en lokale netwerking bekend gemaakt bij alle gezondheidsdiensten, sportdiensten, en ziekenfondsen.

2. **Operationele doelstelling 2:** via bovenlokale en lokale netwerking met deze lokale actoren wordt het project op ruime schaal toegepast. De wetenschappelijke onderbouwing van het project wordt ook tijdens de implementatie bewaakt en opgevolgd (projectcomponenten).
3. **Operationele doelstelling 3:** er wordt zichtbaarheid bij de bevolking gecreëerd met als doel bewustwording van het concept 10.000 stappen.
4. **Operationele doelstelling 4:** via het laagdrempelig concept van 10.000 stappen worden Vlamingen aangezet actiever door het leven te gaan door onder meer bewegingsperiodes in de dagelijkse levensstijl te integreren.



### 3. Projectmatig werken en evalueren

#### A. Fasenmodel



*De plaats van evaluatie in het fasenmodel voor projectmatig werken (gebaseerd op Scheerder, et al., 2003).*

Een project opzetten en uitvoeren is complex. Het kan eenvoudiger door een projectmatige aanpak. Evalueren is daarin geen afzonderlijke stap. Het krijgt een plaats in meerdere fasen van het projectmatig werken.

Een project start met de **oriëntatie**. Deze fase verkent het probleem. Ze gaat de ernst ervan na, overweegt mogelijke oplossingen en toetst de randvoorwaarden. Deze stap leidt tot een *projectvoorstel*, dat de grote lijnen van het project afbakt.

De volgende drie stappen gaan over de **planning**. Deze bestaat uit een *detailanalyse* van het gezondheidsprobleem, van de betrokken doelgroep(en), een analyse van de context waarin het project zal plaatsvinden en een analyse van reeds bestaande interventies of projecten. De volgende stap bereidt de *uitvoering* voor. Hij specificeert de inhoudelijke keuzes (o.m. doelstellingen, methode, doelgroep,...) en stelt de organisatie van de uitvoering op punt (vb. timing, budget,...). Tegelijk wordt de evaluatie opgestart.

Een evaluatie begint dus **vóór** de eigenlijke uitvoering van het project en **ná** het opstellen van de projectdoelen en methodes. Dit vermijdt dat er voor of tijdens de activiteiten informatie die bruikbaar is om het project te beoordelen, verloren gaat. Deze drie stappen in de planning bepalen bijgevolg niet alleen de kwaliteit van het project, maar ook die van de evaluatie. Tijdens de evaluatievoorbereiding wordt er het hoe, wat, waar en wanneer vastgelegd. Dit resulteert in een evaluatieplan.

Na de planning volgt de fase van **uitvoering**. Hier start ook de uitvoering van de evaluatie. Deze fase volgt de realisatie van het project op en stuurt bij indien nodig.

De laatste fase is de **afronding**. Ze gaat na in welke mate de einddoelen van het project bereikt zijn. En vooral wat de aanbevelingen zijn om de resultaten van het project te verankeren, op grotere schaal te implementeren, meer te nuanceren of bij te sturen.

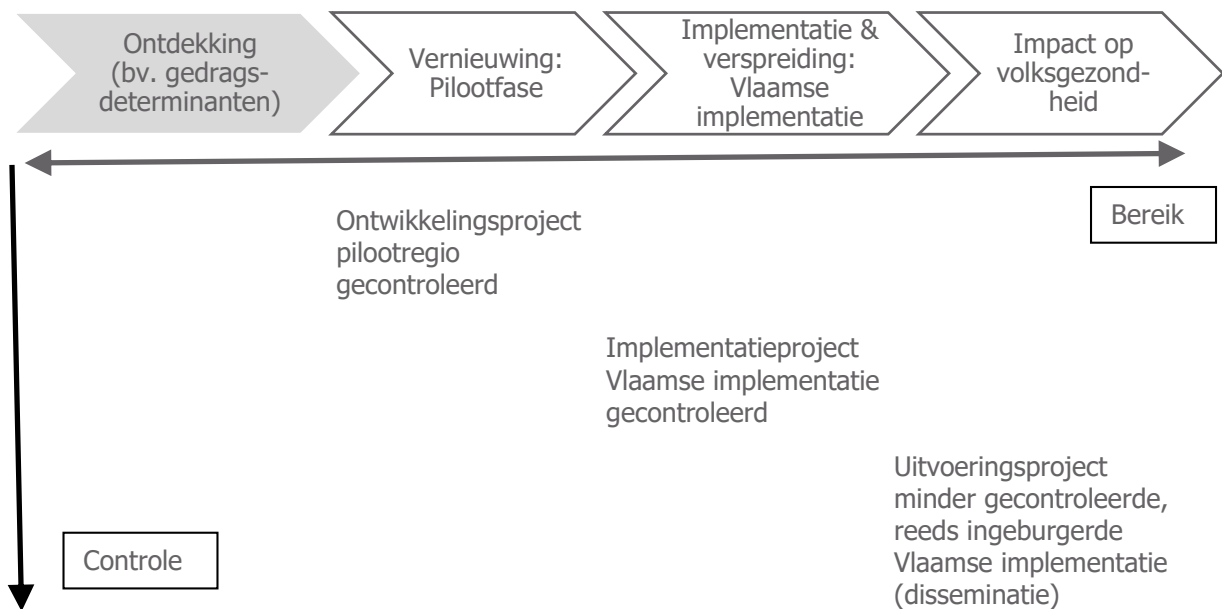
### Evaluaties van hoge kwaliteit:

- zijn voorbereid tijdens de planningsfase, dus vóór de uitvoering van een project, maar ná het opstellen van de projectdoelen en methodes
- vinden plaats tijdens de fase van uitvoering en afronding
- leiden steeds tot een nieuwe actie

## B. Fasen in levensloop van projecten

Om een significante impact op gedrag en volksgezondheid te krijgen, moeten vernieuwende interventies/methodieken eerst uitgetest worden, en bij bewezen bruikbaarheid en effecten ga je over tot een brede uitrol van het project.

Binnen de verschillende soorten projecten is telkens een evaluatie nodig om tot een volgende fase te kunnen overgaan.



**Bereik neemt toe, controle neemt af**

- **Ontwikkelingsproject:** een nieuwe methodiek wordt uitgedacht en een eerste keer uitgetest door middel van een pilootstudie. Deze testing bestaat uit een eerste keer het volledige project doorlopen in een gecontroleerde en beperkte setting.  
Voorbeeld: pilootproject 10.000 stappen in Gent: project wordt enkel uitgerold in Gent
- **Implementatieproject:** het project wordt in een bredere setting geïntroduceerd. De projecthouder heeft wel nog steeds controle op de uitvoering van het project.  
Voorbeeld: 10.000 stappen in Vlaanderen: project wordt uitgerold in heel Vlaanderen maar het is nog steeds de projecthouder die controle behoudt over de manieren van bekendmaking en uitvoering.

- **Uitvoeringsproject:** de methodiek wordt breed, bij voorkeur in heel Vlaanderen, verspreid en heeft de projecthouder minder controle over de uitvoering ervan. Het project wordt echter nog steeds gemonitord (en eventueel gecoördineerd) en evaluatie is nog steeds mogelijk. Voorbeeld: 10.000 stappen Vlaanderen is onderdeel van het actieplan voeding & beweging: de implementatie gebeurt volgens vastgelegde structuren en niet meer op initiatief van de projecthouder.

Per fase zal er verder in dit handboek verduidelijkt worden welke soort of welk onderdeel van de evaluatie van belang is.

Naast de drie soorten projecten, is er ook nog een coördinatieproject uitgevoerd mogelijk. Hierbij wordt een nieuwe soort van coördinatie of nieuwe samenwerking tussen partners opgezet en onderzocht.

Tenslotte kan je ook een evaluatieproject uitvoeren. Hierbij is uiteraard de evaluatie het doel van het project.

(Een onderzoeksproject, waarbij het probleem nog via onderzoek moet bepaald worden, zal geen evaluatie bevatten.)

## 4. Soorten evaluaties

Naargelang de vragen waarop de evaluatie een antwoord wil bieden, worden deze opgedeeld in 'soorten' evaluaties. Deze werden al aangehaald in de vorige versie van "Een kei in evalueren" en zijn ondertussen geïntegreerd in de sector van gezondheidsbevordering. Terwijl we met dit handboek de focus willen leggen op het gebruik van het RE-AIM model (zie hoofdstuk 5), vinden we het belangrijk dit vertrouwd begrippenkader te herhalen en te verwerken in het nieuwe model. Allereerst zullen we deze verschillende soorten uit de doeken doen, waarna we ze in hoofdstuk 5 kort kunnen kaderen binnen RE-AIM.

### A. Effectevaluatie

Een effectevaluatie meet de uitkomsten van het project. Je meet de invloed van het project op de doelgroep of op de omgeving. Zijn de vooropgestelde doelen en gewenste effecten behaald? Het effect van een project meten veronderstelt ook het hanteren van normen over wat effectief is (bijvoorbeeld de aanbevelingen van de actieve voedingsdriehoek, de bewegingsnorm van 30 minuten matig intensief beweging per dag, ...). Daarnaast is het belangrijk realistische doelstellingen te formuleren.

#### EFFECTEVALUATIES

Aan de hand van een effectevaluatie

- stel je vast of een project de vooropgestelde doelen heeft bereikt; veranderingen in gezondheid, in gedrag, omgeving, sociale invloed, attitude, vaardigheden, zelf-effectiviteit, deskundigheid, ...
- verwerf je meer inzicht in het project en haar methoden. Bedenk dat mislukkingen even informatief zijn!
- kan je de neveneffecten van een project meten
- kan je een project vergelijken met andere projecten
- breid je de kennis over effectieve gezondheidsbevordering uit
- ...

### B. Procesevaluatie

Een procesevaluatie richt zich niet op de uitkomsten van het project. Het analyseert veeleer de manier waarop die resultaten tot stand zijn gekomen. Verder helpt het te verklaren waarom het project al dan niet succesvol is. Een procesevaluatie peilt bovendien naar het gebruik, het bereik en de kwaliteit van een project. Daarbovenop kan het je helpen om bepaalde zaken bij te sturen tijdens het project.

## PROCESEVALUATIES

Aan de hand van een procesevaluatie leer je

- of de verschillende delen van het project degelijk zijn uitgewerkt
- of het project wordt uitgevoerd zoals vooropgesteld
- of gebruikers van het project moeilijkheden ondervinden
- waar de barrières voor een optimaal gebruik zitten
- of het project het juiste publiek bereikt
- hoe meer rekening te houden met de behoeften van de doelgroep
- hoe het project tussentijds bij te sturen
- beter te begrijpen waarom een project al dan niet effect had
- hoe de toekomstige planning te verbeteren
- ...

### C. Productevaluatie

Een productevaluatie beoogt een uitspraak te doen over de (delen van een) product(en) uit het project. Bijvoorbeeld een folder, spel, test met advies, handleiding. Een productevaluatie wordt vaak uitgevoerd tijdens de ontwikkeling van het product (nog vóór de pilootstudie). Uiteraard is een productevaluatie nog steeds nuttig nadien, eens het project geïmplementeerd wordt.

## PRODUCTEVALUATIE

Aan de hand van een productevaluatie

- krijg je inzicht in de tevredenheid van de respondent over de inhoud van het product (of deze duidelijk is, aangepast aan het doelpubliek, boeiend, bruikbaar, ...)
- krijg je inzicht in de tevredenheid van de respondent over de vorm van het product (aandachtstrekker, lay-out, illustraties, ...)
- krijg je inzicht in de tevredenheid van de respondent over de organisatorische aspecten van het product (inschrijvingsmodaliteiten, kostprijs, tijdsduur, ...)
- kan je het product optimaliseren voor je het definitief maakt

### D. Economische evaluatie

Een laatste vorm van evalueren is de economische evaluatie. Deze vorm van evaluatie heeft al een traditie binnen medische interventies, maar minder binnen gezondheidsbevordering. Een economische evaluatie gaat na tegen welke kosten er welke gezondheidswinst wordt verkregen met de interventie. Hierbij kunnen verschillende interventies tegen elkaar worden afgezet en kan er gezocht worden naar het beste alternatief, de meeste gezondheidswinst tegen de minste kosten.

Om een goede kwaliteitsvolle economische evaluatie uit te voeren, zijn er een aantal zaken nodig. Zo moet je je kunnen baseren op goede, kwaliteitsvolle effectiviteitsstudies. Bij medische interventies wordt er hier meestal gekeken naar randomized control trials. Bovendien moeten er ook goede, kwaliteitsvolle studies over de link tussen leefstijl-, gedragsdeterminanten en/of gedragingen en 'reduced risk of diseases/mortality' (gedaald risico op ziekte of dood) voor handen zijn. Hierbij zijn epidemiologische

cijfers over deze risico's, mortaliteitscijfers, enzovoort noodzakelijk. Een derde noodzakelijk aspect is informatie over de kosten van de interventie (inclusief lange termijn kosten indien de interventie blijft lopen), ziekte-gerelateerde kosten, indirecte kosten (kosten van neveneffecten, beïnvloedende factoren) en intersectorale kosten.

Deze benodigheden om een goede, kwaliteitsvolle economische evaluatie te kunnen uitvoeren, brengt binnen de gezondheidsbevordering echter enkele methodologische moeilijkheden met zich mee (Weatherly, H., M. Drummond, et al. (2009); de Wit, G. A., L. Tariq, et al. (2010); de Wit, G. A., A. W. M. Suijkerbuijk, et al. (2012); Hale, J. (2000)).

De uitkomstmaat uitdrukken in QALY's (quality adjusted life years) is problematisch voor gezondheidsbevordering. Deze maat is vaak te ongevoelig om veranderingen door (één) gezondheidsbevorderende interventie(s) op te pikken. Gezondheidseffecten van gezondheidsbevordering zijn pas op lange termijn zichtbaar, dit tegenover de korte termijn bij medische interventies. Bovendien zijn er meerdere uitkomsten mogelijk bij gezondheidsbevorderende interventies (op organisatie-, settingniveau; zie ook verder bij RE-AIM, model van Nutbeam) die niet worden meegenomen in deze uitkomstmaat. Er kan wel afgeweken worden van de uitkomstmaat QALY's en gekeken worden naar tussentijdse uitkomsten (bijv. gedragsverandering).

Resultaten binnen gezondheidsbevordering kunnen ook moeilijk gegeneraliseerd worden aangezien zij vaak afhangen van lokale factoren en situaties.

De criteria waarop economische evaluaties zijn gebaseerd zijn efficiëntie en effectiviteit, maar er wordt geen rekening gehouden met rechtvaardigheid of gelijkheid ("equity"). Binnen een werking met extra aandacht voor kansengroepen is dit een minpunt.

Bij het berekenen van kosten voor gezondheidsbevorderende interventies kan het ingewikkeld worden. Net door de indirecte werking van deze interventies op gezondheidseffecten kunnen erg veel indirecte kosten ingebracht worden. Bovendien speelt het lange termijn effect hier sterk in het nadeel aangezien bij economische evaluaties kosten en voordelen op lange termijn worden geherwaardeerd in negatieve zin om zo kortetermijneffecten te bevoordelen.

Naast deze methodologische moeilijkheden zijn economische evaluaties vaak ook nog kostelijk en tijdrovend. Dit maakt een economische evaluatie moeilijk om uit te voeren.

Daarom geven we graag de aanbeveling van De Wit (2012) mee: "meer informatie over kosten toevoegen aan bestaande evaluaties". Binnen het volgende hoofdstuk, waar we een handige leidraad voor evalueren bespreken, zal dit dan ook aan bod komen.

## 5. RE-AIM

### A. Wat is RE-AIM?

RE-AIM (ontwikkeld door Glasgow en collega's (1999)) is ontstaan om de kwaliteit, snelheid en impact van projecten binnen de gezondheidsbevordering te verbeteren. De verschillende letters staan hierbij voor de verschillende dimensies van een project. Binnen het RE-AIM model wordt er op twee niveaus gefocust, namelijk op setting (niveau van de intermediair) en op individu (niveau van de burger).

**RE-AIM** kan als een checklist dienen om de evaluatie op te bouwen. Op deze manier is de onderzoeker er zeker van dat voldoende aspecten binnen de evaluatie worden bevestigd om het project volledig te beoordelen op kwaliteit, implementeerbaarheid en impact.

**R** - REACH: Hierbij wordt het *bereik* van het project op individueel niveau bekeken. Het absolute aantal, proportie en representativiteit van individuen die participeren in het project. Een bevraging bij de niet-deelnemers kan duidelijkheid brengen over de succesfactoren en barrières van deelname.

**E** - EFFECTIVENESS / EFFICACY: Binnen de dimensie *effectiviteit* wordt de impact van het project gemeten op gezondheid, gedrag, gedragsdeterminanten, veranderingen in attitude, intentie tot gedragsverandering, vaardigheden, zelf-effectiviteit, .... Deze verwachte effecten werden vastgelegd in de projectdoelstellingen. De effectiviteit kan zowel op het niveau van de intermediair (bijv. deskundigheidsbevordering) als op die van de burger (bijv. attitude, gedragsverandering) gemeten worden. Binnen deze dimensie kunnen ook bepaalde neveneffecten of negatieve effecten aan het licht komen. Daarnaast wordt nagegaan of de behaalde effecten veralgemeenbaar zijn naar het volledige doelpubliek.

**A** - ADOPTION: Hierbij wordt het *bereik* op setting/intermediair niveau bekeken. Het absolute aantal, proportie en representativiteit van organisaties die participeren in het project. Een bevraging bij de niet-deelnemende organisaties kan duidelijkheid brengen over de succesfactoren en barrières van deelname.

**I** - IMPLEMENTATION: De dimensie *implementatie* situeert zich zowel op het individuele als op setting niveau. Op het niveau van de burger wordt er nagegaan welke producten binnen het project door de einddoelgroep zijn gebruikt en of dit gebruik veralgemeenbaar is naar het volledige doelpubliek. Op setting niveau wordt dieper ingegaan op het implementatieproces. Welke van de ondersteuningsmaterialen of andere werkzame elementen zijn en moeten minimaal worden geïmplementeerd. Ook succesfactoren en barrières van een kwaliteitsvolle implementatie komen aan bod. Zoals eerder gemeld is het mogelijk hier een deel van een economische evaluatie op te nemen door ook de tijds- en kosteninvestering van het project mee te nemen als evaluatie-indicator.

**M** - MAINTENANCE: Tenslotte focust ook de dimensie *verankering* zich zowel op het individuele als op het setting niveau. Deze dimensie wordt meestal gemeten nadat het project een tijd is uitgerold, en focust dus op lange termijn doelstellingen. Op beide niveaus wordt er gekeken of de effecten, gemeten binnen de dimensie effectiviteit, behouden blijven. Ook de deelnamegraad van zowel individuen als intermediairs wordt bijgehouden. Binnen de deelnemende organisaties wordt tenslotte de verankering van het project binnen de eigen werking nagegaan.

Als we deze vijf dimensies situeren binnen de doorlooptijd van een project, merken we al snel dat deze niet in de bovenstaande volgorde aan bod komen. Allereerst heb je organisaties nodig die het project willen dissemineren en implementeren en focus je dus op de dimensie adoptie (adoption). Voor het project van start kan gaan is er ook een deelname bij het individuele doelpubliek nodig en focussen we op de dimensie bereik (reach). Vervolgens gaan we over naar de dimensie implementatie

(implementation), tijdens de uitvoering van het project. Om uiteindelijk na het project de effectiviteit (effectiveness) te gaan meten. Op langere termijn kan er dan ook nog de dimensie verankering (maintenance) geëvalueerd worden.

## Verloop project volgens RE-AIM

### (A) ADOPTIE – (R) BEREIK – (I) IMPLEMENTATIE – (E) EFFECTIVITEIT – (M) VERANKERING

#### B. Overzichtstabel

Onderstaande tabel geeft de verschillende dimensies van RE-AIM weer met telkens de bijhorende vragen die in de evaluatie voor deze dimensie kunnen gesteld worden, het niveau waarop gemeten wordt en de eigenlijke aspecten die worden gemeten. In de kolom "beïnvloedende factoren" vinden we de aspecten terug die een invloed kunnen hebben op de resultaten van de evaluatie voor de desbetreffende dimensie. Tenslotte zijn er ook nog enkele verbeterstrategieën, om de verschillende dimensies bij te sturen.

