

[www.watdrinkjij.nl](http://www.watdrinkjij.nl)

**Een kwalitatieve studie naar usability en 'op-maat'  
mogelijkheden**

Anneke Risselada  
Brigitte Boon

## Colofon



IVO  
Heemraadssingel 194  
3021 DM Rotterdam  
T (010) 425 33 66  
F (010) 276 39 88  
E: [secretariaat@ivo.nl](mailto:secretariaat@ivo.nl)  
W: [www.ivo.nl](http://www.ivo.nl)

© IVO, 2007

Watdrinkij.nl, een kwalitatieve studie naar usability en 'op-maat' mogelijkheden  
Drs. Anneke Risselada en Dr. Brigitte Boon (projectleider)  
In opdracht van het NIGZ, Woerden

# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1	Onderzoeksvragen	5
1.2	Opbouw rapport	6
<b>2</b>	<b>Methode van onderzoek</b>	<b>7</b>
2.1	Design	7
2.2	Werving jongeren	7
2.3	Deelstudie 1: observatiestudie	9
2.4	Deelstudie 2: focusgroepen	10
2.5	Analyse en rapportage	11
<b>3</b>	<b>Resultaten deelstudie 1</b>	<b>12</b>
3.1	Deelnemers	12
3.2	Resultaten	13
3.2.1	Algemeen	14
3.2.2	Navigatie en lay-out	16
3.2.3	De vragen	19
3.2.4	De adviezen	23
<b>4</b>	<b>Resultaten deelstudie 2</b>	<b>28</b>
4.1	Deelnemers	28
4.2	Resultaten	29
4.2.1	Belang van de test	30
4.2.2	Nut en relevantie	31
4.2.3	Mogelijkheden voor differentiatie	34
4.3	Meerwaarde van de focusgroepen	36

<b>5</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>37</b>
5.1	Beperkingen van de studie	37
5.2	Conclusies	38
5.2.1	Usability	38
5.2.2	Persoonlijke relevantie en mogelijkheden voor differentiatie	40
5.3	Aanbevelingen	41
	<b>Bijlagen</b>	<b>43</b>
	Bijlage 1: Inclusievragenlijst	43
	Bijlage 2: Interviewschema observatiestudie	48
	Bijlage 3: Discussieroute focusgroepen	50
	Bijlage 4: Usability tijdens focusgroepen	52

# 1 Inleiding

Het NIGZ is binnen de alcoholcampagne voor jongeren “Drank, de kater komt later”, bezig met het ontwikkelen van een zogenaamde drinktest: een *computer tailored intervention* gericht op de afname van het alcoholgebruik van overmatig drinkende jongeren. In deze digitale drinktest krijgen jongeren na het invullen van een aantal vragen over hun alcoholgebruik een persoonlijk advies. Op grond van bevindingen in de internationale literatuur is de verwachting dat een dergelijk advies-op-maat grotere effecten heeft op de determinanten van alcoholgebruik evenals op de (afname van de) alcoholinname, dan algemene niet op de persoon toegespitste informatie. Het NIGZ heeft al een drinktest voor volwassenen ontwikkeld ([www.drinktest.nl](http://www.drinktest.nl)). Een eerste effectstudie heeft uitgewezen dat deze positieve effecten heeft op het verminderen van de alcoholinname door overmatig drinkende volwassenen. Een tweede effectstudie gericht op een herziene versie van [drinktest.nl](http://drinktest.nl) wordt nu uitgevoerd door het IVO.

Op dit moment is er al een eerste versie van de drinktest voor jongeren operationeel via Internet: [www.watdrinkjij.nl](http://www.watdrinkjij.nl). Deze versie is ontwikkeld op basis van een advies-op-maat module voor jongeren die online is in Duitsland en als *best practice* bekend staat. Het NIGZ heeft besloten om te investeren in de verdere ontwikkeling van [watdrinkjij.nl](http://watdrinkjij.nl). Het hier beschreven onderzoek is opgezet om bij te dragen aan deze verdere ontwikkeling.

Doel van het onderzoek is tweeledig: (1) zicht geven op verbetermogelijkheden van de gebruikersvriendelijkheid van [watdrinkjij.nl](http://watdrinkjij.nl); en (2) zicht geven op mogelijke differentiaties van de test gericht op specifieke subgroepen.

In dit rapport wordt verslag gedaan van de kwalitatieve studie gericht op bovenstaande twee doelstellingen. Jongeren uit verschillende leeftijd- en opleidingscategorieën hebben enerzijds de test onder observatie van de onderzoekers uitgevoerd en anderzijds zitting genomen in focusgroepen waarin mogelijke differentiaties van de test aan de orde zijn gesteld.

## 1.1 Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen luiden als volgt:

*1. Hoe is de usability (gebruikersvriendelijkheid) van de test volgens de doelgroep? Wat zijn knelpunten, waar kan de test nog verbeterd worden?*

Usability is gemeten aan de hand van een aantal concepten: routing, doorklikssystemen, taalgebruik, vormgeving en invulduur van de test. Jongeren hebben één voor één onder observatie van de onderzoeker de drinktest ingevuld en hierbij hun opmerkingen over de website gegeven. Vervolgens is hen gevraagd de website in een individueel interview op de genoemde concepten te beoordelen. Uit deze beoordelingen zijn vervolgens knelpunten en verbetermogelijkheden afgeleid, waarmee de test geoptimaliseerd kan worden.

*2. Op welke demografische, sociaalcognitieve en gedragskenmerken van de doelgroep moet de test differentiëren, om ervoor te zorgen dat verschillende groepen jongeren zich aangesproken voelen (persoonlijke relevantie)? Hoe moeten deze differentiaties er uit komen te zien?*

Binnen het onderzoek wordt een aantal kenmerken van jongeren onderscheiden waar de test op kan differentiëren. Demografische kenmerken zijn geslacht, leeftijd (<16, 16-18, >18), opleidingsniveau (laag, midden/hoog) en etnische achtergrond (Nederlands, niet-Nederlands). Cognitieve kenmerken zijn alcoholverwachtingen, alcoholgerelateerde gedragingen, sociale norm, ervaren groepsdruk, attitude en intentie. Qua gedragskenmerken wordt bekeken of de test op drinkgedrag gedifferentieerd kan worden, met een onderscheid tussen lichte en zware drinkers en mogelijkheden voor differentiatie op binge drinken. Differentiatie op de juiste kenmerken kan ervoor zorgen dat een zo breed mogelijk deel van de doelgroep de test als persoonlijk relevant waardeert.

## **1.2 Opbouw rapport**

Dit rapport is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 worden de onderzoeksmethoden beschreven. Hoofdstuk 3 behandelt de resultaten van deelstudie 1 (observatiestudie); hoofdstuk 4 beschrijft de resultaten van deelstudie 2 (focusgroepen). In hoofdstuk 5 worden conclusies getrokken en aanbevelingen gegeven. De vragenlijst aan de hand waarvan de jongeren zijn geselecteerd voor het onderzoek is opgenomen in Bijlage 1. Bijlage 2 bevat het interviewschema van de observatiestudie en de discussieroute die tijdens de focusgroepen als leidraad voor de gesprekken is gehanteerd is te vinden in Bijlage 3. Bijlage 4 geeft een overzicht van punten met betrekking tot de usability van de test die tijdens de focusgroepen zijn genoemd.

## **2 Methode van onderzoek**

In dit hoofdstuk worden de gebruikte onderzoeksmethoden verantwoord. Achtereenvolgens wordt ingegaan op het design van de studie, de werving van de deelnemers, de werkwijze tijdens deelstudie 1 en deelstudie 2 en de verwerking en analyse van de gegevens.

### **2.1 Design**

De studie is uitgevoerd middels een kwalitatief onderzoeksdesign om antwoord te geven op de eerder genoemde onderzoeksvragen: (1) hoe is de usability (gebruikersvriendelijkheid) van de test volgens de doelgroep? Wat zijn knelpunten, waar kan de test nog verbeterd worden?; en (2) op welke demografische, sociaal-cognitieve en gedragskenmerken van de doelgroep moet de test differentiëren, om ervoor te zorgen dat verschillende groepen jongeren zich aangesproken voelen? Hoe moeten deze differentiaties er uit komen te zien?

De eerste vraagstelling is onderzocht in deelstudie 1 middels een observatiestudie, waarbij een aantal jongeren ( $n = 46$ ) individueel en onder toezicht van de onderzoeker de drinktest invullen en na afloop een aantal korte vragen over de gebruikersvriendelijkheid van de website beantwoorden. In deelstudie 2 is de tweede vraagstelling beantwoord, waarbij een aantal van dezelfde jongeren uit de eerste deelstudie ( $n = 20$ ) in focusgroepen deelnemen aan een discussie over verschillende mogelijkheden voor differentiatie van de drinktest.

Hiermee is beoogd zoveel mogelijk kwalitatieve informatie te verzamelen die kan worden aangewend om drinktest te optimaliseren. Gezien het belang van variatie in de steekproef is binnen dit onderzoek vooral veel aandacht uitgegaan naar de werving van de jongeren. Er is gestreefd naar een steekproef waarin jongeren van verschillende leeftijden, opleidingsniveaus en etnische achtergronden vertegenwoordigd zijn.

### **2.2 Werving jongeren**

Ten behoeve van beide deelstudies is een totale steekproef ( $n = 46$ ) van verschillende groepen jongeren samengesteld. Met behulp van een korte vragenlijst is het alcoholgebruik van de jongeren in kaart gebracht, waarna ze zijn uitgenodigd om deel te nemen aan deelstudie 1 (observatiestudie met individuele interviews). Na afloop hiervan is hen gevraagd of zij ook aan deelstudie 2 (focusgroepen) mee wilden doen.

De totale onderzoekspopulatie bestaat uit jongeren in de leeftijd van 14-15 jaar, 16-18 jaar en 19-20 jaar. Per leeftijdsgroep is gestreefd naar een steekproef van 15 jongeren die deelnemen aan het onderzoek, met een evenredige verdeling naar geslacht. Verder is binnen elke leeftijdsgroep gestreefd naar een gelijke verdeling van jongeren met een laag en een gemiddeld tot hoog opleidingsniveau. Hiertoe zijn jongeren geworven op scholen van verschillend niveau: vmbo, havo/vwo, mbo, en hbo/wo.

Een laatste streep punt is een brede spreiding van verschillende etnische achtergronden in de onderzoekspopulatie, door de werving van jongeren op scholen te laten plaatsvinden waar verschillende etnische groepen vertegenwoordigd zijn.

De doelgroep van watdrinkij.nl betreft jongeren die (overmatig) alcohol drinken. Om deze reden zijn alleen regelmatig drinkende jongeren meegenomen in het onderzoek. Regelmatig drinken is in deze studie gedefinieerd als het drinken van alcohol op gemiddeld 1 dag per maand of vaker. Om mogelijke verschillen in reacties van lichte en zware drinkers op de test te kunnen onderscheiden, zijn beide groepen jongeren geïnccludeerd. Voor het onderscheid in lichte en zware drinkers in deze studie is in overleg met de opdrachtgever de gemiddelde weekconsumptie van jongeren uit de meest recente alcoholmonitor van het IVO<sup>1</sup> als uitgangspunt genomen. Dit omdat de algemene standaard voor excessief drinken (21 glazen voor mannen en 14 glazen voor vrouwen) op volwassenen is gebaseerd. De alcoholmonitor geeft een representatief beeld van het gebruik van alcoholhoudende dranken door jongeren van 12 tot en met 17 jaar en is daarmee een geschikte referentie voor de definitie van licht en zwaar drinken in deze studie. Voor meisjes ligt de grens tussen lichte en zware alcoholconsumptie op een gemiddelde consumptie van 11 glazen per week, voor jongens is dit 17 glazen alcohol per week. Meisjes worden hiermee als zware drinker gekwalificeerd bij een gemiddelde consumptie van 11 glazen alcohol of meer per week; voor jongens zijn dit 17 glazen alcohol of meer per week. Voor een optimale evaluatie van drinktest is verder gestreefd naar een evenredige verdeling van binge-drinkers in de totale onderzoekspopulatie. Meisjes worden gedefinieerd als binge-drinker bij de consumptie van 4 of meer glazen alcohol op één dag met een frequentie van 1-3 dagen per maand of vaker. Voor jongens geldt een consumptie van 6 of meer glazen op één dag met een frequentie van 1-3 dagen per maand of vaker als criterium voor binge drinken.

De selectie van jongeren voor de studie kent twee stappen. In stap 1 is gevraagd wie er wel eens alcohol drinkt en mee wil doen aan het onderzoek. In stap 2 zijn de kenmerken van het alcoholgebruik gemeten aan de hand van een beknopte vragenlijst (zie Bijlage 1). Hierbij is gekeken naar zowel de frequentie waarmee men alcohol gebruikt, als de hoeveelheid die men gebruikt op drinkdagen. Jongeren zijn geselecteerd voor deelname aan de hand van het criterium van regelmatig drinken (frequentie van gemiddeld 1 dag per maand of vaker). Ook is gelet op een goede verdeling van lichte en zware drinkers en van binge-drinkers in de steekproef. Met het oog op de spreiding van demografische kenmerken zijn in deze vragenlijst ook vragen over geslacht, leeftijd, opleiding en etnische achtergrond opgenomen.

De jongeren zijn geworven via middelbare scholen, instellingen voor middelbaar en hoger beroepsonderwijs en een universiteit. Gezien het feit dat onderwijsinstellingen regelmatig verzoeken krijgen voor deelname aan onderzoek, is het van belang om zorgvuldig om te gaan met de scholen en de leerlingen. Het IVO heeft hiervoor haar contacten met onderwijsinstellingen uit andere onderzoeken gebruikt en onderhoudt zorgvuldig haar netwerk op dat gebied. Met het oog op de bereikbaarheid zijn de

<sup>1</sup> Vet, R. & Van den Eijnden, R. J. J. M. (in druk). *Het gebruik van alcohol door jongeren en de rol van ouders: Resultaten van twee metingen*. Rotterdam: IVO.



jongeren geworven op scholen in Rotterdam. Dit waarborgt tevens een goede vertegenwoordiging van verschillende culturele achtergronden van de leerlingen.

Een tweede aandachtspunt bij de werving van de jongeren is de leeftijd. Omdat voor dit onderzoek (ook) jongeren nodig zijn onder de leeftijd van 18, is toestemming van ouders/verzorgers noodzakelijk voor opname van de gesprekken tijdens de observatiestudie en de focusgroepen. Daartoe is een informatieformulier voor ouders opgesteld, waarin hen gevraagd is een informed consent formulier te ondertekenen. Minderjarige deelnemers aan de studie hebben, naast hun ouders, eveneens een toestemmingsformulier ondertekent. Jongeren van 18 jaar of ouder hebben zelf een formulier ondertekend.

### **2.3 Deelstudie 1: observatiestudie**

In deelstudie 1 is de drinktest op [www.watdrinkijj.nl](http://www.watdrinkijj.nl) door de respondenten (n = 46) individueel en onder observatie van de onderzoeker uitgevoerd, gevolgd door een kort interview na afloop daarvan. In overleg met de betreffende school heeft dit in een daarvoor beschikbare ruimte op de school zelf plaatsgevonden of bij het IVO in Rotterdam. De optie om het onderzoek op het IVO uit te voeren is gebruikt indien het niet mogelijk bleek te zijn om computerruimtes op de scholen te reserveren.

De onderzoeker heeft de deelnemer tijdens het invullen van de test op [watdrinkijj.nl](http://watdrinkijj.nl) geobserveerd, waarbij alle opmerkingen en opvallende zaken genoteerd zijn. De deelnemer is gevraagd om de vragen over het eigen alcoholgebruik zo eerlijk mogelijk in te vullen. Hiertoe is op dat moment benadrukt dat alle gegevens anoniem worden verwerkt. Ook is de deelnemer gevraagd om de test in te vullen volgens de “say it out loud” procedure: dat wil zeggen dat de deelnemer hardop uitspreekt wat hij of zij denkt, of wat hem/haar opvalt gedurende de test. Alles is opgenomen op band ten behoeve van de verwerking van de gegevens.

Na afloop van de test en het doorlezen van de bijbehorende adviezen is een kort semi-gestructureerd interview met de deelnemer afgenomen. Dit interview behandelde de usability van de test (routing, doorklikssystemen, taalgebruik, vormgeving, invulduur) en de persoonlijke relevantie van de verschillende onderwerpen en adviezen voor de deelnemer. In het interview zijn open vragen gesteld over tevoren vastgestelde onderwerpen, en is daarnaast ruimte gegeven aan de deelnemer om alles te zegen over de test wat men erover kwijt wil. Voorts is de deelnemer gevraagd de test te beoordelen met een schoolcijfer.

In totaal heeft het onderzoek, dat wil zeggen het onder observatie invullen van de test inclusief het interview, maximaal een half uur per deelnemer geduurd. Na afloop van het interview hebben de deelnemers een beloning ontvangen voor hun medewerking en is hen gevraagd of ze ook aan een focusgroep wilden meedoen (zie ook deelstudie 2).

## 2.4 Deelstudie 2: focusgroepen

Deelstudie 2 bestond uit een aantal focusgroepen ( $n = 4$ ) van maximaal 6 jongeren per groep. De deelnemers van deelstudie 2 hebben eerst aan deelstudie 1 meegedaan en hebben daarna desgevraagd aangegeven aan de focusgroep te willen meewerken. Selectie van deelnemers binnen de vier focusgroepen heeft plaatsgevonden op basis van geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en alcoholgebruik. Hiermee is beoogd de spreiding van demografische kenmerken en drinkgedrag in de groepen te waarborgen.

Omdat mensen eerder geneigd zijn hun mening te delen in een groep die bestaat uit gelijken, zijn de vier groepen zo homogeen mogelijk ingevuld. Een groep jongeren in de leeftijd van 14 t/m 16 jaar met een laag opleidingsniveau (vmbo), een groep met jongeren in de leeftijd van 17 t/m 20 met een laag opleidingsniveau (mbo), een groep jongeren in de leeftijd van 14 t/m 16 met een gemiddeld tot hoog opleidingsniveau (havo/vwo) en een groep jongeren in de leeftijd van 17 t/m 20 met een gemiddeld tot hoog opleidingsniveau (hbo/wo). Er is gestreefd naar een gelijke verdeling van geslacht en jongeren met een Nederlandse en niet-Nederlandse achtergrond over deze vier groepen. Ook is extra aandacht besteed aan de samenstelling van de focusgroepen wat betreft onderlinge relaties. Om beïnvloeding tussen respondenten te voorkomen, zouden de jongeren elkaar in een ideale situatie niet mogen kennen. De oorspronkelijke bedoeling was daarom jongeren uit verschillende klassen en van verschillende scholen met elkaar te combineren in een focusgroep. Vanwege onvoorziene problemen tijdens het werven van respondenten voor de focusgroepen is dit echter niet gelukt (zie voor een uitgebreide toelichting paragraaf 3.1 en 4.1). Om onderlinge beïnvloeding alsnog te voorkomen, is een aantal werkvormen opgesteld waarbij deelnemers eerst voor zichzelf hun mening over een bepaald onderwerp van de website opschrijven. Deze worden vervolgens gezamenlijk in de groep besproken. Gezien het beperkte budget dat beschikbaar was voor het onderzoek, was het niet mogelijk aparte focusgroepen voor jongens en meisjes en/of voor jongeren met verschillende etnische achtergronden in het onderzoek op te nemen. Drie focusgroepen hebben plaatsgevonden bij het IVO in Rotterdam, waar een geschikte ruimte aanwezig is voor dit onderdeel van de studie. Eén focusgroep heeft in verband met de lage leeftijd van de deelnemers (14-16 jaar) en de reistijd plaatsgevonden op de school van de deelnemers. Eventuele reiskosten van de jongeren zijn vergoed.

