



**M.A.S.**

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)



## Burgerparticipatie in het kader van (de opmaak van) de meerjarenbeleidsplanning

Kwalitatief onderzoek middels gesprekstafels

13 oktober 2019

---



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## INHOUDSTAFEL

<b>1.</b>	<b>OPZET, ORGANISATIE EN VERLOOP VAN DE GESPREKSTAFELS .....</b>	<b>3</b>
1.1	Opzet.....	3
1.2	Organisatie .....	4
1.3	Opbouw en verloop van de gesprekstafels (inhoudelijk).....	6
<b>2.</b>	<b>ANALYSE.....</b>	<b>7</b>
2.1	Overzicht en inleidende bemerkingen .....	7
	<b><u>THEMA's</u></b>	
2.2	RUIMTE & INFRASTRUCTUUR.....	9
2.3	NATUUR – MILIEU & ENERGIE .....	10
2.4	WONEN & WOONOMGEVING .....	11
2.5	CULTUUR & VRIJE TIJD .....	13
2.6	ONDERWIJS & VORMING.....	14
2.7	WELZIJN.....	15
2.8	DIENSTVERLENING.....	16
2.9	ONDERNEMEN & WERKEN.....	18
2.10	MOBILITEIT .....	19
<b>3.</b>	<b>TER AFRONDING .....</b>	<b>21</b>
<b>4.</b>	<b>ADDENDUM .....</b>	<b>22</b>



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 1. Opzet, organisatie en verloop van de gesprekstafels

### 1.1 Opzet

Een gemeentebestuur en de inwoners zijn elkaars partners. Dit impliceert dat Galmaarden zoals elke gemeente luistert naar haar inwoners en hem of haar meeneemt in het beleid. Burgerparticipatie is daarbij het sleutelwoord, te verstaan als het bewandelen van een participatietraject met de inwoners.

Een participatietraject als dit heeft als doel de speerpunten uit de bestuursnota of het beleidsprogramma verder in te kleuren en concreet te maken. De vraag stelt zich: hoe kunnen de diverse doelstellingen die het beleidsprogramma vooropstelt gerealiseerd worden? Hoe percipieert de inwoner, de Galmaardenaar deze zaken? Wat zijn de sterke punten en wat zijn en aandachtspunten? Welke ideeën zijn er?

Middels gespreksavonden wordt een eerste spoor bewandeld. Op deze gespreksavonden worden de meest relevante beleidsthema's besproken en bediscussieerd: hoe worden deze thema's en mogelijke invulling door de inwoners ervaren naar sterkten, zwakten, enz.; wat leeft er bij de inwoners? waar ligt men van wakker? welke 'problematieken' dienen prioritair aangepakt te worden?

De gemeente Galmaarden selecteerde 9 thema's aan de hand van de Omgevingsanalyse 2020 – *Inspiratienota*. M.A.S. werkte deze thema's verder uit en gaf daaraan verdere inkleding aan de hand van dezelfde *Inspiratienota*, van het werkdocument BBC 2020-2025, alsook van de resultaten van de burgerparticipatie van 6 jaar geleden. Dit draaiboek werd vervolgens in samenspraak met en met input van medewerkers van het bestuur verder gefinaliseerd.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 1.2 Organisatie

Er hadden drie gespreksavonden plaats, namelijk te Tollembeek op woensdag 25 september in zaal Willem Tell, te Galmaarden op donderdag 26 september in het Baljuwhuis en op maandag 30 september te Vollezele in het sportcomplex van SKO Vollezele.

Er waren door het bestuur van Galmaarden negen thema's geselecteerd (zie verder). Op elk van de drie bovengenoemde avonden kwamen drie verschillende thema's aan bod zodat de negen thema's volledig afgedekt waren.

Per thema was een gesprek en discussie voorzien van 30-45 min, en er werd gewerkt met een doorschuifstelsel. Dit doorschuifstelsel bestond erin dat er drie (fysische) tafels waren met een facilitator waaraan de deelnemers aanschoven. Elke tafel was gewijd aan één enkel thema. Na het gesprek/discussie schoven de deelnemers door naar een volgende tafel. De facilitator bleef bij haar of zijn thema en schoof niet door.

De deelnemers werden door de gemeente Galmaarden 'gerekruteerd' door een oproep aan de burgers – via verschillende kanalen – om zich spontaan in te schrijven voor deze participatieavonden. Er werd door de gemeente Galmaarden er voor gezorgd dat geen actieve mandatarissen (gemeenteraadsleden en schepenen) aanwezig zouden zijn.

Zowat veertig verschillende mensen boden zich spontaan aan, verschillenden voor twee avonden, een aantal zelfs voor de drie avonden. Dit maakte dat er per tafel telkens 6 tot 10 deelnemers plaats namen. Gezien het doorschuifstelsel waardoor elke participant op de respectievelijke avond aan elk thema deelnam (zie hierboven) leidde dit tot 20 à bijna 30 deelnemers per onderwerp.

Op het einde van elke avond werd aan de deelnemers gevraagd om een evaluatieformulier in te vullen. Hieruit bleek – samengevat – dat ze ten eerste deze gespreksavonden apprecieerden, zowel het organiseren van deze avonden op zich, de onderwerpen die aan bod kwamen, de constructieve dialoog (ook 'open gesprek, geen politiek invloed') alsook de ontvangst.

Voor verbetering vatbaar waren – voor enkelen/sommigen – het te rigoureuze opsplitsen van de thema's waardoor bepaalde zaken niet aan bod *mochten* komen (vb. het aspect mobiliteit binnen het thema 'onderwijs en vorming' (zie ook later)), de soms te beperkte tijd om alle deelaspecten te kunnen bespreken en de akoestiek (niet altijd).



# M.A.S.

## Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

Bovendien, zo lazen we, spreken vele deelnemers zich uit voor een herhaling van deze avonden en vraagt men naar feedback van wat er uit deze avonden zal voortvloeien (*ik heb het gevoel dat er geluisterd is en hoop dat er bij het uittekenen van de oplossingen ook geluisterd wordt naar de inwoners*).

### Praktisch verloop

De deelnemers werden ontvangen tussen 19h15 en 19h30. Vervolgens werd door de gemeente (Lesley Vermeir) het objectief van de participatieavond voorgesteld (participeren aan het beleid, input geven), werden concrete voorbeelden meegegeven van wat Galmaarden wel/niet gerealiseerd heeft na de vorige participatieavonden en werd aangegeven wat de volgende stappen zijn.

