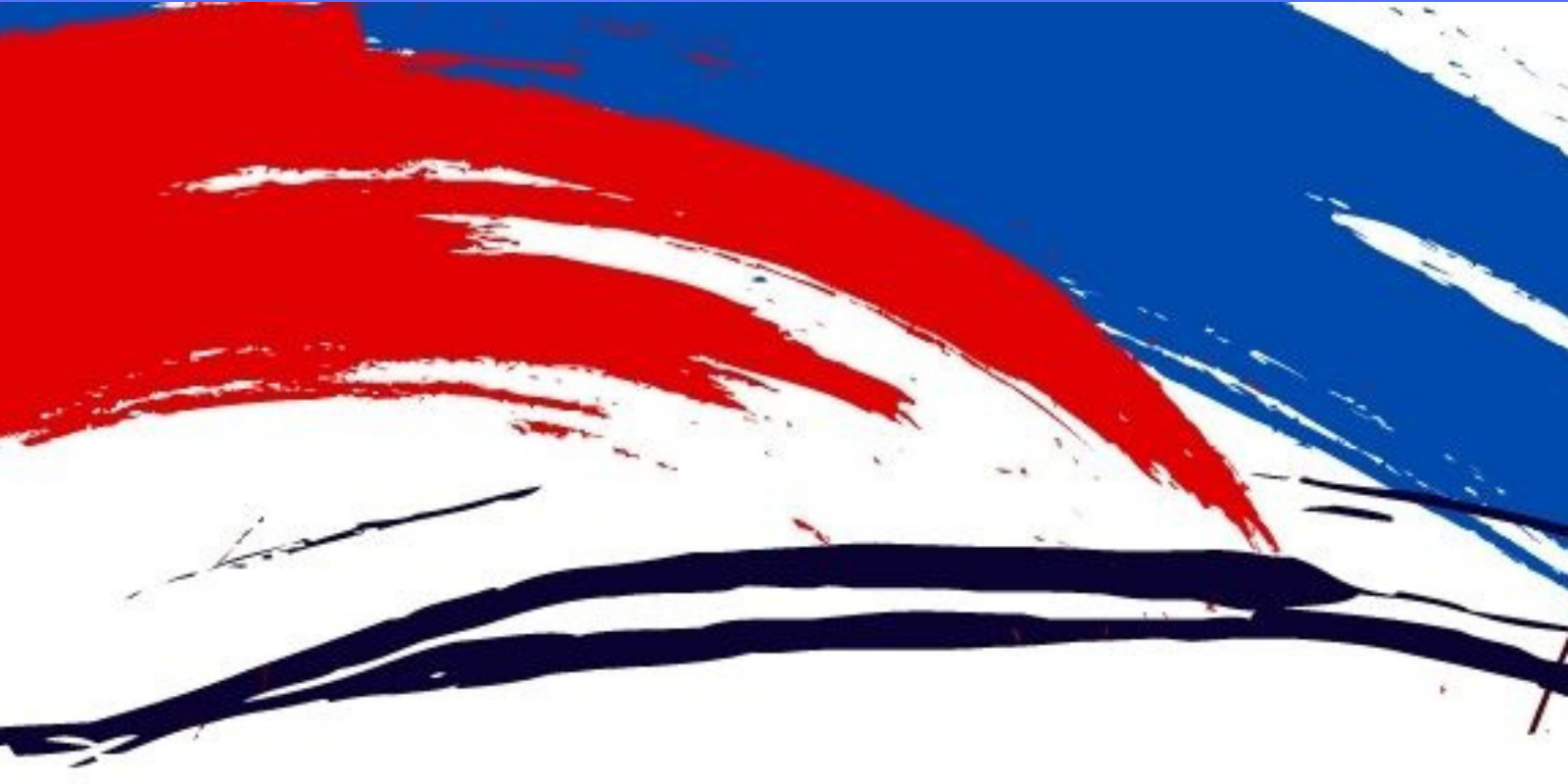




HANDLEIDING

Op een creatieve manier onderzoek doen



ONDERZOEK DOOR MIDDEL VAN INSPIRATIEBOEKEN

Gemaakt door Sanne Cobussen, Lynn
Reintjes & Rianne Raijmann



transferpunt **SPORT**
▶ uw partner bij sportvraagstukken

Nijmegen, januari 2021

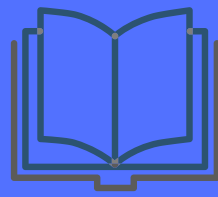


VOORWOORD

Vanuit het Transferpunt Sport van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Academie Sport en Bewegen, is deze handleiding tot stand gekomen. Het Transferpunt Sport is een onderzoeks- en adviesbureau voor organisaties in de sport- en beweegcontext. Naast het toepassen van traditionele onderzoeksmethoden, maakt het Transferpunt Sport ook gebruik van innovatieve onderzoeksontwerpen (Design Thinking), en maakt daarbij gebruik van creatieve methodieken zoals de inzet van inspiratieboeken. In deze handleiding wordt stapsgewijs beschreven hoe inspiratieboeken gebruikt kunnen worden als handige, creatieve tool om op een andere manier onderzoek te doen.