De focusgroepen werden voorgezeten door de één van de onderzoekers. De andere onderzoeker was ook aanwezig bij de focusgroepen om aantekeningen te maken en de gespreksleider waar nodig aan te vullen. In de focusgroep zijn verschillende opties aan bod gekomen voor differentiaties van de test, die zijn geformuleerd op basis van de eerste deelstudie van het onderzoek. Deelnemers is onder andere gevraagd naar hun mening over het belang en de persoonlijke relevantie van verschillende cognities ten aanzien van aspecten van het alcoholgebruik (alcoholverwachtingen, alcoholgerelateerde gedragingen, sociale norm, ervaren groepsdruk, attitude en intentie). Verder is gevraagd of de deelnemers onderwerpen onder- of oververtegenwoordigd vonden in [watdrink jij.nl](http://watdrink jij.nl), of onderwerpen gemist hebben die niet aan bod zijn komen in de test. Ook was onderwerp van gesprek of de adviezen voor de deelnemers (meer) afgestemd moeten worden op hun demografische kenmerken (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, etnische achtergrond). Hierbij kan gedacht worden aan specifieke aandacht voor de leeftijdsfase en de

etnische achtergrond van de deelnemer in de adviezen, of drinkgedrag (onder andere wel/niet binge drinken). Bij alle onderwerpen heeft de gespreksleider aan de hand van open vragen naar voorbeelden gevraagd: "Hoe zou dat er dan uit moeten zien, kun je een voorbeeld geven?"

Tijdens de gesprekken zijn de onderwerpen volgens een vastgestelde discussieroute aan bod gekomen, die per onderwerp een aantal open vragen en/of stellingen bevatte (zie Bijlage 3). Deelnemers hebben op deze vragen/stellingen gereageerd en hier onderling over gediscussieerd. De gesprekken zijn opgenomen op band ten behoeve van de verwerking van de gegevens. Na afloop van het interview hebben de deelnemers een beloning ontvangen als dank voor hun medewerking.

## **2.5 Analyse en rapportage**

De gegevens over de usability van de test zijn verwerkt door de observaties en opmerkingen van de deelnemers uit deelstudie 1 te groeperen aan de hand van de concepten die centraal staan in dit onderdeel: routing, doorklikssystemen, taalgebruik, vormgeving en invulduur. De meningen van de jongeren leidden regelmatig tot tegenstrijdige opvattingen over één bepaald onderwerp. Er is hierdoor niet altijd een 'algemeen geldende' mening aan te wijzen. Om de resultaten zo overzichtelijk mogelijk weer te geven, is ernaar gestreefd om - waar mogelijk - de meerderheid van de meningen te beschrijven, aangevuld met eventuele afwijkende opmerkingen.

Informatie uit de focusgroepen betreffende persoonlijke relevantie van de verschillende aspecten van watdrinkjij.nl is per aspect geanalyseerd. Het betreft hier zowel de aansluiting van de test bij demografische kenmerken van de deelnemers (leeftijd, geslacht, opleiding, etniciteit), als aansluiting bij de sociaal-cognitieve kenmerken van de deelnemers (alcoholverwachtingen, alcoholgerelateerde gedragingen, sociale norm, ervaren groepsdruk, attitude en intentie). Eventuele nieuwe mogelijkheden om te differentiëren die genoemd zijn door deelnemers zijn eveneens verwerkt. Alle opmerkingen en discussiepunten van de deelnemers zijn op een zo overzichtelijk mogelijke manier samengevat en gestructureerd. Hoewel de gesprekken tijdens de focusgroepen zich voornamelijk gericht hebben op de persoonlijke relevantie van de test, zijn hierin ook meningen en opmerkingen met betrekking tot de usability van de drinktest gehoord. Omdat deze gegevens veel overlap vertonen met de resultaten uit de observatiestudie, zijn ze als bijlage opgenomen (zie Bijlage 4).

### 3 Resultaten deelstudie 1

Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten die tijdens deelstudie 1 zijn verkregen. Hierbij hebben jongeren individueel en onder toezicht van de onderzoeker de website [www.watdrinkjij.nl](http://www.watdrinkjij.nl) bekeken en de drinktest ingevuld. Na afloop hiervan is een kort interview afgenomen met de jongere, waarbij alle concepten van de usability ter sprake zijn gekomen: routing, doorklikssystemen, taalgebruik, vormgeving in invulduur. Alle opmerkingen van de jongeren en observaties van de onderzoeker zijn vervolgens gestructureerd aan de hand van deze concepten.

#### 3.1 Deelnemers

Tijdens de observatiestudie is de jongeren gevraagd naar hun mening met betrekking tot de website [www.watdrinkjij.nl](http://www.watdrinkjij.nl). Aan de observatiestudie hebben in totaal 46 jongeren deelgenomen. Tabel 1 op de volgende pagina vermeldt de demografische gegevens en alcoholconsumptie van de deelnemers per subgroep. Deze subgroepen zijn ingedeeld naar opleidingsniveau. In totaal hebben 11 vmbo-leerlingen, 9 havo-leerlingen en 9 vwo-scholieren aan de observatiestudie deelgenomen. Ook 8 mbo-studenten, 4 hbo'ers en 5 universitair studenten hebben meegedaan aan deelstudie 1. Twee jongeren hebben niet aan de observatiestudie deelgenomen, maar zijn in verband met een tekort aan deelnemers in deelstudie 2 wel aan de focusgroepen toegevoegd. Omdat zij officieel niet geïnccludeerd zijn in de observatiestudie, zijn zij niet opgenomen in Tabel 1. Hun demografische gegevens zijn verwerkt in de tabel met gegevens van deelnemers aan de focusgroepen (zie paragraaf 4.1).

Tijdens de werving van deelnemers zijn jongeren met diverse demografische kenmerken en achtergronden benaderd en hebben voldoende jongeren toegestemd met deelname aan het onderzoek. Ondanks de inspanningen van de onderzoekers bleek een aanzienlijk deel van deze potentiële deelnemers bij nader inzien toch geen zin of tijd te hebben om mee te doen of kwamen ze niet opdagen op de afspraak. Een veelgehoorde reden hiervoor (als die al gegeven werd) was te drukke studiebezigheden door proefwerkperiodes of tentamenweken. Hierdoor is er ook op een later moment geen mogelijkheid meer geweest om extra deelnemers te werven en de groepen aan te vullen tot gelijke grootte en met een brede spreiding van demografische kenmerken.

Er zijn uiteindelijk ongeveer de helft minder vrouwen dan mannen geïnccludeerd, minder 19-20 jarigen dan 16-18 jarigen en een enkeling die ouder bleek te zijn dan de voorgenomen maximum leeftijd van 20 jaar. Ook het aantal geïnccludeerde hbo- en wo-studenten is lager uitgevallen dan verwacht. Hierdoor zijn scheve verdelingen ontstaan in de verschillende opleidingsgroepen (vmbo, havo/vwo, mbo en hbo/wo).

Tabel 1. *Demografische gegevens en alcoholconsumptie in aantallen van deelnemers per subgroep*

		Vmbo	Havo/vwo	Mbo	Hbo/wo	Totaal
Geslacht	jongen	9	10	7	6	32
	meisje	2	8	1	3	14
Leeftijd	14-15	9	6	0	0	15
	16-18	2	12	7	2	23
	19-20	0	0	1	5	6
	> 20	0	0	0	2	2
	Afkomst	Nederlands	10	17	1	9
	niet-Nederlands	1	1	7	0	9
Weekconsumptie <sup>1</sup>	1-5 glazen	6	17	2	4	29
	6-10 glazen	1	1	3	0	5
	11-15 glazen	1	0	0	4	5
	16-20 glazen	1	0	0	0	1
	> 20 glazen	2	0	0	1	3
Lichte/zware drinkers	jongens <sup>2</sup>	8/1	10/0	5/0	5/1	28/2
	meisjes <sup>3</sup>	0/2	8/0	0/0	3/0	11/2
Binge drinken: ja/nee	jongens <sup>4</sup>	2/7	1/9	2/5	4/2	9/23
	meisjes <sup>5</sup>	0/2	1/7	0/1	1/2	2/12

Vmbo  $n = 11$ ; Havo/vwo  $n = 18$ ; Mbo  $n = 8$  (3 missing mbt weekconsumptie en licht/zwaar drinken); Hbo/wo  $n = 9$ .

<sup>1</sup> Weekconsumptie = (frequentie doordeweek x glazen doordeweek) + (frequentie weekend x glazen weekend)

<sup>2</sup> Jongens: lichte drinkers = maximaal 17 glazen alcohol per week; zware drinkers = meer dan 17 glazen alcohol per week

<sup>3</sup> Meisjes: lichte drinkers = maximaal 11 glazen alcohol per week; zware drinkers = meer dan 11 glazen alcohol per week

<sup>4</sup> Jongens: binge drinken = zes of meer glazen alcohol op één dag gedurende minstens 1 dag per maand

<sup>5</sup> Meisjes: binge drinken = vier of meer glazen alcohol op één dag gedurende minstens 1 dag per maand

## 3.2 Resultaten

De verschillende aspecten van usability die tijdens de individuele interviews met respondenten zijn behandeld (routing, doorklikssystemen, taalgebruik, vormgeving en invulduur) worden in de volgende subparagrafen beschreven. Waar nodig zijn de data aangevuld met gegevens over onderwerpen die tijdens de observaties naar voren zijn gekomen.

De resultaten zijn veelal beschreven in citaatvorm en tussen enkele aanhalingstekens, om zoveel mogelijk recht te doen aan de opmerkingen van de jongeren. Bij de citaten is het geslacht, de leeftijd en het opleidingsniveau van de deelnemer vermeld, zodat onderscheid gemaakt kan worden tussen de meningen van mannen en vrouwen, hoog- en laagopgeleiden en jonge en oudere deelnemers. Delen van vragen en adviezen die letterlijk zijn overgenomen uit de drinktest zijn cursief en met dubbele aanhalingstekens weergegeven; deze dienen ter verduidelijking van opmerkingen van respondenten.

### 3.2.1 Algemeen

#### *Algemene indruk*

Respondenten geven over het algemeen aan dat de test leuk in elkaar is gezet. Enkele algemene indrukken zijn 'leuk, grappig, duidelijk, flitsend, overzichtelijk' en 'origineel gemaakt'. Een mannelijke respondent van 19 (hbo, zware drinker en binge drinker) vindt het een goede test, 'maar ik ben er misschien al te oud voor; vind 'm wat kinderachtig'. Het feit dat de test via internet is in te vullen spreekt de jongeren aan, dit is een lage drempel om de test te maken. De test is volledig; de site ziet er goed uit en is modern. Eén respondent (vrouw, 16, vmbo, zware drinker, binge drinker) merkt op dat de voorpagina saai is, wat niet uitnodigt tot invullen. Een plaatje zoals in de rest van de test zou het op kunnen vrolijken.

Alle respondenten geven aan het leuk gevonden te hebben om de test in te vullen. Het is hen echter niet altijd duidelijk wat de doelgroep voor de test is, gezien een opmerking van een respondent: 'ik zou de test uit mezelf niet invullen want ik drink niet teveel'. Een aantal jongeren is benieuwd hoe deze website gepromoot gaat worden en geeft tips voor de lancering van de website: 'je moet de site promoten bij de nieuwssite MSN met een directe link als je hotmail opent, zodat je er weinig moeite voor hoeft te doen om er te komen'.

#### *Verwachting van de test*

Weinig respondenten hadden van tevoren een bepaalde verwachting van de test. Bij degenen die dit wel hadden, voldoet de test aan hun verwachting. Een aantal respondenten hadden verwacht dat de test langer zou zijn en zijn positief verrast. Anderen hadden de test saaier of formeler verwacht en vinden dit stukken beter.

#### *Instructie*

Over het algemeen vinden respondenten de instructie op de eerste pagina duidelijk, 'de test doet wat er vermeld wordt: informatie geven over je alcoholgebruik', en aantrekkelijk, 'ik zou zeker verder kijken'. Voor een vrouwelijke respondent is het doel van de test niet duidelijk (16, vmbo, zware drinker, binge drinker). Eén respondent (man, 19, wo, lichte drinker, binge drinker) zegt over de zin "*Deze test helpt je met tips*" het volgende: 'ik zou de test juist doen om mijn gedrag te evalueren en niet omdat ik tips wil'. Het is goed dat de invulduur vermeld wordt, hoewel een enkeling (vrouw, 19, wo, lichte drinker, geen binge drinker) opmerkt dat het aantal vragen ook vermeld moet worden.

Een deel van de respondenten vertelt, eventueel desgevraagd, de instructie niet of half gelezen te hebben, 'ik lees het wel maar vergeet het meteen weer', maar de test verder prima te begrijpen. De lengte van de instructie is voor sommigen precies goed: 'als het langer was zou ik het niet lezen'. Voor anderen is het te kort, maar zij kunnen niet duidelijk aangeven welke informatie er volgens hen mist.

Er zijn een aantal opmerkingen gemaakt over de zin "*Staan de uitkomsten allemaal in de groene zone? Of kijk je soms toch te vaak een beetje te diep in het glaasje?*" Respondenten vinden deze zin raar, moeilijk omschreven en begrijpen niet (direct) wat ermee bedoeld wordt. Volgens hen zou het beter zijn om er 'drink je veel of weinig?' van te maken. Eén respondent (man, 20, wo, lichte drinker, binge drinker) dacht 'dat ik in een grafiek of iets dergelijks terug zou zien of ik inderdaad in de groene zone zit'.

Een aantal respondenten merkt op dat de groene letters op een groene achtergrond lastig te lezen zijn, zeker voor dyslectische of kleurenblinde personen. Beter zou zijn om voor witte letters te kiezen. De kleuren hebben een vriendelijke uitstraling, maar volgens een vrouwelijke respondent (23, wo, lichte drinker, geen binge drinker) zijn het wel trendkleuren. Zij merkt ook op dat er meer nadruk gelegd kan worden op 'eerlijk invullen', eventueel aangevuld met 'het gaat om jouw mening', bijvoorbeeld door een groter lettertype te gebruiken.

Tijdens het observeren blijkt dat een aantal respondenten (allemaal middelbare scholieren) denkt dat ze zich moeten registreren bij het zien van het instructiescherm (rechtsboven): 'moet ik hier iets invullen?' Het is blijkbaar niet voor iedereen duidelijk dat registratie niet nodig is als de test voor de eerste keer ingevuld wordt. Ook lezen respondenten de zin "*Ik heb al een drinktest gedaan en wil mijn advies bekijken*" vaak niet en beginnen ze daarom meteen met het invullen van hun emailadres en bijbehorend wachtwoord.

#### *Invullen van de test*

Het invullen van de test wordt 'eerder gemakkelijk dan moeilijk' genoemd. Een respondent (vrouw, 16, vwo, lichte drinker, geen binge drinker) merkt hierover op dat ze er, als dat niet zo zou zijn, ook geen zin in zou hebben om de test in te vullen. De test is overzichtelijk, 'ik snap hoe het werkt'.

Wat betreft invulduur zijn respondenten het met elkaar eens dat de invulduur prima is: 'de test gaat vlot' en 'ik ben erg ongeduldig maar dit ging goed'. De meeste respondenten zijn binnen 5 tot 10 minuten klaar met het invullen van de test. Voor sommigen had de test daarom nog wel wat langer mogen zijn. Alleen anderstalige mbo-studenten zijn gemiddeld langer bezig met invullen, voornamelijk met het lezen van de vragen en adviezen.

Het maximum aan tijd dat respondenten aan dit soort testen (inclusief lezen van advies) willen besteden varieert van maximaal 5-10 minuten, 'zo'n test moet niet te lang duren voor jongeren', tot maximaal 30 minuten, 'het het gaat over jezelf dus het is interessant om te lezen'. De meeste respondenten willen niet langer dan 10-15 minuten met de test bezig zijn. Hierbij zijn een aantal opmerkingen gemaakt: de dubbele vragen mogen eruit (zie ook onder *Vragen*), er moeten geen moeilijke vragen in staan waar je lang over na moet denken en het advies moet concreter beschreven worden (zie ook onder *Adviezen*).

#### *Cijfer*

In verband met de tijd is er niet bij alle respondenten een mogelijkheid geweest om te vragen naar een schoolcijfer voor de drinktest. In totaal hebben 33 van de 46 respondenten een cijfer gegeven. Dit cijfer varieert van 6,5 tot 9,5 met een gemiddelde van 7,6. Twee respondenten (man, 15, vmbo, lichte drinker, geen binge drinker en man, 19, wo, lichte drinker, binge drinker) splitsen hun cijfer op voor de test en het advies, waarbij ze het advies allebei lager waarderen dan de test.

### 3.2.2 Navigatie en lay-out

#### *Routing en doorklikssystemen*

Het belangrijkste punt met betrekking tot routing dat door alle respondenten genoemd wordt, is het ontbreken van een button waarmee je terug kunt naar de vorige vraag. Alle respondenten geven, eventueel desgevraagd, aan deze gemist te hebben, waardoor ze geen verbeteringen in de antwoorden kunnen aanbrengen. Een aantal respondenten probeert de 'back'button in de browser en belandt vervolgens weer bij het beginscherm van de test.

De stopbutton valt niet iedereen direct op. Sommige respondenten vinden dit niet erg omdat de button voor hen duidelijk genoeg is aangegeven en 'ik hem 'm toch niet nodig heb gehad'. Volgens anderen mag de button wat groter vormgegeven worden om meer op te vallen. Eén respondent (vrouw, 23, wo, lichte drinker, geen binge drinker) vindt de button niet te onopvallend, want 'de test gaat toch niet vervelen'. Een ander (vrouw, 19, wo, lichte drinker, binge drinker) merkt op dat je 'ook gewoon het scherm kunt wegklikken als je wilt stoppen'.

Over de stappenteller hebben weinig respondenten opmerkingen. Eén respondent (vrouw, 16, mbo, geen gegevens bekend over weekconsumptie, geen binge drinker) vindt de teller erg handig 'omdat je dan ziet hoe ver je bent'. Een andere vrouwelijke respondent (19, wo, lichte drinker, geen binge drinker) stelt juist voor het aantal vragen wat nog te gaan is te vermelden in plaats van de balk, omdat de balk volgens haar niet duidelijk genoeg is. Geen van de respondenten geeft aan andere buttons gemist te hebben in de site.

Over het navigeren door de site hebben respondenten geen opmerkingen, het is voor iedereen duidelijk dat je door te klikken op "OK" bij de volgende vraag terecht komt. In het advies zien twee respondenten fouten in de navigatie: bij drinktips zie je *tip 2* door te klikken op *tip 3* en omgekeerd (dit onderdeel valt buiten het onderzoek maar de respondent kwam hier bij toeval achter). In het advies kom je bij klikken op "*advies voor jou*" terecht bij "*jouw testresultaat*" in plaats van op "*advies voor jou*". Verder mogen de lettertypes van de groene buttons met "*advies voor jou*", "*jouw testresultaat*" en "*jouw valkuilen*" in het advies groter: 'je leest er snel overheen'. Een mannelijke respondent (19, hbo, zware drinker, binge drinker) merkt hierover op dat de buttons beter bovenaan de pagina geplaatst kunnen worden, zodat je niet hoeft te scrollen om ze op te merken.

