



Zicht op lokale noden en behoeften

Karla Van Leeuwen, Onderzoekseenheid Gezins- en Orthopedagogiek, KU Leuven

Kristien Nys, Kenniscentrum Gezinswetenschappen, Odisee

Expertisecentrum Opvoedingsondersteuning (EXPOO)

2020

Colofon

Referentie Van Leeuwen, K., Nys, K., EXPOO (2020). *Zicht op lokale noden en behoeften*. Brussel: Kenniscentrum Gezinswetenschappen (Odisee) - Onderzoekseenheid Gezins- en Orthopedagogiek (KU Leuven) - EXPOO.

Contact Odisee - Kenniscentrum Gezinswetenschappen
Huart Hamoiriaan 136, 1030 Schaarbeek
02-240 68 40
www.kcgezinswetenschappen.be
kcgezinswetenschappen@odisee.be

Online tool Deze publicatie is een integrale weergave van de online-tool: 'Zicht op lokale noden en behoeften'. Deze tool is te raadplegen op:

<https://expoo.be/tool-zicht-op-lokale-noden-en-behoeften>

Expertisecentrum Opvoedingsondersteuning (EXPOO)

Hallepoortlaan 27

1060 Brussel

www.expoo.be

info@expoo.be

Inhoud

1.	Waarom deze tool?	5
2.	Voor je begint	7
2.1	Welke bevestigingen bestaan er al?	7
2.1.1.	Voorbeelden van lokale bevestigingen en Huis-van-het-Kind- bevestigingen	7
2.1.2.	Nog meer weten over gezinnen?	11
2.2	Budget?	13
2.3	Op welke lokale expertise kan je rekenen?	14
3.	Doel van de bevestiging	16
4.	Wie bevestig je?	17
4.1	Doelgroep van de bevestiging	17
4.2	Cijferbronnen	17
4.3	Ouders, buurtbewoners, hulpverleners, beleidsmedewerkers enz. uit je werkingsgebied	19
4.3.1.	Een grotere bekendheid en gedragenheid	19
4.3.2.	Een grote, een kleine(re) of een meer specifieke groep bevestig je?	19
4.4	Gegevensbescherming	21
5.	Hoe bevestig je?	22
5.1	Bevestigingsmethoden en toegankelijkheid	22
5.2	Interviews	23
5.2.1.	Wanneer kies je voor interviews?	23
5.2.2.	Aandachtspunten	23
5.2.3.	Wie interview je?	24
5.2.4.	Goede interviewers gezocht!	24
5.2.5.	Waar en wanneer interviews afnemen?	26
5.2.6.	Verwerking en rapportering	28
5.3	Focusgroepen	29
5.3.1.	Wanneer kies je voor een focusgroep?	29
5.3.2.	Aandachtspunten	29
5.3.3.	Goede begeleiders gezocht!	29
5.3.4.	Gespreksleidraad en werkvormen	30
5.3.5.	Verwerking en rapportering	35
5.4	Uitwisselingsrondes: praatcafé en dialoogtafels	35

5.4.1.	Wanneer kies je voor een praatcafé of dialoogtafels?.....	35
5.4.2.	Aandachtspunten.....	35
5.4.3.	Goede begeleiders gezocht!	36
5.4.4.	Opbouw en werkvormen voor een praatcafé of dialoogtafels	37
5.4.5.	Wie nodig je uit voor een praatcafé of dialoogtafels?	38
5.4.6.	Waar en wanneer organiseer je een praatcafé of dialoogtafels?	38
5.4.7.	Verwerking en rapportering	39
5.5	Enquêtes of vragenlijsten	40
5.5.1.	Kies je voor een bevraging op papier, voor een online bevraging, of een combinatie van beiden?	40
5.5.2.	Het uitwerken van vragenlijsten.....	41
5.5.3.	Voorbeelden van vragenlijsten?	42
5.5.4.	Verwerking en rapportering	43
6.	Maak je resultaten bekend	45
6.1	Versterkte bekendheid, betrokkenheid en gedragenheid	45
6.2	Wanneer een terugkoppeling organiseren?	46
6.3	Hoe een terugkoppeling organiseren?.....	46
7.	Bronnen: Overzicht-artikels over behoeftenonderzoek.....	54
8.	Bronnen: Meer weten over de opzet van bevragingen	55
9.	Bijlagen.....	57

1. Waarom deze tool?

Huizen van het Kind zijn samenwerkingsverbanden die lokaal vorm krijgen vanuit de lokale overheden, vrije beroepen, middenveldorganisaties, vrijwilligers en burgers. De acties die ze ondernemen hebben als doel alle aanstaande gezinnen en gezinnen met kinderen en jongeren zo goed mogelijk en zo dicht mogelijk bij hun leefwereld te ondersteunen, door diverse levens- en beleidsdomeinen met elkaar te verbinden.

De doelstelling om samen zo goed mogelijk gezinnen te ondersteunen, betekent dat een Huis van het Kind zich moet afstemmen op de noden en behoeften van gezinnen, en op wat gezinnen als ondersteunend ervaren. Dichtbij de gezinnen staan, is cruciaal. Hen laten participeren, ook in de vormgeving, is dat ook.

“Ieder Huis van het Kind is gelijk in zijn engagement, maar verschillend in zijn aanpak. Want die is afgestemd op de lokale noden en behoeften.” (*Basiskader decreet Preventieve gezinsondersteuning*)

Door (toekomstige) ouders, kinderen en jongeren, buurtbewoners, werkveld- en beleidsactoren enz. te bevragen en te betrekken in je werking, krijg je zicht op de lokale behoeften.

De werking van je Huis daarop afstemmen, kan op verschillende manieren:

- Lokale krachten en ondersteuningsmogelijkheden in kaart brengen
- Aanbod versterken of vernieuwen, samen met (aanstaande) ouders en andere burgers
- Diensten en organisaties (nog sterker) in je Huis van het Kind betrekken
- Handvaten aanreiken aan je lokaal bestuur om in te zetten op een sterk gezinsbeleid

Deze tool ondersteunt samenwerkingsverbanden zoals Huizen van het Kind om lokale behoeften in kaart te brengen en om de bevindingen terug te koppelen naar ouders, burgers, beleidsmedewerkers enz. We kiezen ervoor om in deze tool te focussen op de bevraging van burgers, ouders, volwassenen. Het bevragen van kinderen en jongeren vraagt om andere methodieken en wordt hier niet beschreven.

In deze tool beschrijven we volgende rubrieken:

- ‘Voor je begint’ geeft je een antwoord op de vragen: Welke bevragingen zijn er al? Wat is het budget en welke expertise heb je in huis?
- Doel van de bevraging
- Wie ga je bevragen?
- Op welke wijze ga je bevragen? Interviews, focusgroepen, uitwisselingsrondes en enquêtes komen aan bod.
- Hoe maak je je resultaten bekend?



*Decreet Preventieve
Gezinsondersteuning,
art. 11 en art. 14*

De verschillende rubrieken helpen je gestructureerd te werken. Per rubriek vind je meer specifieke informatie, methodieken of praktijkvoorbeelden.



2. Voor je begint

Voor je aan de slag gaat, denk je best na over een drietal vragen:

- Welke bevragingen bestaan al of staan er reeds gepland?
- Welk budget is beschikbaar?
- Welke expertise rond bevragingen is aanwezig in je netwerk?



2.1 Welke bevragingen bestaan er al?

Een bevraging organiseren, vraagt personeel, tijd en middelen. Ook de deelnemers aan de bevraging investeren tijd. Stel je eerst de volgende vragen:

- Welke bevragingen zijn reeds gedaan? In een vergelijkbaar Huis van het Kind, in een vergelijkbare gemeente of stad, voor de opmaak van een sociaal beleidsplan ...
- Welke bevragingen zijn reeds gepland, en kan je hierop inhaken? Bijvoorbeeld een participatietraject van de gemeente of andere partnerorganisaties.
- Wat was het doel, doelgroep, locatie, datum en methode van deze bevragingen?

Bepaal op basis van deze analyse of een extra bevraging nodig is. De meerwaarde van jouw bevraging kan vorm krijgen door andere of extra vragen, een andere onderzoeksmethode of bevragen van meer specifieke doelgroepen.

2.1.1. Voorbeelden van lokale bevragingen en Huis-van-het-Kind-bevragingen

We geven je hier exemplarisch een overzicht van bevragingen die lokale besturen en Huizen van het Kind recent uitvoerden. In de schema's vind je informatie over:

- tot wie de bevraging zich richtte (bv. een brede lokale groep van ouders, een of meerdere specifieke oudergroepen, beroepskrachten, vrijwilligers)
- wie de bevraging uitvoerde (bv. een of meerdere lokale medewerkers, externe onderzoekers, enquêteurs)
- op welke manier de ouders of het werkveld bevragd werd (bv. interviews, een schriftelijke of online vragenlijst, een rondetafel enz.).

Gebruik de QR-code om de respectievelijke website te openen.

In **Bijlage 1** vind je per bevraging de contactgegevens en de rapporten.

Schema 1: *Lokale behoeftenbevestigingen bij ouders*



interviews face to face-gesprekken	focusgroepen werkgroepen	Website-feedback
<p><i>Aarschot (2014):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • student • 30 kwetsbare ouders • ouders met kinderen tot 3 jaar <p><i>Asse (z.d.):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • ervaringsdeskundigen armoede <p><i>Blankenberge (2008):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 55 ouders <p><i>Genk (2017, 2018, 2019):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerkers en vrijwilligers • resp. 109, 116 en 122 ouders <p><i>Kortrijk (2010):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • externe onderzoekers • 20 ouders <p><i>vzw De Keerkring (2017)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • studenten en onderzoeker • 130 moeders en 55 vaders 	<p><i>Antwerpen (2015):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 focusgroepen (44 moeders) • ouders van tieners (10-16 jaar) <p><i>Dilbeek (2016):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerkers en onderzoekers • 5 rondetafels • aanstaande ouders en ouders met kinderen <p><i>Tongeren (2007):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 2 focusgroepen <p><i>vzw De Keerkring (2017)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoeker • 1 focusgroep <p><i>Waasland (2018):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerker • dialoogtafel 	<p><i>Aalst</i> <i>Aarschot</i> <i>Temse</i></p> <hr/> <p>Oproep en wedstrijd (Iudieke actie)</p> <hr/> <p><i>Balen-Dessel-Mol-Retie</i> <i>Pajottenland</i></p>

'schriftelijke' bevestiging (overwegend gesloten vragen)		
papier postenquête	face-to-face-afname	Online (brede bevestiging)
<p><i>Aarschot (2014):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • student • 54 kansrijke ouders <p><i>Brussel (2007):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 311 ouders 	<p><i>Brussel (2019):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers <p><i>Brussel (2007):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 44 ouders <p><i>Waasland (2018):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerkers en studenten • 864 ouders 	<p><i>Brussel (2019):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 277 ouders <p><i>Dilbeek (2016):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 272 ouders <p><i>Waasland (2018):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerker • 721 ouders <p><i>Druivenstreek (2016)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerker



Interviews face-to-face-gesprekken	online bevestiging	Focusgroepen werkgroepen
<p><i>Blankenberge</i> (2008):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 36 werkveldactoren <p><i>Brussel</i> (2019):</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoeker • 31 personen van 20 initiatieven 	<p><i>Waasland</i> (2018):</p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerker • 173 werkveldactoren 	<p><i>Antwerpen</i> (2015):</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 2 focusgroepen: 15 medewerkers van 14 organisaties <p><i>Dilbeek</i> (2016):</p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerkers en onderzoekers • 7 rondetafels: beroepskrachten en vrijwilligers <p><i>Tongeren</i> (2007):</p> <ul style="list-style-type: none"> • onderzoekers • 3 focusgroepen <p><i>Waasland</i> (2018):</p> <ul style="list-style-type: none"> • lokale medewerkers • dialoogtafels

**Heb je zelf recent een bevestiging uitgevoerd?
Laat het weten aan EXPOO (info@expoo.be).**

Andere Huizen van het Kind kunnen inspiratie putten uit de opzet en de bevindingen van je bevestiging.



De ervaringen met lokale bevestigingen zijn doorgaans positief voor medewerkers van het Huis van het Kind, voor ouders, voor beroepskrachten en voor vrijwilligers die participeerden. Ze waarderen bijvoorbeeld de kans die ze kregen om te participeren of ze uiten hun tevredenheid over het feit dat er aandacht is voor gezinnen en de ondersteuning van gezinnen. Dat geldt zowel voor deelname aan gespreksgroepen of rondetafels, als voor interviews of vragenlijsten.

Als er minpunten geformuleerd worden, dan heeft dat vooral te maken met de omvang van de vragenlijst (bv. te lang), technische problemen (bv. bij een online vragenlijst) of de extra belasting die de medewerking vraagt (bv. tijd vrijmaken voor het invullen van een vragenlijst of deelname aan een groepsgesprek).

Nog eens proficiat voor de organisatie van jullie bijeenkomsten. Een boeiend initiatief. Ik vermoed dat er veel interessante tips werden gegeven.

Praktijkwerker na een rondetafel

Hartelijk dank voor dit mooie initiatief. Het was heel boeiend en leerrijk!

Ouder na een rondetafel

Super organisatie! Verrijkend, netwerkend, fijn gevoel dat je je inbreng kwijt kan!

Praktijkwerker na rondetafelsessie

Opvoeding is een heel belangrijk thema waar iedere ouder bewust of onbewust mee bezig is. Het is een investering voor het leven. Daarom vind ik het bijzonder positief dat men deze enquête doet en hopelijk kunnen er hierdoor nog meer bruggen gebouwd worden om het aanbod aan ondersteuning toegankelijker te maken.

Ouder na een vragenlijstbevraging

2.1.2. Nog meer weten over gezinnen?

Naast deze specifieke bevragingen, kunnen ook bredere Vlaamse en internationale studies met betrekking tot gezinnen, mentale en of fysieke gezondheid, kinderen en jongeren, of ruimere gezins- en contextfactoren, verder helpen. Daarnaast zijn er ook eenmalige studies die interessant kunnen zijn, of databanken die studies over een bepaald thema bundelen.

Een overzicht van studies (Gebruik de QR-code om de respectievelijke website te openen)

Periodiek terugkerende bevraging

Gezin	Fysieke en mentale gezondheid	Kinderen en jongeren	Demografische en economische kenmerken
 <p><i>Gezinsenquête</i> (Vlaamse Overheid)</p>	 <p><i>Gezondheidsenquête</i> (Sciensano)</p>	 <p><i>Kind in Vlaanderen</i> (Kind en Gezin)</p>	 <p><i>EU-statistiek van inkomens en levensomstandigheden</i>, (EU-SILC)</p>
 <p><i>Scheiding in Vlaanderen</i> (Siv)</p>	 <p><i>European Quality of Life Surveys</i> (EQLS)</p>		 <p>Tijdsbesteding in gezinnen <i>MOTUS: Modular Online Time-Use Survey</i></p>

Gezin	Fysieke en mentale gezondheid	Kinderen en jongeren	Demografische en economische kenmerken
	 <p><i>European Social Survey (ESS)</i></p>		 <p><i>Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen (SCV-survey)</i></p>

Niet-periodieke bevragingen

Gezin	Fysieke en mentale gezondheid	Kinderen en jongeren	Demografische en economische kenmerken
 <p><i>Onderzoeksprogramma Steunpunt Welzijn, Volksgezondheid en Gezin</i></p>		 <p><i>JOnGI (SWVG1&2)</i></p>	
 <p><i>Gezinsondersteuning aan moslimouders</i></p>			

Databases en onderzoeken

Gezin	Fysieke en mentale gezondheid	Kinderen en jongeren	Demografische en economische kenmerken
		 <p><i>JeugdOnderzoeksPlatform</i> (JOP) Jeugdonderzoek in Vlaanderen</p>	
		 <p><i>Kenniscentrum</i> <i>Kinderrechten</i> (KeKi)</p>	

Verskillende rapporten over onderzoeken naar behoeften van ouders en gezinnen vind je in het documentatiecentrum op expoo.be.

2.2 Budget?

Om een onderzoek uit te voeren, heb je niet noodzakelijk een groot budget nodig. Toch zullen de onderzoeksmogelijkheden mee bepaald worden door de beschikbare financiële middelen. Het maken van een begroting vooraf laat toe weloverwogen keuzes te maken, zoals voor de vorm van het onderzoek, de grootte van de te bevragen steekproef, de verwerking van de gegevens, de wijze waarop de resultaten van het onderzoek gecommuniceerd worden ...



Bij het opmaken van de begroting kan je denken aan volgende kostenrubrieken:

- **Medewerkers:** wie krijgt tijd en ruimte binnen de organisatie om dit onderzoek uit te voeren? Worden externen ingeschakeld als vrijwilligers (bv. studenten in het kader van bachelor- of masterproeven, sleutelfiguren voor het leggen van contacten ...) of worden ze betaald (bv. jobstudenten, experts in gezinsonderzoek, in marktonderzoek of communicatie)?

