

# Productevaluatie Voeding fruittest, groententest en vochttest

## Opzet

Het stappenplan gezond@work bevat verschillende instrumenten zowel gericht naar intermediairen die instaan voor de uitwerking van een gezond voedingsbeleid in het bedrijf, als naar werknemers om een gezond voedingsgedrag te stimuleren. Onder deze laatste categorie vallen ook de fruit-, groenten- en vochttest. Het doel van deze testen is werknemers bewust te maken van de eigen reële inname. Cruciaal is het woord 'reëel'. Een relatief grote groep volwassenen schat het eigen eetgedrag verkeerd in: doorgaans is men té optimistisch. Men meent dagelijks voldoende groenten en fruit te eten, terwijl de werkelijke inname te laag is. Dit is nadelig voor de eigen gezondheid, maar heeft ook een ander ongewenst gevolg: deze groep volwassenen heeft geen oog voor interventies m.b.t. gezonde voeding, juist omdat zij ervan overtuigd zijn dat de informatie op hen niet van toepassing is. Het doel van de testen is nu dit onrealistisch optimisme te temperen door op een snelle manier mensen te confronteren met een 'andere' kijk over het eigen voedingsgedrag.

## Doel van de productevaluatie

Een productevaluatie heeft tot doel om materialen uit te testen bij de doelgroep zodat tekorten en sterktes worden opgespoord. Ook als was het opzet om deze studie kleinschalig te houden (zie bedrijvenproject), toch vonden we het voor de fruit-, groenten- en vochttesten belangrijk om de vormkenmerken te evalueren, te peilen naar de mogelijke, onmiddellijke uitkomsten ervan en hun geschiktheid in een werkomgeving na te gaan:

- Hoe beoordelen werknemers de vormgeving van de testen?  
Het gaat dan over de mening van werknemers over de opbouw, het gebruiksgemak, de lengte en de relevantie.
- Zijn de testen passend of geschikt om het vooropgestelde doel te bereiken?  
Zonder echt de effecten te meten, wordt gepeild naar de onmiddellijke impact die deze testen hebben op de werknemers. Vergroten de testen het bewustzijn, is men gemotiveerd eetgedrag te veranderen en zegt met het advies op te volgen? Ook de sociale omgeving en de mate waarin deze testen aanleiding geven tot verdere discussie wordt bevestigd.
- Vinden werknemers de testen passend of geschikt in hun werkomgeving?  
We willen weten of dergelijke testen een goede vorm zijn voor gebruik in een bedrijf: is het gemakkelijk om zo'n testen in te vullen op het werk, moeten andere activiteiten volgen, enz.

Daarnaast zijn ook een aantal doelgroepkenmerken van belang, zoals man/vrouw, arbeiders/bedienden en ploegendienst versus daguren.

## Methode

### **Beschrijving van de steekproef**

De drie testen zijn voorgelegd aan werknemers uit vijf verschillende bedrijven. De werknemers werden geselecteerd uit bedrijven die niet deelnemen aan de haalbaarheidsstudie (zie bedrijvenproject) en komen zowel uit kleine & middelgrote (n=2) als uit grote bedrijven (n=3).

De bijgevoegde tabel geeft een overzicht van het aantal respondenten per test, ingedeeld volgens man/vrouw, arbeiders/bedienden en ploegenstelsel versus dagdienst. Ondanks het doel om voldoende arbeiders en mensen in ploegendienst op te nemen, blijken beide groepen toch ondervertegenwoordigd.

Ongeveer de helft van de respondenten heeft ook meer dan één test ingevuld. Bij deze respondenten kunnen de opvattingen over de ene tekst het oordeel over de andere mee beïnvloeden. Daarom ook worden de testen onderling niet vergeleken.