Eén van de respondenten (man, 16, vwo, lichte drinker, geen binge drinker) vindt het tussenliggende scherm na de test niet nodig, 'je kunt beter automatisch doorgelinkt worden naar het advies in plaats van nog een keer op de button "*bekijk gegevens*" te moeten klikken'.

Bij sommige respondenten reageert de site erg traag, maar worden wel alle 'klikken' onthouden zodat er daarna een aantal vragen overgeslagen worden. Een enkeling moet hierdoor opnieuw beginnen met de test. Dit probleem kan echter ook aan de desbetreffende computer hebben gelegen.

#### *Vormgeving*

De lay-out van de test wordt door respondenten positief beoordeeld. Vooral de bewegende illustraties vinden ze grappig, 'die maken het minder saai'. Sommigen vinden de plaatjes goed passen bij de vragen, anderen zijn niet overtuigd van het nut van de illustraties: 'de illustratie staat middenin het scherm en neemt de aandacht weg van de vraag en het antwoord. Bij de vraag naar weekconsumptie zijn de



illustraties wel functioneel, maar bij de overige vragen zie ik geen toegevoegde waarde, hoewel ik het ook weer niet erg storend vind'. Volgens een ander (man, 21, wo, lichte drinker, geen binge drinker) zijn de illustraties zo neutraal dat ze wel uit de test gehaald kunnen worden. Enkele respondenten van vmbo- en wo-niveau begrijpen de afbeelding van de zwarte kater in de test niet: 'wat doet die kat daar? Dat snap ik niet'. De link van een kater met alcohol of met de campagne *Drank, de kater komt later* is blijkbaar niet voor iedereen duidelijk. Bij de vraag naar geslacht van de respondent probeert een aantal deelnemers te antwoorden door op het poppetje van 'man' te klikken.

Het kleurgebruik wordt door respondenten van 14-17 jaar gemiddeld anders beoordeeld dan door respondenten van 18 jaar en ouder. Jongere deelnemers noemen de kleuren mooi en vrolijk, of rustig en niet opvallend; allemaal op een positieve manier. Een aantal respondenten van 18 jaar en ouder (zowel mannen als vrouwen) noemt het kleurgebruik kinderlijk, vooral door het vele gebruik van roze en paars. 'Misschien is deze site meer voor jongere kinderen, tot maximaal 18 jaar ofzo'. Een deel vindt dit storend, een ander deel van de respondenten niet. Eén van deze respondenten stelt voor om de huidige lay-out voor 14 tot 16-jarigen te gebruiken en een andere 'meer volwassen' lay-out te gebruiken voor 17 tot 20-jarigen. Hierbij zou de vraag meer moeten opvallen tussen de illustraties, zouden andere illustraties en kleuren gebruikt moeten worden en zou de schuifbalk vervangen kunnen worden door meerkeuze-antwoorden. Een man van 17 (mbo, lichte drinker, binge drinker) geeft als argument voor een ander kleurgebruik dat 'er meer mannen dan vrouwen zijn die alcohol drinken, dus kun je beter geen roze en paars gebruiken maar andere kleuren'. Sommige deelnemers menen dat het kleurgebruik niet goed afgestemd is op kleurenblinde mensen.

De meeste deelnemers vinden de lettertypes van de test goed leesbaar, hoewel een aantal respondenten opmerkt dat het lettertype in het advies voor dyslectische mensen te klein kan zijn. Ook de titels van de adviezen ("*advies voor jou*", "*jouw testresultaat*" en "*jouw valkuilen*") zouden een groter lettertype mogen krijgen om meer op te vallen. Een niet-dyslectische deelnemer (man, 17, mbo, lichte drinker, binge drinker) geeft aan dat de letters in het advies 'dansen voor je ogen' door de witte letters op een donkere achtergrond. De lettertypes van de antwoordmogelijkheden bij de schuifbalk worden door een paar respondenten als erg klein beoordeeld. Over de andere vragen en antwoordmogelijkheden wordt opgemerkt dat hierbij de lettertypes 'lekker groot' waren. Een mannelijke respondent (man, 15, havo, lichte drinker, geen binge drinker) vindt dat alle belangrijke zaken duidelijk aangegeven zijn. Een ander (man, 19, wo) is het hiermee eens: 'de stelling staat in het midden, dat is duidelijk want daar gaat het om'. Hierdoor wordt het groen gekleurde gedeelte van de stellingen met betrekking tot "*redenen om te drinken*" echter niet door iedereen gelezen: 'dat moet groter of een andere kleur'. Een vrouwelijke hbo-student (18, lichte drinker, geen binge drinker) merkt op dat er juist teveel opvallende zaken in het scherm stonden, waardoor de vraag te weinig opvalt.

Ook qua indeling van het scherm zijn verschillende meningen gehoord. De ene respondent (man, 15, vmbo, lichte drinker, geen binge drinker) vindt het fijn dat er één vraag per pagina wordt gesteld, terwijl anderen liever alle vragen onder elkaar in een scherm hebben met scrollfunctie, 'dan ben je sneller klaar' en 'dan kunnen er eventueel ook vragen bij'. Wat betreft de adviezen zijn eveneens opmerkingen gemaakt over de lay-out; een vrouwelijke respondent (19, wo, lichte drinker, geen binge drinker) stelt voor de adviezen centraler in het scherm te zetten en de navigatiebalk in het linkergedeelte minder ruimte te geven. Deze respondent geeft eveneens de tip om het scherm breder dan 800 pixels te maken. Bij één

respondent (man, 19, wo, lichte drinker, binge drinker) moet de flash-player eerst op de computer geïnstalleerd worden voor de test ingevuld kan worden. Hij zegt als reactie hierop dat dit voor hem een reden zou zijn om de test niet te maken. Het feit dat er geen banners op de site voorkomen wordt genoemd als positief punt.

Over de werking van de schuifbalk lopen de meningen uiteen. Veel respondenten gaan er vanuit dat het schuifje vanzelf naar de juiste plaats springt als er op de gewenste antwoordmogelijkheid in de balk wordt geklikt. Na enig proberen hebben de meeste van hen in de gaten dat het schuifje zelf verschoven moet worden. Een minderheid van de respondenten (15 in totaal) geeft aan het prettiger te vinden als het schuifje verspringt in plaats van zelf te schuiven. Andere deelnemers vinden de werking van de schuifbalk goed, 'het gaat automatisch, ik denk er niet bij na dat ik moet schuiven', maar zeggen desgevraagd wel het 'klikken' een betere optie te vinden voor het 'schuiven'. Zij vinden de antwoordmogelijkheid met de schuifbalk desondanks een leuke en makkelijke manier van invullen. Twee mannelijke respondenten (19, hbo, zware drinker, binge drinker en 20, hbo, lichte drinker, binge drinker) zien liever multiple choice antwoorden in de vorm van opsommingtekens. Een andere opmerking die een aantal keer (n = 8) gemaakt wordt, is de behoefte om een antwoord te kunnen kiezen dat tussen twee mogelijkheden op de balk in ligt.

### *Taalgebruik*

Het taalgebruik in de test is voor het merendeel van de respondenten goed te begrijpen. Een aantal woorden wordt niet door alle deelnemers begrepen of wordt door deelnemers als moeilijk aangeduid voor andere mensen:

- Nadat je de vragen hebt beantwoord, krijg je een op jouw gegevens **toegesneden** antwoord;
- Hoe vaak drink je 5 of meer glazen alcohol tijdens één **gelegenheid**?;
- Ik heb alcohol gedronken... omdat het in mijn **vriendenkring** gewoon zo hoort;
- Ik heb alcohol gedronken... omdat je daardoor **onbevangener** en **spraakzamer** wordt;
- Ik heb alcohol gedronken... omdat mijn **vriend(inn)en** ook wat hadden gedronken;
- Hoe vaak had je in de afgelopen 12 maanden schuldgevoelens of **gewetenswroeging** vanwege je alcoholgebruik?;
- In het advies: **binge drinken**. 'Het staat wel uitgelegd maar ik begrijp het nog steeds niet helemaal';
- In het advies: Op feestjes wordt immers vaak alcohol gedronken om de stemming een handje te helpen. Op jouw leeftijd kan dat echter gevaarlijk zijn, omdat de speelruimte tussen de **prikkelende werking** en een gevaarlijke alcoholvergiftiging veel kleiner is dan bij volwassenen;
- Let op! Je huidige testresultaten zullen worden **overschreven**. 'Moet het niet "overgeschreven" zijn?'.

De zinsbouw is over het algemeen duidelijk en begrijpelijk voor respondenten, afgezien van een aantal lastige zinnen:

- **Staan de uitkomsten allemaal in de groene zone? Of kijk je soms toch te vaak een beetje te diep in het glaasje?** (zie ook onder *Instructie*);

- **Ik heb alcohol gedronken... omdat het in mijn vriendenkring gewoon zo hoort.** 'Bij het antwoord 'oneens' zijn er meerdere interpretaties mogelijk. Ik ben het oneens met de stelling omdat ik niet om die reden drink, of ik ben het oneens met de stelling omdat het in mijn vriendenkring niet zo hoort. Het is niet duidelijk welke interpretatie er bedoeld wordt';
- Bij sommige vragen is de zinsbouw onduidelijk, dan weet ik niet of ik eens of oneens moet invullen' (vrouw, 15, havo, kan geen voorbeeld geven);
- **Uit jouw gegevens blijkt dat je wel eens onder invloed van alcohol bent geweest op momenten dat het beter was geweest nuchter te blijven.** 'Rare zin, wat bedoelen ze nu precies?'

De meeste respondenten hebben geen moeite met de lengte van de zinnen in de test of geven aan 'er wel uit te komen', maar een deelnemer met dyslexie (man, 16, havo, lichte drinker, geen binge drinker) zegt dat de zinnen voor hem af en toe wat te lang zijn. Eén zin blijkt meerdere keren in het advies terug te komen: "*Uit de test zijn verder een aantal kritische punten naar voren gekomen:...*" Verschillende respondenten geven aan dit vervelend te vinden.

### 3.2.3 De vragen

#### *Weekconsumptie*

De vraag over consumptie van de afgelopen week levert voor veel respondenten om verschillende redenen problemen op. In ongeveer 1/3 van de gevallen (14 jongeren) hebben respondenten niet in de gaten dat de instructiemelding ("*Sleep je gedronken drankjes naar de betreffende dag!*") eerst weggeklikt moet worden, voordat ze de vraag in kunnen vullen. Na een opmerking van de onderzoeker kunnen ze alsnog aan de slag.

Een aantal respondenten (n = 10) vindt de lay-out van het scherm met de vraag over weekconsumptie erg druk en onoverzichtelijk. Dit wordt voor een groot deel veroorzaakt door de vele illustraties van glaasjes en het feit dat alle 7 dagen in één scherm staan: 'Ik moet erg goed kijken wat de bedoeling is'. Sommigen (n = 3) geven echter aan dat ze er wel uit komen hoe je de vraag moet invullen. Een enkeling (man, 17, mbo, lichte drinker, geen binge drinker) snapt alsnog de bedoeling niet en wil graag meer uitleg in het scherm zien over hoe je de vraag moet invullen. Een vrouwelijke respondent van 23 (wo, lichte drinker, geen binge drinker) stelt voor de melding voor de duidelijkheid bovenin beeld te laten staan in plaats van weg te klikken. Daarentegen vindt een ander (man, 20, hbo, lichte drinker, binge drinker) juist dat de vraag overzichtelijker wordt zonder de instructiemelding.

Een vrouwelijke respondent (15, havo, lichte drinker, geen binge drinker) vindt het slepen van de glazen een leukere manier om de vraag in te vullen dan met behulp van standaard meerkeuze antwoorden. Een aantal andere respondenten vindt het slepen juist niet handig of zelfs kinderachtig en wil liever op de glaasjes klikken in het scherm, zodat de consumptie van het drankje bij elke klik automatisch opgeteld wordt. Een tweede alternatief dat genoemd wordt is het intypen van het aantal glazen per dranksoort.

Bij het invullen van de weekconsumptie blijkt dat sommige respondenten antwoordmogelijkheden missen, waaronder flesjes bier en cocktails. Daarbij vinden respondenten het jammer dat je eenmaal versleepte glazen drank niet meer kunt terugzetten om te verbeteren. Ook is het niet iedereen duidelijk wat er ingevuld moet worden als je de voorgaande week niets gedronken hebt.

De periode waarnaar gevraagd wordt (in dit geval een week), is voor veel respondenten een momentopname en niet representatief. Het drinkgedrag van respondenten verschilt naar eigen zeggen in verband met feestjes, vakantie of verblijf in het buitenland bij familie. Een deel vindt een week te kort; zij geven aan de afgelopen week toevallig veel of weinig gedronken te hebben en willen liever over een langere periode hun consumptie invullen om zo een beter passend advies te krijgen. De consequentie van extra vragen en een langere invulduur vinden zij geen probleem. Anderen vinden het invullen van de weekconsumptie juist erg lastig, omdat zij zich moeilijk kunnen herinneren wat ze de afgelopen 7 dagen precies hebben gedronken en wanneer. Dit maakt voor hen het resultaat minder betrouwbaar. Om dit te voorkomen, stelt een aantal respondenten voor om naar maandconsumptie te vragen, waarbij ze per week de gemiddelde consumptie kunnen invullen in plaats van per dag. Op deze manier wordt er wel naar een langere periode gevraagd, maar hoeft er niet per dag het aantal en soort consumpties ingevuld te worden. Als alternatief wordt ook genoemd 'hoe vaak drink je?', met als antwoordmogelijkheden '1-2 keer per week', '3-4 keer per week' et cetera. Een andere opmerking (man, 16, vwo, lichte drinker, geen binge drinker) is dat er beter gevraagd kan worden naar drinkgedrag tijdens feesten in plaats van tijdens de afgelopen 7 dagen, want 'ik drink alleen op feesten maar ik heb niet elke week een feest'.

Het vragen naar verschillende soorten drankjes (in plaats van alleen de hoeveelheid) wordt als een goed punt gezien, hoewel sommigen opmerken dit ook in het advies terug te willen lezen.

#### *Vragen en antwoordmogelijkheden*

Veel respondenten zijn tevreden met de vragen, ze worden beoordeeld als begrijpelijk, relevant (hoewel voor studenten misschien 'een beetje kinderachtig'), duidelijk, met veel variatie en voldoende en leuke antwoordmogelijkheden, 'beter dan meerkeuze, dat is saai'. De kritiekpunten over dit onderwerp worden hieronder beschreven.

Het meest gehoorde commentaar betreft dubbele vragen in de test. De meerderheid van de respondenten merkt daarover het volgende op: 'er zijn veel dezelfde vragen maar dan net iets anders gesteld of met andere antwoordmogelijkheden'. De meerderheid van de jongeren vindt het storend en niet professioneel, 'dan kun je beter een andere vraag stellen' en 'ik heb liever alles to the point'. Anderen hebben er minder moeite mee, of alleen wanneer het er erg veel zijn. 'Dan ga je nadenken wat je bij de vorige vraag hebt ingevuld en je kunt ook niet terug om het te checken'. Sommigen denken dat het met een reden gedaan is, 'om te controleren of mensen liegen?'. Iemand (man, 19, wo, lichte drinker, binge drinker) merkt verder nog op dat het onderscheid in antwoordmogelijkheden tussen de dubbele vragen erg groot kan zijn, bijvoorbeeld bij de vraag over *vergeetachtigheid*. 'De eerste keer vragen ze hoe vaak dat is gebeurd en de volgende keer kun je alleen ja of nee zeggen, dat is een groot verschil'.

Goede onderwerpen die volgens respondenten in de drinktest behandeld worden, zijn de vragen over de invloed van ouders en familie ('had ik niet bedacht bij alcohol drinken'), drinken om erbij te horen ('dat gebeurt wel vaak denk ik') en de redenen waarom je drinkt ('dat zijn overzichtelijke vragen en ze zijn nog nooit eerder gesteld in andere testen die ik gedaan heb'). Met het laatste punt is niet iedereen het

eens, anderen vinden juist dat er teveel vragen gesteld worden over de redenen waarom je drinkt. Een groot deel van de respondenten zegt aan het denken te zijn gezet door de vragen: 'Ik had er nooit zo bij nagedacht waarom ik drink. Nu sta je er eens bij stil'.

Minder goede onderwerpen zijn ook genoemd, zoals de vragen "*heb je jezelf of iemand anders onder invloed van drank wel eens pijn gedaan*", "*heb je wel eens problemen gekregen met anderen toen je alcohol had gedronken*" en "*heeft iemand van je familie, een vriend of arts wel eens gezegd dat je minder zou moeten drinken*". 'Dat is niet echt iets wat jonge kinderen zouden doen' en 'dat is meer iets voor oudere mensen'. Bij de vraag over *pijn doen* is het voor een aantal respondenten onduidelijk of het gaat om jezelf pijn doen of een ander pijn doen, waaruit blijkt dat de vraag niet altijd goed gelezen wordt. Hierbij geeft een andere respondent (man, 19, hbo, zware drinker, binge drinker) de tip om erbij te vragen wie er in dat geval begon met de agressie. 'Maar dan moet je de vraag dus wel eerlijk beantwoorden'.

Respondenten die niet veel alcohol drinken, geven aan 'veel te moeten invullen over hoe ik het zou doen'. Eén deelnemer (man, 20 hbo, lichte drinker, binge drinker) merkt op dat de vragen over "*niet meer kunnen stoppen met drinken*" en "*schuldgevoel/wroeging*" er wel uit kunnen, 'dat is voor verslaafden, niet voor mij. Ik weet hoe ik met drank moet omgaan. En het is al helemaal niet voor 14- of 15-jarigen'.

Bij verschillende vragen wordt opgemerkt dat ze op meerdere manieren te interpreteren zijn. Onder andere de vraag naar drinken *omdat ik het leuk vond*. 'Bedoelen ze dat de alcohol leuk is of dat het gezellig is?' De vraag over *niet meer kunnen stoppen met drinken* is volgens een mannelijke hbo-student (19, zware drinker, binge drinker) te vaag gesteld, 'beter is om te zeggen dat je niet meer kunt lopen of iets dergelijks'. Hetzelfde geldt voor de vraag over *niet aan verwachtingen van anderen kunnen voldoen*: 'Dit vind ik onduidelijk, welke verwachtingen? Dat is een breed begrip'. Ook de vraag met betrekking tot drinken *omdat alles dan gemakkelijker gaat* kan volgens de jongeren beter anders verwoord worden: 'dat is te breed, je kunt beter specifieke voorbeelden in een rijtje geven waarop je ja of nee moet antwoorden'. ' "*Onder invloed van alcohol of met een kater naar school gaan*" zijn eigenlijk twee vragen in één; je antwoord kan dan op allebei slaan terwijl ik het niet allebei heb gedaan; ik ben alleen wel eens met een kater naar de universiteit gegaan'. Een vrouwelijk respondent (19, wo, lichte drinker, binge drinker) merkt bij de reden om te drinken "*omdat het bij het eten paste*" op dat ze er vanuit gaat 'dat ze de gezelligheid bedoelen en niet vanwege het eten zelf'.

