



NATIONAAL
KENNISINSTITUUT
ONDERWIJS



Nederlands
Jeugdinstituut

Werving en behoud van scholen voor onderzoek: *aandachtspunten*

Handreiking uit het programma

Effectmeting kansrijke interventies in het po en vo



Education
Endowment
Foundation

TAALCENTRUM - VU
Laat woorden werken.

uitgave februari 2026

In de periode 2022-2024 was het Nederlands Jeugdinstituut (Nji) samenwerkingspartner in het grootschalige NRO-onderzoeksprogramma 'Effectmeting kansrijke interventies in het po en vo'. Dit programma moest inzicht bieden in de effectiviteit van enkele interventies in het primair en voorgezet onderwijs, gericht op de cognitieve of sociaal-emotionele ontwikkeling van leerlingen. Het Nji leidde het overkoepelende project Leren en Kennisdelen. Dat had als doel om de betrokken onderzoeksprojecten van elkaar te laten leren, en om opgedane kennis voor toekomstig onderzoek vast te leggen.

Het Nji heeft de ervaringen met de uitvoering van experimenteel interventie-onderzoek verzameld en geëvalueerd door regelmatig contact met de interventie- en onderzoekersteams. Op basis van deze ervaringen heeft het Nji in afstemming met het NRO een aantal tools van de Engelse *Education Endowment Foundation* (EEF) aangepast aan de Nederlandse situatie. De tools zijn daarvoor vertaald door het VU Taalcentrum.

Deze publicatie maakt deel uit van het totale pakket aan hulpmiddelen.



Scholen werven en behouden: *tips voor samenwerking*



Beschrijving interventie en onderzoeksplan: *formats*



Onderzoeksofzet en analyseplan: *richtlijnen*



Onderzoeksrapportage: *bouwstenen*

Dit document is bedoeld om:

- implementatie- en onderzoeksteams informatie te geven over wervingsprocedures;
- de belangrijkste risico's in kaart te brengen bij de werving en het behoud van scholen;
- strategieën aan te reiken om risico's op uitval van scholen te beperken.

Inhoud

1. Het wervingsproces	3
2. Wervingsadvies	4
2.1 Het belang van een wervingsstrategie	4
2.2 Wervingsmateriaal	6
2.3 Wervingsactiviteiten	7
3. Documenten om scholen te werven en vast te houden	11
4. Activiteiten aan het begin van het onderzoek	14
4.1 Leerlinggegevens verzamelen	14
4.2 Meting vooraf	15
4.3 De gangbare praktijk vaststellen	15
5. Risico's op uitval en strategieën om die te beperken	16
Bijlage 1	20
Aandachtspunten bij het opstellen van een wervingsstrategie	
Bijlage 2	21
Informatiebrochure voor scholen (checklist)	
Bijlage 3	22
Samenwerkingsovereenkomst (checklist)	
Bijlage 4	24
Informatiebrochure en toestemmings- of terugtrekkingsformulier voor ouders (checklist)	
Bijlage 5	25
Privacyverklaring (checklist)	
Bijlage 6	26
Overeenkomst inzake gegevensverwerking (checklist)	
Bijlage 7	27
Stroomdiagram voor de activiteiten en een communicatieplan	

1. Het wervingsproces

De werving valt uiteen in verschillende stappen:

- een wervingsstrategie ontwikkelen
- wervingsactiviteiten
- scholen formeel opnemen in het onderzoek
- zorgen dat scholen blijven meedoen aan het onderzoek

Tijdens de werving hanteren onderzoekers en implementatieteams een duidelijke taakverdeling en tijdsplanning. Verdeel de taken rond de werving, implementatie en het onderzoek tussen het implementatieteam en het onderzoeksteam. Bespreek wat jullie in het hele traject van de scholen verwachten en stem deze verwachtingen op elkaar af. Bespreek vervolgens welke planning en communicatie richting scholen daarbij horen, zowel tijdens de werving als tijdens de implementatie en het onderzoek. Door een duidelijke verdeling van taken en communicatie voorkom je dat scholen worden overladen met brieven en e-mails.

Hieronder benoemen we enkele aandachtspunten per stap in het wervingsproces:

- In hoofdstuk 2 geven we algemeen advies bij de werving.
- In hoofdstuk 3 bespreken we enkele documenten die kunnen helpen tijdens de werving. Dit zowel om scholen formeel in het onderzoek op te nemen, als om ze daarvoor te behouden.
- In hoofdstuk 4 bespreken we aandachtspunten voor de start van het onderzoek.
- Hoofdstuk 5 behandelt risico's op uitval van scholen en manieren om ze voor het onderzoek te behouden.

In de bijlagen staan checklists om documenten voor de werving van scholen op te stellen.

2. Wervingsadvies

2.1 Het belang van een wervingsstrategie

Werving kost veel tijd en is vaak een van de grootste risico's voor een onderzoek. Als het niet lukt om voor een effectonderzoek voldoende scholen te werven, is het door de kleine steekproefomvang lastiger om effecten te herkennen. Het onderzoek kan daardoor misschien niet doorgaan.

Het succes van de werving van scholen hangt onder meer af van het soort onderzoek en van de relatie die de werver heeft met de scholen. Bovendien beginnen veel onderzoeken tegelijk, waardoor het nog lastiger kan zijn om scholen te werven. De hierna beschreven richtlijnen en ideeën zijn misschien niet op elk project van toepassing. Zie bijlage 1 voor een overzicht van aandachtspunten voor de wervingsstrategie.

De volgende vragen zijn van belang als je een wervingsstrategie gaat opstellen:

Wat is de tijdsplanning voor de werving?

Je hebt meer tijd nodig om scholen te werven voor een effectonderzoek dan alleen voor een interventie. Soms is het lastig om vooraf te voorspellen hoeveel moeite het kost om scholen of deelnemers te werven. Veel implementatieteams die meedraaiden in interventiestudies van de Engelse *Education Endowment Foundation* (EEF) concludeerden dat ze dit hadden onderschat, en dat ze een volgende keer eerder met werven zouden beginnen.

Begin liefst zodra de financiën rond zijn met de formele werving en houd daarbij rekening met drukke perioden in het schooljaar. Vooral in de weken voor toetsen en vakanties is het lastig om scholen te werven. Let ook op het moment waarop scholen het beste kunnen aanhaken. Laat in het schooljaar zullen scholen minder mogelijkheden hebben om mee te doen met een project dat veel tijd vraagt van medewerkers of dat een heel andere manier van werken vereist. Voor de meeste studies die in september van start gaan, zou de wervingsprocedure op zijn laatst moeten starten in januari van het voorgaande schooljaar.