- **Materialen:** voor uitnodigingen, enquête op papier, aankoop vragenlijsten, ICT-onkosten zoals hardware en software, attentie om deelnemers te bedanken voor hun medewerking ...
- **Communicatie:** software, telefoon ...
- **Vertaling:** om mensen te bereiken voor wie het Nederlands – gesproken en geschreven - een drempel vormt: tolken voor mondelinge bevestigingen, vertalers voor schriftelijke bevestigingen
- **Vervoer:** voor deelnemers, voor onderzoekers die deelnemers op locatie bevestigingen
- **Infrastructuur:** om deelnemers te ontmoeten en te bevestigingen
- **Ontsluiten van resultaten:** een infomoment, rapport, brochure, studiedag ...

2.3 Op welke lokale expertise kan je rekenen?

Bij het opzetten van een bevestiging doorloop je verschillende fasen (wie bevestig je, waarom, hoe ...) en dit vraagt teamwerk.

Een bevestiging beschouwen als teamwerk heeft heel wat voordelen:

- Meer gedragenheid door de organisatie of het samenwerkingsverband
- Grotere betrokkenheid en motivatie
- Optimaal gebruik maken van beschikbare expertise over thema's en doelgroepen in het team, vermijden van extra kosten van een extern onderzoeksteam of communicatiebureau
- Medewerkers worden versterkt in hun eigen werk met gezinnen

Het huisbezoekenproject 'Eropaf!' versterkt eveneens onze organisatie en het ruimere netwerk. Het haalt medewerkers uit hun comfortzone en van achter hun bureau uit. 'Eropaf!' verstevigt de interne cultuur omdat het iedereen - professioneel of vrijwillig, los van takenpakket of functieprofiel - de straat opstuurt en in contact brengt met de doelgroep.

Eropaf!, Genk, 2019, p. 1

Stel je dus vooraf volgende vragen:

- Wie werkt mee aan het ontwerp van de studie (het bedenken van het onderzoeksdesign, inclusief methode van bevestiging)?
- Wie neemt de leiding en stuurt het team aan?
- Wie staat in voor communicatie (bv. voor werving van deelnemers, bevestigingen waarin direct contact nodig is met deelnemers, het mondeling en schriftelijk terugkoppelen van resultaten ...)?
- Wie staat in voor het verwerken van resultaten (kwantitatief of kwalitatief)?

Niet alle nodige expertise bij de medewerkers in huis? Dan kan je aanvullend beroep doen op externen voor inhoudelijke of praktische ondersteuning. Je kan een stuur- of reflectiegroep samenstellen om op een structurele manier inbreng en feedback te verkrijgen van praktijkwerkers, beleidsmedewerkers, onderzoekers en ervaringsdeskundigen. Koppel dan regelmatig terug over de studie naar de stakeholders.

Het uitbesteden van sommige aspecten van het onderzoek kan de kwaliteit van het onderzoek bevorderen. Hierbij kan gedacht worden aan inbreng van hogescholen en universiteiten (onderzoekers of studenten), of andere organisaties met onderzoekservaring bijvoorbeeld:

- EXPOO kan gericht doorverwijzen en auteurs van onderzoeksrapporten van eerdere studies, kunnen aanspreekpersoon zijn om extra informatie in te winnen.
- Lokale sleutelfiguren of organisaties die zich richten op specifieke doelgroepen kunnen ondersteuning bieden.
- Sam vzw (www.sam-vzw.be) kan je ondersteunen om de participatie van mensen in een maatschappelijke kwetsbare positie te bevorderen. Je kan met hen de mogelijkheden voor een aanbod op maat verkennen of ze kunnen je op het spoor brengen van andere diensten die je ondersteuning kunnen bieden.

www.sam-vzw.be

- Bij het Agentschap Integratie en Inburgering vind je onder meer in hun '[draaiboek omgevingsanalyse lokale diversiteit](#)' tips over hoe je de diversiteit in je gemeente in beeld kan krijgen en hoe je (anderstalige) burgers en diensten kan bevragen'. Je kan met hen ook persoonlijk contact opnemen. Dat geldt ook voor de [Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten vzw](#) (VVSG – www.vvsg.be).



*[Draaiboek
omgevingsanalyse
lokale diversiteit](#)*

Als je externen wil inschakelen, hou er dan rekening mee dat zij niet altijd onmiddellijk inzetbaar zijn. Pols tijdig naar hun mogelijkheden en voorwaarden en voorzie de nodige tijd om met hen te overleggen over de finaliteit en de opzet van je bevraging.

3. Doel van de bevraging

Om de lokale behoeften goed in kaart te brengen, moet je eerst goed weten **waar je naartoe wil**. Bijvoorbeeld:

- Wil je weten waarover ouders vragen hebben en ondersteuning willen?
- Wil je weten op welke manier ouders ondersteund willen worden?
- Wil je iets nieuw opstarten? Bijvoorbeeld een nieuw aanbod of een nieuwe locatie?
- Wil je polsen naar de toegankelijkheid van je Huis? Bijvoorbeeld:
 - Wil je weten of het aanbod, de werking enz. van het Huis bekend is? [cf. bekendheid]
 - Wil je weten welke ouders de weg naar je Huis moeilijk vinden? [cf. bekendheid, bereikbaarheid, beschikbaarheid]
 - Wil je weten welke drempels ouders ervaren om deel te nemen aan activiteiten? [cf. bekendheid, bereikbaarheid, beschikbaarheid]
 - Wil je weten hoe ouders de activiteiten of ondersteuning ervaren? [cf. bruikbaarheid]
 - Wil je weten op welke manier ouders betrokken willen worden bij je Huis? [cf. bruikbaarheid]
- Wil je input (bv. cijfers, thema's, randvoorwaarden) om keuzes te maken voor het volgende lokaal sociaal beleidsplan?

Deze afbakening bepaalt ook de thema's, de vragen, de rekrutering en keuze van de bevraginginstrumenten.

Schep bij het opstellen van de bevraging realistische verwachtingen bij de deelnemers. Niet elke inbreng of aanbeveling kan op korte of lange termijn gerealiseerd worden. Informeer de deelnemers over wie bevraged wordt. Meld ook dat jullie de bevindingen zullen bundelen en aan (boven)lokale actoren zullen overmaken, zodat niet alleen het Huis van het Kind, maar ook andere organisaties en het beleid daarmee aan de slag kunnen gaan.



4. Wie bevraag je?

4.1 Doelgroep van de bevraging

Het doel van je bevraging, lokale demografische gegevens én de beschikbare informatie uit eerdere bevragingen bepalen **de doelgroep** van je bevraging. Stel je vooraf de volgende vragen:

- Bevragen we een brede groep, of eerder een specifieke groep (gezinnen in kwetsbare situaties, gezinnen uit een specifieke wijk, gezinnen met een kind met een beperking, ouders die het Nederlands niet goed beheersen ...).
- Hoe groot moet de bevroegde groep zijn?



4.2 Cijferbronnen

Voor België en meer specifiek voor Vlaanderen en Brussel zijn heel wat cijferbronnen met demografische gegevens beschikbaar die helpen om een omgevingsanalyse te maken. Ze geven je een overzicht (in tabellen, grafieken of kaarten) van wie in je gemeente woont. Denk bijvoorbeeld aan het aantal gezinnen met kinderen of eenoudergezinnen, de schoolloopbaan van leerlingen in het basis- of secundair onderwijs, kansarmoede enz. Hieronder vind je een overzicht van instanties waar je 'kant-en-klare' cijfer rapporten kan raadplegen of zelf cijfer rapporten kan opmaken en downloaden.

Statistiekvlaanderen.be – www.statistiekvlaanderen.be

Statistiekvlaanderen.be is een website van de Vlaamse overheid die toegang biedt tot actuele Vlaamse openbare statistieken over tal van thema's. Ze publiceert *rapporten* met diepgaandere analyses rond een bepaald thema, regio of doelgroep. Ook de *Vlaamse armoedemonitor* is hier te raadplegen, met een overzicht van de armoedesituatie en – evolutie in Vlaanderen. Je vindt er ook de *Vlaamse Migratie- en Integratiemonitor (2018)* en *survey Samenleven in Diversiteit (2017)*.

Belgisch statistiekbureau – <http://statbel.fgov.be>

Op de website van Statbel, het Belgische statistiekbureau, kan je cijfers over de samenleving en bevolking in België raadplegen. Onder 'Open data' kan je openbare, niet-persoonsgebonden gegevens vinden die informatie bieden over de bevolkingskenmerken in een gemeente of regio.

Provincies in cijfers – <http://provincies.incijfers.be>

Ook via de website Provincies in cijfers kan je nuttige informatie vinden over demografische of andere relevante thema's.

Het Brussels Gewest

Voor het Brussels Gewest kan je onder meer ten rade gaan bij het Brussels Instituut voor Statistiek en Analyse (<http://bisa.brussels>). Je vindt er voor elke Brusselse gemeente en op wijkniveau (<http://wijkmonitoring.brussels>) cijfers over verschillende thema's. Er is ook het *Observatorium voor Gezondheid en Welzijn van Brussel-Hoofdstad* met cijfers over gezondheid en armoede in dat gewest.

Kind in Vlaanderen

In de jaarlijkse publicatie 'Kind in Vlaanderen' vind je gegevens over de leefsituatie en het welzijn van jonge kinderen, kinderbevolking, gezinnen, tewerkstelling, armoede, externe opvoedingsmilieus, enz. Op www.kindengezin.be/cijfers-en-rapporten vind je dynamische dashboards met cijfers over opvang, gezondheid, kansarmoede, nationaliteit, taal moeder-kind, en vaccinatie op gemeentelijk niveau.

Gezinsenquête – www.gezinsenquete.be

Op www.gezinsenquete.be/cijfers vind je onder meer cijfers over de gezinssamenstelling, over inkomen, armoede en schulden en over de taakverdeling in het gezin die gestoeld zijn op een enquête bij gezinnen met kinderen in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

Check zeker welke cijfers voor je gemeente al verzameld werden (bv. voor het lokaal sociaal beleidsplan). Zo voorkom je dubbel werk. Kijk wel na of er ondertussen nieuwe cijfers beschikbaar zijn. Zo ben je zeker dat je verder bouwt op de meest recente cijfers.

Een blik op deze cijfers kan een opstap zijn voor de analyse van het bereik van je werking. Welke mensen bereik je of werken mee aan de uitbouw van je Huis? Welke mensen in beperkte mate en welke niet? Het kan je ook een opstap bieden om (de link naar) bepaalde levensdomeinen nog sterker een plaats te geven in de werking van je Huis.

4.3 Ouders, buurtbewoners, hulpverleners, beleidsmedewerkers enz. uit je werkingsgebied

Om lokale behoeften in kaart te brengen, kan je verschillende mensen uit jouw werkingsgebied raadplegen. We denken dan in eerste instantie aan (aanstaande) ouders of aan andere burgers, vrijwilligers of beroepskrachten. Ook kinderen en jongeren kunnen je een idee geven van de ondersteuning die zijzelf en hun ouders, kortom hun gezin, nodig hebben.

4.3.1. Een grotere bekendheid en gedragenheid

Idealiter betrek je al van bij de opstart van je Huis van het Kind een **vertegenwoordiging** van gezinnen die de **maatschappelijke diversiteit** weerspiegelen. Zij bewaken mee de ontwikkeling, uitvoering en opvolging van je werking. Zelfs als dat gelukt is, kan een bevraging bijdragen tot een betere bekendmaking en een bredere gedragenheid en versterking van je werking. Je kan op die manier (extra) mensen op het spoor komen die occasioneel of op structurele basis mee willen denken over de werking van je Huis of die actief een rol willen opnemen bij de uitwerking of uitvoering van een concreet initiatief. Een voorbeeld daarvan is Hamont-Achel, waar een pool van *Toekomst-Ambassadeurs* actief betrokken is en een vinger aan de pols houdt.



Hamont-Achel
Pool Toekomst-
Ambassadeurs

Wil je meer weten over participatie in je Huis van het Kind?

>> <https://www.expoo.be/themas/participatie>

4.3.2. Een grote, een kleine(re) of een meer specifieke groep bevragen?

Het doel en de informatie die je al hebt zal de **omvang en de verscheidenheid** van de groep die je wil bevragen mee bepalen. Je bevraging kan zich bijvoorbeeld richten tot:

- Een brede groep mensen uit je werkingsgebied, bv. ouders, (potentiële) vrijwilligers en beroepskrachten
- Een brede (representatieve) groep ouders uit je werkingsgebied
- Een brede groep vrijwilligers en beroepskrachten uit je werkingsgebied
- Een of meerdere specifieke oudergroepen, zoals aanstaande ouders, ouders met heel jonge kinderen of ouders met tieners, ouders uit een of meerdere wijken, ouders die het Nederlands niet goed beheersen, alleenstaande ouders, ouders met een kind met een beperking enz.
- Partners of potentiële partners van je samenwerkingsverband
-

Als in je gemeente of regio eerder al een bevraging uitgevoerd werd, dan is het belangrijk om na te gaan of de huidige diversiteit van gezinnen daarin vertegenwoordigd werd. Mis je in een recente bevraging bepaalde oudergroepen, dan kan je overwegen om deze groepen aan te spreken in een nieuwe bevraging. Denk aan ouders uit een of meerdere wijken, anderstalige ouders, ouders met een lage opleidingsgraad enz. Je zal dan ook meer specifieke toeleidingskanalen moeten aanspreken. Denk bijvoorbeeld aan brugfiguren, opbouwwerkers, een OCMW, een centrum voor basiseducatie, een maatwerkbedrijf, de VDAB enz. Niet al deze toeleidingsfiguren en diensten zijn in elke gemeente aanwezig. Bekijk dus goed hoeveel en welke toeleiders je aanspreekt om voldoende deelnemers te bereiken.



Ouders kunnen niet alleen zelf hun vragen, behoeften en mogelijkheden kenbaar maken of een rechtstreekse stem hebben in de werking van je Huis. **Andere burgers, kinderen en jongeren, vrijwilligers of beroepskrachten** kunnen, naast hun eigen perspectief, ook het ouderperspectief mee inbrengen. Net zoals voor de oudergroep, ga je best eerst na wie al gehoord werd of vertegenwoordigd is in je samenwerkingsverband. Het antwoord op die vraag zal bepalend zijn voor de mate waarin je deze groepen betreft in de bevraging. Daarnaast moet je met je partners vooral bekijken welke professionals en vrijwilligers (bv. mantelzorgers, buddy's, gezinsondersteuners, zorgleerkrachten, artsen enz.) een goed zicht hebben op de vragen en behoeften van (aanstaande) ouders. Op basis van die informatie bepaal je of je een brede dan wel specifieke groep burgers, kinderen en jongeren, vrijwilligers of beroepskrachten wil bevragen.

Bekijk ook **welke keuzes** nodig zijn (wat is de meerwaarde ervan?) en mogelijk zijn (wat laat het budget toe?). Daarnaast is het niet altijd aangewezen om alle bronnen op dezelfde manier en in dezelfde grootorde te bevragen. Van een bevragingsmethode voor (aanstaande) ouders kan je bijvoorbeeld niet zomaar een vertaalslag maken naar andere burgers, kinderen en jongeren, vrijwilligers of beroepskrachten. Een bevraging vraagt 'werken op maat'.



4.4 Gegevensbescherming

Weet dat je voor elke bevraging, hoe klein (bv. poll via Facebook of Huis van het Kind-website) of hoe groot (bv. schriftelijke of face-to-face-bevraging van een grote groep mensen), de richtlijnen voor gegevensbescherming moet opvolgen.

Het bevragen van burgers houdt immers in dat privacy moet gerespecteerd worden. De Gegevensbeschermingsautoriteit (www.gegevensbeschermingsautoriteit.be) geeft op haar website informatie en adviezen over het verwerven en verwerken van persoonsgegevens. De *Ethische code voor het wetenschappelijk onderzoek in België* beschrijft algemene principes en gedragsregels om studies te rechtvaardigen en de kwaliteit ervan te bevorderen.

Elementen die je bij de uitvoering, de verwerking en de rapportering over je bevraging zal moeten opvolgen en waarover je de deelnemers zal moeten informeren zijn onder meer:

- Vertrouwelijkheid, bv.
 - Je antwoorden worden vertrouwelijk behandeld.
 - Je antwoorden of gegevens kunnen onder geen enkele voorwaarde met anderen worden gedeeld, tenzij je ons hiervoor toestemming geeft.
 - We rapporteren enkel op geanonimiseerde wijze over de resultaten. Citaten worden enkel gebruikt voor zover ze niet herleidbaar zijn tot personen.
- Rechten van de participant, bv.
 - Je deelname is volledig vrijwillig.
 - Je hebt het recht om je deelname aan de studie stop te zetten. Het stopzetten van je deelname heeft geen nadelige gevolgen.
 - Je hebt het recht om te vragen om de over jou verzamelde persoonsgegevens in te kijken, te verbeteren of te laten wissen.
 - Na afloop van de bevraging kan je inzicht krijgen in de bevindingen (bv. een rapport, een brochure, een toelichtingsmoment).

