



M.A.S.

Master in Market Research

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



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

Kwalitatief onderzoek middels gesprekstafels

Addendum: kwantitatieve benadering

31 oktober 2019



M.A.S.

Master in Market Research

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

INHOUDSTAFEL

1.	WORD CLOUD	3
2.	PRIORITAIRE AANDACHTSPUNTEN.....	7
2.1	Mobiliteit – “parking”	8
2.2	Mobiliteit – “fiets”	11
2.3	Herbestemming Kerk	13
2.4	Digitalisering	15
2.5	Website	17
2.6	<i>Samen</i>	18
2.7	Openingsuren	19
2.8	Sociale cohesie	20
2.9	Premies	21
2.10	In de marge	23
3.	DISCLAIMER	24



M.A.S.

Master in Market Research

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

1. Word cloud

Op basis van de respons neergeschreven op de verschillende post'its alsook de extra notities van de facilitatoren werd eerste een kwantitatieve analyse uitgevoerd op basis van de frequentie waarmee bepaalde termen, onderwerpen, aspecten werden aangeraakt (genoteerd). Dit gaf het volgende beeld:





M.A.S.

Master in Market Research

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

Hoe dient deze informatie (voorstelling) begrepen te worden? Dit betreft termen, aspecten, ... die het meest frequent door de deelnemers (en facilitatoren) schriftelijk genoteerd werden. We zien daarbij bvb. dat zij aspecten als “parking”, “gebouwen”, “kerk” dikwijls in de mond nemen.

Gelieve te noteren dat bij deze analyse foutief geschreven termen hierin – na correctie – mee vervat zijn. ‘Aktiviteiten’ zullen we dan bvb. ook als ‘activiteiten’ mee opnemen.

Anderzijds zijn een aantal frequente termen om evidente redenen weggelaten. Dit betreft bvb. “Galmaarden” of “Bv.:” of “Vb.:” of

Wanneer we louter kwantitatief een ophijsting maken, dan krijgen we de volgende cijfers:

	FREQUENTIE
GEMEENTE	57
PARKING	47
WEINIG	41
SOCIAAL	36
HUIS	35
SAMEN	34
TOLLEMBEEK	33
GEBOUWEN	33
BALJUWHUIS	33
INFO	31
MAKEN	31
COMMUNICATIE	28
KERK	27
VERENIGINGEN	27
SCHOLEN	26
FIETSPADEN	25
CENTRUM	25
WEBSITE	24
SCHOOL	24
MENSEN	24
ONDERHOUD	23



M.A.S.

Master in Market Research

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

NIEUWE	23
SOCIALE	22
...	...

Gelieve te noteren dat we de bovenstaande termen en frequenties met de nodige voorzichtigheid dienen te interpreteren. 'Samen' bvb. slaat op het infoblad *Samen* alsook op 'samen met ...'.

Vervolgens zijn we op een kwantitatieve wijze gaan kijken naar woordcombinaties – te verstaan als opeenvolgende identieke woorden - en de mate waarin deze neergeschreven werden. Dit geeft een tabel waarvan hieronder een gedeelte.

SOCIAAL HUIS
OPENBAAR VERVOER
SOCIALE WONINGEN
KMO ZONE
LOKALE HANDELAARS
CULTURELE ACTIVITEITEN
AANPAK WATEROVERLAST
DIGITALE SAMEN
PERSOONLIJKE DOSSIERS
BUS EN TREIN
COHESIE ONDER HANDELAARS
FOCUS OP LOKAAL
GROENE PLUIM
KERK MULTIFUNCTIONELE RUIMTE
MINDER PARKING
ONDERHOUD WEGEN
SPORT EN SPEELPLEINEN
TRB ZAAL
VZW DE MARK
ACHTER GEMEENTEHUIS
BUS EN TREIN
COHESIE ONDER HANDELAARS
FB PAGINA



M.A.S.

Master in Market Research

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

FOCUS OP LOKAAL
GROENE PLUIM
HET GEMEENTEHUIS EN SOCIAAL HUIS
...

Dit op zich lijken zinvolle combinaties, maar de aantallen zijn dusdanig klein dat hieruit geen conclusies mogen getrokken worden.