Een stroomdiagram zoals in bijlage 7 stroomlijnt de activiteiten en het communicatieplan in de tijd en tussen de betrokkenen. Het kan helpen om wervingsdoelen in de planning op te nemen. Het team kan dan de voortgang van het overkoepelende doel goed bewaken en de strategie zo nodig bijstellen.

Hoeveel mensen zijn betrokken bij de werving en wat is hun taak?

Het onderzoeksteam en het implementatieteam kijken samen welke mensen beschikbaar zijn in de wervingsfase, hoeveel uren zij tot hun beschikking hebben en welke rol ze kunnen spelen. Je hebt mensen nodig met verschillende kennis en vaardigheden. We horen vaak dat administratieve ondersteuning essentieel is bij de benadering

van scholen en monitoring van de werving. Terwijl je voor de organisatie van wervingsactiviteiten mensen nodig hebt met ervaring in het managen en uitvoeren van projecten: om schoolleiders te overtuigen van de mogelijke voordelen van een project, helpt het als je geloofwaardig op hen overkomt en overtuigingskracht hebt.

Hoeveel scholen ga je benaderen?

Het is niet ongebruikelijk dat je voor elke school die daadwerkelijk meedoet tientallen scholen moet benaderen. Het kan zinvol zijn eerst uit te zoeken hoeveel scholen in aanmerking komen voor deelname. Bij sommige effectonderzoeken of interventies worden toelatingscriteria gehanteerd, bijvoorbeeld dat scholen twee klassen per leerjaar of onderwijstype moeten hebben. Dat kan het aantal potentiële scholen beperken. Om verschillende redenen kan het lastiger zijn om middelbare scholen te werven dan basisscholen, al was het maar omdat er minder van zijn. Zoek zo vroeg mogelijk uit hoeveel scholen in aanmerking komen voor deelname en verzamel de contactgegevens van deze scholen.

Het aantal benaderde scholen is waarschijnlijk van invloed op de intensiteit en kwaliteit van het contact dat het implementatieteam tijdens de werving met elke school kan hebben.

Wie ga je benaderen op de scholen?

Bedenk wie op een school de beslissingen neemt over deelname aan een interventie of effectonderzoek. Zodra je weet wie je moet benaderen, kun je nadenken over hoe je je boodschap het beste kunt afstemmen op de ontvangers, hoe je hen kunt bereiken en welke informatie voor hen belangrijk is. Probeer de prioriteiten van de doelgroep te achterhalen en pas je communicatie daarop aan. Dat houdt ook in dat je moet weten welke informatie relevant is voor de doelgroep. Zo zal een afdelingshoofd dat moet beslissen over een gerichte wiskunde-interventie willen weten hoeveel leerlingen meedoen en hoeveel tijd de leerlingen en medewerkers ervoor moeten vrijmaken.

Waarom is dit aanbod aantrekkelijk?

Bedenk en beschrijf waarom het voor scholen aantrekkelijk is om mee te doen aan het effectonderzoek. Bijvoorbeeld:

- Door mee te doen aan het onderzoek dragen scholen bij aan de wetenschappelijke kennis over wat wel en niet werkt in het onderwijs.
- Scholen die in de interventiegroep worden ingedeeld krijgen een veelbelovende interventie om de leerprestaties te verbeteren.
- Scholen krijgen een vergoeding voor hun deelname.
- Andere voordelen kunnen zijn dat scholen de resultaten van de toetsing toegestuurd krijgen, met daarbij mogelijk een benchmark op het niveau van de leerling, de klas en de school.

Omdat scholen doorgaans veel verzoeken krijgen om aan onderzoeken mee te doen, helpt het als teams duidelijk kunnen uitleggen waarom juist hun onderzoek waardevol is voor de school. Denk daarom goed na over de boodschap die je wilt overbrengen. Kun je kort en duidelijk uitleggen wat het doel is van de interventie en welke informatie over het effectonderzoek relevant is voor de school?

Informeer scholen goed over wat het onderzoek inhoudt

Natuurlijk is het belangrijk om de interventie goed uit te leggen. Maar wees je ervan bewust dat scholen tekenen voor het effectonderzoek als geheel, en niet alleen om aan de interventie mee te doen. Het is cruciaal dat scholen begrijpen wat het betekent om mee te werken aan een onderzoek: dat hun leerlingen, klassen of de scholen in hun geheel kunnen worden ingedeeld in de interventiegroep of controlegroep. En dat ze ongeacht de groep waarin ze terechtkomen, tekenen voor deelname aan het hele onderzoek. Als je de voordelen van deelname op een rij zet, benoem dan ook de voordelen van deelname aan wetenschappelijk onderzoek.

Wees eerlijk over wat deelname vraagt van scholen. Scholen hebben meer vertrouwen in een goed verloop als ze begrijpen wat de interventie en het onderzoek ernaar inhouden en wat dit van hen vraagt. Hoe duidelijker je bent, des te minder zorgen de scholen hebben dat je opeens toch nog meer van hen verwacht. Ze weten dan precies waar ze ja of nee op zeggen en zullen tijdens het onderzoek minder snel afhaken.

Welke vragen kunnen scholen hebben?

Neem de tijd om te bedenken welke vragen scholen aan het team kunnen stellen over de interventie en het onderzoek. Zo kan het team eventuele zorgen vooraf wegnemen. Het team kan een aantal FAQ's in de informatiebrochure voor scholen opnemen. Veel FAQ's gaan over privacykwesties en naleving van de AVG, de duur van de interventie en de effectmeting en wat de kosten zijn. De vragen verschillen naar gelang de aard van de interventie en het onderzoek. Het kan zinvol zijn om al bij het schrijven van de informatiebrochure in gesprek te gaan met leraren en team- of schoolleiders, om te achterhalen welke vragen vaak terugkomen.

2.2 Wervingsmateriaal

Twee essentiële documenten zijn de informatiebrochure voor scholen en de samenwerkingsovereenkomst (zie hoofdstuk 3). De projectteams kunnen daarnaast allerlei andere materialen ontwikkelen om de werving te ondersteunen, zoals:

- een pagina op de website van de organisatie of op een speciale projectwebsite met de belangrijkste informatie, inclusief documenten, over het project en waar te lezen is hoe scholen kunnen meedoen;
- een video met uitleg over de interventie en het effectonderzoek;
- een blog of promotie-artikel;
- een account op sociale media voor het onderzoek of teksten om het onderzoek te promoten via de socialemediakanalen van de organisatie.

Denk bij de ontwikkeling van deze materialen ook aan branding, bijvoorbeeld een speciaal projectlogo. Denk na over de naam van het project; een duidelijke naam, waaruit je meteen kunt opmaken waarover de interventie gaat, kan de werving vergemakkelijken. De nadruk moet liggen op eenvoudige, heldere communicatie.

