
Online Afvallen

Analyse van drie interventies

Sylvie M.P. Nederend (s0156108)

Eerste begeleider: Drs. S.M. Kelders

Tweede begeleider: Dr. J.E.W.C. Van Gemert-Pijnen

Datum: 9 juli 2009

Samenvatting

Het doel van dit onderzoeksrapport is in kaart brengen van online interventies voor afvallen en nagaan of zij een goede aanvulling kunnen bieden op de reguliere zorg die als hulp bij afvallen geboden wordt. Op beschrijvende wijze wordt geanalyseerd wat de kenmerken van de gebruikers zijn en waaraan de interventie moet voldoen. Achtereenvolgens wordt een beschrijving gegeven van de statistieken van overgewicht in Nederland, wat de determinanten van overgewicht zijn, wat er bekend is over effectiviteit van verschillende behandelstrategieën en wat er bekend is over online interventies. De manier van design en achtergrond van verschillende websites wordt nagegaan en of rekening is gehouden met verschillende componenten van cognitieve gedragstherapie en psychologische factoren, waaronder neuroticisme, consciëntieusheid en depressieve gevoelens.

Het onderzoek bestaat uit interviews met ontwikkelaars/webmasters van drie websites en enquêtes die ingevuld zijn door 91 deelnemers. Hierin is gevraagd naar verschillende factoren die belangrijk zijn bij afvallen, waaraan online interventies voor afvallen volgens de gebruikers moeten voldoen en wie de gebruikers zijn. De subschalen neuroticisme en consciëntieusheid van de NEO-FFI zijn afgenomen voor het meten van deze persoonlijkheidstrekken in de populatie. De CES-D is gebruikt voor het meten van depressie en de SUS voor het meten van de gebruiksvriendelijkheid van de websites.

De bevindingen wijzen erop dat de bestaande online interventies nog te onpersoonlijk zijn en zich te weinig richten op het psychische aspect van eten. Over de huidige invulling is men verder tevreden. Deelnemers scoren gemiddeld op neuroticisme, maar beneden gemiddeld op consciëntieusheid, wat ook zelfdiscipline impliceert en boven gemiddeld op depressie. Het is belangrijk met deze psychologische factoren rekening te houden.

Over het algemeen zijn de gebruikers tevreden over de bestaande online interventies. Er is nog wel ruimte voor verbetering. Met name op het gebied van persoonlijk contact met een professional en integratie van voeding, dieet en bewegen en psychische problematiek.

Inhoud

Samenvatting	2
1 Introductie	4
1.1 Overgewicht in Nederland	4
1.2 Determinanten	4
1.3 Behandeling	7
1.4 Online interventies	8
1.5 Doel van het onderzoek	9
1.6 Vraagstelling	10
2 Methode	11
3 Resultaten	13
3.1 Interviews	13
3.2 Enquête	17
4 Conclusies	31
4.1 Onderzoeksvragen	31
4.2 Interpretatie onderzoeksgegevens	33
4.3 Conclusie	37
Referenties	38
Bijlage A: Interviewschema	43
Bijlage B: Enquête	45
Bijlage C: Interviews	67

1 Introductie

1.1 Overgewicht in Nederland

Overgewicht is een heersend gezondheidsprobleem in de westerse samenleving. In Nederland neemt het aantal personen met overgewicht toe. Volgens de statistieken van het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu [RIVM] (2008) had in Nederland in 2007 51 procent van de mannen en 40 procent van de vrouwen overgewicht, waarvan respectievelijk 10 procent en 12 procent ernstig overgewicht, ofwel obesitas. Overgewicht wordt gedefinieerd als een body mass index (BMI) van 25 of hoger en obesitas als een BMI van 30 of hoger. De BMI (ook quetelet index genoemd) wordt berekend door het gewicht (in kilogram) te delen door het kwadraat van de lengte (in meters). Volgens Bemelmans, Hoogenveen, Visscher, Verschuren & Schuit (2004) zal het aantal mensen met obesitas de komende 20 jaar met 50 procent toenemen als de huidige trend zich blijft voortzetten.

Het gevaar van overgewicht is dat het vele gezondheidsproblemen met zich meebrengt. Er is met name een samenhang met chronische aandoeningen zoals diabetes mellitus type 2, artrose en aandoeningen aan het bewegingsstelsel (Visscher, Heliövaara, Picavet, Rissanen & Seidell, 2003). Ook hartinfarcten en beroerte komen vaker voor (Gezondheidsraad, 2003). Er is zelfs een verhoogd risico op hormoongerelateerde vormen van kanker, zoals borstkanker, eierstokkanker, baarmoederkanker, prostaatkanker en kanker van de spijsverteringsorganen (Signaleringscommissie Kanker van KWF Kankerbestrijding, 2004).

Het RIVM (2008) geeft aan dat in Nederland jaarlijks circa 40.000 gevallen van hart- en vaatziekten, diabetes mellitus type 2 en kanker en circa 7.000 sterfgevallen te wijten zijn aan overgewicht. Naar verwachting geldt voor alle 40-jarige Nederlanders dat overgewicht een verlies in levensverwachting oplevert van 0,8 levensjaren (Verschuren, Hoogenveen, Kramers, Kromhout & Ocké, 2004). Behalve het verlies in levensjaren heeft overgewicht ook gevolgen op het aantal ongezonde levensjaren (Visscher et al., 2004).

Ten slotte is het terugdringen van overgewicht van belang voor de maatschappelijke kosten en de kosten in de gezondheidszorg (Visscher et al., 2004).

1.2 Determinanten

De ontwikkeling van overgewicht kent verschillende oorzaken. Onderscheid kan gemaakt worden tussen maatschappelijke factoren en persoonlijke factoren. Het RIVM (2008) definieert als belangrijkste oorzaak van overgewicht het steeds eenvoudiger worden van kiezen voor een hogere energie-inname en een lager energieverbruik. Door veranderingen in de omgeving zal dit steeds gemakkelijker worden (Van Rossum & Ocké, 2004).

Persoonlijke factoren zijn met name psychologisch en psychosociaal van aard. Relaties zijn gevonden tussen overgewicht en depressie, eetstoornissen, sociale discriminatie en slechte kwaliteit van leven (Fabricatore & Wadden, 2006). Onderzoek uit 1958 van Stunkard liet zien dat depressie een van de belangrijkste determinanten van overgewicht is, met name door het verlies van activiteit. Recent onderzoek suggereert echter dat depressie alleen bij vrouwen met overgewicht meer voorkomt dan bij mensen met normaal gewicht (Fabricatore & Wadden, 2006).

Ook is er een associatie tussen overgewicht en emotiegerelateerd eten. Bij ongeveer driekwart van de mensen met overgewicht is sprake van een affectreducerend effect van eten, met name voor negatieve emoties zoals woede, angst, eenzaamheid, verveling en depressieve gevoelens (Ganley, 1989). Bovendien geeft Ganley in zijn review aan dat dit emotie-eten gerelateerd is aan stress en daarmee episodisch van aard is. Ook Rutters, Nieuwenhuizen, Lemmens, Born en Westerterp-Plantenga (2008) laten in hun onderzoek naar stress en eetgedrag zien dat er een relatie is tussen stress en emotie eten. Met name bij kwetsbare personen die disinhibitie van eten vertonen en gevoelig zijn voor chronische stress. Puhl en Brownell (2006) laten zien dat eten ook een veel voorkomend copingmechanisme is bij omgaan met stigmatisatie door de omgeving. Dit houdt het overgewicht in stand en men komt in een neerwaartse spiraal.

Eetstoornissen die uit onderzoek met overgewicht naar voren komen zijn binge eating disorder (BED) en night eating syndrome (NES) (American Psychiatric Association [APA], 2000). Cognitieve gedragstherapie en interpersoonlijke psychotherapie bewerkstelligen een significante reductie in binges bij BED (Stunkard, 2002).

Persoonlijkheid speelt mogelijk ook een rol bij het ontwikkelen en in stand houden van overgewicht. Onderzoek van Elfhag en Morey (2007) is verricht naar de relatie tussen eetgedrag en persoonlijkheid, met behulp van de Dutch Eating Behaviour Questionnaire en de NEO PI-R (personality inventory, revised) van Costa en McCrae (1992), die de vijf persoonlijkheidsdimensies neuroticisme, extravertie, openheid, altruïsme en consciëntieusheid meet. Hieruit is gebleken dat neuroticisme, ofwel emotionele instabiliteit gerelateerd is aan emotie-eten. De interpretatie hiervoor is dat neuroticisme samenhangt met depressieve gevoelens, wat eetgedrag oproept, en impulsiviteit, wat lagere zelfdiscipline met betrekking tot eten impliceert. Mensen met overgewicht blijken meer impulsief te zijn dan mensen met normaal gewicht (Nederkoorn, Smulders, Havermans, Roefs & Jansen, 2006).

In het zelfde onderzoek van Elfhag en Morey (2007) bleek onderdrukken van eten (restrained eating) vooral gerelateerd aan hogere consciëntieusheid, en ook lager neuroticisme, meer extravertie en openheid. Consciëntieusheid hangt samen met meer zelfdiscipline en doelmatig, ambitieus, ordelijk en systematisch nastreven van doelen. Over het algemeen zijn dit personen met stabiele emoties, behoefte aan sociale interactie en openheid voor vele ervaringen. Onderdrukken van eten wordt echter ook aangenomen als risicofactor voor het ontwikkelen van eetstoornissen (Howard & Porzelius,

1999). Dit geldt met name voor mensen met normaal gewicht. Bij overgewicht blijken het positieve persoonlijkheidstrekken te zijn, die passend gedrag bewerkstelligen om af te vallen.

Provencher, Bégin, Gagnon-Girouard, Tremlay, Boivin en Lemieux (2007) hebben onderzoek verricht naar de relatie tussen persoonlijkheidskenmerken, eetgedrag en BMI met behulp van de NEO-FFI (Five-Factor Inventory) (Costa & McCrae, 1992) en de Three-Factor Eating Questionnaire. Betreft persoonlijkheidskenmerken was alleen consciëntieusheid positief gerelateerd aan BMI. Echter de personen met een hoger BMI werden ook gekarakteriseerd als meer doelbewust, vastberaden en met meer wilskracht. Consciëntieusheid was positief gerelateerd aan cognitieve dieetbeperking (cognitive dietary restraint), waarbij een hogere score op cognitieve dieetbeperking een bewuste controle van voedselinname reflecteert. Daarnaast vonden Provencher et al. (2007) een positieve correlatie tussen body-esteeem appearance en BMI. Neuroticisme bleek positief gerelateerd aan disinhibitie en gevoeligheid voor honger. Negatieve relaties zijn geobserveerd tussen extraversie en disinhibitie en extraversie of 'agreeableness' en gevoeligheid voor honger.

Meerdere studies geven aan dat persoonlijkheidstrekken gerelateerd aan neuroticisme, of negatieve affectiviteit en emotionele instabiliteit, significante voorspellers zijn van disinhibitie en gevoeligheid voor honger (Elfhag, 2005; Gendall, Joyce, Sullivan & Bulik, 1998; Heaven, Mulligan, Merrilees, Woods & Fairouz, 2001; Van den Bree, Przybeck & Robert, 2006; Van Strien, Frijters, Roosen, Knuijman-Hijl & Defares, 1985).

Provencher et al. (2007) maken de kanttekening dat vrouwen die de algemene neiging hebben om negatieve affectiviteit te beleven, gevoelig zouden kunnen zijn om moeilijkheden in hun psychologisch functioneren te ondervinden. Neuroticisme kan aanleg tot psychologische verstoringen weergeven, wat uiteindelijk gerelateerd kan zijn aan abnormale eetgewoonten. Wanneer levenservaringen met grotere emotionaliteit beleefd worden kan het zijn dat deze mensen zich sneller depressief of ontevreden met hun uiterlijk voelen.

In een onderzoek van Larsen, Geenen, Maas, De Wit, Van Antwerpen, Brand en Van Ramshorst (2004) komt geen relatie naar voren tussen gewichtshandhaving en persoonlijkheid na een chirurgische ingreep voor morbide obesitas.

Resultaten uit onderzoek tussen persoonlijkheid en gewicht en eetgedrag zijn dus, op neuroticisme na, niet eenduidig. Hoewel persoonlijkheid een slecht beïnvloedbare determinant is, is het wellicht toch interessant hiernaar onderzoek te verrichten. De constructen neuroticisme en consciëntieusheid worden in dit onderzoek gemeten bij personen die deelnemen aan een online afvalprogramma (zie paragraaf 1.4). Neuroticisme enerzijds om na te gaan of personen met overgewicht die deelnemen aan de online interventies hoger scoren op dit construct dan de gemiddelde bevolking en anderzijds of deze personen baat hebben bij het online programma en waarom. Het aspect emotie-eten, wat zoals aangegeven door Elfhag en Morey (2007) gerelateerd is aan neuroticisme wordt niet specifiek gemeten, omdat er geen geschikt meetinstrument voorhanden is. Ook wordt gekeken hoe de online interventie met neuroticisme omgaat, omdat het mogelijk een belangrijke factor is voor succes bij de

deelnemers. Consciëntieusheid wordt gemeten om te zien of personen die aan online afvalinterventies deelnemen hoger scoren op dit construct dan de gemiddelde bevolking. Bovendien is het interessant om na te gaan of meer consciëntieuze personen meer succes ervaren bij het volgen van het programma, aangezien Provencher et al. (2007) aangeven dat consciëntieusheid mogelijk een bepalende factor is voor het hebben van een goed bewustzijn over voedselinname. Ook wordt nagegaan of de online interventies zelf rekening houden met het construct consciëntieusheid. Het is van belang deze beide constructen te meten om te kunnen beoordelen of deze populatie verschilt van de gemiddelde populatie op dit gebied. In dat geval is het zeer belangrijk dat online interventies voor afvallen in ieder geval rekening houden met deze persoonlijkheidsfactoren of zelfs erop inspelen en trachten ze te modificeren.

1.3 Behandeling

De drie algemene behandelingsstrategieën voor overgewicht zijn gedragsmatig, farmacologisch en operatief. Daarbij geldt dat farmacologisch en operatief ingrijpen pas bij ernstige obesitas wordt aangeraden (National Institutes of Health [NIH], 2000). Onder gedragsmatige strategieën vallen dieet, beweging en gedragstherapie. Meest effectief blijken multidisciplinaire programma's bestaande uit cognitieve gedragstherapie en regelmatige ontmoetingen met een professional (Powell, Calvin & Calvin, 2007). Wadden (1993) geeft de belangrijkste componenten aan van een dergelijke cognitieve gedragstherapie, namelijk zelf-monitoring, probleem oplossen, voedingseducatie, stimulus controle, cognitieve herstructurering, langzamer eten en meer beweging. Zelf-monitoring van fysieke activiteit en voedselinname, met daarbij monitoring van gedachten en emoties met betrekking tot voedsel en eten, kan een patiënt inzicht geven in het eigen gedrag en de gedachten en de vooruitgang bijhouden. Probleemoplossend vermogen kan helpen deze geïdentificeerde problemen aan te pakken. Stimulus controle houdt in dat men veranderingen in de omgeving aanbrengt die kunnen bijdragen aan afvallen. Bovendien is het belangrijk dat haalbare doelen worden gesteld (Cooper & Fairburn, 2002) zodat door behalen van deze doelen de zelf-effectiviteit en motivatie vergroot worden.

Wat betreft persoonlijkheid geven Elfhag en Morey (2007) aan dat het belangrijk is de zelfdiscipline en impulscontrole te trainen, zodat men minder snel toegeeft aan externe signalen van eten en de behoefte aan emotie-eten. Dit omdat neuroticisme en overgewicht veelal samenhangen.

Provencher et al. (2007) suggereren ook dat het belangrijk is bij een interventie voor afvallen eetgedrag en psychologische factoren te integreren. Naast persoonlijkheidsfactoren als consciëntieusheid en neuroticisme, die moeilijk modificeerbaar zijn, kunnen variabelen van psychologisch functioneren relevante klinische doelen zijn om eetgedrag aan te passen. Begin, Gagnon-Girouard, Provencher, & Lemieux (2006) geven aan dat in deze context een directe focus op dysforie (sombere grondstemming), body esteem en emotieregulatie goed in een interdisciplinair model van behandeling past.

Erg belangrijk bij gewichtsverlies is de preventie van terugval. Recente reviews suggereren dat aanvankelijk gewichtsverlies andere gedragsstrategieën vereist dan gewichtshandhaving (Wadden, Butryn & Byrne, 2004; Wing & Phelan, 2005; Jeffery, et al., 2000).

De reguliere weg om af te vallen is via de huisarts of diëtist. Echter niet iedereen met overgewicht neemt de stap om naar een professional te gaan. Redenen hiervoor zijn niet bekend. Daarom, en omdat overgewicht epidemische vormen begint aan te nemen, is er behoefte aan praktische betaalbare en schaalbare interventiestrategieën, die bovendien effectief gewichtsverlies kunnen handhaven (Svetkey, et al., 2008).

1.4 Online interventies

Een studie naar online afvallen van Harvey-Berino, Pintauro, Buzzell en Gold (2004) heeft aangetoond dat er geen verschil was in gewichtsverlies tussen een internet-based interventie en een door een therapeut geleide groep. Ook is aangetoond dat internet-based interventies een gemakkelijke, flexibele en kosteneffectieve manier zouden kunnen zijn om een grote populatie te bereiken (Glasgow, et al. (2007).

Uit onderzoek van Svetkey et al. (2008) naar handhaving van gewichtsverlies is gebleken dat persoonlijk contact significant betere resultaten op de langere termijn oplevert dan een interactief technologiegebaseerde (internet) interventie. Bovendien blijkt uit onderzoek van Harvey-Berino et al. (2002) dat bij een twaalf maanden durende internet interventie voor gewichtshandhaving, personen in de internetconditie significant meer in gewicht toenamen dan degenen die persoonlijk contact met een professional hadden. Resultaten zijn dus niet eenduidig.

In de studie van Glasgow, et al. (2007) bleek dat personen met een gediagnosticeerde chronische ziekte meer bereid zijn aan een online programma deel te nemen dan gezonde personen. Onbekend is echter of dit ook voor overige strategieën voor afvallen geldt. Aangezien obesitas ook kan worden gezien als een chronische aandoening wordt in dit onderzoek gemeten of personen met obesitas meer gemotiveerd zijn dan mensen met een BMI<30.

De Rouck, Jacobs en Leys (2008) geven aan dat e-health support nog lang niet altijd voldoende is aangepast aan de behoeften van de gebruikers. Ook Waller, Franklin, Pagliari en Greene (2006) onderkennen dit probleem. De Rouck et al. (2007) hebben een methodologisch model gepresenteerd voor het opzetten van e-health support. Daarin komt het belang naar voren van user-centered design waarbij een needs-assessment uitgevoerd dient te worden door middel van literatuurstudie en direct contact met de doelgroep. Hoewel het model gebaseerd is op homecare en telemedicine, kan deze manier van design een belangrijke bijdrage leveren aan de ontwikkeling van goede internetinterventies in het algemeen. Om het doel van een interventie te bereiken is het belangrijk hoe de interventie is opgebouwd en wat de gebruiksvriendelijkheid van de website is. In dit onderzoek wordt daarom de

manier van design en de keuze voor de opzet van het programma van verschillende onderzochte online interventies in kaart gebracht.

In Nederland bestaan verschillende websites die hulp bieden bij afvallen. Een aantal hiervan is gratis en dus vrij toegankelijk voor iedereen. Een deel is betaald en het merendeel biedt zowel gratis als betaalde mogelijkheden. Over het algemeen bieden de (gedeeltelijk) betaalde websites getailorde services zoals persoonlijk contact via e-mail of persoonlijke voedingsplannen en bewegingsprogramma's. Uit onderzoek blijkt dat zulke getailorde informatie, ofwel toegesneden op de behoefte en kenmerken van de gebruiker, effectiever is in het veranderen van gezondheidsgedrag (Kreuter, Farrell, Olevitch & Brennan, 2000).

1.5 Doel van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is nagaan of online afvallen werkt en voor wie het een goede manier is. Daarvoor worden allereerst de achtergrond, manier van design en redenen voor de gekozen opzet van het programma nagegaan. Van belang is ook wat de denkwijze achter de gekozen afvalstrategie is en of dit op een specifieke doelgroep is gericht. Vervolgens wordt gekeken of de websites rekening hebben gehouden met de verschillende factoren waarvan uit de literatuur blijkt dat ze belangrijk zijn bij afvallen. Daarin worden de componenten van cognitieve gedragstherapie zoals aangeduid door Wadden (1993) meegenomen, namelijk zelf-monitoring, probleem oplossen, voedingseducatie, stimulus controle, cognitieve herstructurering, eten en beweging en ook het stellen van haalbare doelen zoals aangegeven door Cooper & Fairburn (2002). Ook wordt gekeken of aandacht wordt besteed aan terugvalpreventie, wat erg belangrijk is zoals aangegeven door onder anderen Wadden et al. (2004). Naast cognitieve en gedragsmatige factoren wordt nagegaan of rekening wordt gehouden met psychologische factoren, waaronder de persoonlijkheidseigenschappen neuroticisme en consciëntieusheid en depressieve gevoelens.

Vervolgens wordt de gebruikers gevraagd naar de effectiviteit en hun mening over het programma. Met die informatie kan meer inzicht in de bestaande programma's worden verkregen en mogelijk kunnen programma's er ook mee verbeterd worden. Ook worden de persoonseigenschappen neuroticisme en consciëntieusheid en ook depressieve gevoelens in kaart gebracht. Hierbij wordt gekeken of de populatie die aan internetinterventies deelneemt hierop op een bepaalde manier scoort, of aan bepaalde eigenschappen speciaal aandacht zou moeten worden besteed en of online afvallen voor personen met bepaalde eigenschappen beter werkt dan voor anderen. Body-esteem en emotie-eten worden niet meegenomen. Dit valt buiten het bereik van dit onderzoek.

1.6 Vraagstelling

Zoals aangegeven wordt getracht in kaart te brengen wie de gebruikers zijn van de betreffende websites, welke psychologische constructen bij hen naar voren komen en wat de ervaren effecten van de online interventie zijn. De persoonskenmerken van de gebruikers worden in kaart gebracht om na te gaan of er sprake is van een specifieke populatie die gebruik maakt van online afvallen. Ook wordt nagegaan in hoeverre de websites rekening houden met en inspelen op belangrijke psychologische constructen. Bovendien wordt gekeken naar de toegevoegde waarde van de verschillende onderdelen in de interventies en op welke manier deze zijn ontwikkeld.

Op basis van de literatuurstudie zijn een aantal onderzoeksvragen opgesteld. Zowel betreft de ontwikkeling van de interventies als de kenmerken van de gebruikers en de effectiviteit voor hen.

- Ontwikkeling van de interventie
 - Op welke manier zijn de online interventies voor afvallen ontwikkeld?
 - Is er sprake van user-centered design?
 - Is er rekening gehouden met de psychologische constructen consciëntieusheid en neuroticisme en op welke manier?
 - Wordt er aandacht besteed aan psychologisch functioneren, met name dysforie, body esteem en emotieregulatie?
 - Wordt er aandacht besteed aan de volgende onderdelen: zelf-monitoring, probleem oplossen, voedingseducatie, stimulus controle, cognitieve herstructurering, langzamer eten, meer beweging, haalbare doelen stellen, zelfdiscipline en impulscontrole?
 - Is terugvalpreventie een onderdeel van de interventie en op welke manier?
- Gebruikers
 - Wie zijn de gebruikers van online interventies voor afvallen (demografische kenmerken)?
 - Wijken zij af van de gemiddelde populatie op grond van de psychologische constructen neuroticisme en consciëntieusheid?
 - Hebben zij meer dan gemiddeld last van depressieve gevoelens en gedachten?
 - Wat is de ervaren effectiviteit van de online interventie?
 - Hoe is de ervaren gebruiksvriendelijkheid (usability) van de website?

2 Methode

Een zoekactie via Google met de trefwoorden ‘afvallen online’, ‘afvallen coach online’, ‘dieet online’, ‘dieet coach online’, ‘afvallen internet’, ‘online afvallen’, ‘afvallen online forum’ en via de websites ‘afvallen.startpunt.nl’ en ‘afvallen.favorietje.nl’ heeft 16 bruikbare Nederlandse websites opgeleverd. De inclusiecriteria waren dat de betreffende website ten minste een hulpmiddel biedt bij het afvallen, met uitzondering van het aanbieden van een bepaald dieet. Onder hulpmiddel wordt hier verstaan de mogelijkheid tot het opstellen van een persoonlijk plan, het bijhouden van een eet- en/of beweegdagboek, een discussieforum of contact met een professional. Van alle websites zijn de verantwoordelijken benaderd om deel te nemen aan een interview, telefonisch of bij hen op locatie. Bovendien is gevraagd op de website een link te plaatsen naar een online enquête waaraan de bezoekers van de website kunnen deelnemen. Drie websites waren bereid deel te nemen aan een telefonisch interview en een enquête bij de deelnemers, namelijk Nooitmeeropdieet.nl, Valtaf.nl en Weightwatchers.nl (Weightwatchers online). Hiervan zijn er twee gedeeltelijk gratis en een geheel betaald.

Nooitmeeropdieet.nl is een website die verbonden is aan een niet online programma. Het programma richt zich geheel niet op diëten, maar op onderliggende emotionele en cognitieve oorzaken die met het overgewicht samenhangen. Daarom past het toch goed in dit onderzoek. Het programma is op basis van een boek. Er worden opdrachten gedaan en daarbij is begeleiding. Men kan kiezen voor een groepstraining of e-coaching, waarbij de nadruk ligt op het onderzoeken van de oorzaak van het overgewicht. Online staan ook artikelen en is een forum en internetgroep waar deelnemers hun eigen pagina hebben.

Valtaf.nl is een online club van afvallers die geen bepaald dieet aanbeveelt. Deelnemers kunnen elk gewenst dieet volgen. Als hoofdonderdeel heeft iedere deelnemer een profielpagina met daarin een eetdagboek en beweegdagboek en een calorietabel. Ook kunnen deelnemers buddy’s maken voor steun van en aan andere deelnemers, zijn er verschillende clubs en fora en een weblog van voedingsdeskundigen. Als men gebruik maakt van een abonnement kan men vragen stellen aan een voedingsdeskundige en gebruik maken van dagmenu’s en extra informatie.

Weightwatchers.nl is een online vertaling van het niet online programma van Weightwatchers dat al jaren bestaat. Men werkt met een puntensysteem dat gelinkt is aan een voedingsdatabase. Ook hier is sprake van een eet- en beweegdagboek. Er is een forum en praktische informatie, waaronder recepten en verschillende studies en deelnemers krijgen feedback door middel van een resultaatengrafiek.

Het interviewschema is terug te vinden in bijlage A. Het is opgesteld op basis van de vraagstelling. De concepten die worden ugevraagd zijn de achtergrond van de website, met welke achterliggende gedachte het programma is opgesteld, de reden van keuze voor de aangeboden onderdelen, wie de doelgroep is en of het programma hierop goed afgestemd is. Bovendien wordt gevraagd welke

factoren volgens de programmamakers van belang zijn bij afvallen en of er rekening gehouden is met de factoren waarvan uit de literatuur blijkt dat ze belangrijk zijn. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de gedragsmatige en cognitieve factoren, de persoonlijkheidseigenschappen neuroticisme en consciëntieusheid en depressieve gevoelens. Ook wordt gevraagd naar de sterke en zwakke punten van het bestaande programma, hoe er gebruik wordt gemaakt van vormgeving en technologische mogelijkheden, wat de makers zelf vinden van de gebruiksvriendelijkheid van het programma en of er gegevens bekend zijn over effectiviteit. Naar vormgeving en met name technologische mogelijkheden wordt gevraagd om na te gaan of een online programma een meerwaarde zou kunnen bieden boven een regulier programma voor afvallen.

De enquête is ingevuld door 91 respondenten, waarvan 69 respondenten de enquête geheel hebben afgerond. Drie respondenten waren afkomstig van *Nooitmeeropdieet.nl* (3,3 procent), 51 van *Valtaf.nl* (56 procent) en 37 van *Weightwatchers.nl* (40,7 procent). De leeftijd varieerde van 19 tot 61 jaar met een gemiddelde van 38 en een standaarddeviatie van 10,8. De mediaan is 39 jaar. Vier respondenten waren mannelijk en 87 vrouwelijk, respectievelijk 4,4 en 95,6 procent. Betreft deze demografische gegevens was er geen verschil tussen de respondenten van de drie websites. De enquête is te vinden in bijlage B en had betrekking op de volgende onderdelen. Demografische en persoonlijke informatie, waaronder ook de motivatie om deel te nemen aan een online programma. Dit om in kaart te brengen wie de gebruikers van online interventies voor afvallen zijn. Een vragenlijst met betrekking tot de mening van de deelnemers over de verschillende onderdelen die de website aanbiedt en over onderdelen die niet aangeboden worden, maar die volgens de literatuur wel van belang zijn bij afvallen. Er wordt gevraagd naar het bijhouden van een dagboek, het bijhouden van gedachten en gevoelens in het dagboek, gebruik van een forum, de mogelijkheid tot contact met een professional, een persoonlijk dieetplan en bewegingsplan, hulp bij het stellen van haalbare doelen, feedback en wat men vindt van de aandacht die wordt besteed aan voeding, terugvalpreventie en psychologische aspecten. De subschalen neuroticisme en consciëntieusheid van de NEO-FFI (Costa & McCrae, 1992) worden afgenomen om betreffende persoonlijkheidsconstructen bij de deelnemers te meten. Depressie wordt gemeten met behulp van de Center of Epidemiologic Studies Depression Scale (CES-D) (Radloff, 1977). Voor het meten van de gebruiksvriendelijkheid (usability) van de website wordt de System Usability Scale (SUS) gebruikt (Brooke, 1986).

De interviews zijn geanalyseerd, waarbij de responsen van deelnemers van de drie websites met elkaar en met de resultaten van de literatuurstudie worden vergeleken. Ook de analyse van de gebruikers en hun mening over de programma's wordt hiernaast gelegd, waarna geanalyseerd kan worden voor wie online afvallen een goede interventie is en of de betreffende websites aanbieden waar behoefte aan is bij de deelnemers. De verschillende onderdelen waaruit de enquête bestaat worden geanalyseerd met SPSS Versie 16 en de vragenlijsten NEO-FFI, CES-D en SUS worden getest op significantie door middel van ANOVA en t-toetsen.