## Beschrijving van de steekproef per test in absolute aantallen en percentages.

	Fruittest	Groententest	Vochttest
Totaal	116	70	96
Leeftijd			
<30:	24 (21%)	12 (17%)	16 (17%)
30-50jr:	75 (64%)	46 (66%)	59 (62%)
>50jr:	17 (15%)	12 (17%)	20 (21%)
Geslacht			
man:	49 (42%)	38 (54%)	47 (50%)
vrouw:	67 (58%)	32 (46%)	47 (50%)
Statuut;			
arbeiders:	22 (20%)	19 (28%)	20 (22%)
bedienden:	88 (80%)	48 (72%)	72 (78%)
Ploegen			
dagdienst:	71 (65%)	44 (66%)	63 (68%)
ploegendienst:	39 (35%)	23 (34%)	29 (32%)
Vorm			
computerversie:	56 (56%)	34 (54%)	50 (57%)
versie op papier:	44 (44%)	29 (46%)	38 (43%)

### **Instrumenten en verwerking**

De productevaluatie gebeurt aan de hand van een korte, schriftelijke vragenlijst, die  $\pm 20$  meerkeuzevragen bevat. Voor elk product worden dezelfde parameters en dus hetzelfde instrument gebruikt.

De vragen bij de vormkenmerken peilden naar de mening van de respondenten over het concept van de test: juist lang genoeg, goed gestructureerd en overzichtelijk, relevante vragen, vlotte manier van invullen of makkelijk in gebruik om het resultaat te kennen.

De onmiddellijke resultaten van de testen werden geoperationaliseerd als meer bewust van eigen eetpatroon, motiverend om gedrag te veranderen, van plan advies op te volgen, nood aan contactpersoon voor verdere begeleiding en communicatie met collega's en derden over de test.

Kenmerken van de organisatie hadden enerzijds te maken met het gemak waarmee in een werkcontext dit type testen kunnen ingevuld worden en de toegankelijkheid van de testen. In de analyses werd ook gekeken naar mogelijke verschillen tussen respondenten die de testen op papier hebben ingevuld en zij die de computerversie hebben doorlopen.

Bij dit onderzoek volstaat een eenvoudige frequentie-analyse om het globale oordeel van de respondenten te kennen. Om groepen te vergelijken wordt gebruik gemaakt van de Mann-Whitney U toets (bij twee groepen), Kruskal-Wallis (bij meerdere groepen) en de  $\chi^2$ -toets indien niet aan de voorwaarden voor beide toetsen was voldaan.

De resultaten werden per test samengevat in een tabel. Naast de frequenties per item, werden enkel de significante verschillen en trends vermeld. Trends wijzen op grenssignificanties. Ze laten niet toe eenduidige uitspraken te doen, maar wijzen op een mogelijk verschil.

Bij de interpretatie van deze verschillen geldt steeds: hoe lager de waarde, hoe meer de respondenten uit die groep akkoord gaan met de uitspraak.

## **Fruittest**

### **Kenmerken test**

Het concept van de test wordt vrij positief geëvalueerd: ongeveer 8 op 10 personen vindt de test juist lang genoeg, overzichtelijk en relevant. 9 op 10 vindt de test vlot in te vullen en de score makkelijk uit te rekenen.