2.3 Wervingsactiviteiten

Een succesvolle wervingsprocedure vereist flexibiliteit. Het helpt om scholen op verschillende manieren te benaderen. Denk bijvoorbeeld aan:

- **De inzet van gezaghebbende voorstanders en netwerken om het effectonderzoek en de wervingsevenementen te promoten.** Bijvoorbeeld: academische netwerken, gemeenten, lerarenopleidingen of een netwerk van onderzoeksscholen. Je kunt ook contact opnemen met samenwerkingsverbanden passend onderwijs.
- **Brieven en e-mails sturen en scholen telefonisch benaderen.** Veel leraren en onderwijsmanagers hebben niet de hele dag tijd om hun e-mail te beantwoorden of de telefoon op te nemen. Contact met hen leggen vergt geduld, en meestal moet je de actie meerdere keren herhalen. Probeer een zo relevant mogelijk mailadres te achterhalen (in plaats van het algemene mailadres van de school). Zorg ervoor dat de eerste e-mail to the point is en prettig leesbaar. Leg bij telefonisch contact duidelijk uit voor wie je belt (je komt vaak eerst bij de receptie terecht) en bel bij voorkeur op een tijdstip waarop leraren beschikbaar zijn, bijvoorbeeld aan het eind van de schooldag.
- **Het project promoten tijdens evenementen.** Wervingsteams kunnen spreek-tijd vragen tijdens conferenties van andere organisaties en het project daar promoten.
- **Wervingsactiviteiten organiseren.** Wervingsteams kunnen evenementen organiseren om het onderzoek bij scholen onder de aandacht te brengen. Je kunt scholen die interesse hebben getoond voor zo'n evenement uitnodigen om hen meer over het onderzoek te vertellen. Zorg dat deze evenementen laagdrempelig zijn voor scholen: bied bijvoorbeeld meerdere data aan en houd de aanmeldings-procedure simpel. Een goede follow-up van scholen die tijdens een evenement meer belangstelling hebben getoond is belangrijk. In interventieonderzoeken van de EEF zijn succesvolle webinars georganiseerd om scholen te werven. Voor sommige scholen is dat handiger dan een live evenement.
- **Online formulieren om belangstelling kenbaar te maken.** Online formulieren waarmee scholen hun belangstelling kunnen laten blijken worden steeds vaker met succes ingezet. Je kunt deze formulieren koppelen aan sociale media.
- **Sociale media.** Het is zinvol om het project te promoten via het sociale media-account van de organisatie of via een nieuw, speciaal voor het project aangemaakt account. Op de verschillende socialemediakanalen zijn grote onderwijsgemeenschappen actief die het onderzoek kunnen promoten. Het NRO kan oproepen via zijn socialemediakanalen delen.
- **Media.** Sommige projectteams zien kans in de media te worden genoemd. Dit kan een handige aanpak zijn, maar werkt vermoedelijk minder goed dan vertrouwde contacten/netwerken inschakelen, wervingsevenementen organiseren en scholen direct benaderen. Ook bij eerdere Engelse studies bleken dit de meest succesvolle strategieën.

Het implementatieteam moet controleren of een school niet al is geworven voor een ander onderzoek met een vergelijkbare interventie en leeftijdscategorie. Dit kan voorkomen dat scholen moeten kiezen tussen twee onderzoeken. Enige mate van overlap is aanvaardbaar. Zo kunnen verschillende jaargroepen binnen dezelfde school aan verschillende interventies meedoen, kan een school in de controlegroep van meerdere onderzoeken zitten of kan een controlegroep van het ene onderzoek de experimentele groep van een ander onderzoek zijn.

Van belangstelling tot samenwerkingsovereenkomst

Er zit tijd tussen het moment dat een school belangstelling toont en het moment waarop de school de deelname aan het effectonderzoek bevestigt door een samenwerkingsovereenkomst te ondertekenen. Zowel het implementatie- als het onderzoeksteam wil zeker weten dat de school alle belangrijke informatie begrijpt en zich volledig zal inzetten voor de interventie en het onderzoek. Anders kan dit later problemen opleveren, bijvoorbeeld dat de school afhaakt, met gevolgen voor de betrouwbaarheid van het onderzoek (zie hoofdstuk 5). Het implementatieteam bespreekt vóór ondertekening van de samenwerkingsovereenkomst met de school of alles duidelijk is en of de school er volledig achter staat. Je kunt scholen informeren tijdens wervingsevenementen of online webinars, of via een telefoongesprek. De procedure moet voor de scholen zo eenvoudig mogelijk zijn, zonder onnodige extra stappen. Tegelijkertijd moeten ze precies weten waar ze aan toe zijn, zodat je kunt rekenen op hun inzet.

In het ideale geval is de periode tussen het moment waarop de school belangstelling toont en de formele ondertekening zo kort mogelijk. Als er te veel tijd overheen gaat, kan de school zijn interesse verliezen. Dat kun je effectief ondervangen met een deadline om de overeenkomst te retourneren.

Casussen

Er is geen pasklare aanpak voor alle studies. De casussen op pagina 9 en 10 zijn praktijkvoorbeelden van interventiestudies van de Engelse EEF waarbij de werving goed is verlopen. Ze zijn geen kant-en-klaar recept voor succes, maar dienen ter inspiratie.

FLASH Marking

FLASH Marking is een nakijkmethode voor het vak Engels voor leerlingen van 14 tot en met 16 jaar, waarbij leraren op vaardigheden gebaseerde feedback geven in plaats van cijfers. De methode is ontwikkeld door medewerkers van de Meols Cop High School in het Engelse Southport.

Het implementatieteam bestond uit leraren die nog nooit scholen hadden geworven voor een interventie of studie. Zij moesten honderd scholen werven. Het team had goed nagedacht over de branding en bedacht het acroniem FLASH: Fast Logical Aspirational Student Help; dat is makkelijk te onthouden en maakt meteen duidelijk waar de methode om draait, namelijk snel nakijken.

Het team ontwierp een opvallend logo en opende het speciale Twitteraccount @FLASHmarking en een website. Die werden gebruikt voor de implementatiefase op scholen die in de interventiegroep zijn ingedeeld. De ontwikkelaars benaderden Tes, een internationale onderwijsorganisatie, en schreven een artikel over de methode, dat vervolgens werd gepubliceerd.

Het team zette een e-maildatabase op en stuurde gepersonaliseerde e-mails naar vakdocenten en schooldirecteuren in het middelbaar onderwijs, met een link naar een FAQ-document. Daardoor ontvingen ze minder simpele vragen, wat hun tijd bespaarde. Later stuurde het team gepersonaliseerde brieven en informatiepakketten naar zowel vakdocenten als directeuren, wat een effectieve aanpak bleek.

Een aantal leraren plaatste een bericht op Twitter (nu X) over de brief, waaruit een twittergesprek ontstond. In de zes geselecteerde regio's werden wervingsevenementen georganiseerd onder de naam 'FLASH Marking Roadshow'.