INHOUDSOPGAVE

H1. Inspiratieboeken.....	1
H2. Voorbereidingsfase.....	2
H3. Uitvoeringsfase.....	4
H4. Analyseren.....	6
Do's & Dont's.....	7
Tips & Tops.....	8
Bijlagen.....	9
Bijlage 1.....	9
Bijlage 2.....	9
Bijlage 3.....	10
Bijlage 4.....	11
Bijlage 5.....	12
Bijlage 6.....	13



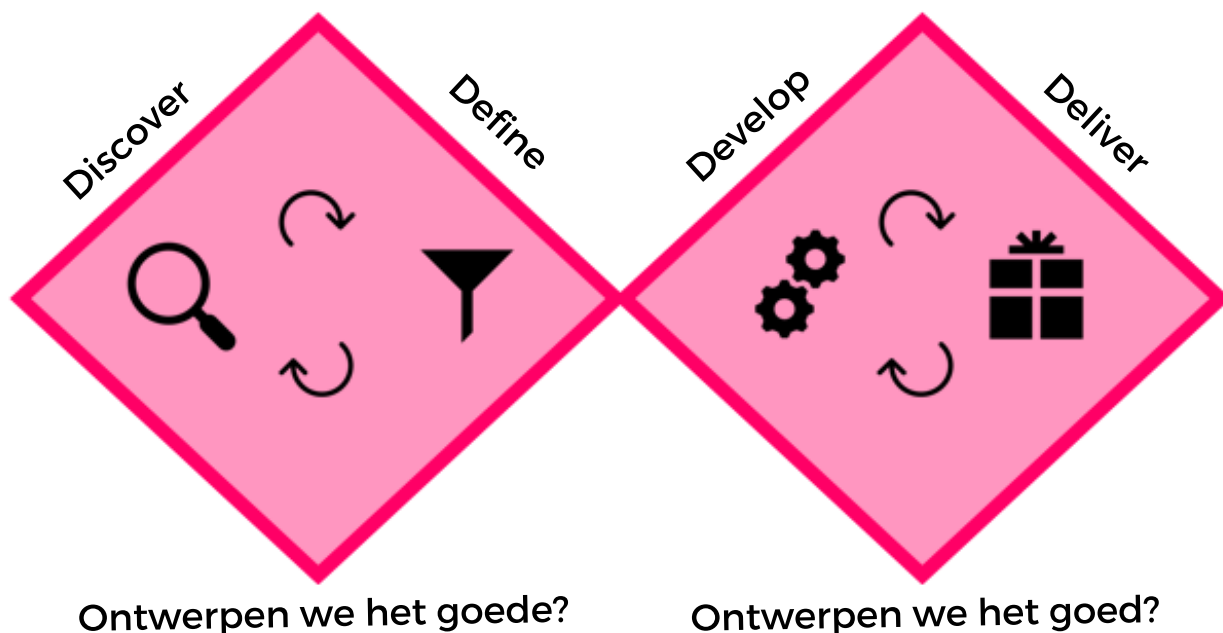
H1. INSPIRATIEBOEKEN

Wat is een inspiratieboek en wat kun je ermee?

DESIGN THINKING

Inspiratieboeken kunnen worden ingezet bij Design Thinking. Dit is een denkwijze of onderzoeksmethodiek waarbij creatieve onderzoeksmethoden goed passen. Design Thinking bestaat uit het double Diamond-model (zie figuur 1.1.) Hier staat eerst de vraag centraal of het *goede* wordt ontworpen. Hierbij ga je in gesprek met alle betrokkenen (denk hierbij aan eindgebruikers, betrokken professionals, experts, onderzoekers, etc.). Om vervolgens te kijken of de oplossing *goed* wordt ontworpen; wat kan de oplossing uiteindelijk zijn? Het uitgangspunt hierbij is dat de eindgebruikers, als een gelijkwaardige gesprekspartner, worden meegenomen in beide processen.

Design thinking_

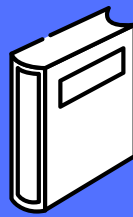
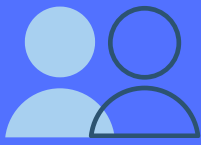


Figuur 1.1.

Inspiratieboeken zijn (onder andere) geschikt in de eerste fase van Design Thinking de eerste '*ruit*'; de fase van discover & define. Het onderzoeken en het definiëren van het probleem en de mogelijke oplossingsrichtingen van het probleem. Het gaat over het verzamelen van betekenisvolle inzichten. Deze zijn kwalitatief van aard. Gezamenlijk wil je begrijpen waarom mensen keuzes maken en wat er in het verleden al is gedaan en geprobeerd. Het gaat om het creëren van empathie.