Vervolgens hebben we gewerkt met *constructen* op basis van artificiële intelligentie. Hierbij wordt naar woord- en zinspatronen gezocht. Echter omwille van het beperkt aantal respondenten (en het terugkomen van dezelfde antwoorden) bleek ook dit geen geschikte werkwijze.

Tot slot zijn we - als laatste optie - gestart met frequente relevante termen, hebben dan gezocht naar vergelijkbare verwoordingen¹ en hebben dan gekeken naar de context waarin deze neergeschreven zijn. Het resultaat bespreken we in volgende hoofding.

¹ Typisch voorbeeld is : parking – parkeren – parkeerplaats - ...



M.A.S.

Master in Market Research

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

2. Prioritaire aandachtspunten

In totaal konden we negen prioritaire aandachtspunten isoleren op basis van de frequentie van het respectievelijk kernwoord. We noemen dit 'prioritaire aandachtspunten', maar eigenlijk betreft dit de mate waarin de deelnemers en de facilitatoren bepaalde zaken in hun bewoordingen hebben neergeschreven. We dienen in dit verband verder ook naar de disclaimer (hoofding 3) te verwijzen.

Abstractie gemaakt van bovenstaande bemerking komen we tot negen prioritaire aandachtspunten, zijnde :

- Parking/parkeren	N = 61
- Fiets(paden)	37
- Kerk	27
- Digitalisering	27
- Website	24
- 'Samen'	24
- Openingsuren	15
- Sociale cohesie	15
- Premies	14

Andere aspecten zijn minder prioritair (lagere frequentie), of minder relevant, of verbergen verschillende onderliggende thema's. Wat dit laatste betreft verwijzen we bvb. naar de term "sociaal", een term die gebruikt is in combinaties als (vooral) Sociaal Huis en verder (beperkter) sociaal verhuurkantoor, sociale cohesie, sociale woning, ...



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.1 Mobiliteit – “parking”

Mobiliteit in zijn ruime betekenis **staat bovenaan het prioriteitenlijstje** van de inwoner. Onder ‘ruime betekenis’ verstaan we zowel *parkeergelegenheid, fietspaden, openbaar vervoer, verkeersveiligheid*.

Dit leiden we niet enkel af uit de frequentie waarmee een bepaald woord aan bod kwam (neergeschreven was), maar ook afgeleiden:

	N
PARKING	47
FIETSPADEN	25
PARKINGS	7
PARKEERPLAATSEN	5
PARKEERGELEGENHEID	5
...	...

In deze context dienen we te noteren dat nogal wat deelnemers spontaan over mobiliteitsaspecten spraken wanneer het eigenlijk over een ander thema ging (bvb. *wonen & woonomgeving*); waarbij de facilitatoren deze mobiliteitsaspecten uit het gesprek probeerden te houden.

Tegelijkertijd dienen we ons ervan bewust te zijn dat mobiliteit een thema is met impact in vele andere domeinen (*onderwijs* (met parkeren aan de scholen), *wonen* (en verkeer –verkeersdrukte...), ... of nog de ‘inrichting van de openbare ruimte’).

Hieronder vindt u een bloemlezing van het aspect ‘**parkings**’, meer bepaald een analyse op de termen *parking, parkings, parkeerplaatsen* en *parkeergelegenheid*:

Minder parking voor auto's
Aan scholen meer nadruk op zwakke weggebruikers (Vollezele parking herleggen)
Parking en de plaats (markt)
Parking centrum + station
Parking in het centrum Galmaarden
Parking OCMW/gemeentehuis moeilijk bereikbaar (in/uit)



M.A.S.