Vervolgens werd door M.A.S. het praktisch verloop van de avond geschetst en wat er van de aanwezigen (deelnemers) verwacht werd.

Nadat de facilitator zich aan de deelnemers van de respectievelijke tafel had voorgesteld en de deelnemers zich aan elkaar, werd met het eerste thema gestart. Er werd naargelang de avond afgerond tussen 22 en 23 h.

### Facilitatoren

De facilitatoren waren medewerkers van het bestuur van Galmaarden, telkens drie per avond. Hen werd erop gewezen dat het mogelijk was dat zij sommige deelnemers aan hun tafel persoonlijk kenden en anderen minder of niet, waarbij het belangrijk was om hiervan abstractie te maken en iedereen op gelijke voet te behandelen. Ook werd hen erop gewezen dat zij als facilitator de gesprekstafel leiden, te verstaan als het thema in de hand houden en zorg dragen dat de discussie tot dit thema beperkt bleef.

Tegelijkertijd werd hen opgedragen ervoor te zorgen dat geen van de deelnemers de discussie zou gaan domineren en dat iedereen in dezelfde mate aan bod zou kunnen komen. Prioritair – werd aan hen (= de facilitatoren) gesteld - is het luisteren naar wat de deelnemers over het thema te vertellen hebben en de suggesties die zij aandragen; alsook om aan de deelnemers te vragen telkens zo concreet mogelijk te zijn.

Aan de deelnemers werd meegegeven (M.A.S.) dat het niet de bedoeling was om persoonlijke dossiers aan te kaarten, noch aan politiek te doen door bvb. bepaalde realisaties of te realiseren zaken toe te schrijven aan het conto (of juist niet) van partij x, y of z. Ook werd hen gevraagd zo concreet mogelijk te zijn en zich niet te verliezen in vage concepten. Tot slot werd de anonimiteit benadrukt om hen toe te laten open en ongedwongen te discussiëren, en werd ons respect voor hun mening uitgedrukt.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 1.3 Opbouw en verloop van de gesprekstafels (inhoudelijk)

*Hieronder geven we in min of meer detail de opbouw (en verloop) van de gesprekstafels. Dit is noodzakelijk om deel 2 (analyse) en meer nog de gedetailleerde feedback (zie rapport in bijlage) te kunnen vatten.*

Eerst stelde de facilitator het thema voor (bvb. 'dienstverlening') en situeerde dit thema eerst qua onderwerp op zich en vervolgens binnen het geheel van de negen thema's. Ook werd ter afbakening van het thema aangegeven welke onderwerpen wel<sup>1</sup> en welke onderwerpen niet in het respectievelijk thema passen (omdat deze laatste onderwerpen in een ander thema aan bod kwamen<sup>2</sup> en om er voor te zorgen dat het thema binnen de voorziene tijdsspanne kon afgewerkt worden)<sup>3</sup>.

Daarna werd gevraagd om op groene en rode post'its te noteren wat de gemeente over de afgelopen jaren gerealiseerd heeft, zowel wat geslaagd/succesvol was (groene post'its) als wat minder geslaagd/minder succesvol was (rode post'its).

Daarna werden deze post'its verzameld, gegroepeerd op de flip chart en voorgelezen. Dit vormde dan de start van de discussie over wat de deelnemers het meest respectievelijk het minst geslaagd vonden. Soms werden verduidelijkingen op de post'its genoteerd, in andere gevallen werd dit op een afzonderlijke pagina genoteerd.

In het tweede gedeelte werd – mede op basis van het eerste deel dat hierboven beschreven is – ingegaan *op wat de gemeente de volgende jaren prioritair moet doen*. Opnieuw werd gebruik gemaakt van post'its waarop de deelnemers verschillende zaken konden noteren.

In het geval er nog tijd restte kon de facilitator nog een aantal concrete voorbeelden<sup>4</sup> geven van zaken die nog niet aan bod gekomen waren, feedback vragen en deze noteren.

---

<sup>1</sup> Ter 'verruiming' van het denkkader van de deelnemer.

<sup>2</sup> Met als doel de focus op het respectievelijk thema te houden en om dit niet te 'contamineren' met onderwerpen die bij een ander thema horen.

<sup>3</sup> In afwijking hiervan werd op de eerste avond na de situering van het thema binnen de groep van negen thema's eerst aan de participanten als 'opwarmer' gevraagd de onderwerpen binnen dit thema op te lijsten door deze onderwerpen te noteren op een gele post'it. Deze post'its werden vervolgens op een flip chart opgehangen wat het startpunt vormde voor het aflijnen van het thema door de facilitatoren. Echter bleek dat deze eerste stap teveel tijd in beslag nam om het thema mooi binnen de voorziene tijdsspanne af te ronden. Bijgevolg werd op de volgende avonden hiervan afgeweken en werden de onderwerpen onmiddellijk op de flip charts aangebracht en door de facilitatoren verduidelijkt.

<sup>4</sup> Bij elk thema hoorde een lijst met tot een tiental heel concrete en specifieke voorbeelden alsook suggesties waarvan de facilitator kon gebruik maken.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2. Analyse

### 2.1 Overzicht en inleidende bemerkingen

De hoofdthema's die aan bod kwamen, telkens drie per avond, waren in volgorde:

- Natuur – milieu & energie
- Ruimte & infrastructuur
- Wonen & woonomgeving
- Cultuur & vrije tijd
- Onderwijs & vorming
- Welzijn
- Dienstverlening
- Ondernemen & werken
- Mobiliteit

In wat hierop volgt bespreken we deze hoofdthema's één voor één. Vooreerst echter – en verder ter interpretatie – geven we graag de volgende bemerkingen.

1. Dit onderzoek is kwantitatief van aard. Bij deze gesprekstafels konden de deelnemers spontaan en ongedwongen praten over de aangereikte thema's. Niettegenstaande de behoorlijke opkomst blijft dit een kwalitatief onderzoek op basis van een veertigtal mensen. Dit moet ertoe leiden dat de resultaten niet mogen gelezen worden als een statistisch betrouwbaar onderzoek met resultaten die representatief zijn voor de bevolking in Galmaarden in totaliteit, alsook voor de onderscheiden doelgroepen zoals groepen in functie van woonplaats (dorp) – Galmaarden, Tollembeek en Vollezele -, of in functie van leeftijd, of beroepsactiviteit, of ... .