Die werden intensief gepromoot via Twitter en genereerden veel aandacht. De teamleden gingen daarnaast proactief op zoek naar onderwijscongressen waar toetsing en feedback op het programma stonden en ze benaderden de organisatoren over hun methode om nog meer promotie te maken.

Het was niet altijd makkelijk. Het team benadrukte dat het een tijdrovend proces was en dat ze soms betwijfelden of ze hun doel van honderd scholen wel zouden halen. Ze gaven aan dat ze hun aanpak voortdurend evalueerden en steeds weer iets nieuws probeerden. Het team kwam wekelijks bij elkaar om de wervingsstrategie en de voortgang te evalueren.

De leden onderstreepten dat het succes vooral was te danken aan de juiste samenstelling van het team en de taakverdeling. Er werd een fulltime administratieve kracht aangesteld voor het project en tijdens de sollicitatieprocedure zocht men specifiek naar een kandidaat met de juiste vaardigheden om de werving aan te jagen. Zo konden de ontwikkelaars zich concentreren op zaken als de presentaties tijdens de roadshows.

Het team begon in september met de werving. In april hadden honderd scholen zich aangemeld en stonden er tweehonderd op de reservelijst. Volgens de ontwikkelaars moet je hoge eisen stellen aan de scholen. De scholen moesten de samenwerkingsovereenkomst voor een bepaalde datum indienen en kregen geen extra mogelijkheid als ze de deadline hadden gemist. Ze moesten 100 procent gemotiveerd zijn om mee te doen aan de studie, anders konden ze niet worden ingedeeld. Deze aanpak zorgt ervoor dat je scholen tijdens het project beter weet vast te houden.

Learning Language and Loving It

Learning Language and Loving It – The Hanen Program for Early Childhood Educators (LLLI) is een opleidingstraject voor mensen die met jonge kinderen werken, om hun taalontwikkeling en beginnende geletterdheid te bevorderen.

Communicate SLT CIC uit Blackpool, dat spraak-, taal- en communicatiediensten aanbiedt, ontwikkelde de interventie voor deze studie. Voor de studie moesten 140 kinderdagverblijven/peuterscholen in Noordwest-Engeland en West Yorkshire worden aangezocht. Het team begon in januari en had in mei al meer dan het vereiste aantal scholen geworven.

De organisatie benaderde alle relevante gemeenten in Noordwest-Engeland en West Yorkshire voor de studie. Ze onderzocht goed wie het beste aanspreekpunt binnen een gemeente was, bijvoorbeeld medewerkers op het gebied van onderwijs aan jonge kinderen. De werving liep het best in gebieden waar gemeenten de lokale promotie van de studie ondersteunden.

Communicate SLT CIC benaderde ook scholen per e-mail. Het verwachtte dat een tweeledige benadering, zowel direct als via de gemeente, meer belangstelling zou wekken bij scholen. Scholen in de geselecteerde regio's werden daarnaast gebeld, om te controleren of de e-mail over de studie bij de juiste persoon was terechtgekomen.

Het team wilde er zeker van zijn dat scholen precies wisten waaraan ze begonnen voor ze zich aanmeldden. Daarom moesten scholen die wilden deelnemen aan de interventie en het onderzoek een live wervingsevenement of een online webinar bijwonen, waar ze informatie kregen over de studie en vragen konden stellen. Om dit zo efficiënt mogelijk te laten verlopen, werd een online aanmeldingsformulier ontworpen.

Er werden zeventien live evenementen en drie online webinars georganiseerd, om de scholen voldoende keus te geven. Het online aanmeldingssysteem beperkte de administratieve rompslomp voor het team en bood scholen de gelegenheid zich direct aan te melden voor evenementen, waarna ze een automatische e-mailbevestiging ontvingen. Tijdens de evenementen werden samenwerkingsovereenkomsten en informatiepakketten uitgedeeld en werd duidelijk vermeld wat de deadline was om de overeenkomst in te dienen. Alle communicatie-uitingen bevatten een duidelijke *call to action*, zoals de aanmelding voor een informatiesessie of het invullen en ondertekenen van de overeenkomst.

Communicate SLT CIC zette in op *early adopters*. Deze scholen werden aangemoedigd om de studie bij andere scholen in de regio te promoten. Dat was in hun eigen belang, omdat de studie als cluster-model was opgezet: als meer scholen uit een gebied meededen, verkleinde dat de kans dat leraren ver moesten reizen voor de trainingen. Dat was een effectieve manier om de belangstelling te vergroten.

3.

Documenten om scholen te werven en vast te houden

Het onderzoeks- en het implementatieteam zijn samen verantwoordelijk voor de werving van de scholen voor de interventie en het effectonderzoek. Voorafgaand aan de wervingsprocedure dienen ze goed na te denken over welke documenten nodig zijn en hoe die goed op te stellen. Hieronder staat een aantal mogelijke documenten genoemd.

Belangrijk: het kan zijn dat de ethische commissie op een universiteit deze documenten moet goedkeuren. Meestal valt dit onder de verantwoordelijkheid van de onderzoeksteams. Maar sommige organisaties, zoals universiteiten, hanteren een eigen ethische procedure. De ethische goedkeuring neemt meestal veel tijd in beslag. Hoeveel precies verschilt per organisatie. Hoe sneller deze documenten na de voorbereidende bijeenkomsten klaar zijn, des te sneller de werving kan beginnen. We adviseren de onderzoekers om te achterhalen welke informatie ze moeten verstrekken voor de ethische goedkeuring, welke deadlines gelden en op welke data de ethische commissie voor onderzoek bij elkaar komt. Zo kunnen ze de procedure zo snel mogelijk in gang zetten, om te voorkomen dat de werving vertraging oploopt. Het kan zijn dat de ethische commissie de hieronder genoemde documenten moet goedkeuren.

We lichten per document het doel toe en leggen uit hoe je ze kunt opstellen. In de bijlagen staat voor elk document een lijst met aandachtspunten.

Informatiebrochure voor scholen (Bijlage 2)

Dit is over het algemeen een kort document met een samenvatting van het doel en de inhoud van de studie. Verder bevat de brochure een duidelijk overzicht van de studieopzet en de procedures inzake gegevensbescherming, wie erbij betrokken zijn en de verwachte tijdsplanning. Het doel van dit document is dat schoolleiders en leraren begrijpen wat de belangrijkste elementen van de interventie zijn en dat de interventie onderwerp is van een effectonderzoek.

Houd bij het schrijven van de brochure de doelgroep goed voor ogen. Op basis van de informatie in dit document besluiten scholen of ze meer willen weten over de interventie. Richt je op de voordelen van deelname en geef praktische informatie die voor leraren relevant is. Wees eerlijk over de inzet die je van scholen vraagt. Denk goed na over de opzet en kies voor een eenvoudige structuur en een prettige opmaak. Het implementatieteam stelt dit document eerst op in concept, waarna het onderzoeksteam zo nodig specifieke informatie over het onderzoek en gegevensbescherming toevoegt.