Deze tabel is niet op te vatten als een wetmatigheid bij de evaluatie van gezondheidsbevorderende projecten. Deze tabel dient als checklist bij het opstellen van het evaluatieplan voor je project. Daarbij kunnen sommige aspecten niet toepasbaar of niet belangrijk zijn voor jouw specifieke evaluatie.

Binnen de overzichtstabel kan je bij sommige dimensies de aanduiding 'Lage SES reflex' terugvinden. Dit wijst op aandacht voor doelgroepen van lage socio-economische status (SES). Dit is een prioriteit in gezondheidsbevordering en bijgevolg van toepassing op de evaluatie van meerdere RE-AIM-dimensies.

Om de koppeling te maken met de verschillende soorten evaluaties eerder besproken in hoofdstuk 4 zijn deze ook toegevoegd in de overzichtstabel. Zoals daarbij te zien is, betreft voornamelijk een procesevaluatie meerdere dimensies van het RE-AIM model.

De onderstaande overzichtstabel is vertaald en aangevuld vanuit het oorspronkelijke RE-AIM model om te voldoen aan de noodzakelijke eisen van een kwaliteitsvolle evaluatie van projecten binnen de gezondheidsbevordering.

Het is een synthese van het Vlaams Instituut voor Gezondheidsbevordering en Ziektepreventie (VIGeZ) op basis van:

- Center for Training and Research Translation - [www.centertrt.org](http://www.centertrt.org) en UNC Center for Health Promotion and Disease Prevention.
- [www.re-aim.org](http://www.re-aim.org)
- Glasgow R.E., Vogt T.M., Boles S.M. (1999) *Evaluating the public health impact of health promotion interventions: the RE-AIM framework*. American Journal of Public Health, 89(9), 1322-1327
- Van Acker R. (2012). Dissemination and implementation research in physical activity promotion. Doctoraat in de Lichamelijke Opvoeding. Universiteit Gent.
- Schutters K. & Stevens V. (2012). Een kei in evalueren. Werkboek evalueren in de gezondheidspromotie. Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie en Ziektepreventie (VIGeZ).
- Saunders R, Evans M & Joshi P. (2005). *Developing a Process-Evaluation Plan for Assessing Health Promoting Program Implementation: A How-To Guide*. Society for Public Health Education, 134-147.



## RE-AIM kader



### Relevante vragen, niveau, metingen, beïnvloedende factoren en verbeterstrategieën per dimensie



	Stel je de vraag...	Niveau	Meting	Beïnvloedende factoren	Verbeterstrategieën
<b>REACH</b> (bereik bevorderen)	<b>Procevaluatie</b> 1. <b>Welk %</b> van te bereiken doelgroep wil je laten deelnemen? (o.b.v. context-analyse) 2. Zijn de bereikte deelnemers <b>representatief</b> ? <b>Lage SES reflex</b> , geslacht, leeftijd... 3. Wat zijn de <b>kanalen</b> en <b>barrières</b> van deelname?	Individu	1. Formule: aandeel deelnemers binnen het totaal aantal te bereiken personen 2. Vergelijking tussen de deelnemers en het totaal aantal te bereiken personen 3. Kanalen/stimuli en barrières bevragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sterkte van implementatie (bv. subsidies, personeel, en stakeholders)</li> <li>▪ Waargenomen voordelen vs. nadelen</li> <li>▪ Verplichte deelname vs. vrijblijvend (beleid)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leg barrières bloot en zoek oplossingen</li> <li>▪ Vergelijk feedback van deelnemers en niet-deelnemers</li> <li>▪ Voorzie aanpassingen indien nodig en nieuwe ideeën</li> </ul>

<p><b>EFFECT(IVITEIT)</b></p> <p>(positief effect op gedragsdeterminanten of gedrag)</p>	<p><b>Effectevaluatie</b></p>	<p>1. <b>Welke effecten</b> wil je bereiken?</p> <p>2. Zijn er <b>neveneffecten</b>? Bv. impact levenskwaliteit, kosten, negatieve effecten.</p> <p>3. Zijn de effecten <b>veralgemeenbaar</b>? <b>Lage SES reflex</b>, geslacht, leeftijd...</p>	<p>Individu</p>	<p>1. Consequent meten: - indien doelstelling op gedragsniveau → ook gedrag meten! - meting van gedragsdeterminanten geeft je inzichten in het waarom</p> <p>2. Neveneffecten bevragen (+ en -).</p> <p>3. Vergelijking effecten tussen verschillende groepen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evidence-based strategieën = meer kans op succes</li> <li>▪ Intensiteit en kwaliteit van implementatie (cfr. Implementatie)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ontwikkel en voorzie systemen voor (regelmatige) monitoring en documentatie: zelf bevragen of samenwerken met stakeholders of wetenschappelijke instituten.</li> <li>▪ Participatie en input van doelgroep</li> </ul>
<p>(↑ deskundigheid, ↑ verspreiding...)</p>	<p><b>Effectevaluatie</b></p>	<p>1. <b>Welke effecten</b> wil je bereiken?</p> <p>2. Zijn er <b>neveneffecten</b>? Bv. andere positieve effecten, kosten, negatieve effecten.</p> <p>3. Zijn de effecten <b>veralgemeenbaar</b>? Type, ligging, grootte van intermediair...</p>	<p>Setting/ intermediair</p>	<p>1. Consequent meten: definitie 'effect' afstemmen op de doelstelling van je project: - bv. ↑ deskundigheid pre-post - bv. ↑ projectbekendheid bij intermediairs ,, (disseminatie) - bv. ↑ implementatiekwaliteit ,,</p> <p>2. Neveneffecten bevragen (+ en -).</p> <p>3. Vergelijking effecten tussen verschillende soorten intermediairs/organisaties.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evidence-based strategieën (deskundigheidsbevordering)</li> <li>▪ Relevante kanalen en stakeholders</li> <li>▪ Cfr. implementatie (verhoging kwaliteit)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ontwikkel en voorzie systemen voor (regelmatige) monitoring en documentatie: zelf bevragen of samenwerken met stakeholders of wetenschappelijke instituten.</li> <li>▪ Participatie en input van intermediairs/organisaties.</li> </ul>
<p><b>ADOPTIE</b></p> <p>((intentie tot) toepassing bevorderen)</p>	<p><b>Procesevaluatie</b></p>	<p>1. <b>Welk %</b> van de totaal te bereiken organisaties moet de methodiek (willen) toepassen? (o.b.v. context-analyse)</p> <p>2. Zijn deze toepassende <b>organisaties representatief</b>? Type, ligging, grootte van intermediair...</p> <p>3. Wat zijn <b>redenen voor</b> en <b>barrières</b> van toepassing?</p> <p><i>Binnen organisaties:</i></p>	<p>Setting/ intermediair</p>	<p>1. Formule: aandeel toepassers binnen het totaal aantal te bereiken organisaties</p> <p>2. Vergelijking tussen de toepassers en het totaal aantal te overtuigen organisaties</p> <p>3. Succesfactoren en barrières van toepassing bevragen</p> <p>4. Vergelijking tussen de toepassers en het totaal aantal te bereiken personeelsleden binnen de organisatie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Juiste match met de waarden en mate van deskundigheid van de organisaties (voorafgaande productevaluatie)</li> <li>▪ Juiste match met de terreinnoden op dat moment</li> <li>▪ Bewezen effectiviteit</li> <li>▪ Capaciteit van de organisatie: budget en personeel</li> <li>▪ Moeilijkheidsgraad om te implementeren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overleg met de intermediairs tijdens de ontwikkeling en productevaluatie</li> <li>▪ Meer compatibel maken met de waarden en mate van deskundigheid van de organisaties (draagvlak)</li> <li>▪ Begroot en communiceer de verwachte kosten en nodige middelen</li> <li>▪ Voorzie bevorderende maatregelen voor draagvlak binnen de organisaties</li> </ul>

			4. Is het toepassend <b>personeel representatief</b> ? Ervaring, geslacht, ...			
<b>IMPLEMENTATIE</b>  (kwaliteit van implementatie bevorderen)	<b>Procesevaluatie</b>		Setting/ intermediair	Baken de belangrijkste ondersteuningsmiddelen (=interventiecomponenten) eerst af! Bevraag het gebruik en frequentie.  1. Formule: gebruik van de verschillende werkzame elementen t.o.v. totaal aantal elementen  2. Succesfactoren en barrières van implementatie bevragen  3. Suggesties voor aanpassing bevragen.  4. Tijdsinvestering en kosten bevragen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Complexiteit van de methodiek en interventiecomponenten</li> <li>▪ Kenmerken organisatie</li> <li>▪ Kenmerken personeel</li> <li>▪ Kosten (tijd en budget)</li> <li>▪ Planningsproces</li> <li>▪ Rekrutering van individuen en organisaties</li> <li>▪ Samenwerkingsproces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Overleg met de intermediairs tijdens de ontwikkeling en productevaluatie</li> <li>▪ Analyseer implementatie reeds in pilootfase</li> <li>▪ (Meer) aanpassingen maken aan lokale realiteit en noden</li> <li>▪ Vormingen, technische ondersteuning en richtlijnen</li> <li>▪ Monitor implementatie regelmatig</li> </ul>
			Individu	1. Formule: gebruik van de verschillende producten t.o.v. totaal aantal producten  2. Vergelijking tussen de gebruikers van de producten en het totaal aantal te bereiken personen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Waargenomen voordelen vs. nadelen</li> <li>▪ Verplicht gebruik vs. vrijblijvend (beleid)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leg barrières bloot en zoek oplossingen</li> <li>▪ Vergelijk feedback van gebruikers en niet-gebruikers <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voorzie aanpassingen indien nodig en nieuwe ideeën</li> </ul> </li> </ul>
<b>MAINTENANCE</b>  (behoud van effecten bevorderen)	<b>Effectevaluatie</b>		Individu	1. Consequent meten: - indien doelstelling op gedragsniveau → ook gedrag meten! - meting van gedragsdeterminanten  2. Bevraging naar herhaalde deelname.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Blijvende ondersteuning: sociaal, structureel, en beleid</li> <li>▪ Waargenomen voordelen vs. nadelen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Herhaal monitoring en documentatie: zelf bevragen of samenwerken met stakeholders of wetenschappelijke instituten.</li> <li>▪ Ondersteunende maatregelen (sociaal, financieel, beleidsmatig)</li> </ul>

(verankering bevorderen)	<b>Proces -en effectevaluatie</b>	Setting/ intermediair	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formule: aandeel toepassende organisaties binnen het totaal aantal te bereiken organisaties</li> <li>2. Vergelijking tussen toepassende organisaties en het totaal aantal te overtuigen organisaties</li> <li>3. Redenen voor toepassing en barrières bevragen</li> <li>4. Vergelijking tussen de toepassers en het totaal aantal te bereiken personeelsleden</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Waargenomen voordelen vs. nadelen</li> <li>▪ Beschikbare vormingen, technische ondersteuning en richtlijnen</li> <li>▪ Blijvende financiering of subsidies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beperk de kosten en middelen die nodig zijn om de methodiek te kunnen verankeren</li> <li>▪ Complexiteit van de methodiek beperken</li> <li>▪ Aanpasbare methodieken</li> </ul>

© VIGeZ, 2014

### C. Situering in fasen/levensloop van projecten



De verschillende dimensies binnen RE-AIM hebben niet enkel een verschillende prioriteit naargelang het te evalueren project, maar ook naargelang de fase van disseminatie waarin het project zich bevindt.

Bij een ontwikkelingsproject ligt de nadruk op de dimensies effectiviteit en verankering. Aangezien het project slechts in een beperkte en gecontroleerde setting wordt uitgetest, kunnen de dimensies adoptie, bereik en implementatie nog niet ten volle worden uitgevoerd en uiteraard ook niet geëvalueerd. Het is echter belangrijk, voor de toekomst van het project, deze aspecten al mee te nemen en mogelijke negatieve resultaten te anticiperen.

Wanneer een project zich in de implementatiefase bevindt, is het binnen de evaluatie van belang alle RE-AIM dimensies mee te nemen. Ondanks de nog steeds gecontroleerde setting waarin het project wordt uitgevoerd, zal men in deze fase een beter beeld krijgen van hoe het project zou moeten lopen en uiteindelijk ook zal lopen in de uitvoeringsfase.

Wanneer het project kan rekenen op een positieve evaluatie in de implementatiefase, kan het over heel Vlaanderen worden uitgerold en wordt het een uitvoeringsproject. De evaluatie hier zal voornamelijk focussen op de dimensie effectiviteit en nog meer specifiek op het setting niveau. De andere dimensies worden verwacht al uitvoerig gemeten te zijn in het implementatieproject.

Bij een evaluatieproject zijn uiteraard alle dimensies van RE-AIM van belang, aangezien de evaluatie de focus is van het project.

## D. Casus: 10.000 stappen in Vlaanderen



### Adoptie

1. 40 % van de te bereiken organisaties past 10.000 stappen toe.
2. Deze toepassing van 10.000 stappen is veralgemeenbaar naar zowel gezondheids- als sportdiensten, steden en landelijke gemeenten.
3. De barrières voor toepassing zijn gekend.

### Bereik

1. 40 % van de Vlamingen in de toepassende gemeenten is bereikt met 10.000 stappen.
2. De bereikte deelnemers zijn representatief voor de Vlaamse bevolking. Lager opgeleiden worden even goed bereikt als de andere groepen (lage SES reflex).
3. De belangrijkste infobronnen worden opgelijst.

### Implementatie

1. 70 % van de evidence-based projectpijlers (deze zowel gericht op individu als op omgeving) van 10.000 stappen worden geïmplementeerd.
2. De barrières voor implementatie per projectpijler zijn gekend.
3. De nodige tijdsinvestering en kosten worden opgelijst.
4. Aanpassingen aan de methodiek worden geregistreerd en meegenomen voor verbetering bij vernieuwing van het project.

### Effect

1. Vlamingen die 10.000 stappen leren kennen, vertonen een meer gunstige evolutie in attitude/intentie om te bewegen t.o.v. andere Vlamingen.
2. Vlamingen die 10.000 stappen leren kennen, gaan meer bewegingsmomenten in hun dagelijkse leven inlassen.
3. De gevonden effecten zijn veralgemeenbaar naar de gehele Vlaamse bevolking, mede voor lager opgeleiden.

### Verankering

1. De gevonden effecten blijven behouden.
2. 10.000 stappen wordt blijvend toegepast door de te bereiken organisaties.

## 6. Stappenplan

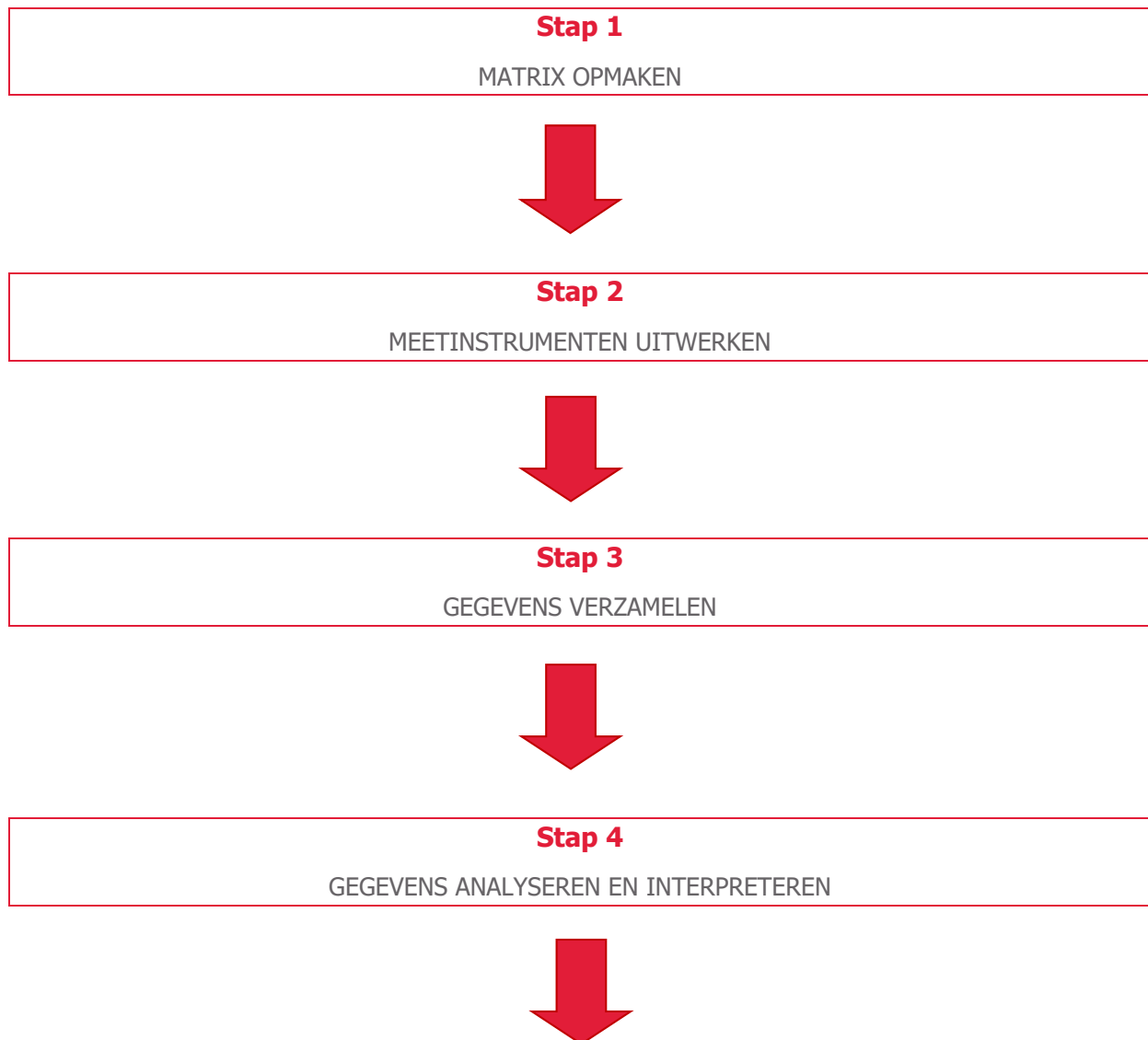
Om de evaluatie van een project in goede banen te leiden, is een **stappenplan** opgemaakt.

De kern van het stappenplan is (uiteeraard) **stap 6: de ACTIE!** Evalueren doe je immers opdat iets of iemand er beter van wordt.

Een evaluatie die eindigt bij **stap 5: presentatie van de resultaten**, beantwoordt niet aan de eisen van een kwaliteitsvolle evaluatie. Stap 5 is een noodzakelijke, maar onvoldoende voorwaarde om daadwerkelijk veranderingen door te voeren.

**Stappen 2, 3 en 4** staan voor het ontwikkelen van meetinstrumenten en het verzamelen, analyseren en interpreteren van gegevens. Deze gegevens zijn nodig om het project of programma te beoordelen.

**Stap 1** is het **voorbereiden van de evaluatie**. Dit doe je aan de hand van de evaluatiematrix. Met een goede planning voorkom je later in het evaluatieproces moeilijkheden of ontgoochelingen.