Een aantal onderwerpen of vragen is gemist door respondenten in de drinktest. 'Het soort drankjes dat je drinkt', 'hoeveel je drinkt op verschillende gelegenheden; feestje, thuis, etc.', 'waarom je bent begonnen met drinken en hoe oud je toen was', 'onderscheid maken tussen werkdagen, vrije tijd en vakanties' en ook 'meer vragen stellen over wanneer je drinkt en hoe je reageert op drank, geen meerkeuze maar een open vraag van maken'. Ook een vraag naar de hoeveelheid geld die je uitgeeft ontbreekt, 'je kunt het daarna namelijk niet meer aan iets anders uitgeven en houdt er soms alleen hoofdpijn aan over. Dat zouden ze dan ook in het advies moeten zeggen'. Verder wordt opgemerkt dat er een vraag toegevoegd moet worden 'over wat je zelf vindt van je alcoholgebruik' en 'of je wel eens iets gedaan hebt waar je spijt van had'. Een vrouwelijke student (23, wo, lichte drinker, geen binge drinker) stelt voor om voor mensen ouder dan 20 jaar meer vragen toe te voegen over vrienden en studentenverenigingen. Ook geven meerdere respondenten aan dat de nuance tussen aangeschoten en dronken zijn meer moet terugkomen in de vraagstelling en antwoordmogelijkheden. 'Nu wordt het gebracht alsof je altijd veel drinkt en altijd dronken bent als je drinkt, maar dat is helemaal niet zo'. Verder

kunnen er volgens de deelnemers vragen bij over ziek worden door alcohol. 'Ziek worden is nooit leuk, het zou in het advies moeten want ik heb er tijdens het maken van de test ook aan teruggedacht toen ik ziek was'. Bij al deze gemiste onderwerpen verwachten de respondenten een reactie erop in het advies. Ten slotte is meerdere keren opgemerkt dat er vragen over alcohol vervangen moeten worden door vragen over drugs en roken 'want dat gaat vaak samen en nu krijg je een eenzijdig beeld'.

Verder zijn er opmerkingen over de antwoordmogelijkheden gemaakt. Een aantal respondenten (n = 8) vindt dat er te weinig antwoordmogelijkheden worden gegeven die passen bij hun eigen situatie. 'Eén keer per maand of één keer per week is een groot verschil, er zit niets tussen in. Je moet dus iets kiezen wat niet je eigen antwoord is'. 'Twee keer per maand zou ook een antwoord moeten zijn wat je kunt kiezen'. De oplopende antwoordcategorieën worden wel als logisch beoordeeld. Bij de hoeveelheid alcohol die gedronken wordt, zien respondenten graag een extra lage categorie toegevoegd, bijvoorbeeld 0,5 glas. Een andere oplossing die geopperd wordt is om ook opties als 'bijna nooit' of 'zelden' te geven, in plaats van alleen 'nooit'. Verder heeft een aantal respondenten liever een 5-puntsschaal als keuzemogelijkheid in plaats van alleen 'eens/oneens'. De vraag over binge drinken ("*hoe vaak drink je 5 of meer glazen alcohol tijdens één gelegenheid*") had volgens een mannelijke respondent (17, mbo) ook beter een andere antwoordmogelijkheid kunnen krijgen: 'ik heb liever dat je ook kunt invullen *soms* en dan een reden erbij kunt geven dan alleen hoe vaak je het doet'. Ook wordt opgemerkt dat de antwoorden op sommige vragen duidelijker worden als er bijvoorbeeld achter 1-2 vermeldt wordt dat het om glazen gaat: *1-2 glazen*.

Een respondent (man, 16, havo, lichte drinker, geen binge drinker) is tevreden met de variatie in de vragen, maar ziet liever ook wat meer variatie in antwoordmogelijkheden: 'er is nu wel veel eens/oneens en ja/nee'. Daarentegen hebben anderen liever telkens dezelfde antwoordmogelijkheden achter elkaar om de test sneller in te kunnen vullen. Bij de laatste vraag ("*heb je de test eerlijk ingevuld en kloppen de antwoorden?*"), wordt meerdere keren de opmerking gemaakt dat het een goede vraag is, maar dat er een derde antwoordmogelijkheid bij zou moeten, 'omdat je een vraag misschien niet helemaal goed hebt ingevuld'. Een ander vindt het juist geen goede vraag, 'het is namelijk wel erg makkelijk om ja te zeggen; voor nee moet je het schuifje helemaal naar rechts schuiven'. Bij deze vraag wordt verder nog opgemerkt dat er geen goede of foute antwoorden zijn, 'dus je kunt beter niet zeggen *en kloppen de antwoorden*'.

Een mannelijke respondent (15, vmbo, lichte drinker, geen binge drinker) ergert zich aan de vaak negatieve vraagstelling, bijvoorbeeld "*ik drink omdat ik problemen heb*". 'Ik zou thuis met de test stoppen door de negatieve manier waarop de vragen zijn gesteld'. Een ander (man, 15, havo, lichte drinker, geen binge drinker) vindt dat er soms 'dingen met een omweg' gevraagd worden, maar hij kan hier geen concrete voorbeelden van geven. Verder merkt iemand op (man, 19, hbo, zware drinker, binge drinker) dat de vraag "*ik heb alcohol gedronken... omdat het in mijn vriendenkring gewoon zo hoort*" niet met eens beantwoord kan worden, 'want het zit gewoon in de cultuur dus je kunt het er niet mee eens zijn, dat is nou eenmaal zo'.

De relevantie van de vraag over autorijden ("*heb je wel eens onder invloed van alcohol met de auto gereden of ben je wel eens met iemand meegereden die alcohol gedronken had?*") wordt door niet alle respondenten direct begrepen: 'ik rijd nog geen auto dus wat moet ik dan antwoorden?' Een andere deelnemer (man, 16, vmbo, lichte drinker, binge drinker) vraagt zich af of bedoeld wordt dat de bestuurder

gedronken heeft of de passagier: 'het zijn eigenlijk twee vragen in één'. Verder merkt iemand op dat 'er zou moeten staan *teveel gedronken* of *dronken* in plaats van alleen *gedronken*, want 1 of 2 glaasjes mag je wel op hebben als je rijdt'.

### 3.2.4 De adviezen

#### *Inhoud van de adviezen*

De adviezen ("*jouw testresultaat*", "*advies voor jou*" en "*jouw valkuilen*") zijn door de respondenten kritisch bekeken. Voor de één wordt er te weinig nieuwe informatie gegeven, 'ik heb oudere broers die al langer drinken dus ik wist alles al', terwijl andere deelnemers aangeven wel dingen gelezen te hebben die ze nog niet wisten. Een voorbeeld hiervan is het risico op alcoholverslaving; enkele respondenten zeggen dit niet te weten en er wel van op te kijken: 'dat alcohol op deze leeftijd al zo schadelijk was wist ik niet. Daar ben ik wel van geschrokken; misschien moet ik toch wat minder gaan drinken' en 'je moet toch meer oppassen dan je denkt'. Andere jongeren geven echter aan al van het gevaar voor verslaving op de hoogte te zijn. Hetzelfde geldt voor het risico op een alcoholvergiftiging, de negatieve invloed op de groei van de hersenen, de invloed van je gewicht en het feit dat je je rijbewijs kunt kwijtraken door dronken op de fiets te rijden. Een aantal jonge respondenten geeft aan niet te weten dat ze eigenlijk nog niet mogen drinken: 'ik kan er gewoon overal aankomen!' (vrouw, 16, vmbo, zware drinker en binge drinker); 'Ik wist wel dat veel drinken slecht is, maar dat iedere avond een beetje drinken ook negatieve gevolgen kan hebben wist ik niet' (onder andere man, 16, havo, lichte drinker en binge drinker) en 'ik wist niet precies hoeveel alcohol slecht voor me is, dus een maximum van 2-3 glazen per dag is nieuw voor me'. Een ander (man, 15, vmbo, zware drinker en binge drinker) merkt juist op dat hij wel wist dat de meeste jongeren van zijn leeftijd nog niet drinken en hij wel. Ook remedies voor een kater zijn bij sommige respondenten nog niet bekend. Studenten van hbo en wo-niveau geven aan niet altijd op de hoogte te zijn van het risico op verminderde vruchtbaarheid door alcoholgebruik: 'verminderde vruchtbaarheid en het risico op miskraam wist ik niet. Dat is eigenlijk het enige dat in het advies staat, er is verder weinig informatie over wat er gebeurt als je teveel drinkt. Dat had ik juist verwacht te lezen'.

Over de inhoud van de adviezen lopen de meningen eveneens uiteen. 'Het advies van maximaal één keer per week drinken en niet teveel is een goeie, die ga ik onthouden' versus 'Het advies van één of twee glazen per keer trek ik me niets van aan, dat is veel te weinig. Elke jongere drinkt wel meer dan dat'. Een aantal respondenten vindt het advies te overdreven en dramatisch, 'alsof het problematisch is. Ik drink normaal ook minder dus dit is niet realistisch. Als ik thuis was geweest had ik nu niet verder gelezen'. Anderen vinden het juist 'simpel, het voegt niet veel toe aan wat ik al wist'. Eén respondent zegt het volledig eens te zijn met zijn advies, 'ik ben een tijdje geleden ook al minder gaan drinken'. Soms blijkt het advies tegenstrijdigheden te bevatten. 'Eerst staat er dat mijn alcoholgebruik *best riskant* is, en een aantal regels verder is het ineens *niet risicovol*. De adviezen worden ook niet altijd serieus genomen: 'dat je rare dingen kunt gaan doen als je dronken bent klopt, maar dat vind ik helemaal niet erg'. Een andere respondent vraagt zich af waar het advies op gebaseerd wordt, 'ik heb namelijk ingevuld dat ik afgelopen week 1 dag heb gedronken, maar dat ik gemiddeld 2-3 keer per maand alcohol drink'. Eén respondent wil liever helemaal geen algemene informatie, 'ik hoef niet te horen wat goed en slecht is aan het drinken van

alcohol, dat weet ik zelf ook wel. Ik wil alleen een evaluatie van mijn drankgebruik, het liefst op een confronterende manier’.

Goede punten in de adviezen zijn ook genoemd. ‘Goed dat de risico’s genoemd worden en waarom iets je valkuil is en dat het nu schadelijker is om te drinken dan wanneer je volwassen bent’. Ook het advies over nee zeggen in gezelschap en mogelijke risico’s met seks worden door respondenten gewaardeerd. ‘Het advies waarschuwt voor veel situaties waar ik nog nooit in ben terecht gekomen maar dat is niet erg. Ik vind het juist goed, het is niet te belerend’. Het feit dat er weinig aandacht besteedt wordt aan de dingen die je niet doet, bijvoorbeeld als je aangeeft dat je nog nooit iemand pijn hebt gedaan als gevolg van alcohol, is voor de één een goed punt, terwijl een ander er liever wel (positieve) feedback op wil krijgen.

De behoefte aan opslaan en/of uitprinten van het advies verschilt sterk. Zestien respondenten geven aan het advies wel te willen opslaan, terwijl 18 deelnemers dit niet nodig vinden. Wat betreft printen zien 9 deelnemers hier het nut van in, terwijl 25 anderen het hier niet mee eens zijn. Hier zijn regelmatig aanvullende opmerkingen bij gemaakt. Redenen voor opslaan of printen zijn onder andere ‘omdat je dan veranderingen in je drinkgedrag kunt zien’, ‘als je ervan geschrokken bent’, ‘ik zou de test opslaan omdat je het dan ook zonder computer kunt lezen’ en ‘dan kun je het ook aan anderen laten zien. Respondenten die niets met het advies willen doen (omdat ze het er niet mee eens zijn of omdat hun drinkgedrag niet risicovol is) zien ook de noodzaak van opslaan of printen niet in. ‘Misschien voor mijn ouders maar niet voor mezelf, ik doe er toch niets mee’. Extra gebruikersmogelijkheden worden door een aantal respondenten genoemd: ‘ik zou het advies wel willen printen als er een goede printversie van gemaakt kan worden, zonder ruimteverspilling en overbodige links erop’. Ook een optie om het advies naar zichzelf te mailen in plaats van op te slaan is genoemd, ‘dan hoef ik me niet weer ergens te registreren en een wachtwoord te verzinnen’.

Onderwerpen die respondenten in het advies aan bod willen zien komen, vloeien voort uit de vragen die ze gemist hebben in de test: ‘ze moeten niet alleen iets zeggen over hoeveel je drinkt, maar ook over hoe vaak, hoe lang (bijvoorbeeld al vanaf ’s middags), welk soort alcohol en of je dingen door elkaar drinkt’. ‘Er staat niet precies in het advies wat je moet doen, maar dat was vanaf het begin eigenlijk ook wel duidelijk’. ‘De tip van een glas water drinken na elk biertje heb ik niet gelezen, maar dat werkt echt! En er moet ook onderscheid gemaakt worden tussen sterke en niet-sterke drank’. Een ander belangrijk punt wat genoemd wordt als extra optie is de gevolgen op de lange termijn. ‘Ik weet niet waarom alcohol drinken op de lange termijn slecht voor je is, daar zou ik wel meer over willen lezen’. Ook het onderscheid tussen aangeschoten en dronken zijn is meerdere malen genoemd als punt wat in het advies terug zou moeten komen. Verder zou er meer informatie gegeven moeten worden over de gevaren van teveel alcohol drinken en de specifieke gevolgen van *jouw* alcoholgebruik. Verder zouden mannen volgens een aantal vrouwelijke respondenten gewezen moeten worden op hun verantwoordelijkheid als er alcohol in het spel is tijdens seks. Het advies mag volgens een aantal deelnemers ook meer confronterend gebracht worden. Eén respondent noemt een voorbeeld van het Jeugdjournaal, waar hij de oudste man ter wereld had horen zeggen dat minder drinken het geheim tot een lang leven is. ‘Dat zou in het advies moeten, het zou mij zeker tot nadenken aanzetten’. De mogelijkheid om via de site tips aan andere jongeren te geven over het drinken van alcohol is eveneens genoemd als aanvulling op de huidige site.



Een groot aantal respondenten vindt dat het advies te uitgebreid is en ingekort kan worden. 'Het is een lang verhaal, wel goed maar het komt soms op hetzelfde neer' en 'het kan best in hoogstens 10 regels. Nu is er veel dubbelop en algemeen, waardoor ik geneigd ben om het over te slaan'. Voor sommigen mogen er ook complete onderdelen verwijderd worden: 'ik hoef niet meer informatie te lezen dan alleen mijn advies, daar heb ik geen behoefte aan'. Anderen vinden het juist 'kort en bondig', 'precies lang genoeg' en zeggen dat het veel aspecten belicht. 'Het is niet te lang, het gaat over jezelf dus het is interessant om te lezen'. Een enkele respondent wil dat alle informatie in het advies nog uitgebreider beschreven wordt. Andere tips waarmee de adviezen volgens de deelnemers verbeterd kunnen worden betreffen de indeling van de teksten. 'Ik wil meteen zien of ik het goed doe of niet, dat moet duidelijker aangegeven worden. Het zit nu overal een beetje doorheen gegeven. Er moet duidelijker onderscheid gemaakt worden tussen resultaten, advies en valkuilen'. Ook is voorgesteld om de valkuilen eerder te geven en het advies als allerlaatste. Het advies kan volgens een groot deel van de jongeren verder beter verdeeld worden over verschillende pagina's met kortere zinnen, eventueel met tussenkopjes en opsommingtekens om het overzichtelijker te maken. 'Een deel van de resultaten kan ook bij het advies gezet worden, dat slaat namelijk direct op mijn antwoorden. Bijvoorbeeld het risico op een alcoholvergiftiging bij binge drinken'. Meerdere deelnemers geven aan een link naar hulp via de telefoon of internet te willen zien, 'om vrijblijvend meer informatie te vragen'. Dit zou pas ná het advies moeten worden opgenomen, bijvoorbeeld bij de valkuilen.

#### *Persoonlijke relevantie*

Op de vraag of het advies van de drinktest door de jongeren als nuttig wordt ervaren (heb je er iets aan gehad?), zijn uiteenlopende antwoorden gegeven. Het merendeel van de respondenten vindt de adviezen nuttig (20) en persoonlijk relevant (24). Een kleiner deel vindt niet dat ze er iets aan gehad hebben (15) of vindt de adviezen niet herkenbaar (15). De overige respondenten kunnen hier geen duidelijke uitspraken over doen.

Respondenten die de adviezen als nuttig beoordelen, doen dit vooral vanwege het effect van bewustwording en confrontatie. 'Je wordt gedwongen om eens over dingen na te denken waar je normaal niet bij stilstaat, hoeveel je drinkt en wat de gevolgen daarvan kunnen zijn'. 'Misschien weet je dingen al maar het is goed om het nog eens te horen'. Een respondent merkt op dat ze het advies gemakkelijk kon aannemen omdat ze niet zoveel drinkt. 'Ik kan me voorstellen dat mensen die meer drinken deze test niet zo snel zouden doen'.

De respondenten die de adviezen niet nuttig vinden, hebben hier voornamelijk als reden voor dat ze geen nieuwe informatie hebben gelezen en/of geen reden zien om hun gedrag te veranderen. 'Ik heb niet het gevoel dat het uit de hand loopt en ik weet wanneer ik moet stoppen, dus ik heb geen tips nodig'. Of 'ik weet dat ik teveel drink voor mijn leeftijd maar ik ga dat niet veranderen'. Anderen geven aan het advies 'wel in mijn achterhoofd te houden', ook al zijn ze niet overtuigd van de noodzaak om direct iets aan hun drinkgedrag te veranderen. Eén respondent geeft aan niets van de test geleerd te hebben, maar zegt het wel 'een objectieve vergelijking' te vinden.

Adviezen worden als relevant aangemerkt omdat ze kloppen met wat de respondenten hebben ingevuld en ze bevestiging krijgen van hun drinkgedrag: 'ik drink inderdaad niet vaak maar als ik feestjes

heb drink ik wel veel'. 'Wel verrassend dat dit er op basis van zo'n simpele test uitkomt'. De valkuilen worden vaak genoemd als herkenbare punten, die 'echt op jou slaan', hoewel één respondent opmerkt dat 'de valkuilen wel kunnen kloppen voor anderen, maar ik herken me er niet in'. 'Er wordt goed teruggekomen op je antwoorden in het advies, de persoonlijke benadering spreekt me aan'. 'De punten waar ik mezelf in herken zal ik beter onthouden dan andere punten'. Sommige respondenten zijn verbaasd over hun testresultaat: 'ik had niet verwacht dat ik überhaupt geselecteerd zou worden voor het onderzoek, ik dacht dat ik niet zoveel zou drinken'. Anderen vinden het advies niet erg bijzonder: 'misschien krijg je een specialer advies als je meer drinkt?'