## FRUITTEST

Topics	Frequenties: in %					Leeftijd	Geslacht	Statuut	Ploegen	Vorm	
	ok	eerde r ok	eerde r niet ok	niet ok	% ok of (eerder) ok						
						1=<30jaar 2=30-50jaar 3=>50jaar	1=man 2=vrouw	1=arbeiders 2=bedienden	1= daguren 2= ploegendienst	1=computer 2=papier	
<i>kenmerken fruittest</i>											
lengte	11: te lang 82: juist goed 8: te kort					/	$\chi^2=12.25^*$ meer 1: te lang	ns	ns	ns	$\chi^2=8.9^{**}$ meer 1: te lang
overzichtelijk	24	60	16	/	84	ns	ns	ns	ns	$U=868^{**}$ 2<1	
vlot in te vullen	44	47	8	1	91	ns	ns	$U=663^*$ 2<1	$U=1032^*$ 1<2	$U=988^*$ 2<1	
moelijk te berekenen (enkel versie op papier)	2	0	27	71	2	$\chi^2=11.5^{**}$ 1<2,3	ns	ns	ns	/	
relevant	20	57	22	1	77	ns	ns	ns	ns	ns	
<i>onmiddellijk resultaat</i>											
motiverend	11	63	19	7	74	ns	ns	$U=664^*$ 1<2	ns	ns	
meer bewust door test	12	45	32	11	57	ns	$U=1265^*$ 1<2	ns	ns	$U=842^{**}$ 2<1	
advies opvolgen	22	62	16	0	84	ns	$U=1376^*$ 1<2	ns	$U=1152^*$ 1<2	$U=997^*$ 2<1	
contactpersoon nodig	18	35	28	19	53	ns	ns	ns	$U=988^*$ 1<2	ns	
aanraden aan collega's	9	18	31	42	27	ns	$U=1138^*$ 1<2	$U=680^*$ 1<2	ns	$U=828^*$ 2<1	
aanraden aan derden	4	37	59	/	41	ns	$U=1128^*$ 1<2	$U=574^{**}$ 1<2	ns	$U=771^{**}$ 2<1	
<i>kenmerken organisatie</i>											
vlot toegankelijk	48	45	7	0	93	ns	ns	ns	ns	$U=827^{**}$ 2<1	
gemakkelijk op werk	56	35	7	2	91	ns	ns	$U=667^*$ 2<1	ns	ns	
veel losgemaakt	5	23	54	18	28	$\chi^2=6.5^*$ 3<1	ns	ns	ns	ns	
andere activiteiten volgen	17	49	24	10	66	ns	ns	ns	ns	$U=1202^*$ 2<1	

*Leeftijd.* Meer respondenten jonger dan 30 vinden de test te lang en het rekenwerk bij de papieren versie minder makkelijk.

*Statuut en Ploegen.* Arbeiders en mensen die in ploegen werken vinden de test minder vlot in te vullen dan bedienden en mensen in dagdienst.

*Vorm.* Meer respondenten die de computerversie gebruikten, vinden de test te lang. Let wel: meer jongere respondenten hebben de test op computer ingevuld.

Er wordt ook een trend geobserveerd dat die personen die de papieren versie invulden, de test overzichtelijker zouden vinden en ook vlotter om in te vullen.

→ Arbeiders en/of mensen in ploegen rapporteren meer problemen bij het invullen.

→ De resultaten vallen eerder uit in het voordeel van de papieren versie. Dat de computerversie te lang blijkt, zou mee kunnen beïnvloed zijn door de leeftijd van de personen die voor deze afnamevorm kozen.

### **Onmiddellijk resultaat**

De onmiddellijke effecten van de fruittest gaan de gewenste richting uit: 84% van de respondenten zegt het advies te zullen opvolgen en 74% vindt de test motiverend om meer fruit te eten. 57% beweert zich door de test meer bewust te zijn van de eigen fruitinname. Toch vindt 1 werknemer op 2 het nodig dat binnen het bedrijf een contactpersoon aanwezig is, voor wie meer informatie wenst of verder gevolgd wil worden. Slechts 4 op 10 personen heeft met derden over de fruittest gesproken en 2 op 10 heeft een collega de test aangeraden.

*Geslacht.* Mannen hebben vaker dan vrouwen de test aangeraden aan een collega. Er worden ook enkele trends waargenomen die suggereren dat de onmiddellijke effecten bij mannen gunstiger zijn: mannen beweren zich sterker bewust te zijn door de test, het advies strikter te zullen opvolgen en de test vaker met derden te hebben besproken.

*Statuut en Ploegen.* Arbeiders vinden de test meer motiverend dan bedienden en zullen deze vaker bespreken met derden. Er bestaat een trend dat arbeiders de fruittest vaker aanraden aan collega's. Mensen die in ploegen werken, vinden een contactpersoon minder nodig en zouden het advies minder opvolgen. Maar deze laatste bevinding is slechts een niet-significante trend.

