

# Webweegschaal verbetert datakwaliteit in surveyonderzoek

ERIC BALSTER

Sinds augustus vorig jaar zijn er duizend internetweegschalen in gebruik genomen bij deelnemers aan het LISS panel, waarin huishoudens via webvragenlijsten meewerken aan allerlei wetenschappelijk onderzoek. Ze zijn bedoeld om op een objectieve manier gewicht en vetpercentage van respondenten te meten. Een van de doelen is om de huidige meetmethode van zelfrapportage te valideren. Maar er is veel meer mogelijk, aldus onderzoekers Peter Kooreman en Annette Scherpenzeel.

Gewicht is een belangrijke gezondheidsindicator. In surveyonderzoek wordt vaak aan respondenten zelf gevraagd wat hun gewicht is. Ook in het LISS panel (Langlopende Internet Studies voor de Sociale Wetenschappen) was dit tot nog toe het geval. Er kleven echter de nodige nadelen aan deze zelfrapportage. 'Binnen ons

internetpanel hebben we de ruimte die beschikbaar is voor innovatie aangegrepen om hier verbetering in aan te brengen', zegt Annette Scherpenzeel. En haar collega Peter Kooreman is blij: 'Door deze *state of the art technology* kunnen gewicht en vetpercentage veel preciezer en veel frequenter gemeten worden.'

## Hoe het werkt

De weegschaal die wordt gebruikt meet het gewicht en de weerstand in het lichaam, waarmee het vetpercentage bepaald kan worden. Zodra een deelnemer op de weegschaal staat wordt deze informatie via een radiosignaal doorgegeven aan de ontvanger die aangesloten is op het

modem of de router van het deelnemende huishouden. De ontvanger stuurt via het internet de informatie naar de database van het LISS-panel. Daar worden de gegevens gekoppeld aan de juiste persoon in het huishouden en worden ook de Body Mass Index (BMI), het vetpercentage en het spiermassapercentage berekend. De respondent zelf kan deze gegevens meteen terugzien op zijn of haar persoonlijke LISS inlogpagina.

## Waarom deze oplossing

Het vragen naar gewicht in een vragenlijst of interview brengt een aantal problemen mee. Het zou nogal belastend zijn om respondenten elke maand, week of zelfs elke dag naar hun gewicht te vragen, terwijl juist de variaties in gewicht door de tijd heen relevant zijn voor onderzoekers. Op de weegschaal hoeven mensen maar enkele seconden te gaan staan, wat eenvoudig een dagelijkse of wekelijkse routine kan worden. De computer hoeft er niet eens voor aan te staan. Daarnaast kunnen veel meetfouten optreden, bijvoorbeeld doordat de weegschalen die mensen zelf hebben allemaal verschillend zijn afgesteld, mensen niet op dezelfde manier afronden, fouten maken bij het aflezen en overtypen, of een waarde doorgeven die dichter bij hun

streefgewicht ligt dan hun werkelijke gewicht. En dat terwijl correct gemeten gewicht en vetpercentage en over langere tijd gevolgd heel goede gezondheidsindicatoren zijn.

## Het nut van de data

Het unieke van de studie is dat de gegevens over gewicht en vetpercentage gecombineerd kunnen worden met allerlei andere gegevens die bekend zijn over de LISS panel respondenten. De panelleden vullen elke maand online vragenlijsten in over allerlei onderwerpen, zoals hun opleiding, werk, inkomen, levensstijl, eet- en drinkgewoonten, persoonlijkheid, hobbies en sport, etc. Zo ontstaat een compleet beeld van alle factoren die op lange termijn samen kunnen hangen met gewicht, gewichtsbeheersing en gezondheid. Kooreman: 'Dit onderzoek is van groot maatschappelijk belang, omdat het ons meer inzicht kan geven in het gedrag van mensen met bijvoorbeeld overgewicht.'