Deelnemers die resultaten krijgen waar ze zich niet in zeggen te herkennen omdat ze niet overeen komen met hun antwoorden of te overdreven zijn, zijn minder te spreken over de persoonlijke relevantie van de test. ' "Als je drinkt lijkt je erop te letten hoeveel je drinkt", nee dat is helemaal niet zo, ik drink gewoon..' ' "Anders dan de meeste meisjes van jouw leeftijd heb jij al ervaring met alcohol drinken", nou ik ken genoeg meisjes als ik die ook drinken. Misschien zijn dat er op een niet-gereformeerde school zelfs nog wel meer'. Ook te algemene resultaten worden niet als persoonlijk beschouwd. 'Er staat niets specifiek over wat ik drink, alleen algemeen over hoeveel je mag drinken. Het kopje "advies voor jou" klopt dus niet'. 'De test kan ook nooit helemaal persoonlijk zijn'. Sommige respondenten blijken een resultaat te ontvangen gebaseerd op 'nooit alcohol drinken', terwijl ze naar eigen zeggen hebben ingevuld 1 of 2 glazen gedronken te hebben de afgelopen week. Andere, voornamelijk oudere respondenten, krijgen adviezen over zaken waar ze geen vragen over hebben beantwoord, vooral met betrekking tot verminderde vruchtbaarheid en een kindwens. Resultaten over agressief gedrag, drinken om problemen te vergeten en drinken als je alleen bent, zijn eveneens niet altijd herkenbaar, maar worden door sommige respondenten in dat geval als waarschuwing opgevat. De opmerking 'het gaat meer over algemene dingen en niet specifiek over mij, dus het boeit me niet' is meerdere keren gehoord als reden voor een lage persoonlijke relevantie. Het kritiekpunt dat de test slechts een momentopname is, is een aantal keer (n = 8) genoemd. 'Ik vind de test wel persoonlijk qua leefsituatie, maar niet qua alcoholgebruik want ik heb de afgelopen week toevallig minder gedronken dan normaal'.

Een aantal respondenten geeft op basis van de adviezen aan te beseffen dat 'ik er misschien toch iets mee moet doen. Meedrinken met vrienden is bijvoorbeeld een valkuil waar ik op kan letten'. Eén respondent is echter heel resoluut om niet iets van een computer te willen aannemen: 'ik vind het niet geloofwaardig dat zoiets uit een computer komt, ik hoor het liever van een persoon'.

De mening dat de drinktest een meer persoonlijke benadering is dan een algemene folder om mensen te informeren over alcoholgebruik, wordt niet door iedereen gedeeld. Voorstanders geven aan de test betrouwbaarder te vinden 'omdat iedereen een ander advies krijgt'. Andere voordelen van een test op internet zijn de snelheid van invullen, 'je hoeft er geen folder voor te halen en die lees ik toch niet', 'in een folder staat misschien meer over de gevaren maar het is veel leuker en spannender op de computer', 'alles wordt voor je op een rijtje gezet', 'deze test kun je meerdere keren doen en een folder is eenmalig' en 'hierbij moet je meer nadenken en neem je advies ook serieuzer'. 'Dat alcohol slecht is weet ik wel, maar dit werkt beter dan een folder om dat over te brengen'. Ook wordt een folder door sommigen beschouwd als iets 'voor mensen die echt veel drinken'. Anderen zeggen juist zich voor te kunnen stellen

dat er met andere antwoorden op de vragen eenzelfde advies uit de test komt rollen. 'Volgens mij zeggen ze dit gewoon tegen iedereen; als je iets anders invult krijg je waarschijnlijk hetzelfde advies'.

Vooraf de jonge deelnemers, tot ongeveer 17 jaar, vinden de test en de adviezen passen bij hun leeftijd en opleidingsniveau. 'Deze test past bij jongeren die vooral in het weekend drinken'. Oudere respondenten (18+) geven aan de test toch 'redelijk kinderachtig' te vinden, hoewel dat door een aantal van hen niet als storend wordt ervaren. Tips om de test nog persoonlijker te maken, zijn onder andere vragen naar nationaliteit en een betere vergelijking met de leeftijdsgroep maken: 'nu komt het negatiever over dan het is, want iedereen drinkt ongeveer net zoveel als ik'. Ook wordt geopperd om de algemene informatie uit de adviezen naar een apart deel van de site te verplaatsen, met een link voor degenen die erin geïnteresseerd zijn. Een andere tip is om eerst algemene informatie over alcohol te geven en daarna pas de test te maken, 'zodat je al wat meer weet over alcohol voordat je de test doet'. Religie heeft volgens veel respondenten niets te maken met alcoholgebruik en hoeft daarom niet als onderwerp toegevoegd te worden in de test.

Algemene tips voor verbetering van de website met betrekking tot persoonlijke relevantie zijn ook gegeven: 'foto's van een zieke lever ofzo zou goed zijn, daar zou ik wel van schrikken'. 'En misschien een spelletje of een download van een liedje als beloning zou ook leuk zijn. Voor niets zou ik test namelijk niet invullen, alleen als je daarna een spelletje of liedje kunt downloaden'.

## 4 Resultaten deelstudie 2

In dit hoofdstuk worden de resultaten van deelstudie 2 beschreven. In de focusgroepen hebben een aantal respondenten uit deelstudie 1 de mogelijkheid gekregen om tijdens een groepsbijeenkomst met jongeren van dezelfde leeftijd en opleidingsniveau te discussiëren over de website. De nadruk lag hierbij op het belang dat men hecht aan de drinktest en de persoonlijke relevantie van de adviezen. Gegevens uit alle vier de focusgroepen zijn samengenomen en in de volgende paragrafen weergegeven. Hierbij is de informatie in de context van de betreffende groep geplaatst waaruit deze naar voren is gekomen. De vier focusgroepen zijn ingedeeld naar opleidingsniveau: vmbo (3 deelnemers), havo/vwo (6 deelnemers), mbo (4 deelnemers) en hbo/wo (2 deelnemers).

### 4.1 Deelnemers

Aan de focusgroepen hebben in totaal 15 jongeren deelgenomen. Dertien jongeren hebben eerst deelgenomen aan de observatiestudie. Twee jongeren hebben niet deelgenomen aan deelstudie 1 en hebben de website van tevoren thuis bekeken of voorafgaand aan de focusgroep onder begeleiding van de gespreksleider. Tabel 2 op de volgende pagina geeft de demografische gegevens en alcoholconsumptie van de deelnemers per focusgroep weer. Er hebben 3 vmbo-leerlingen in de focusgroepen geparticipeerd, 3 havo-leerlingen en 3 vwo-leerlingen. Verder hebben 4 mbo-studenten en 2 universitair studenten aan de bijeenkomsten meegedaan. Er hebben helaas geen hbo-studenten aan de focusgroepen deelgenomen.

Er is gestreefd naar een gelijke verdeling van geslacht, leeftijd en etnische achtergrond binnen de groepen. Hierbij moet worden opgemerkt dat een indeling van focusgroepen gebaseerd op opleidingsniveau het per definitie niet helemaal mogelijk maakt om de selectie van deelnemers met een bepaalde leeftijd binnen de groepen te beïnvloeden (er zullen bijvoorbeeld geen 14-jarige respondenten met wo-niveau in de steekproef voorkomen). Verder is geprobeerd om in elke groep een aantal lichte en zware drinkers en binge-drinkers op te nemen. De definities van licht/zwaar drinken en binge drinken zijn te vinden in de voetnoten van Tabel 2 (zie volgende pagina). Door problemen tijdens de werving en opkomst van de groepen is het echter niet volledig gelukt om de steekproef voor de focusgroepen uit te balanceren op leeftijd, opleidingsniveau en drinkgedrag. Respondenten uit de observatiestudie bleken vaak niet bereid om deel te nemen aan een focusgroep vanwege proefwerkwerken en tentamenperiodes. Ook zijn een aantal deelnemers die hadden toegezegd te zullen komen, niet op komen dagen op de geplande dag. Hierdoor zijn bepaalde kenmerken van deelnemers onder- of oververtegenwoordigd. De vmbo-groep bestond door afzeggingen en 'no-shows' van deelnemers uiteindelijk uit slechts 3 deelnemers. De hbo/wo-groep telde vanwege tentamens slechts 2 jongeren, allebei van de universiteit. Tevens waren minder dan de helft van de deelnemers uit de havo/vwo-groep vrouwen en bestond de mbo-groep alleen uit mannen.

Tabel 2. Demografische gegevens en alcoholconsumptie in aantallen van deelnemers per focusgroep

		Vmbo	Havo/vwo	Mbo	Hbo/wo	Totaal
Geslacht	jongen	2	4	4	1	11
	meisje	1	2	0	1	4
Leeftijd	14-15	2	3	0	0	5
	16-18	1	3	4	0	8
	19-20	0	0	0	1	1
	> 20	0	0	0	1	1
	Afkomst	Nederlands	3	6	1	2
	niet-Nederlands	0	0	3	0	3
Weekconsumptie <sup>1</sup>	1-5 glazen	0	4	2	1	7
	6-10 glazen	0	2	1	0	3
	11-15 glazen	1	0	0	1	2
	16-20 glazen	1	0	0	0	1
	> 20 glazen	1	0	0	0	1
Lichte/zware drinkers	jongens <sup>2</sup>	1/1	4/0	3/0	1/0	9/1
	meisjes <sup>3</sup>	0/1	2/0	-	1/0	3/1
Binge drinken: ja/nee	jongens <sup>4</sup>	1/1	4/0	2/2	1/0	8/3
	meisjes <sup>5</sup>	1/0	0/2	-	1/0	2/2

Vmbo  $n = 3$ ; Havo/vwo  $n = 6$ ; Mbo  $n = 4$  (1 missing mbt weekconsumptie en licht/zwaar drinken); Hbo/wo  $n = 2$ .

<sup>1</sup> Weekconsumptie = (frequentie doordeweek x glazen doordeweek) + (frequentie weekend x glazen weekend)

<sup>1</sup> Weekconsumptie = (frequentie doordeweek x glazen doordeweek) + (frequentie weekend x glazen weekend)

<sup>2</sup> Jongens: lichte drinkers = maximaal 17 glazen alcohol per week; zware drinkers = meer dan 17 glazen alcohol per week

<sup>3</sup> Meisjes: lichte drinkers = maximaal 11 glazen alcohol per week; zware drinkers = meer dan 11 glazen alcohol per week

<sup>4</sup> Jongens: binge drinken = zes of meer glazen alcohol op één dag gedurende minstens 1 dag per maand

<sup>5</sup> Meisjes: binge drinken = vier of meer glazen alcohol op één dag gedurende minstens 1 dag per maand

## 4.2 Resultaten

De persoonlijke relevantie van de drinktest en mogelijkheden voor differentiatie zijn in vier aparte focusgroepen besproken, maar worden in de volgende subparagrafen als één geheel weergegeven. De gegevens worden hierbij in de context van het geslacht, de leeftijd en het opleidingsniveau van de betreffende deelnemers geplaatst. De resultaten zijn deels in citaatvorm en tussen enkele aanhalingstekens weergegeven.

Informatie uit de focusgroepen die betrekking heeft op de usability van watdrinkij.nl is opgenomen in Bijlage 4. Ondanks dit is overlap in de resultaten van deelstudie 1 en deelstudie 2 niet geheel te voorkomen. Om een zo volledig mogelijk beeld te schetsen, worden enkele aspecten die in het vorige

hoofdstuk aan de orde zijn geweest, ook in dit hoofdstuk beschreven als ze ter sprake zijn gekomen tijdens de focusgroepen.

#### 4.2.1 Belang van de test

##### *Belangrijke en minder belangrijke onderwerpen*

De respondenten zijn gevraagd naar belangrijke en minder belangrijke onderdelen van de drinktest. Hieronder worden per onderwerp kort de verschillende argumentaties beschreven waarom het volgens de deelnemers belangrijke of minder belangrijke onderwerpen zijn. Deze hebben betrekking op de huidige onderwerpen binnen drinktest. In onderstaande beschrijving wordt niet op alle punten onderscheid gemaakt naar geslacht, leeftijd of opleidingsniveau, aangezien hier niet altijd duidelijke verschillen in naar voren kwamen. Waar dit wel zo was, is het in de tekst genoemd.

*Hoeveel en hoe vaak je drinkt* valt voor veel deelnemers onder hetzelfde onderwerp. Dit wordt door een aantal jongeren gezien als de belangrijkste informatie die nodig is voor een goede drinktest. In het verlengde hiervan ligt ook het belang van de gevolgen van alcoholgebruik, 'sommige mensen drinken heel veel en de hele dag door, dus dan moeten ze weten wat er met hen kan gebeuren'. Ook wordt opgemerkt dat frequente drinkers sneller verslaafd raken en er daarom veel aandacht aan het alcoholgebruik van iemand besteed moet worden. Voor andere respondenten is dit punt minder belangrijk, 'je kunt het goed uitvragen, maar je hoeft er niet zoveel advies over te geven want je weet zelf wel hoeveel je drinkt'. Een enkeling vindt het totaal overbodig. 'Het is normaal als je drinkt, iedereen drinkt toch veel? Dat hoeft niet in het advies'.

*Binge drinken* is vaak een oorzaak van problemen met alcohol en kan daarom erg gevaarlijk zijn. 'Omdat dit vaak bij veel jongeren voorkomt, is het ook een goed onderwerp om een breed publiek mee te bereiken', aldus een universitaire student. Andere jongere deelnemers merken op dat je 'er alcoholist door kunt worden' en er dus aandacht aan besteedt moet worden om deze mensen minder te laten drinken. Een ander ziet de relevantie van dit onderwerp niet in: 'je kunt er niet meer over zeggen dan dat je het niet moet doen toch?'. Een aantal vmbo-deelnemers zegt niet te begrijpen wat met binge drinken bedoeld wordt. 'Je drinkt toch altijd in korte tijd? Namelijk alleen in het weekend.' 'Nee, binge drinken is dat je heel dronken wordt en een alcoholvergiftiging krijgt'. Een andere respondent reageert hierop door uit te leggen dat dat ook niet klopt, want 'een alcoholvergiftiging krijg je pas veel later, niet meteen'.

*Redenen om te drinken* (waarom drink je) kunnen erg verschillen tussen mensen en bepalen mede de gevolgen van het alcohol drinken. Door hier op terug te komen kan het advies persoonlijker gemaakt worden. Ook wordt het genoemd als methode om bewustwording van je gedrag te veroorzaken. 'Maar je weet toch wel waarom je drinkt? Omdat je een feestje hebt bijvoorbeeld, of omdat je uitgaat. En als je niet wilt drinken, drink je toch gewoon niet?' Hierop wordt door een andere respondent gereageerd dat 'iedereen anders is' en sommige mensen misschien alcohol drinken terwijl ze het eigenlijk niet willen. Verder kunnen de redenen om te drinken die betrekking hebben op problemen met anderen (vrienden, ouders) volgens één van de deelnemers wel minder aandacht krijgen. 'Er zijn weinig mensen uit de doelgroep van de test die drinken omdat ze problemen hebben en die groep is in ieder geval moeilijk te

bereiken, die vind je niet met zo'n test. Dan kun je je dus beter niet op hen richten maar meer op het grote publiek', die andere redenen hebben om te drinken.

*Drinken bij niet-passende gelegenheden* is volgens een klein aantal jongeren vaak een oorzaak waardoor het mis gaat, ook bij combinaties van alcohol met drugs en medicijnen. 'Dat weet iedereen wel, maar is toch belangrijk om te noemen'. Anderen vinden het juist voor zich spreken dat je op die momenten niet drinkt en vinden het daarom een minder belangrijk punt om op terug te komen in de adviezen.

*De gevolgen van drinken* zijn niet bij iedereen bekend en hebben dus veel aandacht nodig, met name gevolgen op de lange termijn. Confrontatie is daarbij belangrijk, zodat je weet wat er kan gebeuren als je (te)veel drinkt. Dit is bovendien een manier om het advies persoonlijker te maken. Anderen zijn er juist van overtuigd dat mensen wel weten wat de gevolgen zijn, 'anders gaan ze niet drinken'.

*Intentie om minder te gaan drinken* wordt eveneens als een belangrijk punt gezien, 'mensen motiveren tot minder drinken is goed, dan kun je daarna weer verder met je leven en andere dingen gaan doen'. Bovendien moet je volgens een aantal respondenten altijd een reden hebben om minder te gaan drinken, dus praktische tips zijn hiervoor geschikt in het advies. Sommige respondenten vinden dit onderwerp minder belangrijk omdat ze zich er weinig bij voor kunnen stellen. 'Ik weet geen goede redenen om minder te gaan drinken, behalve dat het slecht voor je is. Dat spreekt ook wel vanzelf uit de gevolgen van alcohol drinken, dus daar hoeft niet zoveel aandacht aan besteed te worden'. Anderen vinden dit niet belangrijk omdat het volgens hen niet het doel is van de test: 'Je doet de test om je alcoholgebruik te vergelijken met anderen, niet om te lezen waarom je minder zou moeten drinken'.

Verskillende deelnemers noemen buiten de huidige onderwerpen ook extra onderwerpen die momenteel nog niet in de drinktest verwerkt zijn, maar volgens hen wel belangrijk zijn. Hieronder vallen vragen en adviezen over het soort alcohol wat je drinkt, de combinatie van alcohol met andere middelen, bijvoorbeeld drugs, roken en medicijnen inclusief de fabels die erover heersen (door cocaïne te snuiven word je weer nuchter) en het benadrukken van positieve punten in het drinkgedrag van iemand. Aan de andere kant mogen negatieve gevolgen duidelijker omschreven worden, bijvoorbeeld door problemen te specificeren die alcoholconsumptie met zich mee kunnen brengen (politie, school, ouders, etc.) in plaats van het onder één noemer te beschrijven. De invloed van financiën zou ook besproken moeten worden, 'als geld je enige remming is om niet te drinken klopt er ook iets niet'. Verder is de motivatie om *meer* te drinken volgens een respondent ook een belangrijk punt. 'Bijvoorbeeld drinkgedrag in de kroeg versus drinkgedrag thuis, of op vakantie'. Hetzelfde geldt voor drinkpartners, 'met wie je drinkt kan veel verschil geven in hoeveel je drinkt, bijvoorbeeld met je ouders of met je vrienden'. Ook informatie over gewicht en lengte kan de test verbeteren en het advies persoonlijker maken. Ten slotte wordt dronkenschap genoemd als onderwerp wat belangrijk is om mee te nemen in de test.

#### **4.2.2 Nut en relevantie**

*Nuttig of niet?*

Het nut van de drinktest blijkt voor veel deelnemers samen te hangen met de hoeveelheid nieuwe informatie in de adviezen. Dit verschilt echter per persoon. Sommige respondenten (havo/vwo-scholieren, studenten en een aantal mbo-leerlingen) geven aan al te weten van de risico's op verslaving of de gevolgen voor de hersenen zijn, terwijl dit voor de anderen nieuwe informatie is. Er moet volgens de respondenten meer informatie gegeven worden over de risico's en gevolgen van alcohol drinken, met name op de lange termijn, om zo meer bewustwording te creëren. 'De dingen die je al weet lees je overheen, dus daar word je je niet bewust van. En dat alcohol slecht voor je is weet ik ook wel'. Ook de redenen waarom je drinkt mogen meer uitgelicht worden en specifiek op de persoon toegespitst worden. Over de mate waarin het advies mag confronteren zijn verschillende standpunten gehoord. Een aantal deelnemers vindt het advies te overdreven/confronterend ('ik moest oppassen dat ik niet verslaafd zou raken') en geeft aan het daardoor niet snel te zullen aannemen. Anderen zouden via eenvoudige voorbeelden meer harde taal in het advies willen lezen. 'Je moet niet te moeilijke voorbeelden geven, zoals alcoholintoxicaties voor een 14-jarige. Daar trekt 'ie zich toch niets van aan'. De havo/vwo-groep is het erover eens dat angstaanjagende illustraties kunnen helpen om het advies meer te laten confronteren. Ook het gebrek aan praktische tips blijkt een reden te zijn voor jongeren om de test niet als nuttig te waarderen. 'Het advies klopt wel maar je kunt er niet veel mee. Er zitten geen praktische tips in, dus je gaat gewoon verder met drinken zoals je altijd al deed'.