Bij effectonderzoeken zijn vaak meerdere organisaties betrokken. Voor scholen is het vaak lastig om te achterhalen wie ze moeten benaderen. Dat kan een reden zijn om niet mee te doen. Daarom is het essentieel om aan het begin van het traject duidelijke contactgegevens te verstrekken. Geef duidelijk aan welke organisatie de leiding heeft en gedurende het project contact heeft met de scholen, en met welk doel. Duidelijke communicatie van beide teams voorkomt dat scholen worden overladen met brieven en e-mails.

Samenwerkingsovereenkomst (Bijlage 3)

Scholen die voor deelname in aanmerking komen, de informatiebrochure hebben ontvangen en hun belangstelling kenbaar hebben gemaakt, worden uitgenodigd om een samenwerkingsovereenkomst te ondertekenen. Daarmee bevestigen ze dat ze akkoord gaan met de voorwaarden van de studie. Dit document is gedetailleerder dan de informatiebrochure. Het bevat ook de verwachtingen en verantwoordelijkheden van de scholen en een beschrijving van het implementatie- en onderzoeksteam.

In de praktijk blijkt dat scholen die een eenvoudig contract hebben ondertekend minder snel afhaken. In een samenwerkingsovereenkomst worden de voorwaarden van het effectonderzoek en de taken en verantwoordelijkheden van de scholen kort en duidelijk uitgelegd.

Maak deze taken en verantwoordelijkheden zo concreet mogelijk en koppel er, indien mogelijk, een contactpersoon van de school aan. Het helpt als iemand met binding met de werkvloer, die mandaat heeft om besluiten te nemen en zaken in gang te zetten, het document mede ondertekent. In het primair onderwijs is dit bijvoorbeeld de directeur of een intern begeleider, in het voortgezet onderwijs bijvoorbeeld een teamleider of zorgcoördinator. Leg ook vast wie de contactpersoon binnen de school vervangt als deze ziek wordt of van baan verandert.

Informatiebrochure voor ouders en terugtrekkingsformulier (Bijlage 4)

Deze documenten informeren ouders over de betrokkenheid van hun kind bij het effectonderzoek. Het is niet altijd nodig om actief toestemming te vragen voor deelname. In de bespreking met de ethische commissie wordt duidelijk of actieve toestemming nodig is of dat passieve toestemming volstaat. Informatie over gegevensuitwisseling staat bijvoorbeeld in de *Handreiking gegevensuitwisseling; Voor scholen die samenwerken met externe partners* van het NJi.

Privacyverklaring (Bijlage 5)

Dit document toont aan dat het interventie- en onderzoeksteam de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) naleven. Het onderzoeksteam stelt dit document meestal in concept op, zodra het heeft besloten welke gegevens het tijdens het onderzoek wil verzamelen. In overleg met het implementatieteam wordt het document definitief gemaakt. De privacyverklaring kan als apart document met de scholen worden gedeeld, voordat ze de samenwerkingsovereenkomst ondertekenen. Een andere mogelijkheid is een link in de informatiebrochure voor scholen en ouders, of in de samenwerkingsovereenkomst.

Overeenkomst inzake gegevensuitwisseling (Bijlage 6)

In dit document staat welke gegevens de school, het implementatieteam en het onderzoeksteam onderling uitwisselen. Daaronder persoonsgegevens zoals contactgegevens van ouders en leraren, en niet-persoonlijke informatie zoals de klas en de naam van de school. Het implementatieteam en het onderzoeksteam mogen deze gegevens alleen delen als deze overeenkomst is getekend. Het onderzoeksteam stelt dit document meestal in concept op en stuurt het daarna naar het implementatieteam. Zodra beide teams het eens zijn over de tekst, ondertekenen beide partijen de definitieve versie.

4.

Activiteiten aan het begin van het onderzoek

Zodra de scholen zijn geworven voert het onderzoeksteam een aantal activiteiten uit. Deze activiteiten vinden plaats vóór de willekeurige verdeling van de deelnemers over de interventiegroep en de controlegroep (randomisering) en de uitvoering van de interventie zelf.

De onderstaande activiteiten vallen allemaal onder de verantwoordelijkheid van het onderzoeksteam. Het implementatieteam moet wel weten welke gegevens worden verzameld en wat van de scholen wordt verwacht voordat de interventie daadwerkelijk van start gaat. Waar nodig ondersteunt het implementatieteam het onderzoeksteam. In het communicatieplan staat wie contact onderhoudt met de scholen over de verschillende activiteiten.

In het algemeen geldt: probeer scholen zoveel mogelijk te ontlasten. Hoe makkelijker je het voor hen maakt, des te kleiner de kans dat ze afhaken. Dat doe je bijvoorbeeld als volgt:

- Maak zoveel mogelijk gebruik van gegevens en toetsen die de scholen toch al opvragen en afnemen.
- Als je zowel voor de implementatie als voor het onderzoek een vragenlijst wilt afnemen of wilt observeren in de klas, kijk dan of je dat op dezelfde dag kunt inplannen.
- Als je extra metingen wilt invoegen, bespreek dan met scholen hoe je hen kunt ondersteunen. Sommige scholen vinden het fijn om extra toetsen zelf af te nemen, zodat er geen nieuw persoon in de klas hoeft te komen. Andere zijn blij als je het van hen wilt overnemen. Online testafname kan lastig zijn voor scholen. Zorg dat een helpdesk beschikbaar is en dat scholen daarvan op de hoogte zijn.

4.1 Leerlinggegevens verzamelen

Na ondertekening van de samenwerkingsovereenkomst en vóór de randomisering stuurt het onderzoeksteam een sjabloon voor gegevensverzameling naar de scholen. Die kunnen zo de gegevens van de leerlingen invullen. Het NRO moedigt aan om zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande data, bijvoorbeeld door gegevens te gebruiken van het Nationaal Cohortonderzoek Onderwijs (NCO). Op die manier bevragen we de scholen niet onnodig, zijn er minder problemen met onvolledige metingen/non-respons en worden gestandaardiseerde en uniforme uitkomstmaten gebruikt. Het NCO biedt ook de mogelijkheid om onderzoeksdata te koppelen aan gegevens uit leerlingvolgsystemen, zoals toetsresultaten, van veel scholen in het primair onderwijs en op termijn ook in het voortgezet onderwijs.

Meer algemene informatie over het NCO en over de voorwaarden voor het gebruik van de NCO-data is te vinden op www.nationaalcohortonderzoek.nl en www.nationaalcohortonderzoek.nl/onderzoek.