Een kwantitatief onderzoek zal zich dan ook op een bepaald moment opdringen, een onderzoek dat noodzakelijk is om een representatief beeld te bekomen over de mening en visie van de bevolking<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> We kunnen ons best voorstellen dat het bestuur later graag een representatieve kwantitatieve studie onder de inwoners van Galmaarden zou wensen uit te voeren. Gezien onze ervaring (M.A.S. heeft in opdracht van de Vlaamse overheid voor alle Vlaamse steden en gemeenten – met inbegrip van Galmaarden – de **Gemeentemonitor** mogen uitvoeren) werken we derhalve desgewenst later graag een voorstel uit.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

Desalniettemin heeft een kwalitatief onderzoek als dit meer dan zijn waarde door de rijkdom aan persoonlijke visies, persoonlijke ervaringen en concrete suggesties en aandachtspunten die geformuleerd en uitgesproken zijn.

2. Dit onderzoek (deze negen tafels) heeft aanleiding gegeven tot niet minder 1.789 stuks neergeschreven positieve punten, negatieve punten, prioritaire aandachtspunten, notities, bemerking en dergelijke. Na fatsoenering en oplijsting was het resultaat een excel-rapport van niet minder dan 68 pags., een rapport dat een bijlage is bij dit document.

Deze bijlage is per thema telkens opeenvolgend opgebouwd uit (1) de positieve realisaties van de gemeente, (2) de negatieve punten, te verstaan als zaken waar te weinig is op ingezet, of manco's uit het verleden of verbeterpunten, (3) de prioriteiten in hoofde van de deelnemers en in een aantal gevallen aangevuld met (4) bijkomende notities van de moderatoren/facilitatoren. Voor de thema's van de eerste avond (dit zijn de eerste drie thema's die hierop volgen) wordt in deze bijlage elk thema ingeleid door de elementen die de deelnemers spontaan naar voor schuiven als zijnde een onderwerp dat bij dit thema hoort<sup>6</sup>.

3. Wanneer we kijken naar wat de participanten genoteerd hebben, dan is er de vaststelling dat deze participanten niet altijd zwart-wit (negatief-positief) denken, maar bij hun negatieve feedback dikwijls ook positieve punten aanhaalden en vice versa. Daarnaast gaven de deelnemers heel frequent heel concrete punten die in het verder verslag niet in detail opgenomen zijn. Wat dit betreft verwijzen we met deze naar de bijlage.

In wat nu volgt geven we de hoofdlijnen weer van wat uit elke gesprekstafel is gekomen. Dit moet u telkens zien als een compilatie van de belangrijkste punten, met – maar eerder uitzonderlijk – een effectief voorbeeld. Gelieve te noteren dat dit telkens niet onze mening betreft – we zijn in dit eerder een toeschouwer – maar wel de mening en visie van de Galmaardse participanten.

---

<sup>6</sup> Wat we "Aflijning" genoemd hebben.





# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.2 RUIMTE & INFRASTRUCTUUR

Het thema 'ruimte & infrastructuur' omvat (1) de 'publieke of openbare ruimte' (straten, pleinen, kerkhoven, Baljuwtuin, terreinen, grachten, bermen, sportpleinen, speelterreinen, voetwegen, fietspaden, parkeerplaatsen in centrum, voetpaden, bouwvoorschriften, landschap, ... openbare verlichting, rioleringsnet, ...) en (2) de 'publieke of openbare gebouwen' (gemeentehuis, OCMW-Sociaal Huis, schoolgebouwen, ...: zowel wat betreft de bestemming, de herbestemming, (her)inrichting, ...).

Naast deze 'publieke ruimte' komt aan een andere gesprekstafel het onderwerp 'private ruimte' (wonen en woonomgeving) aan bod. Gelieve ook te noteren dat dit thema 'publieke ruimte' niet de onderwerpen mobiliteit, verkeer en verkeersveiligheid omvat.

Eerst stelden we de open vraag aan de respondenten wat de zij als deelnemer verstaan onder het thema 'Ruimte & Infrastructuur'. Uit deze antwoorden bleek dat voor de respondenten elementen als energie, natuur, mobiliteit, verkeer, ... evenzeer onder dit thema plaatsen, naast sport- en speelpleinen, parkeerplaatsen, de kerk, ... . Bijgevolg werd het thema voor de deelnemers eerst beperkter afgelijnd in de termen zoals dit hierboven beschreven is.

Positief vinden de respondenten de extra parking aan het Sociaal huis, de aanplant van streekeigen groen in wegbermen, het sportplein in Galmaarden, wandelpark langs de Mark, ... .

Negatief, of punten waar de respondenten vragende partij voor zijn, zijn: meer en betere parkings (op verschillende plaatsen), vergroening-verduurzaming van het publiek patrimonium. Ook vraagt men aandacht voor het behoud van de open ruimte en (snelle) herbestemming van de kerk.

Andere prioriteiten voor komende legislatuur zijn - volgens de deelnemers - meer groen (bebossen, groene corridors, groen op speelplaatsen), herbestemming leegstand andere gemeentelijke gebouwen (pastorie, ...) of nog: "consequent omgaan en invulling geven aan bestaande infrastructuur; inclusief 'meer gebruiksmogelijkheden geven aan verenigingen', wandelnetwerk uitbreiden/vervolledigen en inzetten op sport en jeugd (sportplein, polyvalente sportzaal, speelterrein, speelbos, ...).



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.3 NATUUR – MILIEU & ENERGIE

Dit hoofdthema omvat als subthema's: groen – natuur – bossen, energie – duurzaamheid, afval – zwerfvuil – sluikstorten en sensibilisering – voorlichting – begeleiding. Daarentegen gaat het binnen dit thema niet over mobiliteit & verkeer (en dus ook niet de (aanleg van) wandel- en fietspaden) en wonen. Deze beide thema's komen later aan bod.

Zoals voor het eerste thema stelden we eerst de open vraag aan de respondenten wat de zij als deelnemer verstaan onder het thema 'Natuur – Milieu & Energie'.

Bebossing en inclusief bosbeleid (ook aanplanten van hagen), zwerfvuil en opruimen straatkanten alsook duurzaamheid openbare en particuliere gebouwen (inclusief stimulering en subsidiëring) komen regelmatig aan bod.

Positief vinden de respondenten "alles" wat rond de Mark gebeurt (beplanting, wandelweg en Markpad (aanleg en onderhoud). Het bermbeheer krijgt ook extra punten.