Je moet de deelnemers ook laten bevestigen dat ze deze informatie gekregen hebben. Dat kan in een 'informed consent'. Een voorbeeld daarvan vind je in **Bijlage 2**.

Check zeker bij je gemeente of ze je een voorbeeld kunnen bezorgen dat je kan afstemmen op jouw bevraging. Of leg je ontwerp voor aan de gemeentelijke functionaris voor gegevensbescherming (DPO). Hij of zij kan je daarenboven wegwijs maken in het gebruik van een [verwerkingsovereenkomst](#) als een externe dienst of onderzoeksinstelling met (persoons)gegevens aan de slag gaat.



*Ethische code voor
wetenschappelijk
onderzoek in België*



*Verwerkings-
overeenkomst*

5. Hoe bevroag je?

5.1 Bevragsmethoden en toegankelijkheid

Een bevraging kan kwantitatieve of kwalitatieve informatie opleveren.

- **Kwantitatieve informatie** verwijst naar cijfergegevens (bv. hoeveel procent van de deelnemers heeft behoefte aan opvoedingsondersteuning; welke vormen van opvoedingsondersteuning vinden de bevroagden belangrijk; hoe tevreden is een groep gemiddeld over een aanbod). Dit laat je toe algemene conclusies te formuleren.
- **Kwalitatieve informatie** betreft informatie die deelnemers zelf geven, in de vorm van meningen, ervaringen, ideeën, voorkeuren, attitudes enz. Het gaat om wat deelnemers 'in eigen woorden' zeggen. Dit laat je toe cijfergegevens diepgaander te interpreteren.

Elke gekozen bevragsmethode kan zowel kwantitatieve als kwalitatieve informatie opleveren. In een schriftelijke bevraging zorgt de afwisseling tussen open en gesloten vragen voor beide soorten informatie. Methoden die schijnbaar vooral kwalitatief van aard zijn, zoals interviews of focusgroepen, kunnen ook kwantitatieve informatie opleveren, bijvoorbeeld door te 'tellen' hoe vaak een bepaald onderwerp (mening, ervaring, idee, voorkeur, ...) wordt vermeld, wat kan wijzen op het relatieve belang van dat onderwerp. Toch zijn ook originele of eenmalig gerapporteerde ideeën of aanbevelingen relevant. Voor de hand liggende zaken worden niet altijd expliciet benoemd.

Bekijk ook hoe toegankelijk de gekozen methode is, en of je aanpassingen moet doen om daartoe te komen. Overweeg bijvoorbeeld:

- De inzet van een brugfiguur of tolk voor ouders die het Nederlands niet goed beheersen
- De mogelijkheid om een schriftelijke (online) vragenlijst ook face to face af te nemen
- De aanwezigheid van een brugfiguur of een vertrouwde voorziening (consultatiebureau, groepswerking, kinderopvang ...) bij het eerste contact met de interviewer

In deze tool beschrijven we verschillende bevragsmethoden:

- Interviews
- Focusgroepen
- Uitwisselingsrondes: praatcafé en dialoogtafels
- Enquêtes of vragenlijsten

Hieronder vind je een aantal praktijkgidsen met methoden om de vragen en behoeften op het spoor te komen.

Bij de VVSG vind je nog heel wat andere bevraging- en participatiemethodieken. Ze maakten een *bundel van 45 werkvorm-fiches*. Per werkvorm vind je een beschrijving, een mogelijke variant, budget- en tijdsbesteding, succesfactoren, valkuilen en aandachtspunten om kwetsbare inwoners te betrekken.



45 methodieken

Daarnaast vind je in de VVSG-publicatie *'Kwetsbare inwoners betrekken bij lokaal beleid'*, 10 lokale praktijkbeschrijvingen over hoe je kwetsbare burgers bij je werking betrekt en je werking op hun noden en verwachtingen kan afstemmen.



10 lokale praktijkbeschrijvingen

Meer gerichte informatie over de bevraging van anderstaligen en personen met een migratieachtergrond vind je in het *Draaiboek omgevingsanalyse lokale diversiteit*.



Draaiboek omgevingsanalyse

Zoals eerder vermeld, kunnen ook onderwijs- en onderzoeksinstellingen en ondersteuningsdiensten je helpen bij de keuze en de opmaak van je bevraging.

5.2 Interviews

5.2.1. Wanneer kies je voor interviews?

Een interview is een een-op-eengesprek dat je de kans geeft om een rijk en concreet zicht te krijgen op de thema's die je wil bevragen. Je geeft de deelnemers een uitgesproken kans om hun vragen, verwachtingen en beweegredenen te delen, in hun eigen woorden en vanuit hun eigen perspectief. Neem je het interview bij hen thuis af, dan krijg je ook zicht op de dagelijkse leefwereld en noden van gezinnen (bv. behuizing, buurt, nabijheid van een speelterrein, winkels enz.). Een interview geeft aan mensen die in groep minder mondig zijn of die schriftelijk of digitaal minder vaardig zijn de kans om een inbreng te doen.

5.2.2. Aandachtspunten

Interviews afnemen en verwerken is een vrij intensieve en tijdrovende werkvorm. Je moet voldoende tijd voorzien voor:

- de opmaak van je interview-leidraad
- de rekrutering van je participanten: soms zijn meerdere kanalen en contacten nodig om mensen over je bevraging te informeren en hen te overtuigen om mee te werken
- de afname van de interviews (o.a. verplaatsing en duur van het interview)
- de verwerking van de antwoorden
- de rapportering en de terugkoppeling van de bevindingen

Maak goed de afweging of één of meerdere lokale medewerkers daarvoor tijd mogen vrijmaken, dan wel dat vrijwilligers of een externe partner dat opnemen. Teamwerk is

aangewezen, vanaf opzet tot rapportering. Ook samen het doel van de bevraging voor ogen blijven houden en vanuit verschillende standpunten naar de inbreng van de geïnterviewden en de bevindingen kijken, vraagt om een goede taakverdeling en planning. Kortom, spreek goed af 'wie wat doet op welk moment'.



Beroep doen op betaalde, externe krachten om de interviews af te nemen en te verwerken, heeft een prijskaartje. Er moeten dan immers overleg-, verplaatsing- en personeelskosten voorzien worden. De inzet van lokale medewerkers en vrijwilligers of van studenten (bv. stage-opdracht) kan die kosten beperken.

In Genk (Campus O3) bijvoorbeeld lukt het om jaarlijks met een 60-tal lokale medewerkers en vrijwilligers een 100-tal gezinnen te interviewen. Voor hun netwerk is het een belangrijk gemeenschappelijk doel en concrete actie: Eropaf! gaan om verbinding te maken tussen gezinnen en de dienstverlening en vice versa (cf. gezinnen leren kennen, dienstverlening bekend maken bij gezinnen).

5.2.3. Wie interview je?

Bij de selectie en de rekrutering van deelnemers hou je rekening met de bestaande maatschappelijke diversiteit. Dat geldt zowel voor de bevraging van een brede groep (bv. ouders met kinderen van 0 tot 25 jaar), als voor een meer specifieke groep (bv. aanstaande ouders, ouders uit een specifieke wijk, ouders met een kind met een beperking, vrijwilligers die gezinsondersteunend werken, hulpverleners enz.). Mensen die tot een specifieke groep behoren, kunnen immers op heel wat vlakken of kenmerken heel divers zijn (bv. wel of geen migratieachtergrond, al dan niet alleenstaande enz.). Voor de bevraging van ouders kan je onder meer denken aan de gezinsvorm, al dan niet een migratieachtergrond, al dan niet een beroep gedaan op een van de werkingen van je Huis enz. Voorgaand onderzoek en lokale bevolkingsgegevens kunnen je helpen om relevante kenmerken op het spoor te komen die je in de selectie van deelnemers meeneemt.

Neem zeker een test-interview af bij iemand van je doelgroep. Dat geeft je een idee over de mate waarin de opbouw en de vragen afgestemd zijn op je doelgroep. Zo kan je ook zien of de vragen de inhoud opleveren die je wenst te verkrijgen; specifiek genoeg versus niet te sturend.

5.2.4. Goede interviewers gezocht!

Een interview kan afgenomen worden door een student, een onderzoeker, een medewerker van een dienst of een vrijwilliger. Ook een ambassadeur, een persoon die vertrouwd is met de leefwereld van de deelnemer, die dezelfde achtergrond heeft of dezelfde 'taal' spreekt kan interviews afnemen.

Als de deelnemer de interviewer niet kent, dan is een goede introductie heel belangrijk. De interviewer stelt zichzelf voor of heeft voordien al een contact met de bevrageerde. Ook een vertrouwensfiguur kan het ijs breken.

Er zijn wel wat voorwaarden en vaardigheden nodig om een goed interview te doen. De interviewer informeert de deelnemers op een **vertrouwen**wekkende manier over de bedoeling, de duur en het verloop van het interview, wat er met de informatie gebeurt enz. (zie ook verder). De interviewer stelt de deelnemers gerust. Hij laat hen duidelijk merken dat hij luistert en geïnteresseerd is in het verhaal en de informatie van de deelnemer (bv. in de introductie van de interviewer, non-verbale signalen zoals kijken, knikken, hmm-en).

Hij of zij moet gepast kunnen **doorvragen**. Bijvoorbeeld: een voorbeeld of een toelichting vragen als iets niet duidelijk is of als iets meerdere betekenissen kan hebben, polsen naar de betekenis van een non-verbale reactie of de lichaamshouding ('Wil je daar iets aan toevoegen?', 'Moeten we even onderbreken?').

Meer voorbeelden van hoe je kan doorvragen, vind je hier:

Voorbeelden doorvragen (o.a. Evers 2015 in Timmers, 2020):

- **Stimuleren** of uitnodigen om verder te vertellen. "En toen, ah zo, ..."
- De vraag **nog eens** te **stellen** op een andere manier
- **Papegaaien**. Herhaal letterlijk wat de respondent heeft gezegd en voeg eraan toe: "begrijp ik dat goed?"
- **Samenvatten**. "Als ik het goed begrijp vind je Vat ik het zo goed samen?"
- **Expliciet doorvragen**. Bijvoorbeeld: "Dus je hebt toen een moeilijke periode meegemaakt. Wat was dan juist zo moeilijk? Kan je een voorbeeld geven? ..."
- Na een generalisatie of oversimplificatie van de respondent kan je **vragen om nuanceren** zonder deze generalisatie te veroordelen. Voorbeeld: "Je zegt dat dit bij alle mensen in armoede voorkomt. Kan je een voorbeeld geven van hoe dat in je laatste contact met deze mensen verliep?" ...
- Na een concretisering kan je bijvoorbeeld vragen: "en zijn er ook gevallen waar het **anders** was?"

De interviewer moet **alert zijn** voor vragen die door de deelnemer niet beantwoord kunnen worden (bv. een alleenstaande ouder kan geen antwoord geven op vragen over de steunbehoefte van de partner). Hij of zij moet alert zijn voor antwoorden die bij een voorgaande vraag al gegeven werden. Je kan dan bijvoorbeeld dat antwoord parafraseren en vragen of de deelnemer daar nog iets meer over wil vertellen of iets aan wil toevoegen.

De interviewer moet de **tijd** bewaken en alert zijn voor een mogelijke tijdsoverschrijding en daarop anticiperen. Bijvoorbeeld door te vragen wat de deelnemer verkiest: 'Het interview helemaal doorlopen en dus iets over de voorziene tijd gaan?' of 'Een nieuwe afspraak maken?'.
'

Als er **meerdere interviewers** zijn, dan is het belangrijk om ze dezelfde richtlijnen mee te geven. Voorzie een sessie waarin je de opzet, de opbouw en de afspraken toelicht (bv. wanneer al dan niet doorvragen). Zo vergroot je de kans dat de informatie die in de interviews verzameld wordt ook aansluit bij het doel dat je voor ogen had. Daarnaast verkleint dat de kans dat er een vertekening (bias) optreedt (bv. een of meerdere interviewers die een persoonlijke invulling geven van het thema en de vragen).

5.2.5. Waar en wanneer interviews afnemen?

Interviews neemt je best af op een locatie die voor de deelnemer vertrouwd is. Dat kan bij de deelnemer thuis zijn of in een voorziening of dienst van de gemeente. **Thuis-interviews** hebben het voordeel dat je tijdens het gesprek gemakkelijker kan aansluiten bij de dagelijkse leefwereld. (Aanstaande) ouders vinden het soms lastig om thuis iemand te ontvangen (bv. schaamte voor de staat van hun woning of voor de burens die zouden kunnen opmerken dat er 'iemand' voor de deur stond, bezorgdheid over de aanwezigheid van huisgenoten of bezoekers die het gesprek zouden kunnen verstoren). Je kan helpen om die drempel te verlagen. Pols bijvoorbeeld naar mogelijkheden en bezwaren en hoe je die kan overbruggen. Werk samen met brugfiguren of vertrouwenspersonen. Ook mond-aan-mond-reclame kan deuren openen. Denk bijvoorbeeld aan ouders uit een bestaande werking die een positieve interview-ervaring met elkaar delen.

Stel dat je wil weten hoe (aanstaande) ouders de invulling van de onthaalruimte zien, dan kan het zinvol zijn om het interview in de onthaalruimte van de **dienst of voorziening** af te nemen. Dat kan de deelnemer helpen om concrete voorstellen te doen. Zorg er dan voor dat de privacy van de deelnemer gerespecteerd wordt (bv. op een moment dat er geen permanentie is, dat er weinig of geen passage is van medewerkers van de dienst of voorziening).

Je kan een interview ook **online** afnemen. Voor sommige ouders, bijvoorbeeld ouders die liever niet iemand bij hen thuis ontvangen of die zich liever niet in een ruimte van een dienst of voorziening laten interviewen, kan een online interview drempelverlagend zijn. Ook in quarantaintijden, kan het een valabel alternatief vormen. Voorwaarde is dan wel dat de betrokkene over de nodige middelen of (technische) ondersteuning beschikt om de onlineverbinding tot stand te brengen. Er zijn verschillende tools om online interviews af te nemen. Voorbeelden zijn *Praatbox*, *Signal* en *Jitsi*. Over de gebruiksvriendelijkheid en veiligheid van deze en andere beeldbel-tools vind je bij [EXPOO](#) meer informatie.

Praatbox: www.praatbox.be

Signal: www.signal.org

Jitsi: meet.jit.si

Zoek een moment dat er **geen tijdsdruk** is (bv. geen andere afspraak onmiddellijk voor of na het interview). Zorg voor een rustige ruimte. Bedenk vooraf dat niet alle deelnemers (altijd) over een 'aparte' rustige ruimte beschikken. Pols daarom naar een moment dat bijvoorbeeld de ouder alleen is of het minst gestoord zal worden. Dat is net zo belangrijk als je beroepskrachten of vrijwilligers interviewt.

Hou er rekening mee dat interviews niet altijd kunnen doorgaan op het afgesproken tijdstip. Het kan helpen om je participanten kort voor het afgesproken moment te contacteren. Soms zijn ze zelf in de mogelijkheid om een afspraak te annuleren. Bezorg daarom vooraf je contactgegevens of informeer hen aan wie ze dat kunnen melden. Dat kan bijvoorbeeld een toeleider of brugfiguur zijn. Licht deze personen op voorhand in over hun mogelijke rol en maak ook met hen goede afspraken.