3 Resultaten

3.1 Interviews

Uit de interviews bleek dat de drie websites een zeer verschillende insteek hebben wat betreft het benaderen en ook het behandelen van het probleem van overgewicht. Per uitgevraagd construct worden hier de kernpunten zoals aangegeven door de verschillende websites weergegeven. Een uitgebreid verslag van de interviews is terug te vinden in bijlage C.

Achtergrond van de website

Opvallend is dat alle drie de websites gekozen hebben voor een insteek of heel duidelijk op voeding of juist op het psychologische aspect van eten. Een combinatie komt niet voor. Valtaf.nl is eigenlijk door toeval ontstaan, door een programma dat voor één persoon online was gezet als hulp bij het afvallen. Inmiddels is het een community website waarop men van alles wat met diëten en bewegen te maken heeft kan bijhouden. Er zit geen specifieke denkwijze achter. Het bleek een succes op internet en daarom is het gedeeltelijk gecommercialiseerd. Weightwatchers.nl is een online versie van het programma van Weightwatchers dat al jaren in groepstrainingen wordt uitgevoerd. Het gaat met name om de sociale steun van de groep. Verder is het gericht op een voedingsprogramma op basis van punten. Nooitmeeropdieet.nl richt zich op het psychologische aspect en de oorzaken en achtergrond van overgewicht of andere problemen met eten. Juist vanwege die filosofie willen zij zich niet bezig houden met diëten, maar met beter in je vel komen zitten en tegelijkertijd ook bewuster met voeding omgaan.

Zelf geven de websites verschillende factoren aan die zij belangrijk achten bij afvallen. Weightwatchers online noemt discipline, een voedingsprogramma, beweging en sociale steun. Valtaf.nl noemt sociale steun en praktische invulling in het dagelijks leven van een gezonde leefstijl. Nooitmeeropdieet.nl vindt het belangrijk dat mensen niet echt op dieet gaan en het hele eetpatroon veranderen, maar kleine stapjes nemen. Ook goed leren luisteren naar het eigen lichaam hoort daarbij en de psychologische factoren eigenliefde, eigenwaarde en zelfvertrouwen.

Opvallend is dat geen van de websites vooraf een needs-assessment heeft uitgevoerd. Weightwatchers online is overgenomen van een bestaand regulier programma. Valtaf.nl is uit toeval ontstaan en nooitmeeropdieet.nl is uit eigen visie en hulpverleningsachtergrond opgebouwd. Gedurende het bestaan van de programma's wordt inzicht verkregen in de behoeften van de doelgroep door onder andere marktonderzoeken en tevredenheidsonderzoeken.

Doelgroep

Alle drie de websites richten zich met name op vrouwen. Bij Weightwatchers online is 96 procent vrouw en bij valtaf.nl is dat 90 procent. Zij geven aan dat mannen op een andere manier met afvallen omgaan. Ook bij Nooitmeeropdieet.nl is het grootste deel vrouwen en bij Nooitmeeropdieet.nl en Weightwatchers.nl richt men zich op vrouwen tussen de 25 en 55 jaar. Allemaal werken zij niet met

eetstoornissen, maar ernstige obesitas wordt wel toegelaten. Voornamelijk wordt als reden hiervoor gegeven dat deze mensen vaak al veel geprobeerd hebben en deze manier hopelijk een verbetering kan opleveren. Bij Valtaf.nl gaat men vanwege de grote gebruikersaantallen veelal uit van eigen verantwoordelijkheid en controleert er dus niet op. Wel weten zij dat deze deelnemers vaak ook bij een diëtiste in behandeling zijn. Ook bij weightwatchers online zit wel een check op eetstoornissen, een BMI lager dan 18 en zwangerschap, maar niet op morbide obesitas. Nooitmeeropdieet.nl geeft aan voornamelijk met mensen te werken die al veel diëten hebben geprobeerd en dat deelnemers een bepaalde mate van zelfreflectie moeten hebben om hun eetgedrag onder de loep te nemen. Weightwatchers online geeft bovendien nog aan dat de doelgroep qua demografische kenmerken overeen komt met de groep die deelneemt aan het reguliere niet-online programma van Weightwatchers.

De doelgroep wordt in alle gevallen voornamelijk via internet bereikt, via zoekmachinemarketing en in sommige gevallen ook via e-mailmarketing, links en banners. Het gaat dus om een groep die op internet actief is en veelal al met computers kan werken. Bovendien geven alle drie de websites aan dat de anonimiteit en de laagdrempeligheid van een internetprogramma waardevol voor de doelgroep is.

Componenten van cognitieve gedragstherapie

Alle drie de websites geven aan dat zelf-monitoring een belangrijk onderdeel is. Bij Valtaf.nl en Weightwatchers online gaat het daarbij om inzicht te krijgen in het eetgedrag en controle te houden over de energie inname en het verbruik. Dit gebeurt in beide gevallen met behulp van een online dagboek dat gelinkt is aan een systeem waarin men calorieën kan tellen. Bij Nooitmeeropdieet.nl is zelf-monitoring ook belangrijk, maar dan op het gebied van gedachten en gevoelens rondom eten, dat in een eetschema wordt bijgehouden.

Aan probleemoplossende vaardigheden wordt op een praktische manier aandacht besteed. Nooitmeeropdieet.nl geeft aan dat het hoort bij oorzaken van eetgedrag opsporen en daarbij voor jezelf oplossingen zoeken. Ook het onderzoeken van gevoelens en gedachten hoort daarbij. Valtaf.nl en Weightwatchers online geven beide praktische tips om bijvoorbeeld met moeilijke momenten om te gaan en feestjes en dergelijke. Er wordt dus niet zozeer aan probleem oplossende vaardigheden in het algemeen gewerkt, maar meer handreikingen gedaan om met veel voorkomende problemen om te gaan.

Aan voeding en beweging wordt bij Valtaf.nl en Weightwatchers online veel aandacht besteed. Wat betreft voeding gaat het met name om het bijhouden van calorieën, maar er worden ook veel artikelen online geplaatst over gezonde voeding en afslanken. Tailoring van informatie vindt bij Weightwatchers online gedeeltelijk en geautomatiseerd plaats, namelijk betreft de fase waarin de deelnemer zit. Als men bij Valtaf.nl gebruik maakt van een abonnement dan krijgt men een voedingsplan. Informatie wordt dan getailord aangeboden, dus op het leefpatroon van de deelnemer afgestemd. Nooitmeeropdieet.nl besteedt geen aandacht aan voeding, maar wel aan beweging. Naast

meer beweging in het dagelijks leven brengen, zoals de trap nemen in plaats van de lift, wordt de nadruk gelegd op het vinden van een manier van bewegen waar de deelnemer plezier aan beleeft. Aan voedingseducatie wordt bewust geen aandacht besteed in verband met het loskomen van de preoccupatie met eten. Tailoring van informatie komt ook hier gedeeltelijk voor, in de vorm van kijken welke methodes goed bij een deelnemer passen.

Stimulus controle vinden alle drie de websites een belangrijk onderdeel. Bij Nooimeeropdieet.nl is dit tweeledig, namelijk enerzijds leren omgaan met onvermijdelijke stimuli in de omgeving en anderzijds het jezelf minder moeilijk maken door bepaalde stimuli uit de omgeving weg te halen.

Wat betreft cognitieve herstructurering zijn de meningen verdeeld. Valtaf.nl geeft aan hier niet veel mee te doen. Dat is volgens hen meer de psychologische kant en daar richten zij zich niet op. Weightwatchers online noemt het de basis van het programma. Deelnemers krijgen geen menu's, maar moeten met behulp van de voedingsdatabase hun eigen voedingspatroon opnieuw gaan inrichten, waardoor een structurele gedragsverandering teweeggebracht moet worden. Bij Nooimeeropdieet.nl is het ook de achterliggende gedachte. Deelnemers werken structureel aan het veranderen van gedachtepatronen met betrekking tot voedsel en eetgedrag.

Bij het stellen van haalbare doelen worden alle deelnemers in meer of mindere mate begeleid. Weightwatchers online doet dit door middel van realistische doelen stellen voor de gewichtsvermindering. Bij Valtaf.nl geldt dit niet in het gratis gedeelte, maar bij een abonnement worden de deelnemers bij het stellen en behalen van doelen begeleid. Ook Nooitmeeropdieet.nl noemt dit als belangrijke factor. Kleine stappen maken wordt aangeraden en zichzelf belonen. Belangrijk is de succesbeleving door het behalen van de gestelde doelen.

Terugvalpreventie wordt door alle websites als een zeer moeilijk te beïnvloeden, maar belangrijke determinant gezien. Bij Nooitmeeropdieet.nl wordt getracht de gehele leefstijl en denkstijl betreft voeding blijvend te veranderen om zo terugval in oude gewoonten tegen te gaan. Bij Weightwatchers online gaat men een nieuwe fase in op het moment dat men op gewicht is om het lichaam zagezegd in een andere modus te krijgen. Dit is een nazorgprogramma van zes weken. Valtaf.nl geeft veel tips tegen terugval, maar geeft aan dat veel deelnemers niet meer op de website komen als ze op gewicht zijn.

Psychologische factoren

De psychologische achtergrond is hetgeen waar het naar eigen zeggen bij Nooitmeeropdieet.nl om gaat. Deelnemers moeten naar de oorzaak van hun eetgedrag zoeken. Men gaat met onbewuste processen en emoties aan de slag. Daarbij hoort bijvoorbeeld ook depressie. Op Valtaf.nl worden eens in de maand een column geplaatst door een psychologe, maar verder wordt geen aandacht besteed aan psychologische factoren bij afvallen. Ze zijn wel op de hoogte dat veel deelnemers last hebben van eetbuien en emotie-eten, maar hebben nog geen manier gevonden om daar online iets mee te doen. Ook bij Weightwatchers online wordt er geen aandacht aan besteed en kan men bijvoorbeeld ook geen contact hebben met een coach.

Persoonlijkheidskenmerken en dan met name neuroticisme en consciëntieusheid wordt door geen van de websites als aandachtspunt gezien. De aanpak van Nooitmeeropdieet.nl sluit hierbij mogelijk nog het meest aan, al wordt er niet expliciet aandacht aan besteed. Nooitmeeropdieet.nl noemt als aandachtspunt nog perfectionisme wat bij veel van de deelnemers voorkomt.

Sterke punten

Nooitmeeropdieet.nl noemt als sterkste punt het ontspannen met eten om leren gaan. Valtaf.nl vindt het belangrijk dat het eerste gedeelte gratis is en dus voor iedereen toegankelijk. Bovendien noemen zij het aanbieden van goede informatie en de uitgebreidheid, waardoor iedereen op zijn eigen manier van de website gebruik kan maken. Ook Weightwatchers online noemt de uitgebreidheid als sterk punt en wijst daarbij op compleetheid door de vele features.

Verbeterpunten

Wat betreft verbeterpunten noemt Weightwatchers online dat het sterke punt, namelijk de compleetheid, ook het zwakke punt is. Mensen verdwalen soms op de website. Ze geven aan wel continu met ontwikkeling bezig te zijn en dat geprobeerd wordt overbodige features te verwijderen om het overzichtelijker te maken. Ook geven zij aan dat de hoofdreden dat mensen opzeggen het missen van contact met een professional is. In de toekomst wil men daar iets mee doen door eventueel geautomatiseerde semipersoonlijke berichten of werkelijk persoonlijk contact. Ook Valtaf.nl noemt het missen van persoonlijk contact als grootste verbeterpunt. Vooral in verband met de motivatie van deelnemers. Ook zij zoeken naar een oplossing om er in de toekomst iets mee te kunnen doen. Bovendien zouden ze nog beter afgestemde dagmenu's willen aanbieden, dus meer tailoring. Nooitmeeropdieet.nl geeft juist aan dat het daadwerkelijk afvallen nog een probleem is. Vanuit hun filosofie willen ze geen aandacht aan diëten besteden, maar merken ook dat deelnemers, ondanks hun betere verhouding met eten, niet of niet voldoende afvallen. Dat is wel het doel, maar men weet nog niet hoe dit aan te kunnen pakken. Wel wordt gewerkt aan een boek voor ouders en kinderen om de basis van de relatie met eten al in de kindertijd goed te krijgen. Ook zouden zij graag nog meer aandacht gaan besteden aan het spirituele in verband met het zoeken naar blokkades.

Gebruiksvriendelijkheid en effectiviteit

Door Weightwatchers online wordt elk half jaar een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd. Zij geven aan dat jongere en meer reguliere gebruikers over het algemeen het meest tevreden zijn over het gebruik van de website. Wel blijkt dat veel mensen het ingewikkeld vinden om elke dag het dagboek in te vullen en veel mensen haken daarom binnen drie weken af. Na drie weken krijgt men er meer handigheid in en haakt ook minder snel af. Wat betreft de effectiviteit zijn geen directe gegevens bekend, maar men geeft aan dat uit onderzoek in Amerika is gebleken dat afvallen in een groep drie keer zo effectief blijkt te zijn als alleen. Ook Valtaf.nl geeft aan dat het programma ingewikkeld kan zijn voor mensen die niet heel goede computervaardigheden hebben. Er zijn iets te veel features. Ze proberen daarom zoveel mogelijk hulpteksten te plaatsen. Betreft de klanttevredenheid wordt aangegeven dat die heel goed is en dat online een warm gevoel heerst. Nooitmeeropdieet.nl laat

deelnemers een evaluatieformulier invullen en geeft aan dat zij vaak heel tevreden zijn. Wel is de tevredenheid hoger bij de groepstraining die zij ook aanbieden dan bij de e-coaching. Ook is de uitval bij de e-coaching wat hoger. Wat betreft het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid vindt op het moment ontwikkeling plaats. Er wordt vooral aandacht besteed aan meer persoonlijk contact via de e-mail en interactiviteit door middel van webinars, een internetgroep en chatsessies. Wel wordt genoemd dat enige handigheid met internet vereist is, maar door de kleinschaligheid kan veel persoonlijk uitgelegd worden. Betreft effectiviteit boekt men zoals aangegeven goede resultaten op het gebied van psychologische aspecten, maar minder goed wat betreft afvallen zelf.

Technologische mogelijkheden en vormgeving

Bij Nooitmeeropdieet.nl wordt internet puur als ondersteuning gezien, omdat het extra mogelijkheden kan bieden. Zij vinden het prettig dat mensen op meerdere vlakken terecht kunnen, maar zien internet niet als de enige of belangrijkste manier. Valtaf.nl noemt hier weer het min of meer toevallig ontstaan van de website. Het bleek aan te slaan, maar er is niet met opzet van specifieke technologische mogelijkheden gebruik gemaakt. Wel wijzen ze erop dat het een belangrijke ontwikkeling voor de toekomst is waar rekening mee gehouden moet worden, omdat steeds meer via internet zal gaan. Weightwatchers.nl geeft aan dat internet puur is gebruikt om mensen beter te kunnen bereiken en dat dit vooral in Nederland door de hoge internetpenetratie een goed middel is. Ook noemen ze de voedingsdatabase en het dagboek dat juist doordat het online is goed te gebruiken is.

3.2 Enquête

Allereerst moet opgemerkt worden dat slechts drie respondenten afkomstig waren van Nooitmeeropdieet.nl. De resultaten zijn wat Nooitmeeropdieet.nl betreft dus niet erg betrouwbaar. Er is toch getracht deze responsen in de analyse mee te nemen, maar zij moeten voorzichtig geïnterpreteerd worden.

Demografische gegevens

Een overzicht van de demografische gegevens is te vinden in tabel 1. De gemiddelde lengte van alle respondenten is 170,6 centimeter. Het minimum is 154 centimeter en het maximum 190 centimeter. De standaarddeviatie is 6,9 centimeter. Het gemiddelde gewicht is 82,9 kilogram met een standaarddeviatie van 18,3 kilogram. De range loopt van 40 kilogram tot 126 kilogram. De gemiddelde BMI is 28,44 met een standaarddeviatie van 5,93. De laagst waargenomen BMI is 13,84 en de hoogste is 42,87. Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu [RIVM] (2008) geeft aan dat bij een gezond gewicht een BMI hoort van 18,5 tot 25. Onder de 17,5 is sprake van ernstig ondergewicht en boven 30 van ernstig overgewicht ofwel obesitas. Bij 60,5 procent van de respondenten is sprake van overgewicht, waarvan 33 procent ernstig overgewicht heeft. Opvallend is wel dat 37,4 procent een gezond gewicht heeft en bij 1,1 procent van de respondenten is sprake van

ernstig ondergewicht. De gemiddelde BMI is significant hoger dan de maximale gezonde waarde van 25 ($t(89) = 5,508, p < 0,001$).

Het opleidingsniveau van het grootste gedeelte van de deelnemers is hoog (HEAO, HTS, HBO en universitair), namelijk 52,8 procent. 28,6 procent heeft een middelbare opleiding (HAVO, VWO en MEAO, MTS, MBO) en 17,6 procent een lagere opleiding

Het gemiddeld aantal maanden dat respondenten van de enquête op dit moment bezig zijn met het programma is 10,2 maanden. Het loopt uiteen van net begonnen (0 maanden) tot al 60 maanden bezig (5 jaar). De respondenten van Valtaf.nl zijn gemiddeld het langst bezig, namelijk 16,2 maanden. Bij Nooitmeeropdieet.nl is dit 3,3 maanden en bij Weightwatchers.nl 2,7 maanden.

Er is een significant verschil in lengte van deelname tussen de websites, $F(2,87) = 11,38, p < 0,001$. Er is geen verschil tussen Nooitmeeropdieet.nl en Valtaf.nl of Weightwatchers.nl (waarschijnlijk door de kleine steekproef bij Nooitmeeropdieet.nl, want het verschil in maanden is wel groot). De respondenten van Valtaf.nl zijn significant langer lid dan van Weightwatchers.nl (95% BI van 6,45 tot 20,51). Dit lijkt niet samen te hangen met hoe tevreden men over het programma is.

Het grootste gedeelte van de respondenten maakt ten minste dagelijks ('dagelijks' en 'meerdere keren per dag') gebruik van de website, namelijk $44 + 41,8 = 85,8$ procent. De deelnemers zijn dus zeer actief met het online programma.

Er is een significant verschil tussen de websites betreft hoe vaak men van de website gebruik maakt, $F(2,88) = 18,044, p < 0,001$. Het verschil zit tussen Nooitmeeropdieet.nl en beide anderen, waarbij deelnemers van Nooitmeeropdieet.nl veel minder gebruik maken van de website (95% BI Valtaf.nl – Nooitmeeropdieet.nl = 1,62 – 4,07 en 95% BI Weightwatchers.nl – Nooitmeeropdieet.nl = 1,81 – 4,28). Hier is niet echt een goede uitspraak over te doen doordat slechts 3 respondenten van Nooitmeeropdieet.nl afkomstig zijn.

Tabel 1

	Totaal (n=91) gemiddeld	Nooitmeeropdieet.nl (n=3) gemiddeld	Valtaf.nl (n=51) gemiddeld	Weightwatchers.nl (n=37) gemiddeld
Leeftijd (jaar)	38	39	37,1	39,2
Lengte (cm)	171	178	171	170
Gewicht (kg)	82,9	92,7	80,8	84,9
BMI	28,4	29,3	27,6	29,5
Opleiding	Laag: 17,6% Midden: 28,6% Hoog: 52,8%	Laag: 33,3% Midden: 33,3% Hoog: 33,3%	Laag: 21,6% Midden: 33,4% Hoog: 43,3%	Laag: 10,8% Midden: 21,6% Hoog: 67,5%
Maanden lid	10,2	3,3	16,2	2,7
Gebruik website	Dagelijks	2 x per week	Dagelijks	Dagelijks

Demografische gegevens

Overgewicht

Van de 91 respondenten geeft 8,8% aan geen overgewicht te hebben. Dit correleert absoluut niet met het berekende BMI, waaruit blijkt dat 37,4 procent een gezond gewicht heeft. Na verwijdering van de acht respondenten die aangeven geen overgewicht te hebben kan toch een analyse gedaan worden naar de zelfperceptie van de redenen van het eigen overgewicht. De overige respondenten vinden immers dat zij teveel wegen en kunnen redenen voor de oorzaak bedenken.

Van hen noemt 45,8 procent de factor ongezond eten als oorzaak van hun overgewicht. 74,7 procent noemt te veel eten. Weinig beweging wordt door 60,2 procent van de respondenten genoemd. Zes procent noemt ziekte, 21,7 procent stress en 20,5 procent noemt andere psychische factoren. Zie tabel 2. Te veel eten en te weinig beweging zijn dus volgens de respondenten zelf de belangrijkste factoren. Vervolgens komt ongezond eten. Stress en andere psychische factoren lijken ook een belangrijke plaats in te nemen. 34,9 procent noemt ofwel stress ofwel psychische factoren of beide. Door 12 respondenten worden nog andere redenen genoemd. Daaruit komt geen factor naar voren. Mogelijk speelt voor enkelen alcoholgebruik een rol, dat door drie respondenten genoemd wordt.

Op geen enkele factor van reden van overgewicht bestaan significante verschillen tussen de websites.

Tabel 2

	Totaal	Nooitmeeropdieet.nl	Valtaf.nl	Weightwatchers.nl
Ongezond eten	45,8%	33,3%	47,7%	44,4%
Te veel eten	74,7%	33,3%	84,1%	66,7%
Weinig beweging	60,2%	66,7%	61,4%	58,3%
Ziekte	6,0%	0%	6,8%	5,6%
Stress	21,7%	33,3%	22,7%	19,4%
Psychische factoren	20,5%	66,7%	15,9%	22,2%

Redenen overgewicht

Eerder afgevallen

Slechts 4,4 procent van de respondenten heeft nooit eerder een afvalpoging gedaan. Verreweg het grootste gedeelte van de deelnemers is dus al eens afgevallen en teruggevallen. Na verwijderen van degenen die niet eerder een poging hebben gedaan blijkt dat opvallend veel mensen het eerder op eigen houtje hebben geprobeerd (66,7 procent) en in verhouding vrij weinig via een professional (huisarts en/of diëtist), namelijk 28,7 procent (zie tabel 3). Zestien respondenten noemt nog een andere manier van eerder afvallen. 9 daarvan noemt eerder lid van Weightwatchers te zijn geweest (online of groepsbijeenkomsten niet bekend).

De manier waarop men eerder afvalpogingen heeft gedaan verschilt niet tussen respondenten van de verschillende websites.

Bij 17,2 procent van degenen die eerder hebben geprobeerd af te vallen is eerder afvallen niet gelukt, bij 54 procent gedeeltelijk en bij 28,7 procent naar wens. Het grootste gedeelte is het dus niet heel succesvol geweest.

Tabel 3

	Totaal	Nooitmeeropdieet.nl	Valtaf.nl	Weightwatchers.nl
Via huisarts	4,6%	0%	2,1%	8,3%
Via diëtist	26,4%	66,7%	20,8%	30,6%
M.b.v. specifiek dieet	42,5%	66,7%	45,8%	36,1%
Op eigen houtje	66,7%	100%	66,7%	63,9%
Samen met iemand anders	6,9%	0%	6,2%	8,3%

Eerder afvallen

Reden van deelname

82,4 procent van de respondenten geeft aan dat de reden van deelname aan de website afvallen is. 49,5 procent noemt gezonder leven, 19,8 procent noemt inzicht krijgen in leefstijlgewoonten en 53,3 procent wil zich lekkerder in zijn vel voelen. Zie tabel 4 voor een overzicht. Elf van de 91 deelnemers geeft nog een geheel eigen reden om af te vallen aan. De antwoorden verschillen. Er komt één duidelijke factor naar voren, namelijk lichamelijke klachten die samenhangen met overgewicht.

Tabel 4

	Totaal	Nooitmeeropdieet.nl	Valtaf.nl	Weightwatchers.nl
Afvallen	82,4%	33,3%	80,4%	89,2%
Gezonder leven	49,5%	66,7%	52,9%	43,2%
Inzicht in leefstijlgewoonten	19,8%	0%	23,5%	16,2%
Lekkerder in vel zitten	53,8%	100%	54,9%	48,6%

Reden van deelname aan Nooitmeeropdieet.nl, Valtaf.nl of Weightwatchers.nl

Er is wat betreft redenen voor deelname een verschil tussen de respondenten van de drie websites. Dit is significant voor afvallen als motivatie voor deelname $F(2,88) = 3,274$, $p < 0,05$. Namelijk tussen Nooitmeeropdieet.nl en Weightwatchers.nl. Bij Weightwatchers.nl wordt deze reden vaker genoemd

(95% BI= 0,01 – 1,11). Bij Nooitmeeropdieet.nl wordt het door een van de drie respondenten genoemd (33,3 procent), bij Valtaf.nl door 80,4 procent en bij weightwatchers door 89,2 procent. Dit verschil spreekt in principe voor zich, want Nooitmeeropdieet.nl houdt zich niet met diëten bezig, hoewel afvallen wel de bedoeling is uiteindelijk. Voor de overige factoren bestaat geen verschil tussen de websites.

Reden van online afvallen

Van alle respondenten noemt 38,5 procent tijd als belangrijke factor om afvallen met behulp van een online interventie te doen, 67 procent noemt gemak, 40,7 procent anonimiteit, 45,1 procent sociale steun en slechts 6,6 procent noemt dat men andere methodes al heeft geprobeerd. Gemak lijkt dus de belangrijkste factor te zijn. Echter voor deelnemers van Weightwatchers.nl is tijd ook een belangrijke factor (64,9 procent) en sociale steun voor deelnemers van Valtaf.nl (62,7 procent). Zie tabel 5 voor een overzicht. Zestien van de 91 deelnemers noemen nog een andere reden voor het deelnemen aan een online programma. De meest opvallende factor die daaruit naar voren komt (door 7 van de 16 respondenten genoemd) is ‘bijhouden en overzicht’. Men noemt het kunnen bijhouden van calorieën en eetgedrag handig en krijgt een goed overzicht over het eetpatroon en het afvallen. Veel respondenten noemen dat dit motiverend werkt.

Tabel 5

	Totaal	Nooitmeeropdieet.nl	Valtaf.nl	Weightwatchers.nl
Tijd	38,5%	0%	21,6%	64,9%
Gemak	67%	66,7%	58,8%	78,4%
Anonimiteit	40,7%	66,7%	43,1%	35,1%
Sociale steun	45,1%	33,3%	62,7%	21,6%
Andere methodes al geprobeerd	6,6%	0%	9,8%	2,7%

Redenen voor online afvallen

Er is een verschil tussen de websites. Over de factor tijd denken respondenten verschillend betreft motivatie voor deelname aan een online programma. Dit verschil is significant, $F(2,88) = 11,55$, $p < 0,001$. Door respondenten van Weightwatchers.nl wordt het veel vaker genoemd dan bij Valtaf.nl (95% BI = 0,20 – 0,67).

Ook is er betreft de factor sociale steun een significant verschil tussen websites, $F(2,88) = 8,56$, $p < 0,001$. Dit wordt door respondenten van Valtaf.nl veel vaker genoemd dan bij Weightwatchers.nl (95% BI = 0,67 – 2,62), wat eigenlijk vreemd is, omdat sociale steun bij Weightwatchers.nl een van de hoofdpijlers is. Het wordt daar maar door 21,6 procent van de respondenten genoemd en bij Valtaf.nl door 62,7 procent.

Betreft de overige factoren bestaan geen significante verschillen tussen de respondenten van de verschillende websites.

Keuze voor specifieke website

49,5 procent van de respondenten noemt als reden voor de keuze voor de betreffende website dat het gratis of niet duur is. 42,9 procent noemt dat de gekozen website veel informatie over voeding geeft, 16,5 procent noemt informatie over beweging. 69,2 procent vindt de mogelijkheid tot het bijhouden van een dagboek belangrijk, 67 procent noemt de aanwezigheid van een forum en 16,5 procent de mogelijkheid tot contact met een professional. 9,9 procent geeft aan dat een persoonlijk plan belangrijk was (zie tabel 6).

Twintig van de 91 respondenten geeft nog een andere reden aan. Redenen lopen uiteen. Vier personen noemt dat ze het belangrijk vinden alles te kunnen bijhouden (vergelijkbaar met de factor dagboek), vier noemen sociale steun, vier succesverhalen van anderen en vijf personen noemt eerdere ervaring met het programma (dit zijn alle vijf deelnemers van Weightwatchers.nl).

Tabel 6

	Totaal	Nooitmeeropdieet.nl	Valtaf.nl	Weightwatchers.nl
Gratis/niet duur	49,5%	0%	78,4%	13,5%
Veel info over voeding/dieet	42,9%	33,3%	47,1%	37,8%
Veel info over beweging	16,5%	33,3%	15,7%	16,2%
Dagboek	69,2%	33,3%	62,7%	81,1%
Forum	67%	66,7%	64,7%	70,3%
Contact professional	16,5%	33,3%	21,6%	8,1%
Persoonlijk plan	9,9%	0%	13,7%	5,4%

Keuze voor website

Er is een significant verschil voor de factor prijs tussen websites, $F(2,88) = 33,277$, $p,0,001$. Voor respondenten van Valtaf.nl is deze factor veel belangrijker dan bij Nooitmeeropdieet.nl (95%BI = 0,23 – 1,34) en dan bij Weightwatchers.nl (95%BI = 0,45 – 0,85). Er is geen verschil tussen Nooitmeeropdieet.nl en Weightwatchers.nl. Waarschijnlijk is dit belangrijk geweest voor de keuze van deelnemers van Valtaf.nl, omdat dat de enige website is waarbij je geheel gratis een groot deel van het programma kunt volgen (betaald deel is optioneel en bij de anderen meer verplicht wil je echt een programma volgen). Er is geen verschil tussen de websites voor de overige factoren.

Voordeel van online afvallen

Van de respondenten die eerder hebben geprobeerd af te vallen noemt 52,9 procent de factor tijd als een voordeel van het online afvalprogramma in vergelijking met andere manieren, 29,9 procent noemt geld, 42,5 procent anonimiteit, 23 procent effectiviteit, 28,7 procent de andere manier van aanpak en 2,3 procent vindt dat het geen voordelen heeft (zie tabel 7). Negen deelnemers noemen nog een ander voordeel. Opvallende factor daarin is het contact met lotgenoten (4 respondenten). Men ziet het als een handige manier om met lotgenoten in contact te komen.

