

# Rapport tevredenheidsmeting

[www.noknok.be](http://www.noknok.be)

2012



## Inleiding

---

De campagne 'Fit in je hoofd, goed in je vel' heeft tot doel de geestelijke gezondheid van de volwassen Vlaamse bevolking te bevorderen. Centraal in deze campagne staat de website [www.fitinjehoofd.be](http://www.fitinjehoofd.be), waarin de 10 stappen de rode draad vormen. Deze tien stappen baseren zich op de beschermende factoren van geestelijke gezondheid. Met deze campagne wil de Vlaamse Overheid drie doelstellingen bereiken: het belang van geestelijke gezondheid onder de aandacht brengen, het taboe doorbreken dat nog bestaat rond geestelijke gezondheid en een leidraad bieden voor een beter mentaal evenwicht.

De doelgroep van de website, de zelfbeoordelingstools en publieksacties zijn alle inwoners van Vlaanderen. Hieronder gaat de aandacht vooral naar diegenen die zich goed in hun vel voelen en dit willen vasthouden en diegenen die last hebben van een dipje en zichzelf willen versterken. Uit evaluatieonderzoek bleek dat de 'Fit in je hoofd' campagne bepaalde doelgroepen onvoldoende bereikte. De campagne richt zich namelijk specifiek tot de volwassen Vlaamse bevolking (+ 16 jaar), waardoor jongeren uit de boot vallen. De Vlaamse Overheid vindt het zeer belangrijk ook bij deze bevolkingsgroep aan geestelijke gezondheidsbevordering te werken. Omwille van die reden gaf zij VIGeZ de opdracht om een gelijkaardige website te ontwikkelen, maar ditmaal specifiek gericht op jongeren tussen 12 en 16 jaar oud. De doelstellingen van de website zijn dezelfde als deze van de website ontwikkeld in het kader van de oorspronkelijke Fit in je hoofd-campagne. De uitwerking ervan is nu echter op maat van jongeren. Hierbij is het belangrijk op te merken dat men met het ontwikkelen van de website niet de intentie heeft om diepgaande problemen zoals een depressie, angst of een eetstoornis aan te pakken. De website is echter specifiek gericht tot 12- tot 16- jarigen die zich zo nu en dan eens niet goed in hun vel voelen.

Het resultaat van dit alles is [www.noknok.be](http://www.noknok.be), een website waar jongeren tussen 12 en 16 jaar kunnen komen kloppen om hun mentale veerkracht te versterken. De website werd op 21 september 2011 gelanceerd door minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin, Jo Vandeuren. Jongeren kunnen op de website terecht voor een hele hoop tips, opdrachten en informatie om te werken aan een goed gevoel. Verder vinden ze er informatie terug over veelvoorkomende klachten en over hulpverlening. In 2011 werd de website reeds geëvalueerd onder de vorm van een tevredenheidsmeting. De website zal in dit rapport echter aan een tweede tevredenheidsmeting onderworpen worden.

De evaluatiestudie wil concreet een drietal doelen bereiken. Ten eerste wordt getracht meer inzicht te verkrijgen in de bereikte doelgroep wat betreft het socio-demografisch profiel en het algemeen welbevinden. Verder zal de tevredenheid over de inhoud (waaronder de houding ten opzichte van de aangereikte tips) en lay-out van de website geëvalueerd worden. Tot slot zal ook de effectiviteit van de website worden afgetoetst. Dit wil zeggen dat bestudeerd zal worden in welke mate de jongeren na het bezoeken van de website de intentie hebben hun gedrag aan te passen.

In een eerste paragraaf wordt stilgestaan bij het opzet van de studie. Vervolgens worden de resultaten van de studie gepresenteerd. De bezoekersaantallen, het socio-demografisch profiel en algemeen welbevinden van de respondenten, de tevredenheid over de vormgeving van de website, de tevredenheid over de inhoud van de website en de intentie tot gedragsverandering worden achtereenvolgens besproken. Tot slot wordt geëindigd met een algemeen besluit.

## **Opzet**

---

### ***Vragenlijst***

Om de tevredenheid omtrent de website te evalueren en na te gaan of de website de gewenste effecten tot gevolg heeft, werden een aantal vragen opgesteld.

Meer specifiek werden in de online enquête (Appendix 1) de volgende aspecten bevestigd:

- Socio-demografische gegevens: i.e. het geslacht, de leeftijd en de studierichting ('TSO', 'ASO', 'BSO', 'KSO', 'andere').
- Algemeen welbevinden van de jongeren: i.e. Vier items die beantwoord dienden te worden aan de hand van een vijfpuntenschaal ('nooit', 'bijna nooit', 'soms', 'redelijk vaak', 'altijd').
- Tevredenheid over de lay-out van de website: i.e. Vijf items die beantwoord dienden te worden aan de hand van een vierpuntenschaal ('ja, inderdaad', 'eerder wel, ja', 'eerder niet, neen', 'neen, zeker niet').
- Tevredenheid over de inhoud van de website: i.e. Negen items die beantwoord dienden te worden aan de hand van een vierpuntenschaal ('ja, inderdaad', 'eerder wel, ja', 'eerder niet, neen', 'neen, zeker niet'). Hieronder kunnen 3 items beschouwd worden als metingen van 'gedragsintentie'.
- Een open vraag die de mogelijkheid bood om suggesties en ideeën neer te typen.

Door middel van een pop-up menu werden de bezoekers bij het openen van de website gevraagd om deel te nemen aan de online bevestiging. Indien men aangaf bereid te zijn de enquête in te vullen, verscheen deze bij het verlaten van de website. De bevestiging liep over een periode van 45 dagen<sup>1</sup>.

### ***Gegevensverwerking***

De verzamelde gegevens zullen verwerkt worden met het statistisch programma SPSS. Het is belangrijk op te merken dat de antwoorden van de doelgroep (jongeren tussen 12 en 16 jaar oud) en de antwoorden van de respondenten uit andere leeftijdscategorieën apart zullen

---

<sup>1</sup> Vanaf 5/10/2012 tot en met 18/11/2012.

verwerkt worden. Sommige gegevens zullen, vanwege hun beperkte relevantie voor de overige respondenten, enkel voor de doelgroep besproken worden.