Beeldbel-tools
EXPOO

Een goede interviewleidraad (zie o.a. Evers 2015 in Timmers, 2020):

- Gebruik eenvoudige taal (geen vakjargon). Laat een ervaringsdeskundige of een lesgever in de basiseducatie mee kijken naar het taalgebruik.
- Test je interviewleidraad eerst bij een kleine groep collega's of ouders om na te gaan of de vragen duidelijk zijn (piloottest of testinterviews).
- Hou het aantal vragen beperkt. Schat de duur in van het interview om te vermijden dat deelnemers afhaken.
- Overweeg of het vertalen van de interviewleidraad noodzakelijk is en kan (zie verder).
- Begin met een introductie waarin je kort toelicht wie je bent, waarom je met de deelnemer wil spreken (cf. doel van de bevraging), waarover je vragen zal stellen, hoe de antwoorden verwerkt worden. Pols of alles duidelijk is voor de deelnemer. Wil je het gesprek opnemen, vraag dan toestemming en licht toe hoe je met dat materiaal omgaat.
- Start met een aantal eenvoudige vragen. Meer delicate of vragen die veel denkwerk vragen kunnen daarna aan bod komen.
- Voorzie tijdens het gesprek mogelijkheden tot ventilatie van de deelnemers (bv. 'Heb je nog iets toe te voegen?') en vraag of een pauze nodig is (bv. 'Heb je graag dat we het gesprek even onderbreken?').
- Zorg voor een goede afronding van het gesprek: geef aan dat dit de vragen waren die je wou stellen of de thema's die je wou bespreken. Vraag of de deelnemer nog iets wil toevoegen. Bedank de deelnemer voor het gesprek, het vertrouwen, de waardevolle informatie die de verdere werking ten goede zal komen enz. Informeer de deelnemer over wat er met zijn/haar informatie zal gebeuren (bv. verwerking, rapportering) en bij wie hij of zij terecht kan bij vragen of nood aan ondersteuning n.a.v. het gesprek.

Wil je meer informatie over hoe je goede vragen maakt?

Technische aspecten van de opbouw van een leidraad en formuleringen (zie o.a. Evers 2015 in Timmers, 2020):

- Bedenk eerst enkele hoofdvragen die dienen als richtsnoer voor de thema's waarover je meer informatie wil. Koppel daaraan vervolgvragen die een stapje verder gaan. Kortom, structureer je topiclijst in themablokken.
- Hou de vragen kort en vermijd meerdere subvragen in één vraag.
- Gebruik vraagwoorden. Pas op met het vraagwoord 'Waarom'. Als je wil weten waarom precies een bepaald aanbod nodig is of ondersteunend zou kunnen zijn voor de deelnemer, dan kan je dat wel degelijk op die manier vragen. In andere gevallen kan het gebruik van 'waarom' de deelnemer het gevoel geven dat hij zich moet verantwoorden. Alternatieven zijn: Wanneer was dit zo? Hoe kwam dit dan?
- Vermijd vragen met een ontkenning erin. Vraag niet: 'wat spreekt jou niet aan in deze folder?' maar vraag 'wat kan volgens jou beter in deze folder?'
- Overweeg het gebruik van ondersteunend materiaal, bv. een schema, een plan, een afbeelding, een tijdlijn, rangschikkingskaarten enz.

- Als je gebruik maakt van een of meerdere gesloten vragen (bv. een stelling, een rangschikking van vragen die het meest ondersteuning vragen):
- Beperk het aantal gesloten vragen
- Gebruik antwoordmogelijkheden die niet overlappend zijn en geef de deelnemer de mogelijkheid om een antwoordcategorie aan te vullen
- Geef de deelnemer de mogelijkheid om een antwoord toe te lichten
- Vermijd te voor de hand liggende vragen of vragen waarvan het antwoord op voorhand al te verwachten is.
- Vermijd suggestieve vragen (bv. 'Is het niet zo dat ...', 'Het is heel belangrijk dat ...').

5.2.6. Verwerking en rapportering

Zoals eerder vermeld kunnen interviews je een rijk en concreet zicht geven op vragen, verwachtingen, beweegredenen enz. van ouders, vrijwilligers, hulpverleners of andere burgers. Deze veelheid aan informatie is niet 'zo maar' of snel in een samenvattend overzicht te beschrijven. Je moet 'orde' brengen in je uitgeschreven materiaal. Zet tekstfragmenten die over hetzelfde thema of onderwerp gaan samen. Vanuit deze clusters kan je samenvattende bevindingen en conclusies trekken en aanbevelingen formuleren.

Zorg dat je de analyse en de formulering van conclusies met minstens een andere collega of externe betrokkene (bv. student of onderzoeker) kan opnemen. Ze kunnen je bijvoorbeeld helpen om vanuit een ander perspectief naar de informatie en de bevindingen te kijken. Zo verklein je de kans op leemtes of misinterpretaties.

Kijk tijdens de analyse ook vooruit naar de rapportering en terugkoppeling. Markeer bijvoorbeeld tekstfragmenten die 'sprekend of concreet' de bevindingen en conclusies verwoorden. Dergelijke quotes geven lucht aan een rapport, brochure, mediabericht of een (fysiek) terugkoppelingsmoment. Check zeker of je daarbij de privacyrichtlijnen nakomt.



5.3 Focusgroepen

5.3.1. Wanneer kies je voor een focusgroep?

In een focusgroep breng je een aantal mensen samen om te discussiëren over een bepaald onderwerp. Focusgroepen zijn uiterst geschikt om in een relatief korte tijd en met beperkte kosten zicht te krijgen op ervaringen, verwachtingen, meningen en aanbevelingen voor je werking. De groepsinteractie heeft als voordeel dat deelnemers elkaar kunnen bevragen en elkaar kunnen versterken om hun ervaringen, meningen enz. te verwoorden, aan te scherpen, te herzien of te vertalen naar aanbevelingen.

5.3.2. Aandachtspunten

Weet dat een focusgroep bedreigend kan zijn voor mensen die niet zo verbaal aangelegd zijn of het Nederlands niet goed beheersen. Een focusgroep wil niet alleen uitwisselen, maar ook discussie uitlokken. Dan moet je je al veilig voelen om iets te zeggen.

Dat alles vraagt op zijn minst een 'sterke' of ervaren begeleider, in duo met een extra persoon.

5.3.3. Goede begeleiders gezocht!

Voor de begeleiding van een focusgroep heb je een **'getrainde'** medewerker, vrijwilliger of onderzoeker nodig. Hij of zij wordt best ondersteund door iemand die verslag kan nemen en mee het gesprek in goede banen leidt (bv. opmerkzaam zijn voor een deelnemer die aan het woord wil komen). Ook ondersteuning van de deelnemers op talig vlak kan nodig zijn.

De begeleider informeert de deelnemers goed over de bedoeling, het verloop en de afspraken. Hij creëert een gevoel van veiligheid en stelt deelnemers gerust. Hij kan een gesprek leiden (bv. uitwisselingsmogelijkheden creëren, doorvragen) en hij is vertrouwd met verschillende werkvormen. Hij bewaakt de tijd en anticipeert op een mogelijke tijdsoverschrijding zodat de centrale vragen zeker aan bod komen binnen de afgesproken tijd.

Naast deze competenties, die net zo goed gelden voor een-op-eengesprekken (bv. een interview), vraagt de begeleiding van een focusgroep een aantal meer specifieke competenties. Vaak kennen de deelnemers elkaar niet. Dat maakt een 'warm welkom' en het creëren van een informele sfeer des te belangrijker. Een kop koffie of thee voorzien, een persoonlijke verwelcoming en de inrichting van de ruimte dragen daartoe bij.



De begeleider begeleidt de **groep** en de **interacties in de groep**. Soms zal het nodig zijn om tijdens het gesprek trefwoorden te noteren die in het gesprek uitvoeriger of diepgaander besproken moeten worden (bv. aspecten die een verduidelijking, een concretisering of de inbreng van andere perspectieven vragen).

De begeleider ondersteunt **de deelnemers** om hun inbreng te (kunnen) doen. Hij zorgt ervoor dat elke deelnemer, met zijn/haar ervaring aan bod komt en dat de mogelijke 'dominantie' van een of meerdere deelnemers weggewerkt wordt. Voorbeelden zijn: verbaal en non-verbaal laten zien dat je in de ervaringen en mening van elke deelnemer geïnteresseerd bent, non-verbale signalen van deelnemers die nog niet aan het woord waren oppikken en vragen 'Hoe zie jij dat of hoe ervaar jij dat?', 'Ik zie je knikken, wil je daar iets meer over vertellen of kan je een voorbeeld geven?'.
Sprek op voorhand goed af wie de **logistieke ondersteuning** voor zijn rekening neemt. Zorgt de gespreksleider, de verslaggever, een vrijwilliger of een medewerker van de gesprekslocatie er bijvoorbeeld voor dat de ruimte toegankelijk is, dat de opstelling van het meubilair afgestemd is op het deelnemersaantal en de werkvormen, dat het werkmateriaal aanwezig is (bv. stiften, flipover), dat er drank en een versnapering is voorzien? Bekijk ook samen met de lokale verantwoordelijke welke richtlijnen voor het organiseren van een groepsbijeenkomst je moet volgen.

Spreek op voorhand goed af wie de **logistieke ondersteuning** voor zijn rekening neemt. Zorgt de gespreksleider, de verslaggever, een vrijwilliger of een medewerker van de gesprekslocatie er bijvoorbeeld voor dat de ruimte toegankelijk is, dat de opstelling van het meubilair afgestemd is op het deelnemersaantal en de werkvormen, dat het werkmateriaal aanwezig is (bv. stiften, flipover), dat er drank en een versnapering is voorzien? Bekijk ook samen met de lokale verantwoordelijke welke richtlijnen voor het organiseren van een groepsbijeenkomst je moet volgen.

5.3.4. Gespreksleidraad en werkvormen

Zowel de thema's, de specifieke vragen als de werkvormen die je in de focusgroep aanbrengt, moeten **afgestemd** zijn **op het doel** van je bevraging en eisen een goede **voorbereiding**. Maak, in overleg met een collega of een andere betrokkene, een leidraad op.

Zorg voor een korte en heldere **inleiding**:

- Doel en opzet van het onderzoek en de focusgroep.
- Afspraken binnen de focusgroep (bv. iedereen aan het woord laten, elkaar niet in de rede vallen, wat in de groep wordt besproken delen we niet buiten de groep).
- Informatie over wat er met de inbreng gebeurt (bv. anonieme verwerking en rapportering van de informatie, opmaak van een verslag dat aan de deelnemers bezorgd wordt).
- Zo nodig, vraag je of de sessie opgenomen mag worden.

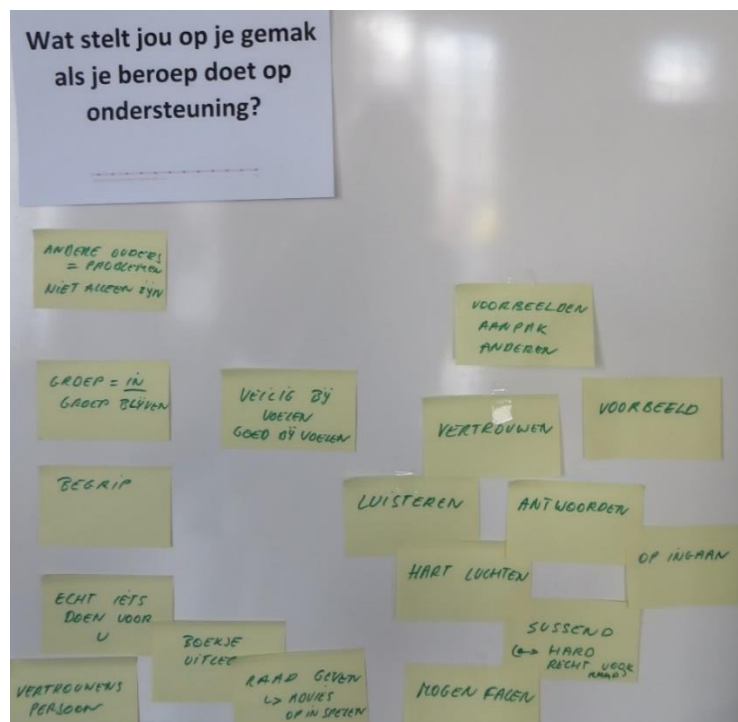
Geef elke deelnemer de kans om zich kort voor te stellen. In die **kennismakingsronde** kan je hen ook een 'meer concrete' vraag meegeven. Bijvoorbeeld: 'Hoeveel kinderen ze (ouders) hebben?', 'Vanuit welke rol of verwachtingen ze (werkveldactoren) deelnemen'.

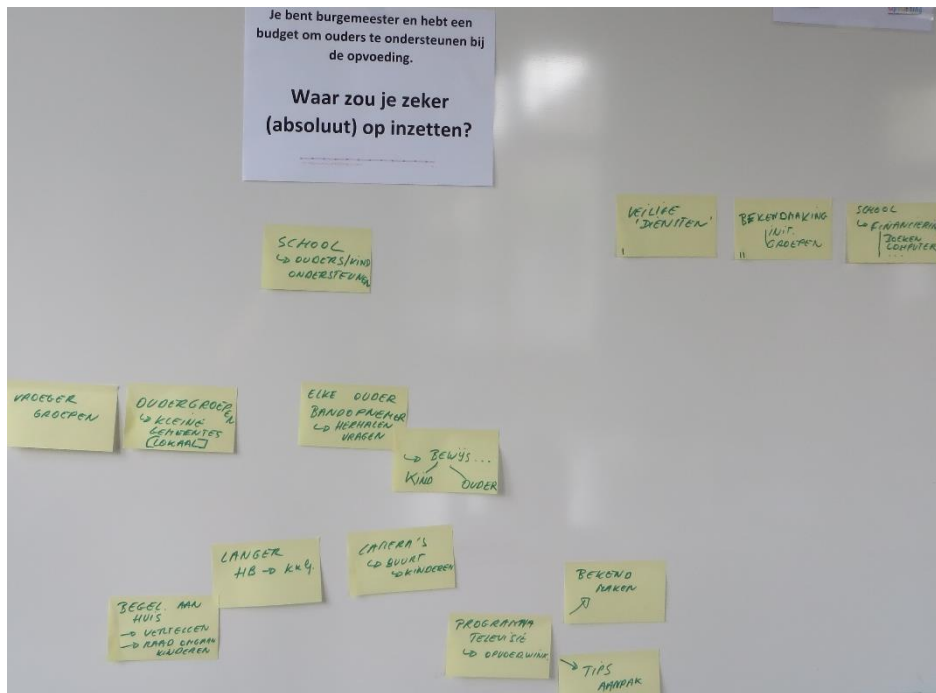
In een focusgroep kan je verschillende werkvormen inzetten (bv. uitwisselingsronde, stellingen-discussie, ideeën-grondplan, *SWOT-analyse* op flipover of bord).



Bij sommige werkvormen hoeft niet per se een verslag gemaakt worden omdat de input van de deelnemers tijdens de bijeenkomst al een geschreven of een fysieke neerslag krijgt. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van flappen, post-its of illustratiemateriaal. Maak zeker foto's van dat materiaal. Zo voorkom je dat onderdelen verloren gaan. Bovendien kan je die foto's gebruiken in de terugkoppeling van de bevindingen (bv. nieuwsbrief over de bevraging, jaarverslag van je Huis).

Focusgroep met kwetsbare moeders bij vzw De Keerkring (2015):





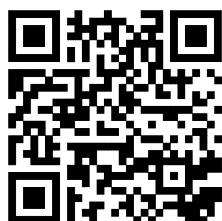
Het is essentieel dat de deelnemers zich door de thema's, de vragen en de werkvormen aangesproken voelen. Voorzie daarom vooraf een of meerdere alternatieve werkvormen of vraagformuleringen als je merkt dat een aanpak niet goed werkt.

Maak een **timing** op. Voorzie wat extra tijd voor en na elk themablok. Zo kunnen de deelnemers even op adem komen, kan je de opstelling in het lokaal aanpassen of het materiaal verzamelen of uitdelen. Een focusgroep is inspannend voor iedereen. Er is niet alleen een inbreng van verschillende mensen, deelnemers zullen ook over 'nieuwe' thema's moeten nadenken en tot een mening moeten komen. Dat kan betekenen dat er soms stiltes vallen. Dat is niet erg. Probeer dan een vloeiende overgang te maken (bv. inbreng parafaseren, naar een voorbeeld vragen).

Zorg voor een korte **afrondding**:

- Samenvatten wat allemaal besproken werd
- Vraag of iemand nog iets wil toevoegen
- Nog eens volgende stappen herhalen
- Bedank de deelnemers voor hun tijd en bijdrage

Ben je op zoek naar meer concrete inspiratie voor een leidraad voor een focusgroep? Je vindt hier een voorbeeld uit de [bevraging in Antwerpen](#) (p. 156-159) en een voorbeeld uit de [bevraging voor vzw De Keerkring in het Waasland](#).



[Eindrapport
Stad Antwerpen](#)



[Leidraadbevraging
kwetsbare moeders
vzw De Keerkring](#)

Wie nodig je uit voor de focusgroep?

Een focusgroep bestaat idealiter uit 5 tot 12 deelnemers. Rekening houdend met een mogelijke uitval (bv. door een onvoorziene gebeurtenis, geen vervoer) kan je tot maximum 14 deelnemers uitnodigen. Als je geen andere bevragingmethoden inzet, dan heb je doorgaans meerdere focusgroepen nodig om voldoende informatie te krijgen over je topics. De regel is dat je met de bevraging, en dus met het organiseren van focusgroepen, stopt als de laatste focusgroep geen nieuwe informatie oplevert tegenover de vorige groep. Je stopt m.a.w. als het punt van ‘verzadiging of saturatie’ aan informatie is bereikt.