**Stap 5**

RESULTATEN VOORSTELLEN



**Stap 6**

**ACTIE!**



## 7. STAP 1: Evaluatiematrix opmaken

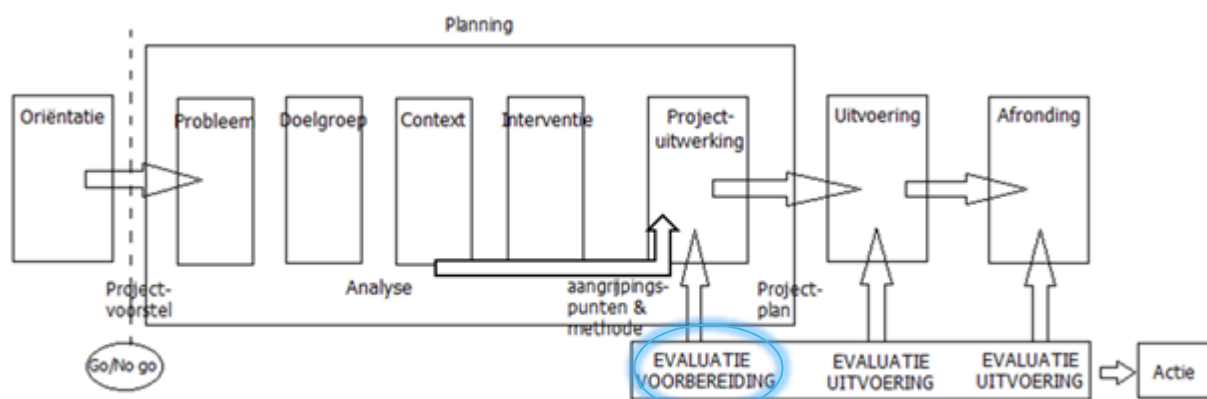
Deze stap bereidt de evaluatieactiviteiten voor. Bij een goede voorbereiding:

- verzamel je bij de uitvoering de *juiste* gegevens, d.w.z. die info die nodig is om verdere actie te ondernemen (stap 6!)
- ga je onderbouwd tewerk
- behoud je een overzicht over wat je te doen staat en wanneer
- en bewaak je de haalbaarheid van de evaluatie.

Deze stap wordt uitgevoerd tijdens de **planning** van het project, bij de **projectuitwerking**. Hij omvat **twee taken**:

- invullen van de evaluatiematrix
- overleggen over en kiezen van de definitieve matrix.

### *Fasenmodel voor projectmatig werken: voorbereiding evaluatie*



De evaluatiematrix is een hulpmiddel om de evaluatie voor te bereiden. Een uitgeschreven matrix beschrijft wat je evalueert (**inhoud**) en hoe dat op een onderbouwde (**methode**) en realistische (**haalbaarheid**) manier kan.

De matrix stuurt de uitvoering van de evaluatie en biedt de zekerheid dat evaluatiemethode, data-verzameling, timing en middelen op elkaar zijn afgestemd.

PROJECTDOELSTELLINGEN	EVALUATIEDOEL	METHODE	DEELNEMERS	UITVOERDER	TIJDSLIJN	BUDGET
Welke projectdoelstellingen staan in het projectplan geformuleerd?	Wat willen jij en je stakeholders weten?	Hoe en bij wie ga je deze informatie (= antwoord op je evaluatiedoelen) verzamelen?	Hoeveel deelnemers zijn nodig? Hoe selecteren?	Wie voert dit uit?	Wanneer voer je het uit?	Hoeveel gaat dit kosten?
Hoofddoelstelling / Strategische doelstelling  Subdoelen / Operationele doelen   <div data-bbox="98 762 389 954" style="border: 1px solid blue; border-radius: 15px; padding: 5px; background-color: #4a90e2; color: white; text-align: center;">             Zet projectdoelstellingen om in evaluatiedoelen en pas in in RE-AIM           </div>	<b>REACH:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ ...</li> </ul>					
	<b>EFFECT(IVITEIT):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ ...</li> </ul>					
	<b>ADOPTIE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ ...</li> </ul>					
	<b>IMPLEMENTATIE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ ...</li> </ul>					
	<b>MAINTENANCE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ Evaluatiedoel:</li> <li>▪ ...</li> </ul>					

Vul RE-AIM verder in voor jouw project en ga op basis hiervan op zoek naar mogelijke bijkomende evaluatiedoelen

## A. Projectdoelstellingen

Voor de evaluatie is de inhoud van het project de basis. Zoals eerder vermeld wordt de evaluatie dan ook uitgedacht/voorbereid ná het opstellen van de projectdoelen en methodes.

Deze projectdoelen dienen als de eerste belangrijke input voor het invullen van de evaluatiematrix. De eerste kolom laat dan ook plaats om deze uit te schrijven.

De projectdoelstellingen, vastgelegd in het projectplan, geven weer wat bij wie tegen wanneer wordt bereikt. Zowel het hoofddoel als de operationele doelstellingen zijn voor de evaluatie belangrijk en dienen dus uitgeschreven te worden in de evaluatiematrix.

Projecten van hoge kwaliteit herken je vaak aan het gemak waarmee je de concrete doelen kan benoemen. Goede projectdoelen nemen het *SMART-principe* in acht (zie ook verder p.25). Een SMART-doelstelling geeft precies aan wat het project bij wie op welk moment wil bereiken.

Het formuleren van concrete doelen is niet vanzelfsprekend. Vele projecten benoemen slechts een algemeen gezondheidsdoel en kunnen niet exact bepalen wat bij wie zal veranderen door het project. Herformuleer doelen die vaag zijn.

Het model voor uitkomsten van gezondheidsbevordering (Nutbeam, 1999) kan een hulpmiddel zijn bij het formuleren van meer specifieke doelen. Het model onderscheidt 3 niveaus:

**1<sup>e</sup> niveau:** dit zijn de onmiddellijke uitkomsten van gezondheidsbevorderende acties, zoals veranderingen in kennis, attitudes, normen, vaardigheden, competenties of het invoeren van overlegstructuren, werkgroepen, afspraken of maatregelen.

**2<sup>e</sup> niveau:** dit zijn de intermediaire uitkomsten van deze acties. Ze situeren zich op vlak van leefstijl (gedrag), leefomgeving of de gezondheidszorg.

**3<sup>e</sup> niveau:** dit zijn de uiteindelijke uitkomsten van gezondheidsbevorderende acties op het niveau van gezondheid en kwaliteit van leven.

Ga na welke veranderingen je beoogt met het project. Mik niet te hoog. Gedragsverandering is een langzaam proces. De doelstellingen van niveau 1 zijn concreter en meer haalbaar op korte termijn dan de algemene gezondheidsdoelen op niveau 3. Bovendien loop je het gevaar bij te ambitieus geformuleerde projectdoelstellingen dat je, bij het evalueren hiervan, bijna automatisch negatieve resultaten zal krijgen.

### 1. MODEL VAN NUTBEAM

Uitkomsten op gezondheid (niveau 3)	meer kwaliteit van leven – functionele onafhankelijkheid reductie in invaliditeit, morbiditeit en mortaliteit – reserves opbouwen		
Tussenuitkomsten op gezondheid (niveau 2)	<b>Leefstijl</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Fysiek actief leven</li><li>Gezond voedingspatroon</li><li>Stoppen met roken</li><li>Mentaal actief leven</li><li>Sociaal actief leven</li></ul>	<b>Leefomgeving</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Fysiek</li><li>Economisch</li><li>Sociaal</li><li>Wetgevend</li></ul>	<b>Gezondheidszorg</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Medische diensten</li><li>Diensten geestelijke gezondheid</li></ul>

	▪ ...		
Uitkomsten van gezondheidsbevorderende acties (niveau 1)	<b>Gezondheidscompetentie</b> Kennis, attitudes, zelf-effectiviteit, empowerment, zelfmanagement	<b>Sociaal kapitaal</b> Community-mobilisatie, gezondheidsondersteunende en sociale normen, ...	<b>Kwaliteitsvol</b> Overheids- en organisatiebeleid
Gezondheidsbevorderende acties	<b>Voorlichting</b>	<b>Facilitatie</b>	<b>Pleitbezorging</b>

### Inhoudelijke doelen

Inhoudelijke doelen leggen de relatie tussen wat je doet en de gezondheidsuitkomsten die je daarvan mag verwachten.

### Implementatiedoelen

Naast inhoudelijke doelen bevatten projecten doorgaans ook implementatiedoelen. Dit zijn doelen die aangeven of en hoe het project, de interventie, het programma, de materialen, of delen daarvan door de uitvoerders of de doelgroep gebruikt worden. Immers, veranderingen in de (determinanten van) gezondheid zijn pas mogelijk als het project ook in voldoende mate is verspreid en wordt toegepast.

## 2. VOORBEELD CASE: 10.000 STAPPEN VLAANDEREN

**Hoofddoel:** het project 10.000 stappen Vlaanderen heeft na 3 jaar een positieve globale impact gehad op het niveau van zowel Vlamingen als intermediairs (gezondheidsdiensten, sportdiensten, en ziekenfondsen). 10.000 stappen Vlaanderen past binnen de nieuwe Vlaamse gezondheidsdoelstelling: het realiseren van gezondheidswinst op bevolkingsniveau door een stijging van het aantal mensen dat voldoende fysiek actief is en evenwichtig eet.

- 1. Operationele doelstelling 1:** Het project wordt via bovenlokale en lokale netwerking bekend gemaakt bij alle gezondheidsdiensten, sportdiensten, en ziekenfondsen.

(Implementatiedoel)

- 2. Operationele doelstelling 2:** Via bovenlokale en lokale netwerking met deze lokale actoren wordt het project op ruime schaal toegepast. De wetenschappelijke onderbouwing van het project wordt ook tijdens de implementatie bewaakt en opgevolgd (projectcomponenten).

(Implementatiedoel)

- 3. Operationele doelstelling 3:** Er wordt zichtbaarheid bij de bevolking gecreëerd met als doel bewustwording van het concept 10.000 stappen.

(Implementatiedoel)

- 4. Operationele doelstelling 4:** Via het laagdrempelig concept van 10.000 stappen worden Vlamingen aangezet actiever door het leven te gaan onder meer door het integreren van bewegingsperiodes in de dagelijkse levensstijl.

(Inhoudelijk doel)

## B. Evaluatiedoelen

Evaluatiedoelen benoemen wat in de evaluatie wordt meegenomen. Ze bakenen exact af welke kennis deze evaluatie zal voortbrengen.

In de tweede kolom van de evaluatiematrix is het dan ook de bedoeling alle mogelijke onderdelen van de evaluatie mee te nemen. Het hulpmiddel dat hiervoor kan gebruikt worden is het RE-AIM model, uitgelegd in hoofdstuk 5. RE-AIM kan als een checklist dienen voor het opbouwen van de evaluatie. Op deze manier is de onderzoeker er zeker van dat voldoende aspecten binnen de evaluatie worden bevraagd om het project volledig te beoordelen op kwaliteit, implementeerbaarheid en impact.

Allereerst worden de projectdoelstellingen uit de eerste kolom omgezet in evaluatiedoelen. De projectdoelstellingen moeten noodzakelijk opgenomen worden in de evaluatie. Deze zullen al enkele (delen van) dimensies uit het RE-AIM model opvullen. Zo worden inhoudelijke doelen vaak binnen EFFECTIVITEIT (efficacy) geëvalueerd; welke gezondheids- en/of gedragsuitkomsten er verwacht worden te veranderen door het project. Implementatiedoelen zullen dan weer, zoals hierboven aangegeven, in de dimensies rond BEREIK (reach), ADOPTIE (adoption) en IMPLEMENTATIE (implementation) terugkomen.

Eens de projectdoelstellingen zijn opgenomen, kan de RE-AIM tabel dienen als checklist voor verdere aspecten die moeten/kunnen bevraagd worden.

Ook de evaluatiedoelen dienen zo veel mogelijk SMART (specifiek, meetbaar, aanvaardbaar, realistisch, tijdsgebonden) geformuleerd te worden. Bij sommige aspecten zal dit echter moeilijk zijn, waarbij het dan betrouwbaarder is om de evaluatiedoelen open te laten.

Bijvoorbeeld binnen de RE-AIM dimensie reach kan er gepeild worden naar de drempels en succesfactoren van deelname. Om dit evaluatiedoel SMART te kunnen maken, zou dit veronderstellen dat de onderzoeker al een goed zicht heeft op deze drempels en succesfactoren. Daarom zal dit evaluatiedoel vaak, niet SMART, omschreven worden als "we hebben zicht op de drempels en succesfactoren van deelname aan het project".

### 1. SMART

SMART betekent *inhoudelijk specifiek*. Bepaal zeer concreet wat het project wil veranderen. Hoe concreter geformuleerd, hoe makkelijker om te meten. De uitkomsten of effecten van het project maak je specifiek volgens de 3 niveaus in het model van Nutbeam (zie vroeger p. 23). Bv. verandering in kennis, competenties, organisatie, leefstijl, gezondheid,... Bij implementatie-activiteiten benoem je wat wordt uitgevoerd, hoe frequent, wie je wil bereiken, hoeveel je wil bereiken,... Voor activiteiten, producten of diensten geef je mee aan welke kenmerken zij moeten voldoen, zoals onderbouwd zijn, aantrekkelijkheid, aangepaste duur, toegankelijkheid of prijs.

Bv. De doelstelling *Ouderen wandelen 3x per week 30 min.* is specifiekere dan *Ouderen zijn actiever.*

Bv. De doelstelling *De brochure moet goed zijn* is minder specifiek dan *De brochure is leesbaar, leerrijk en aantrekkelijk.*

SMART betekent ook *meetbaar*. Doelen zijn dan zo opgesteld dat je achteraf kan meten of ze werden bereikt. Je drukt in cijfers uit hoe intensief het project implementeert of hoe groot de effecten zijn.

Meetbaar betekent een **maatstaf** invoeren: iets waarmee de gegevens uit de evaluatie worden vergeleken. Cijfers zijn ideaal. Toch blijft het cruciaal enkel gebruik te maken van kwantitatieve gegevens wanneer deze voldoende onderbouwd zijn. Enkel een onderbouwde maatstaf laat toe te bepalen of het resultaat waardevol is. Onderbouwde gegevens vind je:

- in reeds uitgevoerde projecten. Wat zijn de resultaten van andere projecten? Welk cijfermateriaal hanteerde men?
- in wetenschappelijke literatuur. Welke resultaten zijn volgens andere onderzoeken of metingen te verwachten?
- bij experts
- in de premeting of de controlegroep

Bv. *Ouderen wandelen 3x per week 30 min.*

Bv. *De brochure scoort minimum 8/10 voor leesbaar, leerrijk en aantrekkelijk.*

Indien je geen beroep kan doen op onderbouwd cijfermateriaal, is het beter om

- een *richting van de verandering* aan te geven (meer dan, beter dan, ...),
- een *hoeveelheid* te omschrijven (de meerderheid, geen enkele, ...),
- of te benoemen wat *niet acceptabel* is (zeker niet minder dan 30 %).

Arbitraire formuleringen leiden tot onrealistisch verwachtingen en weinig betekenisvolle uitspraken bij de interpretatie van de resultaten.

Evaluatiedoelen die SMART zijn opgemaakt, voldoen ook aan het criterium van *aanvaardbaarheid*. Dit betekent dat intermediairs, de doelgroep, de opdrachtgever, ... achter de doelen staan. Zij steunen actief of passief de veranderingen waarop het project mikt. Er is m.a.w. een draagvlak.

Bv. *Ouderen zijn in staat om de screening van de woning op risico's voor vallen uit te voeren bij vrienden of burens.*

Dat deelnemers zelf een deel van de interventie dienen uit te voeren, is niet voor iedere buurman aanvaardbaar. De doelstelling kan dus best omschreven worden als: *Ouderen zijn in staat om de screening van de woning op risico's voor vallen uit te voeren in hun eigen huis.*

Bv. *De helft van de ouderen ervaart geen problemen bij het gebruik van het instrument.*

Dit drukt een lage succesverwachting uit. Die kan voor gebruikers te laag zijn en dus niet aanvaardbaar. De doelstelling kan dus best omschreven worden als: *Geen van de ouderen ervaart problemen bij het gebruik van het instrument.*

SMART-doelen zijn ten slotte ook *realistisch* en *tijdsgebonden*. Realistisch betekent dat het evaluatiedoel het midden weet te houden tussen makkelijk haalbaar en voldoende uitdagend. Tijdsgebonden duidt op de periode waarin het doel dient gerealiseerd. Het geeft aan wanneer je resultaten wil zien.

Bv. De doelstelling *'Ouderen wandelen 2x per week naar de bakker'* is voor een doelgroep van sedentaire ouderen realistischer dan *'Ouderen wandelen dagelijks 30 min'*.

Bv. Ouderen wandelen 6 maanden na de start van het project wekelijks 2x30 min.

## 2. VOORBEELD CASE: 10.000 STAPPEN VLAANDEREN



### Adoptie

1. Na 3 jaar passen 40 % van de te bereiken organisaties 10.000 stappen toe sinds de start van de verspreiding in Vlaanderen.
2. Deze toepassing van 10.000 stappen is veralgemeenbaar naar zowel gezondheids- als sportdiensten, steden en landelijke gemeenten.
3. De barrières voor toepassing zijn gekend.

### Bereik

1. Na 3 jaar zijn gemiddeld 40 % van de Vlamingen in de toepassende gemeenten bereikt met 10.000 stappen.
2. De bereikte deelnemers zijn representatief voor de Vlaamse bevolking. Lager opgeleiden worden dus even goed bereikt als de andere groepen (lage SES reflex).
3. De belangrijkste infobronnen worden opgelijst.

### Implementatie

1. Na 3 jaar worden gemiddeld 70 % van de evidence-based projectpijlers (deze zowel gericht op individu als op omgeving) van 10.000 stappen geïmplementeerd door toepassende organisaties.
2. De barrières voor implementatie per projectpijler zijn gekend.
3. De nodige tijdsinvestering en kosten worden opgelijst.
4. Aanpassingen aan de methodiek worden geregistreerd en meegenomen voor verbetering bij vernieuwing van het project.

### Effect

1. Vlamingen die 10.000 stappen leren kennen, vertonen een meer gunstige evolutie in attitude/intentie om te bewegen t.o.v. andere Vlamingen.
2. Vlamingen die 10.000 stappen leren kennen, gaan meer bewegingsmomenten in hun dagelijkse leven inlassen t.o.v. andere Vlamingen.
3. De gevonden effecten zijn veralgemeenbaar naar de gehele Vlaamse bevolking, mede voor lager opgeleiden.

### Verankering

1. De gevonden effecten blijven behouden na 3 jaar.
2. 10.000 stappen wordt blijvend toegepast door de te bereiken organisaties na 3 jaar.

## C. Methode

Deze stap bepaalt *hoe* de informatie voor de evaluatie wordt verzameld. En helpt een evaluatiemethode te kiezen die zowel aansluit bij de evaluatievragen als bij de doelgroep en de context.

Er kan alvast worden meegegeven dat geen methode de voorkeur geniet. Elke optie heeft voor- en nadelen. Een goede of slechte keuze is afhankelijk van de evaluatiedoelen. De kunst is om voor elke doelstelling de meest geschikte werkwijze te bepalen en daarbij desnoods enige creativiteit aan de dag te leggen.

Met één methode krijg je vaak al een antwoord op meerdere evaluatievragen. Houd echter wel in het oog of de methode(n) die je kiest, al je vragen beantwoord(t)(en). Wat niet is gemeten, kan je nadien vaak niet meer te weten komen.

## 1. DESIGN

Er zijn twee manieren om de evaluatie vorm te geven. Je kan beschrijven wat in of door het project gebeurt. En daaruit besluiten trekken voor verdere acties. Of je kan de realisaties van het project toetsen aan vooraf opgelegde criteria. Dit zijn respectievelijk het beschrijvend en het toetsend opzet.

Het doel van een **beschrijvend opzet** is nagaan wat zich voordoet en benoemen wat mensen daarbij denken of ervaren. Het is de basis voor bijsturing aan het project, mogelijk nog tijdens de uitvoering.

Bij een **toetsend opzet** ga je na of aan een vooraf bepaalde maatstaf is voldaan. Je test de kwaliteit van het project, materialen of activiteiten, checkt of de verspreiding vordert zoals vooropgesteld of gaat na in welke mate de verwachte effecten ook optreden.

Met deze 2 methodes kan je verschillende designs opzetten.

