



# Verslag praktijktafel

## Sessie 2: Focusgroep

### 1. Wat is cocreatie? Waarom cocreatie?

Cocreeer.be – Line Windey

Wat is cocreatie?

Co-creatie gaat voorbij aan de klassieke participatie (zoals beschreven in de [participatieladder](#)). Iedereen is meteen expert en gaat van bij het begin mee het gesprek aan. Bij cocreatie staat verschil centraal. Verschillende standpunten en invalshoeken worden aangemoedigd (zie o.a. de methodiek van [deep democracy](#)), conflicten krijgen een plaats.

Waarom cocreatie?

- Het vertrouwen taant in de politiek, in maatschappelijke instellingen. Mensen nemen zelf het heft in handen, ze verlaten hiërarchische structuren en oude ideeën van leiderschap en laten initiatieven van onderuit groeien.
- 1 invalshoek, 1 expert is niet voldoende om complexe problemen aan te pakken. Je gebruikt beter de 'wisdom of crowds', de kennis netwerken (professionele en andere). Een groepsaanpak helpt ook obstakels overkomen (zoals dominante persoonlijkheden).
- Cocreëren is ook verbindend en positief voor de buurt, het zorgt voor een beter gevoel dan de vluchtige contacten die mensen doorgaans hebben. Opmerkelijk is de energie die (terug) vrij komt als mensen zich mede-eigenaar voelen, mensen beginnen terug te dromen, hun betrokkenheid verhoogt ...
- De uitkomst is onvoorspelbaar want iedereen bepaalt mee het proces en het eindresultaat. Dat bevordert de gedragenheid, niemand weet nog wie welk idee aanbracht en dat is ook de bedoeling.

### 2. Focusgroep

Aan de hand van een focusgroep kan je in een kleine groep helemaal in de diepte gaan. De bedoeling is om zoveel mogelijk verschillende meningen aan de oppervlakte te brengen. Je hoeft geen consensus te bereiken. Werk je met een een grote groep, dan is een World café beter geschikt, ook als een informele en prettige sfeer belangrijk is.

→ Wat is een focusgroep precies?

- Een groep van maximum zeven mensen
- Gesprek over een specifiek thema (in de praktijk moet je het gesprek ook vaak terugbrengen naar het thema)
- Gespreksbegeleider en notulist (apart)

- Belangrijk om na te denken over wie er zit (representativiteit)
- Probeer zoveel mogelijk diversiteit te pakken krijgen
- Je kan werken met een homogene of gemende groep
- Het doel is om zoveel mogelijk ideeën, meningen en ervaringen aan de oppervlakte brengen
- Je kan dit doel bereiken door vragen te stellen als 'en wat nog?' of 'hoe denk jij daar anders over?'
- Soms moet je een focusgroep twee keer samen brengen
- Een gesprek duurt zo'n 90 à 100 minuten

#### → Aandachtspunten

Een focusgroep brengt een aantal aandachtspunten met zich mee voor de moderator:

- Veiligheid is belangrijk → wat ik zeg wordt gewaardeerd, ik word er niet op afgerekend  
Bvb. een rondje 'ik ben blij dat ik hier zit'. Hiertoe moet je er als gespreksleider over waken dat jij en de deelnemers de interactieregels respecteren
- Je moet ook rekening houden met de groepsdynamiek. Mensen willen er bij horen. Daarom moet je soms dominante figuren/subgroepen doorbreken. Mensen die verbaal minder sterk staan kan je steunen met werkvormen.

#### → Je lokaal netwerk evalueren aan de hand van een focusgroep

- Start met een terugblik op de afgelopen periode en een beeld van de huidige situatie
  - Open vragen stellen (vanuit SWOT)
  - Focus op sterktes
  - Zwaktes ombuigen naar aspiraties
  - Leuke werkvormen (tekenen, een foto kiezen)
  - Vragen naar concrete voorbeelden
- Vooruitblik – hoe ziet het lokaal netwerk eruit helemaal zoals jij dat wil? Appeleren aan de zintuigen (wat hoor je, wat zie je, wat voel je?).
- Niet alleen praten – iedereen kan zich uitdrukken op zijn eigen manier. Belangrijk is wel dat je zelf gelooft in de werkvormen die je gebruikt.
- Nadien is het belangrijk om de breedheid van alles wat gezegd samen te vatten en te vertellen wat er nu gebeurt met al die input

#### → Focusgroepen met mensen in armoede

- Zorg voor een veilige context waar mensen zich thuis voelen, voorzie eten en drinken. Probeer op voorhand gewoon eens langs gaan. Voor mensen in armoede is het misschien best om in een homogene groep te werken. Mensen kunnen hun hart luchten en hun verhaal vertellen. Mensen kunnen dan thema's zoeken in al die verhalen en indien nodig bijkomende informatie inwinnen.

- Door het betrekken van mensen in armoede krijg je zicht op de betekenis die ze hechten aan vrije tijd en op de invulling van hun vrije tijd. Ze kunnen ook aangeven welke drempels ze ervaren en waar ze belang aan hechten in de organisatie van de vrije tijd.
- Nieuwe partners rond de tafel kunnen inspirerend zijn voor de bestaande partners. Via een focusgroep kan je individuele stemmen kracht bij zetten. Dit kan leiden tot betere maatregelen en andere organisatievormen.

*Bijvoorbeeld: Een OCMW biedt in het weekend van vaderdag gratis kaartjes aan voor Plopsaland De Panne. De gezinnen moeten wel dat weekend naar Plopsaland. De ervaringsdeskundige stelt een alternatief voor waarbij mensen in armoede meer keuze en controle hebben.*