De analyses zijn hoofdzakelijk van beschrijvende aard. Aanvullend zullen een aantal T-testen (geslacht) en ANOVA's (leeftijd en studierichting) uitgevoerd worden om de invloed van een aantal socio-demografische gegevens op de bevroegde aspecten na te gaan. Hiertoe worden een aantal somschalen aangemaakt. Verschillende items worden dan gecombineerd tot één variabele, waarbij de antwoorden op de verschillende items per respondent worden opgeteld. Een eerste somschaal zal alle items omtrent algemeen welbevinden omvatten. Een tweede somschaal bundelt de items rond de houding ten aanzien van de vormgeving van de website, waar een derde somschaal de items rond gedragsintenties omvat. Tot slot wordt een laatste somschaal opgemaakt die de algemene tevredenheid over de inhoud van de website wenst te meten. Voor iedere somschaal wordt Cronbach's alpha berekend, een maat voor de betrouwbaarheid<sup>2</sup> van de schaal.

Doorheen dit rapport zal bovendien een significantieniveau van 0.05 gehanteerd worden. De letter 'M' zal gebruikt worden om het gemiddelde aan te duiden, waar de letters 'SE' als afkorting van de standaardfout fungeren.

---

<sup>2</sup> Zijn de antwoorden op de verschillende items consistent met de algemene schaal (Field, 2009, p. 674)?

### 1 Bezoekersaantallen van [www.noknok.be](http://www.noknok.be) en de facebookpagina

De NokNok website kende vanaf de lancering 2011 tot begin december 2012 20 368 unieke bezoekers<sup>3</sup>. 23,6% van deze bezoekers keert op een later stadium terug naar de site. De bezoeksduur is gemiddeld 3min 53 wat er op duidt dat de bezoekers de tijd nemen om de gegeven informatie daadwerkelijk te lezen. Er worden gemiddeld 4,16 pagina's bezocht, wat er op wijst dat de bezoekers vrij snel de informatie vinden die ze zoeken. Het bouncepercentage (bezoekers die onmiddellijk wegglikken) is relatief laag, wie op de pagina komt is aldus effectief geïnteresseerd. Bezoekers komen op de site terecht door er rechtstreeks naar te surfen (11 377), via [google.com](http://google.com) (6 517), via [facebook.com](http://facebook.com) (855), [klasse.be](http://klasse.be) (607), en [zorg-en-gezondheid.be](http://zorg-en-gezondheid.be) (536). De populairste pagina's, naast de startpagina, zijn 'ik ken mezelf' (11 703 weergaven), 'mijn grenzen' (7 492 weergaven), 'tijd voor mezelf' (6 071 weergaven), en 'rekenen op anderen' (5 076 weergaven), wat tevens ook de vier knaltips zijn.

In augustus 2012 lanceerde NokNok een wedstrijd. Via deze wedstrijd konden jeugdbewegingen een opknapbeurt van hun lokaal winnen. Om kans te maken op deze opknapbeurt, moesten de jeugdbewegingen aan een jury bewijzen dat hun lokaal dringend aan vernieuwing toe was. De lancering van de actie gebeurde in augustus, waar de winnaar vanaf 10 oktober via diverse kanalen bekend gemaakt werd. Omwille van die reden is het zinvol om, naast de bezoekersaantallen van de maanden waarin de bevraging liep, de bezoekersaantallen gedurende de wedstrijdperiode onder de loep te nemen. Tussen 1 augustus 2012 en 30 november 2012 werd de website 6324 keer bezocht. Een overzicht van de bezoekersaantallen per maand, wordt voorgesteld in tabel 1. Verder wordt opgelijst hoeveel unieke bezoekers de website bezochten en wordt het aandeel nieuwe bezoekers aangegeven.

---

<sup>3</sup> De bezoekersaantallen van [www.noknok.be](http://www.noknok.be) worden aan de hand van Google Analytics bijgehouden sinds de lancering van de website op 21 september 2011.

**Tabel 1: Bezoekersaantallen 2012 van de website naar maand waarin het bezoek plaatsvond: aantallen en percentages.**

<b>Maand</b>	<b>Aantal bezoeken</b>	<b>Aantal unieke bezoekers</b>	<b>Aantal nieuwe bezoekers</b>	<b>Aantal terugkerende bezoekers</b>
Augustus	1138	964	876	262
			76.98	23.02
September	1448	1206	1115	333
			77.0	23.0
Oktober	2106	1774	1618	488
			76. 83	23.17
November	1632	1400	1288	344
			78.92	21.08
<b>Totaal</b>	<b>6324</b>			

Aanvullend werd in juli 2012 een NokNok Facebookpagina aangemaakt. Op vier maanden tijd (augustus – november) kreeg de pagina 686 fans, veel daarvan zijn jeugdorganisaties en – verenigingen die over een breed ledenbestand beschikken. Wat betreft bereik kregen 85 066 mensen rechtstreeks berichten van NokNok te zien op Facebook. Het potentieel bereik (dit zijn mensen die zelf nog geen fan zijn maar die via hun vrienden wel de informatie op hun prikbord ontvangen) wordt echter op 783 640 geschat. Het aantal mensen dat zelf naar de Facebookpagina surfte ligt -zoals gebruikelijk bij dit sociaal medium- een stuk lager nl 5 490. De NokNok facebookberichten bereiken wekelijks gemiddeld 406 meisjes (13-17j) en 747 jongens (13-17j) alsook 1313 vrouwen (18-35j) en 472 mannen (18-35j). Belangrijk om op te merken is dat veel van de fans jeugdverenigingen en organisaties zijn die zelf een ruime contactbasis hebben. Gedurende de maanden augustus, september en oktober praatten respectievelijk 166, 31 en 47 unieke individuen over deze pagina.

## **2 Kenmerken van de bereikte doelgroep**

### **2.1 Socio-demografische kenmerken van de respondenten**

Van de 3 174 bezoekers aan de NokNok site in oktober en november 2012 namen 104 jongeren deel aan de tevredenheidsmeting. Hiervan bereikten 85 respondenten, of zo'n 81.7%, het einde van de vragenlijst. De overige 18.3% vulden de bevraging slechts

gedeeltelijk in. Vergeleken met de tevredenheidsmeting in 2011<sup>4</sup>, die liep van 21 september-31 december, kregen we procentueel iets meer jongeren te pakken, maar de algemene indruk is dat online bevragingen niet echt populair zijn bij jongeren.