*Vorm.* Personen die de papieren versie gebruikten, behalen een betere score op 'meer bewust door test', raden collega's vaker de fruittest aan en hebben er vaker met derden over gesproken. Bovendien zouden ze het advies ook vaker opvolgen. Let wel: meer mannen en meer arbeiders hebben gekozen voor de papieren vorm.

→ De beste resultaten worden geobserveerd bij mannen, arbeiders en personen die de papieren versie van de test hebben ingevuld. Toch moet herhaald dat de resultaten voor geslacht vooral tendentiekus zijn en daarom niet zwaar in de besluitvorming kunnen doorwegen.

### **Kenmerken organisatie**

9 op 10 personen vindt dat de test vlot kon geraadpleegd worden door iedereen die dat wou en gemakkelijk in te vullen valt op het werk. Een kleine 28% van de respondenten vindt dat de fruittest veel heeft losgemaakt in het bedrijf; toch denkt 66% dat er naar aanleiding van de fruittest nog andere activiteiten zullen volgen. 42% vindt het ook nodig dat het bedrijf aanvullende activiteiten organiseert. Amper 5% meent dat de test beter in een andere context of op een andere plaats wordt aangeboden.

*Leeftijd.* 50plussers vinden meer dan <30-jarigen dat de fruittest veel heeft losgemaakt in het bedrijf.

*Statuut en ploegen.* Arbeiders zeggen vaker dat de test niet zo makkelijk in te vullen valt op het werk in vergelijking met bedienden.

*Vorm.* Mensen die de papieren versie invulden, vinden de fruittest makkelijker te raadplegen dan zij die de test op computer doorliepen. Er bestaat ook een grenssignificante tendens dat diezelfde groep meer aanvullende activiteiten verwacht naar aanleiding van de test.

→ De overgrote meerderheid van de werknemers vindt het goed dat een dergelijke test in het bedrijf ter beschikking is. Kenmerken van de organisatie hinderen het gebruik van de fruittest weinig. Personen die de papieren vorm invulden, vinden de test meer toegankelijk voor iedereen die dat wenst. Arbeiders zeggen vaker dat de test niet zo makkelijk in te vullen valt op het werk.

## GROENTENTEST

Topics	Frequenties: in %					Leeftijd	Geslacht	Statuut	Ploegen	Vorm
	ok	eerde r ok	eerde r niet ok	niet ok	% ok of (eerder) ok	1=<30jaar 2=30-50jaar 3=>50jaar	1=man 2=vrouw	1=arbeiders 2=bedienden	1= daguren 2= ploegendienst	1=computer 2=papier
<i>kenmerken fruittest</i>										
lengte	3: te lang 82: juist goed 15: te kort					/	ns	ns	ns	ns
overzichtelijk	29	62	9	/	91	ns	ns	ns	ns	ns
vlot in te vullen	48	46	6	0	94	ns	ns	ns	ns	ns
moelijk te berekenen (enkel versie op papier)	0	5	31	64	5	ns	ns	ns	ns	/
relevant	22	65	10	3	87	ns	ns	ns	ns	ns
<i>onmiddellijk resultaat</i>										
motiverend	15	71	13	1	86	$\chi^2=7.2^*$ 3<1	ns	ns	ns	ns
meer bewust door test	16	64	12	8	81	ns	ns	ns	ns	U=376(*) 2<1
advies opvolgen	28	65	6	1	93	ns	ns	ns	ns	U=405(*) 2<1
contactpersoon nodig	16	33	33	18	49	$\chi^2=8.4^{**}$ 2<1	ns	ns	U=317* 1<2	ns
aanraden aan collega's	11	17	21	51	28	ns	U=352** 1<2	U=247** 1<2	ns	U=311* 2<1
aanraden aan derden	3	44	52	/	47	ns	U=405* 1<2	ns	ns	U=355* 2<1
<i>kenmerken organisatie</i>										
vlot toegankelijk	62	30	8	0	92	ns	ns	ns	ns	ns
gemakkelijk op werk	62	34	4	/	96	ns	U=452(*) 2<1	ns	ns	ns
veel losgemaakt	5	22	43	30	27	ns	U=198*** 1<2	U=214(*) 1<2	ns	ns
andere activiteiten volgen	11	60	23	6	71	$\chi^2=7.2^*$ 3<1	ns	ns	ns	ns

