

The background image shows a group of athletes in recumbent trikes at the start of a race. They are wearing helmets and racing gear. The scene is overlaid with a semi-transparent blue band containing the title and subtitle. The bottom of the page is a solid yellow band containing the authors' names.

mulier instituut

Toolbox behoeftenonderzoek gehandicaptensport

Stappenplan om zelf onderzoek uit te voeren onder
mensen met een lichamelijke beperking

Anouk Brandsema

Caroline van Lindert

Toolbox behoeftenonderzoek gehandicaptensport

Stappenplan om zelf onderzoek uit te voeren onder mensen met een lichamelijke beperking

in opdracht van het programma Grenzeloos actief
gefinancierd door het ministerie van VWS

Anouk Brandsema & Caroline van Lindert

M.m.v. Remko van den Dool, David Romijn & Salina Maasdam

Mulier Instituut

sportonderzoek voor beleid en samenleving

September 2018

Postbus 85445 | 3508 AK Utrecht

Herculesplein 269 | 3584 AA Utrecht

T +31 (0)30 721 02 20 | I www.mulierinstituut.nl

E info@mulierinstituut.nl | T @mulierinstituut

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Vorbereiding	5
Stap 1: planning en draagvlak	5
Stap 2: probleemanalyse	8
Stap 3: onderzoeksdoelstelling en -vragen	9
Stap 4: doelgroep, selectie en respons	10
Uitvoering	13
Stap 5: benaderen doelgroep	13
Stap 6: uitzetten vragenlijst	16
Analyse	21
Stap 7: analyse	21
Rapportage	24
Stap 8: rapportage	24
Stap 9: delen onderzoeksresultaten	26
Bijlage 1 Verdieping	28
Begrippenlijst	28
Websites en rapporten voor meer informatie	29
Bijlage 2 Begeleidende brief bij vragenlijst	30
Bijlage 3 Basisvragenlijst	32
Bijlage 4 Uitleg uitzetten van online vragenlijst	37



Inleiding

Met deze toolbox kunnen de behoeften, wensen en voorkeuren van mensen met een lichamelijke beperking ten aanzien van sporten en bewegen in de lokale, regionale of provinciale omgeving worden geïnventariseerd. Mensen met een lichamelijke beperking en/of chronische aandoening sporten en bewegen minder dan mensen zonder een dergelijke beperking (Brandsema, Van Lindert & Van den Berg, 2017). De resultaten van een behoeftenonderzoek bieden aanknopingspunten om belemmeringen die personen met een beperking ervaren om te sporten/bewegen weg te nemen en om activiteiten beter af te stemmen op de behoeften van de doelgroep. Zo kan sport- en beweegdeelname worden gestimuleerd. Het behoeftenonderzoek kan inzicht geven in de wensen en voorkeuren van mensen met een beperking. Dit kan aanleiding zijn om huidige aanbod te versterken en wellicht een vraag naar nieuw aanbod openbaren. Denk bij aanbod niet alleen aan sportverenigingen, maar ook aan anders georganiseerde sport zoals (beweeg)activiteiten in de openbare ruimte. De toolbox is bedoeld om zelfstandig het onderzoek uit te voeren.

Met negen stappen helpt de toolbox bij het opzetten van een onderzoek, het uitzetten en analyseren van een vragenlijst, en bij het rapporteren van de resultaten om deze behoeften te inventariseren.

Voorbereiding	•Stap 1: planning en creëren draagvlak •Stap 2: probleemanalyse •Stap 3: onderzoeksdoelstelling en -vragen •Stap 4: doelgroep, selectie en respons
Uitvoering	•Stap 5: benaderen doelgroep •Stap 6: uitzetten vragenlijst
Analyse	•Stap 7: analyse
Rapportage	•Stap 8: rapportage •Stap 9: delen onderzoeksresultaten
Bijlagen	•Verdieping (handige websites en begrippen) •Begeleidende brief vragenlijst •Basisvragenlijst •Uitleg uitzetten online vragenlijst

Het doel van de toolbox is om lokale of regionale organisaties die zich bezighouden met gehandicaptensport **handvatten** te bieden om **zelf een onderzoek uit te voeren** naar de sport- en beweegbehoeften van mensen met een lichamelijke beperking. Het doel van dit behoeftenonderzoek is niet om mensen persoonlijk te begeleiden, maar om **lokaal/regionaal inzicht te krijgen in wat mensen met een lichamelijke beperking nodig hebben**.

De toolbox is bedoeld voor **professionals** die op lokaal of regionaal niveau **vraag en aanbod afstemmen** op het gebied van **gehandicaptensport** of die de sport- en beweegdeelname van mensen met een lichamelijke beperking willen stimuleren.

Deze toolbox richt zich primair op het verkrijgen van inzichten in de sport- en beweegbehoeften van mensen met een **motorische, visuele, auditieve beperking** en/of mensen met een **chronische aandoening**. Het bevragen van mensen met een verstandelijke beperking vraagt andere methoden van onderzoek. Zij zijn daarom niet in het stappenplan opgenomen.

Vorbereiding

Stap 1: planning en draagvlak

Doordat je in onderzoek afhankelijk bent van externe partijen, kan de voorbereiding van het onderzoek soms langer duren dan het onderzoek zelf. Deze partijen zijn nodig bij het uitzetten van de vragenlijst en om vervolg te geven aan de resultaten van het onderzoek. Vooraf inventariseren of partijen geïnteresseerd zijn of om hen eventueel te enthousiasmeren voor het onderzoek is daarom erg belangrijk. Onderschat niet hoeveel tijd deze voorbereiding vergt, dit kost al snel 2 à 3 maanden.

Denk ook na over de (kleine) investering die het behoeftenonderzoek vraagt. Deze investering is afhankelijk van de opzet van het onderzoek. Kan een stagiair helpen bij de uitvoering van het onderzoek of heeft de gemeente middelen beschikbaar? De kosten bij dit onderzoek zijn personeelskosten (uren) en aanvullende kosten zoals het printen van de vragenlijst en portokosten voor het versturen. Maak hierover duidelijke afspraken wie deze kosten betaalt.

-
- Wie betaalt welke kosten?
 - Maak een strakke planning voor de uitvoering van het onderzoek
 - Inventariseer of een stagiair kan worden ingezet
 - Neem (eventueel) tijdig contact op met gemeente over Wmo-gegevens
 - Inventariseer of externen kunnen ondersteunen
 - Inventariseer probleemanalyse bij partners
 - Denk na op welke wijze de resultaten worden gedeeld
-

Planning opstellen

Ga ervan uit dat het onderzoek gemiddeld 5 à 6 maanden duurt (zie figuur 1). Het onderzoek zelf vraagt ongeveer een dag per week, gedurende twee tot vier maanden (zie tabel 1). Dit kan toenemen wanneer vooraf nog veel partijen betrokken en geënthousiasmeerd moeten worden. De tijdsinvestering is mede afhankelijk van wat de aanleiding was om het onderzoek te starten (in opdracht van de gemeente of eigen initiatief), en de sterkte van het huidige lokale of regionale netwerk.

Bedenk vooraf of het onderzoek voor een bepaalde datum afgerond moet zijn, zodat hiermee in de planning rekening kan worden gehouden. Kijk ook naar de periode wanneer de vragenlijst wordt uitgezet. In vakantieperioden zullen minder mensen de vragenlijst invullen en zijn scholen dicht. Voor partners is het nuttig om te weten wanneer de resultaten (ongeveer) beschikbaar komen en of het onderzoek openbaar wordt gemaakt of niet. Dit heeft veel gevolgen voor de manier waarop de resultaten later verspreid (kunnen) worden. Indien de resultaten openbaar worden gemaakt, denk dan na hoe het onderzoek bekendheid moet krijgen bij een breder publiek. Benader bijvoorbeeld de communicatieafdeling van de gemeente. Wellicht kan een speciale dag voor de doelgroep worden georganiseerd (geopend door de wethouder sport) of staat al een evenement gepland, waar het onderzoek bij aan kan sluiten. Verwerk dit alles in de planning.

Figuur 1 Tijdslijn onderzoek (schatting)



**Tabel 1 Indicatie tijdsinvestering**

Fase	Taken	Tijdsinvestering (indicatie)
Vorbereiding	Inventariseren en draagvlak creëren onder partners die een bijdrage kunnen leveren bij het uitzetten van de vragenlijst.	1-3 maanden, afhankelijk van de aanleiding en gemeentelijke/regionale context. Is het onderzoek gestart in opdracht van de gemeente? Dan verloopt het proces een stuk sneller. Eigen initiatief? Probeer dan allereerst de gemeente(n) te betrekken. Bedenk hoe het behoeftenonderzoek aansluit bij hun beleidsplannen. Probeer ook de andere partners al vroeg bij het traject te betrekken.
	Onderzoeksdoelstelling en -doelgroep formuleren	2-3 dagen.
Methoden	Vragenlijst definitief maken, vragenlijst programmeren en/of printen	1 dag (wanneer basisvragenlijst wordt gebruikt; neemt toe wanneer vragenlijst moet worden afgestemd met partners).
	Uitzetten vragenlijst	1-7 dagen, afhankelijk of via partners dan wel online wordt verspreid of dat consultant actief de doelgroep moet benaderen.
Analyse	Data invoeren	2-3 dagen, hangt af van gemeente- of regiogrootte en aandeel online enquêtes.
	Data analyseren/interpreteren	2-3 dagen, hangt af van kennis/ervaring met Excel of SPSS.
Rapportage	Conclusie schrijven	1 dag
	Tabellen/grafieken opmaken	Halve dag.
	Conceptrapportage afstemmen met partners	Halve dag, afhankelijk van context.
	Onderzoeksresultaten delen met partners/bijeenkomst organiseren	3-7 dagen, afhankelijk van context (optioneel).
	Onderzoeksresultaten online delen	15 minuten.
Totaal		+/- 1 dag per week voor een tijdsperiode van in totaal 4 maanden. Reken ongeveer 2 maanden om partners te betrekken bij het onderzoek, 1 maand ter voorbereiding voor het uitzetten van de vragenlijst en 1 maand na het sluiten van de vragenlijst.



Betrek lokale en regionale partners

Bespreek vooraf met partners wat zij belangrijk vinden in het onderzoek en waar het onderzoek aan bij kan dragen. Zo wordt meer draagvlak gecreëerd. Partners zullen daardoor meer gemotiveerd zijn om vragenlijsten onder hun doelgroep uit te zetten (stap 6). De tijdsinvestering in deze fase is ook sterk afhankelijk van de initiatiefnemer om het behoeftenonderzoek uit te voeren. Heeft één of meerdere gemeenten het initiatief genomen om dit onderzoek te laten uitvoeren, dan hoef je bij hen geen draagvlak meer te creëren. Mocht dit onderzoek geïnitieerd zijn door jou(w organisatie), dan is het verstandig eerst contact op te nemen met de gemeente(n).

Tip: Het uitzetten van de vragenlijst o.a. via de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) bevelen wij aan. Niet elke gemeente wil haar burgers op deze manier benaderen. Zorg daarom dat in het begintraject direct de beleidsmedewerkers en/of Wmo-consulenten betrokken zijn, zodat zij het nut en de noodzaak van het onderzoek inzien. Toestemming krijgen om via de Wmo-gegevens het onderzoek uit te zetten, kan enkele weken in beslag nemen. Lees meer.

Tip: Niet iedereen heeft al een sterk regionaal netwerk rondom aangepast sporten wanneer het behoeftenonderzoek begint. Het kan daarom nuttig zijn om eerst het stappenplan regionale samenwerking aangepast sporten te raadplegen. Dit stappenplan beschrijft in vier stappen hoe regionale samenwerking kan worden georganiseerd, geborgd en hoe het voor iedereen met een beperking mogelijk wordt om te sporten en bewegen. Sommigen hebben wellicht een netwerk dat nog niet sterk is georganiseerd. Lees deze tips voor de continuering van het samenwerkingsverband.

Voorbeeld draagvlak creëren

Gemeente X heeft samen met gemeente Y en Z de wens om de behoeften van mensen met een visuele beperking te inventariseren. Wanneer deze behoeften inzichtelijk zijn, kunnen de lokale sportorganisaties hun werk beter uitvoeren. Een coördinator heeft de opdracht om dit behoeftenonderzoek onder de drie gemeenten op te zetten. Allereerst heeft zij bij de gemeenten de zorg- en sportorganisaties opgevraagd die werken met of voor mensen met een visuele beperking. Alle organisaties zijn uitgenodigd voor een netwerkbijeenkomst, waarin de coördinator inventariseert welke problemen en kansen de organisaties zien bij en voor deze doelgroep. Daarnaast presenteert de coördinator alvast de plannen voor het behoeftenonderzoek en wat zij voor het uitvoeren van dit onderzoek van de partners nodig heeft.



Stap 2: probleemanalyse

Voordat het onderzoek start, is het belangrijk te weten waar het onderzoek aan bijdraagt. Door concreet de aanleiding van het onderzoek te formuleren, wordt bij (interne) opdrachtgevers draagvlak gecreëerd voor de uitvoering van het behoeftenonderzoek. Bestudeer vooraf de beleidsplannen van de gemeente. Het behoeftenonderzoek kan dienen als uitvoering van dit huidige beleid. Stem de probleemanalyse ook af met de betrokken externe partijen. Een goede afstemming leidt tot onderzoek dat meerdere zorg- en sportprofessionals kunnen gebruiken voor het verbeteren van hun werkzaamheden.