Zoals reeds vermeld, bestaat de doelgroep van de campagne uit 12- tot 16-jarigen. Omwille van die reden wordt de dataset opgesplitst al naargelang de respondent wel of niet tot de doelgroep behoort. 86 deelnemers behoren effectief tot de doelgroep en gaven logischerwijs aan tussen 12 en 16 jaar oud te zijn. Onder de deelnemers die tot de doelgroep behoren, zijn 12 deelnemers (14.0%) 12 jaar oud, 22 deelnemers (25.6%) 13 jaar oud, 18 deelnemers 14 jaar oud (20.9%), 19 deelnemers (22.1%) 15 jaar oud en zijn 15 deelnemers (17.4%) 16 jaar oud (tabel 2).

Drie kwart van de respondenten tussen 12 en 16 jaar oud zijn meisjes. Wat de studierichting betreft, kruisten alle 12 en 13 jarigen (34 deelnemers) ASO aan. Hiermee wordt eigenlijk de A-stroom bedoeld van waaruit leerlingen een keuze kunnen maken naar ASO, TSO en in beperkte mate BSO. De B-stroom leidt naar BSO. In Vlaanderen (2009-2010) volgden 84.2% van de eerstegraadsleerlingen A-stroom en 15.6% B-stroom. Van de 14,15 en 16 jarigen die deelnamen aan de enquête volgde 30.8% TSO, 38.5% ASO, 25% BSO en 3.8% KSO. Uit de Vlaamse Onderwijscijfers voor de tweede graad (2009-2010) blijkt volgende verdeling: 30.9% TSO, 44.7% ASO, 22.4% BSO, en 2.1% KSO. Hieruit blijkt dat de deelnemers aan de bevraging een gelijkaardige verdeling vertonen qua onderwijs als Vlaanderen.

Vervolgens nemen we een kijkje naar de respondenten die niet tot de doelgroep behoren. Dit zijn er 18 in totaal. 22.2% gaf aan 17 jaar oud te zijn, 16.7% gaf aan 18 jaar oud te zijn en 61.1% behoort tot de leeftijdscategorie 'ander'. Onder deze laatsten is één deelnemer slechts 10 jaar oud, terwijl de overige respondenten tussen 25 en 45 jaar oud zijn.

Ook onder deze respondenten wordt een meerderheid aan vrouwen aangetroffen. In deze groep zijn slechts 2 op 10 respondenten van het mannelijke geslacht. 3 op 4 van de respondenten, behorende tot de andere leeftijdscategorieën, duidde de categorie 'ander' aan, wanneer ze gevraagd werden naar hun studierichting. Het gaat hier om zowel studenten als individuen die reeds aan het werk zijn. Onder deze laatsten een leerkracht, een jeugdwerker en een Logo medewerker.

---

<sup>4</sup> In 2011 had NokNok in de periode van de bevraging 9 155 bezoekers waarvan 241 de online bevraging invulden. 85% vulde deze volledig in, maar slecht 108 van de bevroegden waren deel van de doelgroep, de rest waren intermediairs. Bij de doelgroep waren 73% respondenten vrouwelijk en de meerderheid kwam uit ASO.



**Tabel 2: Socio-demografisch profiel: 12- tot 16-jarigen vs. andere leeftijdscategorieën.**

		<b>Aantal</b>	<b>Percentage</b>
<b>12- tot 16-jarigen</b>			
<b>Geslacht</b>	<b>Jongen</b>	20	23.3
	<b>Meisje</b>	66	76.7
<b>Leeftijd</b>	<b>12</b>	12	14.0
	<b>13</b>	22	25.6
	<b>14</b>	18	20.9
	<b>15</b>	19	22.1
	<b>16</b>	15	17.4
<b>Studierichting</b>	<b>A stroom</b>	34	39.5
	<b>B stroom</b>	0	0
	<b>TSO</b>	16	18.6
	<b>ASO</b>	20	23.3
	<b>BSO</b>	13	15.1
	<b>KSO</b>	2	2.3
	<b>Ander</b>	1	1.2
<b>Andere leeftijdscategorieën</b>			
<b>Geslacht</b>	<b>Jongen</b>	4	22.2
	<b>Meisje</b>	14	77.8
<b>Leeftijd</b>	<b>17</b>	4	22.2
	<b>18</b>	3	16.7
	<b>Ander</b>	11	61.1
<b>Studierichting</b>	<b>TSO</b>	2	11.1
	<b>ASO</b>	3	16.7
	<b>BSO</b>	0	0.0
	<b>KSO</b>	0	0.0
	<b>Ander</b>	13	72.2

## **2.2 Algemeen welbevinden van de respondenten**

Vervolgens werden een aantal vragen gesteld om meer zicht te krijgen op het algemeen welbevinden van de bezoekers van de website (tabel 3). De website doelt immers eerder op jongeren die eventjes 'in een dipje zitten', dan op jongeren die zich langdurig niet goed in hun vel voelen. Om de bespreking van de resultaten te vereenvoudigen, worden de

categorieën 'nooit' en 'bijna nooit', enerzijds, en 'redelijk vaak' en 'altijd', anderzijds, samen besproken.

Wat de 12- tot 16-jarigen betreft, gaf 8.4% aan zich deze maand niet gelukkig te hebben gevoeld. 32.1% gaf aan zich soms gelukkig te hebben gevoeld en de overige 59.5% gaf aan zich vaak tot altijd gelukkig te hebben gevoeld. De gemiddelde score bedraagt 3.56; een score gelegen tussen 'soms' en 'redelijk vaak'. Over het algemeen gaat het bijgevolg om individuen die zich doorgaans gelukkig voelen.

Vervolgens bekijken we hoe gelukkig de jongeren zich voelden gedurende de afgelopen week. 14,3% gaf aan zich nooit of bijna nooit gelukkig te hebben gevoeld, waar 34.5% zich soms gelukkig voelde. 51.2% voelde zich de week voorafgaand aan de bevraging redelijk vaak tot altijd gelukkig. Merk op dat de jongeren zich in de week voor het bezoek aan de website minder vaak gelukkig voelden in vergelijking met de maand voorafgaand aan het bezoek. Dit zou erop kunnen wijzen dat de jongeren inderdaad de website bezoeken wanneer ze hier de nood toe voelen.

Het volgende item dat besproken wordt, bevraagt of de jongeren zich gedurende de afgelopen week verdrietig hebben gevoeld. Een derde van de jongeren gaf aan dat dit vaak of altijd het geval was, waar telkens een derde meldde dat dit soms of bijna niet het geval was.