# Groententest

## **Kenmerken van de test**

De opvattingen over de groententest zijn positief: zowat 9 op 10 personen vinden de test juist lang genoeg, overzichtelijk, vlot in te vullen, relevant en beweren dat de score makkelijk te berekenen valt (enkel bij papieren versie).

De resultaten tonen geen verschillen tussen jongeren en ouderen, mannen en vrouwen, arbeiders en bedienden en mensen in die werken in ploegen of in dagdienst. Ook de vorm van invullen, papier versus computer, leidt niet tot significante verschillen.

## **Onmiddellijk resultaat**

Ook de groententest blijkt tot gunstige resultaten te leiden: 93% van de betrokkenen zal het advies opvolgen; 86% vindt de test motiverend om meer groenten te eten en 81% zegt zich meer bewust te zijn van het eigen groentenverbruik. Voor 1 op 2 respondenten is een contactpersoon gewenst. 47% heeft met derden over de groententest gesproken; 28% heeft de test aan een collega aangeraden.

*Leeftijd.* Mensen van <30 vinden de test minder motiverend in vergelijking met 50plussers en hebben minder behoefte aan de mogelijkheid tot verdere begeleiding of informatie door een contactpersoon in vergelijking met 30-50jarigen.

*Geslacht:* Mannen hebben de groententest vaker aangeraden aan een collega en ook vaker besproken met derden.

*Statuut en Ploegen.* Arbeiders hebben vaker de test aangeraden aan collega's. Mensen die werken in ploegen vinden een contactpersoon minder nodig.

*Vorm.* Personen die de papieren versie invulden, hebben de test vaker aangeraden aan een collega en ook meer besproken met derden. Het ziet ernaar uit dat deze personen zich meer bewust zijn van het eigen groentenverbruik en vaker het advies zullen opvolgen (enkel grenssignificant). Let wel: meer mannen zijn arbeiders; minder arbeiders en minder mannen doorliepen de computervorm. We kunnen dus niet eenduidig zeggen of de verklarende variabele het statuut, het geslacht dan wel de afnamevorm van de test is.

- De mogelijke, onderlinge samenhang van de variabelen maakt het moeilijk harde besluiten te trekken. Toch lijken de resultaten te pleiten in het voordeel van mannen, arbeiders en de papieren versie, zeker als het gaat over communicatie over de test.
- Het verschil tussen de drie leeftijdsgroepen is opnieuw minder gunstig voor de jongste respondenten.
- Mensen die in ploegverband werken hebben minder nood aan een contactpersoon.

## **Kenmerken organisatie**

De meeste respondenten (96%) vinden het makkelijk de groententest op het werk in te vullen en vinden dat de test vlot toegankelijk was voor iedereen die dat wou (92%). 3 personen op 10 meent dat de test veel heeft losgemaakt. 71% denkt dat er naar aanleiding van de test nog andere activiteiten zullen volgen. 59% vindt het ook nodig dat het bedrijf aanvullende activiteiten opzet. Slechts 5% vindt het wenselijker de groententest in een andere context of op een andere plaats aan te bieden.

*Leeftijd.* 30jarigen denken vaker dat er geen andere activiteiten zullen volgen en vinden ook meer dan 30plussers dat dit niet nodig is.

*Geslacht.* Mannen vinden meer dat de groententest iets heeft losgemaakt in het bedrijf. Vrouwen lijken het makkelijker te vinden de test op het werk in te vullen (enkel grenssignificant). Let wel: meer vrouwen zijn bedienden.