Tabel 7

	Totaal	Nooitmeeropdieet	Valtaf	Weightwatchers
Tijd	52,9%	66,7%	41,7%	66,7%
Geld	29,9%	0%	41,7%	16,7%
Anonimiteit	42,5%	66,7%	43,8%	38,9%
Effectiviteit	23,0%	33,3%	20,8%	25,0%
Andere aanpak	28,7%	66,7%	20,8%	36,1%
Geen voordelen	2,3%	0%	4,2%	0%

Voordelen online

Er is alleen een significant verschil tussen de groepen betreft de factor geld, $F(2,84) = 3,939$, $p < 0,05$. Dit verschil zit tussen Valtaf.nl en Nooitmeeropdieet.nl. Voor de respondenten van Valtaf.nl is zoals reeds genoemd geld een belangrijker factor (95% BI = 0,02 – 0,98).

Nooitmeeropdieet.nl

Helaas is maar door een respondent de pagina met vragen over de website en het programma van Nooitmeeropdieet.nl ingevuld. Hieruit kunnen dus geen betrouwbare conclusies getrokken worden. Toch even een kort overzicht van de responsen.

De respondent is over het algemeen zeer ontevreden over het programma. Dit met name omdat zij graag in contact wil komen met lotgenoten voor sociale steun. Zij geeft aan dat ze dit niet kan vinden bij Nooitmeeropdieet.nl en dat dit komt doordat nauwelijks gebruik wordt gemaakt van het forum. Dat is mogelijk ook de reden dat deze enquête nauwelijks ingevuld is, gezien de plaatsing van de oproep op het forum. Sociale steun blijkt dus hier een belangrijke factor.

Naar de mening van de respondent wordt te weinig aandacht besteed aan dieet, recepten, bewegen, sociale steun, moeilijke momenten, terugvalpreventie en psychische problemen. De aandacht die wordt besteed aan emotie-eten vindt zij voldoende. De mailtjes en dus het contact met een professional vindt zij positief. Het zorgt voor stimulatie en motivatie en ze geeft aan het prettig te vinden hulp te krijgen van iemand met verstand van zaken. Het negatieve en verbeterpunt vindt zij dus het forum en de 'maatjes' die zij graag meer zou willen hebben. Het lijkt erop dat de respondent de behandeling te

eenzijdig vindt gericht op de emotie en deze zou meer aandacht voor onder andere dieet en afvallen willen, zoals ook door maker zelf aangegeven dat dit een heikel punt is. Zij geeft ook aan naast het programma zelf een eetdagboek bij te houden, dus daar blijkt ook behoefte aan te zijn.

Valtaf.nl

42 respondenten hebben de vragen over de website en het programma van Valtaf.nl ingevuld. Over het algemeen is men tevreden (61,9 procent van de respondenten geeft dit aan) tot zeer tevreden (31 procent) over het programma. Slechts 7,1 procent is niet ontevreden en niet tevreden en niemand is ontevreden of zeer ontevreden. Op een vijfpuntsschaal is de gemiddelde score een 4,2. Dit houdt in dat men tevreden is.

Valtaf.nl biedt door middel van een abonnement de mogelijkheid om contact te hebben met een professional. 11,9 procent van de respondenten geeft aan hiervan gebruik te maken. Het grootste deel van de respondenten doet dit dus niet (88,9 procent). Echter 64,3 procent geeft aan dit wel een toegevoegde waarde te vinden. Financiële redenen weerhouden de meesten ervan om zich te abonneren. Velen geven ook aan dat het overige programma voldoende voor hen is en vinden het niet nodig om hulp van een professional te krijgen. Sommigen zien geen toegevoegde waarde of hebben zelfs geen vertrouwen in de professionele hulp die geboden wordt. Degenen die er wel gebruik van maken doen dit met name om antwoord te krijgen op specifieke vragen en soms voor ondersteuning. Abonnees geven een gemiddelde score van 3,6 op een vijfpuntsschaal. Men is er dus redelijk tevreden over. Men geeft aan dat de professionals over het algemeen adequaat en begripvol reageren en goed proberen te helpen.

Alle respondenten geven aan gebruik te maken van het forum. Dit is logisch gezien de enquête op forum is geplaatst. Het grootste gedeelte (85,7 procent) neemt hieraan actief deel en plaatst dus zelf berichten. Het gaat hen daarbij vooral om steun krijgen en geven en om het uitwisselen van ervaringen en informatie. Het lijkt erop dat velen de informatie die men anders bij een professional zou zoeken van het forum halen. De mate van sociale steun die men van het forum ervaart wisselt. 21,4 procent geeft aan een beetje steun te ondervinden, 19 procent niet veel en niet weinig, 31 procent redelijk veel en 26,2 procent veel. Alle respondenten vinden het forum een toegevoegde waarde. Ze voelen zich verbonden met anderen en zien het als een stimulans om samen af te vallen.

61,9 procent van de respondenten maakt gebruik van het dagboek. Degenen die ervan gebruik maken geven aan dit vooral te doen om inzicht en overzicht te krijgen of te behouden betreft hun eigen eetgedrag en voor controle. De respondenten die er geen gebruik van maken noemen vooral tijdrovendheid en omslachtigheid als redenen. Ook het calorieën tellen, waarop het dagboek gebaseerd is, wordt door sommigen als prettig en door anderen als vervelend ervaren. Dit is dus zeer persoonsgebonden. Echter gebruikers noemen het makkelijk in gebruik. De mate van tevredenheid verschilt. De gemiddelde score is 4,14 op een vijfpuntsschaal. Gemiddeld genomen is men dus tevreden. Geen enkele respondent gaf aan zeer ontevreden te zijn.

66,7 procent van de respondenten geeft aan dat de website hulp biedt bij het stellen van haalbare doelen. 33,3 procent zegt dat dit niet het geval is. Betreft tevredenheid wordt gemiddeld een 3,86 gescoord op een vijfpuntsschaal, tevreden dus. Over het algemeen is in de responsen te vinden dat de deelnemer zelf doelen stelt betreft gewichtsverlies en men in een grafiek kan zien hoeveel men op het moment afgevallen moet zijn. Echter men mist hulp om de doelen haalbaar te maken en geïnformeerd te worden over gezond afvallen.

Wat betreft feedback op voortgang was wat onduidelijkheid. Meeste respondenten hebben geen abonnement en krijgen dus geen feedback van een professional, maar ook niet automatisch van het programma. Velen ervaren de feedback die zij wel van andere deelnemers (buddy's) krijgen als zeer positief en motiverend. Betreft tevredenheid wordt gemiddeld een 3,31 gegeven op een vijfpuntsschaal. Deze gemiddelde score is niet ontevreden en niet tevreden.

De aandacht die door de website wordt besteed aan dieet, recepten en moeilijke momenten vinden de respondenten over het algemeen ruim voldoende tot goed. Aan bewegen en sociale steun vindt men dat voldoende tot ruim voldoende aandacht wordt besteed. Terugvalpreventie, emotie-eten en psychische problemen scoren van te weinig tot voldoende. Het lijkt er dus op dat men meer behoefte heeft aan de belichting van de psychologische kant van voeding en gewicht. Echter 19 procent heeft geen mening over de factor psychologische problemen, dus wellicht vinden zij het niet belangrijk om er aandacht aan te besteden. Degenen die wel belangrijk vinden, vinden dat er te weinig aandacht aan wordt besteed. Over het dieetgedeelte is men tevreden.

Het percentage respondenten dat verschillende onderdelen van toegevoegde waarde vindt is terug te vinden in tabel 8. Er is naar verschillende onderdelen gevraagd, ongeacht of deze aanwezig zijn of niet. Naast het forum hecht men aan het eetdagboek de meeste waarde. Dit is ook aanwezig. Er zijn geen onderdelen die men niet waardevol zou vinden.

Tabel 8

	Percentage toegevoegde waarde	Opmerkingen
Contact professional	64,3%	Vooraf behulpzaam wanneer niet veel kennis over voeding en afvallen
Forum	100%	Voelen zich verbonden met anderen en stimulans om samen af te vallen
Eetdagboek	88,1%	
Gedachten en emoties bijhouden in eetdagboek	66,7%	
Persoonlijk dieetplan	61,9%	Sommige respondenten zouden het prettig vinden, anderen

		willen zelf de regie hebben
Persoonlijk bewegingsplan	66,7%	Zie persoonlijk dieetplan
Hulp bij het stellen van haalbare doelen	66,7%	
Feedback op de voortgang	76,2%	

Toegevoegde waarde van verschillende factoren

Over het algemeen zijn volgens de respondenten de positieve punten van de website de steun van buddy's en het forum, dat het gratis is, men vindt het prettig om een eetdagboek bij te houden, het gewicht te zien in grafiek, de vele mogelijkheden, de calorieëntabel en de informatie die gegeven wordt.

Als negatieve punten worden genoemd de onoverzichtelijkheid van de website, dat er geen privacy is voor deelnemers zonder abonnement, dat contact met een professional en ook toegang tot sommige artikelen niet gratis is, dat zeer magere mensen ook deel kunnen nemen en dat het mogelijk is om onrealistische afslankplannen te maken. Sommigen zijn niet tevreden over de inhoud van de artikelen en spelfouten.

Weightwatchers.nl

33 respondenten hebben de vragen over de website en het programma van Weightwatchers online ingevuld. De meerderheid van de respondenten is tevreden (48,5 procent) tot zeer tevreden (30,3 procent) over het programma. Toch geeft 12,1 procent aan zeer ontevreden te zijn en is 9,1 procent niet ontevreden en niet tevreden. De meningen verschillen dus sterk. Op een vijfpuntsschaal is de gemiddelde score een 3,85.

Het eetdagboek wordt door 97 procent van de respondenten gebruikt. Men geeft als reden met name aan dat het inzichtelijk is en houvast biedt. Betreft tevredenheid is de gemiddelde score op een vijfpuntsschaal 4,44. Over het algemeen is men er tevreden (30,3 procent) tot zeer tevreden over (60,6 procent). 6,1 procent is hierover ontevreden. Velen noemen het gemakkelijk, gebruiksvriendelijk en overzichtelijk. Ook de vrijheid om zelf het dieet binnen de beschikbare punten in te vullen vindt men prettig, ook in verband met de mogelijkheid tot snoepen. Alle deelnemers vinden het eetdagboek een toegevoegde waarde.

Iets meer dan de helft van de respondenten, namelijk 57,6 procent ziet geen toegevoegde waarde in het bijhouden van gedachten en emoties in het dagboek. De meningen zijn erg verdeeld. Een aantal respondenten dat zichzelf als emotie-eter omschrijft zou het prettig vinden, anderen willen zich daar absoluut niet mee bezig houden (zij "willen afvallen, niet in therapie") en weer anderen delen reeds gedachten en gevoelens op het forum.

Ook een persoonlijk dieetplan zou iets meer dan helft van de respondenten (57,6 procent) geen toegevoegde waarde vinden. De meeste respondenten geven aan het prettig te vinden zelf te kunnen

bepalen wat ze eten binnen het aantal beschikbare punten. Toch blijft er nog een groot aantal respondenten over dat het wel prettig zou vinden.

Een even groot deel van de respondenten (57,6 procent) zou een persoonlijk bewegingsplan wel een toegevoegde waarde vinden. De meningen erover zijn niet erg duidelijk en zeer verdeeld.

Alle respondenten maken gebruik van het forum. Dit is in principe logisch, omdat de oproep voor de enquête op het forum geplaatst is. Er valt dus geen conclusie uit te trekken betreft het percentage deelnemers dat gebruik maakt van het forum. 66,7 procent neemt actief deel en plaatst berichten. De meesten doen dit omdat ze het prettig vinden sociale steun te ontvangen en te geven. Ook wordt het uitwisselen van tips genoemd.

Betreft sociale steun die men ervaart wordt gemiddeld een 3,33 gescoord op een vijfpuntsschaal. Dit houdt in niet veel en niet weinig. De responsen lopen dan ook zeer uiteen, van geen, een beetje (27,3 procent) tot veel (24,2 procent) ervaren steun. 97 procent van de respondenten vindt dat het forum wel een toegevoegde waarde biedt. De mate van ervaren steun is vergeleken tussen de websites. Bij een gehanteerd significantieniveau van 0,05 is er geen significant verschil ($F(2,72) = 2,601$, $p = 0,081$).

81,8 procent van de respondenten zou de mogelijkheid om contact te hebben met een professional een toegevoegde waarde vinden. Velen geven aan dat te missen bij het programma. Ze zien dat veel vragen op het forum worden gesteld waar ze graag het antwoord van een professional op zouden krijgen. Ook wordt toezicht en controle op eetgedrag genoemd als reden om een professional erbij betrokken te willen hebben.

78,8 procent geeft aan dat de website hen hulp biedt bij het stellen van haalbare doelen. Men wordt geadviseerd om kleine stappen te nemen betreft gewichtsverlies, zodat realistische en dus beter haalbare doelen gesteld worden. Velen missen hierbij echter wel de personal touch. Het zijn computergestuurde en vrij standaard berichten die men ontvangt. Betreft tevredenheid wordt op een vijfpuntsschaal een 3,91 gescoord. Men is dus gemiddeld genomen toch tevreden hierover. 63,3 procent van de respondenten vindt hulp bij het stellen van haalbare doelen een toegevoegde waarde. Reacties komen met name van respondenten die aangeven het niet nodig te vinden. Zij wijzen vooral op eigen verantwoordelijkheid en geven te kennen dat op de website wel tips worden gegeven zoals niet meer dan 10 procent afvallen.

Betreft de feedback die men krijgt op de voortgang geeft men gemiddeld een 3,06 op een vijfpuntsschaal. Dit is 'niet ontevreden en niet tevreden'. De meeste respondenten geven aan dat het er eigenlijk niet is. Alleen geautomatiseerd in de vorm van sterren en een automatische boodschap. Men mist wederom een persoonlijke boodschap. 69,7 procent geeft aan feedback op de voortgang een toegevoegde waarde te vinden. Echter uit opmerkingen blijkt vooral dat men dit alleen vindt als de feedback persoonlijker wordt, bijvoorbeeld door iemand mee te laten kijken in het dagboek en professioneel commentaar te laten leveren.

Gemiddeld vindt men dat ruim voldoende aandacht wordt besteed aan dieet, recepten, bewegen en sociale steun. Moeilijke momenten scoort voldoende en terugvalpreventie, emotie-eten en psychische problemen te weinig, hoewel bij de factor psychische problemen een grote groep (27,3 procent) ‘geen mening’ aangaf, waaruit blijkt dat zij dit mogelijk geen belangrijk onderwerp vinden om aandacht aan te besteden.

Wederom is gevraagd naar de gepercipieerde toegevoegde waarde van alle mogelijke factoren (zie tabel9).

Tabel 9

	Percentage toegevoegde waarde	Opmerkingen
Contact professional	81,1%	
Forum	97%	
Eetdagboek	100%	Dit is het hoofdonderdeel van Weightwatchers online
Gedachten en emoties bijhouden in eetdagboek	42,4%	
Persoonlijk dieetplan	42,4%	
Persoonlijk bewegingsplan	57,6%	
Hulp bij het stellen van haalbare doelen	63,3%	Is aanwezig in geautomatiseerde vorm, als te onpersoonlijk beschouwd
Feedback op de voortgang	69,7%	Zie hulp bij haalbare doelen

Toegevoegde waarde van verschillende factoren

Positieve punten van Weightwatchers online zijn volgens de respondenten het dagboek dat wordt omschreven als een overzichtelijk puntendagboek, de gewichtsgrafiek waarin men het resultaat kan volgen, veel informatie over voeding en over bewegen, het forum en dat het in de eigen tijd te gebruiken is.

Als negatieve punten wordt genoemd dat het onpersoonlijk is. Men zou graag persoonlijk contact willen, bijvoorbeeld via e-mail. De informatie uit folders van de Weightwatchers cursussen zou men graag op de website aangeboden zien voor betalende online leden. Er is nu te weinig informatie. Verder wordt nog aangegeven dat het forum onoverzichtelijk is, er fouten in programmatuur zitten en er te weinig recepten zijn en variatie in recepten is.

Qua verbeterpunten wordt ten slotte genoemd dat het gebodene vrij summier is voor wat men betaald, namelijk in principe alleen het dagboek. Er is behoefte aan een persoonlijke coach, advies van een deskundige en meer support, meer recepten en weekmenu's en gebruiksvriendelijker forum.

Persoonlijkheid

De persoonlijkheidseigenschappen neuroticisme en consciëntieusheid zijn gemeten met behulp van de NEO-FFI van Costa & McCrae (1992). De vragenlijst is ingevuld door 71 respondenten. Voor beide schalen is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. De neuroticismeschaal heeft een goede interne consistentie (cronbach's alfa 0,88). De interne consistentie van de schaal consciëntieusheid is redelijk (cronbach's alfa 0,69). Deze kan echter niet verbeterd worden door verwijdering van items. Bovendien is de schaal betrouwbaar en valide gebleken in de literatuur.

De scores op beide schalen zijn vergeleken met de normgroep vrouwen algemeen. De enige mannelijke respondent is derhalve uit de data verwijderd. Helaas zijn er geen normen beschikbaar gedifferentieerd naar gewicht. De gemiddelde score op neuroticisme is 32,94. Dit wordt afgerond op 33 en omgerekend in een stanine van 5, wat een gemiddelde score is. Er is geen significante afwijking van 5 ($t(70) = 0,963$, $p = 0,339$). Er is geen verschil in score op deze persoonlijkheidseigenschap tussen de respondenten van de verschillende websites ($F(2,68) = 0,635$, $p=0,533$).

De gemiddelde score op de factor consciëntieusheid is 43,24. Dit is afgerond op 43 en omgerekend in een stanine van 4. Deze score is beneden gemiddeld voor de normgroep vrouwen, maar niet sterk afwijkend. De afwijking van 5 is significant ($t(71) = -3,640$, $p=0,001$ met een 95% BI van -1,23 tot -0,36). Er is geen verschil tussen de websites betreft consciëntieusheid ($F(2,68) = 1,223$, $p=0,301$).

Ook zijn een regressieanalyse van neuroticisme op BMI en consciëntieusheid op BMI uitgevoerd. De correlatie tussen BMI en score op neuroticismeschaal is 0,12. Er is geen samenhang tussen neuroticisme en de hoogte van het (BMI $F(1,69) = 1,016$, $p=0,317$). Ook de correlatie tussen consciëntieusheid en BMI is laag (-0,13). Er is geen samenhang tussen consciëntieusheid en hoogte van de BMI.

Depressie

Depressie is gemeten met de Center of Epidemiologic Studies Depression Scale (CES-D) (Radloff, 1977)). De vragenlijst is ingevuld door 69 respondenten. Een betrouwbaarheidsanalyse voor interne consistentie is uitgevoerd. Cronbach's alfa is 0,905, een erg goede interne consistentie.

Scores op de CES-D kunnen liggen tussen 0 en 60. Het afkappunt voor depressie is een score van 16. De scores van de respondenten lopen uiteen van 0 tot 42 met een gemiddelde van 10,07. Dit ligt significant onder het afkappunt van 16 ($t(68) = -5,592$, $p<0,001$, 95% BI van -8,04 tot -3,81).

16 van de 69 respondenten heeft een score van 16 of hoger. Dit is 23,19 procent. Vergeleken met normgroepen van aselechte steekproeven is dit percentage hoog. Het hoogst waargenomen percentage uit een aselechte steekproef van $n = 2768$ is 19,5 procent. Andere aselechte steekproeven kwamen op 12,7 en 12,4 en 12,8 procent (Bouma, Ranchor, Sanderman & Van Sonderen, 1995).

Er zijn geen significante verschillen in score op depressieschaal tussen de websites ($F(2,66) = 1,086$ met $p=0,343$). De correlatie tussen BMI en de score op de depressieschaal is zeer laag (0,13). BMI is niet afhankelijk van mate van depressiviteit ($F(1,66) = 1,14$, $p=0,290$).

Gebruiksvriendelijkheid

Voor het meten van de gebruiksvriendelijkheid (usability) van de websites is de System Usability Scale (SUS) gebruikt (Brooke, 1986). De vragenlijst is ingevuld door 70 respondenten. Een betrouwbaarheidsanalyse voor interne consistentie is uitgevoerd. De interne consistentie is goed (cronbach's alfa is 0,86).

Scores op de SUS kunnen liggen tussen 0 en 100. De scores van de respondenten lopen uiteen van 35 tot en met 100 met een gemiddelde van 74,11. Dit is een ruim voldoende score.

Slechts een respondent is afkomstig van Nooitmeeropdieet.nl. Deze geeft een gebruiksvriendelijkheidscore van 67,5. De 37 respondenten van Valtaf.nl geven 78,9 gemiddeld en de 32 respondenten van Weightwatchers.nl geven gemiddeld een 68,8. Er is een significant verschil tussen de websites. Nooitmeeropdieet.nl is vanwege de enkele respons niet in deze analyse opgenomen. Bij Valtaf.nl wordt de gebruiksvriendelijkheid significant beter beoordeeld dan bij Weightwatchers.nl ($F(1,67) = 10,716$, $p < 0,01$). Het verschil is 10 punten. Aangezien beide websites niet door dezelfde personen zijn beoordeeld kunnen hier geen stellige conclusies uit getrokken worden.

4. Conclusies

4.1 Onderzoeksvragen

Ontwikkeling van de interventie

Een aantal onderzoeksvragen zijn opgesteld en onderzocht met betrekking tot de ontwikkeling van de interventie. Deze zijn beantwoord met behulp van de antwoorden uit de interviews die met de ontwikkelaars en verantwoordelijken van de drie online interventies gehouden zijn.

Op welke manier zijn de online interventies voor afvallen ontwikkeld? Is er sprake van user-centered design?

De websites zijn op verschillende manieren ontwikkeld, zoals op basis van een bestaand niet-online programma, bij toeval ontstaan door veel gebruik van online applicatie en op basis van psychologische achtergrond. Echter er is in geen van de gevallen een needs-assessment uitgevoerd en geen sprake van user-centered design. De programma's worden hooguit aangepast en gebruiksvriendelijker gemaakt op basis van klanttevredenheidsonderzoek.

Is er rekening gehouden met de psychologische constructen consciëntieusheid en neuroticisme en op welke manier?

In geen van de online interventies wordt rekening gehouden met persoonlijkheidseigenschappen. *Wordt er aandacht besteed aan psychologisch functioneren, met name dysforie, body-esteeem en emotieregulatie?*

Alleen bij Nooitmeeropdieet.nl wordt eigenlijk echt aandacht besteed aan de onderliggende psychologische problematiek van overgewicht. Hierop is het programma gebaseerd. Het gaat hierbij niet specifiek om dysforie, body-esteeem en emotieregulatie. De andere twee websites besteden er geen aandacht aan.

Wordt er aandacht besteed aan de volgende onderdelen: zelf-monitoring, probleem oplossen, voedingseducatie, stimulus controle, cognitieve herstructurering, langzamer eten, meer beweging, haalbare doelen stellen, zelfdiscipline en impulscontrole?

Over het algemeen wordt er weinig gebruik gemaakt van factoren waarvan uit verscheidene studies is gebleken dat ze belangrijk zijn voor succesvol afvallen. Zelf-monitoring is wel een heel belangrijke factor voor alle drie de online interventies. Voor Valtaf.nl en Weightwatchers.nl is ook voedingseducatie een belangrijke. Cognitieve herstructurering wil men vooral impliciet bereiken doordat deelnemers moeten proberen anders met eten om te gaan en erover te denken. Voor deze en de overige factoren is echter waarschijnlijk meer begeleiding nodig wil men dit bij deelnemers kunnen bewerkstelligen.

Is terugvalpreventie een onderdeel van de interventie en op welke manier?

Terugvalpreventie wordt door alle drie de online interventies als belangrijke determinant gezien, maar volgens hen zeer moeilijk te beïnvloeden. Bij nooitmeeropdieet.nl probeert men terugval tegen te

gaan door beïnvloeding van leefstijl en denkstijl, bij Weightwatchers online past men het voedingsprogramma aan na het afvallen om terugval tegen te gaan en bij Valtaf.nl worden enkel tips gegeven. Het is dus een onderdeel, maar wellicht is meer onderzoek geïndiceerd voor methoden van terugvalpreventie.

Gebruikers

Met behulp van antwoorden uit de enquêtes kunnen de onderzoeksvragen met betrekking tot de gebruikers van de online interventies voor afvallen beantwoord worden.

Wie zijn de gebruikers van online interventies voor afvallen (demografische kenmerken)?

De groep gebruikers is overwegend vrouwelijk en hoger opgeleid in de leeftijdscategorie van 20 tot 60 jaar. Bij 60 procent van hen is sprake van overgewicht.. Hoger opgeleiden zijn sterk oververtegenwoordigd in deze onderzoeksgroep (53 procent is hoger opgeleid). Uit het Jaarboek onderwijs in cijfers 2009 van het Centraal bureau voor de statistiek [CBS] (2008) blijkt dat 32 procent van de totale beroepsbevolking een hogere opleiding heeft, 45 procent een middelbare opleiding en 23 procent een lagere opleiding. Voor de totale bevolking van 15 tot 65 jaar is het opleidingsniveau gemiddeld lager, namelijk lager = 32%, middelbaar = 42% en hoger = 25%. Deze oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden komt overeen met andere online interventies. Bijvoorbeeld bij de internetbehandeling Alcoholdebaas.nl is 50 procent van de deelnemers hoger opgeleid, terwijl van de cliënten die zich bij de reguliere behandeling van Tactus Verslavingszorg melden 15 procent hoog opgeleid is (Postel, Ter Huurne, De Haan & De Jong, z.d.). Redenen waarom met name door hoger opgeleiden gebruik wordt gemaakt van online interventies zijn niet bekend. Wel is het iets om rekening mee te houden bij de ontwikkeling van deze interventies.

Wijken zij af van de gemiddelde populatie op grond van de psychologische constructen neuroticisme en consciëntieusheid?

Betreft de persoonlijkheidseigenschap neuroticisme verschilt deze populatie niet van de gemiddelde vrouwelijke bevolking. Op het construct consciëntieusheid scoort men beneden gemiddeld in vergelijking tot de gemiddelde vrouwelijke bevolking.

Hebben zij meer dan gemiddeld last van depressieve gevoelens en gedachten?

Op basis van de CES-D blijkt 23 procent last te hebben van depressieve gevoelens. Dit is duidelijk meer dan gemiddeld.

Wat is de ervaren effectiviteit van de online interventie?

Over de effectiviteit kan niet in strikte zin een uitspraak worden gedaan, aangezien de groep respondenten dan over langere tijd gevolgd zou moeten worden en nagegaan hoeveel men is afgevallen en hoe het zit met terugval. Wel is in dit verband nagegaan hoe tevreden respondenten zelf zijn over de programma's. Over het algemeen is men tevreden tot zeer tevreden over de bestaande programma's.

Hoe is de ervaren gebruiksvriendelijkheid (usability) van de website?

De gemiddelde score op de usabilityschaal SUS is 74 van 100. Hoewel er dus ruimte voor verbetering blijft, is men vrij tevreden over de gebruiksvriendelijkheid van de programma's.

4.2 Interpretatie onderzoeksgegevens

Belangrijke onderdelen van online interventies voor afvallen

Uit de resultaten is gebleken dat de verschillende onderdelen die aangeboden worden op de websites overwegend als nuttig worden bestempeld door de deelnemers. Men is over het algemeen tevreden over de bestaande programma's. Er zijn echter een aantal factoren die men mist en die veelal niet gemakkelijk online te realiseren zijn.

Het grootste voordeel van het online zijn van de interventies is dat deelnemers er dagelijks aandacht aan kunnen besteden en actief mee bezig kunnen zijn. De meesten doen dit ook. Uit de resultaten blijkt dat 86 procent van de respondenten ten minste dagelijks gebruik maakt van het programma. Mogelijk is hier een vertekend beeld geschetst, daar het zeer goed mogelijk is dat de respondenten van de enquête de meest actieve deelnemers zijn. Respondenten zijn namelijk geworven via een link op het forum. Er bestaat een verschil tussen de websites betreft hoe vaak men ervan gebruik maakt. De deelnemers van *Nooitmeeropdieet.nl* maken minder gebruik van de website dan de deelnemers van de andere twee websites. Hoewel de gegevens slechts van drie respondenten afkomstig zijn lijkt logisch dat deelnemers minder vaak van de website van *Nooitmeeropdieet.nl* gebruik maken, omdat *Nooitmeeropdieet.nl* meer niet-online programmaonderdelen heeft in vergelijking met de twee andere websites, zoals een boek en opdrachten.

Opvallend gegeven is dat er geen correlatie bestaat tussen het percentage respondenten dat aangeeft overgewicht te hebben (91,2 procent) en het percentage dat werkelijk overgewicht heeft als uitgegaan wordt van de BMI (62,6 procent). De perceptie van het eigen lichaam klopt wellicht niet helemaal bij een groot aantal respondenten. Zij vinden zichzelf te dik en denken dat er sprake is van overgewicht, maar dit is in strikte zin niet het geval. Ook blijkt dat opvallend veel mensen eerder op eigen houtje hebben geprobeerd af te vallen (66,7 procent) en in verhouding vrij weinig via een professional (huisarts en/of diëtist), namelijk 28,7 procent. Mogelijk heeft men hier dus met een populatie te maken die niet graag naar professional stapt voor het probleem en deze online oplossing zou voor hen een goede uitkomst kunnen zijn. Het is immers zeer laagdrempelig. Online afvallen kan dus ook een uitkomst bieden voor mensen die geen overgewicht hebben, maar toch willen afvallen.

Te veel eten en te weinig bewegen zijn de belangrijkste oorzaken van hun overgewicht volgens de deelnemers. Toch geven ook velen aan (35 procent) dat psychische factoren een rol spelen. De voornaamste reden van deelname aan de online interventies is afvallen, dus moet het ook vooral daarop gericht zijn. Deelnemers zijn zeer positief over de daarvoor bestaande dagboekfunctie voor bijhouden en overzicht op twee van de onderzochte websites. Ook gezonder leven en het psychische aspect van zich lekkerder in zijn vel voelen zijn belangrijk voor deelnemers. De combinatie van

psychologische aspecten en diëten, gezonde voeding en beweging lijkt belangrijk. Dit wordt met name door de deelnemers aangegeven. Op de websites die op voeding en afvallen zijn gericht mist men de aanpak van psychologische problematiek en daar waar juist de psychologische achtergrond wordt belicht mist men de aandacht voor afvallen en dieet. Dit wordt ook door een van de websites als mogelijk verbeterpunt aangedragen.