Master in Market Research

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

De 3 dorpskernen (inrichting, groei, parking,...)
Extra parking aan Sociaal huis (behalve in- en uitrit)
Parking in de buurt van belangrijke openbaar vervoer punten
Bredere parkings -> auto's worden breder
Parking voor invalide mensen
Meer parkings en dichterbij winkels
Parking gemeenteplein achter gemeentehuis Galmaarden (in- en uit)
Inrichting pleinen -> de marktplaatsen zijn parkings
Parking stations en centrum te beperkt
Parking in centra
Minder parking, meer groen
Parking invalide
Parkeerplaatsen
Gebrek Parkeerplaatsen
Onderhoud Parkeerplaatsen
Bestaande parkings optimaliseren
Parking Statiestraat
Parkings beter kiezen
Veiligere schoolomgeving (minder parking rechtstreeks aan school)
Parking aan school -> meer plaatsen
Parking schoolomgeving
Goed voorbeeld - lokale handelaar = Okay Vollezele (grote winkel) voldoende parking
Pendelaars uitbreiding parking stations gemakkelijk mogelijk vb Tollembeek verboden te parkeren in ;;;!!
Parking bij handelaars
Extra parking dichtbij station
Parking en Tollembeek
Parking centrum Tollembeek, aanvankelijk voor handel
Handelszaken centraliseren met voldoende parking (kwaliteitsvolle-groene- inrichting)
Dorpskern -> parking voor lokale handelaars
Lokale handelaars parking vrijhouden voor inwoners/kopers
Bij appartementsblokken -> verplichten ondergrondse parking
Verplichten van min. aantal parkeerplaatsen bij opstart (vb appartementsgebouwen)
Niet enkel parking maar ook kwaliteitsvolle openbare ruimte (groener) en ook



M.A.S.

Master in Market Research

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

vermijden dat koning auto vrij spel krijgt
Groothandel heeft meer rechten + voordelen (bv parking nooit afzetten/verkeersvrij voor Delhaize, bakker elders moet parking zelf aanleggen)
Fietsparking bij alle publieke gebouwen, bij SKO -> wel of geen parking!
Parkeergelegenheid station (Tollembeek), maar nog altijd te weinig
Parking achter gemeentehuis
Een handige parking, als er in het midden geen auto's staan (in Galmaarden)
Mensen nemen in w-e te weinig parking gemeentehuis
In-en uitrijden parking gemeentehuis: ontsluiting 1-richting
Parking plaatsen tussen Chiro en Voetbal kantien niet meer beschikbaar
Parkeerplaatsen
Parking bij scholen en centrum! Schoolomgeving
Parking station/ lokaal vervoer naar het station. OV of oplossing door gemeente. Parking inclusief
Parking markt Galmaarden!!!
Parking aan station!!! Galmaarden
Parkeergelegenheid straat, straten, zebrapaden. Hele inrichting herbekijken
Parkeergelegenheid -> statiestraat
School Galmaarden op te lossen via parking?
Niet voldoende parking op een veilige manier
Openbaar vervoer laat wel te wensen over -> bus + parking trein
Parking centrum Tollembeek: te weinig
Betere verlichting op de parkings
Parkeergelegenheid
Bredere parkings

Deze opmerkingen betreffen op de eerste plaats – en voor zover we dit kunnen afleiden uit wat genoteerd is – een gebrek aan parkings, maar evenzeer het optimaliseren/herinrichten van parkings.



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.2 Mobiliteit – “fiets”

Volgend op parking vinden we onder het thema *mobiliteit* het aspect **fiets(paden)** terug. Dit betreft dan zowel fietspaden in het algemeen, alsook meer fietspaden, fietsparkings, fietssuggestiestroken, als de staat van de weg voor het fietsen.

Infrastructuur Stationsstraat is goed na werken Aquafin (voetpaden/fietspaden/asfalt)
Gebrek aan fietspaden tussen Sint-Paulus en Galmaarden
Gebrek aan fietspaden tussen Sint-Paulus en Moerbeke
Veilige overdekte stalling voor fiets, step
Begin van fietspaden naar station
Fietspaden moeten meer aangepakt worden
Verkeersveiligheid "koning auto" geen fietspaden
Hoeveel kinderen gaan er met de fiets naar school?
Voorstel over gans de gemeente 50km/uur als er toch kinderen met de fiets naar school gaan
Fietsparking Sportveld Galmaarden: 5 fietsen max.
Fietsparking SKO Vollezele
Fietsparking Baljuwhuis
Fietsparking bij alle publieke gebouwen, bij SKO -> wel of geen parking!
Geen fietspaden rondom scholen, sportvelden, tussen gemeenten, N272 Gewestweg niet altijd mogelijk, meningen verdeeld
Geen goed wegdek, ook niet op verbindingswegen (lapwerk slecht voor fiets)
Te weinig fietsparking in de gemeente
Fietspaden N272 Wanneer!
Fietspaden
Fietsparking
Eenrichtingsverkeer in combinatie met fietspaden
Fietspaden
Fietspaden
Meer fietspaden bvb langs Hollestraat
Fietspaden tussen dorpskernen ontbreken (zeer(belangrijk)
Geen suggestiestroken!! Fietspaden leggen
Fietspaden Tollembeekstraat - Geraardsbergsesteenweg vb



M.A.S.