### Designs voor effectevaluaties

Om te **toetsen** zijn volgende opzetten mogelijk:

**PRE-POST opzet:** vergelijkt de resultaten van de deelnemers of van de uitvoerders **voor** en **na** het project.

**INTERVENTIE-CONTROLE opzet:** vergelijkt na het project de resultaten van de deelnemers of van de uitvoerders met de resultaten van een **controlegroep**, d.i. een groep die niet aan je project deelnam of aan een andere interventie blootstond.

**PRE-POST met CONTROLE opzet:** vergelijkt de resultaten van de deelnemers of van de uitvoerders **voor** en **na** het project met de resultaten van een **controlegroep** (voor en) na het project.

**TIJDSREEKS:** vergelijkt de resultaten van de deelnemers of van de uitvoerders op meerdere **momenten voor** het project met hun resultaten op meerdere momenten **na** het project.

Om te **beschrijven** is volgend design mogelijk:

**POST- opzet:** de resultaten van de doelgroep of van uitvoerders worden beschreven **tijdens** of **na** het project.

Binnen bovenstaande designs wordt gesproken over het betrekken van een *controlegroep*. Om het maximum aan informatie uit deze designs te halen is het belangrijk de controlegroep goed samen te stellen. Een controlegroep kan enkel verschillen van de bijhorende interventiegroep op vlak van het toedienen van de interventie, namelijk de deelname aan het project. Dit betekent dat alle demografische (fysisch, sociaal, ...) kenmerken, omgevingsfactoren (bijv. invloed van media), ... hetzelfde moeten zijn.

Zoals al gemeld zal het gekozen design sterk afhangen van het te evalueren evaluatiedoel. Wanneer je resultaten wil bekomen binnen de dimensie EFFECTIVITEIT uit het RE-AIM model op vlak van gedragsdeterminanten, gedrags- en/of gezondheidseffecten, zal de aanbeveling steeds gaan naar een toetsend opzet. Daarbinnen wordt de pre-post met controle gecombineerd met een tijdsreeks (meerdere pre- en post-testen) opzet als meest wetenschappelijke gezien. Deze opzet geeft de meest duidelijke



en onderbouwde conclusies over het effect van het project. Wanneer de controlegroep uit het evaluatiedesign wordt weggelaten, kunnen alternatieve verklaringen voor de gevonden veranderingen (zoals de invloed van gebeurtenissen, evenementen, crisissituaties, maturatie bij deelnemers of het effect van geïnterviewd of bevraagd worden, seizoenseffecten, ...) de conclusies ondermijnen. Voordeel is de mogelijkheid om effecten aan te tonen op een wetenschappelijk aanvaarde manier. Nadelen zijn de hoger oplopende kosten en de moeilijke uitvoering.

Bovendien zal ook de fase waarin het project zich bevindt een rol spelen. De gecontroleerde situatie waarin het project wordt uitgerold bij een ontwikkelingsproject maakt dat een pre-post met controle opzet perfect mogelijk is.

Bv.: project uitgerold in 5 scholen geeft de mogelijkheid om 5 gelijkaardige scholen te kiezen voor de controlegroep waarbij het project niet wordt ingevoerd.

Bij een implementatieproject, waarbij één bepaalde setting het project kan invoeren, zal het al moeilijker zijn om een controlegroep samen te stellen met gelijklopende kenmerken tussen de interventie- en controlegroep.

Bv.: project uitgerold in alle scholen van het gemeenschapsonderwijs, dan moet de controlegroep van scholen uit een ander onderwijsnet komen. Dit terwijl "onderwijsnet" een beïnvloedende factor op het al dan niet succes van het project kan zijn.

Bij een uitvoeringsproject ten slotte is de controlegroep niet meer samen te stellen. Aangezien het project hier "losgelaten" wordt en er enkel gemonitord wordt, is het niet meer mogelijk individuen of intermediairs te kiezen die met 100% zekerheid niet zijn blootgesteld aan het project en zo dus een controlegroep zouden kunnen opmaken. Bovendien wordt binnen deze fase van het project ook het werken met een pre-post opzet moeilijker. Zo kan het zijn dat het start- en eindpunt van het project niet voor alle betrokkenen gelijk is, welke een pre- en posttest wel nodig hebben om resultaten algemeen te kunnen vergelijken (uitzuiveren voor seizoenseffecten).

Bv.: het project is beschikbaar voor alle Vlaamse scholen. Door een grote communicatiecampagne zijn alle Vlaamse scholen hiervan op de hoogte en zijn zij blootgesteld aan (bepaalde aspecten van) het project. Een controlegroep is dus niet meer mogelijk. Scholen kunnen op dit moment zelf kiezen wanneer ze starten met het project (bijv. 1<sup>e</sup>, 2<sup>e</sup> of 3<sup>e</sup> semester). Hierdoor lopen tijdstippen voor pre- en postmetingen door elkaar.

Tot nu toe hebben we enkel gesproken over de dimensie EFFECTIVITEIT uit het RE-AIM model. De andere dimensies, namelijk ADOPTIE, BEREIK en IMPLEMENTATIE, kunnen zowel aan de hand van een toetsende als een beschrijvende opzet geëvalueerd worden. Wanneer je beschrijvend gaat meten via een post-opzet zullen de resultaten van de evaluatie slechts bestaan uit een opsomming van de kenmerken van het project en zo antwoorden geven op de verschillende evaluatiedoelen. In een toetsende opzet zal je de bekomen resultaten uit een post-meting gaan vergelijken met vooraf gestelde standaarden, welke vervat zitten in de evaluatiedoelen.

Bv.: Wanneer het evaluatiedoel binnen de dimensie BEREIK wordt omschreven als: "80 % van de Vlaamse gemeenten zullen instappen in het project tussen 1/1/2013 en 1/1/2014." zal het resultaat van de meting van aantal deelnemende gemeenten afgetoetst worden aan deze 80 %.

Binnen de laatste dimensie VERANKERING zal de evaluatievraag rond het behouden blijven van de effecten optimaal worden gemeten via een tijdsreeks. Deze meting zal dan ingebouwd worden in het design van de eerste evaluatie binnen EFFECTIVITEIT als een bijkomende posttest.

## **2. BRONNEN**

De keuze van een meetmethode hangt niet louter af van de doelen. Ook wie de informatie zal verschaffen, beïnvloedt de selectie. Afhankelijk van de bron, is een meetmethode meer of minder geschikt.

De einddoelgroep(en) van het project en de intermediairs vormen mogelijke kanalen om informatie te vergaren. Leg deze groepen naast de evaluatievragen en beslis wie voor welk doel in aanmerking komt. Naast personen kunnen ook bronnen zoals documenten, verslagen, registratiegegevens, aanwezigheden, bezoekerscijfers of verkoopcijfers nuttig zijn.

Bedenk dat gegevens meer betrouwbaar zijn, als je:

- verschillende perspectieven gebruikt.  
Bv. mensen bevragen, documenten raadplegen, observeren, registreren,...
- meerdere bronnen inschakelt.  
Bv. zowel huisartsen (intermediairs) als patiënten (doelgroep)  
Bv. zowel krantenartikels als werkdocumenten
- kiest voor geloofwaardige en relevante bronnen.  
Bv. ouders geven niet de meest betrouwbare informatie over het al dan niet veilig vrijgedrag bij hun tieners.

## **3. CIJFERS OF WOORDEN**

Wanneer vastligt of de evaluatie toetst of beschrijft en de bronnen gekend zijn, bepaal dan of je best werkt met cijfers (kwantitatief) of met woorden (kwalitatief). Beslis op basis van het opzet en de bronnen welke vorm het meest geschikt is. Sommige bronnen benader je beter met woorden dan met cijfers, of omgekeerd. En het antwoord op de ene evaluatievraag is het meest informatief in woorden, terwijl het antwoord op een andere vraag best in cijfers wordt uitgedrukt. Zorg dat door je keuze de informatie verzameld wordt, die nodig is.

Bedenk dat beschrijvende opzetten niet alleen gebruik maken van woorden, maar evengoed van cijfers. Toetsende opzetten zijn doorgaans gebaseerd op cijfermateriaal. Zeker indien je verschillen tussen groepen of in de tijd statistisch wil verifiëren. Toch is het mogelijk bij toetsende opzetten woorden te gebruiken.

Binnen de keuze voor een kwalitatieve of kwantitatieve meetmethode is er voorts nog een ruime keuze aan meetinstrumenten. Hieronder kan je een korte beschrijving met de respectievelijke voor- en nadelen van een aantal van de belangrijkste meetinstrumenten terugvinden. Zoals je kan merken, is zowel het vak met voordelen als het vak met nadelen ingevuld. Er is geen optimaal meetinstrument of er zijn geen vaste regels. De keuze zal steeds afhangen van je evaluatiedoelen, de informatiebronnen en het evaluatieopzet.

## KWALITATIEVE MEETINSTRUMENTEN

<i><b>Instrument</b></i>	<i><b>Omschrijving</b></i>	<i><b>Voordelen</b></i>	<i><b>Nadelen</b></i>
<b>Open vragen in een interview</b>	Een individuele bevraging van intermediairs of personen uit de doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zeer accurate data</li> <li>▪ Vertrouwelijke gegevens</li> <li>▪ Non-verbale informatie</li> <li>▪ Contact tussen de interviewer en geïnterviewde</li> <li>▪ Semi-gestructureerd interview:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- vrijuit formuleren van antwoorden</li> <li>- diepgaande en gedetailleerde informatie</li> <li>- verkennen van complexe en heterogene thema's</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tijdrovende en arbeidsintensieve afname, verwerking en analyse</li> <li>▪ Bias door de interviewer</li> <li>▪ Afname van de interviews in vergelijkbare omstandigheden</li> <li>▪ Beperkte generaliseerbaarheid naar de populatie door beperkt aantal bevroegde personen</li> </ul>
<b>Focusgroepen</b>	Groepsgesprek, waarbij een kleine groep mensen onder leiding van een moderator discussieert over onderwerpen die door de moderator worden aangereikt. De interactie tussen de deelnemers is een essentieel onderdeel van het gesprek.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Goedkoop</li> <li>▪ Vrijuit formuleren van antwoorden</li> <li>▪ Verkennen van complexe thema's</li> <li>▪ Non-verbale informatie</li> <li>▪ Diepgaande informatie</li> <li>▪ Interactie tussen groepsleden</li> <li>▪ Relatief snel gegevens verkrijgen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arbeidsintensieve voorbereiding, afname en verwerking</li> <li>▪ Subjectiviteit (resultaat afhankelijk van het persoonlijk oordeel of de persoonlijke zienswijze van de moderator)</li> <li>▪ Groepsleden beïnvloeden elkaar</li> <li>▪ Bias door de moderator</li> <li>▪ Beperkte generaliseerbaarheid naar de populatie door beperkt aantal bevroegde personen</li> </ul>
<b>Open vragen in een vragenlijst</b>	Vragen in een vragenlijst zonder voorgestructureerde antwoordmogelijkheden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verkennen van complexe thema's</li> <li>▪ Vrijuit formuleren van antwoorden</li> <li>▪ Diepgaande informatie</li> <li>▪ Snelle data-inzameling bij een grote steekproef</li> <li>▪ Generaliseerbaar naar een bredere populatie door groot aantal respondenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hoge kosten, door de hoeveelheid mensen die bevroegd worden</li> <li>▪ Arbeidsintensieve en tijdsintensieve verwerking</li> <li>▪ Afnametijd open vragen is groter dan bij gesloten vragen</li> </ul>
<b>Observatie</b>	Een waarnemingsmethode die bestaat uit het waarnemen van reacties en/of gedrag van de deelnemers.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eenvoudig en goedkoop in uitvoering en verwerking</li> <li>▪ Vaststellen van feitelijk gedrag</li> <li>▪ Non-verbale informatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beperkte generaliseerbaarheid naar de populatie door beperkt aantal geobserveerde mensen</li> <li>▪ Subjectiviteit van de observator</li> </ul>

## KWANTITATIEVE MEETINSTRUMENTEN

<i><b>Instrument</b></i>	<i><b>Omschrijving</b></i>	<i><b>Voordelen</b></i>	<i><b>Nadelen</b></i>
<b>Gesloten vragen in een vragenlijst</b>	Vragen in een vragenlijst met voorgestructureerde antwoorden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eenvoudige dataverzameling</li> <li>▪ Gestandaardiseerde antwoorden</li> <li>▪ Snelle data-inzameling bij een grote steekproef</li> <li>▪ Generaliseerbaarheid naar een bredere populatie door groot aantal respondenten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vaak statistische deskundigheid vereist voor de verwerking en interpretatie van de data</li> <li>▪ Geen inzicht in het volledige perspectief en motief van de bevrageden</li> <li>▪ Antwoorden die niet in de lijst staan, komen niet aan de orde</li> <li>▪ Mogelijks meer sociaal wenselijke antwoorden</li> </ul>
<b>Registraties</b>	Het optekenen hoe vaak bepaalde activiteiten zich voordoen. Zo kan bekeken worden welke activiteiten werden uitgevoerd en hoeveel deelnemers er aanwezig waren.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eenvoudig in ontwikkeling en uitvoering</li> <li>▪ Gegevens van een grote groep mensen verzamelen</li> <li>▪ Gedetailleerde en correcte procesinformatie over activiteiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Indien registratiefiches niet nauwkeurig worden ingevuld of regelmatig bijgehouden, daalt de waarde van de data</li> <li>▪ Enkel informatie over het voorkomen van gebeurtenissen/activiteiten</li> </ul>
<b>Gesloten vragen in een interview</b>	Mondelinge bevraging waarbij vragen met voorgestructureerde antwoordcategorieën worden gesteld aan de geïnterviewde	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestandaardiseerde antwoorden, indien correcte afname door interviewer</li> <li>▪ In vergelijking met een kwalitatief interview: snelle data-inzameling bij een grotere steekproef</li> <li>▪ Resultaten zijn eerder generaliseerbaar naar een bredere populatie dan bij een kwalitatief interview, door een groter aantal respondenten</li> <li>▪ Non-verbale informatie</li> <li>▪ Contact tussen de interviewer en geïnterviewde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ De tijdsinvestering voor de afname van gesloten vragen in een gestructureerd interview ligt veel hoger dan bij een schriftelijke vragenlijststudie</li> <li>▪ Vaak statistische deskundigheid vereist voor de verwerking en interpretatie van de data</li> <li>▪ Geen inzicht in het volledige perspectief en motief van de bevrageden</li> <li>▪ Antwoorden die niet in de lijst staan, komen niet aan de orde</li> </ul>
<b>Objectieve metingen</b>	Een objectieve meting gaat feiten na onafhankelijk van iemands subjectieve/ persoonlijke inzichten. Vb. bloeddrukmeter, accelerometers, ...	De werkelijkheid wordt correct weergegeven en is niet vertekend door subjectieve invloeden	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vaak tijdsintensieve en arbeidsintensieve afname</li> <li>▪ Indien de metingen niet accuraat worden uitgevoerd, verkrijgt men een vertekend beeld van de werkelijkheid</li> <li>▪ Duur, soms specifieke apparatuur vereist</li> </ul>
<b>Bezoekersgegevens website (webanalyse; Google Analytics)</b>	Inzicht krijgen in hoe bezoekers op de website terechtkomen, hoe ze de website gebruiken, welke pagina's meest bezocht worden, ...	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Snelle raadpleging en interpretatie van bezoekersgegevens</li> </ul>	Foutieve interpretatie van de cijfers is mogelijk

## D. Selectie deelnemers

De volgende kolom in de evaluatiematrix bepaalt hoeveel personen de evaluatie opneemt en de wijze waarop zij worden gekozen. Een degelijke selectie zorgt dat de vragen in voldoende mate beantwoord worden en garandeert meer valide gegevens. Het levert ook inzichten op voor de praktische organisatie van de evaluatie.

### 1. AANTAL DEELNEMERS

Wie een onderzoek opzet, komt al snel bij de vraag: hoeveel mensen moeten aangesproken worden om een geldig antwoord te krijgen? Uiteraard kan je iedereen die aan het project deelnam, bevragen. Praktisch is dit meestal weinig haalbaar. Het levert bovendien vaak niet méér informatie op dan een bevraging bij een deel van die groep.

Beter is dus te werken met een representatief deel uit de volledige groep, ook wel steekproef genoemd.

Representativiteit wil zeggen dat je de resultaten van de evaluatie kan veralgemenen naar de gehele populatie. De populatie hierbij is dan de volledige groep van individuen of organisaties waar het project op dat moment bij uitgevoerd wordt. Dit is de groep van individuen of organisaties waarover, na de implementatie, kan gezegd worden dat het project bij "werkt". Bij de pilootfase van een project zal deze groep erg klein zijn. Bij een uitvoeringsproject is het de bedoeling dat er conclusies geformuleerd kunnen worden over de hele Vlaamse populatie.

Bv.: Het project wordt opgestart en alle Vlaamse KMO's kunnen hiervoor inschrijven. Dan is het bij de evaluatie niet de bedoeling een uitspraak te doen over alle Vlaamse bedrijven, maar slechts over de Vlaamse KMO's.

Indien je populatie op basis van relevante kenmerken opgedeeld is in subgroepen (bv. basis- versus secundair onderwijs of jeugdorganisaties versus verenigingen voor volwassenen, geslacht, SES, leeftijd, ...), is het belangrijk dat de verhoudingen in aantallen tussen deze subgroepen ook weerspiegeld worden bij de respondenten van je evaluatie.

Bv.: Wanneer de populatie bestaat uit 80 % -30 jarigen en 20 % +30 jarigen, heeft het niet veel nut evaluatiegegevens te beschikken over 20 % -30 jarigen en 80 % +30 jarigen.

Om vervolgens de grootte van de steekproef te bepalen, hou je rekening met het gekozen evaluatieopzet.

Bij een kwalitatieve studie zijn doorgaans minder personen nodig dan bij een kwantitatieve studie. Kwalitatief onderzoek steunt op het 'verzadigingsprincipe': doorgaan tot je niets nieuws meer te weten komt. Bij interviews is een tiental personen of groepen meestal voldoende. Bij focusgroepen is 6-12 personen per groep en minstens 2 groepen per doelgroep de richtlijn. Zo kan je in de 1<sup>e</sup> groep de nodige informatie verzamelen en deze in de 2<sup>e</sup> aftoetsen of er niets nieuws blijkt.

Voor een kwantitatief onderzoek geldt als richtlijn een steekproef van ongeveer 100 deelnemers. Bij meerdere (sub)groepen worden ook groepen kleiner dan 100 toegestaan. Hou ook rekening met de verhoudingen van de subgroepen binnen de populatie of de mate waarin bepaalde kenmerken er voorkomen.

## TIP

Volgende website biedt hulp bij het berekenen van de steekproefgrootte bij kwantitatieve studies:

<http://www.journalinks.be/steekproef>

Natuurlijk moet je bij het invullen van de kolom deelnemers in de evaluatiematrix ook de antwoordrespons in gedachten houden. Niet iedereen die je aanspreekt, zal aan de evaluatie deelnemen. Er kunnen grote verschillen optreden naargelang de aantrekkelijkheid van het onderzoek, de lengte van de bevraging, de interesse van de deelnemers of het aantal keren dat iemand dient deel te nemen. Een respons rate van 20-40 % is niet uitzonderlijk. Hou hiermee rekening en contacteer dus steeds meer mensen dan het uiteindelijk aantal respondenten die je nodig hebt.

Wanneer er gekozen wordt voor een pre-post opzet zal de antwoordrespons bij de posttest ook dalen door uitval. Ook hier moet rekening mee gehouden worden.

Deze aantallen (10 bij een kwalitatieve en 100 bij een kwantitatieve methode) ondervinden natuurlijk een invloed van de fase waarin het project zich bevindt. Bij een ontwikkelingsproject, tijdens de pilootfase, zal het project uitgetest worden in een selecte setting waardoor 100 deelnemers vaak niet gehaald zal worden.

## 2. SELECTIEMETHODE

Er zijn verschillende mogelijkheden om de deelnemers voor de evaluatie te selecteren. Dit kan selectief ('niet random'), bij toeval ('random') of getrapd ('gestratificeerd').