Het gemak van online afvallen is voor veel deelnemers erg belangrijk. Daarnaast spelen prijs, tijd en sociale steun een grote rol. Betreft de factor tijd als motivatie voor deelname aan een online programma bestaat een verschil tussen de websites. Door respondenten van Weightwatchers.nl wordt het veel vaker genoemd dan bij Valtaf.nl. Mogelijk doordat Weightwatchers ook een niet-online programma heeft waar men voor kan kiezen. Degenen die daar niet voor kiezen, maar voor de online versie doen dat mogelijk doordat tijd voor hen een belangrijke rol speelt. Ook is er betreft de factor sociale steun een significant verschil tussen websites. Dit wordt door respondenten van Valtaf.nl veel vaker genoemd dan bij Weightwatchers.nl, wat eigenlijk vreemd is, omdat sociale steun bij Weightwatchers.nl een van de hoofdpijlers is. Het wordt daar maar door 21,6 procent van de respondenten genoemd en bij Valtaf.nl door 62,7 procent. Deelnemers komen bij Weightwatchers online blijkbaar niet zozeer voor sociale steun, maar voor andere onderdelen van het programma.

Zelf-monitoring vinden zowel de webmasters als de deelnemers een belangrijk onderdeel en zoals aangegeven vindt men het dagboek goed. Ook vindt men het prettig om gebruik te kunnen maken van een forum zolang dit overzichtelijk ingericht is. Dit neemt de vorm aan van lotgenotencontact en wordt zowel door de deelnemers als de websites als belangrijk bestempeld. Dit is een trend die op internet veel gezien wordt, waarbij men op websites gemakkelijk in contact kan komen met lotgenoten op allerlei gebied. Veel deelnemers gebruiken het forum naast het vinden van sociale steun voor het uitwisselen van informatie. Informatie die men anders bij een professional zou zoeken. Het zou goed zijn als wordt nagetrokken of de uitgewisselde informatie ook klopt, bijvoorbeeld door een professional te laten meelesen. Respondenten geven ook aan dat ze dit prettig zouden vinden. Velen zouden het ook prettig vinden om persoonlijke feedback te krijgen, ze willen graag betere hulp bij het stellen van haalbare doelen en persoonlijk contact met een professional. Dit wordt ook door de websites zelf aangegeven als verbeterpunt. Uit onderzoek van Svetkey et al. (2008) komt ook naar voren dat persoonlijk contact significant betere resultaten op de langere termijn oplevert dan een interactief technologiegebaseerde interventie. Een integratie waarbij de voordelen van zowel persoonlijk contact als het internet kunnen worden gecombineerd zou grotere tevredenheid en betere resultaten kunnen bieden bij deelnemers, terwijl toch een grote groep kan worden bereikt. Bij valtaf.nl is er de mogelijkheid tot contact met een professional. Veel respondenten zien dit als toegevoegde waarde, maar maken er geen gebruik van omdat men ervoor moet betalen. Het zou mooi zijn als iets dergelijks kosteloos aangeboden zou kunnen worden. Dit lijkt echter moeilijk te realiseren, tenzij bijvoorbeeld zorgverzekeraars het zouden vergoeden.

Veel van de onderdelen die niet door de websites worden aangeboden, zoals gevoelens en gedachten bijhouden, meer getailorde informatie en persoonlijke plannen worden door iets meer dan de helft van de respondenten als toegevoegde waarde bestempeld. Het is dus niet iets waar iedereen behoefte aan heeft. Het zou aangeboden kunnen worden in de vorm van keuzeopties. Probleem daarbij is mogelijk dat de diversiteit op de website en alle onderdelen waaruit men kan kiezen nu al voor onoverzichtelijkheid zorgt. Dit wordt door de websites zelf en de deelnemers aangegeven en is dus iets wat tegen elkaar afgewogen moet worden.

De tips voor een praktische invulling van een gezondere leefstijl in het dagelijks leven wordt door de deelnemers als zeer prettig ervaren. Ze zouden hier graag een verdere uitbreiding van zien in de vorm van weekmenu's. Echter de mogelijkheid tot vrije invulling binnen een vastomlijnd kader wordt ook zeer gewaardeerd.

Psychologische aspecten

De persoonlijkheidseigenschappen neuroticisme en consciëntieusheid en ook depressie zijn gemeten. Betreft neuroticisme wijkt de gemiddelde score van respondenten niet af van gemiddelde vrouwelijke bevolking. Aangezien er volgens Provencher et al. (2007) samenhang bestaat tussen neuroticisme en psychologische verstoringen zoals depressieve gevoelens zou men verwachten dat ook de mate van depressie in deze populatie gemiddeld is. Echter uit de metingen blijkt bij 23,19 procent van de respondenten sprake te zijn van depressie, wat hoger is dan in verscheidene aselechte steekproeven en op zich zorgelijk. Depressie lijkt hier dus niet samen te hangen met neuroticisme. Stunkard (1958) gaf al wel aan dat depressie een van de belangrijkste determinanten van overgewicht is en Fabricatoire & Wadden (2006) toonden aan dat depressie bij vrouwen met overgewicht meer voorkomt dan bij mensen met normaal gewicht. De onderzoeksresultaten komen hiermee overeen. Provencher et al. (2007) geven ook aan dat de genoemde psychologische verstoringen gerelateerd kunnen worden aan abnormale eetgewoonten. Volgens veel respondenten is te veel eten de oorzaak van hun overgewicht. Hier lijkt mogelijk een verband te bestaan tussen depressie en overeten, vaak omschreven als emotie-eten. 34,9 procent van de respondenten noemt inderdaad ook stress en andere psychische factoren als oorzaak van hun overgewicht. Voor een deel van de populatie die gebruik maakt van online interventies voor afvallen zou het dus zeer behulpzaam kunnen zijn om aandacht te besteden aan onderliggende psychologische problematiek. Slechts door een van de drie deelnemende websites wordt hieraan aandacht besteed. Deze besteed echter geen aandacht aan afvallen. Een combinatie van beide zou voor veel deelnemers een uitkomst kunnen zijn. 66,7 procent van de respondenten van Valtaf.nl zou het prettig vinden om gedachten en emoties in het eetdagboek te kunnen bijhouden. 42,4 procent van de respondenten van Weightwatchers.nl is het daarmee eens. Aangezien 23 procent helemaal geen behoefte heeft aan een belichting van de psychologische kant is het wellicht verstandig het als keuzeoptie te implementeren. Voor de grote groep deelnemers met

depressieve verschijnselen zou internetbehandeling waarbij depressieve klachten en eetgedrag gecombineerd worden behandeld mogelijk in de toekomst uitkomst kunnen bieden.

Consciëntieusheid is in de onderzochte groep beneden gemiddeld. Men zou verwachten dat deelnemers die aan een programma meedoen waarbij men veel zelf moet doen en zelfdiscipline moet hebben in ieder geval gemiddeld of hoger scoren op de persoonlijkheidstrek consciëntieusheid dan de gemiddelde bevolking. Dit lijkt een belangrijke factor om te slagen en wordt bijvoorbeeld door Weightwatchers.nl ook als zodanig benoemd. Het is ook mogelijk dat meer consciëntieuze personen het op eigen houtje aan kunnen en helemaal geen gebruik maken van een hulpmiddel. Er zijn helaas geen normen beschikbaar voor mensen met overgewicht, maar het is niet ondenkbaar dat vrouwen met overgewicht over het algemeen minder consciëntieus zijn, dus minder ordelijk en systematisch in het nastreven van doelen, meer last hebben van disinhibitie en impulsiviteit, wat tot overgewicht zou kunnen lijden bij hoge prikkelgevoeligheid. Lage consciëntieusheid kan een van de oorzaken zijn van overgewicht. Bij minder consciëntieuze personen is sprake van meer disinhibitie, wat leidt tot impulsiviteit en gerichtheid op onmiddellijke gevoelens, zoals beloning op korte termijn, in tegenstelling tot uitgestelde beloning. Het is in ieder geval een gegeven waar online interventies voor afvallen rekening mee zouden kunnen houden, bijvoorbeeld in de vorm van meer ondersteuning en het blijven attenderen op lange termijn doelen.

Bogg en Roberts (2004) laten in hun meta-analyse van consciëntieusheid en gezondheidgerelateerd gedrag zien dat er correlatie ($r = 0,25$) bestaat tussen consciëntieusheid en ongezond eten. Echter samenhang tussen consciëntieusheid en gewicht of obesitas werd niet gevonden ($r = 0,02$). Zij geven aan dat de voorspelling van fysiologische gevolgen van consciëntieusheid-gerelateerde eigenschappen hoogst waarschijnlijk gecompliceerd is door andere factoren, zoals genetica en fysiologie wat ook invloed heeft op gewicht. Dus of iemand die laag scoort op consciëntieusheid en ongezond eet daadwerkelijk overgewicht ontwikkeld is afhankelijk van meerdere factoren dan deze persoonlijkheidstrek alleen. Chalmers, Bowyer, & Olenick (1990) toonden aan dat zelfcontrole, een van de facetten van consciëntieusheid, wel samenhangt met minder problemen met overgewicht. Opvallend blijft dat de gemeten populatie, die op grond van BMI gezien kan worden als te zwaar, beneden gemiddeld scoort op deze trek, wat zou kunnen betekenen dat dit indicatief is voor mensen met overgewicht. Echter er blijkt geen correlatie te zijn tussen de hoogte van het gewicht en de mate van consciëntieusheid.

Het is niet duidelijk hoe dit probleem precies aangepakt kan worden. Bogg en Roberts (2004) speculeren dat gedragsverandering de mate van consciëntieusheid zou kunnen beïnvloeden dan wel dat toename van consciëntieusheid de mate van risicovol gezondheidsgedrag kan laten afnemen. Ook geven zij aan dat meer onderzoek naar deze relatie geïndiceerd is. Succesbeleving is misschien belangrijk in dit opzicht. De cirkel begint dan bij gezonder gedrag, waardoor men succesbeleving heeft in de vorm van afvallen, consciëntieusheid neemt daardoor toe, waardoor men weer beter in staat is

gezond gedrag te kunnen volhouden. Meer persoonlijke begeleiding is mogelijk een goede strategie voor deze populatie die minder zelfdiscipline heeft.

Discussiepunten

Zoals reeds opgemerkt waren slechts drie respondenten afkomstig van Nooitmeeropdieet.nl en heeft slechts een hiervan de vragen over de website beantwoord. Hieruit kunnen geen betrouwbare conclusies getrokken worden en de gegevens zijn dan ook met voorzichtigheid geïnterpreteerd.

Ook moet opgemerkt worden dat de respondenten geworven zijn middels een oproep op het forum. Hierdoor zijn geen respondenten geworven die van het forum geen gebruik maken. Dit heeft mogelijk implicaties voor de onderzoeksgegevens en het is niet ondenkbaar dat de gebruikers van het forum actiever gebruik maken van het programma dan andere gebruikers. Dit neemt niet weg dat juist zij zich mogelijk het meest brede beeld van de website hebben kunnen vormen en een gedifferentieerde mening kunnen geven.

Doordat gebruik is gemaakt van indirecte meetmethoden, zoals interviews en enquêtes, is de daadwerkelijke effectiviteit van de online interventies niet gemeten. Om de effectiviteit objectief te kunnen meten zal een steekproef van gebruikers gedurende langere tijd gevolgd moeten worden, waarbij gemeten wordt hoeveel zij zijn afgevallen na volgen van een online interventie en hoeveel terugval er uiteindelijk is. In het huidige onderzoek wordt op meer beschrijvende wijze nagegaan waar gebruikers zelf behoefte aan hebben, wat evenwel niet onbelangrijk is voor de effectiviteit van een interventie. Voor vervolgonderzoek zou het interessant zijn de objectieve effectiviteit te meten. Bovendien zou het interessant zijn meer onderzoek te doen naar interventies die psychologische aspecten van afvallen in ogenschouw nemen.

4.3 Conclusie

Aldus kan worden geconcludeerd dat de bestaande online interventies voor afvallen grotendeels naar tevredenheid van de deelnemers zijn, maar dat er nog veel ruimte is voor verbetering. Dit met name op het gebied van persoonlijk contact, waarbij een integratie van de reguliere manier met behulp van een diëtist en de technologiegebaseerde manier waarmee een grote groep mensen kan worden bereikt uitkomst zou kunnen bieden. Ook de integratie van voeding, dieet en bewegen en psychologische factoren is iets waar veel behoefte aan is en die vanuit de beschikbare literatuur ook beide als belangrijk bestempeld worden bij gewichtsverlies.

Referenties

- American Psychiatric Association (2000). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders-text revision* (4ed). Washington, DC: Author.
- Begin, C., Gagnon-Girouard, M. -P., Provencher, V., & Lemieux, S. (2006). Traitement de l'obésité: soutenir l'individu dans l'appropriation de sa démarche. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, *47*, 316–332.
- Bemelmans, W.J.E., Hoogenveen, R.T., Visscher, T.L.S., Verschuren, W.M.M., & Schuit, A.J. (2004). Toekomstige ontwikkelingen in matig overgewicht en obesitas. Inschatting effecten op volksgezondheid. RIVM-rapport nr. 260301003/2004. Bilthoven: RIVM.
- Bogg, T., & Roberts, B.W. (2004). Conscientiousness and health related behaviors: A meta-analysis of the leading behavioural contributors to mortality. *Psychological Bulletin*, *130*(6), 887-919.
- Bouma, J., Ranchor, A.V., Sanderman, R., & Van Sonderen, E. (1995). Het meten van symptomen van depressie met de CES-D, een handleiding. *Noordelijk Centrum voor Gezondheidsvraagstukken*. Rijksuniversiteit Groningen.
- Brooke, J. (1986). SUS – A quick and dirty usability scale. *Digital Equipment Corporation*.
- Centraal Bureau voor de Statistiek [CBS] (2008). *Jaarboek onderwijs in cijfers 2009*. Den Haag/Heerlen: CBS.
- Chalmers, D.K., Bowyer, C.A., & Olenick, N.L. (1990). Problem drinking and obesity: A comparison in personality patterns and life-style. *International Journal of the Addictions*, *25*, 803-817.
- Cooper, A., & Fairburn, C. G. (2002). Cognitive-behavioral treatment of obesity. In T. A. Wadden & A. J. Stunkard (Eds.), *Handbook of obesity treatment* (pp. 465–479). New York: Guilford Press.
- Costa, P.T., & McCrae, R.R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and the NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual, Psychological Assessment Resources, Odessa, FL.

- De Rouck, S., Jacobs, A. & Leys, M. (2008). A methodology for shifting the focus of e-health support design onto user needs; A case in the homecare field. *International Journal of Medical Informatics*, 77, 589-601.
- Elfhag, K. (2005). Personality correlates of obese eating behaviour: Swedish universities Scales of Personality and the Three Factor Eating Questionnaire. *Eating and Weight Disorders*, 10, 210-215.
- Elfhag, K., Morey, L.C. (2008). Personality traits and eating behaviour in the obese: Poor self-control in emotional and external eating but personality assets in restrained eating. *Eating Behaviors*, 9, 285-293.
- Fabricatore, A.N., & Wadden, T.A. (2006). Obesity. *Annual Review of Clinical Psychology*, 2, 357-377.
- Ganley, R.M. (1989). Emotion and Eating in Obesity: A Review of the Literature. *International Journal of Eating Disorders*, 8(3), 343-361.
- Gendall, K. A., Joyce, P. R., Sullivan, P. F., & Bulik, C. M. (1998). Personality and dimensions of dietary restraint. *International Journal of Eating Disorders*, 24, 371-379.
- Gezondheidsraad (2003). Overgewicht en obesitas (publicatie nr. 2003/07). Den Haag: Gezondheidsraad.
- Glasgow, R.E., Nelson, C.C., Kearney, K.A., Reid, R., Ritzwoller, D.P., Strecher, V.J., et al. (2007). Reach, engagement, and retention in an internet-based weight loss program in a multi-site randomized controlled trial. *Journal of Medical Internet Research*, 9 (2), e11.
- Harvey-Berino, J., Pintauro, S., Buzzell, P., et al. (2002). Does using the internet facilitate the maintenance of weight loss? *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, 26, 1254-60.
- Harvey-Berino, J., Pintauro, S., Buzzell, P. & Gold, E.C. (2004). Effect of internet support on the long-term maintenance of weight loss. *Obesity Research*, 12(2), 320-329.

- Heaven, P. C., Mulligan, K., Merrilees, R., Woods, T., & Fairouz, Y. (2001). Neuroticism and conscientiousness as predictors of emotional, external, and restrained eating behaviors. *International Journal of Eating Disorders, 30*, 161–166.
- Howard, C. E., & Porzelius, L. K. (1999). The role of dieting in binge eating disorder: etiology and treatment implications. *Clinical Psychology Review, 19*, 25–44.
- Jeffery, R.W., Drewnowski, A., Epstein, L.H., Stunkard, A.J., Wilson, G.R., Wing, R.R., et al. (2000). Long-term maintenance of weight loss: current status. *Health Psychology, 19*, 5-16.
- Kreuter, M., Farrell, D., Olevitch, L., Brennan, L. Tailoring health messages: Customizing communication with computer technology. Mahwah. 2000: Lawrence Erlbaum associates.
- Larsen, J.K., Geenen, R., Maas, C., De Wit, P., Van Antwerpen, T., Brand, N. & Van Ramshorst, B. (2004). Personality as a predictor of weight loss maintenance after surgery for morbid obesity. *Obesity Research, 12* (11).
- National Institutes of Health. (2000). National Heart Lung and Blood Institute Obesity Education Initiative Expert Panel. *The practical guide: Identification, evaluation, and treatment of overweight and obesity in adults*. NIH Pub. 00–4084.
- Nederkoorn, C., Smulders, F. T., Havermans, R. C., Roefs, A., & Jansen, A. (2006). Impulsivity in obese women. *Appetite, 47*, 253–256.
- Postel, M., Ter Huurne, E., De Haan, H., & De Jong, C. (z.d.). *Internetbehandeling alcoholdebaas.nl. De ervaringen na drie jaar online hulpverlening voor probleemdrinkers*. Amersfoort: GGZ Nederland, Resultaten Scoren.
- Powell, L. H., Calvin, J. E., III, & Calvin, J. E., Jr. (2007). Effective obesity treatments. *The American Psychologist, 62*, 234–246.
- Provencher, V., Bégin, C., Gagnon-Girouard, M., Tremblay, A., Boivin, S. & Lemieux, S. (2008). Personality traits in overweight and obese women: Associations with BMI and eating behaviors. *Eating Behaviors, 9*, 294-302.
- Radlof, L.S. (1977). A self-report depression scale for research in the general population. *Applied Psychological Measurement, 1*(3), 385-401.

- Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu [RIVM] (2008). *Volksgezondheid Toekomst Verkenning, Nationaal Kompas Volksgezondheid*. Bilthoven: RIVM, <<http://www.nationaalkompas.nl>>, Nationaal Kompas Volksgezondheid, versie 3.16, 18 december 2008.
- Rutters, F., Nieuwenhuizen, A.G., Lemmens, S.G.T., Born, J.M. & Westerterp-Plantenga, M.S. (2008). Acute stress-related changes in eating in the absence of hunger. *Obesity, 17*, 72-77.
- Signaleringscommissie Kanker van KWF Kankerbestrijding (2004). De rol van voeding bij het ontstaan van kanker. Den Haag: KWF Kankerbestrijding.
- Strien, van, T., Frijters, J. E., Roosen, R. G., Knuiman-Hijl, W. J., & Defares, P. B. (1985). Eating behavior, personality traits and body mass in women. *Addictive Behaviors, 10*, 333–343.
- Stunkard, A.J. (1958). Physical activity, emotions and human obesity. *Psychosomatic Medicine, 20*, 366-72.
- Stunkard, A.J. (2002). Binge eating disorder and the night eating syndrome. In T. A. Wadden & A. J. Stunkard (Eds.), *Handbook of obesity treatment* (pp. 107–121). New York: Guilford Press.
- Svetkey, L.P., Stevens, V.J., Brantley, P.J., Appel, L.J., Hollis, J.F., Loria, C.M., et al. (2008). Comparison of strategies for sustaining weight loss, The weight loss maintenance randomized controlled trial. *JAMA, 299* (10), 1139-1148.
- Van den Bree, M. B., Przybeck, T. R., & Robert, C. C. (2006). Diet and personality: associations in a population-based sample. *Appetite, 46*, 177–188.
- Van Rossum, C.T.M. & Ocké, M.C. (2004). Wat brengt de toekomst. In: *Ons eten gemeten. Gezonde voeding en veilig voedsel in Nederland*. RIVM rapportnr. 270555007. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Verschuren, W.M.M., Hoogenveen, R.T., Kramers, P.G.N., Kromhout, D. & Ocké, M.C. (2004). Te behalen gezondheidswinst door verbeteringen in de voeding. In: *Ons eten gemeten. Gezonde voeding en veilig voedsel in Nederland*. Rapportnummer 270555007. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.

- Visscher, T.L.S., Heliövaara, M., Picavet, H.S.J., Rissanen, A. & Seidell, J.C. (2003). Obesity and musculoskeletal disorders. In: *Progress in obesity research: 9*, Eds, Medeiros-Neto G, Halpern A, Bouchard C. Montrouge France: John Libbey Eurotext Ltd: 596-603.
- Visscher, T.L.S., Rissanen, A., Seidell, J.C., Heliovaara, M., Knekt, P., Reunanen, A., et al. (2004). Obesity and unhealthy life-years in adult finns. An empirical approach. *Archives of Internal Medicine*, 164, 1413-1420.
- Wadden, T. A. (1993). The treatment of obesity. In A. J. Stunkard & T. A. Wadden (Eds.), *Obesity: Theory and therapy* (2nd ed., pp. 197–217). New York: Raven Press.
- Wadden, T.A., Butryn, M.L. & Byrne, K.J. (2004). Efficacy of lifestyle modification for long-term weight control. *Obesity Research*, 12, 151s-162s.
- Waller, A., Franklin, V., Pagliari, C. & Greene, S. (2006). Participatory design of a text message scheduling system to support young people with diabetes. *Health Informatics Journal*, 12 (4), 304-318.
- Wing, R.R. & Phelan, S. (2005). Long-term weight loss maintenance. *American Journal of Clinical Nutrition*, 82(1), 222s-225s.

Bijlage A: Interviewschema

- Achtergrond van de website

- Wat is het precies?
- Wie is de oprichter? (vrijwilliger, particulier, commercieel bedrijf)
- Wat is de aanleiding/doel voor het oprichten van de website?
 - Waarom bij deze doelen gekozen voor:
Vorm/ inhoud/ vormgeving
- Hoe wordt het gefinancierd?

- Hoe lang bestaat de website al

- Wat is de doelgroep

- Bijv. iedereen met overgewicht, juist gericht op mensen die niet naar de huisarts/diëtist gaan
- Hoe is de vormgeving afgestemd op de doelgroep?
- Hoe wordt de doelgroep bereikt?

- Welke onderdelen bevat de website

- Waarom is voor elk van de onderdelen gekozen
 - Hoe is het op de doelgroep afgestemd?
 - Is er een needs assessment (behoefte-analyse) gedaan
 - Waar is behoefte aan
 - Op welke manier is dit gebruikt

- Wat zijn volgens u belangrijke factoren die van invloed zijn op afvallen

- En hoe is daar rekening mee gehouden in de interventie
- Is er aandacht voor psychologische factoren die van belang kunnen zijn bij overgewicht en afvallen (zoals depressie, dysforie, body esteem en emotieregulatie)
- Is er aandacht voor psychische problemen (depressie, emotie-eten)
 - Hebben deelnemers veel met psychische problemen te maken
- Wordt er rekening gehouden met persoonlijkheid (neuroticisme en consciëntieusheid)
- Is er aandacht voor terugvalpreventie (wordt men bijv. voorbereid op 'na het dieet')
- Is er aandacht voor: zelf-monitoring, probleem oplossen, voedingseducatie, stimulus controle, cognitieve herstructurering, langzamer eten, meer beweging en het stellen van haalbare doelen

- Wie zijn de huidige gebruikers

- (- Evt gegevens bekend over leeftijd, geslacht, gem gewicht/BMI)

- Kan iedereen, ongeacht leeftijd, gewicht, etc. deelnemen of worden bepaalde groepen uitgesloten
 - Ook: kunnen met mensen met obesitas deelnemen (gegevens over bekend, nemen deel aan programma, worden geweigerd, worden doorverwezen naar reguliere zorg, etc.)

- *Is het programma/het gebruik geëvalueerd?*
 - Op welke manier?
 - Waarom op deze manier?
 - Heeft u al effecten gezien of gemerkt van de website?
 - zelf
 - ervaring gehoord van anderen?

- Wat is een sterk punt van de website/ het programma?
 - Waarom?
- Als u kritisch kijkt, wat is dan een zwak punt van de tool?
 - Hoe zou u dat veranderen?
- Ziet u mogelijkheden voor verdere ontwikkeling van de tool?
 - Waarom?
 - Op welke manier?

- *Zijn er gegevens bekend over de effectiviteit van het programma*
 - Evt mate van afvallen
 - Relapse
 - Hoe lang zijn gebruikers gemiddeld lid
 - Gegevens bekend over drop-out en gebruikers die het programma succesvol afronden

- Wat vind u van de gebruiksvriendelijkheid van het programma
 - Heeft u hier specifiek aandacht aan besteed
 - Hoe
- Wat is bekend over de klanttevredenheid

- *Technologische mogelijkheden*
 - Waarom is het gebruik gemaakt van een online programma (gemak mensen bereiken, of door grotere mogelijkheden)
 - Hoe is er van de technologische mogelijkheden gebruik gemaakt

Bijlage B: Enquête

Online afvallen

Informatie

Geachte deelnemer,

Deze vragenlijst bestaat uit 5 pagina's. Een pagina met algemene informatie, een over de website, een over persoonlijkheid, een over gebruiksvriendelijkheid van de website en een over gevoelens.
Het invullen kost ongeveer 10 minuten tijd. De eerste 100 deelnemers maken kans op een lang weekend in een bungalowpark!
Alle gegevens die u invult worden anoniem verwerkt en alleen gebruikt voor dit onderzoek.

Alvast bedankt voor uw deelname!

Met vriendelijke groet,

Sylvie Nederend
Student Universiteit Twente

1. Wat is uw geboortedatum?

Mijn geboortedatum: DD / MM / YYYY

/ /

2. Wat is uw geslacht?

Man

Vrouw

3. Hoe lang bent u?

-Vul uw lengte in cm in-

4. Hoeveel weegt u?

-Vul uw gewicht in kg in-

5. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

lagere school

LBO, LAVO, LEAO

MAVO, VMBO, MMS

HAVO, VWO

MEAO, MTS, MBO

HEAO, HTS, HBO

universiteit

anders, namelijk:

Page 1

Online afvallen

6. Waarom doet u mee aan nooitmeeropdieet/ valtaf/ weightwatchers?

-meerdere antwoorden mogelijk-

- Ik wil afvallen
- Ik wil gezonder leven
- Ik wil meer inzicht krijgen in mijn leefstijlgewoonten
- Ik wil me lekkerder in mijn vel voelen
- Anders, namelijk:

7. Wat is de reden voor u om online af te vallen?

-meerdere antwoorden mogelijk-

- Tijd
- Gemak
- Anonimiteit
- Sociale steun
- Ik heb andere methodes al geprobeerd
- Anders, namelijk:

8. Als u overgewicht heeft, wat zijn volgens u de belangrijkste redenen?

-meerdere antwoorden mogelijk-

- Ongezond eten
- Te veel eten
- Weinig beweging
- Ziekte
- Stress
- Psychische factoren
- Weet niet
- Ik heb geen overgewicht
- Anders, namelijk:

Online afvallen

9. Heeft u eerder geprobeerd af te vallen?

-meerdere antwoorden mogelijk-

- Nee
- Ja, via de huisarts
- Ja, via een diëtist
- Ja, met behulp van een specifiek dieet
- Ja, op eigen houtje
- Ja, samen met iemand anders
- Ja, anders, namelijk:

10. Is dit toen gelukt?

- Ja, naar wens
- Nee, helemaal niet
- Gedeeltelijk
- Ik heb het niet eerder geprobeerd

11. Waarom heeft u juist voor deze website gekozen (nooitmeeropdieet, valtaf of weightwatchers)?

-meerdere antwoorden mogelijk-

- Het is gratis of niet duur
- Het geeft veel informatie over voeding en dieet
- Het geeft veel informatie over beweging
- Je kunt gebruik maken van een dagboek
- Je kunt gebruik maken van een forum
- Er is mogelijkheid tot contact met een professional
- Je krijgt een persoonlijk plan
- Het is mij aangeraden door iemand anders
- Anders, namelijk:

Online afvallen

12. Indien u eerder heeft geprobeerd af te vallen:

Wat vindt u het voordeel van online afvallen ten opzichte van andere manieren van afvallen?

-meerdere antwoorden mogelijk-

- Tijd
- Geld
- Anonimiteit
- Effectiviteit
- Andere aanpak
- Het heeft voor mij geen voordelen
- Ik heb niet eerder geprobeerd af te vallen
- Anders, namelijk:

13. Hoe lang bent u al bezig met dit programma?

-vul de tijd in maanden in-

14. Volgt u een specifiek dieet?

- Nee
- Ja, namelijk:

15. Hoe vaak maakt u gebruik van de website?

- 1 of 2 keer per maand
- 3 of 4 keer per maand
- 1 of 2 keer per week
- 3 of 4 keer per week
- 5 of 6 keer per week
- Dagelijks
- Meerdere keren per dag

16. Via welke website neemt u deel aan deze enquête?

- www.nooitmeeropdieet.nl
- www.valtaf.nl
- www.weightwatchers.nl

1. Hoe tevreden bent u tot nu toe over het programma?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden

Ik ben:

2. Maakt u gebruik van de mogelijkheid om via nooitmeeropdieet contact te hebben met een professional?

- Ja
- Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van contact met een professional

3. Hoe tevreden bent u hierover?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Ik maak er geen gebruik van

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

4. Vindt u de mogelijkheid om contact te hebben met een professional een toegevoegde waarde?

- Ja
- Nee

Opmerkingen

5. Maakt u gebruik van het forum/ de internetgroep?

- Ja, ik neem actief deel en plaats berichten
- Ja, ik lees alleen mee
- Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van het forum

Online afvallen

6. Voelt u zich gesteund door contact met anderen op het forum/ de internetgroep?

Geen Een beetje Niet veel en niet weinig Redelijk veel Veel Ik maak er geen gebruik van

Steun:

7. Vindt u het forum/ de internetgroep een toegevoegde waarde?

- Ja
 Nee

Opmerkingen

8. Maakt u gebruik van de sportcursussen?

- Ja
 Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van de sportcursussen

9. Bent u tevreden over de sportcursussen?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Ik maak er geen gebruik van

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

10. Vindt u de sportcursussen een toegevoegde waarde?

- Ja
 Nee

Opmerkingen

Online afvallen

11. Zou u een persoonlijk bewegingsplan een toegevoegde waarde vinden?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

12. Zou u een persoonlijk dieetplan een toegevoegde waarde vinden?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

13. Zou u een eet- en/of beweegdagboek bijhouden een toegevoegde waarde vinden?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

14. Zou u de mogelijkheid om gedachten en emoties bij te houden in een dergelijk dagboek een toegevoegde waarde vinden?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

15. Biedt de website hulp bij het stellen van haalbare doelen?

- Nee
 Ja

Online afvallen

16. Bent u hierover tevreden?

Ik ben: Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Niet van toepassing

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

17. Vindt u of zou u het een toegevoegde waarde vinden om hulp te krijgen bij het stellen van haalbare doelen?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

18. Bent u tevreden over de feedback die u krijgt op uw voortgang?

Ik ben: Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

19. Vindt u het een toegevoegde waarde om feedback te krijgen op uw voortgang?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

Online afvallen

20. Vindt u dat er voldoende aandacht wordt besteed aan:

	Veel te weinig	Te weinig	Voldoende	Ruim voldoende	Goed	Geen mening
Dieet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recepten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bewegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociale steun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moelijke momenten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terugvalpreventie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Emotie-eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Psychische problemen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Wat vindt u over het algemeen van de inhoud van de website/ het programma?