Tot slot werd ook nagevraagd of de jongeren zich gedurende de afgelopen week vol energie gevoeld hebben. Meer dan een kwart van de jongeren gaf aan dat dit niet het geval was. 35.7% antwoordde zich soms vol energie gevoeld te hebben en nog eens 35.7% voelde zich gedurende de afgelopen week redelijk vaak tot altijd vol energie.

De antwoorden van de respondenten komende uit de andere leeftijdscategorieën worden, vanwege hun beperkte relevantie, verder niet besproken.

**Tabel 3: Algemeen welbevinden van de 12- tot 16-jarigen: aantallen, percentages, gemiddelden en standaardafwijkingen.**

Item	N	Nooit	Bijna nooit	Soms	Redelijk vaak	Altijd	Gemiddelde	Standaard afwijking
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
<b>12- tot 16-jarigen</b>								
Heb je je de afgelopen week gelukkig gevoeld?	84	2	10	29	32	11	3.48	0.950
		2.4	11.9	34.5	38.1	13.1		
Heb je je de afgelopen week vol energie gevoeld?	84	4	20	30	22	8	3.12	1.034
		4.8	23.8	35.7	26.2	9.5		
Heb je je de afgelopen week verdrietig gevoeld?	84	7	21	29	22	5	2.96	1.046
		8.3	25.0	34.5	26.2	6.0		
Heb je je de afgelopen maand gelukkig gevoeld?	84	2	5	27	44	6	3.56	0.812
		2.4	6.0	32.1	52.4	7.1		

De afzonderlijke items kunnen vervolgens gecombineerd worden tot een somschaal. De antwoorden op de verschillende items worden dan per respondent opgeteld<sup>5</sup>, zodat een variabele gecreëerd wordt met een mogelijke score gelegen tussen 4 en 20. Des te hoger de respondent scoort op de samengestelde variabele, des te hoger het algemeen welbevinden van de respondent is. De combinatie van de vier items levert een Cronbach's alpha van 0.833 op. Aangezien waarden tussen 0.7 en 0.8 of hoger doorgaans als betrouwbaar beschouwd worden, wijst dit op een betrouwbare schaal.

We kunnen vervolgens nagaan of er verschillen in gemiddeld algemeen welbevinden zijn tussen jongens en meisjes, tussen de verschillende leeftijden en tussen de studierichtingen. In wat volgt zullen we ons beperken tot de respondenten die behoren tot de doelgroep. De groep van respondenten afkomstig uit andere leeftijdscategorieën is immers te klein om verdere opdelingen te maken.

Aangezien de afhankelijke variabele metrisch is en de onafhankelijke variabelen van een lager meetniveau (nominaal of ordinaal) zijn, kunnen verschillen tussen gemiddelden getest worden aan de hand van variantieanalyse (ANOVA). In het geval de onafhankelijke variabele slechts twee categorieën telt, zoals bij de variabele geslacht het geval is, komt dit neer op het uitvoeren van een T-test. Het vergelijkingen van de gemiddelde scores van jongens ( $M=14.85$ ,  $SE=0.78$ ) en meisjes ( $M=12.67$ ,  $SE=0.36$ ), levert significante verschillen op tussen beide geslachten [ $T(82)=2.806$ ,  $p<0.05$ ]. Jongens hebben gemiddeld een hoger gerapporteerd algemeen welbevinden in vergelijking met meisjes.

Er worden bovendien eveneens significante verschillen tussen de leeftijdscategorieën aangetroffen. De globale F-test [ $F(4, 79)=6.099$ ,  $p<0.05$ ] geeft weer dat er significante verschillen bestaan tussen de leeftijdscategorieën, maar geeft niet aan welke categorieën dit juist zijn. Dit kan bestudeerd worden aan de hand van post hoc testen, waarin de gemiddelden van alle mogelijke combinaties tegen elkaar afgetest worden. Bonferroni's test geeft aan dat het gemiddelde algemeen welbevinden van de 12- ( $M=15.33$ ,  $SE=0.73$ ), 13- ( $M=14.05$ ,  $SE=0.51$ ) en 15- ( $M=13.37$ ,  $SE=0.77$ ) jarigen significant verschilt van dit van de 16-jarigen ( $M=10.33$ ,  $SE=0.77$ ). De drie leeftijdsgroepen zijn telkens doorgaans gelukkiger in vergelijking met de oudste leeftijdscategorie.

Tot slot kan de invloed van de studierichting op algemeen welbevinden nagegaan worden. Gezien het aantal respondenten in KSO (2) te laag was voor de ANOVA werd deze categorie samengevoegd met 'andere'. De globale F-test [ $F(3,80)=3.655$ ,  $p<0.05$ ] duidt op

---

<sup>5</sup> Eén item ('Heb je je de afgelopen week verdrietig gevoeld?') moet echter omgescoord worden, zodat ook in het geval van dit item een hogere score duidt op een hoger algemeen welbevinden.

significante verschillen in het gemiddeld algemeen welbevinden van de leerlingen komende uit verschillende studierichtingen. Uit de Bonferroni test kan afgeleid worden dat dit verschil zich situeert tussen de leerlingen afkomstig uit ASO en de leerlingen afkomstig uit BSO. ASO leerlingen ( $M=13.94$ ,  $SE=0.40$ ) voelen zich gemiddeld beter dan BSO leerlingen ( $M=11.15$ ,  $SE=0.97$ ).

### **3 Tevredenheid over de vormgeving van de website**

In dit onderdeel wordt stilgestaan bij de meningen van de respondenten over de vormgeving van de website. Meer bepaald werden vragen gesteld over de aantrekkelijkheid van de vormgeving in het algemeen en specifiek over de tekeningen, de kleuren en het lettertype gebruikt in de website. Tot slot werd ook nagegaan wat de respondenten denken over de opbouw van de site.

De eigenlijke items, samen met de frequenties, percentages, gemiddelden en bijhorende standaardafwijkingen worden voorgesteld in tabel 4. Merk op dat des te lager de score op het item is, des te meer de respondent akkoord gaat met de stelling. Om de bespreking van de resultaten te vereenvoudigen, worden de categorieën 'ja, inderdaad' en 'eerder wel, ja', enerzijds, en de categorieën 'eerder niet, neen' en 'neen, zeker niet', anderzijds, samen besproken.