Master in Market Research

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

Fietspaden -> idem voetpaden
Fietspaden 2 richtingen niet ok (geen veiligheid)
Meer fietspaden
Fietspaden en voetpaden niet toegankelijk voor rolstoel en kinderwagens omgeving school
Schoolomgeving herbekijken -> ook fietspaden
Zijn er fietspaden? -> te weinig
Fietspaden
Fiets en voetgangers
Voetpaden en fietspaden
Fiets- en wandelveiligheid
Fietspaden tussen dorpen/kernen of naar station -> is nu niet veilig

Ter nuancering dienen we echter opnieuw aan te geven dat de frequentie waarmee voorgenoemde mobiliteitsaspecten aangeraakt zijn, veel hoger zou geweest zijn mocht 'mobiliteit' telkens niet terzijde zou geschoven zijn wanneer het over andere thema's ging.



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.3 Herbestemming Kerk

De **herbestemming van de kerk** was een ander hot item.

Met de term '**Kerk**' (N = 27) vinden we terug in de volgende notities:

Kerk
Kerk: bestemming?
Kerk
Dorpskanker = kerk
Definitieve bestemming geven aan de afgebrande kerk
Kerk
Kerk Galmaarden
In de kerk gaan we geen mis meer houden, ze kan dus voor iets anders gebruikt worden
Trage doordachte, beslissingen ook de kerk
Te lang wachten op definitieve bestemming voor afgebrande kerk
De kerk -> multifunctionele ruimte
Kerk Galmaarden blijft aanslepen
Te lang duren dossier kerk - Herbestemming!
Kerk van Galmaarden dat daar blijft staan
Kerk Galmaarden
Kerk Galmaarden
Kerk aanpakken
Herinvulling kerk
Leegstand van de gemeentelijke gebouwen: kerk, oude pastorie, naast de TRB-zaal is puur verlies voor de gemeente
Kerk Galmaarden polyvalent maken
Kerk Galmaarden
Kerk multifunctionele ruimte
Kerk (multifunctionele ruimte)
Sociale woningen ? In de kern, bij de winkels; NIET aan het Baljuwhuis; ev. kerk. Verspreid over deelgemeenten. Niets nieuw / verbouwen
In kerk
Suggestiebus -> vb project v/d kerk
Oversteekplaatsen tussen kerk en La Luna is niet veilig



M.A.S.

Master in Market Research

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

Meestal betreft dit ofwel louter de term 'kerk', of – frequenter – de invulling en bestemming van de kerk. Uitzonderlijk – maar volledigheidshalve zijn deze notities hier ook opgenomen – betreft het iets anders als "oversteekplaatsen". We hebben dit laatste voorbeeld hier opgenomen, louter ter illustratie van het feit dat enkel een kwantitatieve telling niet noodzakelijk volledig correct is.



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.4 Digitalisering

Vervolgens zien we het aspect '**digitalisering**' frequent opduiken (N=27). Dit betreft dan wel verschillende aspecten als een digitaal loket, digitale attesten, ...; zaken die verschillende deelnemers appreciëren en waarop de gemeente zeker dient in te zetten. Minstens even belangrijk echter is de opwerping van sommigen om niet alles op dit digitale in te zetten en ook rekening te houden met de digitale competenties van sommige doelgroepen.

