

# OMGEVINGS- VERKENNING

Voordat je begint met jouw initiatief, is het goed om onderzoek te doen naar jouw omgeving en doelgroep. Wat voor initiatieven bestaan er al? Waar heeft de doelgroep behoefte aan? Is jouw idee haalbaar? Aan de hand van een aantal onderzoeksmethoden kan je hier antwoord op geven.

## Methode 1: Deskresearch

Met deskresearch kun je achterhalen wat er al bekend is over de gebruiker of doelgroep of regio waar jouw initiatief betrekking op heeft. Deskresearch biedt je bestaande feitelijke en praktische informatie, zoals financiële en demografische gegevens. Met gegevens uit de deskresearch kun jij je initiatief goed afstemmen op wat er al bekend is. Je kunt onderzoek doen naar verschillende onderdelen, zoals je gekozen doelgroep, de omgeving waarin je actief bent en eventuele concurrentie. Volg de volgende stappen om een goede deskresearch te doen.

### 1. Bepaal de onderdelen

Bepaal waarover je gegevens wilt verzamelen en hoe je deze gegevens wilt verzamelen. Een DESTEP-analyse is een manier om de gegevens uit de deskresearch te categoriseren. Dit staat voor 'Demografisch, Economisch, Sociaal-cultureel, Technologisch, Ecologisch en Politiek-juridisch'. Door bij ieder onderdeel te beschrijven wat er al bekend is, maak je inzichtelijk hoe jouw markt er uit ziet.

- Demografisch: populatie, leeftijdsopbouw, gemiddeld inkomen en gezinssituatie
- Economisch: gemiddeld salaris, beroepsbevolking, werkloosheid
- Sociaal-cultureel: leefstijl, religie, vrijetijdsbesteding
- Technologisch: informatievoorzieningen
- Ecologisch: milieu, klimaat, weersomstandigheden
- Politiek-juridisch: wetgeving, subsidies

### 2. Zoek gegevens

Zoek per onderdeel uit de DESTEP-analyse zowel naar nationale als lokale gegevens en, indien van toepassing, ook naar internationale gegevens. Dit is afhankelijk van de omgeving waarin jouw initiatief actief is, of waar jouw doelgroep zich bevindt. Deze gegevens zijn eenvoudig op te halen via websites van onder andere het [Centraal Bureau voor de Statistiek](#), het [Sociaal en Cultureel Planbureau](#), de [Kamer van Koophandel](#) of bijvoorbeeld de [Buurtmonitor van de gemeente Rotterdam](#).

### 3. Beantwoord de vragen

Formuleer antwoorden op de volgende vragen:

- Welke cijfers zijn er al bekend over mijn gekozen thema?
- Wat is er bekend over mijn doelgroep? Hoe ziet deze eruit? (De gegevens over de doelgroep vormen de basis voor de juiste doelgroepkeuze -zie bijlage 3.2-.)
- Zijn er andere initiatieven of projecten die mijn gekozen probleem aanpakken?
- Hoe zien die eruit? Wat doen zij en hoe pakken zij dit aan?

### Voorbeeld

Als jouw initiatief een bijdrage wil leveren aan de sportmogelijkheden in IJsselmonde om op langere termijn meer Rotterdammers in dit gebied in beweging te krijgen, kun je deskresearch uitvoeren naar sportgerelateerde cijfers van de Rotterdammers in dit gebied en de bestaande sportfaciliteiten in IJsselmonde. Met die informatie kun je bepalen hoe jouw doelgroep is opgebouwd, wat er al gebeurt aan sportactiviteiten en welke behoefte jij kunt vervullen.

## Methode 2: Nulmeting

Als je kunt achterhalen wat jouw gekozen doelgroep van jouw initiatief vindt en weet hoe ze denkt over een bepaald thema of gebied, kun jij invulling geven aan de activiteiten die je wilt uitvoeren of resultaten die je wilt behalen. Indien je nog niet goed weet wie jouw doelgroep is, kun je eerst bijlage 3.2. (Doelgroepbepaling) raadplegen.

Heb je dit al in kaart gebracht? Dan kun je een startonderzoek doen, ook wel een nulmeting genoemd. De nulmeting kun je uitvoeren voordat je initiatief is begonnen. Met de nulmeting kun je de huidige situatie in kaart brengen onder jouw doelgroep. Met de nulmeting kun je bijvoorbeeld antwoord krijgen op de volgende vragen:

- Wat vindt jouw doelgroep van jouw initiatief?
- Welke problemen spelen er die jij kan aanpakken?
- Hoe beoordeelt de doelgroep het thema dat jij wilt aanpakken?
- Wat is ze bereid te betalen voor de activiteiten?

Je kunt een nulmeting uitvoeren door middel van een enquête of door gesprekken te voeren. Aan de hand van de resultaten van je nulmeting, kun je activiteiten en doelstellingen formuleren. Volg de onderstaande stappen om te achterhalen hoe jouw doelgroep denkt over jouw initiatief.

1. Beschrijf kort en krachtig op welk thema jij je wilt richten met het initiatief. Denk bijvoorbeeld aan het verbeteren van de veiligheidsbeleving in een bepaald gebied.
2. Bepaal onderwerpen die samenhangen met dit onderwerp. In het geval van veiligheid kun je bijvoorbeeld denken aan onvoldoende verlichting, criminaliteit, de kwaliteit van de buitenruimte en te weinig sociale cohesie.
3. Formuleer vragen die je kunt voorleggen aan jouw doelgroep en verbindt scores aan deze vragen, zodat deelnemers hun mening over het onderwerp kunnen geven. Bijvoorbeeld: 'Geef op een schaal van 0 tot 10 aan wat u vindt van de verlichting in uw straat.' Of: 'In hoeverre bent u het eens met de stelling ...,' met als antwoordmogelijkheden 'helemaal mee eens' tot 'helemaal niet mee eens'.
4. Geef deelnemers ruimte om eigen ideeën en behoeften te formuleren. Dit kun je bijvoorbeeld als laatste vraag van een enquête formuleren.
5. Evalueer de resultaten om te achterhalen wat de doelgroep van jouw initiatief vindt en op welke behoeften jij kunt inspelen. Verzamel alle resultaten in een rapport dat je kunt bewaren en terug kan lezen.