*Statuut en ploegen.* De resultaten tonen een niet-significante trend waarbij arbeiders meer dan bedienden vinden dat de test veel heeft losgemaakt. Let wel: Meer mannen zijn arbeider.

- Ook hier wordt het gebruik van de test in de context van het bedrijf gunstig onthaald. Kenmerken van de organisatie blijken daar weinig hinder voor te vormen.

## VOCHTTTEST

Topics	Frequenties: in %					Leeftijd	Geslacht	Statuut	Ploegen	Vorm
	ok	eerde r ok	eerde r niet ok	niet ok	% ok of (eerder) ok	1=<30jaar 2=30-50jaar 3=>50jaar	1=man 2=vrouw	1=arbeiders 2=bedienden	1= daguren 2= ploegendienst	1=computer 2=papier
<i>kenmerken fruittest</i>										
lengte	0: te lang 93: juist goed 7: te kort					/	ns	ns	ns	ns
overzichtelijk	40	57	3	0	97	ns	ns	ns	U=657* 1<2	ns
vlot in te vullen	69	31	0	0	69	ns	ns	U=444*** 2<1	U=714* 1<2	U=790(*) 1<2
moelijk te berekenen (enkel versie op papier)	0	0	18	82	0	ns	ns	ns	ns	ns
relevant	23	61	14	2	84	ns	ns	ns	ns	ns
<i>onmiddellijk resultaat</i>										
motiverend	12	70	7	11	82	ns	ns	ns	ns	ns
meer bewust door test	20	45	29	6	65	ns	ns	ns	ns	U=721* 2<1
advies opvolgen	31	63	6	0	94	ns	ns	ns	ns	ns
contactpersoon nodig	13	40	29	18	53	$\chi^2=6.8^*$ 2<3	ns	ns	ns	ns
aanraden aan collega's	4	21	25	50	25	$\chi^2=6.1^*$ 3<1	U=583*** 1<2	U=499(*) 1<2	ns	U=654* 2<1
aanraden aan derden	2	43	54	/	45	$\chi^2=5.2(^*)$ 2<1	U=665** 1<2	U=494* 1<2	ns	U=504*** 2<1
<i>kenmerken organisatie</i>										
vlot toegankelijk	57	34	8	1	91	ns	ns	ns	ns	ns
gemakkelijk op werk	62	35	2	1	97	ns	U=777** 2<1	U=488** 2<1	ns	U=723* 1<2
veel losgemaakt	3	23	48	26	26	$\chi^2=4.8(^*)$ 3<1	U=560* 1<2	ns	ns	ns
andere activiteiten volgen	14	47	24	15	61	$\chi^2=5.5(^*)$ 2,3<1	ns	ns	ns	ns

## Vochttest

### **Kenmerken van de test**

De vormkenmerken van de vochttest krijgen goede scores: 9 op 10 personen vindt de test juist lang genoeg, overzichtelijk en niet moeilijk uit te rekenen (enkel papieren versie). 8 op 10 personen vindt de test relevant en 7 op 10 vlot in te vullen.

*Statuut en Ploegen.* Arbeiders en mensen in ploegendienst scoren lager op vlot invullen van de test. Ploegendienst-werknemers vinden de test ook minder overzichtelijk.

*Vorm.* De computerversie zou makkelijker in te vullen zijn, maar het betreft slechts een niet-significante trend. Let wel: minder arbeiders hebben de computerversie gebruikt.

→ Ook al zijn de resultaten voor de vormkenmerken van de test zeer positief, toch blijken arbeiders en werknemers die in ploegverband werken de vochttest minder overzichtelijk te vinden en meer moeilijkheden te hebben bij het invullen ervan.

### **Onmiddellijk resultaten**

De vochttest kan tot goede zeer korte termijn-effecten leiden: 94% zegt het advies te zullen opvolgen en 82% vindt de test motiverend. Een kleiner aantal respondenten (65%) is zich door het invullen van de vochttest meer bewust van de eigen vochtinname. 1 op 2 personen vindt een contactpersoon nuttig. 45% heeft er met derden over gesproken en 25% raadde een collega aan de test in te vullen.