-
- Wat is de aanleiding voor het onderzoek?
 - Stem de probleemanalyse af met de samenwerkingspartners
 - Gebruik cijfers om het verhaal te versterken
-

Wat is een probleemanalyse?

Voordat direct in mogelijke oplossingen wordt gedacht, is het belangrijk om stil te staan bij het onderliggende probleem of de achterliggende vraag. Het gaat hier om de kern van het probleem. Wat is het verschil met de huidige situatie en de gewenste situatie? Bepaal de (mogelijke) oorzaken en gevolgen en maak het zo concreet mogelijk. Baseer de probleemanalyse op feiten. Probeer daarom het verhaal zo veel mogelijk te staven met cijfers of bevraag andere professionals of zij dezelfde problemen ervaren wanneer cijfers niet beschikbaar zijn.

Tip: Bij het formuleren van een probleemanalyse is het nuttig om achtergrondinformatie te verzamelen over de doelgroep. Versterk de probleemanalyse door cijfers toe te voegen die het verhaal staven. Wij hebben websites en rapporten verzameld waar informatie staat over het aantal mensen met een beperking op gemeenteniveau en hun sport- en beweeggedrag. De Scan & Match van Kenniscentrum Sport geeft inzicht in de potentiële vraag van mensen met een beperking en het sport- en beweegaanbod. Met de scan maak je een vergelijking tussen de vraag en het aanbod.

Voorbeelden probleemanalyse

-
- In regio Q (gemeente X, Y en Z) is het sport- en beweeggedrag van mensen met een visuele beperking niet bekend. Bij zorg- en welzijnsinstellingen is deze doelgroep wel bekend, maar zorg- en welzijnsorganisaties zijn niet bekend met het sport- en beweegbeleid of -organisaties. Sportorganisaties of -verenigingen hebben geen tot nauwelijks mensen met een beperking op hun organisatie/club.
 - De coördinator hoort haar begeleidingsgesprekken van mensen met een visuele beperking veel belemmeringen waardoor zij nog niet sporten. Deze belemmeringen zijn waarschijnlijk regionaal bij meer mensen met een visuele beperking aanwezig. Deze wilt zij wegnemen. Daarom wil ze regionaal inzicht krijgen in de wensen en belemmeringen van deze doelgroep, zodat het sport- en beweegaanbod verder kan worden ontwikkeld.
-



Stap 3: onderzoeksdoelstelling en -vragen

Formuleer concrete onderzoeksvragen. Het gaat hier om het formuleren van de interne kennisvraag (wat willen we weten?) en om het uiteindelijke doel van het onderzoek (waarom willen we dit weten?). Door deze onderzoeksvragen te stellen, weet je of die vragen aansluiten bij de probleemanalyse die in stap 2 is geformuleerd.

- Formuleer het doel van het onderzoek (wat en waarom wil je weten?)
- Zet het onderzoeksdoel om in concrete onderzoeksvragen
- Controleer of de onderzoeksvragen een antwoord kunnen bieden op de probleemanalyse

Onderzoeksdoel

Formuleer bij de probleemanalyse het doel van het onderzoek. We nemen de volgende probleemanalyse als voorbeeld: *“In regio Q (gemeente X, Y en Z) is het sport- en beweeggedrag van mensen met een visuele beperking niet bekend. Bij zorg- en welzijnsinstellingen is deze doelgroep wel bekend, maar zorg- en welzijnsorganisaties zijn niet bekend met het sport- en beweegbeleid of -organisaties. Sportorganisaties of -verenigingen hebben geen tot nauwelijks mensen met een beperking op hun organisatie/club.”*

Wat willen we bij deze probleemanalyse weten?

Waarom sporten of bewegen mensen met een visuele beperking (nog) niet bij de huidige sport- en beweegactiviteiten en wat zijn eventuele sport- en beweegalternatieven?

Waarom willen we dit bij deze probleemanalyse weten?

Zodat sport- en beweegaanbod en -activiteiten kunnen worden aangepast of nieuw opgezet passend bij de wensen en behoeften van mensen met een visuele beperking, zodat deze groep meer gaat sporten/bewegen.

Concrete onderzoeksvragen

Vervolgens kunnen concrete onderzoeksvragen worden geformuleerd, die later worden beantwoord in de conclusie. Een stelregel in een onderzoeksvraag is dat deze open wordt geformuleerd (geen ja-nee-vraag) en een verband aantoont. Hoe concreter de vraag, des te concreter het antwoord en de daaruit volgende aanbevelingen.

Tip: Leg de kennisvraag en het doel van het onderzoek voor aan de opdrachtgever of eventuele andere samenwerkingspartners (partijen die later ook de resultaten willen of kunnen gebruiken). Kunnen zij zich vinden in deze vragen? Het is belangrijk om zeker te weten dat geen andere doelen met het onderzoek worden beoogd, die nu (nog) niet worden beantwoord.



Voorbeeld onderzoeksvragen

We blijven bij het voorbeeld. De onderzoeksvragen kunnen zijn:

1. Wat is de huidige sport- en beweegdeelname van mensen met een visuele beperking in regio Q?
2. Welke wensen en voorkeuren hebben mensen met een visuele beperking in regio Q met betrekking tot sport- en beweegaanbod?
3. Aan welke randvoorwaarden moet sport- of beweegaanbod voldoen voor mensen met een visuele beperking in regio Q?

Vraag 1 wordt beantwoord door openbare data en rapporten te raadplegen, vraag 2 en 3 kun je beantwoorden met het behoeftenonderzoek. Aan de hand van deze antwoorden, worden aanbevelingen opgesteld: moet het huidige sport- en beweegaanbod aangepast worden of nieuw sport- en beweegaanbod gecreëerd worden? Bekijk opnieuw de probleemanalyse. Door een antwoord te geven in hoeverre het huidige sport- en beweegaanbod in de gemeente voldoet aan de randvoorwaarden, wensen en voorkeuren van mensen met een visuele beperking, kan inzicht worden gegeven in waarom deze inwoners (nog) niet zijn betrokken bij de huidige sport- en beweegactiviteiten. De onderzoeksvragen sluiten dus goed aan bij de probleemanalyse.

Stap 4: doelgroep, selectie en respons

Door de doelgroep van het onderzoek specifiek te maken, worden de resultaten van het onderzoek bruikbaar. De veronderstelling is dat de levensfase waarin mensen zich bevinden (naast soort en zwaarte van de beperking), invloed heeft op de motivatie en wensen om te sporten en bewegen (Van den Dool & Van Lindert, 2017). Zo hebben kinderen andere behoeften of wensen dan ouderen.

- Formuleer een concrete doelgroep voor meer bruikbare resultaten
- O.a. leeftijd, aard en zwaarte beperking zijn van invloed op motivatie, wensen en voorkeuren
- Bereken bij hoeveel respondenten de doelgroep goed is vertegenwoordigd

Concrete doelgroep

In deze stap draait het om het helder formuleren bij welke groep het onderzoek moet worden uitgevoerd en waarom. Het concreet maken

van de doelgroep geeft richting aan het onderzoek en zorgt ook voor een kleinere tijdsinvestering. Des te meer beperkingen of leeftijdsgroepen je betreft in het onderzoek, des te meer tijdsinvestering dit onderzoek vraagt. De doelgroep kan ook té specifiek worden, waardoor het aantal mensen die in deze doelgroep valt te klein wordt voor het onderzoek (bijvoorbeeld kinderen met een licht visuele beperking in gemeente X).

Let op: pas op voor beeldvorming. Ondanks dat veel mensen vaak als eerste aan iemand in een rolstoel denken, is een lichamelijke beperking vaak niet zichtbaar.

Bij de doelgroep kan onderscheid worden gemaakt in:

- De aard (visueel, auditief, motorisch);
- De zwaarte (licht, matig, ernstig);
- Leeftijdsgroep (jongeren, volwassenen, ouderen);
- Afhankelijkheid van hulpmiddelen.



Let op: probeer de doelgroep altijd zo klein en specifiek mogelijk te maken. We raden het af om alle inwoners met een lichamelijke beperking te betrekken in het onderzoek. De interesse van een gemeente zal al snel uitgaan naar 'iedereen met een beperking'. Immers, hoe meer je daarover te weten komt, hoe beter. Bedenk goed dat dit veel meer uren vraagt. Is dat wel mogelijk? Voor jonge kinderen of mensen met een verstandelijke beperking moet een andere methodiek worden ontwikkeld en uitgezet. Wanneer je alles een beetje doet, zijn de resultaten mager en kun je moeilijk uitspraken doen over een groep. Deze resultaten zijn dan minder goed bruikbaar. Mocht een gemeente bijvoorbeeld graag kinderen met een beperking bij het onderzoek betrekken, stel dan voor om dit enkel op scholen voor speciaal onderwijs te doen. Zo maak je de doelgroep kleiner waardoor verwachtingen van betrokken partijen helder zijn. Ook hiervoor is het belangrijk om een goede aanleiding te formuleren (stap 1), zodat een keuze kan worden onderbouwd.

Vertegenwoordiging doelgroep

Niet iedereen zal bij het uitzetten van het onderzoek worden bereikt of reageren. Neem daarom genoegen met een deel van de totale doelgroep (de populatie). Het is belangrijk om vooraf te bedenken wanneer de antwoorden van het onderzoek representatief zijn voor de gehele doelgroep. Wanneer tien van de 200 ouderen reageren, dan hebben de conclusies niet betrekking op 'alle ouderen' van de doelgroep, aangezien de kans groot is dat de andere 190 ouderen een andere mening hebben. Wanneer 100 van de 200 ouderen meedoen, dan is de kans relatief klein dat de andere 100 een andere mening hebben, waardoor je redelijkerwijs wel conclusies kunt formuleren over 'de ouderen van de doelgroep'.

Bereken vooraf hoeveel respondenten de vragenlijst moeten hebben ingevuld om te spreken van een representatieve steekproef. Een hulpmiddel hiervoor is een [steekproefcalculator](#). Aangezien met deze toolbox vooral specifieke groepen worden benaderd, kan het soms lastig zijn om een volledige steekproef te halen.

Je kunt in beperkte mate aansturen op een goede vertegenwoordiging van de doelgroep, bijvoorbeeld waar de vragenlijst wordt uitgezet. Het is belangrijk om dan op voorhand inzicht te hebben in de omvang van de doelgroep.

Zie daarvoor deze handige [websites en rapporten](#). Wanneer halverwege de dataverzameling een specifieke groep in het onderzoek (nog) sterk ondervertegenwoordigd is, zet dan actiever in op vindplaatsen van deze groep. Zijn ouderen bijvoorbeeld nog ondervertegenwoordigd? Leg dan meer contacten met verzorgingshuizen of woonvoorzieningen voor ouderen met een beperking en werf daar actief respondenten.

Tip: Als het programma [Special Heroes](#) op scholen actief is, dan worden vragen over sportdeelname bij kinderen ingevuld door leerkrachten. Vraag scholen vooraf of zij hieraan meedoen. Wellicht levert dit aanvullende en interessante informatie (en netwerken) op. [Klik hier](#) voor meer informatie over [Special Heroes](#).



Voorbeeld vertegenwoordiging doelgroep

Vanwege de toenemende vergrijzing wil regio Q zich steeds meer richten op (in)actieve ouderen. Het aandeel ouderen in de drie bijbehorende gemeenten is relatief hoog (CBS, 2017), tevens hebben ouderen vaker een beperking dan volwassenen (Brandsema, Van Lindert & Van den Berg, 2017). In overleg met de gemeenten kiest de coördinator ervoor om het onderzoek primair op ouderen te richten, met name de meer 'vitale' ouderen met een visuele beperking in de leeftijdscategorie van 65 tot 75 jaar. De coördinator gebruikt deze bronnen om een accurate schatting te krijgen van het aandeel ouderen met een visuele beperking. Zo zijn in gemeente X 7.760 ouderen aanwezig (CBS). Onder ouderen van 65 tot 75 jaar heeft 2,8 procent van de mannen en 4,5 procent van de vrouwen een visuele beperking (Volksgezondheid.info). De coördinator schat daarom in dat in gemeente X ongeveer 109 mannelijke ouderen en 175 vrouwelijke ouderen met een visuele beperking aanwezig zijn. De coördinator verwacht dat het moeilijk zal zijn om te zorgen dat deze doelgroep, gezien hun beperking en hun leeftijd, de vragenlijst invult. Ze hoopt dat 100 ouderen in gemeente X de vragenlijst invullen, maar voor een goed representatief beeld moeten 164 ouderen de vragenlijst invullen. Dit heeft ze berekend via de steekproefcalculator met een betrouwbaarheidsinterval van 95 procent. Wanneer 100 respondenten de vragenlijst invullen, moet ze bij het analyseren van de data rekening houden met een betrouwbaarheidsinterval van 78 procent.