Deelnemers die de test wel nuttig vinden, geven hier behalve de nieuwe informatie nog een aantal andere argumenten voor. 'Er ontstaat toch bewustwording, ook al doe je 'm maar één keer'. Een ander zegt meer over zijn drinkgedrag tijdens feestjes na te zijn gaan denken. 'Dat kan ook door iets anders zijn gekomen, maar het is wel een goed punt van de test'. De adviezen zijn echter niet bij iedereen blijven hangen. 'Vooral het advies was nuttig, dan kun je erop letten of je niet teveel drinkt. Ik weet nu alleen niet meer wat er precies in stond; of ik teveel drink of niet...'. De valkuilen worden door een aantal respondenten genoemd als specifiek punt wat het advies goed maakt. 'Je weet weer even wat de gevaren kunnen zijn van alcohol drinken, bijvoorbeeld met seks. Ik had niet verwacht dat dat erin zou staan maar het is wel een goed punt'.

Verbeterpunten om de drinktest nuttiger te maken, zijn veelvuldig genoemd. Met name aan een uitgebreidere beschrijving over wat er met je gebeurt als je drinkt, de redenen waarom je drinkt en de risico's is veel behoefte. 'Ik heb liever vragen of adviezen eruit dan erbij, want dan weet je meer. Dat het dan langer duurt om de test in te vullen is niet erg (...) en het gaat heel snel, je kunt gewoon achter elkaar doorklikken'. Volgens een respondent die wat verder had gekeken op de website geven de sterke verhalen en anti-kater tips een verkeerd beeld van alcohol drinken. 'Het moedigt niet aan tot minder drinken maar stimuleert misschien zelfs tot meer drinken, zo van "ik wil ook zo'n stoer verhaal op de site zetten!"'. Anderen vinden het juist een goed idee om zelf aan andere mensen tips te kunnen geven over het drinken van alcohol en de gevolgen ervan. 'Om jongeren te stimuleren op de site te blijven hangen. Of een top-10 van de meest gemaakte drankfouten, leuk om die dan met jezelf te vergelijken'. Een open vraag naar wat er met je gebeurt als je drinkt en de reden waarom je zelf denkt dat je drinkt is meerdere keren genoemd. 'Maar dat is moeilijk te verwerken en bij meerkeuze staat jou antwoord er dan misschien niet bij. Dan kun je beter vragen *Vind je dat je teveel drinkt? Eens/oneens*. Ook een doorverwijzing naar



hulporganisaties door middel van een link of telefoonnummer is geopperd. 'Dat zou misschien goed zijn voor mensen die echt teveel drinken'.

Verder is een goede promotie van de site volgens de jongeren erg belangrijk. 'Ik zou de test niet uit mezelf doen, je moet er wel op gewezen worden'. Tips van de jongeren om een zo groot mogelijk publiek te bereiken zijn onder andere 'met posters, zoals die met het schaap in bed <sup>2</sup> of een reclamespotje ervoor maken', een link maken op internet zodat je meteen naar de test kunt doorklikken, een jaar nadat je de test hebt ingevuld een herinnering via e-mail sturen om de test nog een keer te doen 'maar dan geen spam naar dat adres sturen en ook een afmeldfunctie in de mail zetten'.

### *Persoonlijke relevantie*

De mate waarin deelnemers het advies als persoonlijk beoordelen vertoont om meerdere redenen grote verschillen. Volgens sommigen komt het advies voor een groot deel overeen met de adviezen die anderen in de groep kregen en zijn ze maar op een paar punten echt persoonlijk. 'Het kon eigenlijk over iedereen gaan dus ik voelde me niet persoonlijk aangesproken'. De vmbo-scholieren blijken niet goed te begrijpen wat het doel van de drinktest is. 'Ik dacht dat de vragen algemeen waren om te kijken hoeveel kinderen in Nederland alcohol drinken'. Een ander merkt het volgende op: 'de eens/oneens vragen waren wel persoonlijk, maar andere vragen klopten niet. Pas toen ik het advies las was dat wel persoonlijk voor mij'. Anderen vinden het advies overdreven, 'bijvoorbeeld over groepsdruk. Je blijft zelf toch wel denken "het valt wel mee met mij"'. En het advies over niet drinken tijdens je studie, daar doe ik niets mee, ik weet dat ik straks na mijn studie wel minder ga drinken. Zodra ik ga werken wordt het serieuzer en ga ik ook minder drinken. Ik weet niet wat ze zouden moeten veranderen in het advies zodat ik het wel zou opvolgen'. Verkeerde of onduidelijke informatie in de adviezen wordt ook als reden genoemd voor een lage persoonlijke relevantie. 'Ik drink niet veel maar ik kreeg wel een hoog advies' en 'Ik drink niet om mijn problemen te vergeten hoor!'. Eén van de mbo-leerlingen heeft de test vlak na een andere leerling gemaakt. 'We hadden allebei andere antwoorden ingevuld maar kregen hetzelfde advies'. Anderen vinden het advies niet overtuigend: 'ik vind het niet geloofwaardig dat ik grote kans heb om verslaafd te raken'.

Jongeren hebben verschillende toevoegingen en verbeterpunten genoemd waarmee de test en adviezen persoonlijker kunnen worden gemaakt. 'Het moet aan het begin van het advies meteen duidelijk zijn hoe het met je drinkgedrag staat, drink ik nu (te)veel of niet?' Als optie hiervoor wordt een stoplicht genoemd: groen is goed, oranje is riskant en rood is gevaarlijk/risicovol. 'Dan zie je meteen hoe je ervoor staat en kun je daarna verder lezen'. Universitaire deelnemers zien graag een vraag toegevoegd of je anderen wel eens confronteert met hun alcoholgebruik, om zo op het verantwoordelijkheidsgevoel van mensen in te spelen. Ook aan de locatie waar men drinkt (thuis, in de kroeg, op de sociëteit, etc.) moet volgens hen meer aandacht besteedt worden. Vmbo'ers willen meer vragen over de invloed van de omgeving in de test: of de ouders gescheiden zijn, 'mijn ouders zijn gescheiden en er zijn verschillende regels over het drinken van alcohol bij mijn vader en bij mijn moeder', of je mag drinken van je ouders, of je broers/zussen drinken, 'want dan ga jij het ook eerder doen', met welke vrienden je omgaat en of zij ook drinken. Ten

<sup>2</sup> Bij doorvragen blijkt dat deelnemers ook de poster 'met de wasmand en die van dat meisje met geld in haar onderbroek' blijken te kennen.

slotte zou het advies moeten beginnen met de voornaam van de invuller (Beste ...); daarmee spreekt het advies je volgens de deelnemers uit de gehele havo/vwo-groep en de gehele hbo/wo-groep persoonlijker aan.

#### 4.2.3 Mogelijkheden voor differentiatie

##### *Differentiatie op cognitieve kenmerken*

Ter inleiding is aan de deelnemers gevraagd voor zichzelf op te schrijven wat hun verwachtingen zijn over het drinken van alcohol. Waarom drinken zij? Hieruit komen voornamelijk antwoorden naar voren als 'drinken is leuk en gezellig', 'het hoort erbij', 'je voelt je losser en krijgt meer zelfvertrouwen', 'je drinkt mee met je vrienden' en 'het is lekker'. Verrassend genoeg blijken deelnemers uit de mbo-groep de mening over de lekkere smaak van alcohol niet te delen. Zij noemen voornamelijk de gezelligheid van het samen drinken, het losser worden en het feit dat feesten saai zijn zonder alcohol. 'Ik vind alcohol niet lekker, ik drink voor de gezelligheid'. Op de vraag waarom ze alcohol drinken terwijl ze het niet lekker vinden, antwoordt een deelnemer: 'alleen alcoholisten vinden alcohol lekker. Ik drink vooral omdat het gezellig is en niet omdat het lekker is'.

Om informatie te krijgen over cognitieve kenmerken waar de drinktest volgens de jongeren op kan differentiëren, is hen gevraagd een top-3 te maken van zaken die ze het belangrijkste vinden om terug te zien in de adviezen. Respondenten konden hierbij kiezen uit een aantal punten en eventueel zelf nieuwe punten toevoegen: alcoholverwachtingen, alcoholgerelateerde gedragingen, sociale norm, ervaren groepsdruk, attitude, intentie tot minder drinken en drinkgedrag. Deze punten zijn op een begrijpelijke manier voor de respondenten omschreven. Per respondent is elk onderwerp op nummer 1 met drie punten gescoord, op nummer 2 met twee punten en op nummer 3 met één punt. Hieruit is per focusgroep een volgende top-3 ontstaan die is weergegeven in Tabel 3.

*Tabel 3. Top-3 per focusgroep van belangrijke onderwerpen die in de drinktest aan bod moeten worden*

	1	2	3
Vmbo	Alcoholgerelateerd gedrag, sociale norm en groepsdruk	Attitude en drinkgedrag	Alcoholverwachtingen en intentie
Havo/vwo	Drinkgedrag	Alcoholverwachtingen	Attitude
Mbo	Alcoholverwachtingen	Alcoholgerelateerd gedrag	Groepsdruk
Hbo/wo	Drinkgedrag	Attitude	Alcoholverwachtingen en alcoholgerelateerd gedrag

Hierbij vallen meerdere zaken op. Mbo'ers vinden *drinkgedrag* niet belangrijk, terwijl dit punt bij de overige groepen op de eerste of tweede plaats staat. Volgens de mbo'ers is drinkgedrag niet belangrijk, 'daar hoef je geen advies over te krijgen, je weet toch niet wat je drinkt. Dat gaat vanzelf'. Jongeren uit de andere groepen vinden dit echter 'de belangrijkste informatie om een goed advies te kunnen krijgen'. Daar wordt nog aan toegevoegd dat het soort drank ook van belang is om te noemen, evenals de gelegenheid waarbij je drinkt (thuis, tijdens het uitgaan, op straat, etc.). *Alcoholverwachtingen* zijn behalve door vmbo'ers door elke groep in de top-3 geplaatst. Redenen hiervoor zijn dat men niet goed weet wat de voor- en nadelen zijn en wat alcohol met je doet, dus daarom informatie over de gevolgen ervan moet krijgen. Alcoholgerelateerd gedrag moet volgens vmbo'ers, mbo'ers en universitair studenten terugkomen in het advies omdat 'mensen soms andere mensen gebruiken als ze teveel gedronken hebben, zoals met seks en agressie'. Mensen moeten zich bewust worden van wat alcohol met hen doet in het algemeen en specifiek voor *jou*. De deelnemers in de havo/vwo-groep hebben dit punt wel genoemd, maar niet in de top-3 geplaatst. *Attitude* komt bij drie van de vier groepen in de top-3 voor. Behalve mbo'ers vinden de jongeren dit één van de belangrijkste punten. 'Als je een houding hebt van "ik drink niet teveel en ben niet van plan om te veranderen" dan heeft de test ook niet zoveel zin'. Een goede houding ten opzichte van alcohol zorgt er ook voor dat je goed met alcohol kunt omgaan, 'dan ken je je grenzen en weet je wat de effecten ervan voor jou zijn'. Hoewel mbo'ers attitude dus minder belangrijk vinden dan de overige deelnemers, hechten zij meer waarde aan het behandelen van groepsdruk in de adviezen. 'Soms word je gedwongen om te drinken en gaan mensen je bang maken als je geen alcohol wilt drinken'. Deelnemers uit andere groepen merken hierover op dat het bij veel mensen wel een rol speelt en 'je moet weten wanneer en hoe je nee kunt zeggen. (...) Je zegt automatisch ja als het gezellig is of omdat je je vrienden kunt verliezen. Anders hoor je er gewoon minder bij'.

#### *Differentiatie op demografische kenmerken*

Wat betreft demografische kenmerken is *leeftijd* volgens alle deelnemers een goed punt waar men op aangesproken kan worden. Het is een aantal respondenten opgevallen dat er al onderscheid wordt gemaakt op leeftijd in de adviezen: 'Vanaf 16 jaar mag je ook ineens veel meer in het advies dan wanneer je het vergelijkt met 14- of 15-jarigen'. Anderen merken op dat leeftijd volgens hen niet in de adviezen terugkomt. Een universitaire student merkt verder nog op dat 'je op jonge leeftijd nog meer beïnvloedbaar bent en alcohol dan op korte termijn ook schadelijker is'.

Over de rol van *geslacht* in het advies zijn de meningen verdeeld. Een mannelijke student vindt dat de groepsdruk bij mannen om te drinken vaak groter is en er ook meer een 'alcoholcultuur' heerst. De vrouwelijke respondent uit dezelfde groep vindt het echter niet nodig om te differentiëren op geslacht. 'Mannen en vrouwen moeten gelijk gesteld worden, ze drinken allebei veel. Vrouwen kunnen alleen minder hebben, dat zou misschien wel in de test verwerkt kunnen worden'. De mannelijke deelnemer reageert hierop door te zeggen dat meisjes aan andere dingen blootgesteld worden dan mannen (bijvoorbeeld verkrachting) en daarom meer risico lopen. Volgens de vrouwelijke respondent is dit echter geen reden om daarom alleen bij vrouwen deze informatie in het advies te zetten. 'Die risico's kunnen ook voor mannen gelden. Bovendien is de man vaak de dader, daarom moet je hem er ook advies over geven'.

Differentiatie op *opleidingsniveau* is voor het merendeel van de deelnemers niet nodig: 'Dat zegt niets over je drinkgedrag'. Leerlingen van havo/vwo-niveau noemen echter een nieuwsbericht over een jong meisje uit de krant wat door teveel drankgebruik van vwo afzakte naar vmbo-niveau erg confronterend. 'Als ik dat zou lezen in het advies zou ik wel schrikken!'

*Culturele achtergrond* is volgens respondenten wel een mogelijkheid om de adviezen op te differentiëren. 'In Amerika kijken ze anders tegen alcohol aan dan bijvoorbeeld in het oosten van Europa. Dit kan verschil maken voor je normen en waarden: in hoeverre ben je tolerant ten opzichte van alcohol?' Een andere respondent vindt ook dat cultuur invloed kan uitoefenen op drinkgedrag: 'als ik in Turkije ben mag ik niet drinken, maar hier in Nederland wel'. Deelnemers uit de havo/vwo-groep zijn het niet allemaal eens met een differentiatie op culturele achtergrond.

Over het nut van differentiatie op *religie* zijn de meningen verdeeld. Voorstanders noemen het interessant, omdat niet elke geloofsopvatting alcohol drinken accepteert. Tegenstanders merken op dat 'iedereen toch stiekem drinkt, terwijl ze weten dat het niet mag'. Dit kan volgens voorstanders echter weer leiden tot het ontstaan van schuldgevoelens; door hier op in te haken kan de test persoonlijker gemaakt worden. Een aantal gereformeerde deelnemers is van mening dat de gevolgen van alcohol voor iedereen hetzelfde zijn. 'Het blijft slecht om te drinken, onafhankelijk van je religie. Het ligt vaak meer aan je vrienden hoeveel je drinkt en niet aan je geloof'.

### **4.3 Meerwaarde van de focusgroepen**

Hoewel het aantal deelnemers in de focusgroepen lager was dan van tevoren verwacht, heeft de tweede deelstudie wel degelijk meerwaarde gehad voor het onderzoek. In deelstudie 1 is de aandacht vooral uitgegaan naar verbetermogelijkheden van de usability van de website; de focusgroepen hebben zich met name gericht op het verkrijgen van informatie over de persoonlijke relevantie van de drinktest voor de doelgroep.

Wanneer de resultaten uit de focusgroepen worden vergeleken met die uit de individuele interviews, blijkt dat jongeren in beide deelstudies onderling sterk van mening kunnen verschillen over bepaalde onderwerpen. Er zijn echter geen grote tegenstellingen geobserveerd tussen de resultaten uit deelstudie 1 en die uit deelstudie 2, waarbij zaken als persoonlijke relevantie en verbetermogelijkheden gedeeltelijk ook ter sprake zijn gekomen. Waar de jongeren het over het algemeen onderling over eens zijn, is de behoefte aan meer persoonlijk advies over hun eigen alcoholgebruik. Andere overeenkomsten betreffen voornamelijk de positieve en negatieve punten van de drinktest (zie ook Bijlage 4).

Samengevat geven de resultaten van de focusgroepen gedetailleerde informatie over het belang van huidige onderwerpen in de test, de mate van persoonlijke relevantie en mogelijkheden voor differentiatie van de test. Hiermee vormen deze gegevens een goede aanvulling op de resultaten met betrekking tot gebruikersvriendelijkheid van de website die zijn verkregen uit deelstudie 1.

## 5 Conclusies en aanbevelingen

In het laatste deel van het rapport worden de resultaten uit de voorgaande twee hoofdstukken geïnterpreteerd. De conclusies die beschreven worden, zijn gebaseerd op de resultaten van individuele interviews met 46 jongeren en op informatie die uit de vier focusgroepen met in totaal 15 jongeren naar voren is gekomen.

Om alle verkregen data in perspectief te plaatsen, worden eerst kort de beperkingen van de studie besproken. Vervolgens worden de belangrijkste conclusies en aanbevelingen beschreven in antwoord op de onderzoeksvragen. De laatste paragraaf geeft in tien punten de belangrijkste aandachtspunten weer die volgens de onderzoekers uit de studie naar voren zijn gekomen. Het is aan de opdrachtgever om deze te beoordelen en eventueel aan te vullen met andere conclusies die voor hem van belang zijn.

### 5.1 Beperkingen van de studie

De werving van respondenten is ondanks alle inspanningen niet geheel soepel verlopen. Een lage intentie van jongeren om deel te nemen aan de studie (mede door proefwerkperiodes en tentamenweken) en een wisselende opkomst op gemaakte afspraken hebben ertoe geleid dat niet alle demografische kenmerken evenwichtig verdeeld zijn in de steekproef. Vrouwen, 19-20 jarigen en studenten van het hbo of de universiteit zijn hierdoor ondervertegenwoordigd. Verder zijn in de focusgroepen minder respondenten geïnccludeerd dan oorspronkelijk de bedoeling was. Ook zijn de kenmerken van drinkgedrag (licht/zwaar drinken en binge drinken) niet gelijkwaardig verdeeld over de steekproef. Na overleg met de opdrachtgever is besloten geen nieuwe werving te starten om de steekproef uit te balanceren op de genoemde kenmerken. Een groot deel van de opmerkingen en observaties in de totale studie gingen over dezelfde onderwerpen, telkens aangevuld met een aantal afwijkende meningen. Ondanks dat sommige demografische kenmerken en drinkgedrag niet altijd even goed vertegenwoordigd waren in de steekproef, heeft dit volgens de onderzoekers niet tot een gebrek aan informatie geleid. Wat betreft drinkgedrag kan men zich echter afvragen of de resultaten wel een representatief beeld van de meningen van zware en binge drinkers over [watdrinkij.nl](http://watdrinkij.nl) weerspiegelen. Wellicht kan verder onderzoek hier meer uitsluitsel over geven.