Vorming in digitalisering voor volwassen met gebruik van materiaal en de scholen
Mee met de digitale tijd: Communicatie en infrastructuur
Digitale borden leasen
Doelgroep heeft geen digitale competenties
Bibliotheek geleidelijk aan omvormen tot kenniscentrum en oord van digitalisering en digitale vorming
Digitalisering Bib
Website is gebruiksvriendelijk, Maar opgepast voor mensen die niet vertrouwd zijn met de digitale wereld
Digitalisering vind ik wel goed
Niet alles digitaal doorgeven of communiceren - via mail is wel ok, geen facebook
Digitaal vb filmpje DUIDELIJK mijn dossier
Beperkte digitalisering
Website digitaal geen voorloper
Bestaat er een digitale Samen met deels artikels uit Samen deels bijkomende informatie gezien Samen toch ruim één maand bij voorbaat wordt samengesteld
Opvragen docs - > digitaal
Digitalisering (e-loket)
Digitalisering
Digitaal
Digitalisering online attesten
Digitale doc op de website, digitaal doc aanvragen, is evident
Geen digitale voorloper gemeente (o.a. doc opvragen moet kunnen, info
Digitale Samen -> op website, papier moet blijven (wel beperkt houden)
Digitaal Samen
Digitale nieuwsbrief (maandelijks)



M.A.S.

Master in Market Research

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

Digitalisering -> federale overheid
Samen : papier redelijk beperkt - zeker digitaal
digitalisering formulieren
Digitale Samen



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.5 Website

Wat betreft de **website** van de gemeente noteren we – hetzij afzonderlijk, hetzij in combinatie met andere aspecten – in totaal 24 opmerkingen.

De *website is digitaal geen voorloper* is een diplomatische uitdrukking voor een aantal manco's (niet altijd handig, niet eigentijds (cf. "verouderd"), onoverzichtelijk, ...). Dat de gemeente hierop moet inzetten is dan ook meer dan evident.

Activiteiten van de Mark publiceren op website Samen
Betere communicatie waarop 65+ of hulpbehoevenden kunnen beroep doen (website ?)
Communicatie : meer dan Samen en de website
Website
Website Galmaarden: foto's gemeenteraadsleden; verouderd; te grote layout; lijst verenigingen: te weinig info&activiteiten worden niet vermeld
Website niet genoeg uitgelegd
Voorstelling van de verenigingen op website met tekst en uitleg
Website
Up-to-date website
Informatie (website, FB) : wat is er te doen ? Nieuwsbrief ? Verenigingen, kunstenaars
Info & historiek plaats geven op de website alsook demografische en statistische gegevens
Website is gebruiksvriendelijk, Maar opgepast voor mensen die niet vertrouwd zijn met de digitale wereld
Website niet altijd even handig
Website digitaal geen voorloper
Oude website
Website is onoverzichtelijk, teveel info en soms niet ter zake
Website gemeente is onoverzichtelijk en moeilijk te hanteren
Onthaal tot 16u - rest tot 19u30 op donderdag (staat zo vermeld op website)
Openingsuren toeristische dienst ma/di/wo vm (volgens website) ??? Weekeinde/zomer
Website Galmaarden niet aantrekkelijk en verouderd
Digitale doc op de website, digitaal doc aanvagen, is evident
Digitale Samen -> op website, papier moet blijven (wel beperkt houden)
Website gemeente verder uitwerken - up to date
Communicatiekanalen optimaliseren (website)



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.6 Samen

Samen als gemeentelijk infoblad komt 24 maal ter sprake. Gelieve op te merken dat de term 'samen' veel frequenter gebruikt/genoteerd werd, maar dan als koppeling ("samen met ..."). Uiteraard werd dit niet gebruikt in de kwantitatieve analyses.

Samen zien een aantal deelnemers als een digitaal product, maar echter zijn er evenveel die de papieren versie willen behouden. Wij wensen in dit verband ook te refereren naar beperkere digitale competenties bij sommige doelgroepen (zie hiervoor).

Wij krijgen te weinig steun Meer info over activiteiten in blaadje Samen
Activiteiten van de Mark publiceren op website Samen
Aankondiging activiteiten in Samen
infomeren middels (-) brochure ; (-) Samen (gemeentebblad) in functie van de doelgroep -> op evenementen
Uitneembaar katern in Samen
Uitneembaar katern in Samen (over het Sociaal huis) - Telkens opnieuw
Via Samen of parallel met Samen
Communicatie : meer dan Samen en de website
Papieren "Samen" behouden
Samen is ok
Samen: vb infobrochure uitneembaar
Meer informatie in Samen - meer in detail
Bestaat er een digitale Samen met deels artikels uit Samen deels bijkomende informatie gezien Samen toch ruim één maand bij voorbaat wordt samengesteld
Digitalisering digitale Samen
Samen is belangrijk, maar is maar 4x per jaar
Samen -> meer in detail/diepte
Digitale Samen -> op website, papier moet blijven (wel beperkt houden)
Info van Sociaal huis in Samen + up to date
Digitaal Samen
Samen : frequentie is onvoldoende - maandelijks/2 maandelijks en bvb verdelen via bakker /Delhaize
Samen -> belangrijke bron nu maar 4x jaar
Samen : papier redelijk beperkt - zeker digitaal
Digitale Samen
Samen is al gepasseerd
vb apart katern in Samen ook blik achter de schermen -> mensen een gezicht geven