Uitvoering

Stap 5: benaderen doelgroep

In deze stap beschrijven we hoe de vragenlijst onder de aandacht kan worden gebracht bij de beoogde doelgroep. Mensen met een matige tot ernstige beperking zijn vaak makkelijker te bereiken dan mensen met een lichte beperking, omdat zij niet altijd aanspraak (hoeven te) maken op bijvoorbeeld hulpmiddelen of revalidatiecentra. Via deze vindplaatsen is de doelgroep makkelijker te bereiken. Bedenk vooraf hoeveel tijd er is om de doelgroep te benaderen. Als je weinig tijd hebt, stel dan prioriteiten in de keuze van middelen die worden ingezet om de doelgroep te benaderen.

- Maak gebruik van de Wmo-gegevens van de gemeente
- Breng bestaand netwerk in beeld
- Vul netwerk aan met relevante intermediairs
- Idealiter intermediairs die in direct contact staan met de doelgroep
- Houd beoogde doelgroep in acht
- Let op privacyregels en -wetgeving

Wet maatschappelijke ondersteuning

Eén van de makkelijkste methoden om de doelgroep te benaderen, is via de gegevens van de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) van de gemeente. Elke gemeente heeft de gegevens van alle inwoners die een Wmo-aanvraag hebben gedaan. Inwoners kunnen via deze wet bijvoorbeeld hulp bij vervoer of huishouden aanvragen wanneer ze langer dan zes maanden beperkt zijn om dit zelf te doen. Deze gegevens kunnen worden gebruikt om inwoners voor specifieke Wmo-aanvragen aan te schrijven en uit te nodigen voor het onderzoek. Op twee manieren kunnen de gegevens van de Wmo worden ingezet:

- 1) de vragenlijst wordt toegestuurd naar de gebruikers van de Wmo;
- 2) de gebruikers ontvangen een brief of ze willen deelnemen aan het onderzoek.

Wanneer Wmo-gebruikers worden aangeschreven, is het zaak om goed toe te lichten hoe de organisatie aan hun gegevens komt. Zie hiervoor ook de begeleidende voorbeeldbrief die met de vragenlijst kan worden meegestuurd. Het kan soms een tijd duren voor dit verzoek wordt ingewilligd. Inventariseer daarom tijdig bij de gemeente of dit een reële optie is om de doelgroep te benaderen.

Voordelen Wmo:

- De kans is groot dat in de gegevens veel (contact)personen zitten met een lichamelijke beperking. Zij kunnen gemakkelijk via een brief benaderd worden, omdat de gemeente alle gegevens heeft. Dit scheelt veel tijd.
- Afstemming is maar met één partij nodig: de gemeente(n). Dit scheelt overleg.
- Wanneer de brief door de gemeente verstuurd kan worden, is de kans groter dat bewoners de brief openen en lezen.

Nadelen Wmo:

- Niet iedereen die een beperking heeft, doet een aanvraag via de Wmo. Ook kunnen mensen een aanvraag doen, die buiten de doelgroep vallen (zoals ouderen zonder een lichamelijke beperking). De Wmo-gegevens zijn een selectie die mogelijk niet heel specifiek of juist te specifiek is om jouw beoogde doelgroep aan te schrijven.
- Niet elke gemeente staat ervoor open dat derden gebruikmaken van deze gegevens of om de vragenlijst voor jouw organisatie uit te zetten.



Vragenlijst uitzetten via intermediairs

Een tweede methode is de doelgroep bereiken via bepaalde vindplaatsen waar de doelgroep is aangesloten, waar zij samenkomen of voorzieningen waar zij gebruik van maken. Aansluiten bij een bestaand netwerk van de eigen organisatie, opdrachtgever of (uitvoerende) buurtsportcoach is het minst intensief. Het kan nuttig zijn om voor elke (sub)doelgroep (stap 4) een aparte lijst met vindplaatsen te maken, omdat deze vaak van elkaar verschillen. Denk aan vindplaatsen als de huisarts, MEE, revalidatiecentrum(-arts), fysiotherapeut, wijkteam, verzorgingstehuis, maar ook het speciaal onderwijs en de mogelijkheid tot huis-aan-huisbezoek. Maak gebruik van lokale raden in de gemeente (zoals een Wmo-raad of een Gehandicapten Platform).

Via een intermediair die de doelgroep bedient (zoals een buurtsportcoach, een huis- of revalidatiearts of een directeur van een school in het speciaal onderwijs) kan de vragenlijst worden uitgezet. De professionals die direct in contact staan met de beoogde doelgroep zijn het meest relevant. Indien dit niet het geval is, zal de communicatie wat moeizamer verlopen en is het lastiger om via hen de doelgroep te bereiken. Soms is dit niet te voorkomen. Wanneer een school voor speciaal onderwijs nog niet in je netwerk zit, zal eerst de directeur benaderd moeten worden voordat je de docenten over het onderzoek kan spreken.

Het is afhankelijk van het soort intermediair wat mogelijk is als de vragenlijst wordt uitgezet. Een docent van een school kan een kwartier de tijd nemen om de kinderen/jongeren een vragenlijst in te laten vullen. Een huisarts kan zijn of haar patiënten attenderen op de vragenlijst en deze meegeven. Ook kan de vragenlijst in wachtruimtes van de (huis)arts of fysiotherapeut worden neergelegd. Denk ook aan een lokale krant om lezers op de vragenlijst te attenderen. Vooral de wat oudere doelgroep kan hiermee worden bereikt. Sportverenigingen kunnen ook een relevante intermediair zijn, ondanks dat via hen alleen mensen worden bereikt die al sporten. Ook de ervaringen van sporters zijn belangrijk.

Tip: Door een netwerkbijeenkomst te organiseren vergroot je het netwerk en daarmee het aantal professionals dat kan helpen bij het uitzetten van de vragenlijst. De meeste professionals die dagelijks met de doelgroep in contact komen (zoals Wmo-consulenten), zitten wellicht nog niet in jouw netwerk. Persoonlijk contact werkt het beste om mensen te motiveren voor het behoeftenonderzoek. Daarnaast kan het samenwerkingsverband meedenken over de vindplaatsen van de doelgroep.

Tip:

- Mulier Instituut en Kenniscentrum Sport hebben een lijst gemaakt met vindplaatsen voor acht soorten beperkingen en aandoeningen. Deze vindplaatsen kunnen worden gebruikt als mogelijke ingangen om de doelgroep te bereiken.
- leder(in) is een belangenorganisatie voor organisaties die zich richten op mensen met een beperking. De ledenlijst van leder(in) geeft een idee van mogelijke vindplaatsen of belangenverenigingen.
- Kijk ook op zorgkaartnederland.nl voor lokale organisaties die zorg aanbieden voor mensen met een beperking.

Wellicht zitten ze op (aangepast) voetbal, maar willen ze liever (aangepast) tennissen.

Het uitzetten van of mensen attenderen op de vragenlijst kost deze professionals extra tijd. Verplicht ze daarom nergens toe, maar ga het gesprek aan om het nut van de vragenlijst duidelijk te maken en te overleggen wat de professional zou kunnen bieden. Wellicht zijn zij bekend met andere initiatieven waarbij kan worden aangesloten of kunnen zij contactgegevens van de doelgroep leveren, zodat de coördinator zelf de vragenlijst kan sturen. Let hierbij goed op de privacywetgeving.



Voordelen intermediairs:

- Je benadert meer mensen uit de doelgroep door hen via andere vindplaatsen of intermediairs te benaderen dan wanneer je alleen gebruikmaakt van Wmo-gegevens. Niet iedereen met een beperking maakt namelijk gebruik van de Wmo.
- Het belang van sport en bewegen voor deze doelgroep wordt bij deze intermediairs onder de aandacht gebracht. Zij leren jouw werkwijze beter kennen, waardoor zij in de toekomst wellicht eerder contact opnemen of iemand doorsturen voor advies.

Nadelen intermediairs:

- Je weet vooraf niet precies wie de vragenlijst gaat invullen, tenzij je een specifieke vindplaats benadert voor een specifieke doelgroep. Vooral wanneer een vragenlijst in wachtkamers wordt neergelegd, heb je minder grip op je steekproef. Waarschijnlijk vult een bepaalde groep vaker de vragenlijst in, waardoor de representativiteit in het geding komt. Zo voelen mensen die al veel sporten zich sneller aangesproken bij een vragenlijst over sporten en bewegen.

Mensen bereiken die geen/weinig gebruikmaken van instanties

Met bovenstaande manieren om respondenten te werven, bereik je misschien nog niet de personen die vaak thuiszitten en/of niet of nauwelijks gebruikmaken van instanties. Hoe kan je hen goed bereiken? Een mogelijke manier is om de vragenlijsten huis-aan-huis te verspreiden of om mensen aan te spreken bij bijvoorbeeld de supermarkt. Wellicht kun je hiervoor vrijwilligers of stagiairs inzetten. Denk ook aan ambassadeurs of ervaringsdeskundigen die hierbij kunnen ondersteunen.

Het is de vraag of dit een handige manier is. Als een bepaalde doelgroep dusdanig lastig te bereiken is (voor jouw organisatie), dan wil je wellicht niet dat het eerste contact met hen een 'formele' vragenlijst is. Welke vorm je ook kiest, het is in elk geval tijdsintensief om personen voor het onderzoek te bereiken die geen of weinig gebruik maken van instanties. Houd hier rekening mee.

Privacyregels

Het is belangrijk om rekening te houden met de privacywetgeving AVG (Algemene verordening gegevensbescherming), aangezien niet alle gegevens mogen worden gedeeld. Wanneer personen kwetsbaar zijn en wellicht niet in staat om te snappen hoe privacyregels werken en wat daarin geregeld is (zoals kinderen), dan moet altijd toestemming worden gevraagd bij een verzorger, ouder of begeleider (Groep Gegevensbescherming Artikel 29, 2017). Ook mogen zonder specifieke toestemming geen persoonsgegevens worden bewaard die gekoppeld zijn aan de gegeven antwoorden. Zorg dus dat je de antwoorden en analyses anoniem opslaat. Dat scheelt veel administratie.

Wanneer je besluit het onderzoek uit te zetten bij kinderen in het speciaal onderwijs, kan de vragenlijst in de klas worden ingevuld. In dat geval moeten ouders vooraf een toestemmingsformulier invullen (via de school). De vragenlijst kan ook via leerkrachten worden meegegeven aan de kinderen, zodat zij deze thuis (met de ouders) in kunnen vullen. In dat geval hoeft geen toestemming te worden gevraagd en kan de vragenlijst door de ouders worden ingevuld, waardoor de vragenlijst niet versimpeld hoeft te worden.



Voorbeeld benaderen doelgroep

De coördinator mag van de drie gemeenten in regio Q haar vragenlijst sturen naar Wmo-gebruikers die een aanvraag hebben gedaan voor visuele hulpmiddelen zoals een taststok. Omdat ze vooraf niet weet wie van de ouderen nog iets of helemaal niet kan zien, print ze de vragenlijsten en begeleidende brief ook uit in braille. Daarnaast benadert ze de verpleeg- en zorgtehuizen waar ouderen wonen of dagbesteding (kunnen) hebben. Ze vraagt of ze de vragenlijst mag verspreiden onder bewoners. Ze benadert ook de buurthuizen waar vaak activiteiten als bridge worden georganiseerd, maar ook naai- of leesgroepen samenkomen. Ze vraagt aan de begeleiders of zij weten of hier ook ouderen met een visuele beperking aan deelnemen en of ze hen mag benaderen voor de vragenlijst.

Stap 6: uitzetten vragenlijst

De volgende stap is de vragenlijst definitief maken en deze uitzetten. De voorkeur gaat uit naar zowel een schriftelijke als een online vragenlijst. Met één vragenlijst, maar op twee manieren uitgezet, wordt voorkomen dat sommige respondenten de vragenlijst niet kunnen of willen invullen. Door gebruik te maken van de hieronder beschreven werkwijze, kan het onderzoek methodisch goed worden uitgevoerd. Wanneer wordt afgeweken van de hier beschreven, kunnen de resultaten anders uitvallen.

Wij hebben een basisvragenlijst ontwikkeld om de behoeften en wensen te meten. De vragenlijst die in deze toolbox wordt aangereikt, is geschikt om uit te zetten bij volwassenen en kinderen in de groepen 6, 7 en 8. Voor kinderen in lagere klassen moet de vragenlijst eerst worden versimpeld.

-
- Beslissen hoe de vragenlijst wordt uitgezet
 - Basisvragenlijst overnemen, eventueel eigen vragen toevoegen
 - Brief opstellen voor uitzetten vragenlijst
-

Schriftelijke vragenlijst

Een schriftelijke vragenlijst wordt op papier geprint en verspreid. Deze kan via de post worden verstuurd of bijvoorbeeld door de fysiotherapeute worden meegegeven aan een patiënt. Respondenten vullen de vragenlijst in en sturen deze terug naar een specifiek adres. Wanneer de doelgroep enkel bestaat uit 65-plussers, is het verstandiger om alleen een schriftelijke vragenlijst uit te zetten. Voor ouderen met een visuele beperking kan een online vragenlijst juist handiger zijn, zodat ze de pagina kunnen vergroten of de pagina voor kunnen laten lezen.