4.2 Meting vooraf

Omdat onderzoekers informatie over eerdere leerprestaties bij het NCO kunnen opvragen, hoeven ze niet altijd vooraf tests af te nemen op scholen. Mocht toch een voormeting nodig zijn, dan nemen scholen die meestal zelf af om kosten te besparen. Soms nemen de onderzoekers de tests af, of huren zij of het implementatieteam daarvoor een extern bureau in.

Onderzoekers willen de voormeting afgerond hebben voordat scholen worden gerandomiseerd; als scholen eerst worden gerandomiseerd, in de controlegroep terechtkomen en dan pas het verzoek krijgen om toetsen af te nemen, kunnen ze besluiten toch niet mee te doen. Daarnaast bestaat het risico dat gegevens niet meer objectief zijn als scholen of leerlingen weten dat ze in de controlegroep zijn ingedeeld.

4.3 De gangbare praktijk vaststellen

Voor een goede analyse van de resultaten is het nodig om vast te leggen waarmee de interventie wordt vergeleken: hoe de 'normale situatie' eruitziet. Vooral bij gerichte interventies krijgen de leerlingen van scholen in de controlegroep vaak extra ondersteuning of training in een andere vorm. Het kan als onderzoeker dus slim zijn om alle scholen aan het begin van de studie te vragen wat hun plannen zijn voor het onderwerp van de interventie, bijvoorbeeld hoe de school het komende jaar de wiskundelessen gaat organiseren.

5.

Risico's op uitval en strategieën om die te beperken

Het uitvalpercentage van de deelnemers bepaalt in grote mate of de resultaten van een studie valide zijn. Bij NRO-studies spreken we dan van 'retentie': ontvang je alle voor het onderzoek relevante gegevens van de deelnemers? Als scholen of leerlingen niet willen meewerken aan de gegevensverzameling of zich tijdens de studie terugtrekken ('uitval'), verkleint dat de omvang van de steekproef. Dat kan de resultaten vertekenen ('bias'). Als onderzoeker wil je er alles aan doen om uitval tot een minimum te beperken. Zie Tabel 1 voor de risico's in verschillende fases van de interventie en wat je kunt doen om deze te verkleinen.

Soms willen scholen niet doorgaan met de interventie. Dat kan allerlei redenen hebben, bijvoorbeeld te weinig betrokkenheid of omdat de interventie niet volgens de instructies is uitgevoerd. De keus ligt uiteindelijk bij de school. De implementatie- en onderzoeksteams willen het liefst natuurlijk dat scholen het hele traject voltooien, tot en met de nameting. Je kunt scholen herinneren aan de gemaakte afspraken in de samenwerkingsovereenkomst. Of uitleggen dat ze, als ze doorgaan met de studieactiviteiten, bijdragen aan de kwaliteit van de onderzoeksresultaten – waar andere scholen vervolgens hun voordeel mee kunnen doen. Verder kun je scholen wijzen op eventuele financiële vergoedingen na afronding van de nameting.

Vooraf bij de nameting kan het lastig zijn scholen in de controlegroep vast te houden, omdat ze weinig contact hebben met het implementatieteam en sinds de werving niet meer zo betrokken zijn bij het project. Teams moeten goed nadenken over hoe ze de scholen in de controlegroep betrokken houden. Dat kan bijvoorbeeld via een nieuwsbrief of andere update op verschillende momenten tijdens het project. In de eerste ronde van het onderzoeksprogramma 'Effectmeting kansrijke interventies in het po en vo' kregen ook de controlescholen een vergoeding voor deelname aan het effectonderzoek.

Scholen kunnen weigeren mee te doen aan minder centrale ('perifere') onderzoeksactiviteiten, zoals interviews en enquêtes. Dat vormt een kleiner risico voor de validiteit van het effectonderzoek dan uitval. Als implementatieteams merken dat een school minder betrokken is of dreigt af te haken bij de interventie of toetsing, dienen ze dat direct aan de onderzoekers te laten weten. Het onderzoeksteam vermeldt in de onderzoeksrapportage hoeveel scholen vóór de nameting zijn afgehaakt.

Enkele voorbeelden van uitval en het effect ervan op de betrouwbaarheid van de resultaten:

Scenario 1

Een school ondertekent de samenwerkingsovereenkomst, maar haakt af vóór de voormeting of randomisering (willekeurige toewijzing in de interventie- of controlegroep). Van deze scholen worden geen leerlinggegevens verzameld, of eventuele al verzamelde gegevens worden gewist. Deze scholen worden wel meegenomen in het stroomdiagram van deelnemende scholen en daar aangemerkt als 'afgehaakt vóór randomisering'. Deze scholen worden niet meegeteld in het uitvalpercentage. In dit geval is geen sprake van bias, omdat het afhaken geen gevolg is van de randomisering. Nadeel is wel dat de omvang van de steekproef hierdoor afneemt, tenzij het implementatieteam nieuwe scholen weet te vinden, bijvoorbeeld via een wachtlijst. Zij kunnen dan de plaats van de afgehaakte scholen innemen voordat de randomisering plaatsvindt.

Scenario 2

Een school uit de interventiegroep wil zich na de eventuele voormeting en randomisering terugtrekken uit de interventie (niet-naleving). De school wil echter wel meewerken aan alle onderzoeksactiviteiten. Zowel de voor- als nametingsgegevens van deze school worden gebruikt voor het hoofdonderzoek. Maar in de nalevingsanalyse wordt de school aangemerkt als 'niet-nalevend'. In dit geval kunnen kwalitatieve gegevens over de reden waarom een school afhaakt zeer waardevol zijn. Niet-naleving kan het effect van de interventie afzwakken, maar heeft waarschijnlijk geen gevolgen voor de betrouwbaarheid van het effectonderzoek. Daarom is het belangrijk dat scholen gegevens over de uitkomsten aanleveren.

Scenario 3

Een school trekt zich na randomisering terug uit het effectonderzoek en werkt niet meer mee aan het verzamelen van de eerste resultaten (uitval). In dit geval beschouwen we de nametingsgegevens van alle leerlingen van deze school als ontbrekend, wat het effectonderzoek minder betrouwbaar maakt. Onderzoekers en interventiehouders moeten samenwerken om deze gevallen tot een minimum te beperken, omdat die de kwaliteit van de studie kunnen beïnvloeden. Het is lastiger om scholen in de controlegroep vast te houden dan scholen in de interventiegroep, omdat de eerste groep scholen minder contact heeft met de projectteams.

