



Focusgroepen in fase 1

Voorstel methodiek

Focusgroepen zijn een goede methodiek om te polsen naar het verhaal van de cijfers. In een focusgroep breng je mensen met verschillende achtergronden bij elkaar en zoek je naar waar de echte uitdagingen liggen. We suggereren je een methodiek voor de aanpak en geven je zeven tips mee om je focusgroepen te pimpen.

Voor je verder leest:

- Met 'gemeente' bedoelen we 'stad of gemeente'
- Deze tekst is bedoeld als ondersteuning voor steden en gemeenten die de toolkit kindvriendelijke gemeente doorlopen.

Snel naar...

1. [Methodiek](#)
 - [Introduceer de deelnemers in het traject](#)
 - [Flap met alle thema's](#)
 - [Van elk thema een flap](#)
 - [Gezamenlijke bespreking van de flappen](#)
2. [Praktisch](#)
3. [Pimp je focusgroep](#)

Methodiek

Focusgroepen hebben als doel een verhaal te bouwen rond de eerder kwantitatieve bevindingen uit de data-analyse en de quickscan. De bedoeling is achterliggende verklaringen, mechanismen, toelichting bloot te leggen en te bediscussiëren.

We kiezen er bewust voor een methodiek naar voor te schuiven waarbij er een mix is van 'schrijven' en 'praten'. Zo spreek je verschillende types mensen aan en krijg je een rijkere dynamiek. Het zorgt bovendien voor meer relevante input voor het traject.

Introduceer de deelnemers in het traject

Start de focusgroep telkens met een inleiding, waarin de deelnemers geïnformeerd worden over:

- De opzet van het project als geheel;
- De visie achter kindvriendelijkheid. We zien kindvriendelijkheid als barometer voor goed beleid. We operationaliseren het begrip via de kinderrechten die dynamisch zijn en contextafhankelijk. Zo is de bescherming tegen oorlog bijvoorbeeld relevanter in Soedan dan in België. Je kunt ook maar kindvriendelijk zijn in interactie met anderen, je kan de kinderrechten niet altijd hier en nu afdwingen. Denk aan het recht op spelen: kinderen

kunnen bijvoorbeeld niet willens nillens een skateparcours bouwen op het plein tijdens de wekelijkse markt;

- Methodiek van het hele traject (fase 1 – fase 2 – strategie) en de plaats van de focusgesprekken hierbinnen.

Flap met alle thema's

Hang vervolgens een flap op met een lijst van alle thema's:

- Welzijn en gezondheid;
- Wonen;
- Veiligheid;
- Onderwijs en scholen;
- Vrije tijd (spel, sport, cultuur en recreatie);
- Mobiliteit en verkeer;
- Milieu;
- Publieke ruimte;
- Participatie en actorschap van kinderen en jongeren.

Elke deelnemer krijgt drie 'punten' om te verdelen over de thema's die hem of haar het meest relevant lijken, of drie 'punten' geven aan één thema, het thema waarover hij of zij het liefst wil praten tijdens de focusgroep. De populairste thema's, in combinatie met de thema's die uit het onderzoek naar bestaand cijfermateriaal en de resultaten van de vragenlijst die als meest prangend worden beschouwd, bespreek je eerst.

Van elk thema een flap

Van elk thema maak je een flap met daarop alle stellingen over dat thema die uit de resultaten van de vragenlijst springen. Dit omwille van duidelijke onenigheid bij de boordeling van bepaalde stellingen of omwille van een duidelijk negatieve beoordeling. Elke deelnemer mag langs de flappen gaan en bij die thema's en stellingen waarover hij/zij iets wil zeggen (Wat is mijn mening? Is de stelling waar of niet waar? Hoe komt het dat dit zo negatief beoordeeld wordt? Wat zou aan de basis kunnen liggen van de onenigheid?...) iets noteren.

De focusgroepbegeleider wandelt intussen rond en bekijkt de notities. Op basis daarvan beslist hij/zijn over welke thema's of stellingen gezamenlijke uitwisseling nog aangewezen is.

Gezamenlijke bespreking van de flappen

In een gezamenlijke bespreking kun je bepaalde stellingen nog verder uitdiepen, in discussie gaan, uitzuiveren... en prioriteiten aangeven.