Een schriftelijke vragenlijst kan worden overgenomen uit bijlage 3. Voeg bij de vragenlijst altijd een voorblad (bijlage 2) en een retourenvelop waarmee respondenten de vragenlijst gratis terug kunnen sturen. Mocht de vragenlijst ook worden uitgezet bij intermediairs (fysiotherapeut, revalidatiearts), dan kan worden aangegeven dat de respondent aan hen de vragenlijst kan teruggeven. Dit scheelt portokosten, maar kost wel tijd om de vragenlijsten op te halen.



Voordelen schriftelijke vragenlijst:

- De vragenlijsten kunnen overal worden verspreid (zoals de wachtkamer van de huisarts), kunnen gericht per post worden gestuurd, en vraagt van de coördinator weinig tot geen kennis en ervaring van onderzoek.
- (Bijna) iedereen kan de vragenlijst invullen en hij kan gericht worden uitgezet (bijv. Wmo-aanvragers of patiënten van de arts).

Nadelen schriftelijke vragenlijst:

- Portokosten bij versturen vragenlijst.
- Alle antwoorden moeten handmatig worden ingevoerd. Dit kost veel tijd en de kans op fouten is groter. Bij een schriftelijke vragenlijst kunnen respondenten ook makkelijker vragen overslaan, waardoor missings kunnen ontstaan.

Online vragenlijst

Een online vragenlijst wordt via internet uitgezet. Een link naar deze online vragenlijst kan bijvoorbeeld per e-mail of sociale media ([Facebook](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#)) worden verstuurd. Respondenten kunnen hem online invullen en deze antwoorden kunnen worden gedownload naar Excel.

Voordelen online vragenlijst:

- Respondenten kunnen deze vragenlijst relatief snel invullen (ze hoeven de vragenlijst niet te retourneren)
- Het spreekt de jongere doelgroepen meer aan.
- Inge vulde enquêtes kun je via Google opvragen en worden direct in Excel aangeleverd. Dit scheelt veel tijd in verhouding tot een schriftelijke vragenlijst.
- Je kan respondenten verplichten bepaalde vragen in te vullen (waardoor je weinig missings hebt).

Nadelen online vragenlijst:

- Het is niet goed te herleiden wie de vragenlijst heeft ingevuld. Een hyperlink kan door derden worden gedeeld, waardoor ook mensen buiten de doelgroep kunnen reageren.
- Voor ouderen is een online vragenlijst soms moeilijker in te vullen, omdat ze minder digitaal vaardig zijn dan (jonge) volwassenen.
- Niet elke online vragenlijst is geschikt voor mensen met een visuele beperking.

Aandachtspunten bij het uitzetten van de vragenlijst onder visueel beperkten:

- Google Formulieren is niet geschikt voor programma's voor spraak- en braille-uitvoer. Het programma Survey Monkey is wel geschikt.
- Vragenlijsten in Word zijn ook geschikt voor programma's voor spraak- en braille-uitvoer. Let op dat bij aankruisvragen de antwoorden overal leesbaar zijn. Zo moet elke stelling (wat vindt u van...?) eindigen met de antwoordopties (niet eens, neutraal, eens).

Een online vragenlijst kan gratis worden aangemaakt via [Google Formulieren \(Google Forms\)](#) of [SurveyMonkey](#). In [bijlage 2](#) staat de tekst die gebruikt kan worden bij het verzenden van de online vragenlijst. Wij hebben instructies opgesteld hoe je via Google Formulieren onze basisvragenlijst kan uitzetten (zie [bijlage 4](#) voor instructies). Deze basisvragenlijst hebben wij al geprogrammeerd en kan direct worden gebruikt. Gebruik je liever [SurveyMonkey](#)? Door een add-on te downloaden, kan de vragenlijst van Google Formulieren direct worden ingeladen bij SurveyMonkey. Zie [SurveyMonkey](#) voor instructies.



Andere methoden

Het is ook mogelijk om gesprekken/interviews te houden. Dit is wel tijdsintensiever. Het behoeftenonderzoek heeft als doel om op algemeen niveau uitspraken te kunnen doen over de wensen, voorkeuren en behoeften van een doelgroep in een gemeente of regio. Om dit doel te bereiken met interviews zijn veel gesprekken nodig, waarbij telkens dezelfde vragen worden gesteld. Dezelfde informatie is via een vragenlijst sneller en gemakkelijker verzameld. Interviews zijn wel geschikt wanneer je een persoon met een beperking direct wilt adviseren over toekomstige sport- en beweegdeelname. De vragenlijst in de bijlage kan worden gebruikt om door te vragen over de behoeften van de persoon.

Toelichting vragenlijst

Om te helpen bij het behoeftenonderzoek, hebben we een vragenlijst ontwikkeld met een basisset aan vragen die minimaal aan de beoogde doelgroep moeten worden voorgelegd om inzicht te krijgen in hun sport- en beweegbehoefte. Deze basisvragenlijst is getest. We adviseren daarom de vragen of volgorde niet aan te passen. Een wijziging van de volgorde kan ertoe leiden dat de vragen anders worden geïnterpreteerd en ingevuld, waardoor de resultaten worden beïnvloed. Het is wel mogelijk eigen vragen aan de lijst toe te voegen.

De basisvragenlijst is bedoeld voor de (potentiële) sporter. Met de vragen kunnen belangrijke randvoorwaarden, belemmeringen en behoeften worden vastgesteld, zodat zicht kan ontstaan op wat de (potentiële) sporter nodig heeft om deel te nemen aan de sport- of beweegactiviteit naar keuze. De vragen gaan in op diverse thema's: randvoorwaarden om te kunnen sporten/bewegen, wensen ten aanzien van wat men zoekt in een sport/beweegactiviteit, sport-/beweegervaring, achtergrondkenmerken (geslacht, soort beperking), belemmeringen en motieven om te sporten/bewegen, en kennis over aanbod in de buurt.

Let op: het hoofddoel van de vragenlijst is het meten van behoeften van mensen met een lichamelijke beperking. Daarom wordt - naast de behoeften - gevraagd naar relevante factoren die van invloed kunnen zijn op die behoeften (zoals huidig sport- en beweeggedrag, leeftijd, woonsituatie, soort beperking). De focus ligt op wat aan sport- en beweegaanbod nog ontbreekt of hoe het huidige sport- en beweegaanbod moet worden aangepast om aan de behoeften te voldoen. Het doel van de vragenlijst is niet om de huidige sport- en beweegdeelname van mensen met een lichamelijke beperking in kaart te brengen. Op basis van de vragenlijst kunnen daar wel (in beperkte mate) uitspraken over worden gedaan. Zie voor gemeentelijke sport- en beweegcijfers voor mensen met een beperking ook Sport op de Kaart van het RIVM.

Het toevoegen van vragen

Zoals eerder benoemd, raden wij het af om vragen toe te voegen of de vragenlijst aan te passen. Mocht je vragen toevoegen, houd dan rekening met de volgende aspecten:

- Stel vooral open vragen met antwoordcategorieën en voeg een optie toe met 'weet niet' of 'anders, namelijk...'. Dan weet je zeker dat de respondent zijn antwoord kwijt kan. Geef het liefst meerdere opties waaruit respondenten kunnen kiezen. Een open antwoord kost meer verwerkings- en analysetijd.

- De formulering van vragen is belangrijk. Antwoorden kunnen namelijk worden gestuurd, bijvoorbeeld wanneer gevraagd wordt: “vindt u sportactiviteiten vaak te duur?”. De vraag is sturend omdat er ‘te duur’ staat. Beter kan worden gevraagd: “wat vindt u van de kosten van sportactiviteiten?”.
- Let op de volgorde van de vragen. Wanneer je eerst een persoonlijke vraag stelt (zoals inkomen of persoonlijke voorkeur), kunnen mensen afhaken. Je kunt beter eerst meer feitelijke vragen stellen en daarna pas persoonlijke vragen.
- Maak de vragenlijst niet te lang. Wanneer iemand een vragenlijst van 10 pagina’s ontvangt, motiveert dit niet tot invullen.

Tip: Wanneer vragen worden toegevoegd aan de vragenlijst, test de enquête dan bij iemand uit de doelgroep. Snapt diegene alle vragen, doet hij niet te lang over het invullen en heeft hij het gevoel zijn mening kwijt te kunnen? Geven de antwoorden nieuwe en praktische informatie en is de proefpersoon ook tevreden over de vragenlijst? Maak hem dan pas definitief.

Het uitzetten van de schriftelijke vragenlijst

In tabel 2 staat een schatting hoeveel vragenlijsten geprint moeten worden. In Nederland kunnen op wijkniveau minimaal 35 en maximaal 476 inwoners van de 1.000 inwoners gebruiken van één of meer Wmo-voorzieningen (CBS, 2016). Vraag het precieze aantal op bij de gemeente(n). Soms zijn gemeenten bereid de print- en portokosten te betalen. Maak hierover duidelijke afspraken, ook met de intermediairs. Kijk ook naar de specifieke doelgroep en hun vindplaatsen, zoals benoemd in [stap 4](#) en [stap 5](#).

Tip: Wanneer vragenlijsten in wachtkamers worden gelegd of worden meegegeven aan professionals, let dan op dat de retourenvelop hier altijd bij zit. Wanneer dit niet mogelijk is, kan ook met de professional worden afgesproken dat de consulent deze later op komt halen. Bij scholen kan dit handig zijn.

Tabel 2 Geschat aantal schriftelijke vragenlijsten

Voor wie?	Aantal
Wmo-aanvragers	Opvragen bij gemeente
Intermediairs (artsen, fysiotherapeuten, scholen)	+/- 20 per intermediair, +/- 30 per klas (op scholen)

Spreek duidelijk af of de scholen, fysiotherapie-, huisarts-, of revalidatiepraktijken zelf schriftelijke vragenlijsten printen of dat de consulent dit moet doen. Vraag of zij in de gaten houden of er nog genoeg vragenlijsten zijn. Door vooraf duidelijke afspraken te maken, voorkom je verwarring of irritatie. Nadat de vragenlijst is uitgezet, kan na een twee weken een belronde worden gehouden om te vragen hoe alles gaat en of overal nog genoeg vragenlijsten aanwezig zijn.

Op ons voorblad van de vragenlijst ([bijlage 2](#)) geven wij aan respondenten de mogelijkheid om de vragenlijst schriftelijk in te vullen of om naar de website toe te gaan waar de online vragenlijst staat. Door schriftelijke vragenlijsten uit te zetten met dit voorblad (bijvoorbeeld via de Wmo of revalidatiepraktijken), kunnen mensen alsnog kiezen om online de vragenlijst in te vullen.



Het uitzetten van de online vragenlijst

Een online vragenlijst wordt bijvoorbeeld gedeeld per e-mail, op websites of via sociale media ([Facebook](#), [Twitter](#), [LinkedIn](#)). Het is hierbij belangrijk goed na te denken waar en hoe deze wordt uitgezet. Zo kan de link worden gedeeld op websites waar de doelgroep (waarschijnlijk) relatief vaak komt. Professionals kunnen deze link ook doorsturen naar hun netwerk, cliënten of patiënten. Mocht jouw organisatie op sociale media als [Twitter](#) of [Facebook](#) een sterk netwerk hebben waar de doelgroep (grotendeels) onder valt, dan kan dit ook een mogelijkheid zijn. Weet dat de mensen die actief zijn op sociale media een selecte groep vormen, waardoor het voor de representativiteit belangrijk is dat niet enkel respondenten via sociale media worden geworven. Vooral mensen die al sporten voelen zich vaak aangesproken, terwijl je vooral respondenten wilt werven die nog niet (veel) sporten.

Eerder ([stap 4](#)) werd geadviseerd de doelgroep zo specifiek mogelijk te maken. Probeer deze afbakening van de doelgroep ook te hanteren bij het delen van de online vragenlijst. Zoek specifieke intermediairs op sociale media op met de vraag of zij de link willen doorsturen naar hun klanten, cliënten of patiënten.

Responsperiode

Wanneer de vragenlijst definitief is gemaakt en helder is hoe en waar hij wordt uitgezet, kun je hem uitzetten. Ga uit van ongeveer anderhalf tot twee maanden responstijd (tijd die mensen hebben om de vragenlijst in te vullen). Wanneer de responsperiode is afgelopen en de data kunnen worden geanalyseerd, zorg dat alle vragenlijsten bij partners zijn weggehaald en de online vragenlijst wordt gesloten.

Voorbeeld uitzetten vragenlijst

De coördinator in regio Q kiest ervoor om de vragenlijst zowel online als fysiek te verspreiden. Fysiek zet ze de vragenlijst uit via de Wmo-afdelingen van de drie gemeenten. Ze verwacht dat de meeste ouderen een mantelzorger hebben die hun post verzorgt, waardoor ze de brief niet in braille print. Ze heeft ook stagiairs beschikbaar die de vragenlijsten direct kunnen afnemen bij de doelgroep. Deze stagiairs kunnen langsgaan bij de wijk- en buurthuizen, waar de begeleiding of vrijwilliger vaak weet wie een visuele beperking heeft. Doordat de stagiairs een laptop meenemen, kunnen ze de antwoorden direct verwerken. Dit scheelt invoertijd bij de analyse.