Binnen deze eerste fase van het onderzoek kan gekozen worden voor een creatieve onderzoeksmethode met inspiratieboeken. Inspiratieboeken zijn boeken met blanco bladzijden waarop geschreven, getekend, geknutseld of geplakt kan worden. Het boek geeft de doelgroep de mogelijkheid én de uitdaging om samen breed te denken en creatief bezig te gaan. Creativiteit kan zich uiten in mooie illustraties, voorbeelden of tekeningen en teksten met pennen, gekleurde stiften, stickers en dergelijke. Deze wijze van onderzoek is nieuw en biedt de mogelijkheid om op een andere manier te achterhalen wat de eindgebruikers ervaren en willen. Doordat eindgebruikers elkaars input zien, kan er worden samengewerkt en kunnen elkaars ideeën worden versterkt.

In ieder inspiratieboek zijn een aantal vaste elementen om het onderzoek structuur te geven. Het is belangrijk om te werken met een duidelijke instructie, heldere onderzoeksvragen en de voorkant moet een echte creatieve eyecatcher zijn. Dit wordt verder toegelicht in het volgende hoofdstuk, hoofdstuk 2.



H2. VOORBEREIDINGS FASE

Inspiratieboeken vormgeven

STAP 1: INKOPEN

voor het realiseren van de boeken, voordat de boeken worden verspreid. Eerst worden de inkopen gedaan, denk hierbij aan de volgende materialen:



- Minimaal 12 ringboeken omdat je een goed bereik wilt realiseren. Ook moet je incalculeren dat er boeken verloren kunnen gaan.
- 2 tubes fotolijm (normale lijm zal doordrukken).
- 12 uitgeprinte foto's
- 2 pakken met gekleurd papier.
- 2 pakken stiften.

STAP 2: ONTWERP MAKEN VOOR DE VOORKANT VAN HET BOEK.

- Zorg ervoor dat de voorkant aantrekkelijk is, het moet een echte eyecatcher worden.
- Geef de kaft een creatieve draai door te knutselen en te tekenen, zo zal de doelgroep ook sneller creatief bezig gaan (zie bijlage 1 voor voorbeeld).



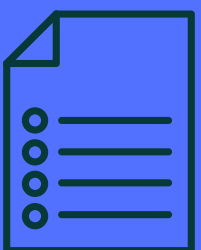
STAP 3A: INSTRUCTIE MAKEN VOOR DE VASTE BOEKEN



- Vaste boeken zijn boeken die op één locatie blijven liggen, voor een bepaalde tijd, bijvoorbeeld bij de kapper, fysiotherapie of een snackbar.
- In bijlage 3 is een voorbeeldinstructie te zien voor de vaste boeken.

STAP 3B: INSTRUCTIE MAKEN VOOR DE DOORGEEFBOEKEN

- Doorgeefboeken gaan rond in een dorp of wijk en gaan van huis naar huis. Deze geven mensen aan elkaar door.
- Bij de doorgeefboeken is het van belang dat er een telefoonnummer/email staat genoteerd waar de inwoners naartoe kunnen appen/mailen zodra zij het boek in handen hebben. Hierdoor ben je namelijk op de hoogte van de locatie van de boeken en kunnen aan het eind de boeken weer terugvonden en opgehaald worden.
- In bijlage 4 is de voorbeeldinstructie te zien voor de doorgeefboeken.



STAP 4: SAMENSTELLING VAN DE BOEKEN



- Bij het samenstellen van de boeken moet er worden gekeken naar het aantal vaste locaties en doorgeef startlocaties, afhankelijk daarvan kunnen de instructies worden uitgeprint. (3 vaste locaties zijn 3 vaste boeken en in ieder boek 1 instructie)
- Zorg er ook voor dat ieder boek genummerd is, dit is handig voor het volgen van het boek en de uiteindelijke analyse.

Contactlegging voor de vaste boeken

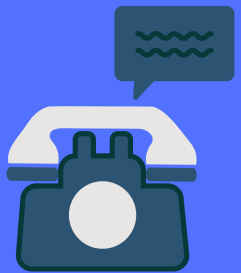
STAP 1: UITZOEKEN WELKE ORGANISATIES ER ZIJN.



Brainstorm met betrokkenen over locaties waar relatief veel (verschillende) mensen komen en waar zij 5 tot 10 minuten moeten wachten. Wachten is namelijk hét moment om een inspiratieboek in te vullen. Denk hierbij aan de tandarts, fysio, kapper, ontmoetingscentrum, cafetaria, etc.

STAP 2: BELLEN, ENTHOUSIASMEREN EN INFORMEREN

Het is handig om als geheugensteuntje een overzichtstabel te maken met daarin alle potentiële locaties waar inspiratieboeken neergelegd kunnen worden en bijbehorende gegevens. Aan de hand van deze overzichtstabel is in één oogopslag te zien welke organisaties er gecontacteerd kunnen worden. Zie bijlage 2 voor voorbeeld opzet.



Voordat de organisaties worden gecontacteerd is het belangrijk een aantal speerpunten vast te stellen. Denk hierbij aan: 1) *enthousiasmeren* voor het onderzoek (erg belangrijk) 2) *werkwijze* toelichten en 3) *vragen* of het mogelijk is om een boek neer te leggen. Vermeld in de overzichtstabel welke organisaties meewerken en waar een boek afgegeven kan worden. Noteer ook welk boek dat zal zijn.

