

## Onderzoek doen: eenvoudige methoden

### *Onderzoek voor, tijdens en na de interventies*

Bedenk eerst wat u wilt weten, bijvoorbeeld:

- Wat is het probleem of het huidige gedrag en welke factoren spelen een rol?
- Welke gedragsfactoren spelen een rol bij gewenst gedrag? Dit kunt u ook meten voordat u uw interventies ontwikkelt, bijvoorbeeld bij mensen die het gedrag al vertonen.
- Wat zijn de resultaten van de interventies of de huidige maatregelen?
- Welke belemmeringen komen inwoners tegen bij het afval scheiden?

### **Online enquête**

Met de huidige online tools is het vrij makkelijk om zelf een eenvoudige enquête uit te zetten. Misschien dat de vragenlijst en het aantal respondenten niet helemaal voldoen aan de wetenschappelijke eisen, maar op zijn minst kunt u er een goede indicatie uit halen. Natuurlijk zijn de resultaten dan niet per se representatief. Het is dus wel verstandig om de aannames die u uit het onderzoek haalt te checken door de resultaten te monitoren.

Het beste kunt u een online enquête inzetten voor informatie over het huidige gedrag, de ervaren problemen, de gebruikte communicatiekanalen, herinnering aan een bepaalde campagne, kennis op het gebied van afval scheiden.

Realiseert u zich wel dat gerapporteerd gedrag vaak niet klopt met de werkelijkheid. Een online enquête lijkt wat minder geschikt voor het achterhalen van redenen om iets wel of niet te doen. Ook is het gevaarlijk om te vragen hoe respondenten iets in de toekomst zouden doen, want de kans is groot dat u sociaal gewenste antwoorden krijgt.

### **Observatie**

Door het gedrag te observeren kunt u vooral zien hoe het gedrag wordt uitgevoerd, wat fysieke belemmeringen zijn. Observatie is vooral geschikt voor probleemanalyse.

### **Diepte-interviews**

Met diepte-interviews kunt u achterhalen welke weerstanden en motieven belangrijk zijn. U vraagt door als u een sociaal gewenst antwoord vermoedt.

### **Focusgroep**

Dit is eigenlijk een diepte-interview, maar dan met meer mensen. Nadeel én voordeel is dat mensen elkaar beïnvloeden. Voordeel is dat het sneller gaat dan met 1 op 1-gesprekken.

### **Pretesten in laboratoriumsituatie**

Vooraf geschikt voor communicatieve uitingen: begrijpen mensen het goed? Niet geschikt om het effect op gedrag te onderzoeken. In de werkelijkheid spelen te veel andere factoren mee.

### **Prestesten in werkelijkheid, bijv. A/B**

Met een pilot probeert u een deel van de campagne uit, bijvoorbeeld in een wijk. Voor online middelen is het heel gemakkelijk om te testen of de ene uiting beter werkt dan de anderen. Dit heet A/B-testing. Hoe vaak wordt er geklikt, bijvoorbeeld. Werkt het ene woord beter dan het andere?

### **Monitoren en achteraf meten resultaten**

Metten van de gedragsresultaten is bij afval scheiden goed te doen en het gebeurt bij de meeste gemeenten al. U kunt ook de resultaten van een campagne monitoren en meten door bijvoorbeeld de webstatistieken bij te houden. Door te monitoren kunt u uw interventies tussentijds bijsturen.

### **Monitoren en achteraf evalueren proces**

Met een klanttevredenheidsonderzoek kunt u bijvoorbeeld de tevredenheid over het proces onder bewoners meten.

Voor interne evaluatie zijn er allerlei werkvormen te bedenken. Er zijn er genoeg te vinden op internet, bijvoorbeeld

<http://www.werkvormen.info/werkvorm/overzicht.php?search=true&cat=nabespreekvormen>.