Tabel 1. Risico's op uitval en strategieën om die te beperken

Fase van de studie	Risico's	Strategieën
Voormeting en leerlinggegevens aanleveren (bijv. unieke leerlingnummers)	Voor sommige scholen is toetsen een belasting, of ze maken zich zorgen over het delen van leerlinggegevens. Het kan ook zijn dat scholen zich willen terugtrekken wegens gebrek aan tijd en middelen.	Denk als onderzoeker al tijdens de ontwerpfase goed na over de haalbaarheid van toetsing en de belasting daarvan voor scholen. Het helpt om bij ondertekening van de samenwerkingsovereenkomst duidelijk uit te leggen welke gegevens worden verzameld, waarom, hoeveel tijd dit kost en wat de vergoeding is die scholen ervoor krijgen. Het implementatieteam heeft goed inzicht nodig in de onderzoeksactiviteiten om scholen te kunnen overhalen tot het eind te blijven meedoen aan het onderzoek. Beide teams moeten het eens zijn met de gegevensbescherming gedurende de studie, zodat ze de scholen op dit punt gerust kunnen stellen.
Kort na randomisering	Sommige scholen willen misschien afhaken omdat ze niet tevreden zijn over de groep waarin ze zijn ingedeeld (ze kunnen bijv. gedemotiveerd raken als ze niet in de interventiegroep zitten). Andere scholen vinden de interventie of het onderzoek misschien toch een te grote belasting, of vallen af omdat een leerkracht uitvalt.	Zorg dat scholen goed begrijpen hoe de toewijzing plaatsvindt, wat randomisering inhoudt en welke middelen nodig zijn om de interventie uit te voeren. Wijs scholen op het 'contract' (de samenwerkingsovereenkomst) dat ze hebben ondertekend, en herinner hen aan de bredere voordelen van deelname aan de studie, namelijk dat scholen daar in de toekomst hun beleid op kunnen baseren (maak gebruik van prosociale motieven). En houd er rekening mee dat er toch scholen kunnen zijn die de informatie niet goed lezen. Of die verrast zijn door de inspanning die ze moeten leveren en dan uitvallen.
Tijdens de interventie	Sommige scholen kunnen ontevreden zijn over de interventie en besluiten hun deelname in te trekken.	Wees een betrouwbare samenwerkingspartner: maak het makkelijk voor scholen om contact op te nemen. Als ze persoonlijk contact ervaren en worden ontlast door een goede organisatie, zullen ze minder snel uitvallen. Als scholen zorgen uiten, moet het implementatieteam eventuele niet-naleving of risico's registreren en het onderzoeksteam daarvan op de hoogte brengen. Maak in de communicatie met de school onderscheid tussen afhaken van de interventie (niet-naleving) en afhaken van het effectonderzoek (uitval). Als scholen besluiten niet meer mee te doen aan de interventie, kunnen ze nog wel worden gestimuleerd om gegevens aan te leveren voor het onderzoek (d.w.z. resultaten van nameting en onderzoeksgegevens verzamelen).
Nametingen (bij andere dan NCO-gegevens)	Sommige scholen (vooral in de controlegroep) reageren niet meer, wat de nameting kan bemoeilijken.	Zorg dat de scholen ruim van tevoren weten wanneer de nameting wordt uitgevoerd, zodat ze op tijd personeel en middelen kunnen inplannen. Het helpt om scholen te herinneren aan de (financiële) prikkels en gemaakte afspraken in de samenwerkingsovereenkomst.

Een implementatielogboek bijhouden

Het kan helpend zijn voor implementatieteams om een implementatielogboek bij te houden. Dat kunnen ze als live document delen met het onderzoeksteam. Zo is te volgen waarom scholen niet meer betrokken zijn bij de interventie en of ze hebben aangegeven te willen stoppen met:

1. de interventie,
2. de deelname aan andere onderzoeksactiviteiten dan de nameting, of
3. de deelname aan alle onderzoeksactiviteiten, inclusief de nameting.

Het kan nuttig zijn om extra informatie te verzamelen over de redenen van scholen voor hun beslissingen. Dat geeft meer inzicht in de mate van niet-naleving en kan helpen om andere scholen betrokken te houden.

Bijlage 1

Aandachtspunten bij het opstellen van een wervingsstrategie

De belangrijkste informatie over de wervingsstrategie op een rij:

- **Wervingsdoel:** het aantal te werven scholen.
- **Regio's voor werving.** Stem dit niet alleen af binnen je eigen interventie- en onderzoeksteam, maar ook met de andere interventies en onderzoeksteams. Het is belangrijk dat we niet allemaal uit dezelfde vijver vissen!
- **Hoeveel scholen komen in deze regio's in aanmerking** voor deelname en hoe groot is daarmee de wervingspool?
- **Lopen er andere studies binnen dit onderzoeksprogramma** en is het mogelijk om gekruist te werven? Bespreek dit eventueel met het Nji of met NRO.
- **Belangrijkste activiteiten en methoden.** Beschrijf hier de belangrijkste wervingsactiviteiten, zoals wervingsevenementen, welke invloedrijke personen je gaat benaderen, op welke manieren scholen worden benaderd en hoe het project wordt gepromoot.
- **Wat is de tijdsplanning** voor de werving? Zijn er tussentijdse evaluatiemomenten met streefgetallen gepland gedurende deze periode?
- **Hoeveel mensen heeft het team op de wervingsfase van het project gezet** en wat is hun taak? Hoe zorg je ervoor dat iedereen de juiste kennis en vaardigheden heeft voor het wervingsproces?
- **Wie ga je benaderen op de scholen?**
- **Hoe verloopt de procedure vanaf het moment dat een school belangstelling toont tot ondertekening van een samenwerkingsovereenkomst?** Hoe ga je dit intern monitoren? Geef je de scholen een deadline voor het retourneren van de overeenkomst?
- **Hoe zorg je ervoor dat de scholen goed begrijpen** wat de studie inhoudt?

Bijlage 2

Informatiebrochure voor scholen (checklist)

De informatiebrochure telt idealiter twee à drie pagina's en vormt de basis voor de meer uitgewerkte samenwerkingsovereenkomst.