Analyse

Stap 7: analyse

Nadat de vragenlijsten zijn ingevuld, kunnen de data worden ingevoerd en geanalyseerd. Analyseren is de lastigste stap van deze toolbox, waardoor behoefte kan zijn aan ondersteuning. Je kunt bij het analyseren van de data om ondersteuning vragen. Dit kan bijvoorbeeld bij de statistiekafdeling van de gemeente, een GGD of stagiairs, of extern door onderzoeksbureaus.

-
- Invoer data
 - Waarborgen anonimiteit
 - Analyse in Excel of SPSS uitvoeren
 - Omgaan met missings
 - Interpretieren van resultaten
-

Invoer data

Als je Google Formulier hebt gebruikt, dan kunnen de data van de online vragenlijsten naar Excel worden geëxporteerd (zie voor uitleg [bijlage 4](#)). Wanneer je daarnaast ook een schriftelijke versie hebt uitgezet, is het handig om de schriftelijke vragenlijsten zelf online in te voeren via Google Formulieren. Het aanklikken van de online vragenlijst gaat sneller en met minder fouten, dan wanneer je deze zelf in Excel moet invoeren. Wanneer alle data zijn ingevoerd, gaan we in de analyse meer zaken (variabelen) met elkaar vergelijken. Dit kan via Excel of via het statistische programma SPSS. De analyse met SPSS heeft sterk de voorkeur omdat dit programma veel meer mogelijkheden biedt.

Om de analyse te versimpelen, hebben wij voor het gebruik van Excel een format en voor SPSS een syntax. Beiden methoden zijn gebaseerd op de output van Google Formulieren wanneer je de basisvragenlijst gebruikt.

Kanttekening bij het onderzoek: Respondenten worden (wanneer zowel schriftelijk als online de vragenlijst wordt uitgezet) verzameld via diverse wervingsmethoden. Dit maakt het bepalen van de representativiteit van het onderzoek en het vergelijken met ander onderzoek lastig. Houd hiermee rekening bij het interpreteren van data. Vergelijk de resultaten van de verschillende methoden en benoem (wanneer deze van elkaar verschillen) in de resultaten en/of conclusie dat dit verschil kan komen door de diverse wervingsmethoden.

Voordat je kunt analyseren

De resultaten van Google Formulieren kunnen worden verkregen door de reacties in Spreadsheet (online variant van Excel) te exporteren. Klik op het groene Spreadsheet-icoontje  (zie afbeelding rechts). Spreadsheet opent automatisch en je ziet het aantal reacties met de gekozen antwoorden. Door 'Bestand', 'Downloaden als' en 'Microsoft Excel.xlsx' aan te klikken, worden alle reacties in Excel geëxporteerd.

Het is belangrijk dat data niet herleidbaar zijn naar individuele respondenten, zodat anonimiteit wordt gewaarborgd en derden niet kunnen achterhalen wie welke antwoorden heeft gegeven. Voer daarom bij het invoeren van de data geen namen, e-mailadressen of andere herleidbare informatie in (zie ook de [privacyregels](#)).



Analyse data met Excel

Wij hebben een Excelformat ontwikkeld, waarbij de data gemakkelijk wordt omgezet in bruikbare grafieken. Het Excelformat kun je [hier](#) downloaden en werkt met de output in Excel van Google Formulieren. Op het eerste tabblad van het Excelformat staat uitleg over het gebruik van het format. In het tweede tabblad kan direct de Exceloutput van Google Formulieren worden geplakt, waardoor de resultaten automatisch worden geteld en grafieken worden uitgedraaid. De open antwoorden moeten handmatig worden geanalyseerd.

Analyse van data met SPSS

Indien je een licentie hebt van SPSS en ervaring hebt met dit statistische verwerkingsprogramma (of expertise hiervoor in kan huren), dan is dit aan te bevelen. Met SPSS kun je kruistabellen maken waarmee verbanden tussen twee variabelen kunnen worden aangetoond, zoals het verschil naar behoeften tussen mannen en vrouwen of tussen jongeren en ouderen. Wellicht heeft een student (via een universiteit/hogeschool) of de afdeling onderzoek en statistiek in de gemeente toegang tot SPSS. In SPSS kun je werken met een syntax, een pagina waar je alle commandocodes voor SPSS kan schrijven.

Vragen waar respondenten meerdere antwoorden kunnen aanvinken (vragen 2, 5, 8, 9, 10 en 14 in de [basisvragenlijst](#)), worden via Google Formulieren in één cel geladen. Om verder te analyseren in SPSS, is het belangrijk om deze antwoorden in een aparte cel in Excel te krijgen. Pas dan kunnen we in SPSS verdere analyses doen. In het Excelformat hebben we deze uitsplitsing al gemaakt (tabblad 'blad niet wijzigen'). Om de meerkeuzevragen om te zetten, kun je twee dingen doen:

1. In Excel: zorg dat meerdere antwoorden in één cel automatisch worden gesplitst wanneer een komma in de cel staat. [Lees hierover meer](#). Dit doe je voor alle meerkeuzevragen. Dit Exceldocument kun je vervolgens inladen in SPSS.
2. In het Excelformat is op het tabblad 'Blad niet wijzigen' al automatisch een uitsplitsing gemaakt van de meerkeuzevragen. Kopieer dit tabblad in een nieuw Excelblad, en zorg dat je een kolom aanmaakt met een respondentnummer. Zet dezelfde respondentnummers ook in de Excelresultaten van Google Formulieren, zodat je bij beide tabbladen weet welke resultaten bij welke meerkeuzeantwoorden horen. Laad vervolgens beiden documenten in SPSS, en koppel de bestanden aan elkaar door middel van het respondentnummer. Dit doe je door in het SPSS-menu 'Data', 'Merge files' en vervolgens 'Add variables' te kiezen. Op basis van het respondentnummer kan SPSS de twee bestanden aan elkaar koppelen.

Wij hebben al een [syntax](#) gemaakt op basis van de [basisvragenlijst](#). In de syntax staat stap-voor-stap beschreven hoe de data geanalyseerd kunnen worden, zodat een bruikbaar tabellenboek met resultaten wordt verkregen. Open antwoorden moeten handmatig worden geanalyseerd; deze staan nog niet in de syntax. De syntax is gemaakt op basis van het [codeboek](#). Het codeboek geeft alle vragen weer, waarbij codes (1, 2, 3, etc.) worden gekoppeld aan antwoorden op de vragen. Deze codes zijn nodig om in SPSS de data te analyseren. Bijvoorbeeld: code 'V6' staat voor vraag 6 'bent u lid van een sportvereniging?'. Bij code '1' is het antwoord 'ja' en bij code '2' is het antwoord 'nee'.

Tip: Je kunt het Exceldocument in SPSS inladen door het document via SPSS te openen. Zorg dat het Exceldocument niet meer op 'alleen lezen' staat, anders kan het bestand niet in SPSS worden geopend.

Het codeboek werkt als hulpmiddel om te begrijpen welke vraag bij welke [variabele](#) hoort en welke antwoordcategorieën bij welke vraag horen. In de bijgeleverde syntax staan de codes al gekoppeld aan

de juiste naam. Het analyseren van de open antwoorden is niet in de syntax opgenomen en zal handmatig moeten gebeuren.

Resultaten interpreteren

Resultaten en conclusies zijn verschillende begrippen in onderzoek. Resultaten ontstaan op basis van de verkregen data en lees je af uit grafieken en tabellen. Conclusies worden gebaseerd op de resultaten en zijn bevindingen over wat de resultaten betekenen binnen een specifieke context. Interpretatie van resultaten moet gebeuren voordat ze worden gerapporteerd.

Als mensen in vragenlijsten worden gevraagd waarom ze bepaalde dingen wel of niet doen, dan beantwoorden ze met het geven van 'redenen' of 'motieven'. Het beantwoorden van deze vragen vraagt een mate van zelfreflectie. Niet iedereen kan een verklaring geven voor hun eigen gedrag of houding. Daarnaast kunnen ze een sociaal wenselijk antwoord geven om hun gedrag te rechtvaardigen of omdat ze hun eigen behoeften niet (goed) kennen. Houd hiermee rekening wanneer je resultaten interpreteert of conclusies gaat trekken. Als bijvoorbeeld bijna niemand heeft aangegeven 'ik wil een nieuwe/andere sportieve activiteit doen', kun je niet direct stellen dat blijkbaar elke respondent de sportieve activiteit doet die hij/zij wil doen. Wellicht wil iemand wel een nieuwe sportieve activiteit beginnen, maar wordt dit nog niet gedaan omdat diegene (nog) te veel belemmeringen ervaart. De respondent 'wil' dan misschien wel, maar interpreteert het woord 'willen' anders dan jij als onderzoeker doet.

Voorbeeld: In 1911 vond een onderzoeker dat in dorpen met meer ooievaars tevens meer baby's werden geboren. Ondanks dat deze correlatie (dit verband) statistisch aan te tonen was, was er geen sprake van causaliteit (oorzaak-gevolg relatie). Baby's worden immers niet gebracht door ooievaars. Wees dus voorzichtig wanneer je resultaten interpreteert, ook wanneer je een samenhang tussen de variabelen hebt gevonden.

Meer antwoorden mogelijk: Let op dat bij vragen waar meer antwoorden mogelijk zijn, wordt gekeken naar het totaal aantal respondenten dat de gehele vraag beantwoordt. Omdat zij meer antwoorden mogen aanvinken, kan het soms lijken dat het aantal respondenten hoger ligt.

De n van een vraag: Het aantal respondenten dat een vraag heeft beantwoord, is de n (kleine letter). De totale steekproef is de N (hoofdletter). Bij een tabel of grafiek geef je altijd de n weer, zodat het voor de lezer duidelijk is hoeveel mensen de vraag hebben beantwoord. Door *missings* kan die n soms per tabel of grafiek verschillen.

Voorbeeld interpretatie van resultaten

Je kunt een verband ontdekken tussen het hebben van een visuele beperking en het vaker eens zijn met de stelling 'Sportieve activiteiten moeten van mijn arts/fysiotherapeut'. Dit betekent niet direct dat mensen met een visuele beperking vaker moeten sporten van hun arts of fysiotherapeut of dat dit voor hen vaker een reden is om te gaan sporten dan mensen met andere beperkingen. Het kan zo zijn dat mensen met een visuele beperking vaker naar een arts of fysiotherapeut gaan, waardoor zij vaker dit advies krijgen dan andere beperkingen. Andere factoren kunnen altijd meespelen waardoor een bepaald antwoord wordt gegeven.



Rapportage

Stap 8: rapportage

Het rapporteren en delen van de resultaten zorgt ervoor dat anderen de resultaten en conclusies kunnen gebruiken voor hun werkzaamheden. In deze stap geven we handvatten hoe je de rapportage kunt aanpakken en waar je op moet letten.

-
- Inhoudsopgave opstellen
 - Methodiek beschrijven
 - Opmaken van tabellen en grafieken
 - Resultaten, conclusies en aanbevelingen noteren
-

Inhoudsopgave

Bij een goede rapportage moet een aantal onderwerpen aan bod komen om de rapportage volledig te maken.

1. Voorblad
 - a. Titel, auteur, jaartal, organisatie
2. Inleiding
 - a. Probleemanalyse
 - b. Onderzoeksvragen
 - c. Doelgroep beschrijven
3. Methoden
 - a. Gekozen methodiek (benoem de toolbox)
 - b. Hoe is de vragenlijst uitgezet? (schriftelijke/online vragenlijst)
 - c. Wat is de respons, zijn de antwoorden representatief? (wat is de totale populatie in de gemeente(n) en hoeveel hebben daarvan gereageerd)
 - d. Manier van analyseren (Excel/SPSS)
4. Resultaten
 - a. Beschrijving of weergave resultaten (grafieken en tabellen)
5. Conclusie
 - a. Beantwoorden onderzoeksvragen
 - b. Korte onderbouwing van antwoorden onderzoeksvragen
 - c. Terugkomen op probleemanalyse: wat betekent de conclusie?
 - d. Aanbevelingen: praktische implicaties van conclusie waaronder welke vervolgstappen genomen kunnen worden door de nieuwe informatie

Tabellen en grafieken opmaken

In een tabel en bij een grafiek moet bepaalde informatie altijd worden gegeven. Programma's als Excel en Word zijn gebruiksvriendelijk om tabellen en grafieken goed op te maken. Via het menu 'invoegen' kan een grafiekvorm worden gekozen of een tabel worden ingevoegd. Een grafiek is vooral geschikt om verschillen tussen groepen snel weer te geven. Tabellen zijn meer geschikt om complexe of veel informatie overzichtelijk weer te geven. Hieronder staan voorbeelden van een tabel en grafiek.

Het kan voorkomen dat niet iedereen elke vraag beantwoordt. Dit is vooral het geval wanneer de vragenlijst fysiek wordt uitgezet. Stel dat 200 mensen de vragenlijst hebben ingevuld, maar één vraag

vaak hebben overgeslagen waardoor maar 20 mensen die vraag hebben beantwoord. 180 antwoorden zijn dan een missing en je noteert 'n=20' bij de grafiek of tekst. De n staat voor de groep respondenten.