	Onvoldoende	Matig	Voldoende	Ruim voldoende	Goed
Ik vind het:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Wat vindt u de meest positieve punten van het programma?

23. Wat zijn volgens u de negatieve punten van het programma?

24. Wat zou volgens u veranderd/ toegevoegd moeten worden?

25. Indien u eerder heeft geprobeerd af te vallen: Heeft u bij nooitmeeropdieet nieuwe dingen geleerd?

- Nee
- Een beetje
- Veel
- Niet van toepassing

1. Hoe tevreden bent u tot nu toe over het programma?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden

Ik ben:

2. Maakt u gebruik van de mogelijkheid om via valtaf contact te hebben met een professional?

- Ja
- Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van contact met een professional

3. Hoe tevreden bent u hierover?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Ik maak er geen gebruik van

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

4. Vindt u de mogelijkheid om contact te hebben met een professional een toegevoegde waarde?

- Ja
- Nee

Opmerkingen

5. Maakt u gebruik van het forum/ de clubs?

- Ja, ik neem actief deel en plaats berichten
- Ja, ik lees alleen mee
- Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van het forum

Online afvallen

6. Voelt u zich gesteund door contact met anderen op het forum/ de clubs?

Geen Een beetje Niet veel en niet weinig Redelijk veel Veel Ik maak er geen gebruik van

Steun:

7. Vindt u het forum/ de clubs een toegevoegde waarde?

- Ja
 Nee

Opmerkingen

8. Maakt u gebruik van het eetdagboek?

- Ja
 Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van het dagboek

9. Hoe tevreden bent u hierover?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Ik maak er geen gebruik van

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

10. Vindt u het eetdagboek een toegevoegde waarde?

- Ja
 Nee

Opmerkingen

Online afvallen

11. Zou u de mogelijkheid om gedachten en emoties bij te houden in het dagboek een toegevoegde waarde vinden?

Nee

Ja

Opmerkingen

12. Zou u een persoonlijk dieetplan een toegevoegde waarde vinden?

Nee

Ja

Opmerkingen

13. Zou u een persoonlijk bewegingsplan een toegevoegde waarde vinden?

Nee

Ja

Opmerkingen

14. Biedt de website hulp bij het stellen van haalbare doelen?

Nee

Ja

15. Bent u hierover tevreden?

Zeer
ontevreden

Ontevreden

Niet
ontevreden en
niet tevreden

Tevreden

Zeer tevreden

Niet van
toepassing

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

Online afvallen

16. Vindt u of zou u het een toegevoegde waarde vinden om hulp te krijgen bij het stellen van haalbare doelen?

Nee

Ja

Opmerkingen

17. Bent u tevreden over de feedback die u krijgt op uw voortgang?

Zeer ontevreden

Ontevreden

Niet ontevreden
en niet tevreden

Tevreden

Zeer tevreden

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

18. Vindt u het een toegevoegde waarde om feedback te krijgen op uw voortgang?

Nee

Ja

Opmerkingen

19. Vindt u dat er voldoende aandacht wordt besteed aan:

Veel te weinig

Te weinig

Voldoende

Ruim
voldoende

Goed

Geen mening

Dieet

Recepten

Bewegen

Sociale steun

Moelijke momenten

Terugvalpreventie

Emotie-eten

Psychische problemen

20. Wat vindt u over het algemeen van de inhoud van de website?

Onvoldoende

Matig

Voldoende

Ruim voldoende

Goed

Ik vind het:

21. Wat vindt u de meest positieve punten van de website?

Online afvallen

22. Wat zijn volgens u de negatieve punten van de website?

23. Wat zou volgens u veranderd/ toegevoegd moeten worden?

**24. Indien u eerder heeft geprobeerd af te vallen:
Heeft u bij valtaf nieuwe dingen geleerd?**

- Nee
- Een beetje
- Veel
- Niet van toepassing

1. Hoe tevreden bent u tot nu toe over het programma?

Ik ben: Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden

2. Maakt u gebruik van het eetdagboek?

Ja
 Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van het dagboek

3. Hoe tevreden bent u hierover?

Ik ben: Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Ik maak er geen gebruik van

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

4. Vindt u het eetdagboek een toegevoegde waarde?

Ja
 Nee

Opmerkingen

5. Zou u de mogelijkheid om gedachten en emoties bij te houden in het dagboek een toegevoegde waarde vinden?

Nee
 Ja

Opmerkingen

Online afvallen

6. Zou u een persoonlijk dieetplan een toegevoegde waarde vinden?

Nee

Ja

Opmerkingen

7. Zou u een persoonlijk bewegingsplan een toegevoegde waarde vinden?

Nee

Ja

Opmerkingen

8. Maakt u gebruik van het forum?

Ja, ik neem actief deel en plaats berichten

Ja, ik lees alleen mee

Nee

Geef a.u.b. aan waarom u wel of niet gebruik maakt van het forum

9. Voelt u zich gesteund door contact met anderen op het forum?

Geen

Een beetje

Niet veel en
niet weinig

Redelijk veel

Veel

Ik maak er
geen gebruik
van

Steun:

10. Vindt u het forum een toegevoegde waarde?

Ja

Nee

Opmerkingen

Online afvallen

11. Zou u de mogelijkheid om contact te hebben met een professional een toegevoegde waarde vinden?

Ja

Nee

Opmerkingen

12. Biedt de website hulp bij het stellen van haalbare doelen?

Nee

Ja

13. Bent u hierover tevreden?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden Niet van toepassing

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

14. Vindt u of zou u het een toegevoegde waarde vinden om hulp te krijgen bij het stellen van haalbare doelen?

Nee

Ja

Opmerkingen

15. Bent u tevreden over de feedback die u krijgt op uw voortgang?

Zeer ontevreden Ontevreden Niet ontevreden en niet tevreden Tevreden Zeer tevreden

Ik ben:

Geef aan waarom u wel of niet tevreden bent

Online afvallen

16. Vindt u het een toegevoegde waarde om feedback te krijgen op uw voortgang?

- Nee
 Ja

Opmerkingen

17. Vindt u dat er voldoende aandacht wordt besteed aan:

	Veel te weinig	Te weinig	Voldoende	Ruim voldoende	Goed	Geen mening
Dieet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recepten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bewegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociale steun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moeilijke momenten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terugvalpreventie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Emotie-eten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Psychische problemen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Wat vindt u over het algemeen van de inhoud van de website?

	Onvoldoende	Matig	Voldoende	Ruim voldoende	Goed
Ik vind het:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Wat vindt u de meest positieve punten van de website?

20. Wat zijn volgens u de negatieve punten van de website?

21. Wat zou volgens u veranderd/ toegevoegd moeten worden?

22. Indien u eerder heeft geprobeerd af te vallen: Heeft u bij weightwatchers nieuwe dingen geleerd?

- Nee
 Een beetje
 Veel
 Niet van toepassing

Online afvallen

Persoonlijkheid

De volgende vragen gaan over uw persoonlijkheid. Denk niet te lang na, er zijn geen goede of foute antwoorden. De verwerking is anoniem.

1. Hieronder staan verschillende uitspraken. Kruis op iedere regel aan welke uitspraak uw mening het beste weergeeft.

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
Ik ben zelden verdrietig of depressief.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben een productief mens die een klus altijd voor elkaar krijgt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb duidelijke doelen voor ogen en werk daar op een systematische manier naar toe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik verknoei veel tijd voordat ik echt aan het werk ga.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me vaak gespannen en zenuwachtig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als ik iets beloof, kan men erop rekenen dat ik die belofte nakom.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer ik onder grote spanning sta, heb ik soms het gevoel dat ik er aan onderdoor ga.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben geen topper.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik word vaak kwaad om de manier waarop mensen me behandelen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik probeer alle aan mij opgedragen taken gewetensvol uit te voeren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me vaak de mindere van anderen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben niet erg systematisch.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soms schaam ik me zo dat ik wel door de grond wil zakken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik houd mijn spullen netjes en schoon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me zelden angstig of zorgelijk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan mijzelf vrij goed oppeppen om dingen af te krijgen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Online afvallen

Ik werk hard om mijn doelen te bereiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me zelden eenzaam of triest.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soms voel ik me volkomen waardeloos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het lijkt mij maar niet te lukken om de dingen goed op orde te hebben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik streef ernaar uit te blinken in alles wat ik doe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel me vaak hulpeloos en wil dan graag dat iemand anders mijn problemen oplost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soms ben ik niet zo betrouwbaar als ik zou moeten zijn.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer dingen mis gaan raak ik maar al te vaak ontmoedigd en heb ik zin om het op te geven.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Online afvallen

Gebruiksvriendelijkheid

De volgende vragen gaan over de gebruiksvriendelijkheid van de website.

1. Geef alstublieft aan in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen over de website die u gebruikt (www.nooitmeeropdieet.nl, www.valtaf.nl of www.weightwatchers.nl).

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
Ik voel me zeer zeker in het gebruik van de website.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik denk dat ik de hulp van een technisch persoon nodig heb om deze website te kunnen gebruiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind dat de verschillende functies in deze website goed geïntegreerd zijn.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind dat er te veel inconsistentie in de website zit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind de website onnodig complex.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik denk dat ik deze website graag regelmatig zou gebruiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind de website erg lastig te gebruiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik kan me voorstellen dat de meeste mensen snel leren hoe ze deze website moeten gebruiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb veel moeten leren voordat ik uit de voeten kon met deze website.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind de website gemakkelijk te gebruiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Online afvallen

Gevoelens

De volgende vragen gaan over uw gevoel of gedrag van de afgelopen week. Vink aan wat uw gevoel of gedrag het beste weergeeft.

1. Tijdens de afgelopen week:

	Zelden of nooit (minder dan 1 dag)	Soms of weinig (1-2 dagen)	Regelmatig (3-4 dagen)	Meestal of altijd (5-7 dagen)
Praatte ik minder dan gewoonlijk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voelde ik me eenzaam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vond ik mijn leven een mislukking.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sliep ik onrustig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voelde ik me bang.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bleef ik maar in de put zitten, zelfs als familie of vrienden probeerden me er uit te halen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Waren de mensen onaardig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik geen zin in eten, was mijn eetlust slecht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik het gevoel dat alles wat ik deed me moeite kostte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kon ik maar niet op gang komen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voelde ik me even veel waard als ieder ander.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stoorde ik me aan dingen, die me gewoonlijk niet storen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik het gevoel dat mensen me niet aardig vonden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik plezier in het leven.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik goede hoop voor de toekomst.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Was ik treurig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik moeite mijn gedachten bij mijn bezigheden te houden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voelde ik me gedepimeerd.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Had ik huiltuien.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Was ik gelukkig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bijlage C: Interviews

Interview Jeroen Kroes – www.weightwatchers.nl

Donderdag 23 april, 9.30 uur

S= Sylvie

J= Jeroen

S: Allereerst wil ik het hebben over de achtergrond van de website. Ik heb natuurlijk al op internet het even kunnen bekijken, maar zou u voor mij een omschrijving kunnen geven wat het precies is?

J: Dan moet ik even terug naar weightwatchers als merk en product. Veertig vijfenveertig jaar geleden is weightwatchers opgericht door een vrouw die had al heel lang problemen met haar gewicht. En die heeft op den duur, samen met wat vriendinnen zijn ze samen gaan zitten en zijn ze eigenlijk elkaars ja, gewicht niet gaan volgen maar wel elke week samen komen kijken wat je resultaat is. En dat effect om dat samen te doen dat bleek dusdanig motiverend te werken dat je afvalsucces verbetert.

Dus dat zijn ze gaan professionaliseren en ik weet eerlijk gezegd niet precies wanneer maar ik geloof ongeveer in tweeduizend zijn ze begonnen met weightwatchers online. En wat je in de cursus ziet dat zijn eigenlijk drie pijlers. Een daarvan is het voedingsprogramma an zich. Dus je hebt afhankelijk van je leeftijd, geslacht, gewicht en dagelijkse bezigheden wordt jou een aantal punten toegekend, oftewel points. Een vrouw van gemiddelde omvang die mag ongeveer 21-22 punten. En alle producten, alle voedingsmiddelen die zijn ook terug te rekenen naar punten en het gaat erom dat je zo handig mogelijk met die punten omgaat. Dat het aantal punten dat je toegekend is dat je die ook gebruikt. Daar moet je niet onder gaan zitten want dan val je ook niet af, dan ga je zeg maar in de spaarstand, dus het is net boven die spaarstand.

En het 2^e element is de bijeenkomsten, dus je moet elke week zeg maar kleur bekennen. Elke week laten zien dat je resultaat hebt behaald en dat werk als enorme stok achter de deur.

S: Oke en de bijeenkomst dat is dus buiten de website om of is dat online?

J: Nee, dat is echt in klasverband heb je dan bijeenkomsten.

En in die bijeenkomsten zie je ook weer dat, het zijn groepen van tussen de 25-30 personen. En daar heb je een sociale factor, men ondersteunt elkaar daarin, is op kennis uit en het zijn eigenlijk allemaal soulmates in die cursus. En je ziet ook bij vrouwen die soms al jaren niet meer echt afvallen of al afgevallen zijn, die blijven naar die cursus komen omdat ze dat meer zien als een, om het oneerbiedig te zeggen, theekransje in plaats van dat ze eigenlijk voor weightwatchers komen.

S: Dus als ik het goed begrijp, als je aan het online programma meedoet doe je ook mee aan de cursus.

J: Nee nee dat staat helemaal los van elkaar.

S: Dat staat los van elkaar oke.

J: De cursus is zeg maar de basis van het merk weightwatchers en vervolgens hebben we gemerkt dat bij heel veel mensen het voedingsprogramma ze aanspreekt, maar dat ze geen tijd geen zin hebben om elke week naar zo'n cursus te komen, of die hebben geen behoefte aan het sociale. En toen is weightwatchers online ontwikkeld en hetgeen wat je daar terugziet, puur het voedingsprogramma dat doe je helemaal alleen en er is dus absoluut geen support van een coach. Dus het is de bedoeling dat je thuis een dagboek bijhoudt dat staat online, dat is verbonden aan onze voedingsdatabase, dus je kan daar letterlijk onze producten in jouw dagboek slepen en daar worden jouw punten berekend. Als je sport dan krijg je daar ook een bepaald aantal punten voor want je verbrandt meer energie. Dus dat kan je daar ook in bijhouden en dan gaat je puntentotaal per dag weer naar boven.

Dus dat is eigenlijk de basis. Maar er zitten ook allemaal andere features in zoals een stuk of 600-700 recepten die kan je ook weer in je dagboek zetten, maar die kan je ook zelf wijzigen, dus je kan er ingrediënten aan toevoegen, eruit halen, vervangen. Verder hebben we gewichtsverloop, dat zijn eigenlijk die resultaten in grafiekvorm. En we hebben er sinds kort ook nog iets aan toegevoegd dat je niet alleen je gewicht bijhoudt, maar ook je maten, dus de omvang van je bovenarmen, van je bovenbenen, van je buik. Dan kan je ook zien dat je daarin voortgang boekt.

S: Oke, dat is duidelijk

J: Dus we hebben dan, zeg maar onder weightwatchers vallen 2 services. Ene service is meetings dat is echt de fysieke cursus en aan de andere kant heb je weightwatchers online en dat doe je helemaal zelf, en we hebben ook nog een combinatie en dat heet weightwatchers assistent en dan kan je naast de cursus ook een online programma volgen en dat is eigenlijk exact hetzelfde als weightwatchers online, maar dan tegen een gereduceerd tarief want die mensen betalen ook al elke week de cursus. Zij betalen 10 euro per meeting en die kunnen voor een wat lager bedrag dan ook weightwatchers online volgen.

S: De volgende vraag is wie de oprichter is, en dan bedoel ik in eerste instantie van weightwatchers online. Maar misschien hoort het allemaal bij mekaar samen?

J: Nou nee dat is een hele goeie, want weightwatchers online dat was tot 3 jaar geleden ofzo een volledig onafhankelijke organisatie die het merk weightwatchers als een soort licentiehouders gebruikten. Maar ik moet eerlijk zeggen dat ik niet weet wie weightwatchers online opgericht heeft.

S: Maar weet u of dat een particulier is geweest of een commercieel bedrijf?

J: Volgens mij is dat inderdaad een commercieel bedrijf geweest.

S: En wat is de directe aanleiding of het doel geweest voor het oprichten van de website?

J: Dat zijn commerciële belangen. Nou ja, niet helemaal. Enerzijds konden we daarmee een doelgroep bereiken die we met de cursus niet bereikten, maar de onderliggende gedachte is

natuurlijk gewoon om omzet. We zijn een commerciële organisatie, aan de beurs genoteerd, dus het gaat wel om de omzet.

S: Mijn volgende vraag is eigenlijk hoe wordt het gefinancierd, maar dat is dus door de cursisten zelf neem ik aan.

J: Ja.

S: Dus alle deelnemers betalen, of zijn er ook gratis onderdelen waar iedereen vrijblijvend aan mee kan doen?

J: Het forum is gratis. Dus het enige wat je dan moet doen is jezelf aanmelden en je naam en e-mail adres achterlaten en dan kun je gratis van het forum gebruik maken. En we geven van onze recepten de artikelen die geschreven worden. De nieuwe studies zijn altijd voor iedereen toegankelijk en op het moment dat die vervangen worden door een nieuw artikel dan komt het niet zo nieuwe artikel meer in een database en die is alleen benaderbaar voor mensen die lid zijn van weightwatchers online.

S: En hoe lang bestaat de website al? Maar dat was sinds 2000 zei u geloof ik he.

J: Internationaal wel. De Nederlandse website die bestaat sinds februari 2008.

S: Dus dat is nog vrij nieuw.

En de doelgroep van de website, is daar een precies beeld van wie dat zijn?

J: Nou dat zijn sowieso vrouwen. 96% van onze leden zijn van het vrouwelijke geslacht. En wat we zien is de leeftijd ligt tussen de 20 en de 60. mikken op 25-55

S: En is het in principe gericht op iedereen met overgewicht of nog een speciale doelgroep die niet bereikt wordt door bijvoorbeeld reguliere programma's die niet naar de diëtist gaan?

J: Nou in principe, op het moment als je 2 kilo zwaarder bent dan een BMI van 25 dan kun je aanmelden. Onder de 18 kan het niet, op het moment als je anorexia of boulimia hebt kan het ook niet en als je zwanger bent mag het ook niet.

S: En voor de rest maak het ook niet uit of je bijvoorbeeld ernstige obesitas hebt?

J: Nou ik denk op het moment dat je met een BMI van 40 ofzo zit, voor weightwatchers online kun je je dan gewoon aanmelden, daar zit geen persoonlijke check achter. Op het moment dat je in de cursus komt dan zal de coach je verwijzen naar een arts.

S: En hoe wordt de doelgroep precies bereikt?

J: Dat gaat via internet via zoekmachinemarketing. Maar dat is meer, mensen die zoeken die komen dan bij weightwatchers uit, dus het is lastig om echt een doelgroep in te definiëren. Maar daarnaast ook heel veel ..., dan heb je het over banners plaatsen op andere websites. En dan zie je wel dat in het msn netwerk bijvoorbeeld daar focussen we op vrouwen van 25 tot 50 jaar. Daarnaast hebben we ook e-mail marketing. We hebben een database met e-mail adressen en die ontvangen elke 2 weken een soort online magazine met daarin recepten, tips, succesverhalen en 1 keer in de maand sturen we daar een promotionele mailing op. En dat is echt meld je nu aan met een korting, of je krijgt een kookboek cadeau, het is in elk geval een actie-mailing.

- S: Oke, maar dat zijn dus mensen die zich al ooit hebben ingeschreven?
- J: Die hun e-mail adres hebben achtergelaten. Je kan gewoon je e-mail adres achterlaten op de site om de nieuwsbrief te ontvangen of als je je aangemeld hebt voor het weightwatchers forum, en ook mensen die zich inschrijven voor de cursus die kunnen op de cursuskaart hun e-mail adres achterlaten en die gaan ook in de database.
- S: Oke, op die manier.
En dan zou ik nog graag willen weten, dat heeft u al gedeeltelijk beantwoordt, welke onderdelen de website precies allemaal bevat.
- J: Nou dat gaat sowieso qua content om recepten, dus we hebben ongeveer 700 recepten staan. Dat zijn allemaal recepten waarbij de punten per portie bekend zijn en die zijn samengesteld door een diëtist, dus die zou er alles vanaf moeten weten. Verder hebben wij heel veel artikelen van praktische aard. Dus dan gaat het bijvoorbeeld over als je naar een restaurant gaat waar moet je op letten, als je op vakantie gaat waar moet je op letten.
Daarnaast hebben we veel informatie over beweging. Dus stel je wilt gaan hardlopen hoe pak je dat het beste aan. Hele elementaire video's waarin uitgelegd wordt hoe je met heel weinig hulpmiddelen toch fitnessoefeningen kan doen. Daarnaast hebben we succesverhalen. Dus dat zijn de bekende voor en na verhalen van succesvolle cursisten. Dan hebben we een winkel. In die winkel hebben we een beperkt aantal weightwatchers producten. Dan gaat het om kookboeken, weegschalen, van die repen, een beetje marsachtige zaken en spullen voor te koken, dat zijn sausjes en wat hulpmiddelen, maatschepjes dat soort zaken.
Even kijken, wat hebben we nog meer? Als je lid bent van weightwatchers online dan heb je dus toegang tot het points dagboek. Onder dat dagboek hangt die voedingsdatabase met ongeveer 6500 voedingsmiddelen en daar staan ook merkproducten in. Daar kan je je voeding bijhouden, je hebt beweging, maten. Even denken, ik denk dat dat het ongeveer was.
- S: Waarom is voor elk van die onderdelen gekozen? Zit daar een duidelijke filosofie achter zeg maar?
- J: Dat weet ik niet helemaal zeker, maar volgens mij is het ongeveer hetgeen wat in de cursus besproken wordt. Dus al het cursusmateriaal is dan online gezet en daarin kom je eigenlijk die categorieën tegen.
- S: Oke, dus het is overgenomen van het niet-online programma zeg maar.
- J: Ik denk het wel. Ik moet eerlijk bekennen dat weet ik niet helemaal zeker.
- S: Oke, en hoe is dat precies op de doelgroep afgestemd?
- J: Hoe bedoel je dat?
- S: Die onderdelen zelf, maar ook de vormgeving en dergelijke.
- J: Dat gebeurt eigenlijk vanuit de US. Dus de website is een vertaling van de Amerikaanse website en daar is de hele vormgeving zo bepaald, dus daar zal onderzoek aan vooraf zijn gegaan, maar dat

is eigenlijk iets dat wij zo een op een overnemen. Het zou best kunnen dat dat niet aansluit bij de Nederlandse markt, maar het sluit in ieder geval wel aan op de Amerikaanse.

S: En is er van tevoren iets van een needs assessment gedaan?

J: Niet in Nederland.

S: Niet in Nederland, oke, en weet u of dat

J: Wellicht in Amerika, maar dat weet ik niet.

S: Wat zijn volgens u nou de belangrijke factoren die van invloed zijn op afvallen?

J: In de eerste plek is dat discipline. Dus dat betekent gewoon, zeker met name voor weightwatchers online dat je daar geen wekelijkse bijeenkomsten hebt waarbij je met de billen bloot moet. Dat draait daar echt om de discipline. Vervolgens het voedingsprogramma dat is uiteraard belangrijk, maar beweging is net zo belangrijk. En daarnaast is het steun in je omgeving vinden is heel belangrijk. Dus wat je eigenlijk het beste zou kunnen doen als je gaat afvallen is zo veel mogelijk mensen vertellen, dan heb je ook een bepaalde verantwoording af te leggen, maar anderzijds kan je daar ook weer steun aan ondervinden.

S: Oke, en hoe is met die dingen zeg maar rekening gehouden in het programma?

J: Nou voor beweging bijvoorbeeld krijg je extra punten op het moment als je gaat sporten. Dus indirect kun je dat zien als toch wel een soort van beloning, maar het is aan de andere kant ook volstrekt logisch, want je hebt ook meer voedingsmiddelen nodig.

Die steun die vind je bijvoorbeeld terug in het forum. Dus het is wel grappig, je zou een keer moeten kijken, op het moment dat ik zeg van goh ik plaats daar een berichtje en ik zit al twee weken op hetzelfde gewicht, dan staan er in no time 10-12 berichtjes van andere leden bij van kom op, zet m op, je kan het wel enzo. Das heel grappig om te zien dat wat onze kracht is dat dat online ook zo goed werkt.

En daarnaast heb je natuurlijk de voedingsmiddelen, ja daar is het hele programma rond gebouwd. Dus dat vind je weer terug in het voedingsdagboek en in alle voedingsmiddelen die we online gebracht hebben.

S: Ja, oke. En is er ook veel aandacht voor met name psychologische factoren die van belang kunnen zijn bij overgewicht en bij afvallen?

J: Bij het online programma minder. Dus je ziet in de cursus heeft de coach ook echt een coachende functie. Dus er komen mensen met problemen en dat gaat met name over afvallen natuurlijk. Maar dan krijgen ze ondersteuning bij de coach. En in de cursussen hebben we dat eigenlijk niet.

S: Oke, dus de mensen in het online programma die hebben ook geen mogelijkheid om contact te zoeken met een coach?

J: Dat wel. Nou dat is geen coach dat is eigenlijk een klantenservicemedewerker, maar dan gaat het meer om technische of praktische zaken. Dus stel je hebt een vraag dan kan je contact met ons opnemen.

Maar we zien wel dat als mensen hun abonnement opzeggen, dan vragen we altijd wat de reden is, en dan horen we toch heel vaak dat ze de personal touch missen. Dat is wel iets dat nu internationaal op de radar staat, om te kijken van wat kunnen we daarmee doen?

S: En ja die vraag heeft u impliciet al een beetje beantwoordt, of er ook aandacht is voor psychische problemen zeg maar.

J: Ja, in beperkte mate en bij online dus niet.

S: En heeft u ook een beetje inzicht in of deelnemers veel met psychische problemen te maken hebben?

J: Dat maken ze niet kenbaar. Misschien onderling in de cursus bijvoorbeeld wel, maar bij weightwatchers online zie je niet dat mensen bijvoorbeeld en mail sturen en daar hun psychische situatie uit de doeken doen. Je ziet wel het tegenovergestelde, dat wanneer mensen succesvol zijn dan krijg je mails dat ze zo blij zijn hoe dat hun leven veranderd heeft, dat ze positief gaan denken en dat soort zaken. En dat is op zich iets wat denk ik wel opmerkelijk is, dat op het moment dat mensen succesvol zijn met ons programma dan schreeuwen ze het liefst van de daken dat weightwatchers hun geholpen heeft om hun leven te veranderen. Op het moment dat ze niet succesvol zijn dan steken mensen de hand in eigen boezem en dan steken ze het niet op weightwatchers, maar dan zeggen ze van ja ik heb te weinig discipline gehad of ik heb me niet aan mn puntentotaal gehouden dus het is volledig aan mezelf te wijten.

S: Dat is inderdaad wel interessant om te weten ja.

Goed, en persoonlijkheid van de deelnemers wordt daar rekening mee gehouden?

Uit mijn literatuurstudie blijkt bijvoorbeeld dat dingen als neuroticisme en consciëntieusheid heel belangrijk zijn. Ik vroeg me af in hoeverre dat gebruikt wordt in de online programma's.

J: In het online programma absoluut niet. Ja in de cursus misschien wel, maar dat weet ik niet. De coaches zijn in principe geen psycholoog, dus ik neem aan dat ze daar ook niet echt een radar voor hebben.

S: Ja dat begrijp ik.

En is er aandacht voor terugvalpreventie? Wordt men bijvoorbeeld voorbereid op wat te doen na het programma zeg maar?

J: Ja, op het moment dat je op gewicht bent dan ga je een nieuwe fase in. Want om dan te zeggen van nu kan je weer alles eten dat werkt niet en je moet je lichaam ook even in een andere modus zien te krijgen. Dus dan krijg je een programma dat duurt zes weken, en dat is stabiliseren en dan ga je iets meer punten eten. En als je dat zes weken volhoudt dan gaat je lichaam zeg maar iets meer verbranden en daarmee is het handiger om je gewicht te behouden.

S: Dus men krijgt echt nog een soort van nazorgprogramma.

J: Ja, en vervolgens is het ook, dat geldt eigenlijk alleen voor de cursus, dat op het moment als jij je gewicht behaald hebt, en ik geloof dat je BMI niet meer dan 2 punten mag stijgen, dan kan je voor de rest van het leven alle cursussen gratis bezoeken.

S: Oke. Dan heb ik nog een paar steekwoorden die uit de literatuur komen, waarvan aangegeven wordt dat het belangrijk is bij afvallen. En ik vroeg me af of daar aandacht voor is bij het programma. En dat gaat aan de ene kant om zelf-monitoring, maar dat heeft u al aangegeven met het dagboek.