Wat de 12- tot 16- jarigen betreft, zijn de jongeren tevreden over de algemene vormgeving van de site. 87.2% meent dat de vormgeving hem of haar inderdaad of eerder wel aanspreekt. Ook de tekeningen (83.4%), de kleuren (85.9%) en het lettertype (85.9%) vallen in de smaak. Bovendien zijn de jongeren van mening dat de website duidelijk opgebouwd is. Dezelfde conclusies kunnen getrokken worden uit de gemiddelden, dewelke allemaal gelegen zijn tussen 1.62 en 1.85. Deze scores zijn gelegen tussen de antwoordcategorieën 'ja, inderdaad' en 'eerder wel, ja'.

Kijken we vervolgens naar de andere leeftijdscategorieën, dan blijkt dat doorgaans dezelfde conclusies getrokken kunnen worden. Een uitzondering wordt gevormd door het item dat betrekking heeft op de aantrekkelijkheid van de tekeningen. Hoewel de meerderheid nog steeds overtuigd is dat de tekeningen aantrekkelijk zijn, is dit aandeel kleiner in vergelijking met de eigenlijke doelgroep.

Vervolgens kan er nagegaan worden of de meningen omtrent de vormgeving verschillen naar het socio-demografische profiel van de respondenten. Hiertoe worden de scores op de items per respondent opgeteld, zodat een variabele met een mogelijke score van 5 tot 20 bekomen wordt. Des te hoger de score op de somschaal, des te minder men tevreden is met de vormgeving van de website. Ook hier beperken we ons tot de respondenten die tevens tot de doelgroep behoren. De schaal heeft een interne consistentie van 0.774, een goede waarde.

Er worden geen verschillen gevonden tussen jongens ( $M=9.44$ ,  $SE=0.91$ ) en meisjes ( $M=8.28$ ,  $SE=0.32$ ) wat betreft de gemiddelde houding ten aanzien van de vormgeving van de website [ $T(21.397)=1.201$ ,  $p>0.05$ ].

Wat betreft de vormgeving worden significante verschillen tussen de leeftijdscategorieën waargenomen [ $F(4, 73)=2.704$ ,  $p<0.05$ ]. De Bonferroni test toont aan dat 13- en 16-jarigen significant verschillen qua gemiddelde houding ten aanzien van de vormgeving, waarbij de 13-jarigen ( $M=7.44$ ,  $SE=0.58$ ) zich doorgaans een positievere houding aanmeten in vergelijking met de 16-jarigen ( $M=10.47$ ,  $SE=1.06$ ).

De gemiddelde houding ten opzichte van de vormgeving van de website varieert, tot slot, niet naar de studierichting van de jongeren [ $F(3, 9.333)=1.959$ ,  $p>0.05$ ]<sup>6</sup>. Ook hier werden de categorieën 'KSO' en 'ander' samengevoegd.

Vier respondenten noteerden bovendien suggesties of opmerkingen met betrekking tot de vormgeving van de website. Zo werd gemeld dat het lettertype en sommige monsters een beetje saai zijn en dat het kleurenpalet iets uitgebreider mag. Verder werd gemeld dat de trefwoordenwolk niet steeds duidelijk en overzichtelijk is. Tot slot meent één respondent dat de teksten onder de vier hoofdingen 'ik (k)en mezelf', 'mijn grenzen', 'reken op anderen!' en 'tijd voor mezelf' te lang zijn.

---

<sup>6</sup> Dit is de Welch test, een alternatieve F-ratio, die gebruikt wordt indien niet voldaan wordt aan de assumptie van gelijke varianties.

**Tabel 4: Tevredenheid omtrent de vormgeving van de website naar leeftijdscategorie (12- tot 16-jarigen vs. ander): aantallen, percentages, gemiddelden en standaardafwijkingen.**

Item	N	Ja, inderdaad (1)	Eerder wel, ja (2)	Eerder niet, neen (3)	Neen, zeker niet (4)	Gemiddelde	Standaard afwijking
<b>12- tot 16-jarigen</b>							
Ik vind de tekeningen op de site aantrekkelijk	78	29 37.2	36 46.2	9 11.5	4 5.1	1.85	0.823
Ik vind de kleuren van de website mooi	78	39 50.0	28 35.9	8 10.3	3 3.8	1.68	0.814
Ik vind het lettertype goed gekozen	78	32 41.0	35 44.9	8 10.3	3 3.8	1.77	0.788
Ik vind de website duidelijk opgebouwd. (Dat betekent dat je bv. direct ziet wat erop staat)	78	40 51.3	30 38.5	6 7.7	2 2.6	1.62	0.743
De vormgeving van de website spreekt me aan. (Dat is hoe de website eruit ziet)	78	41 52.6	27 34.6	7 9.0	3 3.8	1.64	0.805
<b>Andere leeftijdscategorieën</b>							
Ik vind de tekeningen op de site aantrekkelijk	15	4 26.7	6 40.0	5 33.3	0 0.0	2.07	0.799
Ik vind de kleuren van de website mooi	15	6 40.0	7 46.7	2 13.3	0 0.0	1.73	0.704
Ik vind het lettertype goed gekozen	15	9 60.0	6 40.0	0 0.0	0 0.0	1.40	0.507
Ik vind de website duidelijk opgebouwd. (Dat betekent dat je bv. Direct ziet wat erop staat)	15	7 46.7	5 33.3	3 20.0	0 0.0	1.73	0.799
De vormgeving van de website spreekt me aan. (Dat is hoe de website eruit ziet)	15	4 26.7	9 60.0	2 13.3	0 0.0	1.87	0.640

#### 4 Tevredenheid over de inhoud van de website

Onder deze paragraaf worden de resultaten omtrent de tevredenheid over de teksten op de website gerapporteerd. Opnieuw worden bij het bespreken van de resultaten de antwoorden van de eerste twee ('ja, inderdaad' en 'eerder wel, ja') en de laatste twee antwoordcategorieën ('eerder niet, neen' en 'neen, zeker niet') samen besproken.

In eerste instantie worden de resultaten van de 12- tot 16-jarigen besproken (tabel 5a). De antwoorden op de stellingen geven aan dat de inhoud van de website positief onthaald wordt. De jongeren gaven aan dat ze alle woorden op de website inderdaad of eerder wel begrijpen (95.9%). Verder menen de jongeren dat de teksten op de website hen aanspreken (81.1%). De jongeren gaven bovendien aan inderdaad of eerder wel gevonden te hebben wat ze zochten (81.0%), dat de aangereikte tips voor hen van nut kunnen zijn (91.9%) en iets te hebben bijgeleerd om zich goed in hun vel te voelen (81.1%). De website lijkt kortom in haar opzet geslaagd te zijn. 83.7% zou de website dan ook aan vrienden aanraden.