Aandachtspunten:

- Kies een duidelijke titel die aangeeft wat je ziet. Iemand die enkel de grafiek/tabel ziet en niet de tekst leest, moet op basis van de titel kunnen snappen waar en over wie het gaat;
- Vermeld of het om procenten of om aantallen gaat;
- Vermeld de 'n', dus het aantal respondenten waarop het antwoord is gebaseerd;
- Zijn meer antwoorden mogelijk? Zet dit er duidelijk bij;
- Vermeld de doelgroep van het onderzoek (soort beperking, leeftijdsgroep, etc.);
- Nummer de grafieken en tabellen, zodat ernaar kan worden verwezen (bijv. 'zie tabel 2.1');
- Vermeld onderaan de bron van de data wanneer dit niet je eigen onderzoek is.

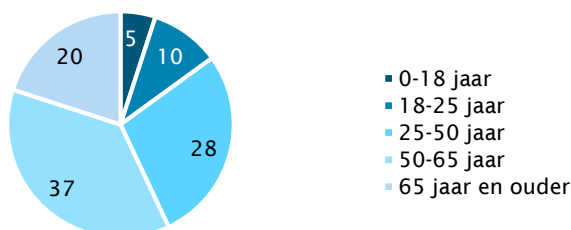
Tip: Benoem in de tekst niet letterlijk wat in de tabel of grafiek staat, maar probeer deze resultaten in context te plaatsen. Bijvoorbeeld: in de grafiek is te zien dat mensen met een lichamelijke beperking vooral vervoer als knelpunt zien om deel te nemen aan sport- of beweegactiviteiten. In de analyse zag je dat dit vooral ging om de mensen uit gemeente Y en minder voor mensen uit gemeenten X en Z. Benoem dit in de tekst en kijk of het aantal sportaanbieders in gemeente Y ook minder is dan in gemeenten X en Z voor deze doelgroep. Dat zou een verklaring kunnen zijn waarom de doelgroep uit gemeente Y vervoer vaker benoemd als knelpunt, omdat zij misschien vaker dan de doelgroep uit gemeenten X en Z naar een andere gemeente moeten reizen voor het sportaanbod.

Voorbeeld tabellen en grafieken (fictief)

Tabel 8.1 Leeftijdverdeling respondenten met een visuele beperking (n=100)

Leeftijd	Percentage
0-18 jaar	5
18-25 jaar	10
25-50 jaar	28
50-65 jaar	37
65 jaar en ouder	20

Figuur 8.1 Leeftijdverdeling respondenten met een visuele beperking (in procenten, n=100)





Stap 9: delen onderzoeksresultaten

De laatste stap betreft het delen van de onderzoeksresultaten met alle relevante partners. Denk aan de opdrachtgever, andere coördinatoren (in gemeente/regio/provincie), buurtsportcoaches, maar ook organisaties in welzijn en zorg. Uiteraard is de manier van resultaten delen afhankelijk van of de resultaten openbaar mogen zijn of niet. Indien dit niet het geval is, bespreek dan met de opdrachtgever welke partijen eventueel wel geïnformeerd mogen worden over het onderzoek.

-
- Invoer kengetallen behoeftenonderzoek
 - Rapport bespreken met partners: wat betekenen de resultaten voor het werkveld?
 - Delen van succes en leerpunten van behoeftenonderzoek met andere coördinatoren
-

De resultaten vertalen naar het werkveld

Een goed onderzoek blijft niet enkel op papier, maar is tevens bruikbaar in de praktijk. Hieronder staan enkele tips/voorbeelden hoe het rapport kan worden ingezet. Kijk goed naar het doel van het onderzoek ([stap 2](#) en [stap 3](#)) en bedenk welke volgende stappen kunnen bijdragen aan het bereiken van dit doel of probleemanalyse. Als het goed is, heb je vooraf met partners nagedacht op welke manier het onderzoek het beste onder de aandacht kan worden gebracht.

- Waarschijnlijk hebben enkele partners geholpen bij het uitzetten/laten invullen van de vragenlijst. Stuur het rapport naar alle betrokkenen bij het onderzoek;
- Stuur het rapport naar andere lokale en regionale coördinatoren. Dit is niet alleen nuttige informatie, wellicht zijn zij tevens geïnteresseerd in het uitvoeren van een dergelijk onderzoek.
- Houd een netwerkbijeenkomst (lokaal of regionaal) en formuleer aan de hand van de conclusies concrete aanbevelingen voor de praktijk. Wat heeft dit onderzoek ons geleerd? Je kunt de resultaten bespreken (meer noodzaak voor verenigingen, grotere rol voor begeleiding vanuit zorg en welzijn), maar ook ingaan op de beperkingen van de onderzoeksmethode. Wanneer weinig mensen met een auditieve beperking hebben gereageerd, kun je met het netwerk overleggen hoe dit kan. Weet het netwerk nog niet goed waar zij zich bevinden (vindplaatsen) of voelde de doelgroep zich niet aangesproken met de vragenlijst? Discussieer wat het netwerk of bepaalde partijen hierin kunnen betekenen. Noteer deze punten ook voor vervolgonderzoek, zodat de methode voor deze doelgroep de volgende keer beter aansluit.
- Organiseer een dag in de gemeente/regio waar aandacht is voor de doelgroep. Geef daar ook een presentatie over de uitkomsten van het onderzoek. Zet bijvoorbeeld ambassadeurs in of betrek de wethouder sport bij het evenement.
- Maak een factsheet waar kort en krachtig de belangrijkste resultaten staan. Een factsheet is vaak toegankelijker om te lezen en daarnaast gemakkelijker te delen via sociale media. Kijk bij onderzoeksorganisaties voor voorbeelden hoe je de resultaten kort en krachtig kunt presenteren: [voorbeeld 1](#); [voorbeeld 2](#); [voorbeeld 3](#).

Methoden en resultaten delen

Via een korte vragenlijst op <http://bit.ly/invoertool-gehandicaptensport> kan kort de methode en samenvatting van jouw behoeftenonderzoek worden toegelicht. De resultaten van deze vragenlijst kan je vinden op de [website van het Mulier Instituut](#). Door deze gegevens te delen, kunnen andere professionals leren van jouw ervaringen en resultaten. Het is hierbij belangrijk dat de richtlijnen in dit stappenplan zijn gevolgd. In de online invoertool is tevens ruimte voor een samenvatting en/of overige

opmerkingen. Denk aan (onvoorziene) complicaties bij het onderzoek die invloed hebben gehad op de resultaten of tips en trucs die hebben geholpen bij het uitvoeren van het onderzoek. Verder kan een link naar het rapport en jouw contactgegevens worden opgenomen.

Houd erbij het vergelijken van resultaten met andere onderzoeken rekening mee dat de resultaten niet één-op-één te vergelijken zijn. De kans groot is dat de methodiek (licht) afwijkt van de methodiek bij jouw onderzoek. Vergelijk resultaten daarom globaal en kijk goed naar de doel(groep) van het onderzoek en hoe de enquête is uitgezet. Wanneer de vragenlijst anders is uitgezet dan beschreven in dit stappenplan, is geen vergelijking mogelijk met andere resultaten.

Let bij het vergelijken van resultaten op de volgende punten:

- Is het dezelfde doelgroep?
- Heeft de werving en het selecteren van de doelgroep op dezelfde manier plaatsgevonden?
- Is de vragenlijst op dezelfde manier (papier, online of beiden) uitgezet?

Voorbeeld delen onderzoeksresultaten

Bij afronding van het rapport stuurt de coördinator alle betrokken partners de definitieve versie toe en een factsheet. Deze factsheet verspreidt ze ook via sociale media. Vervolgens houdt de coördinator eenzelfde netwerkbijeenkomst als die in de voorbereidingsfase van het behoeftenonderzoek is gehouden. Ze nodigt dezelfde organisaties uit, plus de organisaties die ze tijdens het onderzoeksproces heeft ontmoet. Bij deze bijeenkomst vraagt ze vooraf of een zorgorganisatie, een beleidsmedewerker en een sportvereniging een korte presentatie willen geven over wat de resultaten van het behoeftenonderzoek voor hen betekent. Zo hoopt ze dat meerdere sectoren aanwezig zijn bij de bijeenkomst en dat zij ook geïnspireerd raken door de sprekers.



Bijlage 1 Verdieping

Begrippenlijst

Behoeftenonderzoek	Het doel van een behoeftenonderzoek is om lokaal of regionaal inzicht te krijgen in wat een specifieke groep nodig heeft (ervaren belemmeringen, voorkeuren en wensen).
Benchmarken	Referentiekader om de kwaliteit van een bepaalde prestatie/effect te beoordelen. Het afzetten van resultaten tegen andere gelijksoortige gemeenten/regio's/provincies.
Codeboek	Een document waar de antwoorden van een enquête worden toegeschreven aan codes (getallen). In een codeboek kan worden achterhaald welke betekenis (label) bij een variabele of antwoordoptie hoort.
De 'n'	Het aantal respondenten dat een vraag heeft beantwoord is de n (kleine letter). Bij een tabel of grafiek geef je altijd de n weer, zodat het voor de lezer duidelijk is hoeveel mensen de vraag hebben beantwoord.
Doelgroep	Een gedeelte/groep van de samenleving waarop het onderzoek zich richt.
Methode	Een aanpak/werkwijze van het onderzoek.
Missings	Wanneer een antwoord op een vraag niet gegeven wordt, spreken we van een <i>missing</i> . Door de n aan te geven in een tabel, laat je de lezer weten of er <i>missings</i> zijn.
Populatie	Doelgroep van het onderzoek.
Representativiteit	De mate waarin de respondenten uit de steekproef een goede afspiegeling vormen van de populatie.
Respondent	Een persoon die deelneemt aan een onderzoek (de online of schriftelijke enquête).
Respons	Antwoord of reactie op een oproep. Het aandeel personen dat meedoet aan het onderzoek.
SPSS	Een statistisch computerprogramma voor de sociale wetenschappen.
Steekproef	Een (representatief) deel van de populatie, zodat iets kan worden gezegd over de doelgroep van het onderzoek.
Syntax	Een pagina met commandocodes voor SPSS. Door in programmeertaal bepaalde opdrachten voor SPSS uit te schrijven, kan later altijd worden gekeken welke commando's (analyses of bewerkingen) zijn gedaan in SPSS. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van een onderzoek, omdat anderen aan de hand van de syntax dezelfde analyse kunnen uitvoeren.
Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo)	Gemeenten zijn verantwoordelijk voor de ondersteuning van mensen die niet zelfredzaam zijn. Voorbeelden zijn: begeleiding en dagbesteding; een plaats in een beschermde woonomgeving voor mensen met een psychische stoornis; opvang in geval van huiselijk geweld en mensen die dakloos zijn. Bron: Rijksoverheid (2018) .



Websites en rapporten voor meer informatie

Inwoners met een beperking en hun sport- en beweeggedrag

- Via [CBS Statline](#) kan veel algemene informatie worden opgehaald. Denk aan het aantal mannen boven de 65 jaar in een gemeente.
- De [Gezondheidsmonitor](#) wordt landelijk per GGD-regio uitgezet, vraagt onder andere naar het hebben van een langdurige aandoening of beperking en berekent de fitnorm, Nederlandse Norm Gezond Bewegen (NNGB), combinorm en aandeel wekelijkse sporters. Bij de regionale GGD-regio is tevens informatie op gemeenteniveau bekend. Met de GGD-monitor kan het sport- en beweeggedrag van inwoners met en inwoners zonder langdurige aandoening met elkaar worden vergeleken. Tevens wordt gevraagd naar het hebben van beperkingen, aandoeningen en in hoeverre inwoners zich beperkt voelen in activiteiten door gezondheid. Deze cijfers geven een indicatie hoeveel inwoners er zijn met een beperking.
- Het RIVM heeft een voorspellingsmodel gemaakt op basis van de Gezondheidsmonitor (van de GGD'en, CBS en RIVM). Dit wordt SMAP-data genoemd, en geeft een schatting op wijkniveau van bijvoorbeeld [het aandeel mensen met een beperking](#). De cijfers van SMAP kunnen afwijken van de door de GGD gepubliceerde cijfers, omdat deze op een andere manier zijn berekend. Klik [hier](#) voor de mogelijke data van SMAP op wijkniveau.
- Op gemeenteniveau worden in de [Kinderen In Tel monitor](#) van Verwey-Jonker Instituut (bijlage 2) (gezondheids)kernmerken over kinderen weergegeven, waaronder het aandeel kinderen met een handicap en het aandeel kinderen dat speciaal onderwijs volgt.

Kerncijfers voor acht soorten beperking of aandoening

Het Mulier Instituut heeft in samenwerking met Kenniscentrum Sport acht factsheets uitgebracht over de doelgroepen mensen met [een lichamelijke beperking](#), [chronische aandoening](#), [visuele beperking](#), [auditieve beperking](#), [verstandelijke beperking](#), [gedragsproblematiek en autisme](#), [een niet-aangeboren hersenletsel](#) en [kinderen met een beperking](#).

In deze factsheets staat meer informatie over wie de doelgroep is, hun sport- en beweegdeelname, hoe zij geactiveerd kunnen worden voor sport en bewegen en hoe deze doelgroep bereikt kan worden.