*Leeftijd.* Respondenten jonger dan 30 hebben de test minder aangeraden aan een collega in vergelijking met 50plussers en spraken er ook minder over met derden in vergelijking met 30-50jarigen, alhoewel deze laatste vaststelling enkel een niet-significante tendens weergeeft. 30-50-jarigen vinden een contactpersoon meer nodig dan 50plussers.

*Geslacht.* Mannen spraken vaker met derden over de test en raadden ook vaker een collega de test aan.

*Statuut en Ploegen.* Arbeiders communiceerden meer dan bedienden met derden over de vochttest en zouden deze ook vaker een collega hebben aangeraden (enkel grensignificant).

*Vorm.* Personen die de papieren versie hebben ingevuld, praatten er vaker over met derden en raadden deze meer aan aan een collega. Let wel: meer arbeiders en meer mannen hebben de papieren versie gebruikt.

→ De resultaten zijn gunstiger voor de papieren afnamevorm: men is zich sterker bewust van het eigen drankverbruik en men communiceert vaker over de testen. De resultaten kunnen mede beïnvloed zijn door de arbeiders en/of personen die vaker de papier versie hebben ingevuld.

### **Kenmerken organisatie**

De vochttest is volgens werknemers best geschikt om in de werkomgeving te worden afgenomen. 97% vindt de test makkelijk in te vullen op het werk; 91% vindt de test vlot te raadplegen voor ieder die dat wenst. 26% meent dat de test veel heeft losgemaakt, maar 61% denkt dat er naar aanleiding van de test andere activiteiten zullen volgen. Voor 69% is dat ook nodig. Amper 6% vindt dat de vochttest op een andere plaats of in een andere context beter geschikt is.

*Leeftijd.* Hier worden enkel niet-significante tendenzen vastgesteld: <30jarigen hebben een lagere score op 'veel losgemaakt' en 'andere activiteiten volgen'.

*Geslacht.* Mannen vinden meer dan vrouwen dat de test iets heeft losgemaakt in het bedrijf. Vrouwen vinden de test makkelijker in te vullen op het werk dan mannen.

*Statuut en ploegen.* Arbeiders rapporteren vaker dan bedienden dat de test minder makkelijk in te vullen valt op het werk. Let wel: meer mannen zijn arbeider.

*Vorm.* Personen die de test op computer hebben doorlopen, vinden het invullen makkelijker dan mensen die de papieren versie hebben gebruikt. Let wel: meer arbeiders hebben de papieren versie ingevuld.



- Het invullen van de test geeft meer problemen voor mannen, arbeiders en personen die de papieren versie hebben gebruikt, maar ook hier kunnen de groepskenmerken elkaar onderling beïnvloeden.
- Mannen vinden ook meer dat de test iets heeft losgemaakt in het bedrijf.

## Besluit

Het evaluatieonderzoek van de fruit-, groenten- en vochttest was kleinschalig opgevat. Niettemin werden een aantal nuttige observaties gedaan. We overlopen ze systematisch:

### **Globaal gesproken**

De testen worden in hun totaliteit zeer positief beoordeeld:

- De vormkenmerken zijn bij alle groepen goed onthaald;
- We stellen bij de respondenten beginnende effecten vast (doorgaans middelgroot) onmiddellijk na het invullen van de test;
- Er ontstaat naar aanleiding van de testen in beperkte mate communicatie over de inhoud ervan;
- Een ruime meerderheid van de werknemers vindt dergelijke testen geschikt om in een werkcontext aan te bieden;
- De testen creëren in zekere mate een behoefte aan meer activiteiten.