## De weegschaal en verder

Het project heeft voorsnog een doorlooptijd van een jaar maar het kan, als blijkt dat heel veel onderzoekers de data willen gebruiken, verlengd worden en ook eventueel uitgebreid naar een groter aantal huishoudens. De data zullen na de zomer op de website van LISS ([www.lissdata.nl](http://www.lissdata.nl)) gratis ter beschikking gesteld worden aan wetenschappelijk onderzoekers. 'Hoe meer onderzoekers deze data gebruiken, hoe waardevoller het experiment is', geeft Annette Scherpenzeel aan. De onderzoekers denken ook aan uitbreiding van de studie met bloeddrukmeters die ook gegevens via internet kunnen versturen want, aldus Scherpenzeel: 'datakwaliteit staat voorop'.



WIEBE KIESTRA

Anette Scherpenzeel en Peter Kooreman: ...compleet beeld van alle factoren...

# CBS zoekt dialoog met social media

RONALD VAN DER BIE

Al bijna 120 jaar publiceert het Centraal Bureau voor de Statistiek de uitkomsten van zijn onderzoek. Een arbeidsstatistiek was in 1894 de eerste eigen publicatie, toen nog van de Centrale Commissie voor de Statistiek, de voorloper van het CBS. Papierwerk was dat lange tijd, maar sinds 1996 ontsluit het CBS zijn data ook elektronisch, met de online database StatLine die gratis toegankelijk is via de website ([www.cbs.nl/statline](http://www.cbs.nl/statline)) en sinds 2010 ook via een iPhone app. Jaarlijks brengt het bureau ruim drieduizend publicaties zoals persberichten, conjunctuurberichten, boeken, elektronische publicaties, StatLinetabellen en (interactieve) visualisaties, naar buiten.

Sinds september 2009 verspreidt het CBS haar output ook via verschillende social media. Daarmee hoopt het bureau het bereik van zijn cijfers verder te vergroten

en de zichtbaarheid van de organisatie te verbeteren, in het bijzonder onder jongeren die het meest actief zijn op de sociale netwerken. Door daar actief te zijn, zoekt het CBS de dialoog: het bureau wil informatie delen en open staan voor reacties.

De activiteiten met de social media passen in de online strategie van het bureau, dat op dit moment output verspreidt via de volgende kanalen:

- Twitter (@statistiekcbcs en @statisticscbcs): op [twitter.com/statistiekcbcs](http://twitter.com/statistiekcbcs) en [twitter.com/statisticscbcs](http://twitter.com/statisticscbcs) (Engels) verschijnen de berichten uit de RSS-feeds van cbs.nl. In het weekend en op dagen dat er geen publicaties op de homepage van cbs.nl verschijnen wordt een statistisch weetje getwitterd. Vooral deze weetjes worden door followers geretweet en verder verspreid. De CBS-Infoservice houdt in de gaten of er

vragen binnenkomen via Twitter en zorgt voor beantwoording. Het CBS heeft inmiddels ruim 2100 volgers op zijn Nederlandstalige Twitter-account en ruim 260 op de Engelstalige.

- YouTube ([youtube.com/statistiekcbcs](http://youtube.com/statistiekcbcs)) het bureau heeft twaalf korte filmpjes geplaatst met uitleg over statistische begrippen, statistieken en het gebruik van StatLine. Deze filmpjes zijn ook met Engelse ondertiteling geplaatst en tussen de tweehonderd en vierduizend keer bekeken.

Sinds januari dit jaar staan op de homepage van het CBS icoontjes die linken naar de Twitter- en YouTube-accounts. In maart zijn onder alle artikelen op de site zogenoemde *sharebuttons* geplaatst. Hiermee kunnen bezoekers van cbs.nl artikelen, persberichten en visualisaties met één klik onder de aandacht brengen van hun contac-



ten op Facebook, LinkedIn, Twitter en Hyves.

Zelf onderzoek doen vanaf de eigen werkplek bij het Centrum voor

Beleidsstatistiek op microdata via zogeheten *remote access* of *on site* faciliteiten, dat kan natuurlijk nog steeds.