Sport- en beweegaanbod voor mensen met een beperking

- Op de website van [Uniek Sporten](#) kan per doelgroep en gemeente sport- en beweegaanbod worden gevonden. Door deze website actueel te houden en de website onder de aandacht te brengen bij de doelgroep, wordt aangepast sport- en beweegaanbod meer bekend onder de doelgroep. Door te inventariseren hoeveel en welk sport- en beweegaanbod al aanwezig is voor diverse doelgroepen, kan tevens (met de resultaten van het onderzoek) worden gekeken waar nog aanvulling/aanpassing nodig is.
- Voor meer inzicht waar de doelgroep te vinden is en welke sport- en beweegmogelijkheden in een gemeente aanwezig zijn, kan de [Scan & Match van Kenniscentrum Sport](#) worden gebruikt. Deze vraag- en aanbodscan voor mensen met een beperking geeft bijvoorbeeld antwoord op de vraag in hoeverre een match bestaat tussen het aantal mensen met een beperking en het bestaande sport- en beweegaanbod.

In de publicatie '[Dataverzameling voor \(lokaal\) sport- en beweegbeleid](#)' van Mulier Instituut en Kenniscentrum Sport worden nog meer bronnen, sites en rapporten aangehaald waar informatie te vinden is over sport- en beweeggedrag.



Bijlage 2 Begeleidende brief bij vragenlijst

Bij uitzetten Wmo-gegevens gemeente(n)

<logo organisatie>

Betreft: Sport- en beweegonderzoek in de <gemeente/regio> <naam>

Beste <naam Wmo-gebruiker>

De gemeente <naam gemeente> wil haar aanbod voor sport en bewegen beter afstemmen op de behoeften van mensen met een lichamelijke beperking of chronische aandoening. Hiermee wil de gemeente bereiken dat zij meer plezier aan sport en bewegen beleven en eerder de stap zetten om (meer) te gaan sporten of bewegen. Om deze behoeften te peilen zet <naam organisatie> namens de gemeente een vragenlijst uit. We vragen u deze in te vullen omdat u mogelijk in de genoemde doelgroep valt.

Wij zouden het heel fijn vinden als u deze vragenlijst invult, juist wanneer u niet of weinig aan sport of bewegen doet. Het invullen van de vragenlijst kost u ongeveer 10 minuten.

U ontvangt deze vragenlijst omdat u recent een beroep heeft gedaan op de Wet Maatschappelijke Ondersteuning (Wmo). De door u verstrekte gegevens gebruiken we alleen voor dit onderzoek. Alleen als u aan het eind van de vragenlijst zelf aangeeft dat u hulp wilt hebben om meer te sporten of bewegen, dan gebruiken we de daar opgegeven adresgegevens om u te benaderen. <naam organisatie> is een organisatie die <korte toelichting organisatie>. Zij streeft ernaar dat iedereen kan sporten en bewegen op zijn of haar niveau.

U kunt de vragenlijst op twee verschillende manieren invullen:

1. Via een computer via <link vragenlijst>
2. Schriftelijk via de bijgevoegde vragenlijst. U kunt deze versturen in de bijgevoegde portvrije antwoordenvolp.

Wilt u de vragenlijst voor <datum> invullen/terugsturen?.

Heeft u moeite met het invullen van de vragenlijst, dan kunt u de vragenlijst met behulp van familie, ouders, verzorgers of begeleiders invullen. Het is ook mogelijk de vragenlijst voor iemand anders in te vullen.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking. Als u meer informatie wilt en/of vragen heeft, dan kunt u contact met ons opnemen via onderstaande gegevens.

Met vriendelijke groet,

<naam contactpersoon>

<contactgegevens>

<logo organisatie>

**Bij uitzetten (zorg)professionals/intermediairs**

<logo organisatie>

Betreft: Sport- en beweegonderzoek in <gemeente/regio> <naam>

Beste heer/mevrouw,

De gemeente <naam gemeente> wil haar aanbod voor sport en bewegen beter afstemmen op de behoeften van mensen met een lichamelijke beperking of chronische aandoening. Hiermee wil de gemeente bereiken dat zij meer plezier aan sport en bewegen beleven en eerder de stap zetten om (meer) te gaan sporten of bewegen. Om deze behoeften te peilen zet <naam organisatie> namens de gemeente een vragenlijst uit. We vragen u deze in te vullen omdat u mogelijk in de genoemde doelgroep valt.

Wij zouden het heel fijn vinden als u deze vragenlijst invult, juist wanneer u niet of weinig aan sport of bewegen doet. Het invullen van de vragenlijst kost u ongeveer 10 minuten.

De door u verstrekte gegevens gebruiken we alleen voor dit onderzoek. Alleen als u aan het eind van de vragenlijst zelf aangeeft dat u hulp wilt hebben om meer te sporten of bewegen, dan gebruiken we de daar opgegeven adresgegevens om u te benaderen. <naam organisatie> is een organisatie die <korte toelichting organisatie>. Zij streeft ernaar dat iedereen kan sporten en bewegen op zijn of haar niveau.

U kunt de vragenlijst op twee verschillende manieren invullen:

1. Via een computer via <link vragenlijst>
2. Schriftelijk via de bijgevoegde vragenlijst. U kunt deze versturen in de bijgevoegde portvrije antwoortenvelop.

Wilt u de vragenlijst voor <datum> invullen/terugsturen?

Heeft u moeite met het invullen van de vragenlijst, dan kunt u de vragenlijst met behulp van familie, ouders, verzorgers of begeleiders invullen. Het is ook mogelijk de vragenlijst voor iemand anders in te vullen.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking. Als u meer informatie wilt en/of vragen heeft, dan kunt u contact met ons opnemen via onderstaande gegevens.

Met vriendelijke groet,

<naam contactpersoon>

<contactgegevens>

<logo organisatie>



Bijlage 3 Basisvragenlijst

1. Vult u deze vragenlijst voor uzelf of voor iemand anders in?

- ☐ Voor mezelf
- ☐ Voor een ander (*neemt u dan deze persoon in gedachte bij het invullen van de vragen*)

2. Heeft u één of meer beperkingen en/of aandoeningen?

Meer antwoorden mogelijk

- | | |
|---|--|
| ☐ Motorische beperking (bewegen) | ☐ Verstandelijke beperking (begrijpen) |
| ☐ Auditief (doof/slechthorend) | ☐ Psychische/psychiatrische problemen |
| ☐ Visueel (blind/slechtziend) | ☐ Gedragsproblemen (bijv. ADHD/autisme) |
| ☐ Chronische aandoening (bijv. COPD/reuma) | ☐ Niet Aangeboren Hersenletsel (NAH) |
| ☐ Geen van deze/wil ik niet zeggen | |

3. Hoe vaak heeft u in het afgelopen jaar gesport?

U kunt denken aan sporten zoals zwemmen, (rolstoel)tennis, handbal, (fysio)fitness en dansen.

- | | |
|---|--|
| ☐ Dagelijks | ☐ 1 tot 3 keer per maand |
| ☐ Een paar keer per week | ☐ Enkele keren in de afgelopen 12 maanden |
| ☐ Een keer per week | ☐ Niet in de afgelopen 12 maanden → U kunt vraag 3b overslaan |

3b. Welke sport(en) heeft u beoefend? Als u meerdere sporten heeft beoefend, noteer dan de 3 belangrijkste sporten.

.....

4. Er zijn activiteiten die mensen niet doen om te sporten, maar die wel te maken hebben met bewegen. Hoe vaak heeft u in de afgelopen 12 maanden een beweegactiviteit ondernomen voor uw plezier of om voldoende te bewegen? Het gaat hierbij om activiteiten in uw vrije tijd of in therapeutische setting zoals een wandeling, een fiets- of handbiketocht.

- | | |
|---|--|
| ☐ Dagelijks | ☐ 1 tot 3 keer per maand |
| ☐ Een paar keer per week | ☐ Enkele keren in de afgelopen 12 maanden |
| ☐ Een keer per week | ☐ Niet in de afgelopen 12 maanden → U kunt vraag 4b overslaan |

4b. Welke beweegactiviteit(en) heeft u ondernomen? Als u meerdere beweegactiviteiten heeft ondernomen, noteer dan de 3 belangrijkste activiteiten.

.....

Hierna gebruiken we de naam 'sportieve activiteiten' voor zowel sport- als beweegactiviteiten. Denk hierbij aan (rolstoel)tennis, zitvolleybal of yoga, maar ook aan wandelen, zwemmen en fietsen.

5. Op welke manier heeft u in de afgelopen 12 maanden aan sportieve activiteiten deelgenomen? *Meer antwoorden mogelijk*

- ☐ Als lid van een sportvereniging
- ☐ Als onderdeel van een behandeling (bijv. van fysiotherapeut)
- ☐ Bij een sportschool/fitnesscentrum
- ☐ Als lid/deel van een groep mensen die samen actief beweegt
- ☐ Alleen of met vrienden/familie (ongeorganiseerd)
- ☐ Anders

**5b. Indien u lid bent van een sportvereniging, is dit in aangepaste vorm?**

- ☐ Nee, ik train/sport mee met mensen zonder een beperking
- ☐ Ja, ik neem deel aan een groep speciaal voor mensen met een beperking
- ☐ Ja, ik ben lid van een vereniging die enkel gehandicaptensport aanbiedt

6. Hoe denkt u over sportieve activiteiten?

Geef aan in hoeverre u het eens bent met onderstaande uitspraken.

	Ze er oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Ze er eens	Geen mening
Sportieve activiteiten zijn goed voor mijn gezondheid (sterkere spieren, afvallen)						
Sportieve activiteiten vind ik gezellig/doe ik om anderen te ontmoeten						
Sportieve activiteiten doe ik op advies van arts/fysio						
Ik sport omdat ik houd van het wedstrijdelement						
Ik vind het leuk/plezierig om sportieve activiteiten te doen						
Ik (wil) meedoen aan sportieve activiteiten om buiten actief te zijn						
Door sportieve activiteiten voel ik me beter in het dagelijks leven						

7. Wat is voor u van toepassing over sportieve activiteiten?

Geef aan in hoeverre u het eens bent met onderstaande uitspraken.

	Ze er oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Ze er eens	Geen mening
Door mijn beperking kan ik geen sportieve activiteiten doen						
Ik ben bang voor/ervaar pijn bij sportieve activiteiten						
Ik ben vaak te moe voor sportieve activiteiten						
Ik weet niet welke sportieve activiteit bij mijn beperking past						
Ik weet niet welke sportieve activiteit ik leuk vind						
Professionele begeleiding is voor mij noodzakelijk bij sportieve activiteiten						
Ik zie er tegen op om een nieuwe sportieve activiteit te beginnen						
Ik ben bang voor vooroordelen bij deelname aan sportieve activiteiten						
Ik ben bang voor blessures/bang om te vallen bij sportieve activiteiten						
Ik heb slechte ervaringen met deelname aan sportieve activiteiten						



8. Welke belemmeringen voor deelname aan sportieve activiteiten zijn voor u van toepassing? Als u niet deelneemt aan sportieve activiteiten, willen we graag weten welke belemmeringen u verwacht als u wel gaat deelnemen.

Kruis maximaal de drie belangrijkste belemmeringen aan.

- ☐ Geen enkele. Ik ervaar/verwacht geen belemmeringen
- ☐ Het vervoer (duur/kost veel tijd/afhankelijk van anderen)
- ☐ Het tijdstip van de activiteit
- ☐ De prijs
- ☐ De activiteiten zijn (te) prestatiegericht
- ☐ Aanvragen sporthulpmiddelen is lastig (bijv. sportrolstoel)
- ☐ Lastig om mensen voor een team/training van hetzelfde niveau bij elkaar te krijgen
- ☐ Geen mensen om mee te sporten/bewegen
- ☐ Aanbod van activiteiten is beperkt
- ☐ Aanbod spreekt me niet aan
- ☐ Accommodaties onvoldoende aangepast
- ☐ Sportmaterialen/lessen onvoldoende aangepast
- ☐ Gebrek aan (deskundige) begeleiding
- ☐ Andere belemmering, namelijk

9. Heeft u hulp of speciale voorzieningen nodig voor het beoefenen van sportieve activiteiten? Zo ja, welke? Kruis maximaal de drie belangrijkste aanpassingen aan

- ☐ Geen aanpassingen nodig
- ☐ Behoeft aan hulp of speciale voorzieningen afhankelijk van de activiteit
- ☐ Goede bereikbaarheid van een sportvoorziening (o.a. nabijheid bushalte)
- ☐ Aangepast vervoer naar de sportvoorziening
- ☐ Beschikbare vrijwilliger/begeleider (voor vervoer of ter ondersteuning)
- ☐ Goede toegankelijkheid van een sportvoorziening (o.a. verlaagde drempels in de locatie)
- ☐ Aangepaste accommodatie (o.a. toilet- en doucheruimten/kantine/sportruimte)
- ☐ Hulp bij aan- en uitkleden/douchen
- ☐ Een trainer/coach die mijn (on)mogelijkheden kent (o.a. vanwege beperking/aandoening)
- ☐ Aangepaste groepsgrootte
- ☐ Aangepaste spelregels
- ☐ Speciale sporthulpmiddelen (o.a. sportrolstoel of –prothese)
- ☐ Anders, namelijk

10. Wat kan u helpen om (vaker) deel te nemen aan een sportieve activiteit?

Meer antwoorden mogelijk.