Bijvoorbeeld probleemoplossende vaardigheden wordt daar aandacht aan besteed?

J: Hoe bedoel je dat precies?

S: Moeilijke situaties bijvoorbeeld hoe mensen daarmee omgaan?

J: Ja daar hebben we artikelen over. Dus stel als je een tegenslag te verwerken hebt hoe ga je daar precies mee om. Maar ook anders praktische zaken, bijvoorbeeld als je een lunch met collega's hebt hoe kan je dat het beste aanpakken.

S: Oke, dus daar krijgen ze echt tips voor.

J: Ja we hebben sowieso, maar in Nederland hebben we dat niet, maar in het buitenland hebben we dat noemen we het science centrum. En dat is wel een team van artsen psychologen die de artikelen schrijven specifiek op terugvalmomenten, problemen die je tegenkomt. En in Nederland hebben we die nog niet en de reden daarvoor is dat dat nog op juridische en medische inhoud goedgekeurd moet worden. Dat staat wel in de planning, maar ja tot zover staat dat niet op de website.

S: Aha, even kijken hoor. Want de meest dingen die hier staan die heeft u al beantwoord. Ja, wat ook nog wel belangrijk was is cognitieve herstructurering, maar ik weet niet of dat bij het online programma heel erg van toepassing is?

J: Hoe moet ik dat zien?

S: De eigen gedachten over eten en over het hele leefpatroon veranderen zeg maar.

J: Nou, het is goed dat je dat meldt, want dat is in principe de basis van het hele programma.

Dus om maar iemand te noemen, een Sonja Bakker, die zegt jou gewoon vandaag eet je dit en als ontbijt pak je twee boterhammen weet ik veel wat, tussendoortje, lunch. Dat wordt jou kant en klaar aangereikt en bij weightwatchers laten we dat volledig aan jezelf over. En op het moment als je mensen spreekt die via weightwatchers afgevallen zijn, die zijn al jarenlang geen lid meer maar die zeggen wel van het programma zit nog steeds in mn hoofd, ik hou er nog steeds rekening mee en dat geeft je een hele andere kijk op voeding en op beweging. Wat dat betreft is het wel zo dat we echt een gedragsverandering teweeg kunnen, proberen te brengen.

S: Ja, oke goed. En bijvoorbeeld het stellen van haalbare doelen, worden ze daar in begeleid?

J: Ja. Dus ze zeggen ook op het moment dat jij 150 kilo weegt, dan moet je niet gaan zeggen va ik wil 80 kilo wegen, want dat is niet realistisch. Dan zeggen we nou begin eerst een keer met 10 kilo en dan kan je daar naartoe leven. Dat is een doel dat dichtbij ligt, en vervolgens ga je dat stap voor stap terug brengen.

S: Ja, en ook in dat geval wordt er getailorde informatie aangeboden? Dus heel veel dingen die afgestemd zijn op de persoon, of is het meer algemeen?

J: Afgestemd op de fase binnen het proces waarin ze zitten. Dus als je gaat afvallen krijg je informatie toegespitst op mensen die met ... afgevallen zijn.

S: Oke, dus het is afgestemd op het gewicht van de persoon zeg maar.

J: Ja, of ... , maar het is wel volledig geautomatiseerd.

S: Oke, en nog even over de huidige gebruikers. U heeft het al een beetje aangegeven, maar wie zijn het precies, de gebruikers van het online programma?

J: Dat is een vrij generieke groep. Wij hadden verwacht jongere mensen aan te spreken, omdat het toch om een online product gaat en daarnaast moet je een online transactie doen. Maar het is een vrij doorsnee, ja, doelgroep. Wat we wel gemerkt hebben bijvoorbeeld, wij hebben een printactie gedaan met de Linda, dus dat is een glossy (page upscale??). En daar hadden we hele goede resultaten. En zo'n zelfde actie deden we ook in de Neckerman catalogus, een postorderbedrijf, en daar verwachtten we dat mensen die uit een postordercatalogus bestellen die zijn over het algemeen wat zwaarder, maar daar zagen we hele slechte resultaten. En het schijnt dat die mensen die hebben er vrede mee dat ze overgewicht hebben, terwijl de Linda lezeressen die zijn toch heel veel bewuster.

Maar ik denk door de band genomen zijn het met name vrouwen tussen de 25 en 55. En het gaat er dus om dat als je tussen de 15 en 20 kilo wilt verliezen dan blijkt dat ons programma het beste werkt.

S: En merkt u ook dat dat het grootste deel van de gebruikers zijn?

J: Ja, wat we zien is dat het gemiddelde gewicht dat mensen willen verliezen als ze zich aanmelden is 17 kilo en uiteindelijk verliezen ze ongeveer 8 a 9 kilo. Dus het is niet zo dat iedereen zijn streefgewicht behaalt. Ik denk dat dat ongeveer de helft is.

S: Aha, oke. En komt die groep dan ongeveer overeen met de groep die aan het niet-online programma meedoet?

J: Ja, meer dan we verwachtten. De gemiddelde leeftijd in de cursus is geloof ik 42 jaar, online is dat 41.

S: O ja, dat scheelt inderdaad haast niks.

J: Nee, en in de cursus hebben we geloof ik 97% vrouwen en online is dat 96%, dus dat ontloopt mekaar niet.

S: Goed. En is het programma of het gebruik daarvan geëvalueerd?

J: Ja, ieder half jaar doen we een klanttevredenheidsonderzoek. Dan krijgen alle actieve leden een vragenlijst, en daarin wordt eigenlijk het hele programma stuk voor stuk nagecheckt. Dus het gaat om zijn er genoeg artikelen, vind je het handig, gebruik je het vaak, welke tools gebruik je wel, welke niet, wat vind je van de prijsstelling. Ja eigenlijk komt alles aan bod. En dat wordt dan vervolgens, ja in Nederland hebben we het voor de eerste keer gehad, dus dat is lastig in de tijd te vergelijken. Maar dat wordt dan ongeveer elk half jaar uitgevoerd... en vervolgens wordt dat

internationaal bekeken. Dan kijken ze naar het verschil tussen Nederland en Frankrijk bijvoorbeeld.

S: Ja, en de effecten van de website, wat zijn die precies? Heeft u daar inzicht in?

J: Hoe bedoel je dat? De resultaten?

S: Ja inderdaad, de resultaten bij de deelnemers.

J: Nou, we zijn nu iets meer dan een jaar bezig en nu beginnen de succesverhalen terug te komen. Dus percentages kan ik daar niet echt aanhangen, maar we zien tot nu toe ja, het kan twee kanten uit, want er zijn mensen die het erg ingewikkeld vinden om elke dag dat dagboek in te vullen. En ik heb zelf ook gemerkt op het moment als je daar na een paar weken, zo'n drie weken is een kritisch moment. Op het moment als je dat drie weken lang doet, dan raak je daar zo aan gewend, dan word je daar handig in en is het niet mee zo ingewikkeld. Maar je ziet voor die drie weken dat er behoorlijk wat mensen afhaken. En op het moment als je vervolgens doorgaat dan worden er redelijk wat successen geboekt.

S: En heeft u een idee hoeveel procent van de mensen dat is die afhaakt en hoeveel het succesvol afrondt?

J: Dat zou ik na moeten kijken, volgens mij komt dat wel in dat onderzoek voor. Wat in ieder geval blijkt is dat de jongere groep en de mensen die het programma vaker gebruiken ook tevredener zijn over het online programma. Dus misschien is het wel interessant om daar op een later moment nog een keer op terug te komen. Dat we een keer door dat onderzoek heen kunnen gaan. Daar staan hele interessante zaken in.

S: Ja, dat zou ik inderdaad wel fijn vinden.

J: Nou, ik zal even kijken of we dat mogen delen en dan kun je misschien later daar nog een keer een telefoontje aan wijden.

S: Dat is goed. En dan zou ik graag nog willen vragen, wat is een sterk punt van de website? En waarom.

J: Het sterke punt is tevens ook het zwakke punt denk ik. Hij is erg uitgebreid. Dus de toepassing om je gewicht en alles bij te houden, dus bijvoorbeeld je dagboek, dat is redelijk gecompliceerd. Maar er zitten wel ontzettend veel features in en ik denk dat dat wel het sterke is, het is ontzettend compleet. Maar dat zorgt er wel voor dat mensen soms verdwalen.

S: Aha, oke, nou goed dan heeft u ook gelijk mijn volgende vraag beantwoord. En ziet u nog mogelijkheden voor verdere ontwikkeling van de website?

J: Ja we ontwikkelen continu, niet alleen de site zelf. Het voedingsprogramma aan zich wordt ook continu ontwikkeld. Om een voorbeeld te geven, daar hebben we jaren geleden zijn daar 18 voedingsmiddelen aan toegevoegd die je in principe onbeperkt kunt eten. En dan moet je daar gewoon een vast aantal punten voor inwisselen. Maar de site zelf die wordt ook continu aangepast. Dus ongeveer elke 3-4 maanden vindt een nieuwe release plaats. En dan maken we het gebruiksvriendelijker en da gaan er elke keer nieuwe zaken aan toevoegen. Dus we

zijn, naar aanleiding van wat ik eerder vertelde zijn we bezig met een cleaning project en dan gaan we kijken welke toeters en bellen hebben we niet nodig, dat we wat bomen omkappen door het bos heen.

S: En u heeft het ook gehad over de mogelijkheid om persoonlijk contact te hebben met een professional geloof ik via internet. Wordt daar nog iets mee gedaan?

J: Nou op dit moment is het zo dat uit het klanttevredenheidsonderzoek gebleken is dat dat een van de hoofdredenen is dat mensen opzeggen. Dus die gegevens zijn al vrij lang verzameld, van hoe hoog staat dat op de lijst van klachten? En vervolgens zal daar een analyse naar gedaan worden van hoe kunnen we dit tackelen. En dat kan misschien op verschillende manieren zijn dat we op een geautomatiseerde manier zeg maar semi-persoonlijke berichten gaan versturen, maar het kan misschien ook zijn dat we meer persoonlijk een professional neerzetten die geraadpleegd kan worden. Dus qua invulling weet ik niet hoe dat opgelost gaat worden, maar het probleem is in elk geval geïdentificeerd en het wordt nu bestudeerd.

S: En zijn er ook gegevens bekend over de effectiviteit van het programma? En dan eventueel van de weightwatchers online en het reguliere programma?

J: Daar zijn onderzoeken naar gedaan en het is wel jammer, de universiteit wageningen die heeft laatst dus ook onderzoek gedaan en daar waren wij net te laat om in mee te gaan. En dan zijn er in Amerika wel onderzoeken gedaan naar het voedingsprogramma waaruit blijkt, en dat is niet specifiek weightwatchers, maar op het moment als je afvalt en je doet dat niet alleen maar met een groep, dat je dan al drie keer zoveel meer kans hebt op positief resultaat. En ja verder zijn nog wel wat onderzoeken uitgevoerd, maar dat is altijd in Amerika geweest.

S: Maar zijn er ook gegevens bekend over, ja dat heb ik trouwens al gevraagd, de mate van afvallen en de mensen die terugvallen zeg maar of die uitvallen uit het programma?

J: Dat zou ik een keer uit dat onderzoek moeten proberen te halen. Maar sowieso dit soort gegevens dat is altijd lastig. Wij zijn een Amerikaanse organisatie en ik heb nou al een paar keer gevraagd van goh geef mij eens een lijst van mensen die bijvoorbeeld teruggevallen zijn, dat we die kunnen benaderen. Maar vanwege privacy-overwegingen mogen we dat niet doen. Dus ik weet ook niet of ik die informatie, als het niet in het onderzoek staat dat ik die zo eventjes ga krijgen.

S: En weet u, misschien staat dat ook in het onderzoek of weet u het uit uw hoofd, hoe lang gebruikers gemiddeld lid zijn?

J: Op het moment als ze zich aangemeld hebben blijven ze gemiddeld 8-9 maanden lid. Maar ik denk een procent of 30 meldt zich binnen 3 maanden af. Ik denk als je dat afzet tegen de mensen die wel lid blijven die zullen dan een maand of 15-16 lid blijven, maar gemiddeld is het 9 maanden.

S: En wat vindt u zelf van de gebruiksvriendelijkheid van het programma?

J: Ja zoals gezegd, op het moment als je het in de vingers hebt is het ontzettend compleet en handig en kun je alles bijhouden wat bij te houden valt. Maar om zeg maar de eerste 3 weken door te

komen moet je wel doorzetten. Want ja het is echt online, heel veel ... waar je rekening mee moet houden.

S: En is er op bepaalde punten nog specifiek aandacht besteed aan de gebruiksvriendelijkheid?

J: Ja dat volgt eigenlijk continu door waar we mee bezig zijn, dus op het moment als je een release hebt van een nieuwe website dan is een van de doelen altijd om de site gebruiksvriendelijker te maken. En dat is gewoon een voortdurend proces.

S: Oke. En dan zou ik graag nog willen weten wat u weet over de klanttevredenheid, maar daar heeft u het ook al over dat onderzoek gehad wat elk half jaar uitgevoerd wordt toch?

J: Ja.

S: Dus dat staat neem ik aan daarin.

J: Ja, wat wou je precies weten daarover?

S: Wat er eigenlijk bekend is over de klanttevredenheid. Hoe positief mensen zijn over het programma.

J: Dan zou ik dat onderzoek er een keer bij moeten halen.

S: Oke.

J: Maar dat weten we in elk geval.

S: Ja, ten slotte nog over de technologische mogelijkheden. Wat is nu de directe reden geweest om gebruik te maken van een online programma? Is dat puur uit dat het op die manier makkelijk is om een grote groep mensen te bereiken of is het ook doordat het grotere mogelijkheden heeft dan een programma dat niet online is?

J: Dan moet ik even teruggaan. Wereldwijd zijn er een paar online landen. Dat zijn grote landen zoals Amerika, Canada, Frankrijk, Engeland, Duitsland, Australië. En als je Nederland qua omvang bekijkt is dat ook een beetje een vreemde eend in de bijt. De reden dat ze online in Nederland ook uitgebracht hebben, de cursussen die lagen in principe op hun gat, er is een herstructurering geweest waarbij heel veel cursussen gesloten zijn, wat dan vervolgens ook betekent dat je moeilijker bij de mensen kan komen, of de mensen moeilijker bij jou. Dus toen is gekeken van op het moment als we nou online lanceren, dan kunnen we gewoon de mensen bereiken die geen cursus ... hebben en op basis daarvan kunnen we de lessen weer gaan opbouwen. En daarnaast speelt een rol dat Nederland een ontzettend hoge internetpenetratie heeft. Ik geloof een van de hoogste wereldwijd. Een procent of 85-90 doet in Nederland wat met internet.

S: Oke, dus het is puur om de mensen te bereiken.

J: Ja.

S: En hoe is er van de technologische mogelijkheden gebruik gemaakt?

J: En dan bedoel je puur echt de programmering?

S: Nou meer hoe zijn er bepaalde technische dingetjes gebruikt zeg maar die je misschien in een niet online programma niet zou kunnen gebruiken.

J: Dat zit bijvoorbeeld ook in de ontsluiting van je voedingsdatabase. In de cursus hebben mensen een boodschappengids en dat is een soort boekje met 300-400 bladzijdes waarin alle producten staan en online kan je gewoon met de zoekfunctionaliteit binnen de database alles opzoeken. Dus dat is bijvoorbeeld een groot verschil tussen die twee.

En dat je online je dagboek bijhoudt dat is ook iets wat, ja het is heel logisch wat je offline niet kan doen.

S: Ja inderdaad.

Dan heb ik eigenlijk nog maar één vraag en dat is wat ik volgens u nog absoluut moet weten voor dit onderzoek en wat ik nog niet gevraagd heb.

J: Nou ik denk dat het meeste wel aan bod is gekomen. Wat ik sowieso voorstel zoals gezegd om binnenkort nog even dat klanttevredenheidsonderzoek door te lopen. En ik denk op het moment als we daar doorheen lopen dan hebben we ook eventuele punten die we nu niet gecoverd hebben die hebben we dan wel te pakken. Want daarin zijn alle zaken die we willen weten die wij van belang achten die zijn daar gebruikt.

S: Ja dat zou echt heel fijn zijn om te weten hiervoor inderdaad.

Verdere afspraken vervolgesprek. Einde interview.

Interview Freya Zuidervaart-Valtaf.nl

Vrijdag 24 april, 14.00 uur.

S= Sylvie

F= Freya

S: Voordat we met het interview beginnen. Heeft u nog vragen?

F: Nee, ik ben gewoon heel erg benieuwd naar wat je gaat vragen en naar de uitkomst

S: Allereerst wil ik graag wat dingetjes weten over de achtergrond van de website. Ik heb natuurlijk al wel even wat kunnen rondkijken. Maar zou u misschien een omschrijving kunnen geven van wat het precies is.

F: Valtaf is een website, het is eigenlijk meer een community website voor mensen die dus willen afvallen. Ja, wat community is. Iedere persoon die zich aanmeld krijgt een eigen profielpagina en op die profielpagina kan je eigenlijk alles bijhouden wat met afvallen te maken heeft. Dus ze krijgen een eigen gewichtsgrafiek een eetdagboekje, sportdagboek. Een calorietabel hebben ze en op basis van die calorietabel kunnen ze hun eetdagboekje invullen en kunnen ze dus zien hoeveel calorieën ze hebben verbruikt of in elk geval tot zich genomen en kunnen ze hun sportdagboekje invullen en dan kunnen ze die twee tegenover elkaar zetten bijvoorbeeld ook. Want het is natuurlijk heel erg belangrijk wat je energie inname en je verbruik is om die twee tegenover elkaar te zetten voor mensen die willen afvallen dat is enerzijds wat we hebben.

Ze kunnen ook buddies maken, dat zijn andere deelnemers van de website die ondersteunen elkaar dan bij het afvallen. Dus als het wat minder goed gaat of als er minder motivatie is of als het juist heel goed gaat dan krijgen ze die steun van elkaar. En die onderlinge steun werkt heel goed, want het zijn voornamelijk vrouwen dan bij ons die allemaal in hetzelfde schuitje zitten en ook tegen dezelfde problemen aanlopen steeds. Dus dat is enerzijds, we hebben ook clubs waar ze zich kunnen aanmelden, forums waar ze op kunnen praten met elkaar over allerlei problemen. We hebben ook een weblog die wordt onderhouden door ons. Wij zijn drie voedingsdeskundigen en dan schrijven wij heel veel artikelen over gezonde voeding en afslanken, zodat ze meer informatie kunnen krijgen over het onderwerp. Grotendeels is het gratis wat ik net allemaal opnoemde daar kan iedereen gratis gebruik van maken. We hebben ook een abonnement, dat is tegen een kleine vergoeding kunnen ze dan vragen stellen aan ons, krijgen ze dagmenu's en krijgen ze meer informatie en krijgen ze extra opties op hun profiel die ze dan kunnen gebruiken.

S: Wie is de oprichter van de website?

F: Dat is Emiel Brintjes, die heeft deze website in 2005 is hij daarmee begonnen voor een vriendin die aan het afvallen was, met een bestandje op exel wat hij op internet heeft gezet. En dat bleek heel erg goed te werken en dat is langzaam uitgegroeid zal ik maar zeggen tot wat het nu is.

- S: Dus dat is in eerste instantie een particulier geweest.
- F: Ja.
- S: En nu is het meer een commercieel bedrijf? Of hoe moet ik dat zien?
- F: Ja, ja het is wel, ja nu, er worden kosten gemaakt en die moeten wel terugverdiend worden. Laat ik het zo zeggen.
- S: Oke, Mijn volgende vraag is wat de aanleiding of het doel is geweest van de oprichting van de website. Maar dat is dus eigenlijk voor die vriendin geweest.
- F: Ja, ja. Het is eigenlijk begonnen als een leukigheidje. Toen werd er eigenlijk nog helemaal niks mee gedaan Op een gegeven moment stond het er. Niemand werkte daar, het stond er gewoon. In een half jaar tijd waren er al 10.000 mensen die zich hadden aangemeld, dus toen realiseerde men zich nou, misschien moeten we hier wat mee gaan doen.
- S: Uiteindelijk zoals het er nu uitziet. Waarom is er gekozen voor de vorm , zeg maar dat het een online programma is?
- F: Dat is allemaal toeval geweest, omdat als je aan het afvallen bent, dat is natuurlijk moeilijk voor vrouwen die (we hebben het nu over vrouwen voornamelijk dan he) die hebben heel veel ups en downs. Op het moment dat ze niet lekker in hun vel zitten dan kunnen ze niet meer afvallen is dan meestal de redenatie en door doe onderlinge steun die ze dus merken en die aanmoediging “Oh wat goed , je bent weer een kilo afgevallen” dat is dan heel erg prettig om te horen. En iedereen kan ook zien wat jij aan het doen bent. Oh, deze week gaat het wat minder goed of deze week gaat het wat beter om te merken dat dat heel leuk was en dat is er eigenlijk of was er nog niet. Maar het is niet met een doel opgezet, het is eigenlijk een beetje toevallig geweest en nu zijn we wel zover dat we wel gewoon we kennen de vrouwen heel erg goed, wat ze graag willen en daar spelen we nu natuurlijk wel op in. Van wat de laatste ontwikkelingen zijn op internet.
- Ik moet er wel bijzeggen dat wij echt alleen maar online werken, dus het is niet dat we mensen echt aan de telefoon hebben of face to face spreken. Dat heb je niet echt veel in Nederland. Als je naar het individu kijkt die willen dat graag erbij maar dat doen wij niet. Dat is ook een keuze. We hebben inmiddels sinds februari meer dan 100.000 deelnemers die zich aangemeld hebben. Dat zou betekenen dat hier echt 5 dieetisten de hele dag aan het werk zouden moeten zijn. En dat is eigenlijk ook bijna niet te betalen. En we merken toch dat dit op deze manier toch ook heel erg goed werkt voor de mensen
- S: Hoe wordt het gefinancierd?
- F: Ja, door de abonnementen die we dan verkopen.
- S: Dus de extra opties die
- F: Ja, de special- care-abonnement noemen we dat,ja.
- S: Hoelang bestaat de website precies?
- F: Sinds 2005, half augustus 2005.

- S: Wat is precies de doelgroep, voor wie is het bedoeld?
- F: Het is eigenlijk bedoeld voor iedereen die wil afvallen, eigenlijk, maar we merken gewoon dat vrouwen bij ons zich veel, ja, dat zijn nou eenmaal de mensen die bij ons komen, 90 procent is vrouw ongeveer, daar richten we ons nu eigenlijk ook gewoon op. Mannen gaan op een andere manier met afvallen om. Die zijn veel concreter zal ik maar zeggen en minder emotioneel. En daarom richten wij ons nu voornamelijk op die doelgroep, op de vrouwen.
- S: Is het ook nog op een speciale manier gericht op mensen die zich niet thuis voelen in een regulier programma. Zoals bij een dietist ?
- F: Nee, Iedereen die het wil mag zich bij ons aanmelden Ze mogen in principe ook het eigen dieet volgen wat ze zelf willen, want ze lezen natuurlijk van alles. We hebben ook een heleboel mensen die ook gewoon bij een dietiste lopen maar die daarnaast ook ons programma als hulp gebruiken
- S: Hoe wordt je doelgroep precies bereikt?
- F: Allemaal voornamelijk via het internet natuurlijk , dat is het belangrijkste en veel vertellen ze het veel aan elkaar. Dus dat werkt heel goed en we staan op heel veel verschillende websites waar ze opzoeken om over afslanken te kijken.
- S: Het volgende wou ik eigenlijk vragen, welke onderdelen de website allemaal bevat, maar dat heb je al wel vertelt. Waarom is nou voor elk van die onderdelen gekozen?
- F: Het zijn alle functionaliteiten die er zijn om te gebruiken bij het afvallen . Het eetdagboek is erg belangrijk. Daar kunnen ze gewoon hun eigen voeding bekijken en het gaat helemaal makkelijk, het wordt voor hun automatisch allemaal berekend. Ze hoeven alleen maar de producten toe te voegen en dan kunnen ze zelf inzicht krijgen in wat ze eten op een dag. Het sportdagboek is daarnaast ook weer altijd belangrijk voor mensen die willen afvallen. Beweging hoort er nu eenmaal bij. En dat tegenover elkaar kunnen zetten is belangrijk De gewichtsgrafiek is meer dat mensen gewoon inzicht hebben in het verloop van het afvallen, en ze zeggen altijd; een dalend lijntje is al heel erg positief, geeft een goed gevoel. De weblog is natuurlijk om informatie te verstrekken aan elkaar en de clubs en de forums is meer dat mensen elkaar gewoon beter kunnen bereiken. Er zijn heel veel verschillende clubsoorten. Je hebt bijvoorbeeld de 50plussers club, die voelen zich natuurlijk prettiger bij elkaar. En de jonge moeders en de goede recepten club en dat soort dingen heb je allemaal. En op die manier kunnen ze elkaar beter vinden en beter met elkaar communiceren.
- S: Oke, dus die clubs zijn er echt om met elkaar contact te hebben?
- F: Ja, ja, ja
- S: Dan is er ook nog zoiets als een persoonlijk plan of iets dergelijks?
- F: Een persoonlijk plan voor iedere deelnemer?
- S: Ja

- F: Ja, ze kunnen een afvalplan invoeren, maar dat is geautomatiseerd, dus dan kunnen ze hun streefgewicht invullen. Zeg maar, ik wil 60 kilo wegen op 1 november 2009 en dan krijg je een automatisch plan.
- S: Dat is dan gericht op voeding en bewegen of..
- F: Dat is gewoon op basis van welk gewicht je bereikt moet hebben op welke dag. Dus op dat moment hebben ze geen plan. Dat is alleen maar op het moment dat ze een abonnement nemen dan krijgen ze van ons een plan.
- S: Hoe ziet zo'n plan er dan uit?
- F: Wij werken voornamelijk met dagmenu's. Wij hebben twee verschillende soorten dagmenu's en als iemand bij ons komt dan kijken we eerst van: wat is de persoonlijke achtergrond van die mevrouw (meestal is het een mevrouw) en dan kijken we gewoon wat haar, eh we hebben een voorformulier, dat wordt ingevuld door de deelnemers zelf zodat we de medische gegevens hebben en alle achtergrond. Welke levensstijl, levenswijze zij heeft, hoeveel kinderen ze heeft, bijvoorbeeld wat voor werk ze doet. Al die dingen, informatie, hebben we dan en dan komen ze naar ons toe en dan geven wij op basis daarvan, geven we adviezen wat ze het beste kunnen doen, wat ze het beste kunnen volgen. We hebben dan twee standaard dagmenu's op de website. Dus een van 1200 tot 1400 calorieën en een van 1800 tot 2000. Wij zeggen dan, u kunt het beste dat menu volgen, maar wel aangepast aan de persoon. Er zit natuurlijk altijd een beetje een gulden middenweg, niet iedereen is hetzelfde. Maar je kan ze wel een beetje in een groep stoppen. Alleen we geven ze dan adviezen op basis van hun eigen profiel zal ik maar zeggen. Hoe hun leven in elkaar steekt want als ze onregelmatige werktijden hebben wordt het vaak ook ingewikkelder en met kleine kinderen wordt het ook weer een ander verhaal enz enz
- S: Dus het advies is puur gericht op voeding?
- F: Ja. Geen beweging.
- S: Hoe is het programma precies op de doelgroep afgestemd?
- F: Waar wij heel erg rekening mee houden is dat mensen in Nederland, daar is heel veel onderzoek van geweest, over weten hoe zij eten. Je kan natuurlijk de prachtigste dagmenu's maken maar het moet wel praktisch zijn om in het leven in te passen. Dus wij houden er heel erg rekening mee hoe ze zelf eten. Dus meestal eten mensen op maandag dinsdag en woensdag eten gewoon aardappelen groente vlees en op donderdag en vrijdag eten ze wat chiquer en op zaterdag makkelijk enzovoort. Daar houden wij allemaal rekening mee in de dagmenu's en wij houden er ook rekening mee met de boodschappen die ze moeten doen. Dus het is niet zo dat je iedere dag ander soort broodbeleg moet gaan kopen of een ander stuk fruit tussendoor. Want dat is nou eenmaal niet hoe mensen hun boodschappen doen.
- S: Dus echt heel praktisch ingericht.
- F: Ja

- S: De website, de vormgeving daarvan. Is die nog op een bepaalde manier afgestemd op de doelgroep?
- F: Ja, dat is gewoon door een jongen gedaan die daarvoor gestudeerd heeft. Maar dat heeft meer met gebruiksvriendelijkheid te maken van een website.
- S: Ook nog in verband met de doelgroep. Is er een soort van behoefte-analyse gedaan? Van tevoren, wat mensen graag willen?
- F: Dat heeft hij wel gedaan volgens mij, ja. Het is alweer bijna twee jaar geleden namelijk.
- S: Weet u nog wat de uitslag daarvan was?
- F: Nee, dat weet ik niet meer, sorry.
- S: Wat zijn volgens u de belangrijke factoren die van invloed zijn op afvallen?
- F: Omgevingsfactoren? Of alle factoren?
- S: Ja, eigenlijk alle factoren, de dingen die er echt uitspringen die belangrijk zijn en ook hoe er rekening mee is gehouden in het programma.
- F: Wat heel erg belangrijk is voor mensen is de steun die ze kunnen krijgen. Vaak is het voor mensen die aan het afvallen zijn niet de eerste keer en zijn ze er al heel vaak mee begonnen en willen ze het ook liever niet meer vertellen aan hun omgeving. Want als het dan weer mislukt dan is het ook weer heel vervelend om dat weer te moeten vertellen. De andere mensen die op de website zitten, zitten in hetzelfde schuitje en dat maakt het dus dat ze het aan hun wel durven vertellen waarom het niet goed gaat deze keer bijvoorbeeld. Het dus thuis liever niet willen vertellen. Wat denk ik heel erg belangrijk is en wat wij als voedingsdeskundigen zeker vinden is dat de meeste mensen wel weten hoe ze gezond moeten eten, dat weten ze allemaal wel, alleen er ontbreekt de praktische invulling en de praktische kennis in het leven, zal ik maar zeggen. Hoe ze dat in hun eigen leven kunnen toepassen. En dat proberen wij heel erg op in te spelen door de artikelen op een bepaalde manier te schrijven dus de informatie te geven, zodat ze er ook daadwerkelijk iets mee kunnen doen. Je kan wel zeggen, je moet twee ons groente eten op een dag, dat weten we, maar dan moet je ook informatie en tips geven hoe ze dat daadwerkelijk kunnen doen. Wat is leuk, wat is handig. En bijvoorbeeld ook keuze's maken. Want we heel veel doen en wat ze erg prettig vinden zijn gewoon lijstjes. B.v. mayonaise lijstje. Je hebt een gigantisch schap met allerlei soorten mayonaises. Van olijfonaise, tot frietsaus tot light en weet ik veel wat. En dan maken wij een lijstje van ook met de calorieën in het overzicht welke je dan het beste kan kiezen. Dat doen wij met heel veel verschillende producten ook nu met de zomer ijsjes natuurlijk, barbecuen, welk vlees moet je dan nemen, enz enz. Gewoon heel erg praktisch. Dat ze thuis ook snappen wat ze moeten doen.
- S: Oke, dus de sociale steun en de praktische tips, om het zogoed mogelijk uit te voeren.
- F: Ja, gewoon een hele simpele weet is dat mensen vaak niet weten dat honing in de thee bijna net zo slecht is als suiker qua calorieën dan he. Dat soort dingen vinden ze erg prettig. Neem

- bijvoorbeeld limonade Je kan beter limonade nemen dan cola maar het heeft nog steeds evenveel calorieën. En dat weten ze vaak gewoon niet.
- S: Is er ook aandacht voor psychologische factoren?
- F: Nee, we hebben wel een keer in de maand een columniste, dat is een psychologe die zich wel daarmee bezig houdt. Haar praktijk richt zich daarop. Dus wat de psychologische achtergrond is achter het afvallen, of tenminste de redenen. Zij schrijft een keer in de maand een colum voor ons, alleen het is, we hebben er nog niet naar gekeken hoe we dat zouden kunnen doen maar het is heel moeilijk om dat online te doen. Dat kan nog niet.
- S: Oke, dus met de psychische problemen wordt nog niet echt nog wat mee gedaan.
- F: Nee.
- S: Mijn volgende vraag is eigenlijk of u weet of de deelnemers veel te maken hebben met psychische problemen maar is dan nu nog niet helemaal duidelijk?
- F: Ja, dat weten we wel. We hebben heel veel contact met ze. Dat is heel erg prettig. Daardoor weet je heel goed wat er leeft. En wat we heel erg veel zeggen is dat ze vreetbuien, of eetbuien, ze zeggen dan vreetbuien. Maar dat is niet zover als vreetbuien in de zin als iemand met een eetstoornis. Maar wel het moment is waarop ze zich niet prettig voelen, ze een rottag hebben, dat ze dan echt heel veel gaan eten.
- S: Dus veel mensen hebben wel met emotie-eten te maken.
- F: Ja, emotie-eten ja, maar ik wil daar nooit zoveel aandacht aan besteden want op het moment dat je gaat zeggen dat emotie-eten , ja dat kan , dat is goed, en dan ze er allemaal een naampje aan geven en dat kan je beter niet doen.
- S: Wordt er op een of andere manier nog rekening gehouden met persoonlijkheid?
- F: Hoe bedoel je persoonlijkheid?
- S: Ik heb literatuur studie gedaan voor m'n these en daar kwam uit dat neuroticisme en concentieusheid heel belangrijke persoonlijkheidsfactoren waren bij afvallen. Dat mensen die heel neurotisch zijn vaak veel problemen hebben bij afvallen omdat die veel moeite hebben om zich aan het dieet te houden en dat heel concentieuse mensen daar vaak heel goed mee kunnen omgaan.
- F: Oke, nee, daar houden wij geen rekening mee.
- S: Oke, is er aandacht voor terugvalpreventie, dus wordt men voorbereid op de periode na het dieet?
- F: Ja, dat proberen we wel te doen. We geven heel vaak tips van, ja, ik ben nu afgevallen en war nu? Want dat is vaak, het afvallen lukt meestal wel, alleen het op gewicht blijven is eigenlijk een groter probleem he, dan het daadwerkelijke afvallen. We besteden daar heel veel aandacht aan, maar op het moment dat mensen op gewicht zijn komen ze niet meer bij ons op de website, want dan zijn ze al afgevallen. We hebben wel een aantal leden die nog wel blijven die terug

blijven komen en die bijvoorbeeld het eetdagboek blijven invullen, gewoon voor zich zelf om achter de hand te houden. Maar als ze eenmaal afgevallen zijn, zijn ze weg.