Minpunten zijn dan weer – in hoofde van de participanten - het gebrek aan visie, het soms gebrekkig of verkeerd onderhoud (bvb. van grachten), het niet aanpakken van wateroverlast, de voorrang die soms aan beton wordt gegeven, ... en dit naast enkele nog andere concrete punten.

(Andere) prioriteiten voor de eerstkomende jaren zijn: ontwikkelen van visie, acties gericht naar boom en groen (zoals begeleiding voor privépersonen die groene aanplantingen willen doen, infoavond over aanplant, boomplantacties, subsidiëren van verkoop bomen en struiken, ...), meer (gerichte) controles (zwerfvuil, heraanplant, afvalverbranding, ...).

Voor de Baljuwtuin verwijzen de deelnemers naar nogal wat zaken die ook naast volwassenen ook gericht naar kinderen, ouderen en mindervaliden als (in willekeurige volgorde): speeltuigen, avontuurlijke speelhoek, kruidenpad, beplanting die schaduw geeft, water (vijver, beekje), (bio-)volkstuintjes, veilige overdekte stalling voor fietsen en steps, blote voetenpad, takkenbos voor kampen, pic-nic plaatsen, arboretum, ... maar evenzeer crea workshops, ...



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.4 WONEN & WOONOMGEVING

De hoofding 'wonen & woonomgeving' betreft de private woningen en de private woonomgeving in tegenstelling tot de 'ruimte en (publieke) infrastructuur' dat het eerste thema (1.1) uitmaakte.

Als aangegeven gaat dit thema niet over 'ruimte en (publieke) infrastructuur', maar ook niet over 'verkeer en verkeersveiligheid' ook al wordt (werd) dit door sommige deelnemers als dusdanig wel initieel gepercipieerd. Wat wel onder dit thema valt zijn subthema's als (a) vergunningsbeleid (wat mag, mag niet, moet), (b) sociaal woonaanbod en sociale woningen, (c) woningrenovatie en energiezuinig wonen en (d) veilige omgeving.

Eerst stelden we de open vraag aan de respondenten wat de zij als deelnemer verstaan onder het thema 'Wonen & woonomgeving'. Uit deze antwoorden bleek dat de meeste respondenten een vrij goed beeld hadden over wat dit thema inhoudt, met antwoorden als bouwstop en bouwovertredingen, méér entiteiten in één woning, verkavelingen, premies in verband met renovatie, ...

Niettegenstaande de meeste respondenten het thema vrij goed vatten, kunnen zij weinig positieve elementen aanhalen wat betreft de realisaties over de afgelopen jaren (voorbijde legislatuur). Dit mag niet begrepen worden alsof er weinig positiefs was, wel dat ze de activiteiten en inspanningen over de voorbije jaren allicht moeilijk kunnen 'plaatsen'. Sommigen praten wel over 'de vrijwaring van stukken natuur voor bebouwing', anderen over 'premie onderhoud wilgen', 'mobiele infowagen (energie, renovatie, ...)', 'gemeentelijke subsidies voor renovatie', ... maar dat is het ongeveer zowat.

De deelnemers halen veel meer negatieve elementen aan. Dit betreft zowel zaken waar de gemeente Galmaarden ons inziens weinig impact op heeft (als bestaande RUPs bvb., of Vlaamse regelgeving, of historische verankerde situaties). Dit leiden we bvb. af uit antwoorden als 'teveel grond voor bebouwing ingenomen', of 'vele landelijke wegen werden de laatste jaren volgebouwd'.

Als we abstractie maken van bemerkingen die eerder in andere thema's thuishoren (verplaatsingen, groen, speelruimte, fietspaden, bossen, ..) krijgen we vooral antwoorden in relatie tot (1) stedenbouw: 'geen stedenbouwkundige eenheid', 'gefaald in open visie naar het invullen van bijkomende woonruimtes', ..., in relatie tot (2) premiestelsels als bvb. 'te weinig premies voor klimaatbeschermende maatregelen als opvang regenwater, ...', soms ook in relatie de betaalbaarheid van sociale woningen en *cohousing*'.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

In de discussie die daarop volgde, en dat zien we ook in de prioriteiten terug wordt verder op deze *cohousing* in de ruime betekenis van het woord ingegaan. Dit betreft dan zaken als het stimuleren van kangoerewoningen, de herbestemming van woningen (toelaten van opdeling van bvb. oude boerderijen in verschillende wooneenheden), ... .

In deze zelfde discussie kwam ook het aspect 'veiligheid' aan bod. Dit betreft dan niet de verkeersveiligheid, maar wel de veiligheid in de buurt. Daarbij bleek dat dit niet men dit niet echt als een probleem ervoer, niet echt iets waar men van wakker ligt. Verder kwam in deze discussies ook sociale woningbouw en sociale woningen aan bod, maar dan vooral in de context van herbestemming van wat al bestaat (aan woningpark en patrimonium) eerder dan nieuwbouw; en bleek er ook een behoefte aan informatie te zijn, bijvoorbeeld over premiestelsels.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.5 CULTUUR & VRIJE TIJD

Onder 'cultuur en vrije tijd' vatten we *cultuur* met inbegrip van de bibliotheek, *jeugd*, *sport*, en *evenementen*.

De participanten appreciëren het ruime aanbod, de vele activiteiten, de bibliotheek, de academie in het Baljuwhuis en het jeugd- en sportaanbod.

Tegelijkertijd zijn de participanten vragende partij voor méér communicatie (over het rijke aanbod én over de mogelijkheden/infrastructuur die de gemeente aan verenigingen kan bieden, met inbegrip van praktische aspecten van "hoe aan te vragen" en de gebruiksvriendelijkheid van evenementenaanvragen). Zij vragen in dit verband ook om (nog) meer mensen, activiteiten, hobby's, ... in de kijker te plaatsen en de mogelijkheden die het Baljuwhuis biedt verder te exploiteren.

Zowat allen zijn er van overtuigd dat 'cultuur' in de brede zin, dus met inbegrip van activiteiten, infrastructuur voor organisaties een prachtig bindmiddel is om mensen samen te brengen. Men vraagt wel om aandacht te hebben voor het wegnemen van schotten tussen bvb. jeugd – cultuur – sport (vermijden van 'hokjes-werking') en om er voor te zorgen dat de activiteiten een breed publiek aanspreken.