- **Niet random** selectie betekent dat je kiest wie wel of niet deelneemt. Bv. enkel jeugdorganisaties waarvan de contactgegevens in het adressenbestand zitten. Bij dit type van steekproeftrekking kunnen resultaten minder betrouwbaar zijn. Je werkt met een selecte groep personen die mogelijk niet representatief is voor de totale doelgroep. Daarom wordt deze methode niet aangeraden.
- **At random selectie.** Bij deze methode zorg je ervoor dat iedereen in de populatie evenveel kans heeft om in de steekproef terecht te komen. Iedereen die aan het project blootstaat of elke intermediair op wie je beroep doet, kan aangesproken worden om deel te nemen aan de evaluatie. Ook diegenen die er een andere mening op nahouden of weinig tevreden zijn. Dit verkleint de kans op vertekende data.
- **Gestratificeerde** steekproef. Hierbij wordt binnen elke subgroep van de steekproef een random groep getrokken. Bij een onderzoek naar de socio-economische status in Vlaanderen kan het interessant zijn onderscheid te maken tussen allochtonen en autochtonen. Indien je bij dit onderzoek gebruik wilt maken van een gestratificeerde steekproef, trek dan zowel bij de allochtonen als bij de autochtonen een groep at random.
- **Clusters.** Bij onderzoeken over een groot gebied of binnen organisaties wordt de populatie vaak in clusters opgedeeld (bv. regio's, scholen, ziekenhuizen). Enkele clusters uit de populatie worden dan at random geselecteerd en iedereen binnen de geselecteerde cluster wordt bevroegd. Indien binnen elk cluster opnieuw een random steekproef wordt getrokken is sprake van een tweetraps steekproef. Bij onderzoek naar het rookgedrag van leerlingen op middelbare scholen kunnen at random enkele scholen (clusters) worden geselecteerd. Binnen de geselecteerde scholen worden dan at random klassen geselecteerd waarvan vervolgens alle leerlingen worden bevroegd.

## E. Uitvoerder

Evalueren veronderstelt een aantal *competenties* die niet voor iedereen vanzelfsprekend zijn. De kennis en vaardigheden voor een evaluatie liggen op verschillende terreinen. Ze hebben zowel betrekking op de inhoud van het project, onderzoeksvaardigheden en de bekwaamheid om mensen aan te zetten tot actieve deelname en openheid. Deze competenties zijn doorgaans niet verzameld in één persoon. Vandaar dat vaak meerdere personen samenwerken om de evaluatie uit te voeren.

Beslis of je beroep doet op mensen uit de eigen organisatie dan wel op externen. Praktische overwegingen zullen hierbij een grote rol spelen, maar ook de vereiste specifieke vaardigheden (statistische analyses, interviewtechnieken, omgang met de doelgroep, ...) zullen de beslissing van de uitvoerder(s) beïnvloeden.

Onderstaande checklist geeft een overzicht van de factoren die relevant zijn bij de keuze van een medewerker of partner bij de evaluatie.

### Keuze van een evaluator

De keuze voor een (interne of externe) uitvoerder van de evaluatie is afhankelijk van:

- **Betrokkenheid** bij het evaluatiegebeuren: interesse en engagement ten aanzien van het project en de evaluatie.
- **Communicatie- en luistervaardigheden:** vaardigheid om met uiteenlopende mensen te communiceren, te overleggen, samen te werken, tot een consensus te komen.
- **Technische vaardigheden:** opstellen van een evaluatieplan, selectie van deelnemers, (statistische) analyse van data,...
- **Vakkennis of specifieke voorkennis.**
- **Band met de doelgroep:** nauwe band versus afstandelijke relatie. Bij het werken met moeilijke doelgroepen kan een specifieke kennis hierover nodig zijn.
- **Objectiviteit** ten opzichte van het project en de evaluatie.
- **Geloofwaardigheid** van evaluator volgens verschillende stakeholders.
- **Beschikbare middelen:** vaak doorslaggevend bij de keuze tussen mensen uit de eigen organisatie of externen.

## F. Tijdslijn

Een tijdslijn zorgt voor een overzicht van de verschillende deadlines tijdens het evaluatieproces. Het helpt de diverse activiteiten te organiseren. Tegelijk voorkomt dit dat de dataverzameling te laat start. Jammer genoeg kan men de klok niet terugdraaien: te laat ingezamelde gegevens zijn vaak verloren informatie.

De tijd die voor een evaluatie dient te worden vrijgehouden, wordt geschat op basis van de omvang en de inhoud van de evaluatie. Zo zullen de verschillende RE-AIM dimensies een verschillend tijdstip hebben om te evalueren, maar zullen ook de verwachte resultaten en het evaluatiedesign een rol spelen.

De dimensies bereik en adoptie zullen bij de start van het project gemeten worden, terwijl de dimensie implementatie het best gedurende de looptijd en/of kort na het einde van het project geëvalueerd kan worden, wanneer de ervaringen nog vers in het geheugen van de respondenten zitten. De dimensie effectiviteit zal verschillende plaatsen krijgen binnen de tijdslijn. Wanneer een pre-post opzet wordt gebruikt zal ook de pre-test uitgevoerd moeten worden vóór de invoering van het project. Een

postmeting kan op verschillende tijdstippen na het project plaatsvinden: direct erna, aantal weken of maanden erna en binnen de dimensie verankering zelfs jaren erna. Al zal dit afhangen van wat je binnen dit evaluatiedesign wil meten. Veranderingen in attitude, kennis, vaardigheden of intentie tot gedragsverandering zullen reeds kort na het project gemeten kunnen worden. Een eigenlijke gedragsverandering zal meer tijd in beslag nemen en zal dus ook later gemeten worden (bijv. na 6 maanden of 1 jaar om seizoens-effecten uit te schakelen). Ten slotte zullen ook de metingen binnen de dimensie verankering op lange termijn gezet worden.

Neem niet alleen de tijd nodig voor data-verzameling mee, maar ook deze voor analyse en rapportage. De evaluatie zal dus steeds nog iets langer doorlopen nadat het project al geëindigd is.

## G. Budget

De gezondheidsbevordering werkt doorgaans met zeer lage budgetten. Soms verliest men uit het oog dat ook voor de evaluatie een budget nodig is.

Evalueren brengt eigen kosten mee. Die houden verband met de ontwikkeling van meetinstrumenten, werkuren van de uitvoerders, dataverzameling, -verwerking en –rapportage of contact opnemen met deelnemers en belanghebbenden. Doorgaans bedragen de kosten van een goed opgezette evaluatie 10-15 % van het volledige project. Als budgetten ontoereikend zijn, zijn twee dingen mogelijk. Ofwel stuur je het opzet bij, ofwel tracht je de middelen aan te passen. De ingevulde matrix biedt vele argumenten om te pleiten voor je voorstel. Misschien lukt het wel daardoor extra middelen te verwerven.

Vertrouw erop dat ook met een beperkt budget een goede evaluatie mogelijk is. Door het gebruik van een online vragenlijst bv. kunnen de kosten enorm gedrukt worden. Een kleinschalige, maar betrouwbare evaluatie heeft zelfs meer waarde dan een complex opzet dat halfslachtig is opgevolgd.

### Budget voor de evaluatie

Bij een evaluatie is budget nodig voor:

- **Instrumentontwikkeling:** o.m. copyright, testen, opstellen of herwerken van vragenlijsten en interviews
- **Data-inzameling:** o.m. verzendingen, aankoop adressen, afname interviews, kopieën, verplaatsingen, herinneringsberichten, incentives (cadeau deelname, verloting prijs, ...)
- **Dataverwerking:** data-input, data-analyse, software
- **Werkuren uitvoerders**
- **Rapporten** in verschillende formats

## H. Overleggen en kiezen

Het resultaat van stap 1 is een gedegen voorbereiding van de evaluatie. Dit vertaalt zich in de eindversie van de matrix.

Je beschikt nu over een evaluatiematrix waarvan elke kolom is ingevuld. Een goed moment om te toetsen of de verschillende elementen uit de matrix op elkaar zijn afgestemd. Ga voor elk evaluatiedoel na of de middelen en timing aangepast zijn aan de methode en het doel. Het is geen uitzondering dat hier nog gesleuteld wordt aan de **invulling van de matrix**. Elementen kunnen nog verdwijnen of worden aangepast. Zo is het mogelijk dat nog enkele doelen sneuvelen (d.i. rijen schrappen) om het opzet haalbaar te houden, dat de gekozen bronnen wijzigen, de evaluatiemethode vereenvoudigt of de timing en budgetten worden bijgestuurd. De eerste 4 kolommen van de evaluatiematrix



(projectdoelstellingen, evaluatiedoelen, methode en deelnemers) zullen het gewenste wetenschappelijke evaluatiedesign uittekenen, terwijl de laatste 3 kolommen (uitvoerder, tijdslijn en budget) de evaluatie eerder praktisch zullen bepalen. Bij het kiezen en schrappen in de matrix is het dan ook belangrijk de twee soorten kolommen te combineren om zo de keuzes steeds te verantwoorden.

Enmaal de finale matrix is gekend, kan gestart worden met het **uitschrijven** van het evaluatieplan. Dit beschrijft eenvoudig de rijen uit de matrix die in de evaluatie worden meegenomen. Dit is je **plan** en het kan ter aftoetsing doorheen het project worden gebruikt. Dit plan maakt het ook duidelijk wie er bijkomend in de evaluatie moet betrokken worden en kan voorgelegd worden aan de stuurgroep/stakeholders van het project.

## I. Evaluatiematrix: casus 10.000 stappen

PROJECT- DOELSTELLINGEN?	EVALUATIEDOEL	METHODE	DEELNEMERS	UITVOERDER	TIJDSLIJN	BUDGET
<p>Welke projectdoelstellingen staan in het projectplan geformuleerd?</p> <p><b>SMART geformuleerd</b></p>	<p>Wat willen jij en je stakeholders weten?</p> <p><b>SMART geformuleerd + RE-AIM als hulpmiddel</b></p>	<p>Hoe en bij wie ga je deze informatie (= antwoord op je evaluatiedoelen) verzamelen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Design</li> <li>▪ Bron</li> <li>▪ Kwantitatief / kwalitatief</li> </ul>	<p>Hoeveel deelnemers zijn nodig? Hoe selecteren?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representativiteit</li> <li>▪ Steekproef?</li> </ul>	<p>Wie voert dit uit?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kennen en kunnen</li> </ul>	<p>Wanneer voer je het uit?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Te verwachten resultaten</li> <li>▪ Design</li> </ul>	<p>Hoeveel gaat dit kosten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alles!</li> <li>▪ Design</li> <li>▪ Kwantitatief / kwalitatief</li> </ul>
<p><b>Hoofddoel:</b> het project 10.000 stappen Vlaanderen (officiële naam: Wijken in Beweging) heeft na 3 jaar een positieve globale impact gehad op het niveau van zowel Vlamingen als intermediairs (gezondheidsdiensten, sportdiensten, en ziekenfondsen). Wijken in beweging (officiële naam) past binnen de nieuwe Vlaamse gezondheidsdoelstelling: het realiseren van gezondheidswinst op bevolkingsniveau door een stijging van het aantal mensen dat voldoende fysiek actief is en evenwichtig eet.</p>	<p><b>REACH:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Na 3 jaar zijn gemiddeld 40 % van de Vlamingen in de toepassende gemeenten bereikt met 10.000 stappen.</li> <li>▪ De bereikte deelnemers zijn representatief voor de Vlaamse bevolking.</li> <li>▪ Lager opgeleiden worden dus even goed bereikt als de andere groepen (lage SES reflex).</li> <li>▪ De belangrijkste infobronnen worden opgelijst.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telefonische interviews bij steekproef van Vlamingen; postmeting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerandomiseerde steekproef (N=2600) a.d.h.v. telefoonregisters</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projecthouder (i.s.m. onderzoeksbureau)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meting in jaar 3</li> <li>▪ Analyse en rapportage in jaar 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosten onderzoeksbureau voor 2600 telefonische interviews</li> <li>▪ Werkuren projecthouder</li> </ul>

<p><b>1. Operationele doelstelling 1:</b> Het project wordt via bovenlokale en lokale netwerking bekend gemaakt bij alle gezondheidsdiensten, sportdiensten, en ziekenfondsen.</p> <p><b>2. Operationele doelstelling 2:</b> Via bovenlokale en lokale netwerking met deze lokale actoren wordt het project op ruime schaal toegepast. De wetenschappelijke onderbouwing van het project wordt ook tijdens de implementatie bewaakt en opgevolgd (projectcomponenten).</p> <p><b>3. Operationele doelstelling 3:</b> Er wordt zichtbaarheid bij de bevolking gecreëerd met als doel bewustwording van het concept 10.000 stappen.</p> <p><b>4. Operationele doelstelling 4:</b> Via het laagdrempelig concept van 10.000 stappen worden Vlamingen aangezet actiever door het leven te gaan onder meer door het integreren van bewegingsperiodes in de dagelijkse levensstijl.</p>	<p><b>EFFECT(IVITEIT):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vlamingen die 10.000 stappen leren kennen, vertonen een meer gunstige evolutie in attitude/intentie om te bewegen t.o.v. andere Vlamingen.</li> <li>▪ Vlamingen die 10.000 stappen leren kennen, gaan meer bewegingsmomenten in hun dagelijkse leven inlassen t.o.v. andere Vlamingen.</li> <li>▪ De gevonden effecten zijn veralgemeenbaar naar de gehele Vlaamse bevolking, mede voor lager opgeleiden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Afname IPAQ-vragenlijst en HELENA-vragenlijst via telefonisch interview bij steekproef van Vlamingen; pre-post meting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerandomiseerde steekproef (N=2600) a.d.h.v. telefoonregisters</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projecthouder (i.s.m. onderzoeksbureau)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pre-meting vóór start project, post-meting na 6 maanden en 1 jaar</li> <li>▪ Analyse en rapportage in jaar 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosten onderzoeksbureau voor telefonische interviews (2 maal, pre en post)</li> <li>▪ Werkuren projecthouder</li> </ul>
	<p><b>ADOPTIE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Na 3 jaar passen 40 % van de te bereiken organisaties 10.000 stappen toe sinds de start van de verspreiding in Vlaanderen.</li> <li>▪ Deze toepassing van 10.000 stappen is veralgemeenbaar naar zowel gezondheids- als sportdiensten, steden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Online bevraging bij steekproef van te bereiken organisaties; postmeting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gerandomiseerde steekproef (N=86) van de te bereiken organisaties (N=346)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projecthouder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Meting in jaar 3</li> <li>▪ Analyse en rapportage in jaar 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosten online bevraging bij 86 organisaties</li> <li>▪ Kosten analyse en rapportage</li> <li>▪ Werkuren projecthouder</li> </ul>

<p>en landelijke gemeenten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De barrières voor toepassing zijn gekend</li> </ul>					
<p><b>IMPLEMENTATIE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Na 3 jaar worden gemiddeld 70% van de evidence-based projectpijlers (deze zowel gericht op individu als op omgeving) van 10.000 stappen geïmplementeerd door toepassende organisaties.</li> <li>De barrières voor implementatie per projectpijler zijn gekend.</li> <li>De nodige tijdsinvestering en kosten worden opgelijst.</li> <li>Aanpassingen aan de methodiek worden geregistreerd en meegenomen voor verbetering bij vernieuwing van het project.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Online bevraging bij steekproef van te bereiken organisaties; postmeting</li> <li>Registratie van procesverloop project</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerandomiseerde steekproef (N=86) van de te bereiken organisaties (N=346)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Projecthouder</li> <li>projectpartners</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meting in jaar 3</li> <li>Analyse en rapportage in jaar 3</li> <li>Continue registratie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kosten aanmaak en onderhoud registratie-formulier</li> <li>Werkuren projectpartner</li> </ul>
<p><b>MAINTENANCE:</b></p>					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ De gevonden effecten blijven behouden na 3 jaar.</li> <li>▪ 10.000 stappen wordt blijvend toegepast door de te bereiken organisaties na 3 jaar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Telefonische bevraging bij bevrage (deelnemende) Vlamingen; postpostmeting</li> <li>▪ Telefonische bevraging bij deelnemende organisaties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eerder bevrage (deelnemende) Vlamingen en organisaties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projecthouder (i.s.m. onderzoeksbureau)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Postpostmeting na 3 jaar</li> <li>▪ Analyse en rapportage na 3 jaar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosten onderzoeksbureau voor telefonische interviews</li> <li>▪ Werkuren projecthouder</li> </ul>
--	---	---	--	---	---	--

## 8. STAP 2: Meetinstrumenten

Terwijl stap 1, het invullen van de evaluatiematrix, de grootste stap is binnen de evaluatie voorbereiding zal ook stap 2 nog gebeuren alvorens de evaluatie wordt uitgevoerd.

Een degelijk meetinstrument is essentieel voor het welslagen van de evaluatie. Het bepaalt niet enkel de reikwijdte en kwaliteit van de data. Het beïnvloedt in grote mate de conclusies die je kan en mag trekken. Daarnaast is het belangrijk te onthouden dat een meetinstrument niet alleen een vragenlijst, maar ook een registratie, een interview of een focusgroep kan zijn (cfr. tabel meetinstrumenten bij "methode", p. 30).

Het meetinstrument dient zodanig uitgewerkt dat het alle informatie die nodig is, ook werkelijk aanlevert. Toets daarom de vragen uit de instrumenten één voor één af aan de evaluatiedoelen. Werd elk doel opgenomen in de vragenlijst, de registratie, het interview, ...? Er moet vaak ook niet per evaluatiedoel een apart meetinstrument opgenomen worden, combineer verschillende metingen in 1 meetinstrument. Op die manier wordt de respondent ook niet overbevraagd. Merk op dat SMART-geformuleerde doelen zich makkelijker laten vertalen in gerichte vragen. Voorzie ook het bevragen van identificatiegegevens. Deze zullen niet alleen een antwoord bieden op je evaluatiedoelen binnen de RE-AIM dimensies bereik en adoptie, maar geven je ook aan of de data uit je evaluatie representatief zijn.

Daarnaast hoort een meetinstrument betrouwbaar en valide te zijn. Dit leidt tot kwalitatief hoogstaande gegevens, die toelaten stevige conclusies te trekken.

**Betrouwbaarheid** is de mate waarin een meetinstrument bij herhaalde metingen in gelijke omstandigheden dezelfde resultaten oplevert. Om dit na te gaan, toets je of het instrument dezelfde resultaten oplevert over de tijd heen of wanneer je het vergelijkt met een equivalent instrument.

**Interne validiteit** is de mate waarin je meet wat je voor ogen hebt te meten; de mate waarin de resultaten van het instrument en de werkelijkheid met elkaar overeenkomen. Bv. de mate waarin een effect werkelijk toe te schrijven is aan een interventie en alternatieve verklaringen kunnen uitgesloten worden (o.a. door storende variabelen, toeval, systematische meetfouten).

### A. Bestaand instrument benutten

Zoek uit of er al instrumenten bestaan die je kan gebruiken voor de evaluatie, al dan niet mits kleine aanpassingen. Een **bestaand instrument** aanpassen vergt een pak minder tijd en moeite dan de ontwikkeling van een nieuw.

Blijf wel alert. Ga na

- of de inhoud voldoende overeenstemt met de doelen van de evaluatie. Denk eraan dat instrumenten gewoonlijk toch nog aanpassingen vergen. Soms moeten vragen toegevoegd worden, opdat alle evaluatiedoelen aan bod komen. Soms is het nodig overbodige vragen te schrappen. Dit zijn vragen die wel leuk zijn om weten, maar niet het antwoord geven op de doelen.
- of het instrument voldoende betrouwbaar en valide is. Ook na de aanpassingen. Een wetenschappelijk meetinstrument zal meestal wel getest zijn op betrouwbaarheid en interne validiteit. Deze vervalt echter wanneer iets aan de vragen veranderd wordt, bijvoorbeeld vertalen naar het Nederlands, vragen toevoegen of weglaten, ... .

- of je de meting zelf kan scoren? Beschik je over de nodige scoringsformulieren en codeersleutels?
- welke kosten verbonden zijn aan het gebruik van het instrument. Niet elk instrument kan je gratis gebruiken. Respecteer copyrights.