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.7 Openingsuren

De deelnemers brengen de 'openingsuren' 15 maal ter sprake, bijna altijd in relatie tot het gemeentehuis, som het Sociaal huis en uitzonderlijk (2x) de dienst Toerisme. Wanneer zij praten over deze openingsuren, zijn het vooral meer uitgebreide openingsuren die men verwacht en/of openingsuren op andere momenten.

Openingsuren
Geen probleem voor dienstverlening in het gemeentehuis (openingsuren/wachttijden)
Positief - openingsuren
Openingsuren uitbreiding
Openingsuren zouden beter kunnen vb in de namiddag ook
Openingsuren loketten
Openingsuren
Openingsuren te weinig aangepast aan de pendelaars
Openingsuren v/h gemeentehuis en Sociaal huis vb niet alle dagen geheel open, maar wel aanspreekpunt voorzien of afhaalpunt voor kleine zaken
Openingsuren toeristische dienst ma/di/wo vm (volgens website) ??? Weekeinde/zomer
Openingsuren voor de werkenden
Openingsuren -> pendelaars 20u
Openingsuren: als je moet werken een probleem
Openingsuren
Dienst toerisme openingsuren? Vb van apr tot okt 7 dagen op 7 open houden



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.8 Sociale cohesie

Een ander aspect dat nogal naar voor kwam, is wat we kunnen noemen 'warme buurt' en 'sociale cohesie'. We vinden dit niet direct terug onder deze verschillende trefwoorden, maar wel in afgeleiden ervan (N = 15):

Sociale cohesie -> geen 'eilanden' / minder versnippering / veiligheid (veilig wonen voor iedereen)
Geen beperking van geluidsoverlast tijdens buurtfeesten
Sociale contacten proberen te onderhouden met burens of andere mensen
Buurten en sociale contacten.
Stimuleren sociale samenhang = remedie tegen onveilig gevoel. Kan door middel van Buurtkoffie / Buurtfeesten / meer evenementen vanuit de gemeente cfr. Herne, Gooik
Verenigingen stimuleren omdat ze voor de sociale cohesie zorgen
Warme buurt, buurtfeesten, ... & leefloners bv. vragen om sneeuw bij de oudjes te ruimen
Buurtfeesten, Ronde van Frankrijk verenigingen ondersteunen // Ondersteuning horeca, kleine cafés -> sociale cohesie
Buurt in de school brengen
Burgers sensibiliseren dat ze hun buurt kennen ?
Buurtfeesten organiseren
Gemeente dient niet bang te zijn om ergens mee hun schouders onder te zetten (bv. stimuleren buurtfeesten) + initiatief nemen + frequenter
Stimuleren van buurtfeesten bv. tenten uitlenen en opzetten
Detailhandel stimuleren (is sociale dienstverlening)
Bakker: sociale functie



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.9 Premies

Onder het thema 'wonen' en 'woonomgeving' kwam het aspect 'premie' soms ter sprake. Vandaar dat we een analyse uitgevoerd hebben op alle feedback waarin 'premie(s)' onder welke vorm of onder welk thema dit werd genoteerd of opgeschreven. Dit geeft ons het volgende overzicht (N=14):