Nogmaals leiden de antwoorden van de respondenten, behorende tot de andere leeftijdscategorieën, tot dezelfde conclusies (tabel 5b). Het item 'Ik heb iets bijgeleerd om me goed in mijn vel te voelen' scoort minder goed in vergelijking met de doelgroep. Dit is op zich niet vreemd, aangezien de tips gericht zijn tot jongeren tussen 12 en 16 jaar oud. Het lijkt aannemelijk dat de oudere bezoekers van de website, voornamelijk de werkende respondenten, de intermediairen zijn die de website tot bij de jongeren brengen (jeugdwerker, logomedewerker, leerkracht). Ze hebben waarschijnlijk niet de intentie de tips op zichzelf toe te passen, maar bezochten de website vanwege hun jobinhoud.

Om mogelijke determinanten van tevredenheid omtrent de inhoud te bestuderen, wordt nogmaals een somschaal aangemaakt. We beperken ons hierbij tot de respondenten, behorende tot de doelgroep. Een principale componenten analyse wees echter uit dat niet alle zes items kunnen gesommeerd worden tot een schaal, omdat ze niet allemaal dezelfde lading dekken. Omwille van die reden wordt voor de opbouw van de schaal slechts gebruik gemaakt van de vier volgende items: 'de teksten spreken mij aan', 'ik vind de tips nuttig', 'ik heb op de website gevonden wat ik zocht' en 'ik heb iets bijgeleerd om me goed in mijn vel te voelen'. De items 'ik begrijp alle woorden op de website' en 'ik zou [www.noknok.be](http://www.noknok.be) aanraden aan vrienden' worden bijgevolg niet opgenomen. Het resultaat is een samengestelde variabele die een score kan aannemen van 4 tot en met 16. Hierbij wijst een hogere score op de somschaal op een lagere tevredenheid omtrent de inhoud van de



website. De schaal heeft een Cronbach's alpha van 0.847.

Jongens ( $M=8.11$ ,  $SE=0.82$ ) en meisjes ( $M=6.71$ ,  $SE=0.29$ ) verschillen niet in de gemiddelde houding ten aanzien van de inhoud van de website [ $T(21.273)=1.601$ ,  $p>0.05$ ].

Er wordt voorts wel een effect van leeftijd aangetroffen [ $F(4, 69)=3.223$ ,  $p<0.05$ ]. Uit de Bonferroni test, waarin alle categorieën tegen elkaar worden afgetoetst, kan afgeleid worden dat 13- en 16-jarigen significant verschillen met betrekking tot de gemiddelde tevredenheid over de inhoud van de website. 13-jarigen ( $M=5.76$ ,  $SE=0.35$ ) beoordelen de inhoud van de website namelijk gemiddeld positiever in vergelijking met de oudste leeftijdscategorie ( $M=8.92$ ,  $SE=0.86$ ).

Tot slot speelt ook de studierichting van de individuen een rol bij het beoordelen van de inhoud van de website [ $F(3, 6.259)=6.592$ ,  $p<0.05$ ]<sup>7</sup>. De post hoc test toont vervolgens aan dat deze verschillen zich situeren tussen de BSO en ASO leerlingen. De ASO leerlingen ( $M=6.41$ ,  $SE=0.27$ ) nemen een gemiddeld positievere houding aan ten opzichte van de inhoud van de website in vergelijking met BSO leerlingen ( $M=9.08$ ,  $SE=1.07$ ).

Een achttal respondenten schreef bovendien opmerkingen of suggesties neer in verband met de inhoud van de website. Een eerste respondent stelt voor om de website niet enkel te richten tot jongeren die zich soms niet goed in hun vel voelen, maar om de doelgroep uit te breiden naar jongeren met depressieve gedachten. Verder is er vraag naar het oprichten van een forum, zodat jongeren hun ervaringen met elkaar kunnen delen. De respondenten stellen ook voor om jongeren de mogelijkheid te geven om vragen door te sturen. Deze zouden dan beantwoord en gedeeld kunnen worden, zodat ook andere bezoekers tips krijgen over hoe te reageren in deze situaties. Eén respondent is van mening dat de website nog meer tips, info en opdrachten mag bevatten.

Tot slot wordt gevraagd om de website sneller te updaten en werd gemeld dat de feedback over de wedstrijd niet enkel op de facebookpagina, maar ook op de website zelf vermeld moet worden.

---

<sup>7</sup> Dit is de Welch test, een alternatieve F-ratio, die gebruikt wordt indien niet voldaan wordt aan de assumptie van gelijke varianties.

**Tabel 5a: tevredenheid omtrent de inhoud van de website naar leeftijdscategorie (12- tot 16-jarigen): aantallen, percentages, gemiddelden en standaardafwijkingen.**

Item	N	Ja, inderdaad	Eerder wel, ja	Eerder niet, neen	Neen, zeker niet	Gemiddelde	Standaard afwijking
		(1)	(2)	(3)	(4)		
<b>12- tot 16-jarigen</b>							
Ik begrijp alle woorden op de website	74	43 58.1	28 37.8	2 2.7	1 1.4	1.47	0.624
De teksten spreken mij aan	74	33 44.6	27 36.5	12 16.2	2 2.7	1.77	0.820
Ik vind de tips nuttig	74	38 51.4	30 40.5	5 6.8	1 1.4	1.58	0.683
Ik heb op de website gevonden wat ik zocht	74	28 37.8	32 43.2	11 14.9	3 4.1	1.85	0.822
Ik heb iets bijgeleerd om me goed in mijn vel te voelen	74	27 36.5	33 44.6	12 16.2	2 2.7	1.85	0.788
Ik zou www.noknok.be aanraden aan vrienden	74	34 45.9	28 37.8	10 13.5	2 2.7	1.73	0.799

**Tabel 5b: tevredenheid omtrent de inhoud van de website naar leeftijdscategorie (andere leeftijdscategorieën): aantallen, percentages, gemiddelden en standaardafwijkingen.**