De deelnemers zijn wel van mening dat er meer moet samengewerkt worden tussen de verenigingen – "verenigingen verenigen" - voor sommigen over de gemeentegrenzen heen. Van de bibliotheek verwacht men dan weer wel dat de bibliotheek zich – meer dan nu – ook zou richten naar bepaalde doelgroepen (ouderen bvb.) en met een ruimere finaliteit dan nu het geval is. Moderniseren en digitaliseren horen we hier en daar.

Aandacht voor het erfgoed mag niet ontbreken, met inbegrip van historische gebouwen en routes. En tot slot pleiten sommigen er voor om website uit te breiden, te updaten en te dynamiseren als een belangrijke communicatietool.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.6 ONDERWIJS & VORMING

De hoofding 'onderwijs en vorming' betrof de volgende subthema's: digitale infrastructuur (ICT), fysieke infrastructuur, schoolomgeving en beleid in het algemeen (quota (aantal II), voorrangregels, ...). Mobiliteit en verkeersveiligheid enerzijds en (school)gebouwen (oprichting, renovatie, vervanging, ...) behoorden niet tot dit thema omdat deze deel uitmaken van een ander thema.

Positief vonden de deelnemers de nieuwe klassen/schoolgebouwen op de eerste plaats, en vervolgens (telkens 1x): veilige oversteekplaatsen, kinderopvang, volwassenenvorming en inschakeling vrijwilligers.

Wanneer het negatieve punten betreft, dan verwijzen zeer veel participanten naar de (niet-)veilige schoolomgeving op de eerste plaats, en vervolgens naar het aanbod voor volwassenen (volwassenenvorming).

Het hoeft dan ook niet te verwonderen dat veiligheid (veilige schoolomgeving en veilige toegankelijkheid) hét prioritaire aandachtspunt moet zijn voor zeer veel deelnemers, en dit naast het accent op (verdere) digitalisering en volwassenenvorming (met aanbod als taal en ICT).

Andere aspecten als een inschrijvingsbeleid, (meer) aandacht besteden aan (meer) bewegen en gezonde voeding, aandacht voor kansarme kinderen en gecentraliseerde kinderopvang (voor/na) kwamen amper of niet aan bod.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.7 WELZIJN

De hoofding 'Welzijn' omvat vrij veel domeinen, en betreft bvb. het sociaal beleid op zich (en in relatie tot de verschillende doelgroepen: senioren, gehandicapten, kansarmoedegroepen, kinderen, ...), samenwerking met partners en derden, eenzaamheid, zorg, gezondheid, (kans)armoede, toegankelijkheid/drempels naar Sociaal huis en integratie van nieuwkomers. Algemene dienstverlening (vanuit Galmaarden naar haar bevolking) hoorde dan weer niet tot dit thema.

Tijdens de gesprekken refereerden de deelnemers positief naar punctuele zaken/initiatieven als vooral het Dorpsrestaurant, de bedeling van voedselpakketten, poets- en klusjesdienst en verder ook Kaffee Matinee en De Okkernoot.

Het belangrijkste negatieve punt is het gebrek aan kennis en informatie over de zaken waarvoor men in het Sociaal huis terecht kan. Men verwijst dan zowel naar doelgroepen als jongeren, jonge gezinnen, 65-plussers, hulpbehoevenden.

Werkpunt is (dus) zeker **informatieverstrekking op maat** waarbij ook rekening moet gehouden worden met het gebrek aan digitale competenties bij (sommige) doelgroepen. De deelnemers geven in dit verband verschillende concrete ideeën waarbij wij hier verwijzen naar de bijlagen met de gedetailleerde feedback.

Waar de gemeente Galmaarden zeker (verder) ook aandacht zal moeten besteden is het aspect 'vereenzaming', wat meer en meer een eikel punt lijkt te worden. Ook hier geven de deelnemers concrete tips (zie bijlagen).



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.8 DIENSTVERLENING

De hoofding 'Dienstverlening' betrof de openingsuren (publieke dienstverlening), de digitalisering en sociale media, de voorlichting & communicatie en de infrastructuur (zoals fysieke toegankelijkheid van de publieke gebouwen).

De toegankelijkheid van de gebouwen scoort positief alsook de vriendelijkheid van het personeel aan het onthaal en de dienstverlening aan het loket. Idem wat betreft de uitleg-voorlichting door ambtenaren.

Sommige deelnemers zijn vragende partij voor een uitbreiding van de openingsuren 's avonds, bvb. tot 20-20:30, vooral voor de werkende pendelaars, voor anderen zijn de openingsuren dan weer OK. Allicht heeft dit te maken met de persoonlijke situatie en daginvulling van de betrokkenen. Niemand heeft bemerkingen over de wachttijden.

"**Samen**" is een belangrijk communicatiekanaal. Wel is men vragende partij voor: het behouden van de papieren uitgaven naast tegelijkertijd een digitale uitgave, een hogere frequentie (6x per jaar). Wel vindt men 'kan de informatie uitgebreider', en vooral is men vragende partij over 'meer inlichtingen' over het Sociaal huis, bijvoorbeeld onder de vorm van een uitneembare katern.

Over de **Facebook-pagina** van Galmaarden is men ook te spreken, zij het dat men daar ook vraagt naar het toevoegen van 'meldingen' bvb. in het kader van wegwerkzaamheden. Deze Facebook-pagina is zeker een belangrijk instrument voor de burger om de vinger aan de pols te houden, en we kunnen dan ook alleen maar aanbevelen om verder op dit instrument in te zetten.

De **website** van de gemeente scoort daarentegen minder. De participanten vinden deze website niet altijd even handig, onoverzichtelijk en is ook digitaal geen voorloper vindt nog een andere deelnemer. "Waarom ook geen overzicht van de verenigingen en handelaars" stelt nog iemand anders.

Naast communicatie via Samen, via Facebook en via de website van de gemeente suggereren enkelen ook naar gerichte **email-communicatie**.

Echter maakt men ook terecht de opmerking dat Galmaarden niet alles op het digitale mag inzetten, dat er ook nog een niet onbelangrijke groep van burgers is die geen of minder digitale mogelijkheden en competenties hebben.





# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

Of nog, digitalisering kan, mag en moet (bijvoorbeeld ook voor attesten (\*)); maar mag zeker niet het enige kanaal worden.

(\*) Red.: en kan daardoor ook voor een stuk een antwoord bieden op de vraag naar uitgebreidere openingsuren.