S: Merk u dan ook dat er mensen zijn die weer terugkomen?

F: Ja, ja,

S: En zijn dat er veel?

F: Dat weet ik eigenlijk niet zo goed of het er veel zijn. We merken wel dat ze terugkomen dan hebben ze bijvoorbeeld in 2006 een profiel gehad en dan komen ze nu weer terug omdat het toen heel erg goed geholpen heeft. Maar ik kan er geen aantallen in geven.

S: Dan heb ik uit de literatuur nog een heel aantal dingetjes waarvan ik benieuwd ben of daar ook aandacht aan wordt besteed. Wat genoemd wordt is self-monotoring, dat heeft u al een beetje aangegeven met het dagboek en zo. Probleem oplossen en dat soort dingen, wordt daar aandacht aan besteed?

F: Probleem oplossen?

S: Ja, moeilijke situaties en zo.

F: Ja, dat is hetzelfde met de praktische tips. Bijvoorbeeld koninginnedag komt eraan, waar kan je dan het beste voor kiezen op die dag. We hebben ook natuurlijk Pasen dan doen we allerlei dingen met paaseitjes en zo, maar ook gewone feestjes, de verjaardagen dat is voor heel veel mensen toch een hele moeilijke. Dan geven wij gewoon tips hoe ze daar het beste mee om kunnen gaan. En wat ik net zei, in de zomer heb je natuurlijk de barbecue, met kerst hebben we de gourmet en fondue tips erbij. Mijn persoonlijke mening is dat een van de belangrijkste dingen, om daar op die manier ermee om te gaan. En dan niet zeggen neem een zakje wortels mee want dat willen ze niet horen. Maar wel gewoon dat ze op een nette manier de avond door kunnen komen.

S: Er stond ook bij, het stellen van haalbare doelen, worden ze daarbij geholpen

F: Nou dat, dat, als ze in het gratis gedeelte zitten is dat eigenlijk de mensen hun eigen verantwoording wat ze aan het doen zijn. We geven dan natuurlijk wel de informatie die ze kunnen gebruiken maar voor de rest is dat hun eigen verantwoording, op het moment dat ze een abonnement hebben dan doen we dat wel. Het is wel zo dat de informatie die wij geven is daar wel altijd op gericht, van, bijvoorbeeld, we krijgen wel eens mailtjes van mensen die zeggen, ik ben dit weekend wel 3 kilo aangekomen. En we leggen ze dan ook uit in principe is het bijna onmogelijk dat je drie kilo aankomt in een weekend. Wat er ook verschrikkelijk slecht aan is om drie kilo af te vallen in een week. Waarom is dat slecht voor je bijvoorbeeld. Maar dat is vooral de informatie die we zelf geven, maar op het moment dat ze een abonnement hebben dan gaan we ze begeleiden en dan zeggen we van, ja, maar wat doet u nu op dit moment? Weet je wel, en dan zeggen ze ja ik wil graag het 1000 calorie dieet volgen en dit en dat. Bijvoorbeeld, Sonja Bakker vinden ze leuk en dat volgen ze dan en dan zeggen we, nou prima u kunt Sonja Bakker blijven volgen maar doe er dan wel dit en dit en dit er nog eventjes bij want dat is de betere

- oplossing. Dus dan hebben ze steeds nog wel een beetje een eigen keuze maar we duwen ze dan onze richting op zal ik maar zeggen.
- S: Ja, echt een beetje helpen om hun doel te bereiken.
- F: Ja, maar op een gezonde manier.
- S: Wat er ook nog genoemd wordt is cognitieve herstructurering, zeg maar, compleet anders gaan denken over
- F: Ja, dat is meer de psychologische insteek weer , daar doen wij dus niet heel veel aan. We hebben wel ja, dat is misschien een beetje suf, maar we hebben wel succesverhalen heel vaak op de website en die geven altijd, bijna altijd geven die aan van er moest een knop omgaan in mijn hoofd. Daar besteden we op die manier wel aandacht aan maar ja, dat is altijd de knop die de mensen zelf moeten maken. En daar kan jij als buitenstaander, voedingsdeskundige of dietiste heel weinig aan doen. Net als stoppen met roken, mensen moeten het zelf eerst willen voordat ze hett daadwerkelijk kunnen gaan doen.
- S: Dan wilde ik nog iets vragen over getailorde informatie maar dat heeft u al een beetje vertelt, dat het afgestemd wordt op de persoon zodra ze een abonnement hebben.
- F: Ja.
- S: Naast dat het 90 procent vrouwen zijn, wie zijn precies de huidige gebruikers? Heeft u gegevens over leeftijd en...
- F: Ja, het grootste gedeelte is altijd tussen de 20 en 35 jaar. Dat komt natuurlijk omdat dat meer internetgebruikers zijn. We krijgen een partner, de plus online heet die. Dat is een 50 plussers tijdschrift. Daar gaan we mee samenwerken en ik denk op dat moment krijgen wel de grotere, krijgen we de 50 plussers groep erbij. Dat is denk ik meer een internet iets, dat de ouderen minder van internet gebruik maken, nog, op dit moment.
- S: Bijvoorbeeld, BMI, gemiddeld gewicht, heeft u daar gegevens over?
- F: Het probleem bij ons, omdat het internet is, heel veel profielen hebben wij alleen niet ieder profiel is altijd even actief. De gegevens nummers kan ik niet heel erg duidelijk in zijn. Ik weet het gemiddelde gewicht was geloof ik niet zo heel erg hoog. Ik geloof 78, 82 kilo of zoiets.
- S: Het aantal deelnemers , heeft u ook al genoemd geloof ik?
- F: Ik zal even exact kijken, 106.000 geloof ik.
- S: Echt heel veel dus.
- F: Ja.
- S: Is het zo dat iedereen, ongeacht leeftijd of gewicht kan deelnemen of worden bepaalde groepen ook uitgesloten?
- F: Nee, iedereen mag deelnemen.
- S: Stel, mensen hebben ernstige obesitas, kunnen die ook deelnemen?
- F: Ja.
- S: Of worden die misschien doorverwezen.

- F: Nee, die mogen gewoon deelnemen. We gaan wel uit van eigen verantwoordelijkheid van mensen we hebben een aantal mensen met echt zwaar obesitas of morbide obesitas en die hebben daarnaast ook nog een normaal reguliere internist. Het gratis gedeelte is echt voornamelijk een hulpmiddel.
- S: Is het programma al en keer geëvalueerd?
- F: Door?
- S: Door jullie zelf, hoe effectief het is?
- F: De effectiviteit van het afvallen zelf, nee , dat hebben we eigenlijk nog niet gedaan, nee, daar moet ik eerlijk in zijn. We zijn wel continu aan het kijken hoe we de inhoud van het abonnement kunnen verbeteren. Het verschil tussen een dietiste, als je bij iemand in de praktijk komt, is dat die mensen worden aangesproken op hun gedrag en afspraken hebben met die mensen. En wij hebben geen afspraken. Daar zouden we nog iets mee kunnen doen. Alleen het is wel, wat ik al eerder zei omdat het een hele grote groep is, heb je heel veel personeel nodig. Dan moet je ook weer de kosten omhoog gooien enz enz .
- S: Wat is een sterk punt van het programma?
- F: Het eerste gedeelte is gewoon gratis dat is heel uniek denk ik, bijna niet in Nederland te vinden. De informatie die wij geven is heel erg persoonlijk vind ik heel erg goed. Als je het vergelijkt met andere gemeentelijke- of overheidsinstellingen, de voorlichting over voeding die wordt gegeven is verschrikkelijk. Wij spelen gewoon in op mensen zodat ze het prettig ervaren dat is echt een heel belangrijk punt en het is gewoon. Ze hebben echt alles wat ze willen. Iedereen maakt van de website gebruik op haar eigen manier, want de een vind alleen het eetdagboekje prettig, die komt alleen maar daarvoor en vervolgens doet ze niks met de andere dingen. Maar de ander zijn echt zwaar buddy's en die ontmoeten allemaal mensen en die vinden dat juist heel prettig.
- S: Dus iedereen kan het echt op eigen manier inrichten.
- F: Ja.
- S: Als u kritisch kijkt, wat is dan misschien een zwak punt van de website?
- F: Dat als je naar het abonnement kijkt is het toch wel dat je het persoonlijk contact toch mist, de afspraken die je met mensen maakt opvolgen, namailen , dat is toch wel iets wat mist, waardoor als mensen niet meer gemotiveerd zijn ook niet meer terugkomen, daar heb je dan geen grip op.
- S: Geven deelnemers dat zelf ook aan?
- F: Nee, ja, ze zoeken vaak de oorzaak van als het niet lukt met afvallen,bij hen zelf dus ze zullen niet snel ons de schuld geven.
- S: Ziet u zelf nog mogelijkheden voor verdere ontwikkelingen?
- F: Ja, heel veel mogelijkheden zijn er nog voor verdere ontwikkelingen. Het liefst zou ik toch wel willen dat mensen ons konden bellen. Dat kan natuurlijk niet. Ze kunnen ons wel bellen als we willen, maar gewoon dat dat een vast onderdeel wordt. Dat zou ik wel graag willen maar dat is

moeilijk. Misschien met sms en dat mensen misschien daardoor gemotiveerd worden. Dus op een bepaald moment dat wij weten dat ze het moeilijk hebben bijvoorbeeld dat je dan een sms je krijgt. Dat soort dingen, daar zijn natuurlijk nog heel veel mogelijkheden in. En beter afgestelde dagmenu's ook nog. Dat mensen aan kunnen geven van ik ben vegetariër of ik lust geen kaas of zo.

S: Dus toch nog iets persoonlijker allemaal.

F: Ja, maar dat is natuurlijk heel ingewikkeld om dat voor elkaar te krijgen.

S: Wat de effectiviteit van het programma betreft. Heeft u bijvoorbeeld gegevens over de mate van afvallen van de deelnemers?

F: Nee, dat is zo verschillend omdat we zoveel verschillende profielen hebben wordt het heel erg moeilijk om daar echt hele duidelijke cijfers voor te geven maar volgens mij was de gemiddelde van afvallen 7 kilo maar dat is heel moeilijk te zeggen want over welke periode gaat het dan. Dus het is heel moeilijk om daar harde cijfers voor te geven.

S: Weet u hoelang de gebruikers gemiddeld lid zijn ?

F: Nee, want heel veel mensen hebben ook een profiel en die verwijderen dan niet en dan komen ze misschien een half jaar later terug en maken een nieuw profiel aan. Dat is omdat het internet is.

S: Wat vind u zelf van de gebruiksvriendelijkheid van het programma?

F: Ik vind zelf dat ze iets teveel kunnen doen. Er zijn heel veel mogelijkheden, teveel mogelijkheden misschien. En helemaal voor iemand die niet heel goed is met computers, is het misschien ingewikkeld.

S: Wordt daar nog specifiek aandacht aan besteed?

F: Ja, we proberen wel zoveel mogelijk hulptekstjes en zo te plaatsen zodat ze er makkelijker mee om kunnen gaan. Het probleem op internet is dat mensen vaak niet goed lezen. Ze willen snel, snel en niet een lap tekst lezen met een uitleg erbij. Ze willen eigenlijk binnen een regel weten wat ze moeten doen.

S: Is er iets bekend over de klanttevredenheid?

F: Ja, die is heel goed. Je moet eigenlijk als je een keer op de website ben het is een heel warm gevoel. Ze zijn heel erg lief tegen elkaar en positief en prettig. We hebben dan wel een plek op de website waar mensen ruzie kunnen maken, dat noemen we het ruzieforum. Er zijn op internet ook altijd mensen die vervelende dingen willen zeggen en dat moet allemaal netjes daar. Op de rest van de website hebben we eigenlijk helemaal geen last van vervelende mensen, dus dat maakt dat het op de website prettig vertoeven is.

S: Dan nog iets over de technologische mogelijkheden. Waarom is er gebruik gemaakt van een online programma? Is dat puur uit gemak om de mensen te bereiken of is het ook door de grotere mogelijkheden die niet zonder internet te doen zijn?

- F: Het is gewoon de eerste insteek geweest omdat het zo toevallig begonnen is. Het doel was er niet om een hele grote website te worden. Het is eigenlijk meer toevalligheid.
- S: Dus omdat het bleek te werken?
- F: Ja, precies en daardoor verder ontwikkeld.
- S: Wat zou ik verder nog absoluut moeten weten voor dit onderzoek volgens u?
- F: Ik denk wel dat het een heel belangrijke ontwikkeling is voor de toekomst waar rekening mee moet worden gehouden en dat we daar ook steeds meer naar toe zullen gaan.

Interview Angèle Bakker - Nooitmeeropdieet.nl

Maandag 4 mei, 14.00 uur.

S= Sylvie

A= Angèle

S: Als eerste wil ik het graag hebben over de achtergrond van de website. Wilt u een omschrijving geven van wat het precies is?

A: Nooit meer op dieet is een training voor mensen die worstelen met dieet, met diëten. Het gaat niet zo zeer over voeding, maar meer over het psychologische aspect van eten. Dus het is een groepstraining of een e-coachings programma die mensen volgen waarin ze heel erg op zoek gaan naar de oorzaken van hun, hun overgewicht, of te veel eten, of het dwangmatig stuk van eten, dus in ieder geval het stuk probleem wat ze met eten hebben.

S: Wie is de oprichter van de website?

A: Ik

S: En is dat vrijwillig, particulier of

A: Ik ben gewoon in 2004 mijn eigen bedrijf gestart, eigenlijk uit eigen dieetervaring. Ik ben als puber altijd wat dikker geweest. Ik ben nooit heel veel te dik of heel veel te dun geweest maar wel altijd die strijd met eten dat het anders zou moeten. En ik kom oorspronkelijk uit de hulpverlening dus ik heb veel met meiden met eetstoornissen gewerkt en in die hoek hebben wij heel veel cursussen gehad over eetstoornissen maar daarin ook bekeken van goh wat is de achtergrond van etengedrag. Dat wordt bij meiden met eetstoornissen namelijk veel meer uitgediept. Bij gewoon dieet is het ook belangrijk om te ontdekken, waarom heb je dit gedrag en waarom doe je het op deze manier.

S: Dus de directe aanleiding of het doel voor het oprichten van de website, wat is dat nou precies geweest?

A: Nou, ik vooral dat ik merkte, ik was zelf op een gegeven moment met diëten gestopt en ik merkte dat dat me heel veel rust opleverde en ik zie om me heen, ik zag en ik zie, nog steeds heel veel mensen die aan het worstelen met diëten zijn, die dat hun hele leven lang aan het doen zijn en er uiteindelijk helemaal niks mee opschieten. Ik voel het als een soort missie om mensen te laten zien, goh, ga nou niet met een dieet aan de slag maar ga kijken wat de werkelijke oorzaak is en zoek dat op.

S: Waarom is bij dit doel nou gekozen voor deze vorm, voor ook bijvoorbeeld een online programma?

A: Nou ja, als ik mensen moet adviseren geef ik ze altijd het advies om het groepsprogramma te doen, omdat dat gewoon wat meer resultaten biedt. Je bent dan wat actiever bezig en ook met mensen onderling geeft dat heel veel steun. Ik zit in Utrecht en in Delft en een beetje regio Utrecht

- dus ik merkte dat ik steeds meer vragen kreeg van mensen buiten regio Utrecht die ook met het programma aan de slag wilden. Dus daarvoor heb ik een online versie gemaakt.
- S: Dus als ik het goed begrijp zijn er twee programma's die los staan van elkaar.
- A: Ja, ze staan los van elkaar maar dezelfde theorie zeg maar dus je kan zelf kiezen, doe je het in de groep of doe je het thuis.
- S: Wat betreft de inhoud op de website en de vormgeving. Is daar nog een specifieke gedachte achter?
- A: Nee, qua vormgeving heb ik met een grafische ontwerper gedaan. De afbeelding die je ziet is een paspop wat meer de betekenis heeft van, wees tevreden met hoe je bent. Dat vind ik een heel belangrijk stuk want ik heb veel mensen in de training die eigenlijk niet zo veel overgewicht hebben maar daar wel heel erg mee aan het strijden zijn.
- S: Hoe wordt het gefinancierd?
- A: Dat doe ik allemaal zelf.
- S: Moeten de deelnemers ervoor betalen?
- A: Ja, die betalen voor de cursus.
- S: Betalen ze ook nog voor dingen op de website?
- A: Nee op zich niet nee. Als ze de groepstraining doen betalen ze voor de groepstraining en als ze de e-coaching doen betalen ze voor de e-coaching.
- S: Zijn er ook gratis onderdelen op de website?
- A: Ja, ik heb een aantal gratis artikelen die je kan aanvragen. Ik ben bezig met een gratis mini-cursus, maar die staat er nog niet op. Die komt er dus aan. Nu kunnen ze al wel een gratis les aanvragen, die kunnen ze dan invullen en ingevuld opsturen en daar krijgen ze dan een reactie van mij op, over hoe ze er mee bezig zijn. En die wordt ietsje uitgebreid naar een soort mini-cursus.
- S: Oke, op die manier. En hoe lang bestaat de website al, of het programma?
- A: 2004 ben ik gestart.
- S: Dat is het reguliere programma. En het online programma, is dat tegelijkertijd gestart?
- A: Ja, dat is tegelijk gestart.
- S: De doelgroep, wie zijn dat precies?
- A: Dat zijn vooral vrouwen van ongeveer tussen de 25 en 55 jaar. Ik heb toevallig net een marktonderzoek gedaan. Ik heb redelijk zicht op de doelgroep, maar het is niet helemaal te specificeren. Het zijn zowel getrouwde vrouwen als single vrouwen, het zijn zowel gezinnen als werkende vrouwen of gewoon thuis. Daar zit niet zoveel verschil in. Wat ik wel merk is dat mensen in ieder geval al veel diëten hebben geprobeerd, maar ook wel een bepaalde mate van zelfreflectie moeten hebben, omdat ze wel bereid moeten zijn om naar zichzelf te kijken en naar hun eigen eetgedrag.
- S: Is het nog speciaal gericht op mensen die daarvoor niet naar een huisarts of diëtiste gaan?

- A: Meestal zijn ze al een keer naar de huisarts of een diëtist geweest, maar voor het e-coaching programma is het vaak wel dat het een wat lagere drempel is. Als mensen niet echt toegeven van ik heb een probleem en ik zit ergens mee, dan is dit wel een veilige en anonieme manier om ermee aan de slag te gaan. Ik heb veel mensen die al veel geprobeerd hebben dus ook huisarts en diëtist.
- S: Merkt u ook dat er veel mensen zijn die het prettig vinden dat het anoniem is of die dat juist daarvoor doen?
- A: Ja, vooral in het begeleidingsstukje. Mensen sturen hun opdrachten door en daarin zijn ze vaak heel open in de dingen die ze ervaren of waar ze tegenaan lopen en dat is vooral ook omdat het anoniem is. Ze kennen mij niet en dat maakt 't makkelijker om meer te vertellen.
- S: Hoe wordt de doelgroep precies bereikt?
- A: Dat is vooral via internet. Mijn website doet het goed, die wordt goed gevonden. Het grootste deel van de mensen komt via internet. Verder via via, dus mensen die het doorvertellen. Ik heb een boek geschreven die in oktober is uitgekomen, ook daar komen mensen vandaan. Verder, in januari stond er een stukje in de telegraaf, laatst een stukje in de metro. Dat zijn van die publiciteitsdingen waar veel mensen dan op reageren.
- S: Zoals op internet, dat is dan zoekmachine marketing?
- A: Ja, vooral google wordt het meeste aangegeven, dat ze me daardoor vinden.
- S: De verschillende onderdelen van de website, wat zijn die precies? Ik heb gezien dat er een boek is, groepstraining en e-coaching. Wat voor dingen zijn er nog meer?
- A: Ik heb toevallig nu wat dingen eruit gegooid omdat ik opnieuw bezig ben met het programma te vernieuwen. 17 mei heb ik daar een startworkshop van. Wat ik wel weet en dat komt er misschien wel weer in is een skatecursus, een hardloopcursus, een keer een allerlei sporten cursus omdat ik ook het sportgedeelte heel erg belangrijk vind, een weekend aanbod hebben we. Maar ik ben nu even terug naar het basisprogramma, en van daaruit willen we weer wat meer modules gaan aanbieden om te kijken van goh, dat mensen zich wat meer kunnen specialiseren in het stuk waar zij tegenaan lopen zeg maar. Ik heb nu een aantal onderdelen eruit gegooid.
- S: Er is ook een forum?
- A: Ja, ik heb een forum en ik heb een internetgroep. Het forum was niet zo heel interactief dus ik heb er een internetgroep van gemaakt. Dat is dan vooral voor de mensen die e-coaching doen of groepstraining. Die kunnen zich aanmelden en die kunnen daar hun eigen pagina dingetjes bijhouden, bloggen, prikbord, dat soort zeg maar. En binnenkort, dat hoort bij het e-coaching programma maar daar moet ik nog dingetjes in veranderen, is webinars. Webinars zijn online workshops, daar kunnen mensen zich voor opgeven en dan kunnen ze, bijvoorbeeld op dinsdagavond om 19.00 uur doen ze mee, krijgen ze een mailtje met een link, kunnen ze die link openen en dan krijgen ze mijn scherm te zien. Dan geef ik een presentatie, kunnen ze me horen en kunnen ze zelf via de chat vragen stellen of op dingetjes reageren. Dus dat zijn wat extra dingen die ik voor de online mensen, de e-coachings mensen vooral doe, omdat het soms lastig is om

thuis alleen aan de slag te blijven. Dit maakt het dan wat interactiever waardoor ze wat meer gemotiveerder raken.

S: Wat de onderdelen betreft. Waarom is voor deze onderdelen gekozen?

A: De groepstraining is in principe de beste vorm. Dat werkt goed. De mensen die geven zich daarvoor op en gaan dan ook heel actief met het programma aan de slag. Ze kunnen elkaar daarin ook ondersteunen. E-coaching heb ik verteld is voor de mensen die het of aan de ene kant anoniemer en veiliger vinden of aan de andere kant ze wonen te ver weg, ik heb zelfs mensen die in het buitenland, wel Nederlandse mensen, die dan graag aan de slag willen ,daar is dan het e-coaching programma goed voor.

S: Wat houdt het precies in?

A: Het e-coaching?

S: Ja.

A: Het boek met e-coaching. Ze krijgen het boek thuisgestuurd en ze krijgen elke week een mailtje over het hoofdstuk waar ze mee bezig zijn. Ze kunnen dan zelf aan de slag met alle opdrachten uit het boek en ze kunnen meedoen met de webinars. Ze kunnen een maatje aanvragen zodat ze met elkaar het programma doen. Ze kunnen op de internetgroep hun reactie geven en ze mogen per hoofdstuk hun conclusie doormailen en daar reageer ik dan weer op. Dus dat is pure thuisstudie.

S: En de groepstraining? Gaat dat ook van het boek uit?

A: Ja, ze zijn allebei aan de hand van het boek.

S: U was nog aan het vertellen waarom gekozen is voor de verschillende onderdelen.

A: Dat was de e-coaching en groepstraining. We hebben dus nog de onderdelen de webinar, de chat. Ik ben nu bezig maar ik moet nog even kijken want het nieuwe programma is nog niet helemaal klaar, een telefonisch spreekuur, dat zijn eigenlijk vormen die ik heb gekozen om de mensen die thuis bezig zijn wat meer te ondersteunen, want als je thuis bezig bent is de neiging groter om te zeggen ach, weet je, ik doe even vandaag of deze week niks want ik kom er niet aan toe of ik vergeet het. Ik ben nu aan het kijken zodat mensen het wat beter kunnen volhouden.

S: Is er een soort van needs assessment gedaan, een behoefteanalyse?

A: Nee.

S: U heeft het wel gehad over een marktonderzoek. Is het daarin misschien nog meegenomen?

A: Ja, in het marktonderzoek hebben we dat laatst wel gedaan. Wat daar uitkomt is de doelgroep die ik binnen krijg dat zijn vooral mensen die problemen hebben met, het afvallen gaat vaak wel, maar het eraf houden. Ze vallen vaak terug in oud gedrag, en ook in oud gewicht, de kilo's die er weer bijkomen. Dus het blijvend afvallen is eigenlijk het grootste probleem.

S: Wordt daar nog iets mee gedaan

F: Nou we hebben nu het programma aangepast juist aan de hand van het marktonderzoek, omdat dat vaak het probleem is. Een dieet daar ben je dan een aantal maanden of weken mee bezig en dan gaan de kilo's er wel af, maar vervolgens vallen alle mensen weer terug op een paar procent na.

Dat is vooral het grote probleem. In het programma wat ik aanbied, wat nu verbeterd wordt, gaan we veel meer in op inderdaad de oorzaken van, en goed kijken van hoe komt het nou, waar zit het 'm in. Pas als je dat kan veranderen kan je ook werkelijk blijvend iets veranderen. Maar dat kost wel wat meer tijd.

S: Wat zijn volgens u de belangrijkste factoren die van invloed zijn op afvallen en hoe is daar rekening mee gehouden?

A: Wat ik belangrijk vind is dat mensen niet te snel moeten willen afvallen. Bij mij in de training mogen ze best een beetje opletten of controle houden of in die zin iets. Maar ze moeten niet hun hele eetpatroon gaan veranderen want je gaat op een gegeven moment weer gewoon eten en dan komen al die kilo's er weer bij. Ik probeer in de training ook heel erg te bekijken van, probeer met kleine veranderingen te beginnen. Dus, een sapje minder of geen toetje na het eten of niet altijd of geen suiker in de koffie. Hele kleine veranderingen die op jaarbasis best wel kilo's kunnen schelen. Maar dat mensen niet door hebben van goh, ik ben op dieet of ik ben heel erg aan het veranderen. Daarnaast wil ik dat ze leren om goed te luisteren naar, waar heb ik nou eigenlijk zin in. Mensen die heel erg met diëten zijn bezig gegaan hebben heel erg de neiging om altijd zin te hebben in ongezond eten, want dat mag eigenlijk niet. Alles wat niet mag wordt aantrekkelijker. Als ze nu weer gewoon gaan bedenken, oke, ik mag alles weer eten maar ik moet wel goed voelen, heb ik er eigenlijk zin in, dan zullen ze op een gegeven moment ontdekken dat ze eigenlijk soms veel meer zin hebben in wat gezonds te eten omdat ze merken dat dat lekkerder voelt in hun lichaam. Als ze dat ervaren gaan ze eigenlijk van nature gezonder eten en niet omdat het moet. Dat is eigenlijk de basis. Als mensen dat leren, dat is wel een lange weg hoor, maar als mensen dat leren kunnen ze inderdaad voelen, oke, ik heb niet altijd zin in chips of dingen, nee, ik kan goed voelen van een sinaasappel kan net zo lekker smaken.