Net zoals bij andere bevragingmethoden is het belangrijk dat de diversiteit van je beoogde groep vertegenwoordigd is.

Bij de rekrutering heb je niet altijd vat op de kenmerken van de deelnemers aan je focusgroep(en). Toeleders bijvoorbeeld zijn niet altijd op de hoogte van alle achtergrondkenmerken en het is absoluut niet aan de orde dat ze mogelijke deelnemers daarop zouden bevragen. Om toch zicht te krijgen op de mate waarin de deelnemersgroep een weerspiegeling vormt van de (diversiteit van de) beoogde deelnemersgroep (bv. ouders uit een specifieke wijk), kan je hen samen met het informed consent (zie punt 3.3) een korte vragenlijst laten invullen. Een voorbeeld van een dergelijke vragenlijst vind je in de eerder vermelde bevraging in Antwerpen (De Bruyckere, Dekrem, & Leflot, 2015, p. 161-166).

Voor een eenmalige focusgroep is het niet aangewezen om mensen die zich in een hiërarchische relatie bevinden in dezelfde groep te laten participeren. De kans is dan groot dat die relatie zich in de inbreng van de deelnemers vertaalt. Als de participanten eerst in een ‘aparte’ focusgroep hun inbreng konden doen, dan kan je overwegen om in een vervolgronde de participanten uit de verschillende aparte focusgroepen samen in een focusgroep te brengen. Een voorbeeld daarvan vind je in het *onderzoek naar netwerkversterking bij mensen in armoede* (Kostet, Nys, Verhaegen, Van Puyenbroeck., 2018) waar in een derde bevragingronde ervaringsdeskundigen en praktijkdeskundigen samen deelnamen aan een focusgroep (cf. Delphi-design).



[onderzoek naar
netwerkversterking
bij mensen in
armoede](#)

Waar en wanneer organiseer je een focusgroep?

Als je **Huis van het Kind** over een **fysieke locatie** beschikt, organiseer je focusgroep dan daar. Zo kunnen de deelnemers, voor zover dat nog niet is gebeurd, kennismaken met die locatie en jullie werking (bv. onthaalruimte, infotheek, speltheek). Je kan de deelnemers na de focusgroep een rondleiding aanbieden. Zorg er dan voor dat de deelnemers vooraf goed geïnformeerd zijn over die optie en over de tijdsduur die daarvoor is voorzien.

Als je (nog) niet over een fysieke locatie beschikt, gebruik dan een **ruimte in een voorziening of dienst van je gemeente** die **gemakkelijk te bereiken** is. Ook in dat geval kan je aan de focusgroep een rondleiding koppelen en inzetten op de bekendmaking van dat initiatief.

Wil je een specifieke groep of groepswerking bevragen, dan kan je aan de medewerkers van die groepswerking vragen of de focusgroep daar kan plaatsvinden. Door gebruik te maken van één van de voorziene bijeenkomsten, heb je kans dat meer mensen opdagen

Kies de **ruimte voldoende groot**. Zorg voor het nodige meubilair (tafels, stoelen) en het nodige ondersteunend materiaal (bv. flipchart, bord, stiften, werkbladen, post-its, keuzekaarten). Drank, een kleine versnapering én de deelnemers informeel aanspreken, kan hen helpen om zich welkom en op hun gemak te voelen of om het ijs te breken.

Het **meest geschikte moment** voor een focusgroep kan voor elke potentiële deelnemer anders zijn. Als je van meet aan meerdere groepen voorziet, dan is het zinvol om die op verschillende dagdelen in te plannen (bv. voormiddag, namiddag of avond; tijdens de week of op zaterdag). Deelnemers hebben dan de mogelijkheid om aan te sluiten bij het moment dat hen het beste past. Hou dan voor elke sessie het aantal aangemelde deelnemers goed bij en overweeg een opsplitsing van de groep als die te groot dreigt te worden. Organiseer dan twee parallelle sessies en voorzie extra begeleiders.

Doorgaans nemen focusgroepen **1,5 uur tot maximum 2,5 uur** in beslag. Zeker als je daaraan nog een rondleiding wil koppelen, dan vraag je veel tijd en een grote inspanning van je deelnemers. Net daarom is het belangrijk om vooraf goed stil te staan bij wat je precies moet weten, met welke werkvorm je daar het beste een antwoord op kan krijgen, hoeveel tijd je daarvoor moet voorzien en in welk tijdsblok of dagdeel je dat kan inpassen.

Bekijk vooraf de optie om je deelnemers voor hun **verplaatsing of deelname te vergoeden**. Informeer je bij de personeelsverantwoordelijke, op de [infopagina van de FOD financiën](#) of bij het [Vlaams Steunpunt vrijwilligerswerk](#) over de modaliteiten en consequenties voor de betrokkenen als je een vergoeding wil geven.

Tot slot kan zich, al dan niet noodgedwongen, de optie '**online-focusgroepen**' aandienen. Deze vragen extra voorbereiding, zoals deelname-instructies opmaken en versturen. Een online-focusgroep verhoogt voor sommige deelnemers mogelijk de drempel. Het technisch aspect schrikt soms af en niet iedereen praat graag voor de camera. Anderen vinden het net fijn om zich niet te moeten verplaatsen of schuwen fysiek contact in een groep. Online kunnen deelnemers en de non-verbale reacties -al dan niet door technische problemen- gemakkelijker uit beeld verdwijnen. Het is moeilijker om tot levendige interacties tussen de deelnemers te komen. De begeleider zal de deelnemers daar extra toe moeten aansporen (bv. deelnemers individueel aanspreken om te reageren). Ook het aantal deelnemers per sessie beperken (bv. 5 tot 8) kan helpen om deelnemers op elkaar te laten reageren.



[Infopagina FOD Financiën](#)



[Vlaamse Steunpunt vrijwilligerswerk](#)



[Online Informatie over online tools voor 'uitwisseling' in groepen, online-focusgroepen](#)

5.3.5. Verwerking en rapportering

De informatie uit je focusgroepen kan, afhankelijk van de werkvormen die je inzet, verschillende vormen aannemen. Met de informatie waarvan tijdens de bijeenkomst al een geschreven of een fysieke neerslag gemaakt werd (bv. flappen, post-its, affiche-schema, foto's van bordschema's) kan je meteen aan de slag. Voor de andere inbreng, is het aangewezen dat je de audio-opname of notities zo snel mogelijk uitschrijft.

Voor de verwerking zet je de antwoorden of topics (bv. drempels, verbeteruggesties) die bij elkaar aansluiten samen. Vanuit deze clusters kan je samenvattende bevindingen en conclusies trekken en aanbevelingen formuleren.

Je doorloopt dat proces best met twee. Het is doorgaans geen gemakkelijke analyse omdat je bij deze methode geen objectieve maatstaf of criterium hebt voor de intensiteit of de sterkte van de aangebrachte ervaringen, meningen en aanbevelingen. Ook de samenstelling van je deelnemersgroep heeft invloed, bijvoorbeeld enkel een specifieke oudergroep of een oververtegenwoordiging van een bepaalde oudergroep. Plaats dus de input, de conclusies en de bevindingen in 'hun context'. Vermeld duidelijk over welke oudergroepen de bevindingen gaan.



5.4 Uitwisselingsrondes: praatcafé en dialoogtafels

5.4.1. Wanneer kies je voor een praatcafé of dialoogtafels?

Praatcafés of dialoogtafels zijn in zekere zin een variant van een focusgroep. Ze hebben het voordeel dat meer dan 12 mensen tegelijkertijd kunnen deelnemen. Verschillende deelnemers gaan in kleine groep, aan verschillende tafels, met elkaar in dialoog over een of meerdere thema's.

Deze gesprekken zijn uitermate geschikt voor de uitwisseling van kennis over bijvoorbeeld bevorderende en belemmerende elementen voor de participatie van ouders, voor de uitwisseling van ideeën en voor de ontwikkeling van actieplannen. Bijvoorbeeld: 'Wat zijn prioritaire thema's?', 'Welk aanbod kan op welke manier ontwikkeld of versterkt worden?'.

5.4.2. Aandachtspunten

Elke deelnemer moet de ruimte en tijd krijgen om een gelijkwaardige inbreng te doen. De ene ervaring (bv. van een drempel) is niet beter of slechter dan een andere. Het gaat erom dat die ervaring in zijn context geplaatst kan worden (bv. 'Voor welke ouder wel, voor welke ouder niet?', 'In welke ondersteuningsvorm wel, in welke niet?'). Als deelnemers een gelijkwaardige inbreng kunnen doen, dan vergroot dat de kans dat ze van elkaar kunnen leren of nieuwe inzichten kunnen opdoen.



5.4.3. Goede begeleiders gezocht!

Voor de begeleiding van een praatcafé of dialoogtafels heb je iemand nodig die een grote groep van mensen kan verwelkomen en enthousiasmeren en hen kan informeren over het doel en de opzet van de bijeenkomst. Hij moet ook een goede timekeeper zijn.

In een praatcafé of bij dialoogtafels wordt de begeleider bijgestaan door meerdere tafelbegeleiders. Dat zijn idealiter mensen die enige ervaring hebben met het begeleiden van groepen, zoals lokale beroepskrachten of vrijwilligers. Informeer hen vooraf over het doel en de opzet van de bijeenkomst. Brief hen over de inzet van de werkvormen (bv. opdrachten, richtvragen, timing) en hoe ze deelnemers bij de gesprekken kunnen betrekken.

Meer daarover is te lezen bij de beschrijving van de competenties van een focusgroepbegeleider.

Focusgroepen

Naast een tafelbegeleider, kan het aangewezen zijn om voor elke tafel een verslaggever aan te stellen. Dat kan een lokale medewerker (beroepskracht of vrijwilliger) zijn, maar dat kan net zo goed een deelnemer zijn. Deze persoon maakt tijdens de bijeenkomst een verslag of brengt in het plenum een beknopt verslag uit. Dat brengt ons bij de opbouw en de werkvormen die ingezet kunnen worden.

5.4.4. Opbouw en werkvormen voor een praatcafé of dialoogtafels

Net zoals bij al de andere bevragingmethoden is een goede introductie en afronding onontbeerlijk. Voor het kerngedeelte van een praatcafé of dialoogtafels kan je twee pistes volgen:

- elke tafelgroep bespreekt elk aangebracht thema: de deelnemers blijven aan dezelfde tafel zitten en doorlopen de verschillende tafelrondes
- voor elk thema zijn er 1 of meer tafels (thematafels):
 - de deelnemers schuiven na de eerste tafelronde door naar een andere thematafel en doorlopen zo twee of meer thema's
 - je kan de deelnemers vooraf (bv. als ze zich moeten inschrijven voor deelname) of bij de start (bv. door hun naam bij hun voorkeurthema's te laten plaatsen) 2 of meer thematafels laten kiezen
 - als je kiest voor een vaste verslaggever per tafel, dan kan de verslaggever na de doorschuif eerst een korte samenvatting geven van wat in de vorige groep(en) aan bod kwam

Je kan de input van de verschillende tafels in plenum brengen. Dan brengt elke verslaggever kort verslag uit voor de ganse groep. Zeker als er veel tafels en tafelrondes zijn, kan de terugkoppeling naar het plenum veel tijd in beslag nemen. Bekijk vooraf voor welke thema's of tafelrondes een terugkoppeling naar het plenum zinvol is. Als je met affiches, pancartes, beeldmateriaal enz. werkt, dan kan je op het einde een rondgang organiseren waarbij de deelnemers de input van de andere (thema)tafels kunnen bekijken.

Hieronder vind je een aantal voorbeelden van thema- of dialoogtafels.

Thematafels werkveld - Café dialoog Huis van het Kind Brussel (2016):

- Thematafel: lokale netwerken HvhK Brussel
- Thematafel: insluiting gezinnen in een maatschappelijk kwetsbare positie
- Thematafel: opvoedingsondersteuning voor ouders van tieners en jongeren
- Thematafel: verbeteren bekendheid van het gezinsondersteunend aanbod

Thema's werkveld: plattelandsbevraging Waasland (2018):

- Opvoedingsondersteuning?
- Jij en opvoedingsondersteuning
- Ouders en opvoedingsondersteuning
- Opvoedingsondersteuning in Stekene
- Opvoedingsondersteuning op het platteland
- De droomvraag



*Onderzoeksrapport
plattelandsbevraging*

Thema's dialoogtafels voor ouders: behoeftenbevraging Dilbeek (2016):

- Ondersteuning in Dilbeek?
 - De deelnemers maken een landschapskaart van de diensten: welke diensten zijn gekend en waarvoor kunnen ouders er terecht?
 - De organisatie-fiches liggen op de tafel, de deelnemers leggen de fiches waarop thema's/domeinen staan bij de organisatie die dat thema/domein opneemt
- Op welk thema moet zeker (meer) ingezet worden? Wat missen ouders het meeste?
 - Elke deelnemer 'prijkt' 3 thema's/domeinen waarop meer ingezet moet worden en meldt welke organisatie of dienst dat zou moeten opnemen
- Bekendmaking ondersteuningsinitiatieven?
 - Elke deelnemer 'prijkt' de drie meest geschikte bekendmakingskanalen
 - De deelnemers ontwerpen aan de hand van stellingen een strategie om het aanbod beter bekend te maken
 - De deelnemers bedenken een slogan voor het Dilbeekse Huis van het Kind
- Participatie - Ouders ondersteunen ouders?
 - Ouders krijgen een lijst (die ze kunnen aanvullen) met mogelijke drempels om als ouder te participeren. Ze bespreken in groep hoe die drempels overwonnen zouden kunnen worden

5.4.5. Wie nodig je uit voor een praatcafé of dialoogtafels?

Net zoals je bij de andere methoden je doel en doelgroep voor ogen moet houden, geldt dat ook voor deze werkvormen. Bijvoorbeeld: Wil je van een brede groep ouders uit je werkingsgebied input krijgen? Wil je van ouders, vrijwilligers, beroepskrachten en beleidsmedewerkers input krijgen?

De grootte en aard van de gewenste deelnemersgroep bepaalt op welke manier je uitnodigt. Voor een brede groep, is het aangewezen om de uitnodiging ruim te verspreiden via verschillende kanalen (bv. sociale media, website, gemeentelijk informatieblad, flyer, lokale diensten en voorzieningen, brugfiguren enz.).

Aan een praatcafé of dialoogtafel kunnen zowel mensen deelnemen die elkaar nog niet kennen als mensen die elkaar wel kennen. In het laatste geval kan de al bestaande relatie tussen de deelnemers en het gedeelde eigenaarschap over de kennis, ideeën en actieplannen nog versterkt worden.

Zorg ervoor dat het aantal deelnemers per tafel niet te groot is. Een kleine groep, bijvoorbeeld 4 tot 5 deelnemers, geeft minder mondige deelnemers gemakkelijker de kans om aan het woord te komen. Als je voorziet dat mensen in 'tandem' kunnen deelnemen (bv. een ouder vergezeld van een brugfiguur of van een opgeleide ervaringsdeskundige in de armoede), laat dan 5 tot 8 mensen deelnemen aan een tafelronde.

5.4.6. Waar en wanneer organiseer je een praatcafé of dialoogtafels?

De locatie- en tijdstipvoorwaarden voor een praatcafé of dialoogtafels zijn nagenoeg identiek als voor een focusgroep. Aangezien de deelnemersgroep doorgaans groter is dan bij een focusgroep, zal je een grotere ruimte moeten voorzien. Je moet er immers voor zorgen

dat er voldoende afstand tussen de gesprekstafels is zodat de deelnemers elkaar goed kunnen verstaan en daarin niet belemmerd worden door de andere groepen. Bedenk dat 1,5u tot 2u samen praten best inspannend is als je de ruimte moet delen met heel wat andere deelnemers.

Als je over een locatie beschikt met meerdere kleine ruimtes, dan kan je de tafels over de verschillende ruimtes verdelen. Dat heeft het voordeel dat bij een doorschuifstelsel (cf. elke tafel en dus ook elk lokaal een ander thema), de deelnemers tussen de tafelrondes wat meer beweging is gegund. Dat komt de aandachtboog ten goede. Nadeel is wel dat de dynamiek die bij een grote groep in een ruimte kan ontstaan (bv. enthousiasme), minder kansen krijgt.