CONTACTLEGGING VOOR DE DOORGEEFBOEKEN

STAP 3: SAMENSTELLING VAN DE BOEKEN



De doorgeefboeken gaan van huis naar huis. Belangrijk hierbij zijn goede startadressen. Er kan gekozen worden om zelf de boeken te verspreiden of dit te laten doen door tussenpersonen. Bij het benaderen van tussenpersonen is het van belang dat het onderzoek goed wordt uitgelegd en dat de wederzijdse verwachtingen goed worden besproken en er concrete afspraken worden gemaakt over bijvoorbeeld de verspreiding en inname. Vervolgens kan na 2 weken contact worden opgenomen of het is geluk de boeken te verspreiden. Daarbij wordt ook gevraagd of er nog eventuele vragen of opmerkingen zijn.

Het werken met tussenpersoon kan bijdrage aan het draagvlak voor het onderzoek én daarmee de respons verhogen.

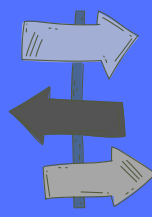
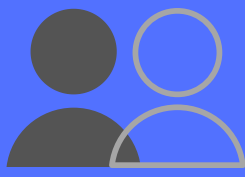
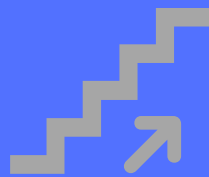
STAP 4: SAMENSTELLING VAN DE BOEKEN



- Bij het samenstellen van de boeken moet worden gekeken naar het aantal vaste locaties en doorgeef-startlocaties. Afhankelijk daarvan kunnen de instructies worden uitgeprint. Zorg dat je minimaal 6 boeken op een vaste locatie neerlegt, omdat deze boeken niet/minder snel kwijt zullen raken. Zorg ook dat er voldoende (minimaal 6) doorgeefboeken in omloop gaan, dit vergroot het draagvlak en bereik van het onderzoek.



- Zorg dat ieder boek genummerd is, dit is essentieel voor het bijhouden van het boek en de analyse.

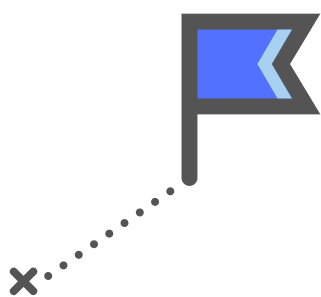


H3.

UITVOERINGSFASE

Stappenplan verspreiding van de boeken, het ophalen van de boeken en het onderhouden van contacten

ROUTE BEPALEN



Route VOORAF bepalen!

- Doorgeef- en vaste boeken kunnen tegelijk worden verspreid.
- Route vooraf bepalen biedt structuur en zorgt ervoor dat er niet omgelopen/omgefietst/omgereden wordt.

BOEKEN VERSPREIDEN (VASTE BOEKEN)



Korte briefing bij organisatie:

- Uitleg onderzoek & inspiratieboek
- Verwachting van organisatie
- Tips geven hoe boek gepresenteerd kan worden aan doelgroep.
- Nummer van het contactpersoon van het onderzoek achterlaten voor vragen
- Geplande einddatum bespreken

BOEKEN VERSPREIDEN (DOORGEEF BOEKEN)

Mogelijkheid 1.

Boeken laten verspreiden door tussenpersoon.

- Duidelijke uitleg richting tussenpersonen!
- Verspreiding uit handen geven
- Belangrijk is duidelijke onderlinge communicatie

Mogelijkheid 2.

Boeken zelf verspreiden

- Geeft meer overzicht en controle over de stand van zaken
- Kost wel meer tijd
- Zorgt mogelijk voor minder draagvlak

Belangrijk:



- Duidelijke briefing aan eerste persoon die het boek krijgt (zie briefing vaste boeken)
- Iemand niet thuis? Schrijf briefing uit en voeg deze toe aan het boek (zie bijlage 6 voor voorbeeld)

CONTACT ONDERHOUDEN

Contact organisaties

- Om de 2 weken contact leggen voor stand van zaken.
- Telefonisch of fysiek contact.
- Fysiek langsgaan toont betrokkenheid.



Contact tussenpersonen

- Blijf telefonisch en via mail communiceren met de dorpscontactpersonen. Voorkom miscommunicatie en zorg voor korte lijntjes.
- Voorkeur telefonisch contact: sneller en effectiever.

EXTRA AANDACHT ONDERZOEK



1. Inspiratiebox (website organisatie)

Naast de inspiratieboeken kan er op de website van de organisatie een digitale inspiratiebox worden geplaatst. Dit biedt de mensen de mogelijkheid om extra ideeën te delen, bijvoorbeeld wanneer zij geen boek in handen hebben gehad.

2. Lokaal nieuws

Binnen iedere gemeente is er wel een lokaal gemeentekrantje waarin gratis (online) artikelen geplaatst kunnen worden. Als dit artikel voldoet aan de eisen van de website, dan kan deze zowel online als in de gemeentekrant geplaatst worden. Dit geeft extra aandacht aan het onderzoek. Hierbij zou ook verwezen kunnen worden naar de ideeënbox op de website!