Bestaande instrumenten vind je via tijdschriften en vakliteratuur, bij experts of praktijkdeskundigen.

## B. Eigen meetinstrument ontwikkelen

Het is ook mogelijk zelf een **instrument** te **ontwikkelen**. De bijhorende checklists bevatten richtlijnen voor het opmaken van een vragenlijst of interview. Denk daarbij telkens na over de vraaghoud, de vraagvorm, de vraagvolgorde en de lay-out. Houd bij de ontwikkeling van het instrument duidelijk voor ogen wat je wil weten. Uiteraard kan je je laten inspireren door de inhoud en opmaak van bestaande instrumenten.

Voorzie ook telkens een (beperkte) uittestperiode. Hier test je de eerste versie van het instrument bij je infobron. De doelgroep of intermediairs kunnen input geven door bijvoorbeeld vragen te suggereren, te herformuleren, onduidelijkheden te benoemen of feedback te verschaffen. Hun inbreng zorgt ervoor dat het instrument op maat van je bron blijft.

Ideaal gesproken wordt het instrument ook getoetst op zijn validiteit en betrouwbaarheid. Omdat het toetsen van de betrouwbaarheid en validiteit onderzoekstechnische vaardigheden vereisen, wordt dit in de praktijk vaak overgeslagen. Probeer toch met collega's kritisch na te gaan of een instrument meet wat het hoort te meten. En in welke mate de vragen alle relevante delen van het onderwerp omvatten. Vraag eventueel ook de mening van een expert.

**Opmaken van een vragenlijst**

**VRAAGINHOUD**

- Formuleer de vragen op zo'n manier dat je te weten komt wat je wil weten. Verzamel enkel informatie die nodig is. Veel info is leuk, maar geeft geen antwoord op de evaluatievragen.
- Concretiseer abstracte begrippen. Maak de vraag duidelijk, begrijpbaar voor je doelgroep.
- Bewaak dat de vraag de competentie van de ondervraagde niet over- of onderschat.

**VRAAGVORM**

- Gebruik korte, enkelvoudige en helder geformuleerde zinnen.
- Vermijd vaste antwoordpatronen. Vb. door items omgekeerd (positief versus negatief) te formuleren.
- Wees niet suggestief. De vraag mag het antwoord niet beïnvloeden door haar vorm. Bv. Ben je ook tevreden over het spel Huisje Weltevrede?
- Zorg dat alle antwoordmogelijkheden in de vraag aan bod komen. Voeg indien mogelijk de antwoordcategorie "andere: (vul in)" toe.
- Waak erover dat de antwoordcategorieën elkaar niet overlappen.
- Gebruik filtervragen waar nuttig. Dit zijn vragen die respondenten kunnen overslaan indien zij voor hen niet relevant zijn.
- Zorg dat de vragen door iedereen op dezelfde manier begrepen worden.

**VRAAGVOLGORDE**

- Structureer de vragenlijst in duidelijke delen. Zeker bij een langere vragenlijst kan werken met tussentitels het invullen gemakkelijker en aangenamer maken.

- Begin met een inleiding die kort het doel van het project beschrijft, de invulinstructies geeft en wijst op anonimiteit.  
Op het einde, dank de respondenten voor hun inspanning.
- Begin met algemene en niet bedreigende vragen. Nadien kunnen meer specifieke of persoonlijke vragen volgen.
- De bevraging van demografische gegevens kan zowel in het begin van de vragenlijst als op het einde. Vb. geslacht, leeftijd,...

#### **LAY-OUT**

- Gebruik voldoende witruimte. Tracht de lengte van de vragenlijst niet te beperken door de vragen opeen te hopen.
- Voorzie een aangename, maar professioneel ogende opmaak.
- Nummer de vragen.
- Werk met duidelijke titels, overgangen en groepering van vragen.

#### **TESTEN**

Test je vragenlijst uit bij enkele leden van de doelgroep of bij een aantal intermediairs. Ga na:

- of de vragen duidelijk zijn? Begrijpt iedereen de vragen op dezelfde manier? Is dit zoals je het bedoelde?
- of elke respondent bij de gesloten vragen een geschikt antwoord terugvindt tussen de antwoordmogelijkheden.
- of bepaalde vragen systematisch worden overgeslagen.
- of bepaalde vragen niet-interpreteerbare antwoorden opleveren.
- of de vragenlijst de informatie voortbrengt die je nodig hebt of verwacht.
- of respondenten het gevoel hebben dat alle relevante onderwerpen aan bod komen.

## **Opstellen van een interview of focusgroep**

#### **VRAAGINHOUD**

- Formuleer de vragen op zo'n manier dat je te weten komt wat je wil weten. Verzamel enkel informatie die nodig is. Veel info is leuk, maar geeft geen antwoord op de evaluatievragen.
- Bewaak dat het gesprek niet te algemeen blijft en voldoende 'focust' op een specifieke probleemstelling.
- Gebruik eenvoudige begrippen.
- Waak erover dat de vraag de competentie van de ondervraagde niet over- of onderschat.

#### **VRAAGVORM**

- Gebruik korte, enkelvoudige en helder geformuleerde vragen.
- Formuleer vragen niet suggestief. De vraag mag het antwoord niet beïnvloeden door haar vorm. Bv. Ben je ook tevreden over het spel Huisje Weltevree?
- Zorg dat de vragen door iedereen op dezelfde manier begrepen worden.
- Zorg bij een gestructureerd interview dat alle antwoordmogelijkheden in de vraag aan bod komen.
- Bewaak bij een gestructureerd interview dat de antwoordcategorieën elkaar niet overlappen.

**VRAAGVOLGORDE** (zie ook stap 3 – afname)



- Structureer het gesprek in duidelijke delen. Begin met een inleiding die kort het doel van het project beschrijft, vertel hoe je het gesprek zal opbouwen en wijs op anonimiteit.
- Begin met algemene en niet bedreigende vragen. Nadien komen meer specifieke of meer persoonlijke vragen aan bod.
- Eindig met demografische vragen. Vb. geslacht, leeftijd, ...
- Dank de deelnemer ten slotte voor hun inspanning.

## TESTEN

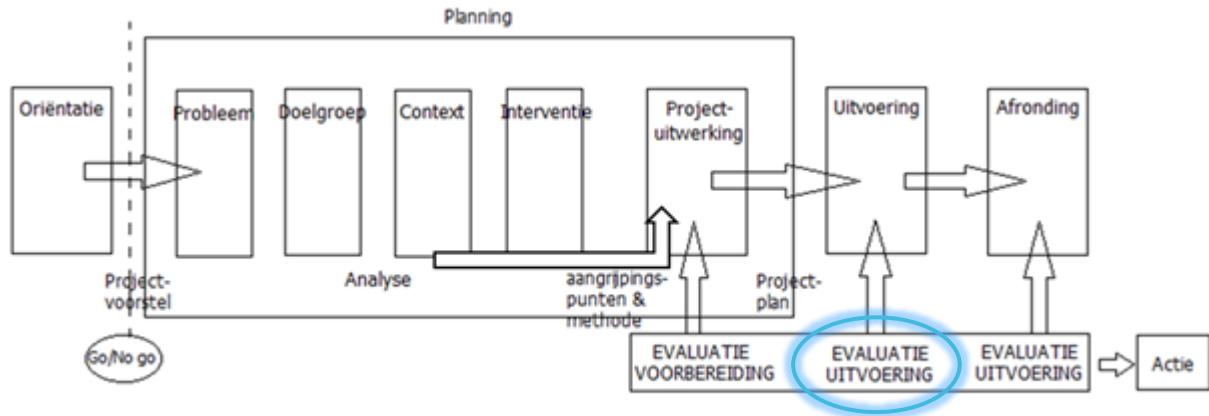
Test je leidraad uit bij enkele leden van de doelgroep of bij een aantal intermediairs. Daarna:

- of de vragen duidelijk zijn. Begrijpt iedereen de vragen op dezelfde manier? Is extra info nodig?
- of elke respondent bij de gesloten vragen uit een gestructureerd interview een geschikt antwoord terugvindt tussen de antwoordmogelijkheden.
- of bepaalde vragen systematisch tot verwarring leiden.
- of bepaalde vragen niet-interpreteerbare antwoorden opleveren.
- of alle vragen aangepast zijn aan de doelgroep.
- of het gesprek de informatie oplevert die jij nodig hebt of verwacht.
- of geïnterviewden en deelnemers het gevoel hebben dat alle relevante onderwerpen aan bod komen?

## 9. STAP 3: Gegevens verzamelen

Na de evaluatievoorbereiding kan de eigenlijke uitvoering starten en worden de data verzameld.

### *Fasenmodel voor projectmatig werken*



### **A. Voorbereiding van de gegevensinzameling**

De voorbereiding start bij de rekrutering. Op welke manier werf je best de deelnemers? Onderstaande checklist geeft alvast enkele ideeën. Zorg ervoor dat niemand uit de boot valt en je alle mogelijke respondenten bereikt. Hierbij is het steeds belangrijk het principe van representativiteit in het achterhoofd te houden. Kan je alle subgroepen op dezelfde manier bereiken? Zo zullen ouderen moeilijker te rekruteren zijn via e-mail. Bezoekers van een website zijn dan weer het best terug te vinden op de website zelf.

Ga bovendien na of toestemming is vereist. Zo is bv. de goedkeuring van de ouders nodig om kinderen op school te bevragen. Indien toestemming is vereist, wordt er gekozen om de respondent (of de vertegenwoordiger van de respondent, bijv. ouder) een toestemmingsformulier ("informed consent") te laten ondertekenen. De anonimiteit van het onderzoek wordt hierbij benadrukt, alsook de mogelijkheid voor de respondent om op elk moment zijn/haar verzamelde gegevens in te kijken of zijn/haar medewerking stop te zetten.

De anonimiteit van het onderzoek, van de bevraging, moet steeds benadrukt worden bij de afname van je vragenlijst, interview of ander meetinstrument. Met anonimiteit wordt bedoeld dat de resultaten niet tot op personen kunnen herleid worden. Dit betekent uiteraard niet dat je geen identificatiegegevens (emailadres, naam, leeftijd, ...) kan bevragen. Deze gegevens kunnen namelijk noodzakelijk zijn om een posttest te versturen of een prijs te verloten, maar ook om één van je evaluatievragen te beantwoorden (denk maar aan de RE-AIM dimensie bereik). Daarom is het steeds aangewezen te benadrukken dat de verzamelde data enkel bij de onderzoekers zal terecht komen en ook enkel voor die evaluatie zullen gebruikt worden. In de rapportering naar anderen zal er dan enkel gewerkt worden met geaggregeerde data (aan de hand van samenvattende maten). Vraag je bepaalde identificatiegegevens op voor je evaluatie, dan is het ook steeds raadzaam om eens de volgende website te bekijken: <http://www.privacycommission.be/nl/>. Hier kan je aangifte doen van de gegevens die je opvraagt en waar je deze voor gebruikt. Op deze manier kunnen je respondenten op elk ogenblik volgen wie gegevens over hen verwerkt. De aangifte is geen toestemming die je moet vragen. Je moet nog steeds zelf instaan voor het naleven van de Privacywet. Om de regels hierrond duidelijk te maken heeft de Privacy Commissie een brochure samengesteld voor de onderzoeker: Privacy: een vademecum voor de

onderzoeker die gemakkelijk te downloaden is op de website <https://www.privacycommission.be/nl/brochures-voor-de-onderzoeker>.

### Deelnemers werven

Deelnemers voor de evaluatie kan je aanspreken:

- via een zoekertje in nieuwsbrieven, lokale pers, tijdschriften,...
- via een databank
- via de verantwoordelijke van verenigingen, organisaties,...
- via de gegevens uit het telefoonboek
- via een bevraging op een locatie met veel mensen. Vb. trein, marktplein, festival, evenement,...
- via posters, flyers
- via de intermediairs waarmee je samenwerkt
- via mail
- via websites
- ...

Wanneer de gegevensinzameling met meerdere personen gebeurt, is extra overleg nodig. Zorg dat diegenen die de gegevens inzamelen, vertrouwd zijn met het instrument, zoals het interviewprotocol of de instructies voor de vragenlijst, de terminologie en de afnamevoorwaarden. Niet alleen bij het invullen van de vragenlijst of de interviewleidraad moet je opletten voor suggestiviteit, vermijden van abstracte begrippen, structuur, ... (zie stap 2 "meetinstrumenten", p. 30). Ook de begeleiding en mondelinge afname van bevestigingen kan door deze factoren beïnvloed worden. Indien nodig voorzie je een training voor deze betrokkenen. Hoe eenvormiger de data zijn ingezameld, hoe betrouwbaarder de gegevens. Voornamelijk bij de afname van interviews en focusgroepen is dit een belangrijk aandachtspunt.

Motiveer ook de medewerkers. Hun taak kan soms frustrerend of eentonig zijn. Informeer hen over het belang van de data voor het project. En onderstreep de relevantie van hun werk. Betrek hen bij de data-interpretatie of bezorg feedback over de resultaten.

Maar ook de deelnemers (respondenten) kunnen extra aangemoedigd worden. Om deelnemers te werven, kan je gebruik maken van een aantal 'trucs', die de kans op medewerking vergroten. Respecteer evenwel de keuze van mensen.

### Respons verhogen

- Vermeld van wie de evaluatie uitgaat.
- Gebruik korte vragenlijsten of interviews. Vraag geen overbodige info.
- Voorzie een begeleidende brief of inleidend gesprek:
  - Garandeer anonimiteit
  - Benoem het belang van de evaluatie; wat kan aangetoond worden met de antwoorden
  - Benadruk het belang van hun medewerking: welke informatie gaat verloren als hun stem niet is gehoord?

- Zorg bij een vragenlijststudie voor een aangename lay-out.
- Controleer de limietdatum voor het terugsturen van de antwoorden. Laat genoeg tijd om iedereen de kans te geven te antwoorden, maar maak de tijd ook niet te lang zodat uitstelgedrag wordt uitgelokt. Meestal wordt er gekozen voor 2 à 3 weken invultijd.
- Vermeld vooraf hoe lang de vragenlijst of het interview zal duren. Bij internetstudies helpt een balk die aangeeft waar je je bevindt in de vragenlijst.
- Vertrek van een up-to-date adressenbestand.
- Kondig de evaluatie vooraf aan.
- Bewaak de goede relatie met de doelgroep.
- Kies een gepast tijdstip voor de informatieverzameling. Onthaalmoeders bv. contacteer je best niet over de middag.
- Werk met betrouwbare tussenpersonen.
- Voorzie retourenveloppen met port betaald door bestemming.
- Geef een beloning, zoals kans op een relaxbon, gratis deelname aan een activiteit, ...
- Geef feedback. Zo kan je bijvoorbeeld de mogelijkheid voorzien de respondent op de hoogte te houden van de resultaten van de evaluatie.
- Doe een herhalingsoproep.

## B. Gegevensinzameling

Een goede voorbereiding is het halve werk. Dit geldt zeker hier. En toch kunnen ook dan nog de zaken fout lopen. Bewaak de *kwaliteit* van de data-inzameling zorgvuldig. De kwaliteit van de bevraging zal voornamelijk beïnvloed worden door het al dan niet participeren van de respondenten. Tijdens de gegevensinzameling is het daarom belangrijk steeds je respons in het oog te houden. Door de 'trucs' hierboven toe te passen kan je deze mogelijks bijsturen. Daarnaast kan item-non-respons een probleem vormen, waarbij bepaalde vragen systematisch niet beantwoord worden. Onderstaande boxen helpen bij het afnemen van een interview, een focusgroep of een vragenlijst.

### Een vragenlijst afnemen

- Trek voldoende **tijd** uit. De evaluatievragen krijgen pas een antwoord als voldoende en waardevolle informatie is vergaard.
- Zorg voor **duidelijke** en leesbare kopieën. Of werk met **betrouwbare** online enquêteservices.
- Vraag respondenten zo duidelijk mogelijk te schrijven opdat hun antwoorden niet verloren gaan wegens onleesbaar.
- Vermijd **item-non-respons** door de respondenten, indien mogelijk, te verplichten de vragen in te vullen. Via online-enquêtes kan dit afgedwongen worden door zonder antwoord niet verder te kunnen in de vragenlijst.
- Voorzie een e-mailadres of gsm-nummer waarop de projectverantwoordelijke **bereikbaar** is.
- Dank deelnemers voor hun inspanning. Benadruk het belang van hun deelname en maak eventueel afspraken over de feedback.

## Een interview of focusgroep afnemen

Hoewel je - afhankelijk van het soort interview (gestructureerd of semi-gestructureerd) - meer of minder strikt een interviewleidraad volgt, helpen onderstaande richtlijnen om het interview vlot te laten verlopen.

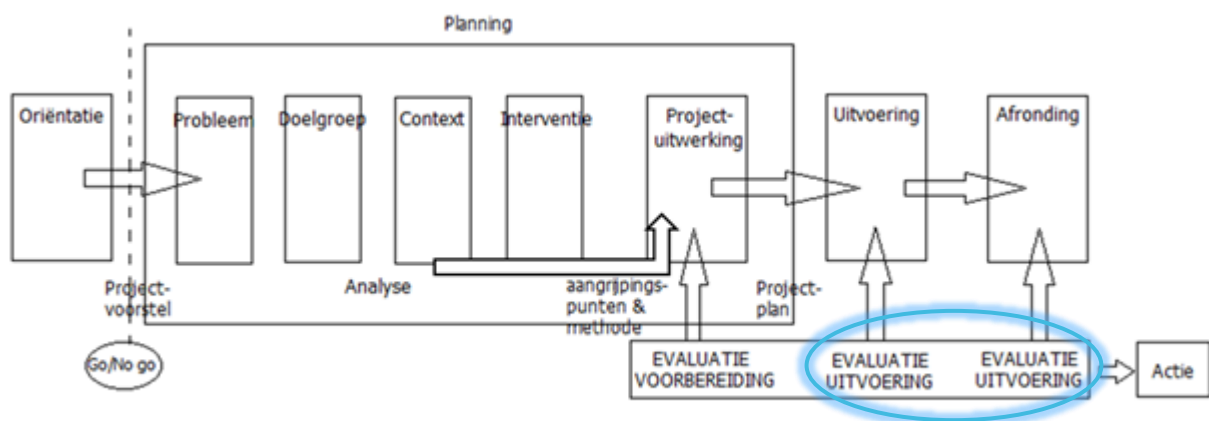
- Trek voldoende *tijd* uit. De evaluatievragen worden pas op een zinvolle manier beantwoord als voldoende en waardevolle informatie is vergaard.
- Neem interviews op. Zo voorkom je dat *info verloren* gaat. En kan je nadien toetsen of alles correct is genoteerd of samengevat. Vraag wel telkens toestemming aan de deelnemers om het interview of focusgroep op te nemen. Benadruk hierbij nogmaals de anonieme verwerking en rapportage van de data.
- Schakel een verslaggever in. Zo blijf je als moderator zelf het gesprek sturen.
- Verwelkom deelnemers of geïnterviewde.
- Stel jezelf kort voor en geef informatie over doelen van het gesprek. Een zekere informaliteit vermijdt korte vraag- en antwoordgesprekken.
- Laat bij een focusgroep de deelnemers zichzelf voorstellen.
- Schets bij een focusgroep kort de 'spelregels'. Bv.
  - Alles mag worden gezegd
  - Alle meningen zijn relevant
  - Discussie is belangrijk
  - Consensus is wel/niet nodig
  - Iedereen mag uitspreken
- Start met enkele openingsvragen ter kennismaking.
- Begin met algemene en niet bedreigende vragen. Nadien komen meer specifieke of meer persoonlijke vragen aan bod.
- Eindig met demografische vragen. Vb. geslacht, leeftijd,...
- Rond af en vat samen. Ga na of de deelnemers/geïnterviewde hiermee instemmen.
- Dank deelnemers/geïnterviewden voor hun inspanning. Benadruk het belang van hun deelname en zeg wat je met de resultaten gaat doen. Maak eventueel afspraken over de feedback.
- Noteer zaken die opvielen tijdens het interview (verbaal en non-verbaal).
- Maak een verslag van elk interview.
- Voorzie, indien meerdere interviewers betrokken zijn, een e-mailadres of gsm-nummer waarop de projectverantwoordelijke *bereikbaar* is.