Onlineversies van praatcafés of dialoogtafels zijn mogelijk. Naast de selectie van de thema's en de werkvormen, moet je vooraf deelname-instructies opmaken en versturen. Als je met een grote groep en in één sessie verschillende thema's wil bediscussiëren, dan vraagt dat wat meer organisatietalent en technische knowhow. Je kan bijvoorbeeld met verschillende 'breakout rooms' of subgroepen werken en gebruik maken van online tools om de input schematisch in kaart te brengen (bv. MURAL of MIRO). Voor nieuwe gebruikers kan de techniciteit van die modules een bijkomende drempel vormen om actief deel te nemen. Onlinefora, gelinkt aan de eigen website of via bijvoorbeeld Facebook, kunnen een alternatief zijn om van een grote groep mensen ideeën te verzamelen.

>> MURAL: www.mural.co

>> MIRO: www.miro.com/app/dashboard

5.4.7. Verwerking en rapportering

Bij een praatcafé en bij dialoogtafels is het aantal vragen of opdrachten bij de thema's doorgaans beperkt. Daarnaast is er niet alleen een begeleider en verslaggever, er worden doorgaans verschillende werkvormen ingezet waarbij de input meteen een geschreven of fysieke neerslag krijgt (bv. flappen, post-it-schema's, affiche- of bordschema's). Die neerslag kan ook op foto vastgelegd worden of ingeval van een onlineversie onmiddellijk opgeslagen worden. Dat alles zorgt ervoor dat het opmaken van een geïntegreerd overzicht of verslag vrij vlot kan verlopen. Foto's van de inbreng in de tafelrondes kunnen daarin geïntegreerd worden. Naarmate er meer deelnemers (gesprekstafels) en tafelrondes zijn, zal je voor dat geïntegreerd overzicht of verslag meer tijd moeten voorzien.



5.5 Enquêtes of vragenlijsten

5.5.1. Kies je voor een bevraging op papier, voor een online bevraging, of een combinatie van beiden?

Op basis van onderzoeksliteratuur en ervaringen met bevragingen in Vlaanderen is het niet mogelijk om een duidelijke voorkeur uit te spreken. Aan de verschillende procedures zijn voor- en nadelen verbonden. Afwegingen die je kan maken, zijn de kosten van de bevraging en de respons van de deelnemers.

Voordelen papieren bevraging:

- Laagdrempelig: deelnemers vullen de vragenlijst in op een moment en plaats die voor hen passen.

Nadelen papieren bevraging:

- Grotere kosten (print- en eventueel verzendingskosten).
- De verwerking van de ingevulde vragenlijsten vraagt meer mankracht en tijd. Bij een papieren versie moeten gegevens immers handmatig worden ingebracht in een databestand, en zelfs als er een scan-toestel voorzien is, vraagt dit tijd en controle op de kwaliteit van de input.
- Onderzoek toont aan dat er meer ontbrekende gegevens zijn bij een papieren bevraging dan bij een online bevraging.

Voordelen online bevraging:

- Gemiddeld goedkoper en ecologischer.
- Door het gebruik van websites of software ontwikkeld om onlinedata te verzamelen, worden verzamelde gegevens meteen opgeslagen in een databestand, wat de datavoorbereiding- en verwerking vergemakkelijkt.
- Gegevens zijn makkelijk te exporteren naar bijvoorbeeld programma's voor dataverwerking.
- Online vragenlijsten lijken vooral voorkeur te genieten door jongere deelnemers.

*Uitnodiging om met te werken
aan de bevraging in Brussel (2018)*

• *Jonge kinderen* •
&
(toekomstige) ouders
in
Brussel

... verwacht je (of je partner) een kind?
... ben je ouder van een jong kind tussen 0 en 6 jaar?
... woon je in (een deelgemeente van) Brussel?
... maak je gebruik van Brusselse gezinsondersteunende initiatieven, of net niet?
... heb je ideeën om de ondersteuning van gezinne nin Brussel te versterken?
Laat je stem horen en deel je ervaring via deze online vragenlijst
Neem snel een kijkje op http://bit.ly/ouders_parents of scan de

Bedankt !

De vragenlijst kan je invullen t.e.m. 08/12/2018

Bo Fagardo (bo.fagardo@odisee.be)

odisee
KENNISCENTRUM
GEZINSWETENSCHAPPEN

brussel

Nadelen online bevraging:

- Niet alle deelnemers hebben online toegang of zijn voldoende digitaal geletterd. De respons van participanten uit kwetsbare groepen komt hiermee onder druk te staan.
- Voor de opmaak en verwerking van een online bevraging is er nood aan software en ICT-ondersteuning.

Potentiële participanten laten kiezen uit een papieren of onlineversie is een mogelijk alternatief en blijkt tot een hoge respons te leiden. Toch heeft ook deze optie nadelen: sommige potentiële deelnemers weten niet goed wat kiezen en vullen uiteindelijk geen enkele versie in. De kosten van deze gecombineerde variant zijn ook hoger.

5.5.2. Het uitwerken van vragenlijsten

Aandachtspunten bij het opstellen van een schriftelijke enquête of vragenlijst

Suggesties bij de vragen

- Hou de vragen kort en vermijd meerdere subvragen in één vraag.
- Gebruik eenvoudige taal (geen vakjargon); leg de vragenlijst eerst voor aan kleinere groep om na te gaan of de vragen duidelijk zijn (piloottest); laat een ervaringsdeskundige of een lesgever in de basiseducatie mee kijken naar het taalgebruik.
- Overweeg of het vertalen van de vragenlijst noodzakelijk is (zie verder).
- Gebruik antwoordcategorieën die niet overlappend zijn, en overweeg een door de respondent zelf aan te vullen categorie 'andere' (open veld).
- Vermijd vragen waarvan het antwoord op voorhand al te verwachten is.
- Voorzie bij bepaalde vragen een categorie 'niet van toepassing', zodat je geen foute antwoorden krijgt. Bijvoorbeeld, een vraag over taakverdeling van zorgfiguren binnen het gezin is niet van toepassing voor alleenstaande ouders.
- Voorzie mogelijkheden tot ventilatie van de deelnemers via open velden ('Heb je nog iets toe te voegen?').
- Hou het aantal vragen beperkt; schat de duur in van het invullen om te vermijden dat deelnemers afhaken. Overweeg doorverwijsvragen (indien ja/nee antwoord op een vraag, ga dan naar ...) en vragen waarbij een antwoord 'nodig' is of 'vrijblijvend'.

Suggesties bij online enquêtes

- Er is keuze aan online survey software om een online bevraging te organiseren, al dan niet gratis beschikbaar. Google Forms en SurveyMonkey (basisabonnement) zijn gratis online beschikbaar. Qualtrics is een programma met veel mogelijkheden naar dataverwerking, en wordt gebruikt in hogescholen en universiteiten via een betaald abonnement, al is er ook een gratis versie.
- Overweeg de optie dat deelnemers kunnen stoppen met het invullen van een online vragenlijst en op een later moment kunnen hervatten; nadeel is dat dit misschien niet meer gebeurt, waardoor slechts een deel van de vragen wordt ingevuld.
- Gebruik een voortgangsbalk die toont hoe ver een deelnemer gevorderd is met het beantwoorden van vragen.

Suggesties bij de organisatie van een schriftelijke bevraging

- Stuur eventueel een herinnering om de respons te vergroten
- Een beloning voor de inspanning van de deelnemers kan eveneens de respons vergroten; als een beloning voor alle deelnemers niet haalbaar is, kan gekozen worden voor het verloten van een beloning



Het vertalen van schriftelijke bevragingen

Er zijn wettelijke bepalingen over het al dan niet kunnen voorzien van vertalingen van schriftelijke enquêtes. De wetgeving op het taalgebruik in bestuurszaken legt onder meer vast in welke taal (of talen) de overheid moet communiceren met haar burgers. Vertalingen mogen, als de dienst deze inzet als uitzondering of overgangsmaatregel of om een bijzonder doel te bereiken, zoals anderstaligen informeren of bevragen over een bepaalde dienst. De anderstalige boodschap is bestemd voor een bijzonder doelpubliek, vermeld dat het een vertaling is en wordt gebruikt naast de bestuurstaal.

Voor meer informatie over het taalgebruik kan je terecht bij:

► De taalwetwijzer:

- [de website](#)
- [de gids](#)
- e-mailcontact om je vraag voor te leggen: taalwetwijzer@vlaanderen.be

► Je gemeente

Vertalen kan via sociaal tolken en vertalers. Dit kan, tegen betaling, voor voorzieningen of organisaties die een overeenkomst hebben met het Agentschap Integratie en Inburgering. Op www.integratie-inburgering.be/sociaal-tolken-en-vertalen vind je informatie over het werken met tolken en vertalers, het sluiten van een overeenkomst en een overzicht van aanbod sociaal tolken en vertalen in Vlaanderen en Brussel.

5.5.3. Voorbeelden van vragenlijsten?

Je kan gebruik maken van bestaande vragenlijsten. Voorbeelden kan je vinden in de tabellen in de rubrieken:

- Voorbeelden van lokale bevragingen en Huis-van-het-Kind-bevragingen
- Nog meer weten over gezinnen?

Je kan in deze tabellen onder meer doorklikken naar de onderzoeksrapporten, de onderzoekspagina's waarop achtergrondinformatie over de onderzoeksopzet en de onderzoeksinstrumenten terug te vinden is.

5.5.4. Verwerking en rapportering

Om gegevens uit een vragenlijst of enquête te verwerken, worden de 'antwoorden' vaak eerst in een gegevensbestand ingevoerd (bv. in Excel), waarbij elke rij voor een deelnemer staat, en elke kolom voor het antwoord op een vraag. Aan de antwoordalternatieven (bv. vader/moeder, ja/nee, of een puntenschaal van 'niet' over 'soms' tot 'veel') worden cijfers toegekend (bv. nee = 0, ja = 1; niet = 0, soms = 1, veel = 3).

Aandachtspunten bij het maken van een gegevensbestand:

- Bij niet anonieme gegevens, anonimiseer je de gegevens door een identificatiecode toe te kennen per deelnemer. Een digitale lijst met identificatiecode en persoonlijke gegevens bewaar je op een beveiligde server.
- Maak een codeboek: daarin beschrijf je per vraag welke cijfercodes je gebruikt voor de antwoordcategorieën of -alternatieven. Gebruik bv. code 999 voor vragen die niet zijn ingevuld, en een andere code voor vragen die bv. niet van toepassing waren voor de respondent (bv. 888).

Bijvoorbeeld

- Kolom 1: Identificatienummer (elke deelnemer krijgt een uniek nummer)
- Kolom 2: Geslacht deelnemer: 1 = man; 2 = vrouw
- Kolom 3: Antwoord vraag 1 'Heeft u vragen over de opvoeding van uw kind?': 0 = geen opvoedingsvragen; 1 = soms opvoedingsvragen; 3 = veel opvoedingsvragen
- Kolom 4: Antwoord vraag 2, welke soort van ondersteuning wenst u (meerdere antwoorden mogelijk). Antwoordalternatief 'geen ondersteuning': 0 = nee; 1 = ja
- Kolom 5: Antwoord vraag 2, welke soort van ondersteuning wenst u (meerdere antwoorden mogelijk). Antwoordalternatief 'ondersteuning van familie en vrienden': 0 = nee; 1 = ja
- ...
- Een betrouwbaar databestand is erg belangrijk. Zijn alle ingediende vragenlijsten bruikbaar? Bekijk de antwoordpatronen van ingevulde vragen: is er systematisch gekozen voor een bepaalde antwoordcategorie (bv. bij een meerkeuzevraag is telkens het antwoord aan de rechterkant aangeduid)? Zijn er vragenlijsten waar het grootste percentage van de vragen niet is ingevuld? Overweeg om deze respondenten niet mee op te nemen bij verdere analyse.
- Bekijk na het maken van het gegevensbestand of er geen vreemde cijfers in het bestand staan.

Antwoorden uit vragenlijsten of enquêtes leveren cijfergegevens op zoals aantallen en percentages. Die cijfergegevens kunnen gedetailleerd worden weergegeven in tabellen, of meer sprekend samengevat worden in grafieken (zoals staafdiagrammen), of figuren (zoals taartdiagrammen). Ook kruistabellen zijn informatief: hierbij 'sorteer' je percentages op antwoordcategorieën van een vraag volgens een bepaald kenmerk (bv. mannen/vrouwen).

Met een rekenprogramma zoals Excel kan je al ver komen voor de verwerking van kwantitatieve gegevens. Zo kan je met de rekenfuncties bijvoorbeeld ook gemiddelden en standaarddeviaties berekenen. Daarnaast kan je nagaan of groepen betekenisvol ('statistisch') van elkaar verschillen (bv. heeft de ene groep van deelnemers met bepaalde kenmerken meer nood aan een bepaald type van ondersteuning dan een andere groep?), en/of er significante verbanden tussen bepaalde gegevens zijn (bv. is er een samenhang tussen het aantal opvoedingsvragen en de nood aan opvoedingsondersteuning?). Indien je ondersteuning wil bij statistische analyses, dan kan je de expertise inroepen van organisaties met onderzoekservaring (zie ook punt 2.3: Op welke lokale expertise kan je rekenen?).

Aandachtspunten bij rapportering van kwantitatief onderzoek, om een correcte interpretatie te bevorderen:

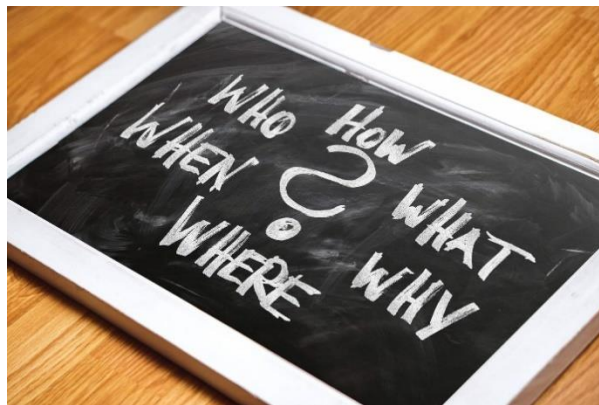
- Beschrijf relevante kenmerken van de deelnemers via aantallen, percentages, minimum- en maximumwaarden, gemiddelden en standaarddeviatie (bv. hoeveel % moeders en vaders namen deel aan het onderzoek, de leeftijdsrange van ouders en kinderen, de gemiddelde leeftijd, de verdeling over gezinstype, enz.).
- Geef het responspercentage aan: hoeveel personen werden uitgenodigd om deel te nemen, en hoeveel deden er uiteindelijk mee? Zijn er bepaalde redenen waarom men niet meedeed?
- Geef bij een tabel aan op welk aantal deelnemers de percentages zijn berekend. Is dat op de volledige groep van deelnemers, of enkel op de groep van deelnemers waarvoor gegevens beschikbaar waren?
- Vermeld het aantal en/of percentage ontbrekende gegevens (niet ingevuld, of niet van toepassing). Bekijk kritisch de ontbrekende gegevens. Het feit dat een vraag niet is ingevuld, zegt ook iets: was de vraag te moeilijk of bevroeg ze gevoelige informatie? Was de vragenlijst te lang?
- Een tabel of figuur moet je kunnen begrijpen zonder al te veel tekst: een duidelijke titel, een legende, en/of een voetnoot kunnen daarbij helpen.
- In een rapport kan je de belangrijkste gegevens samenvatten in enkele sprekende tabellen, grafieken of figuren om de kernboodschap beter te laten uitkomen; tabellen met alle, gedetailleerde informatie kan je eventueel in een bijlage opnemen.
- Doe geen causale uitspraken als de gegevensverwerking dat niet toelaat.

Om antwoorden op open vragen te verwerken, kan je, afhankelijk van het aantal antwoorden, inhoudelijk betekenisvolle categorieën ontwerpen, en vervolgens de antwoorden daaronder sorteren. Net zoals bij focusgroepen of interviews, kunnen citaten helpen om kwantitatieve gegevens te illustreren of te verdiepen.



6. Maak je resultaten bekend

Een bevraging van de lokale behoeften heeft maar zin als 'iemand' er iets aan heeft en als er 'iets' met de bevindingen gebeurt. Het gaat er niet alleen om dat je Huis van het Kind daar relevante conclusies uit kan trekken of dat je de werking van je Huis van het Kind daarop kan afstemmen. Het is net zo belangrijk dat de mensen die meewerkten aan het onderzoek en andere mensen uit je werkingsgebied 'mee zijn' met de bevindingen en wat daaruit voortvloeit.



6.1 Versterkte bekendheid, betrokkenheid en gedragenheid

Deel je bevindingen dus met je participanten, andere burgers, lokale diensten en beleidsmensen. Op die momenten kunnen zij je bevindingen, conclusies en aanbevelingen nog finetunen of aanvullen. Zo dragen ze bij tot de werking van het Huis van het Kind en de samenleving (cf. co-creatie). Dat vraagt dat je:

- Hen informeert over de bevindingen.
- De bevindingen op een toegankelijke manier ter beschikking stelt.
- Samen met hen in dialoog gaat over wat de bevindingen voor hen betekenen, welke aanvullingen zij zien en hoe het Huis van het Kind, lokale diensten en het beleid daarmee aan de slag zouden kunnen gaan.