CORONA: ONLINE PROMOTIE

Sociale media

Het onderzoek kan natuurlijk gepromoot worden door middel van sociale media. Dit is handig om een (groot) deel van de doelgroep bereiken. Veel gebruikte vormen van sociale media:

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Blog



Organisaties in omgeving

Benader ook verenigingen en organisaties uit de buurt om een bericht te plaatsen op hun sociale media. Op deze manier kan het bereik vergroot worden en is er meer draagvlak binnen het dorp of de wijk. Denk hierbij aan:

- Sportverenigingen,
- Muziekverenigingen,
- Koren,
- etc.

INSPIRATIEBOEKEN OPHALEN

Datum



Door tussentijds contact op te nemen met de organisaties en door het ontvangen van berichten van de doorgeefboeken, heb je een indicatie van het aantal respondenten. De duur van dit onderzoek kan zelf worden bepaald:

- Heeft het onderzoek tijdsdruk? Zorg voor veel publiciteit en haal de boeken na een maand op!
- Heeft het onderzoek geen tijdsdruk? Haal de boeken dan na 1,5/2 maanden op.

Laat de boeken niet veel langer in omloop, dit vergoot de kans op *verloren* boeken (boeken die kwijtraken).

Terugvinden



- Contacteer alle bedrijven een week voordat dat je de boeken komt ophalen.
- Contacteer voor de doorgeefboeken de laatste persoon die heeft doorgegeven het boek te hebben.
- Boeken kwijt of nog niet terug? Plaats dan een bericht in het lokale nieuwskrantje en op sociale media dat het onderzoek eindigt. Geef hierbij aan dat mensen het boek bij een centraal punt kunnen afgeven. Bijvoorbeeld afgeven op een van de vaste locaties (van de vaste boeken)



H4. ANALYSEREN

Als de boeken zijn opgehaald, kan het proces van het analyseren van de boeken van start gaan. Binnen de analyse van de inspiratieboeken worden er 6 stappen genomen, deze stappen worden hieronder toegelicht.

STAP 1. TRANSCRIBEREN VAN DE BOEKEN

Transcriberen is het overschrijven van alle informatie die in de boeken staat. Alle antwoorden van de respondenten worden uitgewerkt in een overzichtelijke brondocument. Dit kan worden gemaakt in Excel. Alle antwoorden (ideeën en input) van de respondenten worden apart opgenomen.

STAP 2. VISUELE CLUSTERING VAN DE DATA IN EEN AFFINITY DIAGRAM

Alle onderzoekers gaan binnen deze stap een *individuele* clustering maken van de data in het brondocument. Individueel worden de gegevens op inhoud geclusterd. Wat is het hetzelfde en/of past bij elkaar? Gebruik hiervoor een visuele manier bijvoorbeeld door gebruik te maken van (digitale) post it's.

STAP 3. VALIDERING VAN DE CLUSTERING

Vervolgens gaan de onderzoekers elkaars clustering vergelijken en bespreken de uitkomsten. Wat is hetzelfde, wat is anders en welke clustering wordt gehanteerd? Het resultaat is een overzichtelijke algemene clustering die gebruikt kan worden voor stap 4 .

STAP 4. THEMATISCHE ANALYSE VAN DE (DIGITALE) POST IT'S

Clustering van stap 3 is dus de basis voor de thematische analyse. Bij deze stap zal bedacht worden welke thema's aan de clusters gekoppeld worden. Hoe worden deze thema's omschreven? Zoek ook mooie en passende illustraties of citaten uit de inspiratieboeken die het thema in beeld brengen.

STAP 5. VERBANDEN BINNEN EN TUSSEN DE THEMA'S

Het advies is om deze samen te doen met de eindgebruikers, stakeholders en opdrachtgever. De thema's worden door middel van een presentatie gepresenteerd. Bij deze presentatie kan gebruik gemaakt worden van een visuele weergave. Vervolgens worden de verbanden binnen en tussen thema's besproken en in de context geplaatst. Het resultaat is een clustering van thema's.

STAP 6. REFLECTIE OP DE CLUSTERING

De laatste stap is een reflectie op de clusterings. Hierbij zal besproken worden hoe deze clustering past bij onderzoeksdoelstelling en onderzoeksvragen. Terugkomend op Design Thinking is duidelijk wat er ontworpen moet worden en welke oplossingsrichtingen er zijn? Voor verdere uitleg met voorbeelden, neem dan een kijkje op: <https://dagvanhetsportonderzoek.nl/18-sporten-voor-iedereen-wat-wil-iedereen/>.