Andere vragen en bemerkingen gingen over *free wifi* in het Baljuwhuis (en ook in Willem Tell en SKO Notelaar), (betalende) openbare toiletten op fiets- en wandelroutes, meer equipment in de Notelaar (keukenmateriaal, warm water), (extra) fietsparking bij het sportveld Galmaarden (ook voor SKO Vollezele en Baljuwhuis), aparte ruimte in het gemeentehuis om persoonlijke dossiers te bespreken (privacy !), oprissen van Willem Tell, het meer kunnen gebruiken van gemeenschapsgebouwen en -ruimten (als bvb. turnzaal scholen).



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.9 ONDERNEMEN & WERKEN

Dit thema betreft lokale handel(aars), horeca, zelfstandigen, land- en tuinbouwers en regionale tewerkstelling. Mobiliteit en Ruimte & infrastructuur vallen buiten dit thema gezien dit afzonderlijke thema's waren.

Het thema 'ondernemen en werken' is veelal een heikel punt; ook in Galmaarden is dit het geval. Enerzijds is men voorstander van het stimuleren van lokale en regionale tewerkstelling, anderzijds vrezen anderen dan weer de impact op mobiliteit, parkeerdruk, ...

Vandaar bijvoorbeeld bij sommigen het pleidooi voor een KMO-zone, terwijl anderen dan liefst geen KMO-zone zien verschijnen. Sommigen zeggen dan weer dat een algemene visie ontbreekt.

Een vergelijkbare problematiek stellen we vast wat betreft land- en tuinbouw. Enerzijds is men van oordeel dat de verkoop van lokale producten moet gefaciliteerd worden, terwijl anderen (en soms dezelfde) bemerkingen hebben over de landbouwmachines op de straat (te groot / te snel), de ontoereikende inrichting van de landbouwpercelen met modderstromen op straat en controle op het uitvoeren van mest.

De deelnemers aan dit thema zijn doorgaans vragende partij voor meer horeca en handelszaken in de kernen, maar zien niet onmiddellijk in hoe dit door de gemeente kan gerealiseerd worden.

Toch geven de deelnemers een aantal tips: een handelaarsvereniging gestuurd door de gemeente, een oplijsting van lokale handelaars (handelaarsgids), info voor starters of startersloket, promotie regionale producten, een ondernemingsloket, opzetten van een werkwinkel, markten met streekproducten, herinrichting dorpskern(en) om deze aantrekkelijker te maken voor de vestiging van horeca, plaatselijke openbare aanbestedingen naar lokale handelaars, zelfstandigen en vakmensen richten, ... maar evenzeer promotie hoevertoerisme en dergelijke.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 2.10 MOBILITEIT

Het spreekt voor zich wat het thema mobiliteit inhoudt, in casu weg- en andere infrastructuur en verkeersveiligheid. Uit de andere gesprekstafels bleek al vlug dat *mobilititeit* in de ruime betekenis, het hoofdthema is dat de burgers het meest wakker houdt. Wanneer we bvb. werkten rond het thema 'wonen en woonomgeving' of 'natuur, milieu & energie' of 'onderwijs en vorming', of ... ging het al vrij snel over mobiliteit en mobiliteitsaspecten, wat indicatief is voor het belang dat de participanten aan deze aspecten hechten. Het is trouwens ook het thema waarover we het meest input en feedback (zowel positief als negatief) kregen.

Dit hoeft ons niet echt te verwonderen, mobiliteit is een aspect waarmee iedereen mee te maken heeft (als voetganger, fietser, autogebruiker, gebruiker van het openbaar vervoer), en dit in tegenstelling tot thema's als bvb. 'onderwijs en vorming', een thema dat voor nogal wat mensen minder echt relevant of prioritair is.

De deelnemers praten in positieve zin over de wandelpaden/wandelnetwerk (over het algemeen in goede staat, zijn OK, ...), over de parkeermogelijkheden (parking achter het gemeentehuis, parkeergelegenheid aan station Tollembeek, ...), carpool Vollezele, ... . In nog al wat gevallen wordt deze positieve feedback genuanceerd als 'goed is ..., maar ...'. Voorbeelden zijn: 'de parking achter het gemeentehuis is OK, behalve het in- en uitrijden dat zeer slecht is'. Of 'er is parkeergelegenheid bij het station Tollembeek, maar nog altijd te weinig waardoor er overlast is door het parkeren in zijstraten'.

Tegelijkertijd ventileren de deelnemers veel van wat zij negatieve punten of te verbeteren punten/situaties vinden. Dit gaat dan over o.a. het onderhoud van wandelpaden, het sluisverkeer, het gebrek aan fietspaden en fietsinfrastructuur, fietssuggestiestroken (met zowel voor- als tegenstanders), de kwaliteit van de wegen, het openbaar vervoer (... is OK, maar te weinig bussen en treinen 's avonds en in het weekend),

Soms ook geven de deelnemers suggesties van wat zij vinden dat beter is of kan (schilderen van de snelheidsbeperkingen op het wegdek zelf bvb.). Tegelijkertijd steken ze de hand in eigen – of eerder andermans – boezem, en vragen ze dat er (meer) gewerkt wordt rond bewustwording – problematiek rond de scholen bijvoorbeeld en het parkeren rond de stations - en is men vragende partij voor een vlotte(re) verkeersdoorstroming (vb. herinrichting verkeerssituatie marktplein, of de doorstroming tijdens de piekuren aan de school (vb. Galmaarden Heikant). Ook over de staat van de voetpaden en zebrapaden is men niet altijd te spreken alsook over de signalisatie bij werken.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

Bottom line zijn de belangrijkste pijnpunten het (gebrek aan voldoende) openbaar vervoer, de staat en het onderhoud van het wegennet (rijbaan) en voet- en fietspaden, de parkeerproblematiek en de inrichting van de centra en markt(omgeving), vooral in Galmaarden zelf. Veelal geven de deelnemers aan deze gesprekken concrete aanwijzingen en tips, dit laatste soms tot in het detail (oriëntatie van de verkeersplaatsen op de markt bvb.).