Door deze stappen te zetten bevorder je de bekendheid van de werking van je Huis van het Kind én zorg je ervoor dat een brede groep mensen (burgers en professionals) betrokken wordt bij de werking van je Huis van het Kind (cf. participatie). De werking van je Huis wordt op die manier niet alleen transparanter voor de lokale bevolking en professionals, de werking krijgt ook een grotere gedragenheid in je gemeente(n) of stad.

6.2 Wanneer een terugkoppeling organiseren?

Wanneer je wie informeert of betreft, is afhankelijk van het gekozen bevragingstraject. Voor sommige trajecten (bv. participatietrajecten met een brede groep burgers) zal je al heel vroeg een brede waaier aan burgers en diensten actief aanspreken over de bevraging. In andere trajecten zal dat misschien meer op het einde of bij de afronding van het bevragingstraject zijn.



Vaak wordt een bevraging met het oog op het opstellen van een nieuw werk-, jaar- of beleidsplan georganiseerd. Dan is het extra belangrijk dat je tijdig kan terugkoppelen en de nodige tijd voorziet om de aanvullende input uit de terugkoppeling te verwerken. Waar nodig, kan je dan de beleidsdoelstellingen (cf. prioriteiten) en operationalisering en voorleggen aan de nodige bestuursorganen.

6.3 Hoe een terugkoppeling organiseren?

Je kan op verschillende manieren en met de directe betrokkenen (bv. de deelnemers van de bevraging) of met de indirecte betrokkenen (bv. inwoners van de gemeente, ambtenaren van andere domeinen) met de bevindingen en de aanbevelingen aan de slag gaan. Op welke manier je dat doet, hangt af van verschillende elementen:

Wie wil je bereiken?

- Omvang: bv. een zo groot mogelijke groep burgers uit de gemeente(n) of stad?
- Specificiteit: bv. aanstaande ouders of ouders met jonge kinderen, potentiële vrijwilligers, diensten en organisaties, beleidswerkers?

Wat wil je bereiken? Of welke functie heb je voor ogen?

- Belangstelling of interesse oproepen voor je bevragingstraject (bv. bij beleidsmedewerkers van andere domeinen of bovenlokale beleidsmedewerkers, bij andere HvhK)
- Informatieverstrekking over de bevindingen
- Mogelijkheid tot interactie, uitwisseling, feedback, finetuning, (bijkomende) aanbevelingen formuleren en operationaliseren
- Signaalfunctie: tendensen, problemen die op de voorgrond treden of die een (andere) aanpak vragen enz. signaleren, bv. op lokaal en bovenlokaal niveau

Voor een goed bereik van de terugkoppeling is een **combinatie van kanalen en werkvormen** nodig. Wat voor de ene persoon een vertrouwd kanaal (bv. Facebook, gemeentelijk informatieblad) of aansprekende werkvorm is (geschreven verslag, fysiek dialoogmoment), is dat niet noodzakelijk voor een andere persoon. Neem bij de keuze van de kanalen en werkvormen vooral het perspectief van de beoogde groep in en laat je niet leiden door 'je eigen voorkeur' of de aanpak waarmee jezelf het meest vertrouwd bent. Zorg ervoor dat je zowel inzet op kanalen waarvan je het moment van 'uitsturen' zelf in de hand hebt (push-kanalen zoals mailing, Facebookpost) en kanalen waar geïnteresseerden op eigen initiatief de nodige informatie kunnen vinden (pull-kanalen zoals website HvhK, gemeentelijke website, EXPOO-website).

Je vindt meer informatie over communicatie in je Huis van het Kind op <https://www.expoo.be/communicatie-en-profilering>

Als je een groot bereik wil of mensen wil bereiken die met verschillende kanalen of werkvormen minder vertrouwd zijn, dan komt het erop aan om de 'juiste' intermediairen te betrekken. Dat kunnen organisaties of sleutelfiguren zijn die dicht bij de beoogde groep staan. Ze kunnen ervoor zorgen dat je met een tussenstap een veelvoud aan mensen de kans geeft om betrokken te zijn en de werking van je Huis mee uit te dragen.

Het gebruik van een **matrix** kan je helpen om een plan op te maken van '**wie je via welke kanalen of werkvormen**' kan bereiken voor je terugkoppeling.

Matrix: naar wie op welke manier terugkoppelen (bv. vink aan of specificeer in de cel de kanalen, werkvormen of doelgroep)

Kanalen en werkvormen	Beoogde terugkoppelingsgroep					
	participanten van de bevraging	brede groep		gemeente(n)		bovenlokaal
		(aanstaande) ouders	burgers van je gemeente(n) of stad	diensten en organisaties	burgemeester schepenen gemeenteraad	andere (naburige) HvhK bovenlokaal beleid andere diensten en organisaties
Artikel of een beknopt verslag op/in:						
- Websites (bv. HvhK, partnerorganisaties, gemeente of stad, EXPOO enz.)						
- Facebookpagina's						
- Elektronische nieuwsbrieven (bv. HvhK, gemeente of stad)						

Kanalen en werkvormen	Beoogde terugkoppelingsgroep					
	participanten van de bevraging	brede groep		gemeente(n)		bovenlokaal
		(aanstaande) ouders	burgers van je gemeente(n) of stad	diensten en organisaties	burgemeester schepenen gemeenteraad	andere (naburige) HvhK bovenlokaal beleid andere diensten en organisaties
- Gedrukte informatiebladen (bv. gemeente of stad)						
- Flyer, folder of een brochure over de bevraging						
- Affiches, informatieborden of pancartes in openbare ruimtes in de gemeente of stad (bv. al dan niet mobiele 'tentoonstelling' in het gemeentehuis, bibliotheek, scholen, kinderopvang, huisartsen enz.)						

Kanalen en werkvormen	Beoogde terugkoppelingsgroep					
	participanten van de bevraging	brede groep		gemeente(n)		bovenlokaal
		(aanstaande) ouders	burgers van je gemeente(n) of stad	diensten en organisaties	burgemeester schepenen gemeenteraad	andere (naburige) HvhK bovenlokaal beleid andere diensten en organisaties
- Lokale of regionale media (bv. radio, televisie, tijdschrift, krant en de daaraan gelinkte online-kanalen)						
- Vaktijdschriften, bv. https://sociaal.net/ , https://www.weliswaar.be/						
Rapport Samenvatting (bv. apart, geïntegreerd in jaarverslag) - Gedrukt - digitaal (bv. verspreiden via nieuwsbrief of website HvhK, de gemeente of stad, EXPOO)						

Kanalen en werkvormen	Beoogde terugkoppelingsgroep					
	participanten van de bevraging	brede groep		gemeente(n)		bovenlokaal
		(aanstaande) ouders	burgers van je gemeente(n) of stad	diensten en organisaties	burgemeester schepenen gemeenteraad	andere (naburige) HvhK bovenlokaal beleid andere diensten en organisaties
Acties: - fotowedstrijd - ludieke activiteit - quiz (bv. met link naar HvhK-website) - evenement (bv. aankondiging van een nieuw initiatief, opening van een nieuwe locatie, welzijns- of vrijtijdsbeurs, markt enz.) - ...						
Face to face (of online) terugkoppelingswerk- vormen:						

Kanalen en werkvormen	Beoogde terugkoppelingsgroep					
	participanten van de bevraging	brede groep		gemeente(n)		bovenlokaal
		(aanstaande) ouders	burgers van je gemeente(n) of stad	diensten en organisaties	burgemeester schepenen gemeenteraad	andere (naburige) HvhK bovenlokaal beleid andere diensten en organisaties
- individueel (bv. via sleutelfiguren, al dan niet met ondersteunend materiaal, bv. folder)						
- in groep (zie o.a. rubriek 4. Bevragingmethoden) <ul style="list-style-type: none"> • focusgroep • praatcafé of dialoogtafels • ... • bovenlokaal of regionaal overleg • lerende netwerken, uitwisselingsmomenten, studiedagen enz. van EXPOO • ... 						

We bespreken een aantal werkvormen voor terugkoppeling:

Voor **face-to-face-terugkoppelingsmomenten**, kan je (al dan niet opnieuw) gebruik maken van bijvoorbeeld een praatcafé of dialoogtafels. Je kan bijvoorbeeld vertrekken van een beknopt overzicht van de bevindingen en aan elk themacluster een of meerdere tafelrondes koppelen. Voordeel is dat je verder kan bouwen op de bevindingen en aanbevelingen en die kan 'toetsen', finetunen, aanvullen of operationaliseren.



In Dilbeek gingen werkveldactoren onder meer aan de slag met de sterktes en leemtes in het ondersteuningsaanbod. Ze brachten hun eigen 'rol' en de rol van andere actoren in het HvhK in kaart (bv. bekendmaking aanbod, aanbod inbrengen, met andere partners nieuwe initiatieven ontwikkelen, professionalisering). Ze bespraken daarbij de leemtes en hoe die ondervangen zouden kunnen worden.

Een terugkoppeling via de verspreiding van een **rapport of een samenvatting** heeft het

voordeel dat je voor de bevindingen uitdrukkelijk de link kan leggen naar cijfergegevens of naar eerdere of ruimere bevragingen. Dat kan helpen om de bevindingen in hun context te zien: zijn bevindingen specifiek voor deze gemeente of regio, of bevestigen ze een algemene trend? Hoe kunnen we deze bevindingen verklaren? Zeker voor de opmaak van bijvoorbeeld een beleidsplan is dat een relevante oefening. Als je een rapport of samenvatting wil verspreiden, dien je ook een keuze te maken tussen gedrukte of digitale versie, of beide. Kies je voor een gedrukte versie, maak dan vooraf een goede inschatting van de oplage.

Naast deze meer omvangrijke schriftelijke terugkoppelingsdocumenten, kan je inzetten op de ontwikkeling en verspreiding van compactere documenten. Denk bijvoorbeeld aan een **brochure** of een **visuele weergave** (bv. Cartoon of infographic), een grafische synthese of mindmap van de bevindingen en aanbevelingen. Dit compact (beeld)materiaal kan ook fungeren als een ondersteunende werkvorm in een vorming of uitwisselingsmoment met (aanstaande) ouders of andere betrokkenen. Je kan hen via die beknopte neerslag concreter kennis laten maken met de thema's waarvoor ouders bij het Huis van het Kind terecht kunnen, met de partnerorganisaties enz.

Een dergelijke neerslag zou je ook als insteek kunnen gebruiken van bijvoorbeeld een wijkwandeling. Een voorbeeld is het 'Boekje voor ouders' (2019) dat naar aanleiding van een bevraging in Brussel werd opgemaakt (zie **Bijlage 3**).



7. Bronnen: Overzicht-artikels over behoeftenonderzoek

EXPOO (2011). *Themabundel. Hebben ouders behoefte aan opvoedingsondersteuning? Een overzichtsbundel met vaststellingen en tips*. Brussel: EXPOO.

Nys, K. (2020). De stem van ouders in opvoedingsondersteuning. In K. Emmery, Van Puyenbroeck, J., & Looseldt, G. (red.), *In verband met gezinnen. Het gezinsperspectief in beleid en praktijk*. Antwerpen: Garant.

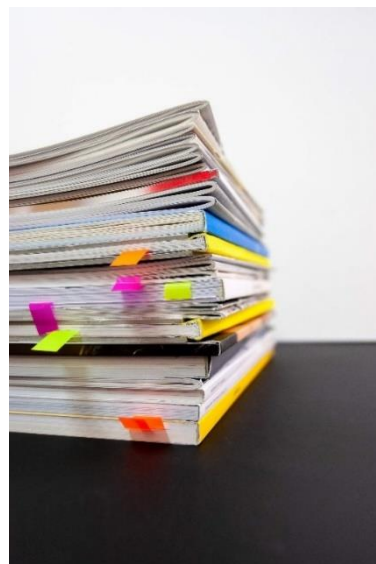
Van Leeuwen, K. (2009). Opvoeden vandaag en morgen. Een uitdaging voor ouders en de samenleving. In: K. Kelchtermans (eds.). *21 jaar opvoedingsondersteuning. Opvoeden vandaag en morgen, empowerment en sociale steun*. (pp. 18-26). Hasselt: Steunpunt opvoedingsondersteuning.

www.expoo.be/wat-weten-we-over-de-behoefte-van-ouders-omtrent-opvoedingsondersteuning

www.expoo.be/huizen-van-het-kind/werkingsprincipes/lokale-noden

www.nji.nl/nl/Download-NJi/Publicatie-NJi/Ouders-hun-behoefte-aan-opvoedingsondersteuning.pdf

8. Bronnen: Meer weten over de opzet van bevragingen



Voor de informatie in deze tool baseerden we ons op verschillende bronnen:

Baarda, B. (2009). *Dit is onderzoek! Handleiding voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Dieussaert, K., Smits, D. & Goubin, E. (2011). *Onderzoek in de praktijk. Een gids voor praktijkgericht onderzoek*. Leuven: Acco.

Elliott, J., Heesterbeek, S., Lukensmeyer, C.J., & Slocum, N. (2006). *Participatieve methoden. Een gids voor gebruikers*. Brussel: Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek - Koning Boudewijnstichting.

Evers, J. (2015). *Kwalitatief interviewen: kunst én kunde*. Amsterdam: Boom Lemma uitgevers.

Kostet I, Nys K, Verhaegen I, Van Puyenbroeck. (2018). *Persoonlijke netwerkversterking bij mensen in armoede. Een overzicht van werkmodellen en een sterke-zwakteanalyse door ervarings- en praktijkdeskundigen*. Kenniscentrum Hoger Instituut voor Gezinswetenschappen (Odisee).

Tates, K. (2010). *Online focusgroepgesprekken als methode van data verzamelen*. Kwalon, 15(2), p. 40-46.

Timmers, M. (2020). *Organiseren en begeleiden van een focusgroepgesprek of groepsinterview. Bijlage bij het vademecum bachelorproef Gezinswetenschappen*. Schaarbeek: Gezinswetenschappen - Odisee.

Timmers, M. (2020). *Kwalitatief interviewen. Bijlage bij het vademecum bachelorproef Gezinswetenschappen*. Schaarbeek: Gezinswetenschappen - Odisee.

Vanreppelen, J. (2019). *45 methodieken voor lokale beleidsparticipatie. Ook voor kwetsbare burgers!* Brussel: VVSG.

Voor- en nadelen van focusgroepen (2011).

9. Bijlagen

Bijlage 1: Meer weten over lokale bevestigingen en Huis-van-het-Kind-bevestigingen?

Aarschot: ouders met kinderen tot 3 jaar

- <https://expoo.be/het-aanbieden-van-een-kwaliteitsvol-huis-van-het-kind-in-aarschot>

Antwerpen: ouders van tieners (10-16 jaar), merendeel van Marokkaanse afkomst

- <https://expoo.be/sites/default/files/atoms/files/Eindrapport%20Stad%20Antwerpen.pdf>
- De Bruyckere, P., Dekrem, J., & Leflot, G. (2015). Omgevingsanalyse en literatuurstudie aanbod opvoedingsondersteuning bij 10 tot 16-jarigen Antwerpen. Eindrapport. Antwerpen: Thomas More.

Asse:

- <https://www.expoo.be/asse-vraagt-ouders-wat-ze-willen>
- huisvanhetkind@asse.be

Blankenberge:

- http://www.expoo.be/sites/default/files/atoms/files/opvoedingsondersteuning_blankenberge_onderzoek_ouders_en_jongeren_2008.pdf
- Agentschap Jongerenwelzijn (2008). Opvoedingsondersteuning in Blankenberge: een onderzoek bij ouders, diensten en jongeren. Brugge: Team preventie Jongerenwelzijn West-Vlaanderen.