DO'S & TOPS

V E R S U S

DONT'S

INSPIRATIEBOEKEN



1. Tussentijds bellen, update vragen over boeken. Blijf organisaties motiveren om de vaste boeken te laten invullen!
2. Houd een overzicht bij met alle contactgegevens van de organisaties waar de vaste boeken liggen.
3. Als een vast boek stagneert bij een organisatie, laat de organisatie zelf ook het boek invullen
4. Bewaar/noteer álle contactgegevens van de personen die de doorgeefboeken hebben gehad! ERG belangrijk bij het terugvinden en niet kwijtraken van de boeken.
5. Wanneer een tussenpersoon wordt ingezet bij doorgeefboeken blijf dat volgen. Voorkom dat het onderzoek stagneert/vertraging oploopt.
6. Als er een doorgeefboek kwijt is, maak dan gebruik van het lokale nieuws en de sociale media's! Hierdoor kun je gemakkelijker een boek terug vinden.
7. accepteer ook dat je soms een boek verliest
8. Bedank in persberichten in de (lokale) media ook de organisaties meewerken bij het onderzoek bijvoorbeeld bij de vaste boeken!
9. Enthousiasme gebruiken bij het uitleggen van het onderzoek bij de organisaties én de doelgroep dit helpt enorm
10. Dit is een creatieve manier van onderzoek doen en dat levert creatieve ideeën op!



1. Te lang wachten bij het contact opnemen met de tussenpersonen voor de stand van zaken.

2. Raak de contactgegevens van de doorgeef boeken NIET kwijt !

3. Bij doorgeefboeken niet alleen telefoonnummer opnemen van contactpersoon, maar ook een email adres! Dit kan een lagere drempel zijn om te berichten dat iemand het boek heeft én aan wie het boek wordt doorgegeven.

TIPS

INSPIRATIEBOEKEN



1. Het is belangrijk om in te calculeren dat er een aantal boeken verloren kunnen gaan, houd hierbij dan ook rekening met de inkopen van de ringboeken! beter te veel dan te weinig.
2. Maak eventueel gebruik van QR-codes, dit is makkelijker voor de doelgroep om te melden dat iemand het doorgeef boek heeft. Het is een minder grote drempel dan een telefoonnummer/e-mailadres te benaderen.
3. Ben tevreden met iedere respons, het is kwalitatief onderzoek. Je gaat waarschijnlijk geen hele grote groepen mensen bereiken.
4. Neem de tijd voor dit onderzoek het is een persoonlijk onderzoek en iedereen heeft dan ook even de tijd nodig om het in te vullen.

NAWOORD

Mocht u vragen of opmerkingen hebben bij het lezen van deze handleiding, dan kunt u contact opnemen met het Transferpunt Sport.

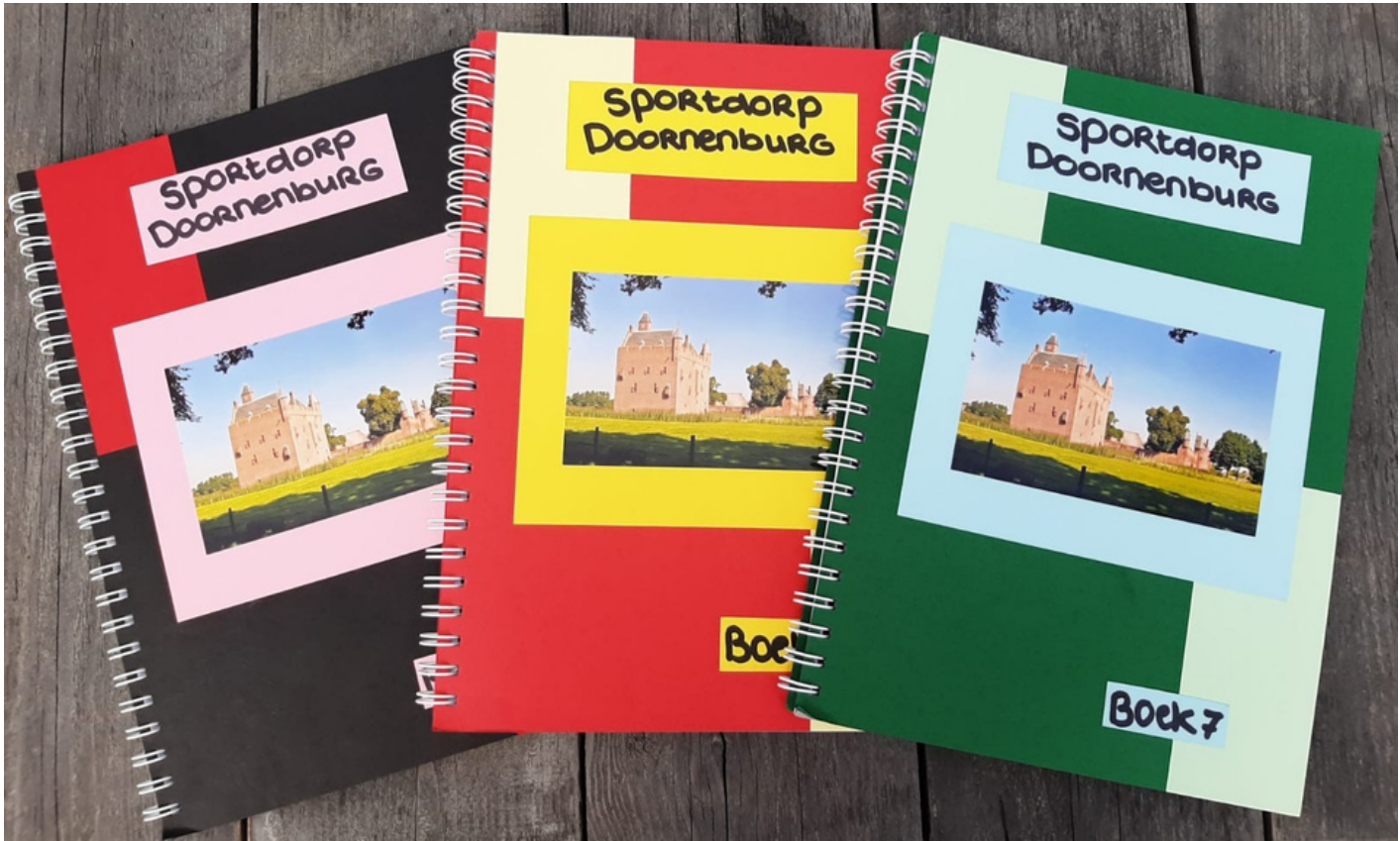
Ook voor leuke ideeën en uitbreidingen van deze handleiding, kunt u met ons contact opnemen.