- ☐ Meer informatie over het nut van sportieve activiteiten voor mijn gezondheid
- ☐ Advies van een arts/fysiotherapeut/diëtist over welke sportieve activiteiten ik aan kan
- ☐ (Deskundige) hulp bij het zoeken van een geschikte sportieve activiteit
- ☐ Kennismaking bij aanbieders zoals een wandelclub of sportvereniging
- ☐ Iemand die de eerste keer met mij meegaat naar een sportieve activiteit
- ☐ Een sportieve activiteit die is aangepast aan mijn beperking/aandoening
- ☐ De mogelijkheid om mensen te leren kennen bij een sportieve activiteit
- ☐ Korting op de kosten van een sportieve activiteit
- ☐ Anders, namelijk
- ☐ Geen van deze/ik hoef niet (vaker) deel te nemen

De volgende vragen gaan over uw ideale manier om aan sportieve activiteiten deel te nemen. Ook als u op dit moment geen of weinig sportieve activiteiten heeft, zijn we benieuwd wat uw voorkeuren zijn.



11. Door wie wilt u het liefst dat uw sportieve activiteit wordt georganiseerd?

Kruis maximaal één antwoord aan.

- ☐ Sportvereniging
- ☐ Buurthuis of andere organisatie in mijn buurt
- ☐ Een zelfstandige trainer/coach
- ☐ Een fitnesscentrum
- ☐ Medisch/therapeutisch verband (fysiotherapeut, zorgverlener, etc.)
- ☐ Ongeorganiseerd/zelf organiseren
- ☐ Maakt mij niet uit
- ☐ Anders

12. Zou u een sportieve activiteit willen doen met mensen met dezelfde beperking?

Dat kan bijvoorbeeld bij een sportvereniging of een gespecialiseerde beweeggroep.

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Maakt mij niet uit

13. Met wie zou u het liefst een sportieve activiteit willen doen?

Kruis maximaal één antwoord aan.

- ☐ Met een vaste groep of team
- ☐ Met een steeds wisselende groep
- ☐ In een wisselende groep van bekenden (vrienden of via internet)
- ☐ Met één vaste partner
- ☐ Alleen
- ☐ Maakt mij niet uit/n.v.t.

14. Wat is voor u van toepassing? Meer antwoorden mogelijk

- ☐ Ik zou graag willen beginnen met een sportieve activiteit(en)
- ☐ Ik zou graag vaker een sportieve activiteit(en) willen doen
- ☐ Ik zou graag een andere sportieve activiteit(en) (erbij) willen doen
- ☐ Ik denk erover om te stoppen
- ☐ Ik wil niks veranderen

→ Door naar vraag 15

→ Door naar vraag 15

14b. Welke sportieve activiteiten zou u het liefste willen doen?

Het gaat om activiteiten die u momenteel niet beoefent, maar wel zou willen beoefenen.

Ik wil graag

14c. Wat is de reden dat u nog niet deelneemt aan deze sportieve activiteit?

.....

Algemene vragen

15. Bent u een...

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

16. In welk jaar bent u geboren?

17. In welke gemeente woont u?

18. Hoe woont u?

- ☐ Alleen
- ☐ Inwonend bij ouders
- ☐ Samenwonend met partner/gezin
- ☐ In een woonvoorziening/-instelling/-groep
- ☐ Anders



19. Hoe lang heeft u een beperking en/of aandoening? *Indien u meerdere beperkingen of aandoeningen heeft, kunt u uitgaan van de langstdurende.*

- | | |
|---|--|
| ☐ Vanaf mijn geboorte | ☐ meer dan 10 jaar |
| ☐ 5 tot 10 jaar | ☐ In de afgelopen 5 jaar gekregen |
| ☐ Geen beperking/aandoening → U kunt de vraag 20 overslaan | |

20. Welk(e) hulpmiddel(en) gebruikt u in uw dagelijks leven? *Het gaat om hulpmiddelen om dagelijkse handelingen in het leven zo makkelijk en aangenaam mogelijk te maken. U kunt denken aan een rolstoel, hulphond, rollator, steunkousen of een stok. Meer antwoorden mogelijk.*

.....

.....

21. <Organisatie X> kan u helpen bij het vinden van een sport- of beweegactiviteit die aansluit bij uw wensen. Als u hierin interesse heeft, dan kunt u hier uw gegevens achterlaten.

22. Heeft u nog vragen of opmerkingen?

.....

.....

Hartelijk bedankt voor het invullen van deze vragenlijst.

U kunt deze in de portvrije envelop verzenden.

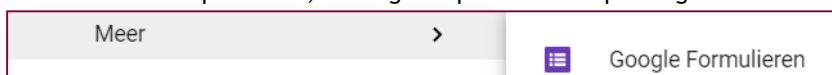


Bijlage 4 Uitleg uitzetten van online vragenlijst

Met Google Formulieren kun je een vragenlijst makkelijk en kosteloos online uitzetten. Google Formulieren is een onderdeel van Google Drive. Je hebt een Gmail-account nodig om een enquête aan te maken. Het aanmelden bij Gmail is gratis. Hieronder staat een beknopte uitleg hoe Google Formulieren werkt. Mocht je niet bekend zijn met Google of gaan sommige stappen te snel: ISB en UGent hebben een (zeer) uitgebreide beschrijving gemaakt. Let op dat Google niet toegankelijk is voor tekst-naar-spraaksoftware voor mensen met een visuele beperking; daarvoor kan beter SurveyMonkey.com gebruikt worden.

Een vragenlijst aanmaken in Google Formulieren

1. Log in bij Gmail en open rechtsboven het menu  en open Drive .
2. Klink linksboven op 'Nieuw', vervolgens op 'meer' en op 'Google Formulieren'.



3. Nu kun je zelf een online vragenlijst aanmaken. Google geeft duidelijk aan waar je een vraag kan toevoegen en waar je antwoordopties kunt toevoegen. Let op dat je aanklikt (wanneer van toepassing) dat de vragen verplicht ingevuld moeten worden (zie afbeelding 1).

Afbeelding 1 Vraag toevoegen in Google Formulieren

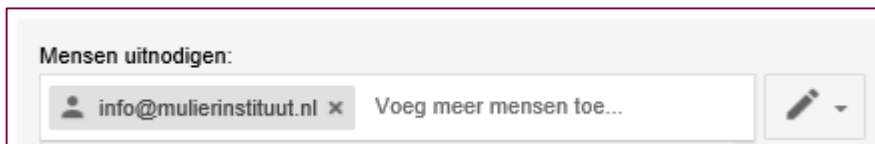
Wanneer je bij afbeelding 1 op de drie bolletjes rechtsonder klikt, krijg je een menu te zien. Hier kun je aangeven of het een meerkeuzevraag betreft (mensen mogen één antwoord aanklikken), een selectievakje (mensen mogen meerdere antwoorden aanklikken), of een selectievakraster (mensen kunnen in rijen en kolommen 1 antwoord aanklikken). De rest van de antwoordopties zijn niet van toepassing voor onze vragenlijst.

Sjabloon gebruiken

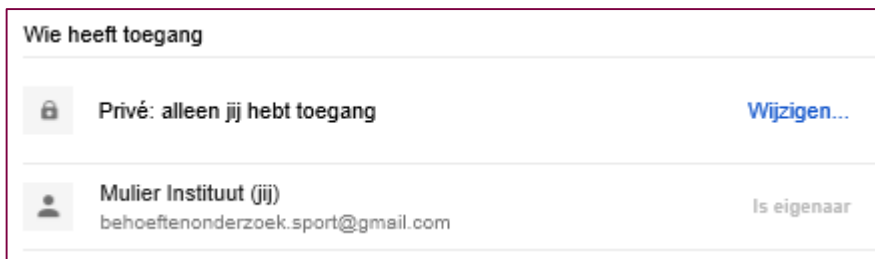
De basisvragenlijst hebben wij al ingevoerd in Google Formulieren en deze is makkelijk te downloaden. Op deze manier hoef je zelf geen vragenlijst te maken of ontwikkelen. Het sjabloon kan worden gedownload en vervolgens toegevoegd aan je eigen Google Formulieren. Dit scheelt programmeertijd. Je hebt dan nog steeds de mogelijkheid om eventueel eigen vragen aan de enquête toe te voegen. Wij raden aan om deze vragenlijst niet aan te passen.

**Volg de volgende stappen:**

1. Zorg dat je een eigen- of bedrijfsaccount hebt aangemaakt
2. Het Mulier Instituut heeft een Google-account waarop je het sjabloon van de vragenlijst kan terugvinden. Meld je bij Google Drive aan met de volgende gegevens:
E-mailadres: behoefteonderzoek.sport@gmail.com; wachtwoord: behoefteonderzoek.sport@gmail.com. Mocht Gmail denken dat je het account aan het hacken bent, dan kun je ter verificatie onderzoek@mulierinstituut.nl invoeren.
3. Klik met de rechtermuisknop op het formulier 'Behoeftenonderzoek'. Zorg dat je in de omgeving van Drive staat (en niet 'formulieren').
4. Klik met de rechtermuisknop op het sjabloon en klik op 'een kopie maken'. Geef de kopie een eigen naam, zodat deze herkenbaar is.
5. Word vervolgens eigenaar van de kopie, door met de rechtermuisknop op de kopie te klikken en op 'delen' te klikken. Vul het e-mailadres van jouw Google-account in.



6. Stel je eigen account in als 'is eigenaar' en verwijder het account Mulier Instituut, door op het grijze kruisje naast het account aan te klikken.
7. Sla de wijzigingen op, log in met je eigen account en pas de vragenlijst verder aan naar wens.

**Belangrijke punten bij Google Formulieren:**

- Speel met de mogelijkheden in Formulieren. Zo kun je de lay-out wijzigen en afbeeldingen toevoegen. Voeg bijvoorbeeld een logo of hyperlink naar de eigen website toe;
- Per vraag kun je aangeven of hij verplicht moet worden gesteld, controleer of dit uiteindelijk ook het geval is;
- Verander de volgorde van de vragen niet. Via Formulieren kun je instellen dat de vragen willekeurig worden gesteld. Dit is niet wenselijk. Neem per voorkeur de basisvragenlijst exact over;
- Test de vragenlijst grondig voordat je hem openbaar zet. Kun je overal een open antwoord invoeren waar gewenst? Mis je als lezer nog ergens toelichting of uitleg? Laat bijvoorbeeld een (externe) collega kritisch kijken naar de vragenlijst. Test ook alvast hoe de antwoorden binnenkomen in Excel Spreadsheet.



De online vragenlijst uitzetten

Wanneer de vragenlijst naar wens is en deze getest is, kunnen mensen hem invullen. Bij het bewerken van de vragenlijst zijn er twee opties: 'vragen' en 'reacties'.



In het blok 'vragen' kun je de vragen aanpassen en bewerken en in het blok 'reacties' kun je de reacties aan- of uitzetten. Dit doe je door 'Accepteert reacties' aan te zetten.

Rechts bovenin kun je op 'verzenden' klikken zodat je een hyperlink naar de vragenlijst krijgt die je kunt delen.



Via Google kan de optie worden aangevinkt om de link te verkorten. Ook via bit.ly kun je de URL korter maken. Dat ziet er mooier uit wanneer je de link op sociale media deelt en is makkelijker over te nemen wanneer iemand een brief krijgt thuisgestuurd. Het voordeel van een bit.ly-link is ook dat je kunt zien hoe vaak op de link is geklikt. Als de link is aangemaakt, dan kun je deze verspreiden via de e-mail, sociale media en weergeven in de schriftelijke vragenlijst (zie [stap 5](#)).

Papieren vragenlijsten invoeren in Google Formulieren

Het meest praktisch is om de vragenlijsten die op papier zijn ingevuld, tevens via Google Formulieren in te voeren. Voer de papieren vragenlijsten pas in wanneer de online enquête is gesloten. Omdat je gebruik hebt gemaakt van een andere methode, kunnen de antwoorden van de papieren of online vragenlijst afwijken. Het is daarom handig om (wanneer de enquête online gesloten is) een vraag toe te voegen met de opties 'papier' of 'online'. Wanneer je de papieren vragenlijsten invoert, kun je aanvinken dat dit om een papieren versie gaat. Bij het analyseren kun je kijken of deze antwoorden sterk van elkaar afwijken. Is dit niet het geval, dan kun je de resultaten als geheel interpreteren.

Online vragenlijst sluiten

Door 'Accepteert reacties' uit te zetten, is de online vragenlijst gesloten. Vergeet niet de uitnodiging of link van de vragenlijst op websites en/of je handtekening te halen. De reacties kun je verzamelen door de reacties in Spreadsheet (online variant van Excel) te exporteren. Klik op het groene Spreadsheet icoontje. Spreadsheet opent automatisch en je ziet het aantal reacties met de gekozen antwoorden. Via 'Bestand', 'Downloaden als' en 'Microsoft Excel.xlsx' aan te klikken, exporteer je alle reacties in Excel. Dit Excelbestand dient als basis voor het analyseren ([stap 6](#)).