Brussel (2019)*: aanstaande ouders en ouders met kinderen tot 6 jaar

- https://www.kcgezinswetenschappen.be/sites/default/files/publicaties/onderzoeksrapport_gezinsondersteuning_brussel_2019.pdf
- Vandewaerde, S., Fagardo, B., Nys, K., & Emmery, K. (2019). Toegankelijke gezinsondersteuning in het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad voor toekomstige ouders en ouders met jonge kinderen. Schaarbeek: Kenniscentrum Gezinswetenschappen (Odisee).
- https://www.kcgezinswetenschappen.be/sites/default/files/publicaties/samenvatting_gezinsondersteuning_brussel_2019.pdf
- Simonne.vandewaerde@odisee.be

Brussel: opvoeden in Brussel (2007): ouders met kinderen van 0 tot 6 jaar die gebruik maken van Brusselse diensten en voorzieningen

- <https://www.expoo.be/sites/default/files/atoms/files/Opvoeden%20in%20Brussel%20-%20eindrapport.pdf>
- Vandenbroeck, M., Boonaert, T., Van der Mespel, S. & De Brabandere, K. (2007). *Opvoeden in Brussel*. Gent: Vakgroep Sociale Agogiek. [schriftelijke vragenlijst en face to face = 335 ouders]

Diest

- <https://www.expoo.be/sites/default/files/atoms/files/Bevraging%20Diest.pdf>
- <https://www.expoo.be/bevraging-kinderarmoede>
- carmen.kleykens@ocmwdiest.be

Dilbeek: aanstaande ouders en ouders met kinderen

- https://www.kcgezinswetenschappen.be/sites/default/files/publicaties/eindrapport_behoeftenbevraging_hvhk_dilbeek_2016_cover_inhoud.pdf
- Nys, K., Van Leeuwen, K. & Emmery, K. (2016). *Dilbeekse Huis van het Kind in ontwikkeling. Behoeftenbevraging bij ouders*, 77 pp. Brussel: Kenniscentrum Hoger Instituut voor Gezinswetenschappen (Odisee) - Onderzoekseenheid Gezins- en Orthopedagogiek (KU Leuven).
- huisvanhetkind@dilbeek.be

Druivenstreek (2016)

- <http://www.huisvanhetkinddruivenstreek.be/surveys/8>

Genk, Campus O³: jonge gezinnen met kinderen (0-6 jaar) in enkele Genkse wijken

- <https://www.campuso3.be/file/download/19145/73EA5B0AA511457EF57BC267069969BF>
- <https://www.campuso3.be/Eropaf>
- info@campuso3.be

Kortrijk: ouders met kinderen van 12 tot 18 jaar

- <http://www.expoo.be/sites/default/files/atoms/files/Opvoedingsvragen%20-%20Kortrijkse%20ouders%20en%20jongeren%20aan%20het%20woord%281%29.pdf>
- Cattrijsse, L., & Vanderstraeten, I. (2010). *Opvoedingsvragen. Kortrijkse ouders en jongeren aan het woord*. Kortrijk: Katholieke Hogeschool Zuid-West-Vlaanderen.
- ook jongerenbevraging

Leuven: Leuvense gezinnen met een kind met een beperking tussen 0 en 24 jaar

- <https://www.huisvanhetkindleuven.be/nl/online-bevraging-bijzondere-zorg>
- info@huisvanhetkindleuven.be

Tongeren:

- <https://www.expoo.be/sites/default/files/atoms/files/rapport-def-28-02-08.pdf>
- Nielandt, B., Mertens, T., & van Haegendoren (2007). *Onderzoek naar de behoefte aan opvoedingsondersteuning in de regio Tongeren*. Hasselt: Universiteit Hasselt.

vzw De Keerkring (moeders en vaders met kinderen van 0 tot 25 jaar)

- https://www.kcgezinswetenschappen.be/sites/default/files/publicaties/eindrapport_vzw_de_keerkring_versie_2017-02-08.pdf
- Nys, K., Van Leeuwen, K. (2017). *Opvoeden en ondersteuningsmogelijkheden. Ouders en het werkveld over de rol van vzw De Keerkring en andere actoren*. Schaarbeek: Hoger Instituut voor Gezinswetenschappen (Odisee) – Onderzoekseenheid Gezins- en Orthopedagogiek (KU Leuven).

Waasland: (aanstaande) ouders

- http://www.keerkring.be/doc/rapport_behoefteonderzoek.pdf
- De Clercq, C. (2018). *Onderzoeksrapport behoefteonderzoek opvoedingsondersteuning. In de gemeenten Kruibeke, Stekene, Sint-Gillis-Waas, Temse, Waasmunster en de stad Lokeren. Sint-Niklaas: vzw De Keerkring. [online en face to face = 1585 ouders]*
- info@keerkring.be

Bijlage 2: Voorbeeld van een informed consent

Informed consent, te ondertekenen door de participant of aan te vinken in onlinebevragingmodule

Hierbij verklaar ik dat ik bovenstaande tekst begrepen heb en akkoord ga met deelname aan de bevraging zoals hierboven beschreven. Ik geef hierbij toestemming dat mijn persoonsgegevens worden verwerkt in het kader van deze bevraging.

Naam en handtekening deelnemer

Bijlage 3: *Boekje voor ouders (2019): overzicht van bevindingen van het onderzoek in Brussel, het zal bijvoorbeeld ingezet kunnen worden in workshops en buurtwandeling(en) met ouders*



Steun voor jonge gezinnen in Brussel

Boekje voor ouders

1. Waarom dit boekje?	3
2. Waar zoeken ouders steun?	5
3. Welke diensten zijn er in Brussel?	6
4. De ondersteunende rol van Kind en Gezin en ONE	11
5. Waarover stellen ouders de meeste vragen?	12
6. Op welke manier krijgen ouders graag steun?	13
7. En hoe gaat het nu verder?	14
8. Meer weten?	15

1. Waarom dit boekje?

Er is veel hulp voor jonge ouders in Brussel. Veel organisaties steunen gezinnen. Maar de gezinnen weten dat niet altijd. Ze gaan er dan ook niet naartoe. Voor de VGC (Vlaamse Gemeenschapscommissie) kan dat beter. Ze vroegen aan Odisee (Kenniscentrum Gezinswetenschappen) om een **onderzoek** te doen.

Onderzoek is heel belangrijk. Als je dingen wil verbeteren, moet je eerst weten hoe het nu is. En wat mensen graag anders zien.

De onderzoekers praatten met 277 Brusselse ouders. Ook met 31 medewerkers van 20 Brusselse diensten. Ze stelden veel vragen aan de ouders. Weten ouders waar ze naartoe kunnen? Wat vinden ouders goed? Wat kan beter? Dat staat allemaal in dit boekje.

Het waren vooral moeders die meededen met het onderzoek. Sommigen van hen waren zwanger. De meeste ouders die meededen met het onderzoek werken met twee en hebben ook een diploma.

De helft van de deelnemende ouders zijn niet in België geboren. De meesten wonen wel al meer dan 5 jaar in Brussel. In veel gezinnen spreken ze meer dan 1 taal.



Er zijn ook veel ouders zonder diploma en zonder werk in Brussel. Deze ouders hebben dikwijls weinig geld. Ze hebben ook veel andere problemen. Ze deden bijna niet mee aan het onderzoek. Dat is jammer. Gelukkig zijn er organisaties die veel met deze mensen werken. Die organisaties hebben ook meegewerkt aan het onderzoek. Ze zeggen dat deze ouders veel dezelfde vragen en zorgen hebben als de ouders die wel meegedaan hebben aan het onderzoek. Hun zorgen zijn wel veel groter. En hulp is voor hen moeilijker te vinden.

Even samengevat:

De onderzoekers stelden veel vragen aan de ouders. In dit boekje lees je wat de ouders antwoordden. Waar ze op zoek gaan naar steun. Welke organisaties ze goed kennen. Ook welke organisaties ze niet of bijna niet kennen. Bijna alle ouders kennen Kind en Gezin en ONE. Ze zeggen wat ze nu al goed vinden aan deze organisaties. Ze hebben wel nog tips om de werking te verbeteren! Ze vertellen waar ze graag informatie over krijgen. En waar ze zich zorgen om maken. En ze zeggen ook hoe ze graag ontvangen worden!

2. Waar zoeken ouders steun?

Veel ouders vragen steun aan **familie en vrienden**. Dat vinden ze ook heel fijn.

De helft van de ouders zegt dat ze geen informatie kregen over diensten in Brussel.

Daarom bekijken we hieronder welke diensten er zoal zijn. **Kijk goed in de kaders!** Al deze organisaties vind je op internet: <https://sociaal.brussels>



Steun voor jonge gezinnen in Brussel

5

3. Welke diensten zijn er in Brussel?

Gezondheid

Heel veel ouders kennen dokters en specialisten, ook de mutualiteit, en daar gaan ze ook naartoe.



Andere diensten zoals hulp voor je baby (kraamhulp) kennen ze bijna niet.

Waar kan je terecht?



<http://expertisecentrum-vollemaan.be>



<https://www.aquarelle-bru.be/>

Steun voor jonge gezinnen in Brussel

6

School en opvang

Veel ouders kennen kinderopvang, maar lang niet allemaal gebruiken ze kinderopvang. Weinig ouders kennen de school en het CLB.

Waar kan je terecht?



<https://www.kinderopvanginbrussel.be/>



<https://www.onderwijsinbrussel.be/faa/waarvind-ik-een-clb-brussel>



<http://www.enseignement.be>

Steun voor jonge gezinnen in Brussel

7

Hulp bij problemen

Veel gezinnen hebben problemen. Er zijn veel diensten die hen kunnen helpen. Kijk maar in het kader! Maar de ouders kennen ze bijna niet. Dat is spijtig. Want als je ziek bent, of depressief, of als er problemen zijn met je huis of met je kinderen, kunnen ze helpen.

Waar kan je terecht?



<https://www.mmle35.be/>



<https://www.wpgdebrug.be/>



<https://medikuregem.eu/>



<https://www.i-mens.be/ons-aanbod/opvoedingsondersteuning/ckg-sloebemest>



<https://www.cijvlaanderen.org/contact/>



<http://www.cgg-brussel.be/contact/>



<https://www.caw.be/locaties/caw-brussel-vzw/>



Steun voor jonge gezinnen in Brussel

8

Hulp bij de opvoeding

Er zijn ook diensten in Brussel die helpen bij de opvoeding. Weinig mensen kennen die.

Hieronder zie je dat er best veel diensten zijn die helpen bij de opvoeding!

Waar kan je terecht?

	https://www.huisvanhetkindbrussel.be
	https://www.facebook.com/baboesinbrussel
	https://www.kindenpreventie.be/onze-werking/inloopteams/inloopteam-brussel/
	http://www.huisdergezinnen.be/
	https://www.i-mens.be/ons-aanbod/opvoedingsondersteuning/hopon
	https://www.nascivzw.be/index.php/site/contact

Steun voor jonge gezinnen in Brussel



9

Steun voor gezinnen met baby's en kleine kinderen

In Brussel zijn er consultatiebureaus van Kind & Gezin (K&G) en van Office de la Naissance et de l'Enfance (ONE). Ze kijken daar of de baby's goed groeien. Ze geven intentingen. Ze antwoorden op vragen die de ouders hebben. Soms merken ze iets op. Dan verwijzen ze de ouders door. Zo krijgen de ouders extra steun of hulp.

De meeste ouders kennen een consultatiebureau en gaan er naartoe.

Waar kan je terecht?

	https://www.kindengezin.be
	https://www.one.be

Steun voor jonge gezinnen in Brussel

10

4. De ondersteunende rol van Kind en Gezin en ONE

De meeste mensen kennen dus Kind en Gezin en ONE. Dat is goed. Omdat veel mensen ze al kennen, hebben ze een belangrijke rol. Ze kunnen ouders ook helpen om de weg te vinden naar andere diensten.

De onderzoekers vroegen aan de gezinnen ook tips. Wat kunnen K&G en ONE doen om nog beter te worden?

Ouders willen met **al hun vragen** terecht kunnen bij K&G en ONE. Ze vinden het ook heel belangrijk dat het **gratis** is of niet veel kost.

Veel ouders vinden het heel belangrijk dat K&G en ONE **dichtbij** zijn. Ze gaan er graag te voet naartoe.

Ouders hebben ook graag dat K&G en ONE **met andere diensten samen** op dezelfde plaats is. Bijvoorbeeld de kinderopvang, een psycholoog, of een speeltuintje of een park.

Ouders vinden het fijn als K&G en ONE **veel open** zijn. Overdag, maar ook 's avonds. Ze zouden ook graag **zonder afspraak** kunnen gaan. Ouders willen ook **gemakkelijk contact** en meer mogelijkheden. Dus ook per mail, WhatsApp of telefonisch.

Steun voor jonge gezinnen in Brussel

11

Ouders willen graag een mooie, **comfortabele plek**. De kinderen moeten er kunnen spelen. Ze willen hun baby er kunnen verzorgen. Het moet er prettig zijn om te zitten.

Natuurlijk zijn er naast K&G en ONE nog veel diensten. Dat heb je hierboven in de kaders gezien. Ook daar hebben de ouders tips voor! Dat zijn dikwijls dezelfde tips als die voor K&G of ONE. De belangrijkste zijn: dichtbij zijn, vlot bereikbaar zijn, en een comfortabele locatie.

5. Waarover stellen ouders de meeste vragen?

Er zijn 3 **inhoudelijke** vragen die heel veel terugkomen:

Gaat alles goed en evolueert mijn kind normaal?

Hoe voed ik mijn kind op?

Is mijn kind gezond?

Ouders hebben ook wel vragen over hun eigen gezondheid en over geld. Maar de eerste drie vragen komen veel meer terug.

Ouders hebben ook veel **praktische** vragen. De meeste vragen gaan over kinderopvang en babysit. Ze willen graag meer weten over activiteiten voor kinderen en voor zichzelf in hun vrije tijd. Sommige ouders willen graag hulp bij problemen in hun relatie.

Steun voor jonge gezinnen in Brussel

12

6. Op welke manier krijgen ouders graag steun?

Steun kan op verschillende manieren. Door **informatie** op te zoeken op internet. Door **gesprekken** met mensen die veel weten, zoals psychologen of dokters. Door **samen met andere ouders te praten** over hoe zij het doen.

Deze verschillende manieren vinden de ouders allemaal goed.

Ouders hebben ook tips voor de **mensen die werken in de diensten**. Ze willen graag dat die goed luisteren en hen gerust stellen. Ze willen ook dat niemand anders iets over hun problemen hoort, dat alles dus vertrouwelijk gebeurt. En ook dat ze rekening houden met hun gezinsituatie.

Soms kan bijvoorbeeld een arts of K&G ouders niet helpen. Dan kunnen ze mensen **doorverwijzen**, bijvoorbeeld naar een specialist.

In Brussel spreken mensen veel **talen**. Frans en Nederlands maar ook nog veel andere talen. In de diensten spreken ze vaak Frans of Nederlands, en ook wel Engels. Er komen veel ouders die die talen niet of niet zo goed kennen. Diensten moeten er dus op letten om eenvoudig te spreken. Als het nodig is moet er een tolk zijn.

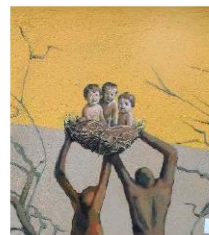
De meeste diensten voor jonge ouders in Brussel zijn **gratis**. Soms moeten ouders wel betalen. Dat kan dan soms met een afbetaling. Ouders vinden het heel belangrijk dat diensten gratis zijn of weinig kosten!

7. En hoe gaat het nu verder?

Het onderzoek is klaar. We weten nu wat veel ouders al kennen en wat nog niet. Wat ze goed vinden, en welke dingen ze nog graag willen verbeteren. Dat kon je allemaal in dit boekje lezen.

De onderzoekers gaan nu verder werken. Ze doen dat met het Brusselse Huis van het Kind en met de verschillende wijken. Ze gaan proberen de verschillende diensten goed te laten samenwerken. En daarbij houden ze de tips van de ouders in hun hoofd.

De bedoeling is dat alle jonge ouders in Brussel weten waar ze naartoe kunnen. Dat de diensten goed samenwerken. Dat ze dichtbij de mensen staan. Dat ze er alles aan doen om iedereen te bereiken, door duidelijke taal te spreken en goed bereikbaar te zijn. Dat ze doorverwijzen waar nodig. Zo kunnen alle kinderen in Brussel een goede start maken!



8. Meer weten?

Wil je meer informatie over het onderzoek?

→ Op <https://www.kcgezinswetenschappen.be/nl/gezinsbegeleiding-in-brussel> kan je verschillende documenten raadplegen.

Wil je meer weten over hoe het verder gaat?

→ Op <https://www.kcgezinswetenschappen.be/nl/ondersteuning-voor-jonge-gezinnen-in-brussel> kom je meer te weten over de plannen voor de toekomst.

Wil je meer weten over de VGC en haar engagement naar gezinnen toe?

→ De Vlaamse Gemeenschapscommissie doet van alles voor gezinnen in Brussel. Ze helpt gezinnen met vragen over kinderopvang en ondersteuning bij de opvoeding. Op <https://www.vgc.be/wat-biedt-n-brussel/gezin> vind je meer informatie.

Wil je meer weten over het Brusselse Huis van het Kind?

→ Wat is het Huis van het Kind en wat doen ze? Ouders kunnen er gratis terecht, voor een vraag, steun, een leuke activiteit met andere ouders of met de kinderen. Zie <https://www.huisvanhetkindbrussel.be/>

Ben je op zoek naar andere diensten in Brussel?

→ Neem een kijkje op <https://sociaal.brussels/search>. Je kan via de zoekfunctie informatie over Brusselse diensten vinden