Daarnaast horen we heel graag wat uw ervaringen zijn met de inzet van inspiratieboeken!

Contact: sanne.cobussen@han.nl
06-51362372

BIJLAGE

BIJLAGE 1. VOORKANT INSPIRATIEBOEK



BIJLAGE

BIJLAGE 2. TABEL CONTACTGEGEVENS

	NAAM	E-MAIL	TEL-NMMR ORGANISATIE	ADRES
1.				
2.				

BIJLAGE

BIJLAGE 3. INSTRUCTIE VASTE BOEKEN

Sportdorp Doornenburg!

Boek:

Beste dorpsgenoot, vanuit Sportdorp Doornenburg zijn we nieuwsgierig naar jouw wensen en ideeën voor beweeg- en/of sportactiviteiten in Doornenburg. Met 12 van deze plakboeken verzamelen we vele ideeën waarmee we de sport- en/of beweegactiviteiten in Doornenburg (mogelijk) kunnen uitbreiden. Het streven is Doornenburg te laten Bewegen! Voordat nieuwe activiteiten georganiseerd worden, willen we graag weten wat jullie willen doen.

We willen je graag drie vragen voorleggen:

1. Welke sport- of beweegactiviteiten mis jij in Doornenburg? Kun je beschrijven, tekenen of mooie voorbeelden plakken van sport- en/of beweegactiviteiten die een aanwinst zouden zijn voor Doornenburg en waar jij aan mee zou doen?
 2. Wat zou jij kunnen doen om deze sport- en/of beweegactiviteiten mede te organiseren?
 3. Waarom zou jij willen sporten of bewegen? Wat zijn voor jou beweegmotieven maar ook wat zijn drempels om te bewegen en hoe zouden we deze drempels gezamenlijk kunnen wegnemen?
- Gebruik zoveel pagina's als je nodig hebt. Het hoeft niet op 1 pagina te passen, gebruik gerust een tweede.
 - Wanneer het niet lukt om alle drie de vragen te beantwoorden is dat geen probleem, geef dan jouw antwoord op één vraag.
 - Op jouw pagina mag je, je naam vermelden maar dat hoeft niet. Je mag ook anoniem een bijdrage leveren. We willen wel graag weten hoe oud je bent en of je een man of vrouw bent. We willen op termijn de activiteiten kunnen afstemmen op de juiste leeftijden of doelgroep.
 - Indien je niet mee wilt doen, geen probleem.
 - Wanneer je voor de tweede keer een boek in handen krijgt, mag je deze weer terug leggen, één keer invullen volstaat. Tenzij je nog meer ideeën hebt die je de eerste keer niet hebt kunnen invullen.

Het streven is eind oktober de boeken weer te verzamelen. Hopelijk vol met mooie ideeën voor sport- en/of beweegactiviteiten voor Doornenburg. Met deze ideeën proberen we heel Doornenburg te laten bewegen met aantrekkelijk sportaanbod en door beweeg barrières weg te nemen.

BIJLAGE

BIJLAGE 4. INSTRUCTIE DOORGEEFBOEKEN

Sportdorp Doornenburg!

Boek:

Beste dorpsgenoot, vanuit Sportdorp Doornenburg zijn we nieuwsgierig naar jouw wensen en ideeën voor beweeg- en/of sportactiviteiten in Doornenburg. Met 12 van deze plakboeken verzamelen we vele ideeën waarmee we de sport- en/of beweegactiviteiten in Doornenburg (mogelijk) kunnen uitbreiden. Het streven is Doornenburg te laten Bewegen! Voordat nieuwe activiteiten georganiseerd worden, willen we graag weten wat jullie willen doen.

We willen je graag drie vragen voorleggen:

1. Welke sport- of beweegactiviteiten mis jij in Doornenburg? Kun je beschrijven, tekenen of mooie voorbeelden plakken van sport- en/of beweegactiviteiten die een aanwinst zouden zijn voor Doornenburg en waar jij aan mee zou doen?