De deelnemers aan deze studie zijn op verschillende scholen geworven. Eén daarvan is een gereformeerde school, waar alle havo/vwo-leerlingen voor het onderzoek zijn geworven. Tijdens de focusgroep met leerlingen van deze school bleek dat ouders van de betreffende deelnemers (6 jongeren) er bewust voor hadden gekozen hun kind naar de betreffende school te sturen. Het aantal gereformeerde scholen dat onderwijs op havo/vwo-niveau aanbiedt is laag; sommige respondenten kwamen daarom niet uit de directe omgeving van Rotterdam maar onder andere uit Leiden, Alphen aan de Rijn en Hardinxveld. Het geloof speelt een grote rol in het leven van deze jongeren; dit is iets waar rekening mee gehouden kan worden bij het interpreteren van de resultaten van deze groep. Het is echter de inschatting van de

onderzoekers dat de antwoorden van deze groep jongeren niet wezenlijk verschillen met die van deelnemers aan de overige drie focusgroepen, waarvan overigens ook een aantal jongeren actief gelovig was.

## 5.2 Conclusies

In deze studie stonden twee onderzoeksvragen centraal:

1. *Hoe is de usability (gebruikersvriendelijkheid) van de test volgens de doelgroep? Wat zijn knelpunten, waar kan de test nog verbeterd worden?*
2. *Op welke demografische, sociaal-cognitieve en gedragskenmerken van de doelgroep moet de test differentiëren, om ervoor te zorgen dat verschillende groepen jongeren zich aangesproken voelen (persoonlijke relevantie)? Hoe moeten deze differentiaties er uit komen te zien?*

In de volgende subparagrafen wordt getracht deze vragen zo volledig mogelijk te beantwoorden.

### 5.2.1 Usability

De usability van de website watdrinkij.nl is middels een aantal concepten gemeten. Per concept worden de belangrijkste conclusies besproken die naar voren zijn gekomen uit de resultaten van de observatiestudie en de focusgroepen. Ook worden een aantal extra aspecten van de site behandeld, die niet per definitie in de onderzoeksvraag zijn opgenomen, maar wel tijdens beide deelstudies aan de orde zijn gekomen.

De *algemene indruk* van de website is goed, met de kanttekening dat veel respondenten van 18 jaar of ouder de site 'een beetje kinderachtig' te vinden. Dit wordt hieronder verder toegelicht bij vormgeving van de website. De doelgroep van de site is niet voor iedereen duidelijk. Een aantal respondenten zou de test niet uit zichzelf hebben ingevuld omdat ze niet vinden dat ze teveel alcohol drinken. Het is daarom goed om op de *introductiepagina* van de drinktest te vermelden dat de test voor iedereen bedoeld is, 'of je nu veel of weinig drinkt'. Verder zou op deze pagina de registratiemogelijkheid beter verduidelijkt moeten worden. Nu was het voor veel respondenten niet duidelijk dat registratie niet nodig is wanneer de test voor de eerste keer wordt ingevuld.

Er zijn geen duidelijke knelpunten naar voren gekomen wat betreft de *invulduur* van de test. Respondenten zijn het erover eens dat de huidige invulduur van 5-10 minuten prima is; het merendeel van de deelnemers heeft de test ook in deze tijd af kunnen ronden. De invulduur zou volgens de jongeren nog verlengd mogen worden naar 10-15 minuten, zodat er meer vragen gesteld kunnen worden over onderwerpen die de jongeren momenteel gemist hebben. Een voorwaarde hierbij is het verwijderen van de dubbele vragen.

*Routing en doorklikssystemen* zijn door de jongeren over het algemeen als voldoende beoordeeld. Het ontbreken van een terugbutton is het grootste kritiekpunt binnen deze concepten. Een vergelijkbaar

commentaar is gehoord met betrekking tot de vraag naar alcoholconsumptie van afgelopen week: Een mogelijkheid om een verslept glas terug te zetten om zo het ingevulde antwoord te kunnen verbeteren zou volgens de respondenten ook toegevoegd moeten worden.

Wat betreft het *taalgebruik* is de mening van de deelnemers vrij eenduidig. Over het algemeen is de zinsbouw en woordkeuze goed afgestemd op de doelgroep, afgezien van een aantal moeilijke woorden en zinnen. Deze zijn in paragraaf 3.2.2 op pagina 37 beschreven.

De *vormgeving* van de website wordt door het merendeel van de jongeren positief beoordeeld. Het valt op dat voornamelijk de jongere deelnemers van 14 t/m 17 jaar de plaatjes (vooral de bewegende) en de kleuren leuk vinden. Oudere respondenten (18 jaar en ouder) geven vaak zich te oud te voelen voor de site vanwege het kleurgebruik en de illustraties. Het valt daarom te overwegen om de maximale leeftijd van de doelgroep voor de site te verlagen naar 17 jaar. Een andere mogelijkheid is de huidige lay-out voor 14 t/m 17-jarigen te gebruiken en een nieuwe lay-out voor jongeren van 18 jaar of ouder te ontwerpen.

Met een aantal aanpassingen in de *vragen* kan de gebruiksvriendelijkheid van watdrinkij.nl verder verhoogd worden. De werking van de schuifbalk kan verbeterd worden door het schuifje automatisch naar de antwoordmogelijkheid te laten verspringen als er op geklikt wordt. Verder bleek de vraag naar weekconsumptie regelmatig problemen op te leveren. Het weg moeten klikken van de instructiemelding was voor veertien respondenten niet duidelijk, een mogelijkheid om dit te verbeteren is om de melding opvallender te maken en erbij te vermelden dat het tekstblokje eerst weggeklikt moet worden om te kunnen beginnen. De lay-out van deze vraag blijkt voor sommige jongeren (n = 10) onoverzichtelijk te zijn, mede door de vele glaasjes en het feit dat er zeven dagen in één scherm ingevuld moeten worden. Hoewel de meerderheid van de deelnemers de vraag zonder hulp kon invullen, is het toch het overwegen waard om de vraag op te splitsen in één dag per scherm. Een andere mogelijkheid is de periode waarnaar gevraagd wordt uit te breiden naar een maand en per week het gemiddelde aantal alcoholische consumpties (uitgesplitst naar soort alcohol) in te laten vullen. Deze optie is door een deel van de steekproef (n = 8) geopperd.

Verder zijn de meeste jongeren het erover eens dat de dubbele vragen uit de test verwijderd moeten worden, dit is duidelijk een storende factor. Vragen over negatieve gevolgen van alcohol (problemen krijgen, agressie, schuldgevoel, iemand pijn doen) worden door veel jongeren niet als relevant gezien, met name voor en door jongeren van 14-16 jaar. Dit zijn ze echter wel, daarom is het belangrijk om in de adviezen duidelijker te beschrijven waarom de punten genoemd worden en wat de gevaren ervan zijn. Ook kan de test volgens een aantal jongeren (n = 8) beter aansluiten bij het jonge deel van de doelgroep door lage of tussenliggende antwoordmogelijkheden toe te voegen, zoals halve glazen en een drinkfrequentie van 2 dagen per maand. Verder is het te overwegen om het onderwerp "drinken tijdens verschillende gelegenheden" op te nemen in de test. Het drinkgedrag van jongeren op bijvoorbeeld feestjes en thuis kan naar eigen zeggen sterk verschillen, wat het een goede mogelijkheid maakt om het testresultaat persoonlijker mee te maken.

Het verdient aanbeveling de opbouw van de *adviezen* aan te passen. Jongeren verwachten in het begin van het advies een conclusie te lezen over hun drinkgedrag (doe ik het goed of niet?); een vergelijking van het alcoholgebruik met dat van leeftijdsgenoten zou daar volgens hen een optie voor kunnen zijn. Ook het stoplicht wat door een aantal respondenten voorgesteld is, is het overwegen waard. Hiermee is in één oogopslag duidelijk of het resultaat in de gevarezone zit of (nog) niet. Verder is het

aan te bevelen de adviezen in te korten en/of overzichtelijker te presenteren. Hiermee kan tevens het nut van de test meer op individueel niveau worden toegespitst. Jongeren die denken voldoende te weten over bijvoorbeeld alcoholvergiftiging zullen deze informatie in een duidelijk gestructureerd advies makkelijker opmerken en vervolgens overslaan, zodat zij zich kunnen richten op zaken waar ze minder van af weten en die ze interessanter vinden om te lezen.

### 5.2.2 Persoonlijke relevantie en mogelijkheden voor differentiatie

De mate van persoonlijke relevantie bleek voor een groot deel bepaald te worden door de hoeveelheid informatie waardoor de jongere zich persoonlijk aangesproken voelt. Door de antwoorden die de invuller op de vragen geeft duidelijker terug te laten komen in de adviezen krijgt de lezer het gevoel dat het inderdaad over hem gaat. Algemene informatie kan het beste onderaan het advies of op een andere plek van de site beschreven worden, zodat het indien gewenst gelezen kan worden. Verder kan de persoonlijke relevantie ook op een andere, simpele en doeltreffende manier worden verhoogd. Door het advies te beginnen met de voornaam van de invuller voelen alle jongeren uit de focusgroepen van havo/vwo en hbo/wo zich naar eigen zeggen meer aangesproken. Hiervoor zal in het begin van de test gevraagd moeten worden de voornaam in te vullen.

Niet-herkenbare of onjuiste resultaten en te zwaar aangezette adviezen zijn de voornaamste redenen voor een laag gewaardeerde persoonlijke relevantie. Door de adviezen genuanceerder te verwoorden kan dit voorkomen worden. Dit is echter het tegenovergestelde van de meer confronterende manier van schrijven, die andere respondenten juist missen in de huidige vorm van de test. Omdat deze meningen sterk van elkaar verschillen is hier geen eenduidig advies over te geven. Door een kleine aanpassing in de vraag naar weekconsumptie kan de persoonlijke relevantie ook verhoogd worden. Aangezien er een aantal keer ( $n = 8$ ) opmerkingen gemaakt zijn over het feit dat de test een momentopname is, kan er bij weekconsumptie wellicht beter gevraagd worden naar het aantal consumpties in een *normale* week in plaats van in de *afgelopen* week, eventueel met de tip 'vul in hoeveel je de afgelopen week hebt gedronken als dat voor jou een normale week was'.

De vier belangrijkste onderwerpen die volgens de deelnemers in de drinktest aan bod moeten komen, zijn drinkgedrag, alcoholverwachtingen, alcoholgerelateerde gedragingen en attitudes. Jongeren willen informatie krijgen over de voor- en nadelen van het drinken van alcohol en wat dit specifiek voor henzelf als individu betekent. Hierbij is leeftijd duidelijk een belangrijk punt waarop ze zich aangesproken voelen. De adviezen worden hier in de huidige versie van de test al op toegespitst, maar dit zou nog duidelijker naar voren mogen komen. Over het nut van differentiatie op geslacht, culturele afkomst en religie zijn de meningen verdeeld. Differentiatie op opleidingsniveau is voor het grootste deel van de respondenten echter nutteloos; volgens hen heeft dit niets met alcoholgebruik te maken.

Over mogelijke differentiaties op drinkgedrag kan niet met grote zekerheid conclusies getrokken worden, aangezien er in totaal slechts 4 zware drinkers en 11 binge drinkers in de studie zijn opgenomen en dit niet in verhouding staat met het aantal geïnccludeerde lichte drinkers. Desondanks zijn er toch een aantal opmerkingen over te maken. Sommige respondenten vinden dat de drinktest er teveel van uit gaat dat jongeren altijd drinken om dronken te worden en er dus meer onderscheid gemaakt moet worden



tussen aangeschoten en dronken zijn. Eén van de deelnemers die deze mening deelt is zelf een binge drinker. Ook voelen ze zich soms niet aangesproken door de test, omdat deze op onderwerpen in gaat die volgens hen voor zichzelf niet relevant zijn maar bijvoorbeeld wel voor verslaafden. Ook hierbij is één van de jongeren zelf een binge drinker. Verder blijkt dat zware drinkers en/of binge drinkers in een aantal gevallen aangeven niet op de hoogte te zijn van bepaalde informatie over verantwoord alcohol drinken, bijvoorbeeld 'ik dacht dat je elke dag wel mocht drinken', of het idee te hebben dat ze hun eigen drinkgedrag goed onder controle hebben. Er is echter ook één respondent (zware drinker en binge drinker) die aangeeft wel te weten dat hij teveel drinkt voor zijn leeftijd, maar dat hij het doet om zich zelfverzekerder te voelen.

### 5.3 Aanbevelingen

In willekeurige volgorde worden hieronder de tien belangrijkste aandachtspunten uit de studie kort opgesomd die door de onderzoekers zijn vastgesteld. Het is aan de opdrachtgever om deze op de gewenste manier te interpreteren.

#### *Usability*

1. De vragen en adviezen zijn over het algemeen begrijpelijk, afgezien van een aantal moeilijke woorden en lastige zinnen;
2. Veel jongeren willen de vragen met de schuifbalk liever beantwoorden door te klikken in plaats van door te schuiven;
3. De vraag naar weekconsumptie is onoverzichtelijk;
4. Er is grote behoefte naar een terugbutton om vragen te kunnen verbeteren;
5. De dubbele vragen in de test zijn storend en kunnen beter verwijderd worden of vervangen door andere vragen;

#### *Persoonlijke relevantie*

6. Jonge respondenten (14-17 jaar) vinden de website leuk; oudere deelnemers (18 jaar en ouder) vinden de site soms kinderachtig;
7. Jongeren verwachten dat het advies begint met een duidelijke conclusie over hun drinkgedrag, liefst in vergelijking met het alcoholgebruik van hun leeftijdsgenoten;

8. De adviezen moeten ingekort worden, of zouden meer gestructureerd en overzichtelijker opgebouwd moeten worden, zodat de lezer snel de meest relevante en interessantste informatie eruit kan filteren;
9. De mate waarin jongeren de adviezen als nuttig en persoonlijk relevant waarden, hangt voornamelijk af van de hoeveelheid nieuwe informatie die ze lezen en de mate waarin zij zich aangesproken voelen door de adviezen. Er moet hierbij een balans gezocht worden tussen adviezen die confronteren en specifiek op het individu gericht zijn, maar die tegelijkertijd niet te zwaar aangezet worden;
10. Drinkgedrag, alcoholverwachtingen en alcoholgerelateerde gedragingen zijn de meest genoemde cognitieve punten waar de test volgens de jongeren op moet differentiëren. Het enige demografische kenmerk waarover de jongeren het eens zijn om op te differentiëren is leeftijd.

## Bijlagen

### Bijlage 1: Inclusievragenlijst

Onderzoek naar de website [www.watdrinkijj.nl](http://www.watdrinkijj.nl)

#### Hallo!

Voor een onderzoek naar een website over alcohol zijn wij op zoek naar deelnemers! Op de website kun je een test doen met vragen over jouw alcoholgebruik, waarna je een advies krijgt over je drinkgedrag op basis van jouw antwoorden.

In dit onderzoek willen we jou vragen wat je van deze website vindt. We zijn op zoek naar jongeren van 14 t/m 20 jaar die wel eens alcohol drinken. Het maakt niet uit of je veel of weinig drinkt. Lijkt het je leuk om aan dit onderzoek mee te doen, vul dan eerst de volgende vragen in over jouw alcoholgebruik. Dit duurt ongeveer 10 minuten.

Als je klaar bent met het invullen van de vragen vertel ik je direct of je mee mag doen aan het onderzoek. Daarna volgt een verdere uitleg over wat er precies tijdens het onderzoek gaat gebeuren. Je kunt dan meteen aangeven of je mee wilt doen. Als je mee wilt doen aan het onderzoek, ontvang je na afloop een beloning van 10 euro. Je bent natuurlijk niet verplicht om mee te doen; als je dit niet wilt hoeft je hier geen reden voor te geven.

Op de volgende pagina vind je een uitleg over hoe je de vragen in kunt vullen. Daarna begint de vragenlijst.

- **Het is belangrijk dat je alle vragen eerlijk invult;**
- **Er zijn *geen* goede of foute antwoorden;**
- **Vul alle vragen in zoals het voor jou geldt, het gaat om jouw mening;**
- **Het maakt niet uit hoe vaak of hoeveel alcohol je drinkt.**

## Invulinstructie

Het grootste gedeelte van de vragen kun je beantwoorden door bij elke vraag het antwoord dat het meeste op jou van toepassing is aan te kruisen. Bij deze vragen is het de bedoeling dat je één antwoord uit meerdere antwoordmogelijkheden kiest.

Bij sommige vragen mag je meerdere antwoorden aankruisen. In dit geval wordt in de vragenlijst duidelijk aangegeven dat meerdere antwoorden mogelijk zijn.

Hoe verbeter je je antwoord als je een fout hebt gemaakt?

Als je een hokje hebt aangekruist en je wilt je antwoord wijzigen, dan kun je dit doen door het “foute” hokje helemaal in te kleuren en daarna het goede hokje aan te kruisen.

Voorbeeld:

Stel dat je bij de volgende vraag het hokje “Marokkaans” hebt aangekruist, terwijl je eigenlijk “Turks” had willen aankruisen. Dit kun je op de volgende manier verbeteren:

- Nederlands
- Antilliaans
- Turks
- Marokkaans
- Surinaams
- Anders namelijk, \_\_\_\_\_

Het juiste antwoord is in dit geval: Turks

Alle gegevens van dit onderzoek worden anoniem verwerkt. Als je vragen hebt over het onderzoek of over deze vragenlijst, willen we deze graag beantwoorden. Je kunt contact opnemen met het IVO in Rotterdam, telefoonnummer 010-425 33 66 en vragen naar Anneke Risselada of Brigitte Boon.

Veel succes!

## Achtergrondgegevens

Deze gegevens dienen voor ons ter controle. Je persoonsgegevens kunnen dan anoniem worden verwerkt.

1. Wat zijn de eerste 3 letters van je achternaam?

2. Wat is je postcode?

3. Wat is je geboortedatum?

dag

maand

jaar

4. Hoe oud ben je op dit moment?

..... jaar

5. Ben je een jongen of een meisje?

jongen

meisje

6. Waar ben je geboren?

Nederland

België

Duitsland

Frankrijk

Groot-Brittannië

Suriname

Nederlandse Antillen, Aruba

Turkije

Marokko

Indonesië

China

Ander land, namelijk \_\_\_\_\_

7. Welke opleiding volg je?

VMBO praktijk- of basisberoepsgericht

VMBO kaderberoepsgericht

VMBO gemengde leerweg of theoretisch kaderberoepsgericht

VMBO theoretische leerweg

HAVO

VWO (Atheneum, Lyceum, Gymnasium)

ROC, MBO

HBO

Universiteit

**8. In welke klas of welk jaar zit je?**

- Eerste
- Tweede
- Derde
- Vierde
- Vijfde
- Zesde

**Alcoholhoudende dranken**

Uitleg Standaardglazen: Houd bij het beantwoorden van onderstaande vragen de volgende richtlijnen aan:

Met een standaardglas wordt bedoeld een glas dat voor die drank gebruikelijk is (zie onderstaand plaatje). Reken voor een blikje of flesje bier 1,5 glas. Twee flesjes bier zijn dan bijvoorbeeld drie glazen. Een hele fles wijn telt als 7 glazen. Rond halve glazen af naar boven.



**9. Op hoeveel dagen in de afgelopen maand heb je alcohol gedronken?** (hiermee bedoelen we de maand april 2007)

- Meer dan 1 dag per week
- 1 dag per week
- Meer dan 2 dagen per maand
- 2 dagen per maand
- 1 dag per maand
- Minder dan 1 dag per maand → *Je bent klaar met het invullen van de vragenlijst. Je hoeft de rest van de vragen niet in te vullen. Je mag de lijst teruggeven aan de onderzoeker. Bedankt voor je medewerking!*
- Ik heb de afgelopen maand geen alcohol gedronken → *Je bent klaar met het invullen van de vragenlijst. Je hoeft de rest van de vragen niet in te vullen. Je mag de lijst teruggeven aan de onderzoeker. Bedankt voor je medewerking!*

**10. Als je de afgelopen maand (april 2007) alcohol hebt gedronken, hoeveel glazen dronk je dan meestal per dag?**

LET OP: Het gaat om glazen. Blikjes en flessen omrekenen naar glazen. Reken voor een blikje of flesje 1,5 glas.