Item	N	Ja, inderdaad (1)	Eerder wel, ja (2)	Eerder niet, neen (3)	Neen, zeker niet (4)	Gemiddelde	Standaard afwijking
<b>Andere leeftijdscategorieën</b>							
Ik begrijp alle woorden op de website	12	9 75.0	2 16.7	1 8.3	0 0.0	1.33	0.651
De teksten spreken mij aan	12	6 50.0	6 50.0	0 0.0	0 0.0	1.50	0.522
Ik vind de tips nuttig	12	6 50.0	4 33.3	2 16.7	0 0.00	1.67	0.778
Ik heb op de website gevonden wat ik zocht	12	5 41.7	6 50.0	1 8.3	0 0.0	1.67	0.651
Ik heb iets bijgeleerd om me goed in mijn vel te voelen	12	4 33.3	4 33.3	3 25.0	1 8.3	2.08	0.996
Ik zou <a href="http://www.noknok.be">www.noknok.be</a> aanraden aan vrienden	12	6 50.0	5 41.7	1 8.3	0 0.0	1.58	0.669

## 5 Gedragsintenties

Een drietal items kunnen beschouwd worden als een effectmeting van de website. Ze gaan na of de respondenten effectief de intentie hebben om, met behulp van de website, aan hun geestelijke gezondheid te werken. De items in kwestie en de bijhorende frequenties, percentages, gemiddelden en standaard deviaties worden opgelijst in tabel 6. De bespreking van de resultaten zal zich beperken tot de antwoorden van de doelgroep. Het lijkt immers niet zinvol om de effectiviteit van de website na te gaan in het geval de website niet met het oog op de individuen in kwestie ontwikkeld werd. Nogmaals worden bij de bespreking van de resultaten de antwoordcategorieën 'ja, inderdaad' en 'eerder wel, ja', enerzijds, en 'eerder niet, neen' en 'neen, zeker niet', anderzijds, samen besproken.

74 jongeren beantwoordden de items. Over het algemeen hebben de jongeren, na het bezoeken van de website de intentie om aan hun geestelijke gezondheid te werken. 82.4% van de jongeren heeft zin om de tips inderdaad of eerder wel uit te proberen en hetzelfde percentage neemt zich bovendien voor om de tips inderdaad of eerder wel in de toekomst te gebruiken. Tot slot is 83.8% van de respondenten van plan om nogmaals naar de website te surfen. Kortom kan gesteld worden dat de website geslaagd is in haar opzet, in die zin dat de jongeren er ook effectief mee aan de slag willen gaan.

Tot slot wordt nogmaals een kijkje genomen naar mogelijke determinanten van gedragsintenties van de doelgroep. Er wordt een somschaal aangemaakt, die reikt van 3 tot 12. Hierbij wijst een hogere score op de somschaal, op een lagere intentie tot gedragsverandering. De betrouwbaarheid van de schaal bedraagt 0.767, een aanvaardbare waarde.

Jongens ( $M=6.28$ ,  $SE=0.66$ ) en meisjes ( $M=5.11$ ,  $SE=0.24$ ) verschillen niet in hun gemiddelde score op de somschaal [ $T(21.555)=1.667$ ,  $p>0.05$ ]. Bijgevolg is de site niet meer of minder effectief voor jongens of meisjes.

Dit lijkt wel het geval voor jongeren uit verschillende leeftijdscategorieën [ $F(4, 69)=2.752$ ,  $p>0.05$ ]. De Bonferroni test duidt op significante verschillen in de gemiddelde intentie van 13- ( $M=4.29$ ,  $SE=0.39$ ) en 16-jarigen ( $M=6.62$ ,  $SE=0.60$ ) om het gedrag na het bezoeken van [www.noknok.be](http://www.noknok.be) aan te passen. De jongste groep van de twee scoort gemiddeld lager op de samengestelde variabele, wat vanwege de inverse codering, wijst op meer intentie tot gedragsverandering bij deze groep.

Met betrekking tot de variabele studierichting kunnen geen concrete conclusies

genomen worden. Er werd namelijk niet voldaan aan de assumptie van homogeniteit van de varianties, dewelke vereist is voor het uitvoeren van een ANOVA. Ook de alternatieve F-ratio kon niet berekend worden vanwege het feit dat de respondenten binnen één van de groepen niet variëren. De groep in kwestie bevat immers maar twee respondenten.

**Tabel 6: Gedragsintenties na bezoeken van de website 12-tot 16-jarigen: aantallen, percentages, gemiddelden en standaardafwijkingen.**

<b>Item</b>	<b>N</b>	<b>Ja, inderdaad (1)</b>	<b>Eerder wel, ja (2)</b>	<b>Eerder niet, neen (3)</b>	<b>Neen, zeker niet (4)</b>	<b>Gemiddelde</b>	<b>Standaard afwijking</b>
<b>12- tot 16-jarigen</b>							
Ik heb zin om de tips uit te proberen	74	31 41.9	30 40.5	8 10.8	5 6.8	1.82	0.881
Ik ga de tips zeker gebruiken	74	27 36.5	34 45.9	10 13.5	3 4.1	1.85	0.806
Ik ga nog surfen naar <a href="http://www.noknok.be">www.noknok.be</a>	74	37 50.0	25 33.8	8 10.8	4 5.4	1.72	0.868

## Conclusie

---

Vooraleer overgegaan kan worden tot de uiteenzetting van de conclusies, moet eerst een bemerking gemaakt worden in verband met de respons van de tevredenheidsmeting. Deze is meer bepaald aan de lage kant. Slechts 104 bezoekers vulden de bevraging in, waar de website gedurende de maanden oktober en november toch 3174 unieke bezoekers telde<sup>8</sup>.

Er namen voornamelijk vrouwelijke respondenten deel aan de tevredenheidsmeting. Het is enerzijds mogelijk dat vrouwen meer geneigd zijn hun mening te delen via online bevragingen. Anderzijds is het ook mogelijk dat, hoewel de website zich tot zowel meisjes als jongens richt, vooral de meisjes bereikt worden. Dit sluit mogelijks aan bij het feit dat de meisjes rapporteerden zich over het algemeen minder goed in hun vel te voelen dan jongens. Daarnaast lijkt de facebookpagina wel een handige toegangspoort te voeren naar de website en lijkt dit vooral bij jongens uit de doelgroep iets populairder te zijn dan bij meisjes.

