

‘Een bevraging organiseren’

29 november 2021

Welkom bij de infosessie

Schakel uw micro uit.

We starten stipt om 19.30 u.

VERLOOP

1. Inleiding
2. Een enquête
3. Een buurtwandeling
4. Een focusgroep
5. Afsluiter

1. Inleiding

Belangrijk vooraf

Wat wil je te weten komen?

Wie wil je bereiken?

Hoe bereik je de doelgroep?

Hoe ga je mensen bevragen?

Hoe stel je de resultaten voor?

Wat doe je met de resultaten?

2. Een enquête

Wat?

- een specifiek probleem of onderwerp
- een uitgebreidere bevraging



2. Een enquête

Wie bevragen?

- een specifieke doelgroep
- iedereen

2. Een enquête

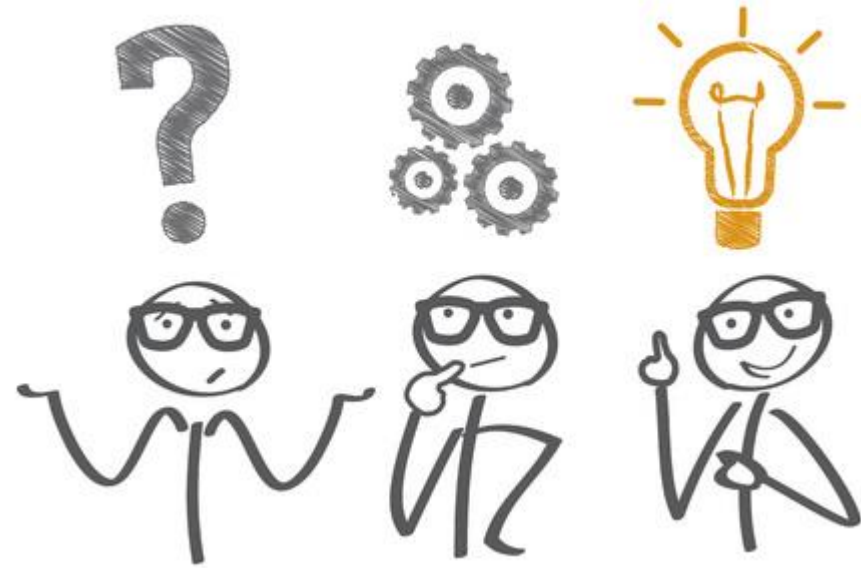
Hoe doelgroep bereiken?

- olijsten
- via verschillende kanalen
- persoonlijk contact

2. Een enquête

Hoe?

- op papier
- digitaal



2. Een enquête

De vragenlijsten

- Beperk het aantal vragen.
- Houd de vragen kort.
- Formuleer duidelijk en rechtlijnig.
- Werk met:
 - * open vragen
 - * doorverwijsvragen
 - * vijfpuntenschaal
 - * niet van toepassing
 - * andere
 - * eigen input

2. Een enquête

Welke informatie?

- Kwantitatief: cijfers en procenten
→ algemene conclusie
- kwalitatief: meningen, ervaringen, ideeën, voorkeuren, attitudes
→ diepgaandere interpretatie van de cijfers

2. Een enquête

Klare taal

- Gebruik eenvoudige taal.
- Overweeg om te vertalen.



2. Een enquête

DORP inZICHT

- Ontstaan van aantal ledengroepen
- Keuze uit meer dan 350 vragen
- Lang traject
- Begeleiding noodzakelijk



2. Een enquête

Digitale platformen

- Enquêtes maken
- Enalyzer
- Google Drive – formulier
- Office – Forms
- Qualtrics
- Surveymonkey
- Survio

2. Een enquête

Goede voorbeelden

- [Zevergem Bougeert](#)
- [Dorpsraad Afrit 12 Hansbeke](#)
- [Bewonersplatform Ursel inZicht](#)
- [Logo Leieland](#)
- [IDrops](#)

2. Een enquête

Andere goede voorbeelden:

- De Battle (jeugdbevraging)
- Het buurtgevoel van Vlaanderen
- Veerkrachtige Dorpen (Antwerpen)
- Dorp aan zet (Limburg)
- Buurtenmonitor (Oost-Vlaanderen)
- DNA van het dorp (West-Vlaanderen)
- Leefbaarheidsonderzoek (West-Vlaanderen)

2. Een enquête

Schriftelijke enquête

persoonlijk contact → grotere respons

voordelen:

- laagdrempelig
- geeft de deelnemer tijd

nadelen:

- kostprijs
- kost tijd

2. Een enquête

Digitale enquête

voordelen:

- goedkoper en ecologischer
- makkelijk te verspreiden
- verzamelde data opgeslagen
- dataverwerking makkelijk

2. Een enquête

Digitale enquête

nadelen:

- niet iedereen is mee
- bereikbaarheid van kwetsbare groepen
- digitale vaardigheden bij maken en verwerken

2. Een enquête

Hoeveel kost het?