S: Dus daar wordt specifiek aandacht aan besteed. En is er ook aandacht voor andere psychologische factoren die van belang kunnen zijn bij overgewicht en afvallen zoals depressie of body esteem wordt het genoemd? Of emotieregulatie. Het gaat soms ook over emotie-eten.

A: Ja, dit zijn de dingen waar het in de training om gaat. Als we op zoek gaan naar de oorzaak van hun eetgedrag, komen ze bij een stukje emotie. Soms is het depressie, soms is het gewoon de verveling, soms verdriet, soms boosheid. Soms zit er een patroon achter van vroeger. Ik werk met een medetrainer die familieopstellingen doet. Dus daar komt heel erg bij, wat heb je overgenomen van je ouders of van je moeder vaak in dit geval. Dus we gaan heel erg met die onbewuste processen en emoties de degelijke aan de slag.

S: Wordt er ook nog rekening gehouden met persoonlijkheid?

A: Hoe bedoel je?

S: Uit mijn literatuurstudie kwamen persoonlijkheidseigenschappen als neuroticisme en consciëntieusheid naar boven als belangrijk. Ik weet niet hoe daar precies rekening mee gehouden kan worden, maar ik ben heel benieuwd of daar iets mee gedaan wordt.

- A: Wat ik in mijn training merk wat wel een specifiek kenmerk is is perfectionisme, dat is een typisch iets wat heel veel vrouwen hebben. Ze zorgen voor iedereen behalve voor zichzelf en uit die frustratie gaan ze soms eten. Er zijn wel een aantal oefeningen die daar dan weer op ingaan, van goh welke doelen heb je, wat is haalbaar. Vooral het positieve punt, ik heb zelf NLP gedaan, dus ik doe veel met positiviteit. Mensen kunnen altijd heel goed kijken wat ze allemaal niet goed doen maar niet zo goed wat ze wel goed doen. Dat is wel een heel belangrijk onderdeel in de training om inderdaad te kijken van oke, ga nu maar eens benoemen wat je wel goed doet.
- S: De volgende vraag gaat over terugvalpreventie, hoe men daar op wordt voorbereid, maar wat ik uit uw verhaal begrijp is dat hett vooral gaat om het veranderen van de levensstijl.
- A: Ja, het gaat inderdaad over het hele stuk. Het stuk lekker in je vel. Als je goed voor jezelf zorgt, met aandacht eet, tijd neemt, dan gaat dat afvallen dus makkelijker.
- S: Er kwamen nog een paar andere dingetjes uit de literatuur naar voren. Ik ben benieuwd of die er ook in voorkomen, dat is bijvoorbeeld self monitoring gericht op eten maar misschien ook op gevoelens.
- A: Ja, dat is een belangrijke. Ik begin altijd met eetschema en dat is iets waarvan ik denk, dat moet je niet te lang doen want dat maakt ook soms dat ze te dwangmatig met 't eten aan de gang gaan, maar ik werk heel veel met schema's, dus heel veel bijhouden. Dan gaat het niet om wat ze eten maar meer om de gedachtes en gevoelens rondom eten. Als je een keer gesnoept hebt, wat voor gedachtes had je. Vaak zijn het gedachtes van, zal ik het wel nemen, zal ik het niet nemen. Het mag niet, ach ik doe het lekker toch, eentje maar. Dat moeten ze dan allemaal opschrijven. Wat maakt het dat je iets wel neemt, wat maakt het dat je iets niet neemt. Hoe kun je jezelf daarin remmen. In welke situaties lukt het wel en in welke situaties lukt het niet. Dat moeten ze heel erg bijhouden in verschillende schema's. in het begin begin ik met het eetschema en later gaat het vaak, bijvoorbeeld een opdacht aanleiding zoeken dat ze gaan kijken als ze teveel gegeten hebben, waar zit het 'm in. Wat voor gedachtes had ik, wat voor situatie, wat gebeurde er, wie was erbij, dat soort dingen zeg maar. Dat maakt wel dat men veel bewuster wordt. Het gaat eerst om bewustwording voordat ze iets kunnen veranderen.
- S: En zoals probleemoplossende vaardigheden? Wordt daar iets mee gedaan?
- A: Ja, die horen er een beetje bij. Als ze aan de slag gaan met 't stuk wat de aanleiding geeft tot eten dan gaan we ook aan de slag met, zou je daar een oplossing voor jezelf in kunnen vinden. Soms is het een oplossing in de zin van even afleiding zoeken of even iets anders doen. Vaak is het ook een oplossing van ga eens onderzoeken waarom je dat gevoel hebt of wat dat gevoel je wil zeggen, want als je dat ontdekt is het soms van oh, ik eet om die frustratie of om die boosheid enzovoorts.
- S: Voeding op zich zeg maar, zoals van voedingseducatie, wordt daar nog aandacht aan besteed?
- A: Nee, in principe niet. Dat doe ik bewust niet, want ik heb zelf geen voedingsachtergrond, maar mijn visie is ook dat mensen er eerst van los moeten komen. Ik wil niet dat ze gaan bedenken van,

oh, dit is gezond dus dit eet ik wel en dit is ongezond dus dat eet ik niet. Ik wil dat ze gaan voelen van, waar heb ik nu eigenlijk zin in. Alles mag als je er echt zin in hebt en als je er dan zin in hebt ga dan rustig zitten, ga rustig proeven en ga niet een hele reep achterovergooien, want daar heb je eigenlijk geen zin in als het om de smaak gaat. Ik wil juist dat ze niet zoveel gaan bekijken van ik ga gezond eten. De mensen in mijn training hebben vaak meer verstand van voeding dan ik Soms vinden ze het eng en gaan ze zeggen ik kan toch niet zomaar alles gaan eten wat ik wil, want dan eet ik veel te veel. Ze mogen best nog een beetje de controle houden, maar het gaat meer over het idee dat ze meer gaan voelen, waar heb ik nu eigenlijk zin in. Want soms eten we automatisch of omdat het toevallig tijd is om te eten of omdat het wordt aangeboden. Mensen moeten leren, nee, ik ga niet meer automatisch eten, ik ga goed voelen, heb ik er eigenlijk wel zin in. En dan merken ze soms dat ze veel minder gaan eten omdat ze bedenken, ik heb eigenlijk helemaal geen honger. We eten vaak zonder honger.

S: En wat ook voorkwam is stimulus controle, niet de dingen opzoeken zeg maar. Wordt daar wat mee gedaan?

A: Ja, dat is een beetje dubbel Aan de ene kant zeggen ze altijd van, het is goed om met die stimulus om te gaan want ik bedoel, je komt overal eten tegen. Je kan wel zeggen, ik ga het uit de weg maar dat gaat niet altijd lukken. Dus hoe ga je ermee om, ik bedoel, als er gebak op je werk is en je hebt er niet zo'n zin in vinden mensen het soms ook vervelend om het af te slaan of onbeleefd. Daar hebben we het dan over, wat ga je dan zeggen zonder dat je zegt, ik ben aan de lijn of nee, ik heb er geen zin in. Aan de andere kant, heel veel mensen hebben soms een pot drop op hun werk. Eigenlijk is dat zonde want dan word je steeds geconfronteerd met dropjes terwijl als het er niet staat wordt je er ook niet mee geconfronteerd. Dus dat zijn dingen, in huis ook, zet dan geen lekkers in huis, zet gewoon fruit in huis, dat is prima, want doordat je het ziet ga je er over nadenken of je er misschien zin in hebt. Maar als je het niet ziet hoeft je er ook niet over na te denken. Dus dat is een beetje dubbelop. Ze moeten ermee leren omgaan maar ze moeten ook kijken van hoe kan ik mijn omgeving zo maken zodat ik er niet steeds mee in aanraking kom.

S: Ook een hele belangrijke was, cognitieve herstructurering. Dus dat de hele gedachte erover moet veranderen. Maar daar heeft u al wat over verteld.

A: Ja.

S: Beweging, wordt daar ook aandacht aan besteed geloof ik?

A: Ja, ik heb zelf wat programma's met skaten en met hardlopen. In het boek moeten ze ook het beweegschema invullen. Wat ik ook belangrijk vind is dat ze gewoon in het dagelijks leven wat meer gaan bewegen. Dat zijn van die standaard tips zoals wat vaker de trap, ga een blokje om tijdens je werk. Dat zijn vaak huiswerk opdrachten en dan probeer ik ook te bekijken ga vooral iets doen wat ze leuk vinden. Dat is wel een groot verschil. Soms ik het zo van, ja dan moet ik weer naar de sportschool en dat houden ze drie keer vol en dan zijn ze er klaar mee. Dan ga ik met mensen brainstormen, er zijn vele miljoenen vormen van bewegen en iedereen vindt wel iets leuk.

Bij de een is dat makkelijker dan bij de ander. Vaak komen ze dan op een stukje dansen of je gaat 's ochtend met Nederland in beweging meedoen of wat vaker wandelen of met het gezin iets doen. Dus het gaat erom, doe vooral iets wat je leuk vindt want dan hou je het langer vol.

S: Het stellen van haalbare doelen. Hoe pak je dat aan?

A: Ja, dat is een hele belangrijke. Mensen willen een heleboel, ze willen een heleboel bereiken en in mijn programma is het vooral lange termijn werk. Ik geef als voorbeeld dat ik al 10 jaar een vrij stabiel eetpatroon heb, maar ook nog wel eens een keer teveel eet of anders eet waarvan ik denk, jee, dat had niet gehoeven. Dus we moeten niet verwachten dat het met drie maanden anders is en daar ben ik wel heel veel mee bezig want dat maakt soms dat ze wat ongemotiveerd raken. Zo van ,oh, zie je, het lukt me niet, het gaat gewoon met stapjes vooruit maar ook met een stapje terug. Dat hoort er gewoon bij, want eten is er altijd en overal, is belangrijk en heeft een heleboel functies. Daar kan je niet zomaar in veranderen. Zeker niet als mensen daar al hun hele leven mee aan het stoeien zijn. Dus ik probeer altijd te kijken van maak een doel, maak kleine tussenstappen, vier het als je het hebt gehaald. Dan niet met eten maar beloon jezelf. Hoe kleiner hoe beter want het gaat erom dat ze het halen. In de groepstraining is het vaak ook wel, het gaat niet zo goed want zus en zo en dan noemen ze eigenlijk een heleboel goeie dingen op en dan geef ik ze altijd terug van kijk eens wat je wel hebt gehaald. Dan is het van oh ja. En kijk eens hoe je de training begon, oh ja, dan heb ik eigenlijk best wel veel geleerd. Daar moet je ze wel altijd mee helpen want van nature kijken ze vooral van dit lukt nog niet en dat lukt nog niet. Dus dat is wel een belangrijk stukje.

S: Wordt er ook getailorde informatie aangeboden, dus dingen afgestemd op de persoon.

A: Dat is vaak in de training wel. Ik geef heel veel voorbeelden en dingetjes die handig zijn om te doen, maar daarin kijken we altijd van, goh , kijk nou of dit bij je past. Iemand kan een hele goede tip hebben voor zichzelf maar voor een ander kan het bijvoorbeeld helemaal niet werken. Dus dat zijn dingen die wel terug komen, ga je nou niet vergelijken met en ander want die doet het op een andere manier, Ik laat ze altijd tips aan elkaar geven maar zeg er altijd bij, kijk of dit bij je past. Ik laat het ze wel uitproberen, maar als je dan voelt, dit is niet mijn ding, probeer dan een andere manier.

S: En de huidige gebruikers wie zijn dat precies? U heeft al iets verteld over de doelgroep, maar weet u iets van BMI of gemiddeld gewicht?

A: Nee, daar weet ik niks van en daar wil ik niks van weten want dat past niet bij mijn visie. Wat wel opvalt is dat ik vrouwen heb van heel dun tot heel dik. Mensen zijn soms verbaasd, die zeggen, oh ik had hier allemaal dikke vrouwen verwacht. Nou, dat is niet zo. Dat is ook wel leuk voor de doelgroep zelf om te ervaren, soms zien ze iemand en dan denken ze, wat komt die hier doen die heeft helemaal geen overgewicht. Tijdens de cursus merken ze dat diegene misschien nog wel een groter probleem heeft dan zij zelf, omdat het niet gaat om de kilo's. Het gaat puur om het stuk

hoe doe je het in je hoofd en hoe zie je het in je hoofd. Dus dat maakt het dat het eigenlijk van dun naar dik gaat.

S: Als ik het goed begrijp is het echt voor iedereen die een soort van probleem met eten heeft.

A: Ja.

S: Kan iedereen deelnemen ongeacht leeftijd of gewicht?

A: Ja, op zich wel. De jongste was volgens mij 20. Ik ga wel in de toekomst iets met kinderen doen. Er zit wel een bepaalde grens, maar ik heb nog nooit iemand in die richting aangemeld gekregen. Het is wel een grijs gebied tussen eetstoornissen en eetproblemen. Ik werk met eetproblemen en niet met eetstoornissen. Ik heb contact gehad met het eetstoornissen centrum in Zeist om eventueel mensen door te verwijzen als ik daarin twijfel heb. Maar dat blijft soms een lastig gebied. Soms heb ik mensen waarvan ik denk, nou, die lopen wel tegen een eetstoornis aan. Ik heb er eentje gehad die een eetstoornis heeft gehad en die wilde graag een cursus om een beetje de goede weg te blijven volgen. Ja, die had eigenlijk toch wel wat meer hulp nodig. Die heb ik ook weer doorverwezen naar vervoltraining. Als ik merk dat iemand een eetstoornis heeft dan hebben ze meer hulp nodig en dan moeten ze dat niet bij mij halen.

S: En bijvoorbeeld mensen met ernstige obesitas?

A: Ja die heb ik inderdaad wel begeleid en dat is op zich ook geen probleem, want die hebben vaak al een heleboel andere dingen geprobeerd. Dus ik kan ze dan wel doorverwijzen bijvoorbeeld naar een diëtist terwijl ze daar misschien al 20 keer zijn geweest. Dus die kunnen vaak wel de juiste hulp vinden, maar wat lastig is met mijn programma is dat ze niet zo heel snel afvallen. Dus gezondheidstechnisch zullen ze wat meer moeten afvallen, maar dat is vaak niet zo heel erg haalbaar. Dus dat blijft een moeilijk gebied waar ze inzitten en waar ze soms ook wat meer hulp bij nodig hebben. Dat zijn wel dingen waar we in de specialisaties wat meer in doorgaan, maar dat wordt bijna meer therapeutisch wat je dan gaat doen. Sommige hebben er een heel probleem achter zitten en die los je zomaar even niet met een basiscursus van mij op.

S: U heeft het nu over specialisaties, dat is iets wat u nog gaat doen?

A: Ja, we hebben een weekend training gedaan samen met een andere trainster die doet dan wat meer op het spirituele gebied. Een beetje onbewuste patronen ontdekken en daarmee aan de slag. Daar willen we meer verdieping in aan gaan brengen en eventueel iets meer met het sportprogramma dat mensen daar wat actiever in gaan worden. Het probleem met vrouwen is vaak timemanagement. Vrouwen zeggen vaak dat ze geen tijd hebben om met dit stuk aan de slag te gaan want ze hebben een gezin en een man en een baan en ga zo maar door. Dus dat wordt een belangrijk stuk dus die onbewuste patronen, een stukje NLP en positiviteit is een belangrijke waar mensen tegenaan lopen.

S: Wat is NLP?

A: NLP is neuro-linguïstisch-programmeren. Dat zijn een soort technieken voor de communicatie. Het gaat er eigenlijk over dat je op een vrij snelle en makkelijke manier kan bekijken hoe je je

doel kan bereiken, en hoe je de hindernissen kan ondervangen. Dus je kijkt van waar wil ik eigenlijk heen en wat houdt me tegen. Wat kan me helpen om wel naar m'n doel te komen. Ik heb laats cursus mindfulness gedaan, bewustzijn training en dat is ook wel iets waarvan ik denk, dat past goed bij het eetstuk omdat eten ook heel erg gaat om bewustwording. Ik ga nu eerst de basistraining neerzetten en vanuit die hoek gaan we kijken van wat is de behoefte van deelnemers. Waar willen ze nog eigenlijk wat meer ondersteuning in en dan gaan we dat verder ontwikkelen. Die dingen zijn er wel maar we moeten nog even kijken hoe we dat vorm gaan geven.

S: Is het programma al eens geëvalueerd?

A: Ja, ik werk nu met de Nederlandse vragenlijst van eetgedrag, van ... En ik ben heel erg op zoek naar , hoe kan ik mijn training beter meten. Omdat het bij mij vooral gaat om het stukje lekkerder in je vel en dat is soms wat vaag en moeilijk te meten. In die Nederlandse vragenlijst van eetgedrag kan ik wel zien dat ze allemaal wat lager scoren op emotioneel eten en extern eten en soms iets hoger op lijngericht eten en dat is logisch want tijdens de training gaan ze bewuster met hun eten om dus gaat dat stuk ook omhoog, dus dat zijn wel logische resultaten maar het is niet een hele goeie vragenlijst om mee te meten. Ik ben nu nog een beetje aan het zoeken naar een vragenlijst die ik kan gaan gebruiken. Een soort levensgeluk vragenlijst of levenskwaliteit vragenlijst om m'n training wat meer meetbaar te maken. Dus als jij daar nog wat leuks in weet! Dan hoor ik dat graag.

S: Wie weet is dat nog interessant om mee te nemen. Ik zal wel eens kijken of ik daar iets in kan vinden.

Wat betreft de effecten. U weet dus niet precies wat de effecten zijn?

A: Wat ik in de training merk is dat mensen veel meer bewust worden . Ze merken veel meer dat ze inderdaad vaak eten zonder honger vaak onbewust of uit frustratie of emoties eten. Het is vaak dat ze merken dat ze wat minder stress over eten krijgen. Vaak als ze met de training beginnen zijn ze heel obsessief of dwangmatig met eten bezig. Ze zijn dan heel erg bezig met, dit mag wel en dit mag niet en zich schuldig voelen na teveel eten en na slecht eten. Dat zijn dingen die erg afnemen. Mensen die voelen veel meer, ik ben veel ontspannener met eten. Het is niet meer zo'n groot item waar ik mee aan het stoeien ben. Dus dat zijn heel erg resultaten die eruit komen.

S: Wat is volgens u het sterkste punt van het programma?

A: Dat zijn er een heel aantal. Vooral wat ik net vertel, dat stuk ontspannen met eten omgaan. Ik merk dat heel veel, vooral vrouwen, dat ze heel erg dwangmatig met eten, met gewicht, heel erg ontevreden en daar biedt de training houvast om daar wat minder stress over te hebben. Het is een hele positieve training. Het gaat heel erg over van, wees nou niet zo streng voor jezelf, zie eens wat je goed doet, kijk eens wat goed gaat, neem stapje voor stapje en dat hebben mensen vaak nodig omdat ze vaak al zoveel diëten hebben geprobeerd en heel erg het gevoel hebben van, het lukt me niet, het lukt me niet, ervaren ze nu van, oke, het lukt me wel. Misschien niet zo snel als

we willen maar ik zie wel de dingen die nu anders gaan en het gaat niet over eten, dat is voor de mensen vaak heel fijn, omdat ze zo aan het stoeien zijn met eten maar hier gaat het veel meer over zichzelf, hoe sta je erin hoe kijk je ernaar. Het gaat over bewust worden. Heb ik nou eigenlijk honger. Al hebben ze 100 keer dieet geprobeerd, hebben ze nooit gedacht, goh, laat ik eens gaan eten als ik honger heb.

S: Als u kritisch kijkt, wat is dan een zwak punt?

A: Nou, wat lastig is, en waar ik ook nog steeds een beetje zelf mee aan het stoeien ben, is inderdaad het kilo's verliezen. Dat dat heel ingewikkeld is. En dat blijft bij mij een stuk dat ik denk, moet ik daar wat meer aandacht aan besteden. Moet ik toch wat meer op restricties en dingen niet eten. Dat past niet in mijn visie, dus dat wil ik ook niet. Maar mensen willen wel graag wat meer kilo's kwijt. En ik merk wel dat dat heel ingewikkeld is. Dat blijvend gewicht verliezen voor heel veel mensen bijna niet haalbaar is. Dat blijft wel een beetje een struikelblok. Want heel veel mensen zien wel van, ik ga veel ontspannener met eten om, ik ga veel meer eten naar behoefte, ik kan stoppen als ik genoeg heb, maar die kilo's gaan er ook niet zo snel af en ik wil toch wel wat meer afvallen. Dat blijft een beetje een moeilijk punt vind ik.

S: Heeft u er een idee over hoe u dat zou willen veranderen?

A: Nee, dat is lastig want, wat ik gelezen heb is dat voor mensen die echt obesitas hebben dat als ze 10 procent van hun gewicht verliezen, dat is al een hele prestatie, zelfs als ze gelijk blijven in gewicht is al een hele prestatie. Dat redden ze vaak wel in mijn training en dat zeggen sommigen ook. Als ik terug kijk ben ik vaak elk jaar wel een paar kilo aangekomen en nu helemaal niet. Nou, dan hebben ze eigenlijk wel winst maar dat is voor hun natuurlijk niet genoeg winst. Je kan dan inderdaad weer op een stuk dieet gaan zitten, maar dan zijn ze over 5 jaar nog verder van huis want dat werkt sowieso niet. Dat is ook wel een van de redenen dat ik met een boek voor ouders en kinderen bezig ben, omdat ik denk, het begint in de opvoeding, als kinderen daarin een goeie relatie met eten krijgen. Daar zullen ze de rest van hun leven plezier van hebben. Want nu wordt er heel vaak getroost met eten, beloond met eten, eten is gezellig, nou ja, noem alle functies maar op. En als ouders zich daar meer bewust van zijn, denk ik, dat dat heel erg kan helpen in de preventie van overgewicht. Voor mensen die nu heel veel overgewicht hebben, die moeten niet te hoge eisen hebben. Als die gewoon op gewicht blijven of een beetje afvallen is dat eigenlijk al een hele goede prestatie. Dus zo probeer ik ze ook een beetje te laten zien, maar dat is natuurlijk lastig als je zelf over de 100 kilo weegt ,dan wil je onder de 100 en dan ben je niet blij met een paar kilo eraf. Dat blijft een moeilijk punt.

S: Ziet u ook mogelijkheden voor verdere ontwikkelingen?

A: Nou ja, dat stukje spirituele, dat klinkt natuurlijk een beetje zweverig maar dat is het absoluut niet. Maar het stukje uitzoeken van waar zitten die blokkades, dat is heel belangrijk. Daar ben ik nu zelf mee aan de slag. In het weekend van nooitmeeropdieet hebben we dat twee keer uitgeprobeerd. Je ziet dat het soms heel diep weg ligt bij mensen, wat eigenlijk de oorzaak is. Een dieet werkt echt

op de oppervlakte, dat gaat nergens over. Je gaat alleen maar met je eten aan de slag en denkt dat het daarmee opgelost is. Maar als je ontdekt dat het heel erg gaat over een stukje eigenliefde, eigenwaarde, zelfvertrouwen, dat zijn allemaal van die werkelijke factoren die heel erg meespelen. Mensen vinden het zichzelf vaak niet waard, zijn onzeker enz. Als we daarmee aan de slag gaan dan merken ze ook dat ze minder behoefte hebben aan eten, want eten is vaak een soort bescherming of troost. Dus dat is wel de kant die we meer willen opgaan zeg maar.

S: Hoe lang zijn de gebruikers gemiddeld met het programma bezig?

A: Dat wisselt een beetje. Het e-coachingprogramma is een half jaar, het nieuwe groepsprogramma wordt 3 maanden maar dan is er wel het advies om door te gaan. En of ze dat zelf thuis doen of met een soort specialisatie-workshop dat maakt niet zoveel uit. Ik heb ook mensen die nu met intervisie bezig zijn en al mijn trainingen hebben gevolgd die zij al 1, 2 jaar bezig. Dat is natuurlijk het stuk ook. Je bent er een aantal jaren mee bezig om het goed op te pakken. Maar goed, mensen zijn soms ook al 20 jaar bezig met diëten dan is het ook logisch dat ze een aantal jaren bezig zijn om het weer af te leren.

S: Zijn er ook gegevens bekend over drop-out of over dat gebruikers het programma succesvol afronden.

A: Bij de groepstraining is dat niet zoveel. In de groepstraining die ik gegeven heb misschien 2, 3 keer iemand die eerder stopten, maar dat zijn vaak mensen die het wel afmaken. Bij de e-coachingprogramma, dat was voorheen het online programma, daar is de uitval wel wat hoger, omdat het gewoon lastiger is om het thuis te volgen. Je krijgt snel de neiging het bijltje erbij neer te gooien. Ik probeer wel altijd dus mensen te mailen met joh, hoe gaat het, kan ik wat voor je betekenen, kun je het weer oppakken. Dat blijft een lastig iets. Mensen moeten wel die zelfdiscipline blijven hebben om het gewoon te blijven doen. Een percentage heb ik niet precies, dat zou ik niet weten, maar dat ligt in ieder geval hoger dan bij de groep.

S: De gebruiksvriendelijkheid van het e-coaching programma, wat vind u daarvan?

A: Ik ben daar wel wat meer tevreden over, ik ben het aan het ontwikkelen nu. Voorheen kregen mensen het boek en konden ze thuis aan de slag en gewoon hun opdrachten doormailen en dat was eigenlijk alles. Ik heb nu een mailprogramma, straks in het nieuwe programma krijgen ze 2 of 3 keer in de week een mailtje en dat maakt dat ze er wat actiever bijblijven. Dan worden ze in ieder geval weer herinnerd in het stuk dat ze aan de slag moeten. En ook met de nieuwe vormen van een internetgroep, van een webinar, van een chatsessie. Dat zijn wel allemaal leuke dingen die mogelijk zijn waardoor het ook voor mensen thuis wat interactiever wordt. Ze leren elkaar kennen, op de internetgroep zien ze foto's van elkaar, ze kunnen daar op reageren. Als ze een workshop hebben gehad kunnen ze zich aanmelden op de groep en dan weten ze wie wie is. Dat maakt het wel allemaal dat mensen het wat makkelijker kunnen gaan volhouden.

S: De gebruiksvriendelijkheid. Is het makkelijk te gebruiken de dingen die op internet staan?

- A: Ja, op zich wel. Het is natuurlijk wel een beetje afhankelijk van hoe makkelijk mensen met internet zijn. Ik heb sommige deelnemers die doen bijna niks op internet en die vinden het dan ook moeilijk om het allemaal in te vullen, maar over het algemeen, de mailtjes krijg je gewoon thuis, dat kan iedereen. Knippen en plakken en dingen doorsturen naar mij dat is ook geen probleem. Maar bij de internetgroep is het soms even zoeken van hoe moet ik reageren of hoe kan ik een blog plaatsen en hoe kan ik daar weer op reageren. Dus dat is soms voor mensen wel even uitzoeken.
- S: Wordt daar nog specifiek aandacht aan besteed?
- A: Ja, ik reageer altijd zelf gewoon snel, dus als mensen daar een vraag over hebben dan reageer ik daar weer op of anderen en dat wordt meestal wel uitgelegd.
- S: Hoe groot is de deelnemende groep?
- A: Gemiddeld was de groep rond de 8 personen. We gaan nu iets grotere groepen doen, omdat we ook met z'n tweeën zijn, dus dan zullen het er 12 tot 15 worden. We zullen dan de groep wat meer splitsen en dan ga ik met een andere trainer die trainingen doen.
- S: Hoeveel mensen zijn het in totaal die aan de groepscursus en het e-coachings programma deelnemen?
- A: Dat wisselt. Ik ga binnenkort starten met het nieuwe programma, dus daar kan ik nu nog niks over zeggen en de groepstraining, ik denk in totaal over de 100 in al die trainingen begeleid. En qua e-coaching en online programma zullen dat er een paar honderd zijn. Dus dat wisselt een beetje.
- S: En bij e-coaching op dit moment?
- A: Op dit moment zijn er denk ik 25 bezig met het programma.
- S: De klant tevredenheid, is daar iets over bekend?
- A: Ik doe altijd een evaluatie formulier. Daarin zijn mensen vaak wel heel tevreden vooral over de groepstraining, die mensen maken het wat sneller tot het einde af dus die zijn er ook wat tevredener over. En ja daar heb ik al wat over gezegd, wat ze inderdaad aangeven wat ze eruit halen.
- S: Dan nog even kort iets over de technologische mogelijkheden van internet. Waarom is er door u gebruik gemaakt van een online programma? Is dat puur omdat mensen in het hele land gemakkelijker te bereiken zijn of heeft het ook te maken met grotere mogelijkheden van dingen die je met internet kan doen?
- A: Het is en en. Internet geeft gewoon extra mogelijkheden en dat is extra ondersteuning zeg maar. En omdat eten iets is waar je dagelijks mee geconfronteerd wordt en mee aan het strijden bent is het prettig dat mensen op meerdere vlakken terecht kunnen.
- S: Wat heb ik u nu nog niet gevraagd wat ik wel absoluut moet weten?
- A: Nou, je bent aardig compleet geweest. Wat ik als mijn missie voel is dat stuk dat mensen gewoon stoppen met diëten. Wat ik verbazingwekkend vind is dat mensen 10, 12 diëten hebben gevolgd en weer fris met de dertiende beginnen en denken, nu gaat het wel werken. Dat verbaast me altijd

enorm. Als ik in de groepstraining zie hoeveel mensen zeggen, ik heb dit geprobeerd, ik heb dat geprobeerd, ik ben 3 keer naar de weight-watchers geweest, ja, als het gewerkt had, had je er maar 1 keer heen hoeven. En toch gaan mensen het weer proberen, dus het blijft een gebied waarvan ik denk, ja, als je een of andere wonderpil uitvindt zal daar het gros van de mensen mee aan de slag gaan. Want mensen zijn wanhopig op zoek naar de oplossing om dit probleem op te lossen en die oplossing is niet zo simpel. Dat blijkt wel in mijn training. Het is vaak een heftige en confronterende training en dat is nodig om daar echt veranderingen in aan te brengen.