### **Mannen, arbeiders en mensen die in ploegen werken**

De beste resultaten worden genoteerd voor mannen, arbeiders en personen die in ploegverband werken. Bij de interpretatie van deze gegevens moet in rekening worden genomen dat in deze onderzoekspopulatie meer mannen arbeider zijn en in ploegen werken. De resultaten tonen dat de testen een groter beginnend effect resorberen, meer communicatie uitlokken, en meer verwachtingen creëren voor andere activiteiten. Toch vinden deze respondenten de testen niet zo vlot in te vullen en minder makkelijk te doorlopen op het werk.

Samengevat kan men stellen dat de testen zeker niet minder geschikt zijn voor mannen, arbeiders of personen die in ploegverband werken; het tegendeel is eerder waar.

Specifiek bij mensen in ploegendienst werd een lagere behoefte geobserveerd aan opvolging door een contactpersoon. Het is niet duidelijk waarom precies. Mogelijk spelen hier de organisatorische beslommeringen die eraan vasthangen.

De resultaten brachten naar voren dat vrouwen gemakkelijk op het werk aan dergelijke testen deelnemen. Of dit iets te maken heeft met de context voor vrouwen is niet duidelijk; het resultaat kan evengoed verklaard worden door het hoge aantal vrouwen dat werkt als bediende en het hoge aantal mannen dat arbeider is.

### **Testen van papier**

Ook al bestaat een overlap in het aantal arbeiders die de papieren versie van de test hebben ingevuld, toch zijn er voldoende op zich staande significante verschillen gevonden om de beide versies tegenover elkaar te plaatsen. De resultaten pleiten in het voordeel van de papieren afnamevorm. Personen die de test op papier invulden, vinden de test overzichtelijker, vlotter in te vullen, worden meer bewust door de test, volgen het advies vaker op, raden collega's de test vaker aan, praten er meer over met derden, vinden de test meer toegankelijk en denken meer dat er andere activiteiten zullen volgen. De verschillen zijn het meest uitgesproken voor de fruittest en voor de onmiddellijke effecten na het invullen van de test. Het is best mogelijk dat het papier dat men na het invullen van de test bezit, minder vluchtig is dan het computerresultaat, meer aanleiding heeft om over de testscore na te denken en ook meer uitnodigt om met het papier in de hand een collega aan te spreken. Uitzondering is de vochttest waar respondenten de computerversie makkelijker op het werk in te vullen vinden en er een niet-significante trend wordt vastgesteld dat het invullen op zich ook vlotter zou gaan. Wellicht kan dit worden verklaard doordat de vochttest aanzienlijk korter is.

Tot slot willen we even terugkomen op het groter aantal arbeiders dat de papieren versie heeft gebruikt. Contactpersonen uit de bedrijven, die aan het onderzoek deelnamen, gaven te kennen dat arbeiders minder toegang hadden tot het gebruik van de computer.

### **Jong en onervaren?**

Veel leeftijdsverschillen zijn er niet vastgesteld, maar de significante resultaten die geobserveerd werden, zijn minder gunstig voor <30jarigen. De resultaten zijn niet eenduidig over alle testen. Jongeren doorliepen bij de fruittest meer de computerversie, maar vinden die vaker te lang en zij die een papieren versie invulden, scoren hoger op 'moeilijk uit te rekenen'. De groentetest vinden ze minder motiverend, over de vochttest hebben ze minder gesproken met derden of collega's. Bij alle testen geldt dat zij, volgens de jongeren, minder losmaken in het bedrijf en/of minder aanleiding geven tot aanvullende activiteiten. Het verschil is moeilijk te verklaren. Misschien geloven jongeren nog niet zo erg in het sensibiliserende karakter van een test, niet op het niveau van een individu maar ook niet op het niveau van de organisatie. Indien dit zo is, zullen zij ook de kwaliteit van deze testen minder herkennen en lager inschatten. Ze concentreren zich dan bij de beoordeling vaak uitsluitend op de individuele en directe ervaring met de test. Ook het medium kan interfereren. Computers, software, e.d. creëren bij de jongste respondenten wellicht andere verwachtingen dan bij ouderen: meer in de richting van krachtig, vlot vooruitgaan, snel resultaat.

-----