- **Een korte samenvatting van de interventie en het onderzoek.**
- **Wie kunnen er meedoen?**
Noem hier alle criteria voor scholen, leraren en leerlingen inclusief de regio en het aantal te selecteren scholen.
- **Wat houdt de interventie in?**
Een paar zinnen om de interventie samen te vatten, inclusief bestaand wetenschappelijk bewijs en welke inzet wordt verwacht van scholen/leraren.
- **Wat zijn de mogelijke voordelen voor de school?**
Beschrijf de voordelen van deelname aan het onderzoek, waaronder een eventuele vergoeding of korting voor scholen in de interventiegroep, een vergoeding of andere vormen van ondersteuning voor scholen in de controlegroep, en de bijdrage aan wetenschappelijk onderzoek.
- **Wat houdt de interventie nog meer in?**
Meer informatie over de onderdelen van de interventie en voorbeelden van vergoedingen in natura in ruil voor de tijdsinvestering. Geef ook aan hoeveel tijd het kost om de interventie uit te voeren en wat dan van de scholen wordt verwacht.
- **Wat betekent het om mee te doen aan een effectonderzoek?**
Leg uit wat randomisering inhoudt en wat de interventiegroep en de controlegroep moeten doen. Introduceer de onderzoekers. Leg kort uit voor welke onderzoeksactiviteiten toetsen moeten worden afgenomen. Geef informatie over gegevensbescherming, welke gegevens de scholen moeten aanleveren en hoe die door of met de onderzoekers worden gedeeld. Voeg een link toe naar de privacyverklaring.
- **Zijn er kosten aan verbonden?**
Vermeld de eventuele kosten voor scholen en de vergoeding die de scholen krijgen.
- **Tijdsplanning** van de implementatie en het effectonderzoek.
- **Betrokken organisaties.**
- **Meer informatie**
De contactpersoon bij wie scholen vragen kunnen stellen, zich kunnen aanmelden, en de deadline voor aanmelding.
- **Logo's**
Het kan helpen om logo's van belangrijke, relevante stakeholders op te nemen, zoals het ministerie van OCW. Hiervoor moet wel toestemming zijn.

Bijlage 3

Samenwerkingsovereenkomst (checklist)

Overzicht van het onderzoek

- **Welke interventie wordt getest?**
- **Naar welke informatie zijn we op zoek (bijvoorbeeld het effect van x op y)?**
- **Beschrijving van het implementatieteam en het onderzoeksteam**
- **Doelen van het effectonderzoek**, inclusief een toelichting op waarom het een gerandomiseerde, gecontroleerde studie is.
- **Criteria voor deelname**
- **Wat is het voordeel voor de school?**
Vermeld de vergoeding voor de school en eventuele kosten.
- **Logo's van de onderzoeks- en implementatieteams**
- **Tijdsplanning van het project**
Vermeld belangrijke data voor zowel de interventie- als de controlegroep (scholen in de controlegroep moeten bijvoorbeeld gegevens verzamelen en toetsen afnemen).

Gegevensbescherming

- **Samenvatting van het privacybeleid en naleving van de AVG**
Verwijs specifiek naar het project (dus geen algemene uitspraken over privacy).
- **Link naar een privacyverklaring die is toegespitst op het project**, en/of voeg de privacyverklaring toe (geen algemene beleidstekst).
- **Rechtsgrond voor de verwerking van persoonsgegevens volgens de AVG**
- **Rechtsgrond voor de verwerking van bijzondere categorieën persoonsgegevens (voor zover gebruikt) volgens de AVG**
- **Wat gebeurt er met de gegevens en wie heeft daar welke taak?**
Bespreek de stappen in dataverzameling, analyse en rapportage en bespreek de taakverdeling tussen het implementatieteam (verzameling) en het onderzoeksteam (koppelen van voor- en nameting, anonimiseren, analyseren, rapporteren).
- **Doeleinden van de gegevensverwerking**
- **Welke partijen hebben toegang tot gegevens?**
Noem alle partijen met wie de gegevens worden gedeeld en het doel van het delen.
- **Bewaartermijn**
Hoe lang de verschillende soorten gegevens worden bewaard en met welk doel.

Verantwoordelijkheden

- **Verantwoordelijkheden van het implementatieteam**
Werving, financiën (bijvoorbeeld vergoedingen), communicatie, implementatie.
- **Verantwoordelijkheden van het onderzoeksteam**
Gegevensbescherming en ethiek, gegevensverzameling en -analyse, randomisering, communicatie, veldwerk, verslaglegging enzovoort.
- **Verantwoordelijkheden van de school**
Leerling- en schoolgegevens aanleveren, toetsing faciliteren (per project aanvullen/wijzigen).
- **Verantwoordelijkheden van een school in de interventiegroep**
Toetsing van leerlingen, gegevensverzameling en monitoring, deelname aan de interventie.
- **Verantwoordelijkheden van een school in de controlegroep**
Toetsing van leerlingen, gegevensverzameling en monitoring en eventuele beperkingen (bijvoorbeeld niet gebruikmaken van de interventie).

Overeenkomst

- **Naam van de school en van de contactpersoon op school**
- **Contactgegevens van het implementatieteam en het onderzoeksteam**
- **Overeenstemming over deelname aan de studie (het effectonderzoek en de interventiegroep of controlegroep) en terugtrekking**
- **Ruimte voor ondertekening** door de bij naam genoemde contactpersoon van de school, mogelijk ook de directeur, en door het implementatie- en onderzoeksteam
- **Vermeld welke partijen een ondertekend exemplaar moeten ontvangen**

Bijlage 4

Informatiebrochure en toestemmings- of terugtrekkingsformulier voor ouders (checklist)

- **Korte beschrijving van het project**
- **Wat het onderzoek inhoudt**, waaronder de gerandomiseerde opzet en wat op welk moment van hun kind wordt verwacht
- **Hoe de gegevens worden verwerkt, opgeslagen en hoe er wordt gerapporteerd**
- **Leg uit wat ze moeten doen**: terugsturen als ze akkoord gaan met deelname van hun kind, of alleen terugsturen als ze niet akkoord gaan
- **Mogelijkheid om zich terug te trekken of toestemming te verlenen**, met vermelding van handtekening, naam en datum.
- **Link naar of bijlage met de privacyverklaring**
- **Contactgegevens**

Bijlage 5

Privacyverklaring (checklist)

- **Doel van de privacyverklaring**
- **Welke gegevens worden verzameld voor welke doeleinden?**
- **De rechtsgrond voor de verwerking van persoonsgegevens en, indien van toepassing, bijzondere persoonsgegevens**, waarbij de rechtsgrond apart wordt vermeld
- **Expliciete verwijzing naar de rechten van betrokkenen volgens de AVG en hoe hun individuele rechten worden beschermd**
- **Welke partijen toegang hebben tot deze gegevens en voor welke doeleinden**
- **Bewaren van gegevens**: hoe de gegevens worden opgeslagen, voor hoe lang en voor welke doeleinden
- **Contactpersoon voor vragen of klachten**, inclusief de contactinformatie van het onderzoeksteam en het implementatieteam

Bijlage 6

Overeenkomst inzake gegevensverwerking (checklist)

- Wie welke gegevens deelt
- Welke gegevens worden gedeeld en voor welke doeleinden?
- De rechtsgrond voor de verwerking van de gegevens door de ontvanger
- Hoe de gegevens worden doorgegeven, bijvoorbeeld via een beveiligd netwerk
- Hoe de gegevens worden opgeslagen en voor hoe lang
- Wie toegang heeft tot de gegevens en wie er zeggenschap over heeft
- Wanneer en hoe de gegevens worden gewist
- Een link naar de privacyverklaring waarin vermeld staat hoe de gegevens worden verwerkt en opgeslagen
- Contactgegevens