Maak een goede inschatting:

- tijd
- geld



2. Een enquête

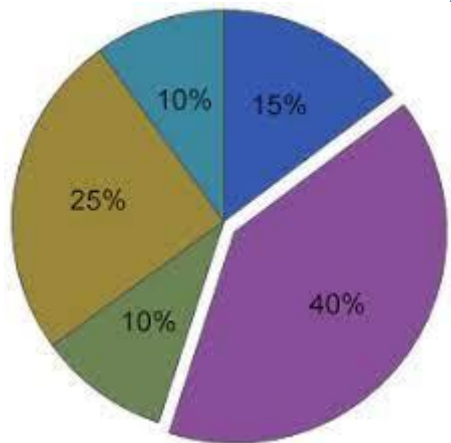
Tips

- Vergelijk verschillende tools.
- Werk samen met lokaal bestuur.
- Test alles uit en pas aan.
- Laat deelnemers de keuze: schriftelijk-digitaal.
- Beloon de deelnemers.
- Respecteer de gegevensbescherming.

2. Een enquête

Verwerking en rapportering

- Zet om in een gegevensbestand.
- Giet in diagrammen, grafieken en tabellen.
- Geef het responspercentage aan.



2. Een enquête

Maak bekend en ga aan de slag.

- Presenteer en leg uit aan de bevolking.
- Publiceer de resultaten.
- Voer de concrete acties uit.
- Blijf communiceren.

3. Een buurtwandeling

Bewoners:

- kennen de gevoeligheden
- schatten de noden in.
- denken mee aan oplossingen.

3. Een buurtwandeling

naar het Lokaal Bestuur:

- zorgt voor groter draagvlak
- kan efficiënter inspelen op noden

3. Een buurtwandeling

Drie stappen:

- de voorbereiding
- de wandeling
- de terugkoppeling

3. Een buurtwandeling

De voorbereiding

- Wat wil je aankaarten?
- Hoe pak je het aan?
- Waar ga je wandelen?
- Wie betrek je?
- Wanneer?

3. Een buurtwandeling

De wandeling

- Wat kan beter?
- Hoe kan het beter?
- Wat is goed?



3. Een buurtwandeling

De terugkoppeling

- Wat werd al gedaan?
- Wat wordt nog gedaan?
- Wat wordt niet gedaan?
- Waarom wel/niet?
- Blijf ook nadien communiceren.

4. Een focusgroep

Wat?
Waarom?
Hoe?



4. Een focusgroep

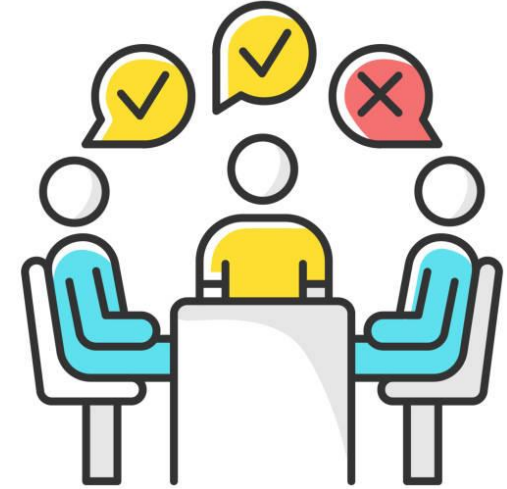
Wat?

- groepsinterview
- verzamelen: bedoelingen, ideeën, interpretaties

4. Een focusgroep

Waarom?

- dynamiek
- interactie: meningen, ideeën, verwachtingen
- versterken: aanscherpen en herzien
- aanbevelingen



4. Een focusgroep

Hoe?

- Goed plan
- Doel
- Goede afspraken
- Begeleiding
- Verschillende werkvormen
- Verwerking en rapportering

5. Afsluiter

1. **Bedankt voor uw inbreng en de volgehouden aandacht.**
2. **Schrijf u in op onze nieuwsbrief.**
Volg ons op Facebook.
Word lid van onze koepelorganisatie.
Info op www.dorpsbelangen.be
Reacties → info@dorpsbelangen.be