## 10. STAP 4: Gegevens analyseren en interpreteren

Je bezit nu alle info om het project in de goede richting te sturen. Op basis van wat je gelezen of gehoord hebt tijdens de dataverzameling ben je evenwel niet in staat te achterhalen welke conclusies deze gegevens bevatten. Ze moeten zorgvuldig geordend, geanalyseerd en geïnterpreteerd worden. Stap 4 zet je hierbij op weg. Het geeft essentiële richtlijnen voor een goede analyse van de data.

Bedenk dat dit werkboek geen handleiding data-analyse vervangt. Wie meer details wil kennen of zich nog onvoldoende gewapend voelt, neemt best een leerboek data-analyse ter hand. Of gaat te rade bij een expert.

### *Fasenmodel voor projectmatig werken: analyse en interpretatie van gegevens*



### A. Data klaarmaken voor verwerking

De analyse en interpretatie van de data vertrekt van een goed geordend overzicht van alle gegevens. Dit geldt zowel voor kwantitatieve als voor kwalitatieve data. De wijze waarop verschilt evenwel voor beide soorten gegevens.

#### 1. KWANTITATIEVE DATA

Kwantitatieve data klaarmaken voor verwerking gebeurt in vier stappen:

- Een codeboek creëren, een datamatrix aanmaken, data ingeven, data zuiveren

##### *a. Codeboek creëren*

Een codeboek bevat de informatie die nodig is om de gegevens om te vormen tot een dataset waarop analyses kunnen worden uitgevoerd. Op basis van dit codeboek maak je een datamatrix aan, waarin elke deelnemer voor elke vraag een score krijgt. Die score wordt later gebruikt in de analyses. Een codeboek zal enerzijds de namen die je toekent aan de verschillende vragen bevatten. Deze namen verwijzen best naar de inhoud van de vraagstelling. Daarnaast worden er codes toegekend aan elke antwoordmogelijkheid binnen de vragen. Zo ontvangt elke deelnemer voor elke vraag één cijfer. De codes zijn steeds numeriek. Ze zorgen ervoor dat in Excel of meer gespecialiseerde rekenprogramma's op de data bewerkingen kunnen worden uitgevoerd. Dat er kan geteld en gerekend worden.

Bij bepaalde vragen is het antwoord al een getal. Denk maar aan leeftijd, jaartal, budgetten, aantal stukken fruit per dag, ... Bij dit type vragen mag het getal in het codeboek aangehouden worden. Je hoeft geen andere cijfercode op te stellen. In bepaalde gevallen is het evenwel nuttig groepen of categorieën te maken.

Soms kunnen deelnemers per vraag meerdere antwoorden aanduiden. Beschouw dan elke antwoordmogelijkheid als een afzonderlijke vraag en voorzie in de datamatrix voor elke antwoordmogelijkheid een afzonderlijke kolom. Codeer dan het antwoord van de deelnemer met 1, indien de antwoordmogelijkheid is aangekruist. En geef een score 0, indien de antwoordoptie niet is aangeduid.

Een codeboek geeft ten slotte aan welke waarde toegekend wordt aan ontbrekende antwoorden. Vaak is een witte ruimte of blanco cel in de datafile de eenvoudigste oplossing. Je vult dan niets in. Maak een onderscheid tussen ontbrekende antwoorden en filtervragen of skipvragen. Verduidelijk dat het niet gaat om missende data, maar dat de deelnemer enkele vragen mocht overslaan op basis van de filtervraag.

### ***b. Datamatrix opmaken***

Maak nu een datamatrix aan. Bijvoorbeeld in Excel. Het voordeel van Excel is zijn compatibiliteit met verschillende statistische programma's (vb. SPSS, SAS, ...).

De matrix stel je op aan de hand van het codeboek. De kolommen van de datamatrix stemmen overeen met de vragen uit het interview of de vragenlijst. Aan het hoofd van elke kolom noteer je de namen van elke vraag. Je houdt best de volgorde van de vragen aan. Dit vereenvoudigt het inbrengen van de data.

Elke rij staat voor 1 respondent of deelnemer. Geef elke deelnemer een nummer dat in de eerste kolom wordt genoteerd. Dit is nodig voor de analyses.

Voorbeeld datamatrix Excel

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Respondent	GESLACHT	LEEFT	BEWUUR	BEWTIJD	BEWVNWER	BEWTYWER	BEWENERG	BEWVERV
2	1								
3	2								
4	3								
5	4								
6	5								
7	6								
8									

### ***c. Data ingeven***

Nu ben je klaar om de data in te tikken. Je vult de datamatrix in met de gegevens die verzameld zijn: voor elke respondent ontstaat nu een ingevulde rij in de matrix.

Het is niet altijd nodig de data handmatig in te geven. Met online enquêtetools, kunnen gegevens rechtstreeks opgeslagen worden in een Excelmatrix. Meestal is deze functie opgenomen in het programma.

#### ***d. Data zuiveren***

Met het intikken van cijfers worden makkelijk fouten gemaakt. Het is wenselijk om de gegevensinput te checken en, indien nodig, aan te passen.

Zo kunnen de minimum en maximumwaarden van de antwoorden bij elke vraag gecontroleerd worden. Daarnaast is het aangewezen 10 % van de ingetikte codes te controleren aan de hand van de oorspronkelijke data en het codeboek.

## **2. KWALITATIEVE DATA**

De voorbereiding van een kwalitatieve analyse veronderstelt:

- het uitschrijven of samenbrengen van alle data
- het opstellen van een trefwoordenlijst

#### ***a. Data uitschrijven***

Data voor kwalitatieve analyses is alle info die verzameld werd via de interviews, focusgroepen, via de open vragen in een vragenlijst of observaties. Dit zijn de *ruwe data* waarop later analyses worden uitgevoerd.

Ruwe data uit een interview of focusgroep worden doorgaans neergeschreven per casus of gesprek. Zo kan je later makkelijk terugvinden welke resultaten bij welke casus of gesprek horen. Denk eraan dat deze neerslag het gesprek zo letterlijk mogelijk weergeeft. Denk eraan dat het uittypen van interviewgegevens een intensief en langdurig werk is.

#### ***b. Trefwoordenlijst opstellen***

De verwerking van kwalitatieve data begint bij de opmaak van een trefwoordenlijst. Deze lijst geeft een overzicht van alle trefwoorden die relevant zijn voor de evaluatie. Deze trefwoorden hebben betrekking op de evaluatievragen. Ze benoemen alle belangrijke topics waarover je in de data meer hoopt te lezen.

Door de open antwoordformat bij een kwalitatief opzet komen vaak ook *onverwachte antwoorden en onvoorziene thema's* aan bod. Voor de eigenlijke analyse van de data is het nuttig na te gaan of in de antwoorden van de deelnemers nog andere thema's systematisch opduiken. Neem hiervoor een deel van de data door. Dan nog is het mogelijk dat je trefwoordenlijst slechts **voorlopig** is. Ze zal bij de analyse van de data ongetwijfeld nog worden aangevuld.

Antwoorden op open vragen uit een vragenlijst kan je uitschrijven zoals hierboven toegelicht. Ook hier kan je werken met een trefwoordenlijst. Om echter een snel idee te krijgen van de antwoorden die werden gegeven, kan je een woordenwolk opstellen met de ruwe data. Via de website <http://www.wordle.net/> kan je deze gemakkelijk uitvoeren.

#### ***c. Woorden omzetten in cijfers***

Soms wil je gegevens uit interviews of open vragen in vragenlijsten toch in cijfers weergeven. Bv. omdat je ze wil gebruiken bij de kwantitatieve analyses bij de vragenlijst.

Bepaal wat van belang is om cijfermatig weer te geven. Geef nu elke handeling, eigenschap, ... uit het gesprek of de open vraag bijhorende codes (zie ook hoger: codeboek opmaken). Zo kan je elke deelnemer scoren.



Bv. scholen die geen voedingsbeleid hebben opgesteld, krijgen code 0. Scholen met een voedingsbeleid, code 1. Scholen die geen waterfonteinje hebben, scoren 0. Scholen met een waterfonteinje krijgen code 1.

### LET OP! Kwantificeren van kwalitatieve data

Het is mogelijk om **kwalitatieve gegevens** een **cijfercode** toe te kennen. Dergelijke kwantificering biedt de mogelijkheid om te tellen. Je kan bijvoorbeeld uitrekenen hoeveel respondenten er eenzelfde mening op na houden.

#### Hou wel rekening met het volgende:

- Soms is het nodig cases in hun *specifieke context* te bekijken; door kwantificering gaat de context doorgaans verloren.
- Vaak is slechts een *beperkt aantal personen* bevroegd. Dit kan leiden tot ongeldige resultaten.  
Bv. Bij een steekproef van 6 personen, staat 30 % van de respondenten, voor het antwoord van 2 personen. Hier worden dus best absolute aantallen gebruikt.
- Het gaat om *spontane antwoorden*. Mogelijk hadden meer respondenten een bepaalde mening over het onderwerp. Omdat het thema niet systematisch aan bod kwam bij elke respondent kan je hierover geen uitspraak doen voor de volledige groep.

## B. Data analyseren

### 3. KWANTITATIEVE DATA

#### a. Beschrijvende analyses

Beschrijvende analyses voer je uit bij een beschrijvend opzet. Hierbij worden de antwoorden van de deelnemers uitgedrukt in aantallen, frequenties, gemiddelden,....

Bv. hoeveel personen waren aanwezig? Hoe vaak werd een activiteit uitgevoerd? Wat was de tijdsinvestering? Hoeveel deelnemers vinden de materialen aantrekkelijk? Is het project haalbaar voor intermediairs?

Vaak is het nuttig om de antwoorden op te splitsen naar subgroepen. Je geeft dan niet alleen een totaalscore. Je doet dit afzonderlijk voor bv. mannen en vrouwen, reacties van deelnemers en reacties van intermediairs of jongvolwassenen die bij de ouders inwonen en jongvolwassenen met een eigen stek.

Gebruik groepen die voor het project van belang zijn. Je leidt ze af uit de evaluatiedoelen.

Bv. binnen de dimensie REACH: het nagaan van de representativiteit van de deelnemers.

Volgende gegevens worden vaak gebruikt:

➤ **Frequentie:** deze maat drukt uit hoe vaak iets voorkomt. Hierbij kan je een onderscheid maken tussen absolute en relatieve frequentie. De absolute frequentie geeft louter aan hoe vaak iets

voorkomt, terwijl de relatieve frequentie aangeeft hoe vaak iets voorkomt in verhouding tot de volledige steekproef.

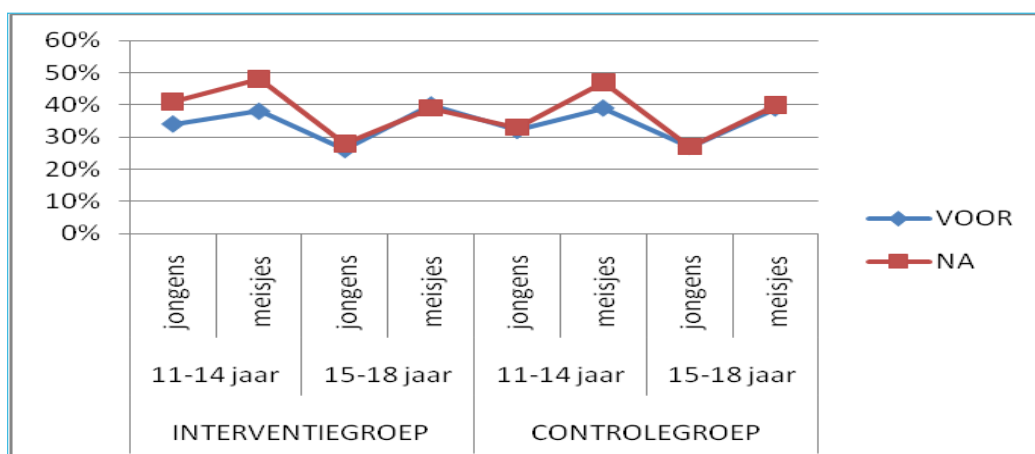
Vb. De absolute frequentie van mensen met overgewicht (BMI 25-29.5) in Vlaanderen bedraagt 1.926.993,6. De relatieve frequentie bedraagt 0.315 (1.926.993,6/6.117.440; waarbij de noemer verwijst naar de volledige Vlaamse bevolking) ofwel 31,5 %.

- **Gemiddelde:** het gemiddelde geeft het zwaartepunt van de verdeling aan en wordt berekend als de som van alle scores gedeeld door het aantal scores.
- **Mediaan:** de mediaan geeft het midden van een gegevensverzameling aan, de middelste waarde. De mediaan wordt vaak weergegeven als aanvulling op het gemiddelde. Bij een symmetrische verdeling zullen deze twee waarden gelijk zijn aan elkaar. Wanneer de mediaan erg verschilt van het gemiddelde wijst dit op een scheve verdeling of is er sprake van uitschieters.
- **Minimum en maximum:** dit zijn respectievelijk de kleinste en de grootste waarde.
- **Standaarddeviatie:** dit is een indicatie voor de spreiding van de antwoorden rond het gemiddelde. Als er geen variatie is in een getallenreeks (alle waarden zijn hetzelfde), dan is de standaarddeviatie 0. Naarmate de standaarddeviatie groter is, is het verschil tussen de individuele scores en het gemiddelde ook groter.
- **Percentiel:** een percentiel duidt aan hoeveel percent van alle scores kleiner of gelijk zijn aan een bepaalde waarde. Daarbij worden alle scores ingedeeld in 100 gelijke delen, gaande van 0 tot 100. Het vijfentwintigste percentiel geeft dan bv. aan dat 25% of een vierde van alle scores kleiner of gelijk zijn aan 25. Het negentigste percentiel betekent dat 90% van de data kleiner is dan 90 of eraan gelijk.

### b. Toetsende analyses

Toetsende analyses gebruik je als de keuze viel op een toetsend opzet. Je wil dan de antwoorden van groepen vergelijken: heeft de groep die deelnam aan het project het beter gedaan dan de groep die niet deelnam? Of is de interventiegroep erop vooruitgegaan: zijn de resultaten van de deelnemers na het project beter dan voor het project? Misschien wil je gewoon nagaan of aan een vooraf bepaald criterium is voldaan: is 80% van de deelnemers tevreden over de activiteiten? Is het aantal klachten over de service van de organisatie gedaald met 10%?

Om verschillen tussen groepen of in de tijd te toetsen bestaan statistische testen. Ze vergen enige vertrouwdheid met statistiek. Schakel indien nodig een expert in die de analyses kan uitvoeren.



## 4. KWALITATIEVE DATA

### a. Beschrijvende analyses

#### *Data ordenen*

Bij kwalitatieve data gaat veel tijd naar het ordenen ervan. De trefwoordenlijst vormt hier de basis.

Er zijn twee werkwijzen.

- **Per trefwoord:** ga per trefwoord na welke cases daarover iets vertellen. Je krijgt een overzicht van de antwoorden per trefwoord. Je analyse heeft ze 'ingevuld', betekenis gegeven en zal mogelijke verbanden in de evaluatie blootleggen.
- **Per case:** hier analyseer je per case welke trefwoorden aan bod komen en hoe ze zijn ingevuld. Je leert welke thema's bij elke case afzonderlijk van belang zijn. Later trek je per case een besluit en kijkt dan pas of er over de cases heen belangrijke vaststellingen kunnen gebeuren.

Soms duiken nog nieuwe trefwoorden op tijdens het ordenen van de data. Voeg deze toe aan de trefwoordenlijst. Controleer meteen de reeds doorlopen tekstfragmenten op de nieuwe trefwoorden.

Probeer tijdens deze taak zo objectief mogelijk te werk te gaan. Minimaliseer of maskeer geen informatie om je eigen verwachtingen in te vullen.

De ordening van de tekst kan manueel gebeuren of aan de hand van een kwalitatief softwarepakket (vb. NVivo).—Meestal is een dergelijk softwarepakket niet aanwezig. Gebruik dan een eenvoudige tekstverwerker (Bv. Word).

Op het einde van dit ordeningsproces krijg je

- per trefwoord een overzicht van de fragmenten van alle respondenten (*geordend per trefwoord*)
- of per casus een overzicht van de trefwoorden per respondent (*geordend per case*).

Op die manier schep je orde in de grote hoeveelheid gegevens die zijn verzameld.

Dit knip- en plakwerk heeft ook nadelen. Het risico bestaat dat fragmenten uit één interview te los staan van elkaar. Dit is zeker het geval bij een analyse per trefwoord. Zo verlies je mogelijk **de context** uit het oog. Reduceer de data niet té sterk. De mogelijkheid om de samenhang in een casus en de sfeer een plaats te geven in de analyses is net een sterkte van kwalitatieve methodes. Voeg eventueel belangrijke contextgegevens over een case toe aan bepaalde fragmenten.

#### *Data zuiveren*

Indien mogelijk, werk je best met een tweede (onafhankelijke) persoon die de data nogmaals bekijkt. Binnen dit onderzoek kan subjectiviteit, vaak ongewild, snel binnen sluipen. Ga na of dezelfde trefwoorden bij dezelfde fragmenten voorkomen. Wanneer verschillen opduiken, overleg je samen waar het fragment het best thuishoort. Raadpleeg eventueel een derde persoon. De betrouwbaarheid van de analyse is hoog als er een grote consensus bestaat tussen de verschillende beoordelaars.

Als je niet de mogelijkheid hebt om de volledige analyse met twee personen uit te voeren, kan je de gemeenschappelijke analyse beperken tot een deel van de tekst (10%-20%).

### **b. Toetsende analyses**

Om het toetsen mogelijk te maken, doe je het ordeningsproces voor elke groep of elk tijdstip waarop gemeten werd. Als je koos voor een pre-postopzet, doe je de analyse een keer voor de pretestgegevens en een keer voor de posttest. Als je een tijdsreeks hebt opgezet, herhaal je deze ordening voor elke meting. Bij een pre-postopzet bij een interventie- en controlegroep voer je vier acties uit: een keer voor de pretest van de actiegroep, een keer voor de pretest van de controlegroep, een derde keer voor de posttest van de actiegroep en ten slotte, een laatste keer voor de posttest van de controlegroep.

Op het einde van dit ordeningsproces krijg je een overzicht van de fragmenten per trefwoord (geordend per trefwoord) of een overzicht van de trefwoorden per case (geordend per case). En dit voor elk meetmoment of voor elke groep.

## **5. DATA INTERPRETEREN**

Terwijl analyseren verwijst naar het ontleden of uiteenrafelen van de data, staat interpreteren voor de betekenis die je aan de resultaten van de analyse toeschrijft. Hierboven heb je de data op een rijtje gezet en zo objectief mogelijk geanalyseerd. Je hebt zelf niets *toegevoegd* aan de resultaten. Bij de interpretatie hang je gewichten aan de uitkomsten. Je geeft ze een waarde.

Hierbij is het belangrijk telkens je design (cfr evaluatiematrix – methode) in het achterhoofd te houden. Wat kan je zeggen over de data vanuit het gekozen design?

Houd bij de interpretatie ook rekening houden met de *tekortkomingen* van de evaluatie. Tekortkomingen kunnen een belangrijke rol spelen in het begrijpen van de resultaten.