Correcte uitleg geven als we iets vragen - ivm premies voor renovatie
Het sluit min of meer premies uit omdat je de eigen woning kan opwaarderen zowel economisch.
Premies zijn veelal onbereikbaar voor mensen met een gemiddeld tot goed inkomen
Verbouwingen premies
Te weinig premies voor klimaatbeschermende maatregelen : regenwater opvangen; warmtepomp; zonnewarmte / PV-installatie
Isolatie premies & premies zonnepanelen & andere duurzame maatregelen
Meer info over premies : (-) daar waar je met je bouwaanvraag komt + altijd opnieuw.
(-) gemeente premies worden afgeschaft of beperkt // (-) energie-audits
Flexibiliteit voor renovatie van bestaande gebouwen, premies - geen nieuwe gebouwen
Doen : premies voor o.a. isolatie, cohousing, kangoeroewoningen, sloopvergunning
Communiceren over premies -> vanaf bouwvergunning info geven over woonwinkel of aan alle nieuwe inwoners
Mensen motiveren te investeren in milieuvriendelijke(re) technieken; zeker bij renovatie -> premies
Waarom zijn premies zoals voor regenwaterputten verdwenen ?
Kennis van premies (mantelzorg bv.)

Dit betreft dan zowel het krijgen of niet (meer) krijgen van premies, vooral in relatie tot wonen-bouwen, maar evenzeer of andersoortige premies (als mantelzorg). Bovendien gaat dit over de premies op zich alsook over de kennis en communicatie hiervan. Begeleiding bij het bouwen lijkt voor iemand ook aanbevelingswaardig te zijn.



M.A.S.

Master in Market Research

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



M.A.S.

Master in Market Research

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

2.10 In de marge

In de marge – en dit volgt dan eerder uit de feedback van de deelnemers op het einde en na de tafelgesprekken – is het belangrijk te noteren dat zo goed als alle deelnemers vragende partij zijn om in de toekomst nog aan (een) participatieavond(en) deel te nemen, wat ook jaarlijks het geval mag zijn.

Tegelijkertijd drukken zij de hoop uit dat de gemeente met hun inbreng rekening zal houden, alsook dat zij graag op de hoogte gehouden worden van het vervolg dat eraan werd gegeven.



M.A.S.

Master in Market Research

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

3. Disclaimer

Deze analyse is gebaseerd op een kwalitatief onderzoek met gesprekstafels waarbij in totaal ongeveer 35-40 personen deelnamen, sommigen één maal, anderen tweemaal en nog anderen driemaal. Gezien het tafel-doorschuifstelsel impliceert dit dat sommigen driemaal, anderen zesmaal en nog anderen negenmaal aan bod kwamen. Dit impliceert verder dat personen verschillende tot vele malen toe hetzelfde pijnpunt of aandachtspunt aan bod hebben kunnen laten komen, ook al behoorde dit niet noodzakelijkerwijze tot het respectievelijk thema.

Bovendien is deze analyse verder louter en zo goed als enkel gebaseerd op wat de deelnemers en facilitatoren op de post'its had neergeschreven, in een aantal gevallen een zin/zinsnede maar evengoed een enkel trefwoord.

Dit betekent niet dat voorliggende kwantitatieve analyse zomaar geen waarde zou hebben, wel dat de resultaten met meer dan de nodige omzichtigheid moeten geïnterpreteerd worden. Bijgevolg dienen we de term 'prioritair' in de uitdrukking 'prioritaire aandachtspunten' te interpreteren als de termen, aspecten, ... die het meest frequent door de deelnemers en facilitatoren zijn opgeschreven.

Als we ten volle op een statistisch betrouwbare manier willen meten wat in hoofdte van de inwoners prioritair is, dienen we hen dit expliciet te vragen. Een typische vraagstelling die in het wetenschappelijk onderzoek dienaangaande gesteld wordt, is: *"Besturen is keuzes maken. Hoe belangrijk is het domein Natuur – Milieu & Energie binnen het geheel van de volgende domeinen: In welke mate is dit een domein waarop de gemeente prioritair moet inzetten?. Is dit voor u zeer belangrijk, min-of-meer belangrijk of niet zo belangrijk?"*.

Tegelijkertijd zal dit dan een kwantitatief onderzoek moeten zijn waarbij een voldoende grote groep van inwoners van Galmaarden, Tollembeek en Vollezele over de verschillende doelgroepen (in functie van leeftijd, ...) actief worden uitgenodigd² om hieraan te participeren.

² Wat bvb. kan door een postale (schriftelijke) enquête die door de gemeente naar hen wordt gestuurd, eerder dan dat het initiatief om deel te nemen aan de inwoners zelf wordt over gelaten.