Het kan nuttig zijn om in deze nabespreking vooral de focus te leggen op het blootleggen van pijnpunten, succesfactoren en uitdagingen op vlak van kindvriendelijkheid in de gemeente. Actie- en oplossingsgericht denken is uiteraard een mogelijkheid, maar zeker niet prioritair in deze fase van het traject.

Praktisch

Voor deze methodiek heb je dit nodig:

- Een flap met een lijst van alle thema's;
- Per thema een flap met daarop de te bespreken stellingen;
- Balpennen/stiften;
- Een ruimte die voldoende groot is om de flappen van de thema's verspreid te leggen en de deelnemers te laten rondwandelen;

- Iemand die verslag neemt van de gezamenlijke bespreking.

Leg twee uur vast om voldoende ruimte te laten voor discussie.

Pimp je focusgroep

Bij een focusgroep breng je vaak geïnteresseerde én geëngageerde mensen bij elkaar. Hoe zorg je ervoor dat deze bijeenkomst niet saai wordt en aangepast is aan de groep? Wij sommen enkele tips op.

1. Nodig de deelnemers uit op een prikkelende manier

Mensen komen niet zomaar naar een vergadering. Prikkel hen via je uitnodiging. Wil je bepaalde mensen er graag bij? Zorg voor een persoonlijk aanpak en maak hen duidelijk dat je hen er echt graag bij wil en waarom.

Bijvoorbeeld: deel cupcakes uit aan de collega's die je er graag bij wil. Voeg bij de cupcake de boodschap toe 'smaakt dat naar meer? Kom mee discussiëren over de kindvriendelijkheid van onze gemeente.'

2. Breng de mensen bijeen op een inspirerende plek

Sommige plekken zijn fijner om te vergaderen dan andere. Ga op zoek naar die leuke plek waar het aangenaam vertoeven is. Een link met kinderen en jongeren of kindvriendelijkheid is ook een pluspunt.

3. Geef iets te eten en te drinken

Een klassieker! Zorg voor iets kleins om te eten en drinken. Dat maakt de sfeer vaak goedertieren en los.

4. Heb aandacht voor kennismaking tussen de deelnemers

Vaak kennen deelnemers van de focusgroep elkaar nog niet (allemaal). Een korte introductie is sowieso nodig.

Dat kan ook op een leuke manier. Bijvoorbeeld: allitereer je voornaam met een bepaald adjectief dat op dat moment bij je past.

Heb je iets meer tijd? Dan kan een energizer¹ ook een leuke start van de vergadering zijn.

5. Breng de stellingen aan op een behapbare manier.

Dit kan bijvoorbeeld door het visueel voorstellen van enkele resultaten uit de quickscan, zoals een infographic².

6. Zorg voor een leuke methodiek om de deelnemers thema's te laten kiezen.

In principe is er onvoldoende tijd om alle thema's te bespreken. Je zal hier dus een selectie in moeten maken, samen met de deelnemers. Grijp het kiezen van de thema's aan om een leuke methodiek te gebruiken.

¹ Inspiratie vind je hier: <https://ambrassade.be/nl/kennis/werkvormen>

² Dit hoeft niet ingewikkeld of tijdrovend te zijn: <http://thefloorisyours.be/blog/infographics/>

- Bijvoorbeeld: via een online platform zoals Kahoot³ of Poll Everywhere⁴ waarbij je de groep digitaal kan laten participeren. Zo kan je stellingen voorleggen, een open vraag stellen waarvan de antwoorden een woordenwolk vormen, deelnemers laten stemmen tussen bepaalde thema's... Van belang is dat je hierbij de nodige technische voorzieningen hebt (wifi-verbinding, alle deelnemers hebben een ipad, laptop of smartphone nodig...).
- Bijvoorbeeld: de kauwgomballenmethodiek. Iedere deelnemer krijgt drie kauwgomballen. Je kan op een thema stemmen door een gekauwde kauwgom te plakken op die flap.

7. Zorg nadien voor een korte terugkoppeling aan de deelnemers

Eerlijke participatie is ook terugkoppelen van de informatie aan participanten én transparantie over het proces. Bespreek met de deelnemers van de focusgroepen of en hoe zij over het verdere traject geïnformeerd willen worden. Een terugkoppeling van de resultaten van de focusgroep waar zij in zetelden is het minimum.

Een terugkoppeling kan via mail, maar ook via een blog, de gemeentelijke website of social media.

³ <https://kahoot.com/>

⁴ <https://www.polleverywhere.com/>