### **Onderzoekstekorten**

Mogelijke tekortkomingen van onderzoek zijn:

- **Onderzoekersbias:** was de *onderzoeker* bij de analyse en de interpretatie van de resultaten bevooroordeeld (subjectiviteit)? Gebeurde de *afname* van het onderzoek gestandaardiseerd? Had de interactie tussen de *respondenten* invloed op de resultaten?
- **Validiteit:** meet je wat je wilde meten? Of blijkt dat eigenlijk iets anders werd gemeten? Dat enkel een deel van de evaluatietopics werd geëvalueerd?
- **Betrouwbaarheid:** indien je het onderzoek herhaalt in dezelfde omstandigheden, zou je dan nog dezelfde resultaten bekomen? Indien een andere onderzoeker deze studie zou uitvoeren, zouden de resultaten gelijk zijn?
- **Vergemeenbaarheid:** Is de steekproef groot en representatief genoeg om resultaten te veralgemenen naar de volledige populatie? Bv. naar alle scholen, naar alle werkenden, naar alle huisartsen? Kunnen de resultaten veralgemeend worden naar andere groepen?
- **Methode:** zou een andere methode tot andere resultaten leiden? Werd de methode correct uitgevoerd? Werden de juiste analyses gekozen?

- **Missings:** Zijn de non-respondenten gelijkmatig verdeeld over de bevroegde doelgroepen of is hier een trend in te merken? Zijn er bepaalde vragen met veel missings?

### **a. Interpretatie aan de hand van statistische testen**

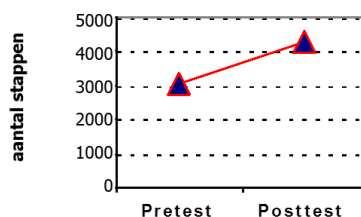
**Toetsende opzetten bij kwantitatieve analyses** die zijn uitgevoerd met statistische testen zijn het makkelijkst te interpreteren. De toets zelf geeft aan of een resultaat wel of niet 'betekenisvol' is (bijv. of het effect statistisch significant is); of verschillen tussen groepen en/of tussen meetmomenten wel of niet groot genoeg zijn om er rekening mee te houden.

Leg deze vaststellingen naast de evaluatiedoelen. Ga na of ze beantwoorden aan wat je had verwacht. Probeer vervolgens te begrijpen waarom bepaalde uitkomsten werden vastgesteld. Voor de verklaring van de resultaten kan je je baseren op de ervaringen met het project (van jezelf of van deelnemers) vastgelegd in andere aspecten van de evaluatie (denk aan het RE-AIM model), op theorieën, op voorgaand onderzoek of alleen op je gezond verstand. Betrek hierbij de stakeholders. Check of zij tot dezelfde conclusies en verklaringen komen op basis van de gevonden resultaten.

Ook wanneer de evaluatie niet de verwachte uitkomsten oplevert, is het belangrijk te achterhalen waarom de uitkomsten anders zijn dan verwacht. Uit negatieve resultaten kan je zinvolle conclusies trekken voor toekomstige projecten.

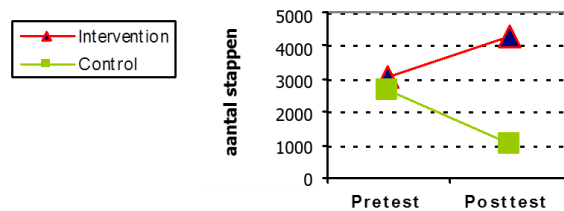
### **Interpretatie onderzoek 'Promotie van fysieke activiteit'**

In een onderzoek naar de effecten van een beweegprogramma voor leden van sociaal-culturele verenigingen toont de pre-postanalyse een stijging op beweging bij de interventiegroep. De scores op de pretest zijn significant verschillend in vergelijking met de scores op de posttest. Uit dit deelresultaat blijkt dat de interventie effect had.



Maar wat met invloed van andere factoren? Zoals bijvoorbeeld seizoenseffecten (pretest in de winter en posttest in de zomer), de betrokken personen namen ook deel aan een andere interventie, ... .

Daarom werd bij het onderzoek ook een controlegroep betrokken. De resultaten van de controlegroep tonen een significante daling in fysieke activiteit tussen de twee meetmomenten.



Uit de vergelijking tussen de interventie- en de controlegroep wordt duidelijk dat de interventie effectief was: daar waar bij de controlegroep vrouwen minder fysiek actief werden, steeg het activiteitsniveau bij vrouwen uit de interventiegroep. De daling die je kon verwachten (zie controlegroep) werd door de interventie tegengegaan.

Het valt op dat afhankelijk van de methode (pre-post versus pre-post met controlegroep) dezelfde resultaten tot andere interpretaties kunnen leiden. Daarom is het nodig steeds de beperkingen van je methode in rekening te brengen. Kijk hierbij dus ook zeker naar de mate waarin de invloed van andere factoren uitgesloten kan worden. Dit zal gemakkelijker gaan bij een pre-post opzet met controlegroep.

### ***b. Interpretaties 'met het blote oog'***

Bij alle overige opzetten, dit zijn toetsende analyses in cijfers zonder statistische test, toetsende analyses in woorden en beschrijvende analyses in woorden of cijfers, moet je zelf benoemen wat voor je eigen project de betekenis is van de antwoorden, meningen, metingen, scores, ... Je geeft zelf aan of groepen voldoende van elkaar verschillen om er bij de verdere uitvoering van het project rekening mee te houden, dit op basis van je eerder geformuleerde evaluatiedoelen. Of je benoemt in welke mate een resultaat voldoet aan de vooraf opgestelde norm.

Met een beschrijvende studie kan je effecten niet eenduidig aantonen. Spreek dus nooit van 'causaliteit' of 'oorzakelijke verbanden' wanneer je een beschrijvend onderzoek hebt uitgevoerd.

Vooraf bij **kwalitatief onderzoek** is interpreteren een delicate zaak. Bij de interpretatie ga je in de geordende dataset op zoek naar **relevante thema's, betekenissen, kenmerken of verbanden**. Ga na welke trefwoorden aan bod komen. Welke dominant zijn en welke amper worden aangegeven. Zijn er onverwachte trefwoorden opgedoken? Wat is hun betekenis of eigenschap?

Check of bepaalde trefwoorden samen verschijnen

Op basis van deze gegevens kan je trends en patronen terugvinden. Ga ook steeds na hoe de context de betekenis van de trefwoorden verandert, versterkt of verzwakt.

Bij een toetsend opzet herhaal je dit proces voor elke groep en voor elk meetmoment. Ga na welke trefwoorden aanwezig of afwezig zijn in je interventiegroep en welke in de controlegroep. Check of bepaalde trefwoorden samen verschijnen. Of juist niet. Doe dit voor de premeting en herhaal dit voor de postmeting. Leggen verschillende groepen andere accenten? Of zitten er nuanceverschillen tussen de metingen? Vergeet ook hier niet de invloed van de context bij elke meting mee te nemen.

Bij kwalitatief opzet is niet enkel het geheel van de respondenten van tel bij zoeken naar belangrijke thema's en verbanden. **Individuele antwoordpatronen** blijven belangrijk. Een probleem of onderwerp dat slechts door een enkele deelnemer wordt aangehaald, is van tel en kan leiden tot bijsturing van het project.

Laat je evenmin leiden door aantallen, omvang of hoeveelheden. De verleiding is vaak groot om kwalitatieve data te turven. Maar turven is tellen. En dat is nu net niet het doel van dit opzet. Soms kan het wel. Maar laat dit nooit het hoofdresultaat van de analyse en interpretatie worden.

Pas daarna kan je op zoek naar verklaringen. Leg de vaststellingen naast de evaluatiedoelen. Probeer te begrijpen waarom bepaalde uitkomsten niet beantwoorden aan je verwachtingen. Zoek uit waarom andere effecten of resultaten wel optreden. Voor de verklaring van de resultaten kan je je baseren op ervaringen met het project (van jezelf of van deelnemers) die vastgelegd zijn in andere onderdelen van de evaluatie (denk aan het RE-AIM model), op theorieën, op voorgaand onderzoek en op je gezond verstand.

## 11. STAP 5: resultaten voorstellen

Nu de resultaten van de evaluatie geanalyseerd en geïnterpreteerd zijn, kan er een evaluatierapport opgemaakt worden.

Een goed evaluatierapport bestaat uit de volgende onderdelen.

- **Inleiding:**  
Met een situering van het project of de methodiek waarover de evaluatie gaat.
- **Evaluatieplan:**  
Beschrijf hier de evaluatiedoelen en het evaluatiedesign dat je gebruikt hebt. De ingevulde evaluatiematrix is hiervoor de perfecte bron.
- **Beschrijving van de methodologie:**  
Hierin wordt de opzet van de evaluatie beschreven. Deze zal een korte beschrijving van de gebruikte vragenlijsten of leidraden voor focusgroepen of interviews bevatten. Ook de werving van de respondenten en gebruikte (statistische) analyses worden aangehaald.
- **Resultaten:**  
Gebruik bij het uitschrijven van de resultaten ook tabellen of grafieken. Waak er wel over dat je alle resultaten nog steeds vermeld in tekstvorm. Bij de resultaten worden de uitkomsten van de evaluatie objectief weergegeven.  
Bewaak bij de rapportering van de resultaten de anonimiteit van de deelnemers. Geef eventueel fictieve namen als je de resultaten van individuele deelnemers wil bespreken.
- **Conclusie en discussie:**  
Bespreek de belangrijkste resultaten en geef hiermee antwoord op je evaluatiedoelen. Binnen de conclusie kan je deze resultaten dan gaan interpreteren en proberen te verklaren wat je hebt vastgesteld. Verwerk in de discussie ook de tekortkomingen van de evaluatie.
- **Contactgegevens:**  
Geef mee op wie men kan contacteren voor meer info.
- **Referentielijst**
- **Bijlagen:**  
Steek hier de blanco vragenlijsten, indien mogelijk, alsook ruwe analyses van data. Op deze manier zit alle informatie wel in je rapport, belangrijk naar transparantie toe, maar zijn enkel de interessante en belangrijke zaken echt beschreven. Zo wordt het rapport ook niet onnodig lang.

Hou rekening met je doelpubliek om bepaalde accenten te leggen in je evaluatierapport. Welke informatie is nuttig voor welke belanghebbende? Bijvoorbeeld:

- **Financiers** van het project of de evaluatie zullen vooral geïnteresseerd zijn in een technisch rapport, waarbij de nadruk wordt gelegd op de investeringen ten opzichte van de resultaten.
- **Projectmedewerkers en partnerorganisaties** focussen wellicht op de leerervaringen en de doelen van het project. Wat is er bereikt en op welke manier is dit resultaat behaald?
- **De doelgroep** is vaak geïnteresseerd in de uitkomsten. Maak een selectie van een aantal opvallende vaststellingen die zonder hun bijdrage niet naar boven waren gekomen.
- **Collega's uit dezelfde of andere sectoren** zijn vaak leergierig naar de conclusies en willen inspiratie opdoen voor eigen projecten.



Maar ook de vorm waarin je best de resultaten presenteert of het kanaal dat je gebruikt om de resultaten te verspreiden, kan veranderen naargelang de doelgroep. Zo kan je ervoor kiezen, naast het evaluatierapport, nog bijkomende presentaties te geven of kort via e-mail de stakeholders op de hoogte te brengen van de resultaten.

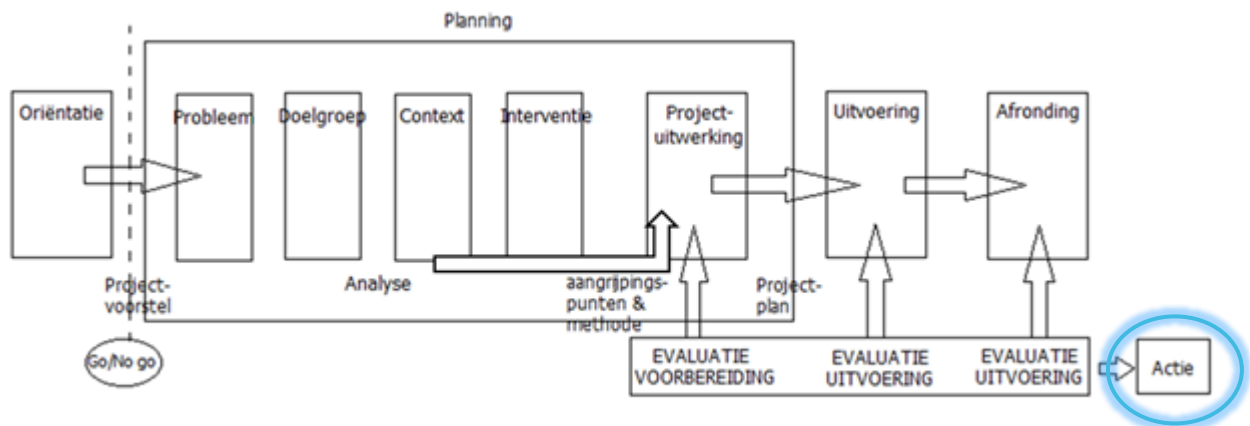
Wees actief. Ga op pad. Zorg dat de bespreking van de resultaten op de agenda komt. Laat anderen over de resultaten communiceren. Hoe vaker je resultaten over de tong gaan, hoe meer kans om tot actie (stap 6!) over te gaan.

## 12. STAP 6: Actie!

Ondanks het vele werk dat er is aan voorafgegaan, is deze stap de essentie. Nu komt de **actie!** Iets of iemand zal veranderen, blijven duren, sterker worden.

Zorg dan ook dat de evaluatie geen dode letter blijft. Ga ermee aan de slag. Dit was uiteindelijk de reden waarom je de evaluatie uitvoerde!

### *Fasenmodel voor projectmatig werken: actie!*



### *Aanbevelingen formuleren*

Bepaal wat het beste is voor het project. Hoe kan je het project het best verankeren, bijsturen, vervolledigen of ruimer verspreiden? Zet al de ideeën om in mogelijke acties. Zelfs wanneer een project een mislukking blijkt, leert de evaluatie waar en hoe het project bij te schaven. Ook daarin zit winst.

- Herhaal wat succesvol was
- Maak materialen sterker
- Schrap wat weinig effectief bleek
- Stuur de uitvoering bij: wijzig het budget, schakel andere expertises in, voorzie meer tijd, ...
- Stem het project (nog) beter af op de doelgroep
- Ga voor meer kwaliteit
- Werf nieuwe doelgroepen en maak hen warm voor deelname
- Breid de activiteiten uit naar andere thema's
- Maak de doelgroep warm voor een vervolg
- Toon stakeholders aan dat de inspanningen hebben geloond
- Overtuig belanghebbenden, vooral opdrachtgevers en financiers, van de impact van het project
- Versterk je naam als deskundige
- Vraag extra fondsen voor nieuwe projecten
- Maak de resultaten en verworven kennis bekend, ook op ruime schaal
- Win steun in de lokale gemeenschap of bij de doelgroep
- Temper de weerstand bij toekomstige gebruikers

- Overwin barrières bij het gebruik van het project
- Bedenk een goed vervolg...

Uiteraard kan je de ideeën integreren in stap 5. Eindig het verslag of presentatie steeds met de aanbevelingen, bijvoorbeeld in de conclusie en discussie van het evaluatierapport. Ze vormen een springplank naar de eigenlijke actie. Geef ze duidelijk weer en formuleer ze krachtig, optimistisch en positief.

## 13. Literatuur

- Bartholomew, K.L., Parcel, G.S., Kok, G., & Gottlieb, N.H. (2001) *Intervention Mapping, designing theory and evidence based health promotion programs*. Mountain View: Mayfield Publishing Company.
- Billiet, J.B. (1996). *Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek: ontwerp en dataverzameling*. Leuven: Acco.
- Bowling, A. (1997). *Research methods in Health: Investigating Health and Health Services*. Buckingham: Open University Press.
- Fink, A. (2005). *Evaluation Fundamentals: Insights into the Outcomes, Effectiveness, and Quality of Health Programs*. London: Sage Publications.
- Fink, A. (2006). *How to conduct surveys: A step-by-step guide*. London: Sage Publications.
- Center for Training and Research Translation - [www.centertrt.org](http://www.centertrt.org) en UNC Center for Health Promotion and Disease Prevention.
- Commissie voor de bescherming van de persoonlijke levenssfeer. (2011). *Privacy: een vademecum voor de onderzoeker*. Retrieved from Brussel: [https://www.privacycommission.be/sites/privacycommission/files/documents/vademecum-voor-de-onderzoeker\\_0.pdf](https://www.privacycommission.be/sites/privacycommission/files/documents/vademecum-voor-de-onderzoeker_0.pdf)
- De Cocker, K. A., I. M. De Bourdeaudhuij, et al. (2007). "Effects of "10.000 Steps Ghent" A Whole-Community Intervention." *American Journal of Preventive Medicine* 33(6): 455-463.
- de Wit, G. A., L. Tariq, et al. (2010). *Over euro en effect: handleiding voor economisch evaluatieonderzoek bij gezondheidsbevordering, Consument en Veiligheid*.
- de Wit, G. A., A. W. M. Suijkerbuijk, et al. (2012). *Kosteneffectiviteit als vierde niveau van erkenning voor interventies : Een verkenning van de haalbaarheid en van alternatieven*. RIVM Rapport 255001006, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM).
- Glasgow, R. E., Vogt, T. M., & Boles, S. M. (1999). Evaluating the public health impact of health promotion interventions: the RE-AIM framework. *American journal of public health*, 89(9), 1322-1327.
- Green, L.W., & Kreuter, M.W. (1999). *Health Promotion Planning: An Educational and Ecological Approach*. Mountain view: Mayfield.
- Hale, J. (2000). "What contribution can health economics make to health promotion?" *Health Promotion International* 15(4): 341-348
- Krueger, A.R. (1998). *Developing Questions for Focus Groups*. London: Sage Publications.
- Krueger, R.A., & Casey, M.A. (2000). *Focus groups*. London: Sage Publications.
- McKie, L., Barlow, J., & Gaunt-Richardson, P. (2002). *The evaluation journey: An Evaluation Resource Pack for Community Groups*. Edinburgh: Ash Scotland.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.
- Morgan, D.L. (1998). *The Focus Group Guidebook*. London: Sage Publications.
- Mortelmans, D. (2007). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco
- Nutbeam, D. (1999). Evaluatie van oorzaak en gevolg in gezondheidsbevorderingsprojecten: aanpassing van onderzoeksmethoden aan interventiemethoden. *TSG-tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 77, nr. 1, pp. 15-23.
- Opdenacker, J., Boen, F., Vanden Auweele, Y., & De Bourdeaudhuij, I. (2008). Effectiveness of a lifestyle physical activity intervention in a women's organization. *Journal of Women's Health*, 17 (3) 413-21.

Round, R., Marshall, B., & Horton, K. (2005). Planning for effective health promotion evaluation. Melbourne: Victorian Government Department of Human Services.

Saunders R, Evans M & Joshi P. (2005). Developing a Process-Evaluation Plan for Assessing Health Promoting Program Implementation: A How-To Guide. Society for Public Health Education, 134-147.

Scheerder, G., Van den Broucke, S., & Saan, H. (2003). Projecten voor gezondheidspromotie: een handleiding voor kwaliteitsvol werken. Antwerpen: Garant.

Swanborn, P.G.(2004). Evalueren. Amsterdam: Boom.

The Health Communication Unit (s.d.). Evaluating health promotion programs. Toronto: University of Toronto.

Wall, R. (2002). Issues and Challenges in Assessing the Effectiveness of Health Promotion. Health Policy Research, 1 (3), p.10-13.

Weatherly, H., M. Drummond, et al. (2009). "Methods for assessing the cost-effectiveness of public health interventions: Key challenges and recommendations." Health Policy 93(2): 85-92.

Windsor, R., Baranowski, T., Clark, N., & Cutter, G. (1984). Evaluation of Health Promotion and Education Programs. Mountain View: Mayfield.

Van Acker R. 2012. Dissemination and implementation research in physical activity promotion. Doctoraat in de Lichamelijke Opvoeding. Universiteit Gent.

Vandeurzen, J. (2009). Gezondheidsdoelstelling 'Voeding en Beweging' en Vlaams actieplan 2009-2015 ingediend door de heer Jo Vandeurzen, Vlaams minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin. *Vlaams parlement - Stukken*(112 (2009) – Nr. 1), 200 p. Retrieved from <http://www.vlaamsparlement.be/Proteus5/showParlInitiatief.action?id=560196>

[www.re-aim.org](http://www.re-aim.org)

<http://www.re-aim.hnfe.vt.edu/>