2. Wat zou jij kunnen doen om deze sport- en/of beweegactiviteiten mede te organiseren?

3. Waarom zou jij willen sporten of bewegen? Wat zijn voor jou beweegmotieven maar ook wat zijn drempels om te bewegen en hoe zouden we deze drempels gezamenlijk kunnen wegnemen?

- Gebruik zoveel pagina's als je nodig hebt. Het hoeft niet op 1 pagina te passen, gebruik gerust een tweede.
- Binnen een huishouden mogen meerdere mensen pagina's vullen door de vragen te beantwoorden. We streven naar veel respondenten van verschillende leeftijden.
- Wanneer het niet lukt om alle drie de vragen te beantwoorden is dat geen probleem, geef dan jouw antwoord op één vraag.
- Op jouw pagina mag je, je naam vermelden maar dat hoeft niet. Je mag ook anoniem een bijdrage leveren. We willen wel graag weten hoe oud je bent en of je een man of vrouw bent. We willen op termijn de activiteiten kunnen afstemmen op de juiste leeftijden of doelgroep.
- Zodra je dit boek hebt, willen we vragen het in te vullen en (vlot) door te geven aan een andere dorpsgenoot om op deze manier veel ideeën te verzamelen.
- Indien je niet mee wilt doen, geen probleem, geef het boek dan gelijk door aan iemand anders in Doornenburg.
- Wanneer je voor de tweede keer een boek krijgt, mag je deze ook doorgeven, één keer invullen volstaat.
- We willen graag overzicht houden waar alle boeken zijn. Wil je als je een boek krijgt een Whatsapp sturen aan het telefoon nummer van (naam contactpersoon) telefoonnummer: 06-..... Of mail naar(mailadres) en vermeldt welk nummer boek je hebt. Het nummer van het boek staat op de kaft en rechtsboven op deze pagina.

Het streven is eind(maand) de boeken weer te verzamelen. Hopelijk vol met mooie ideeën voor sport- en/of beweegactiviteiten voor Doornenburg. Met deze ideeën proberen we heel Doornenburg te laten bewegen met aantrekkelijk sportaanbod en door beweegbarrières weg te nemen.

BIJLAGE

BIJLAGE 5. VRAGEN OPZET VOOR IN HET INSPIRATIEBOEK

Naam:.....

Leeftijd:.....

1. Welke sport- of beweegactiviteiten mis jij in ...(plaats)? Kun je beschrijven, tekenen of mooie voorbeelden plakken van sport- en/of beweegactiviteiten die een aanwinst zouden zijn voor ...(plaats) en waar jij aan mee zou doen?

Antwoord:

2. Wat zou jij kunnen doen om deze sport- en/of beweegactiviteiten mede te organiseren?

Antwoord:

3. Waarom zou jij willen sporten of bewegen? Wat zijn voor jou beweegmotieven maar ook wat zijn je drempels om te bewegen en hoe zouden we deze drempels gezamenlijk kunnen wegnemen?

Antwoord:

Mocht u graag interesse hebben bij het helpen in verdere processen van dit onderzoek of een ander steentje bijdragen om dit te kunnen realiseren, laat hieronder uw nummer achter! Nummer:.....

BIJLAGE

BIJLAGE 6. UITGESCHREVEN BRIEFING

Beste (naam persoon),

.... (Namen onderzoekers) zijn samen met ...(organisatie belanghebbende) bezig om het vitale sportpark meer invulling te geven. Hierbij onderzoeken wij wat de wensen en behoeftes zijn van jullie als inwoner. Vandaar dit inspiratieboek. Met dit boek willen we op een creatieve manier onderzoek doen. In het boek kunt u dan ook uw behoeftes schrijven, tekenen of plakken. Op de eerste pagina van het boek zit een korte instructie en in het envelopje zitten twee stiften waarmee geschreven kan worden. Het is de bedoeling dat u de behoeftes, wensen of andere opmerkingen schrijft op een pagina waarbij de vragen staan weergegeven. Als u geen interesse heeft in het helpen ergens bij, geen probleem! Vul dan alleen de andere vragen in. Laat gerust het hele huishouden een bladzijde invullen, zo kunnen we van verschillende leeftijdscategorieën een bijdrage krijgen.

Als u klaar bent met het invullen van het boek, geef het dan door aan uw buurvrouw/buurman. Het maakt in principe niet uit wie het boek krijgt! Geef alstublieft wel door aan ... (naam contactpersoon) aan wie u het boek doorgeeft. Dit helpt namelijk bij het terugvinden van deze boeken, uw gegevens zullen dan ook nergens anders voor gebruikt worden! Zie onderaan de contactgegevens.

Wij zijn erg blij dat u bereid bent om ons een handje te helpen bij dit onderzoek, wij willen u daarvoor dan ook van harte bedanken!

Groetjes,
..... (Namen onderzoekers)
..... (Contactgegevens
contactpersoon: 06- & E-mail)