Uit de demografische gegevens van de online bevraging bleken de deelnemers qua onderwijs een vrij representatief beeld te geven van de verdeling in de Vlaamse populatie: Deelnemers kwamen uit de A-stroom (39.5%), TSO (18.6%), ASO (23.25%), BSO (15.1%) en KSO (2.3%) . Aandacht dient besteed te worden aan leerlingen van de B-stroom, hoewel het niet invullen van een online vragenlijst niet noodzakelijk impliceert dat 12-13jarigen uit de B-stroom niet naar de site surfen.

De website richt zich bovendien specifiek tot jongeren die zich af en toe niet goed in hun vel voelen. Dit wil zeggen dat de website niet verondersteld wordt een oplossing te bieden voor diepgaandere problemen zoals een depressie, angst of eetproblemen. Uit de enquête blijkt dat een minderheid van de jongeren zich nooit of bijna nooit gelukkig voelt (dit zowel op wekelijkse als op maandelijkse basis). Dit wijst erop dat de website inderdaad voornamelijk jongeren bereikt die zo nu en dan eens een dipje hebben. Verder werd eveneens opgemerkt dat meer jongeren zich in de week voorafgaand aan het bezoek ongelukkig voelden, dan dat er jongeren zich ongelukkig voelden in de maand voorafgaand aan het websitebezoek. Dit zou er op kunnen wijzen dat de website door de jongeren geraadpleegd wordt, op het moment dat zij deze het meest nodig hebben.

---

<sup>8</sup> Let wel dat de bevraging niet over de volledige twee maanden liep, maar startte op 5 oktober en afliep op 18 november.

Kortom lijkt de website de gewenste doelgroep te bereiken in termen van algemeen welbevinden, maar dient bij de verdere implementatie erop gelet te worden of jongens en 1<sup>e</sup> graads leerlingen B-stroom en 2<sup>e</sup> graads leerlingen ASO voldoende bereikt worden. Interessant is ook om te monitoren of het starten van lokale acties via jeugdwerk leidt naar een wijziging in gebruikersprofiel op de website.

De respondenten (de doelgroep en de respondenten afkomstig uit de andere leeftijdscategorieën) zijn over het algemeen zeer positief over de vormgeving van de website. Hoewel de meeste jongeren tussen 12 en 16 jaar oud een positieve houding aannemen ten opzichte van de vormgeving, zijn 13-jarigen significant positiever dan 16-jarige respondenten. Jongens en meisjes en leerlingen afkomstig uit verschillende studierichtingen nemen een gelijkaardige houding aan ten opzichte van de vormgeving van [www.noknok.be](http://www.noknok.be).

De website lijkt bovendien ook qua inhoud geslaagd in haar opzet. Zowel de doelgroep als de overige respondenten lieten zich positief uit over de teksten op de website. Wat betreft de doelgroep, moet wel opgemerkt worden dat, hoewel ook de 16-jarigen positief staan ten opzichte van de inhoud van de website, de 13-jarigen deze significant positiever beoordelen. Eenzelfde opmerking geldt voor de leerlingen komende uit ASO en BSO. Hoewel de leerlingen uit BSO de website doorgaans positief beoordelen, meten zij zich een minder positieve houding aan dan ASO leerlingen. Jongens en meisjes beoordelen de website niet verschillend, wat haar inhoud betreft.

Tot slot wordt de vraag behandeld of de website het gewenste effect tot gevolg heeft. Zijn de jongeren werkelijk van plan om zich door de website te laten inspireren wanneer ze zich niet goed in hun vel voelen? Het merendeel van de jongeren gaf aan zin te hebben in het uitproberen van de tips en gaf bovendien aan de tips ook werkelijk te zullen gebruiken. Alweer verschillen jongens en meisjes uit de doelgroep niet in hun gemiddelde intentie tot gedragsverandering. Wel worden verschillen aangetroffen tussen 13- en 16- jarigen, waarbij de jongste groep eerder geneigd is zich door de website te laten sturen bij een dipje.

Samengevat leidt het evaluatierapport, net zoals in 2011, tot een positieve kijk op [www.noknok.be](http://www.noknok.be). Een fundamentele herwerking van de website lijkt dan ook niet aangewezen.



## Appendix

### 1 Vragenlijst tevredenheidsmeting NokNok

**Ik ben:**

- jongen
- meisje

**Ik ben:**

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 12 jaar | <input type="checkbox"/> 13 jaar                        |
| <input type="checkbox"/> 14 jaar | <input type="checkbox"/> 15 jaar                        |
| <input type="checkbox"/> 16 jaar | <input type="checkbox"/> 17 jaar                        |
| <input type="checkbox"/> 18 jaar | <input type="checkbox"/> Anders, nl. ... jaar:<br>..... |

**Ik zit in het:**

- TSO
- ASO
- BSO
- KSO
- Andere, nl.:  
.....

**Geef aan in welke mate de volgende uitspraken voor jou gelden:**

	nooit	bijna nooit	soms	redelijk vaak	altijd
Heb je je de afgelopen week gelukkig gevoeld?	▪	▪	▪	▪	▪
Heb je je de afgelopen week vol energie gevoeld?	▪	▪	▪	▪	▪
Heb je je de afgelopen week verdrietig gevoeld?	▪	▪	▪	▪	▪
Heb je je de afgelopen maand gelukkig gevoeld?	▪	▪	▪	▪	▪

**Over hoe de website eruit ziet:**

	Ja, inderdaad	Eerder wel, ja	Eerder niet, neen	Neen, zeker niet
Ik vind de tekeningen op de site aantrekkelijk.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vind de kleuren van de website mooi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vind het lettertype goed gekozen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vind de website duidelijk opgebouwd. (Dat betekent dat je bv. direct ziet wat erop staat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De vormgeving van de website spreekt me aan. (Dat is hoe de website eruit ziet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Over de teksten die op de website staan:**

	Ja, inderdaad	Eerder wel, ja	Eerder niet, neen	Neen, zeker niet
Ik begrijp alle woorden op de website.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De teksten spreken mij aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik vind de tips nuttig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb zin om de tips uit te proberen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb op de website gevonden wat ik zocht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb iets bijgeleerd om me goed in mijn vel te voelen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ga de tips zeker gebruiken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik zou <a href="http://www.noknok.be">www.noknok.be</a> aanraden aan vrienden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ga nog surfen naar <a href="http://www.noknok.be">www.noknok.be</a> .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Mis je iets op deze website? Heb je nog leuke ideeën? Schrijf hier wat je nog kwijt wil om de website nog beter te maken.**