\_\_\_ glazen per dag

**11. Op hoeveel van de vier doordeweekse dagen (maandag t/m donderdag) drink je meestal alcohol?**

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 4 dagen | <input type="checkbox"/> 1 dag  |
| <input type="checkbox"/> 3 dagen | <input type="checkbox"/> minder dan 1 dag (niet elke week)                |
| <input type="checkbox"/> 2 dagen | <input type="checkbox"/> nooit doordeweeks → <i>Ga door naar vraag 13</i> |

**12. Als je op zo'n doordeweekse dag alcohol drinkt, hoeveel glazen drink je dan meestal per dag?**

LET OP: Het gaat om glazen. Blikjes en flessen omrekenen naar glazen. Reken voor een blikje of flesje 1,5 glas.

\_\_\_ glazen per dag

**13. Op hoeveel van de drie weekenddagen (vrijdag t/m zondag) drink je meestal alcohol?**

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 3 dagen | <input type="checkbox"/> minder dan 1 dag (niet elk weekend)  |
| <input type="checkbox"/> 2 dagen | <input type="checkbox"/> nooit → <i>Ga door naar vraag 15</i> |
| <input type="checkbox"/> 1 dag   |   |

**14. Als je op zo'n dag in het weekend alcohol drinkt, hoeveel glazen drink je dan meestal per dag?**

LET OP: Het gaat om glazen. Blikjes en flessen omrekenen naar glazen. Reken voor een blikje of flesje 1,5 glas.

\_\_\_ glazen per dag

**15. Hoe vaak drink je vier of meer glazen alcoholhoudende drank op één dag?**

- Elke dag
- 5 à 6 dagen per week
- 3 à 4 dagen per week
- 1 à 2 dagen per week
- 1 à 3 dagen per maand
- Minder dan 1 dag per maand
- Nooit

**16. Hoe vaak drink je zes of meer glazen alcoholhoudende drank op één dag?**

- Elke dag
- 5 à 6 dagen per week
- 3 à 4 dagen per week
- 1 à 2 dagen per week
- 1 à 3 dagen per maand
- Minder dan 1 dag per maand
- Nooit

## Bijlage 2: Interviewschema observatiestudie

### Interview

#### Algemeen

- Wat was je algemene indruk van de drinktest?
- Wat vond je van het introductiescherm van de test?
- Wat was je verwachting van de test?
- Voldeed de test aan je verwachting?
- Was het makkelijk/moeilijk om de test in te vullen? Waarom?
- Vond je het nuttig om te doen? Waarom wel/niet?
- Vielen je dingen op? Zo ja, welke en waarom?
- Waren de instructies duidelijk? Waarom wel/niet? Wat had je van tevoren willen weten als instructie wat je nu gemist hebt?
- Welk schoolcijfer geef je de test? (schoolcijfer tussen 0 en 10)

#### Schuifbalk

- Was de werking van de schuifbalk om vragen te beantwoorden duidelijk? Waarom wel/niet?
- Wat vond je van het verslepen van de drankjes bij 'weekconsumptie'? Waarom?
- Wat vond je van het wegklikken van de instructie? Waarom?

#### Routing en doorklikssystemen

- Was het duidelijk hoe je weer naar een beginscherm of vorig scherm kon terugkeren? Waarom wel/niet?
- Was het duidelijk waar en wanneer je de test kon stoppen als je dat wilde? Waarom wel/niet?
- Wat vond je van de buttons in de test waarop je door kon klikken?
- Waren alle buttons duidelijk aangegeven? Waarom wel/niet? Moest je ernaar zoeken of vielen ze meteen al op?
- Gaf de button duidelijk aan waar je terecht zou komen als je erop zou klikken? Vond je ook wat je zocht als je erop klikte? Waarom wel/niet?
- Miste je nog buttons om ergens naar door te klikken die je graag in de test had gezien? Zo ja, welke? ('terug' button als voorbeeld geven indien nodig)

#### Adviezen

- Welke vragen mis je, dwz welke vragen had je wel verwacht maar zijn niet gesteld?
- Welke vragen waren overbodig?
- Welke adviezen mis je, over welk onderwerp zou je (een beter) advies willen terwijl je dat niet gekregen hebt?
- Welke adviezen waren overbodig?
- De test biedt de mogelijkheid om je advies te bewaren om het later nog eens te kunnen lezen. Heb jij daar behoefte aan?
- Zijn er gebruikersmogelijkheden die de test niet biedt, maar waaraan je wel behoefte zou hebben?
- Heb je behoefte aan een print-button?

#### Taalgebruik

- Wat vond je van het taalgebruik van de vragen en het advies in de test?
- Wat vond je moeilijk, wat vond je makkelijk?
- Sprak de manier van taalgebruik je aan?
- Waren er woorden/zinnen die je niet (direct) begreep? Welke en wat begreep je niet?



→ Termen bij doorvragen:  
Makkelijk vs. moeilijk  
Te lange vs. te korte zinnen  
Gebruik van interpunctie, gebruik van witregels  
Intimiderend  
Belerend  
Nuttig  
Interessant  
Handig

#### Invulduur

- Wat vond je van de invulduur van de test? Vond je dat je er te lang/te kort mee bezig was? Waarom?
- Duurde het invullen van de test zolang als je verwacht had? Waarom wel/niet?
- Wat is het maximum aan tijd wat je aan zo'n soort test zou willen besteden?
- Wat vond je van de lengte van het advies en de tijd die je nodig had om het te lezen?

#### Persoonlijke relevantie

- Vond je het voor jezelf nuttig om de test te maken en de adviezen te lezen? Waarom wel/niet?
- Vind je dat je iets aan het invullen van de test hebt gehad? Waarom en wat dan?
- Vond je de vragen op jou slaan?
- Voelde je je aangesproken door de adviezen? Waarom wel/niet? (demografische kenmerken betrekken bij doorvragen)
- Wat zou er anders/beter moeten om het voor jou aantrekkelijk te maken?
- Wat vond je wel passen in het advies en wat niet?
- Waren er zaken die je miste in het advies?

→ dmv doorvragen ingaan op demografische kenmerken van respondent:

- Geslacht
- Leeftijd (<16, 16-18, >18)
- Opleidingsniveau (laag, middel/hoog)
- Etnische achtergrond (NL, niet NL)

→ EN dmv doorvragen ingaan op cognitieve kenmerken en drinkgedrag van respondent:

- Alcoholverwachtingen
- Alcoholgerelateerde gedragingen
- Sociale normen
- Ervaren groepsdruk
- Attitudes
- Intentie
- Drinkgedrag (binge drinking en licht/zwaar drinken, zie inclusievragenlijst)

#### Afsluiting

- Bedanken voor deelname
- Heb je nog vragen/opmerkingen?
- Wil je meedoen aan een groepsinterview over deze website?  
Verdere uitleg over focusgroep geven.

## **Bijlage 3: Discussieroute focusgroepen**

**Introductie** 5 min.

**Voorstelrondje** 5 min.

**Goede en slechte punten van drinktest** 15min.

De jongeren krijgen ieder een aantal gele post-it velletjes en mogen hierop schrijven wat ze goede (minstens 3) en slechte (minstens 3) punten van de test en de adviezen vonden. Deze worden vervolgens op het bord geplakt in 2 kolommen (pluspunten en minpunten) en bediscussieerd in de groep. Waarom heeft iemand een bepaald punt opgeschreven, wat vinden anderen in de groep ervan, zijn ze het ermee eens of niet en waarom, etc. Uit deze discussie kunnen ook verbeterpunten worden afgeleid en besproken: "Hebben jullie suggesties voor verbetering van de drinktest en adviezen? Met betrekking tot de vragen, de adviezen, de aantrekkelijkheid van de test? Hoe sluiten de adviezen aan op de vragen, wat vinden jullie hiervan?"

**Belang van drinktest** 15 min.

We willen ook graag van jullie weten hoe jullie het vonden om de test in te vullen. Vond je dat je iets aan het invullen van de test hebt gehad? Waarom wel (wat dan) of niet?

Vond je het voor jezelf nuttig om de test te maken en de adviezen te lezen? Waarom wel/niet?

Welke tips kunnen jullie geven om de test aantrekkelijker te maken, wat voor onderwerpen zou je in de test terug willen zien waar je iets aan hebt of die je hebt gemist? Welke onderwerpen zou je liever uit het advies verwijderd zien?

**Inhoud van de test** 15 min.

*Werkvorm: taartpunten*

We willen graag weten welke onderwerpen jullie belangrijk vinden in de drinktest, en welke minder belangrijk. We hebben een aantal onderwerpen op een rij gezet, we willen graag dat jullie deze onderverdelen in een taartvorm, waarbij je de belangrijkste onderwerpen een groot vlak geeft en de minder belangrijke een minder groot vlak. Je mag zelf ook nieuwe onderwerpen erbij zetten.

Andere uitleg: De bedoeling is dat je aangeeft aan welke onderwerpen in de drinktest *volgens jou* veel aandacht moet worden besteed en aan welke wat minder. Misschien zijn er ook onderwerpen die je niet in de test vindt passen, of misschien weet je zelf een nieuw onderwerp wat niet aan bod is gekomen maar wat jij wel belangrijk vindt als het om het drinken van alcohol gaat. Dat kun je allemaal in de figuur aangeven, door het onderwerp meer of minder ruimte te geven in de cirkel.

**Differentiatie op cognitieve kenmerken** 15 min.

Inventarisatie verwachtingen

We zijn benieuwd naar jullie verwachtingen van het drinken van alcohol. Wat zijn jouw verwachtingen over het drinken van alcohol, waarom drink je? Iedereen voor zichzelf een aantal

punten laten opschrijven, daarna op flip-over schrijven, clusteren en bespreken. (Bij tijdgebrek iedereen antwoorden laten roepen)

De vragen en adviezen in de drinktest kunnen ook ingaan op deze verwachtingen die je hebt van het drinken van alcohol, of op een aantal andere zaken, zoals wat je van alcohol drinken vindt en met wie je alcohol drinkt. We willen graag van jullie weten hoe belangrijk jullie deze zaken vinden en waarom. **Zie lijst op groot vel!**

*Werkvorm:* Maak een top-3 van zaken die je belangrijk vindt om terug te zien in de adviezen. Je kunt kiezen uit het volgende rijtje (korte uitleg geven bij de punten) of zelf nog andere dingen verzinnen:

- alcoholverwachtingen: de verwachtingen die je hebt van het drinken van alcohol (positieve of negatieve effecten van het drinken van alcohol, bv 'je wordt er lossers van', 'je kunt er ziek van worden');
- alcoholgerelateerde gedragingen: de manier waarop je je kunt gaan gedragen na het drinken van alcohol (bv relaxt/ontspannen worden, heel blij/vrolijk worden, agressief, aanhankelijk/lichamelijk worden);
- sociale normen: het drinkgedrag van je omgeving (hoeveel en hoe vaak drinken je vrienden, je ouders, je broers/zussen) en in hoeverre je je hierdoor laat beïnvloeden;
- groepsdruk: personen die er bij je op aandringen om nog een drankje te nemen ('kom op, nog eentje, het is zo gezellig' etc);
- houding ten opzichte van alcohol: hoe sta je tegenover het drinken van alcohol, wat vind je ervan (bv leuk, gezellig, onzin, gezond/ongezond);
- ben je van plan om minder te gaan drinken: in hoeverre ben je van plan om je drinkgedrag aan te gaan passen, om minder te gaan drinken;
- drinkgedrag: de hoeveelheid alcohol die je drinkt en hoe vaak je dit doet, de soorten alcohol die je drinkt (bv bier, wijn, sterke drank), bij welke gelegenheden je drinkt.

Vinden jullie dat al deze punten terug moeten komen in de vragen en de adviezen? Welke punten zijn het meest belangrijk en waarom? Maak een top 3 op een blaadje. Daarna vragen om toelichting!!

### **Differentiatie op demografische kenmerken**

15 min.

1. We zijn benieuwd naar jullie ervaringen met de drinktest, vonden jullie de test persoonlijk? In hoeverre voelde je je aangesproken door het testresultaat, de adviezen en de valkuilen? Waar kwam dit door, welk advies/onderwerp heeft hiervoor gezorgd?

Vervolg vraag, inhakend op de antwoorden op vraag 1: hoe zouden we de adviezen persoonlijker kunnen maken; waar zouden we jullie dan op aan kunnen spreken (bv. leeftijd, opleidingsniveau, afkomst)?

2. De adviezen in de test worden afgestemd op je eigen antwoorden op de vragen. Buiten dat kunnen de adviezen ook nog afgestemd worden op andere kenmerken, bijvoorbeeld geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, afkomst. Welke van deze kenmerken vinden jullie belangrijk om terug te zien in het advies? Hoe zou dat er dan uit moeten zien, kun je een voorbeeld geven?

### **Afsluiting**

10 min.

## Bijlage 4: Usability tijdens focusgroepen

Bij het begin van elke focusgroep is ter inleiding gevraagd naar goede en minder goede punten van de website [www.watdrinkijj.nl](http://www.watdrinkijj.nl). De antwoorden die hieruit naar voren zijn gekomen, betreffen de usability van de drinktest en vertonen grote overeenkomsten met gegevens uit de observatiestudie. Om storende overlap in het rapport te voorkomen, worden de resultaten van deze inleidende vraag in deze bijlage beschreven.

### *Algemeen*

Respondenten zijn het erover eens dat de test gemakkelijk is in te vullen. Het gaat snel en duurt dus niet lang, je hoeft niet veel te typen. Vmbo- en mbo-deelnemers geven aan de instructie te summier te vinden, maar kunnen vervolgens niet goed uitleggen welke informatie er voor hen in ontbreekt.

### *Navigatie en lay-out*

De test is 'klikbaar', het doorklikken gaat snel en gemakkelijk. Bij de adviezen werd de opmerking gemaakt dat de pagina's onoverzichtelijk zijn opgebouwd, 'je moet steeds ergens anders klikken'.

Vmbo-scholieren vinden de stopknop te onopvallend vormgegeven. Het ontbreken van een terugbutton wordt ook genoemd als een minpunt van de test.

De jongere deelnemers (t/m 17 jaar ongeveer) vinden de lay-out (aantrekkelijke kleuren) en plaatjes (vooral de bewegingen) leuk. Het plaatje van de kat is voor een vmbo-student niet duidelijk. Studenten van rond de 20 jaar vinden de plaatjes teveel afleiden en dus overbodig. Mbo- en wo-deelnemers zijn het er bijna allemaal over eens dat de achtergrond van de test te donker is, de kleuren moeten lichter en ook minder verschillend om het rustiger en minder meisjesachtig te maken. Bij de vmbo'ers is hier meer discussie over; de twee mannelijke deelnemers vinden de kleuren prima en niet te donker, terwijl de vrouwelijke deelnemer liever nog meer kleur ziet om het vrolijker te maken.

Het taalgebruik in de vragen en adviezen is, afgezien van een aantal lastige woorden en zinnen, volgens alle deelnemers goed te begrijpen en representatief voor de doelgroep. De zin die in sommige adviezen meerdere keren terugkomt (... *enkele kritische punten*...) mag eruit. Een aantal deelnemers merkt op dat het groene gedeelte van de eens/oneens-vragen hen niet opvalt en ze er overheen lezen; zij stellen voor dit meer te laten opvallen met een andere kleur of een groter lettertype.

### *De vragen*

De schuifbalk kan beter werken door te klikken in plaats van door te schuiven, of een duidelijkere instructie erbij te geven. Ook mogen er meer antwoordmogelijkheden bij (bijvoorbeeld < 1 glas), 'anders krijg je een verkeerd advies want je drinkt minder dan dat je hebt ingevuld'.

De vraag naar weekconsumptie wordt door veel respondenten als onoverzichtelijk beoordeeld, de plaatjes zouden hier weg kunnen en elke dag van de week zou op een apart scherm ingevuld moeten worden. Ook wordt geopperd naar algemene consumptie van de afgelopen week te vragen en niet specifiek per dag, zodat je het je beter kunt herinneren. Op deze manier kan er eventueel ook naar een langere periode gevraagd worden, bijvoorbeeld een maand, waardoor er een representatiever beeld

ontstaat. Hier is echter niet iedereen het mee eens want 'consumptie in de afgelopen maand kan ook erg verschillen afhankelijk van hoeveel feestjes je hebt bijvoorbeeld'. Alternatieven die hiervoor gegeven worden, zijn om naar consumptie per gelegenheid te vragen (thuis, op feestjes etc), of om een geheugensteun toe te voegen, bijvoorbeeld "Bedenk wat je de afgelopen week/maand hebt gedaan om je te helpen herinneren wat je wanneer hebt gedronken". Liever geen aparte vraag hiervan maken, dat duurt volgens de deelnemers te lang om in te vullen. Alleen een zin als geheugensteun is voldoende. Verder valt het slepen van de glaasjes niet bij iedereen in de smaak. Vmbo- en wo-scholieren stellen voor het aantal glazen in te typen in plaats van te slepen, maar mbo-scholieren vinden dat dit teveel tijd kost. Ook is het niet iedereen duidelijk wat er ingevuld moet worden voor *flesjes* bier.

De vragen zijn relevant, goed leesbaar en worden in een logische volgorde gesteld. Alle deelnemers zijn het erover eens dat de dubbele vragen in de test 'irritant' zijn en eruit kunnen. De volgorde van vragen met verschillende antwoordcategorieën roept bij sommige jongeren ook irritatie en verveling op. 'Dat ga je gedachteloos invullen, dus je kunt die vragen beter afwisselen'. Anderen vinden het echter sneller gaan om alle vragen per onderwerp achter elkaar door te stellen, liefst op één pagina met een meerkeuze antwoorden zodat ze snel te beantwoorden zijn.

#### *De adviezen*

Sommige respondenten vinden de adviezen en valkuilen goed en herkenbaar. De tekst is niet standaard, is confronterend en in jongerentaal geschreven. Lezen van de adviezen leidt tot bewustwording van je drinkgedrag, 'drink ik nu veel of weinig?' Volgens vmbo'ers is het 'goed dat er gezegd wordt dat je ook op jonge leeftijd al verslaafd kunt raken'. Een wo-studente merkt op dat het advies je iets geeft 'om over na te denken of het ook op jou slaat'. De valkuilen worden door een deelnemer gezien als verbeterpunten, waardoor je ziet hoe gevaarlijk alcohol kan zijn. Tegengestelde meningen zijn ook gehoord; met name havo/vwo-leerlingen vinden de adviezen niet persoonlijk, onjuist of te overdreven verwoord. Eén wo-student wil meer redenen lezen 'die nieuw zijn voor mij over waarom *ik* drink'.

Verder mag het advies van een aantal deelnemers ingekort worden, bijvoorbeeld door de drie verschillende onderdelen (jouw testresultaat, advies voor jou en jouw valkuilen) samen te nemen en bondiger te beschrijven, eventueel met plaatjes erbij zoals in de test zelf. Ook de indeling kan overzichtelijker, met meer tussenkopjes en opsommingstekens. Anderen vinden de teksten 'precies lang genoeg'.