Tot slot merken we op dat men vraagt dat de gemeente ook inzet op de 'stilte', dus liefst zo weinig mogelijk – en zeker geen promotie – voor motorrondritten, vespa's, ... in de gemeente.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

### 3. Ter afronding

In dit onderzoek kwamen negen belangrijke thema's aan bod die we hier niet meer gaan herhalen. Blijft te moeten benadrukken dat dit onderzoek van kwalitatieve aard is, maar desalniettemin een rijkdom aan visies, meningen en concrete aandachtspunten biedt. Wat deze concrete prioriteiten en suggesties zijn kunt u lezen in de bijlage bij de rapport. Blijkt in dat geval zeker dat het geheel van de participanten niet in een zwart-wit denken vervalt, maar als groep in zijn geheel een veelal genuanceerde kijk heeft wat betreft de thema's in kwestie.

Opvallend is dat niet alle thema's iedereen aanspreken of raken, en dus voor sommige personen minder belangrijk zijn. *Onderwijs & vorming* is zo een voorbeeld. *Ondernemen en werken* is nog een ander voorbeeld.

Als er anderzijds één thema is waarvan de inwoner wakker ligt – alhoewel misschien te sterk uitgedrukt -, dan is het mobiliteit. Als eerder gesteld is mobiliteit iets wat ons allen, en dus ook alle inwoners van Galmaarden aangaat, hetzij als valide of mindervalide voetganger, als fietser, als autogebruiker of als gebruiker van het openbaar vervoer. Bovendien heeft *mobilititeit* betrekking op al onze dagelijkse activiteiten: we gaan op een of andere manier naar het werk, brengen de kinderen naar school of ontspanning, doen boodschappen, bezoeken vrienden/familie/kennissen, we ontspannen ons zelf, we vervullen administratieve verplichtingen, we gaan naar dokter, kinesist of ziekenfonds, we gaan naar het gemeentehuis of Sociaal huis, we gaan iets drinken, ... .

Wanneer u de bijlage leest, heb dan aandacht voor het feit dat de respondenten hun mening en soms ook hun oplossing geven, op generlei wijze gehinderd door enige bestaande regelgeving, noch door mogelijke grote budgettaire impact, dit laatste zeker het geval wat betreft (grotere) infrastructuurwerken.

Heb anderzijds ook aandacht voor vele mogelijke **quick wins** en dit over alle thema's heen, of een (iets) andere aandacht en/of insteek bij het uittekenen van meerjarenbeleidsplan wat niet altijd een budgettaire of personele of andere impact heeft of hoeft te hebben.



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## 4. Addendum

In dit addendum lijsten we per thema de concrete voorbeelden en suggesties op die de facilitatoren in deze prioritaire volgorde konden gebruiken naar het einde van elke gesprekstafel toe in het geval deze zaken nog niet voordien aan bod waren gekomen.

### NATUUR – MILIEU & ENERGIE

1. BALJUWTUIN
2. (selectieve) afvalverzameling op activiteiten
3. Vergroening van het wagenpark van de gemeente
4. Energievriendelijk maken van het patrimonium (gebouwen, ...) van de gemeente
5. Patrimonium gebruiken voor het genereren van duurzame energie (vb. zonnepanelen)
6. Aankopen bij lokale producenten/handelaars (korte keten, beperkte voetafdruk)
7. Ontradingscampagnes en sensibiliseringscampagnes opzetten voor de bevolking
8. Gebruik van recycleerbare materialen/alternatieven (door gemeente)
9. Plaatsen van drinkfonteintjes op openbare plaatsen
10. Energiescan van patrimonium en van private gebouwen (stimuleren, subsidiëren, faciliteren)
11. Gebruik van LED-verlichting (patrimonium & publieke verlichting)
12. Faciliteren/draagvlak zoeken voor plaatsen van windmolens in de gemeente



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## RUIMTE & INFRASTRUCTUUR

1. Hoe kunnen we de communicatie naar bevolking in geval van wegenwerken of werken aan nutsvoorzieningen verbeteren?
2. Voetwegen toegankelijker maken en onderhouden
3. Ecologische onkruidbestrijding
4. Frequenter/anders ruimen van grachten
5. Herinrichting gemeentehuis/OCMW wat betreft veiligheid, privacy en onthaal
6. Toegankelijk maken van openbare gebouwen voor mindervaliden
7. Waar zouden jullie graag bijkomend speelplaatsen en speeltuigen zien?
8. Wat met oud kerkhof Vollezele? Wat met oud kerkhof Tollembeek?
9. Heraanleg kerkhof Galmaarden



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## WONEN & WOONOMGEVING

1. Bij nieuwbouw het aantal bouwlagen beperken: Moeten we naar hogere bebouwing gaan zoals een stad of juist niet? Met platte daken of met hellende daken?
2. Meer of anders inzetten op service flats, assistentiewoningen, ... : van Vlaanderen moet Galmaarden verplicht nog een 50-tal sociale huurwoningen voorzien. Wat is hiervoor de ideale locatie?
3. Samenwerking met Webra (sociaal verhuurkantoor)
4. Financiële stimuli bij renovatie zoals bij (-) asbestverwijdering, (-) energie-isolatie, (-) plaatsing van zonnepanelen, zonneboiler, warmtepomp, thermostatische kranen, groene daken, woningalarm
5. Adviesverlening en stimuli rond gebruik van regenwater
6. Voorlichting en advies mbt renovatie, premies, ...
7. Infosessies (met tips) rond energieverbruik
8. Meer politie op straat
9. Plaatsen van beveiligingscamera's in de dorpskernen
10. Stimuleren/faciliteren van BIN (buurtinformatienetwerken)





# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## CULTUUR & VRIJE TIJD

1. Hoe kunnen we tieners/jongeren betrokken houden bij Galmaarden? We stellen nu vast dat de jongeren nog maar weinig binding hebben eens ze naar een secundaire school buiten Galmaarden gaan.
2. Hoe zie jij de bibliotheek van de toekomst (o.a. digitalisering)?
3. Welk vrijetijdsaanbod mis je nog in de gemeente (Type activiteit? Doelgroep?)
4. Heb je zicht op het bestaande vrijetijdsaanbod? Is er nood aan andere communicatiekanalen?
5. Ontspanningsmogelijkheden / -activiteiten voor jongeren (< 18 jaar)
6. Promotie van speelstraten
7. Investeren in sportzaal op sportplein Galmaarden of Tollembeek
8. Sportaccomodatie concentreren in één (deel)gemeente
9. Buiten-fitnessstoestellen op sportplein
10. Zorgen voor aanbod van lessen/vorming beeldende kunsten (tekenen, schilderen, ...) voor én jeugd, én volwassenen
11. (meer) inzetten op film (of filmavonden)
12. Zorgen voor wandel- en fietskaarten
13. Uitbouw van een Huis van het Kind met link naar platform kinderopvang



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## ONDERWIJS & VORMING

1. Hoe kunnen we meer investeren in de klaslokalen, waar liggen de prio's?  
Digiborden, zonnewering, nieuw meubilair, nieuwe LO-toestellen,...
2. Zouden we een inschrijvingsbeleid moeten uitwerken? Hoe zou die er voor jullie idealiter uitzien? Vb voorrang voor kinderen uit eigen gemeente ?
3. We zouden (meer) aandacht willen besteden aan (meer) bewegen, gezonde voeding, ... Waar zien jullie nog mogelijkheden?
4. Sensibiliseren/stimuleren van carpooling bij brengen/afhalen kinderen
5. Parkeerbeleid (wagens van ouders) bij brengen/afhalen kinderen
6. Gecentraliseerde kinderopvang (voor/na)
7. Taalbeleid in relatie tot anderstaligen (kinderen, ouders)
8. Aandacht voor kansarme kinderen
9. Mogelijkheid voor begeleid studeren tijdens de examens



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## WELZIJN

Algemene discussievraag: hoe kan de gemeente de drempels om hulp te vragen in het Sociaal Huis wegwerken (toegankelijkheid dienstverlening- GBO)

en verder:

1. Nood aan uitbouw/ondersteuning van thuiszorgdiensten (ruim)
2. Initiatieven om kansarmoede op te sporen en te bestrijden
3. Initiatieven om eenzaamheid op te sporen en tegen te gaan
4. Geen aanbod/onvoldoende aanbod aan een bepaalde dienstverlening?
5. Initiatieven opdat nieuwkomers zich goed zouden integreren in Galmaarden
6. Hulpverleningsnetwerken met andere partners rond alle aspecten van zorg en welzijn



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## MOBILITEIT

1. Fietssuggestiestroken en fietsstraten maken
2. Aanleg en onderhoud van fiets- en voetpaden
3. Uitwerken veiligheidsplan schoolomgeving (a.d. verschillend scholen)
4. Parkeren
  - Meer parkeerplaatsen voor mindervaliden in de dorpskernen
  - Aanleg/inrichting van carpoolparking(s)
  - Voorrang voor bewonersparkeren
  - Aandacht voor foutparkeerders en onveilig parkeren
  - Zorgen voor bijkomende parkeerplaatsen in de dorpskernen (voor handelszaken, ...)
5. Dorpskernen herinrichten naar traag verkeer toe (met éénrichtingsstraten, drempels, ...)
6. Opvoeren snelheidscontroles bebouwde kom
7. Installeren van intelligente camera's (trajectcontrole)
8. Installeren van ANPR-camera's (nummerplaatherkenning)
9. Creatie multimodaal mobiliteitsplatformen (fiets(snelweg) – auto – openbaar vervoer)
10. Laadpunten elektrische fietsen



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## DIENSTVERLENING

1. Zijn de openingsuren van de diensten voldoende toegankelijk of zouden wij beter in plaats van 1 namiddag en 4 voormiddagen 2 namiddagen en 3 voormiddagen open houden
2. Is er nood om attesten online te kunnen aanvragen i.p.v. aan het loket? Wisten jullie dat de meeste attesten kunnen aangevraagd worden via de website van de Federale Overheidsdiensten Binnenlandse Zaken "mijn dossier"?
  - Hoe kunnen wij ervoor zorgen dat jullie nog beter geïnformeerd worden voor het aanvragen van persoonlijke bewijzen? Bv infoavond, FB, computer plaatsen aan onthaal/Bib.....
3. Hoe zien jullie een betere toegankelijkheid van de loketten voor mindervaliden
4. Wat vinden jullie van het onthaal? Waar zouden we best ons gemeenschappelijk onthaal (sociaal huis/gemeente) vestigen en waarom?
5. Geef ons enkele suggesties hoe wij de communicatie op vlak van storingen nutsleidingen/werken aan de openbare weg/sluiting gemeente- en sociaalhuis kunnen verbeteren
6. Hoe zouden jullie het klachtenbehandelingssysteem willen zien zowel voor gemeente als sociaal huis? Bv via een app, meldingsformulier via de website, formulier,...
7. Wie volgt er vandaag de gemeente Galmaarden via Facebook? Algemene indruk? Wat missen jullie? Dient de gemeente nog meer sociale media in te zetten (kanalen/berichtgevingen)?
8. Zouden jullie gebruik maken van een app voor de gemeente of geven jullie de voorkeur aan een uitgebreide website (meerdere functionaliteiten) en mobielvriendelijk?
9. Moeten er meer participatiemogelijkheden, -momenten ingepland worden?
10. Indien nog tijd: nieuwe lay-out infoblad bespreken, alsook inhoud; is dit het type berichten dat ze verwachten of verwachten ze andere inhoud?



# M.A.S.

Master in Market Research

✉ Brusselsesteenweg 46a, 3000 Leuven ☎ +32 (0) 16 22 69 67, [www.masresearch.be](http://www.masresearch.be)

## ONDERNEMEN & WERKEN

1. Op welke manier kan de gemeente haar handelaars of lokale bedrijven beter ondersteunen dan vandaag?
2. Welke rol is weggelegd voor een lokaal bestuur om startende ondernemers bij te staan?
3. Welke leemtes zijn er vandaag merkbaar in het lokale aanbod, zowel wat producten als diensten betreft? Kan een gemeente dit beïnvloeden, zo ja, hoe?
4. Welke partnerorganisaties kunnen de gemeentelijke dienstverlening positief beïnvloeden?
5. Welke potentie heeft de regio om meer lokale/regionale tewerkstelling te organiseren?
6. Hoe schat u de werkloosheidsgraad van onze gemeente in? (Galmaarden: 3,4% tov Vlaanderen: 7% bron: VDAB studiedienst, cijfers 2017) Is dit problematisch en wat kan de rol van een lokaal bestuur hierin zijn?

Mogelijke suggesties om het gesprek los te maken:

1. Opstarten handelaarsvereniging
2. Toeristische promotie van Galmaarden i.h.k.v. plattelandsbeleving, hoevertoerisme en (onroerend) erfgoed
3. Lokale handelaars en lokale producenten prominenter rol geven in relevante communicatie (over bvb. buurtfeesten, ...)
4. Aankoop van voedsel bij lokale producenten/landbouwers (korte keten)