

Methode focusgroep

Groepsinterview gefocust op een specifiek onderwerp

Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., de Goede, M., Peters, V., van der Velden, T. (2013). *Basisboek kwalitatief onderzoek: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff.)

Je brengt een groep bij elkaar om gegevens
te verzamelen van mensen die stakeholder
zijn binnen jouw onderzoek:

Meningen

Gedachtes

Gevoelens

Ideeën



Voordeel t.o.v. individuele interviews

- Het bespaart je tijd: je spreekt zo'n 8 tot 10 mensen tegelijk
- Mensen kunnen elkaar ergens aan herinneren/ op (nieuwe) ideeën brengen en aanvullen
- Bijkomend voordeel: je onderzoek gaat leven bij een grotere groep
- Je creëert draagvlak

Niet geschikt

voor onderwerpen die:

- Privé of persoonlijk zijn
- Controversieel zijn



Punten van aandacht

Machtsverhoudingen

Sociaal wenselijk gedrag

Dominantie van personen



Waarom of wanneer?

Empathie/ discover fase

- Oriënteren
- Verklaren

Ideate / deliver fase

- Inventariseren
- Selecteren

Vorm van een focusgroep

1 tot 1,5 uur is het maximum



Rond de 10 mensen

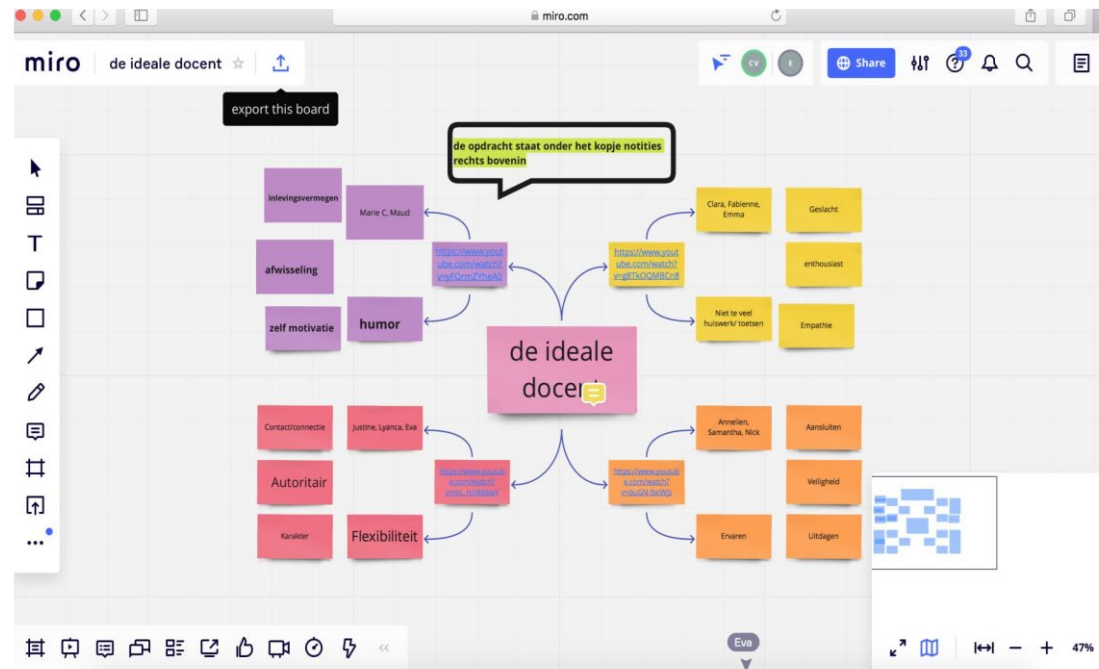


Verschillende Gespreksvormen En Werkvormen



- Klassiek groepsgesprek aan de hand van vragen
- World café setting
- Debat op poten zetten
-
- Klaag- en kansen muur
- Ranking the
- Post-it settingen
- Vul elkaar aan- sessies op papier
-
- Voordeel van werkvormen op papier is dat je geschreven data hebt -> maar kort laten schrijven en dan het gesprek voeren is wel **essentieel.**

Dat kan ook digitaal



Een focusgroep kan dus heel goed het karakter krijgen van een brainstormsessie.



De vier belangrijkste stappen



Stap 1 voorbereiden



Stap 1

voorbereiden

De mate van gestructureerd kan verschillen per focusgroep maar een goede voorbereiding is essentieel:



Wat wil je te weten komen -> output



Topics en vragen formuleren -> op welke vraag krijg ik de info die ik hebben wil?

Werkvormen bedenken -> op welke wijze krijg ik de output die ik hebben wil

aandachtspunten
voorbereiding

topics en vragen

- Open vragen
- Uitnodigende vragen
- Niet oordelende vragen
- Vragen die discussie oproepen
- Duidelijke en begrijpelijke vragen

en

Niet te veel! Iedereen moet de tijd krijgen om bij te dragen, anders mis je misschien belangrijke informatie.

aandachtspunten
voorbereiding

werkvormen

- **Niet te veel**: een werkvorm vraagt organisatie > dat kost tijd en gaat dus ten koste van gegevens verkrijgen.
- **Eenvoudig**: snel te begrijpen, niet voor meerdere uitleg vatbaar en snel te doen.
- **Ondersteunend** aan je doel (niet moeilijk doen als het ook makkelijk kan).
- **Afwisselend**: zorg voor dynamiek en afwisseling. (staand/zittend/bewegend, grote/ klein groep, schriftelijk/ mondeling, snel/ langzaam, ...) en natuurlijk de werkvormen zelf afwisselen: na 4x een post-it opdracht heb je er geen zin meer in.

aandachtspunten
voorbereiding

voorwaarden creëren

- Je vraag tijd -> geef waardering.
Niet alleen in woorden. Zorg voor een waarderende omgeving: prettige ambiance, zichtbaar goede voorbereiding, rust en aandacht van jou.
- Creëer een open sfeer waarin iedereen zichzelf durft te uiten: ijsbreker als start / nadenken over de settings / volgorde van topics (steeds verdiepend).
- Zorg ook voor energie -> denk na over hoe je energie bewaakt.
- Verdiep je in gespreksleiderschap of vraag daar hulp bij -> stel een gespreksleider aan

aandachtspunten
voorbereiding

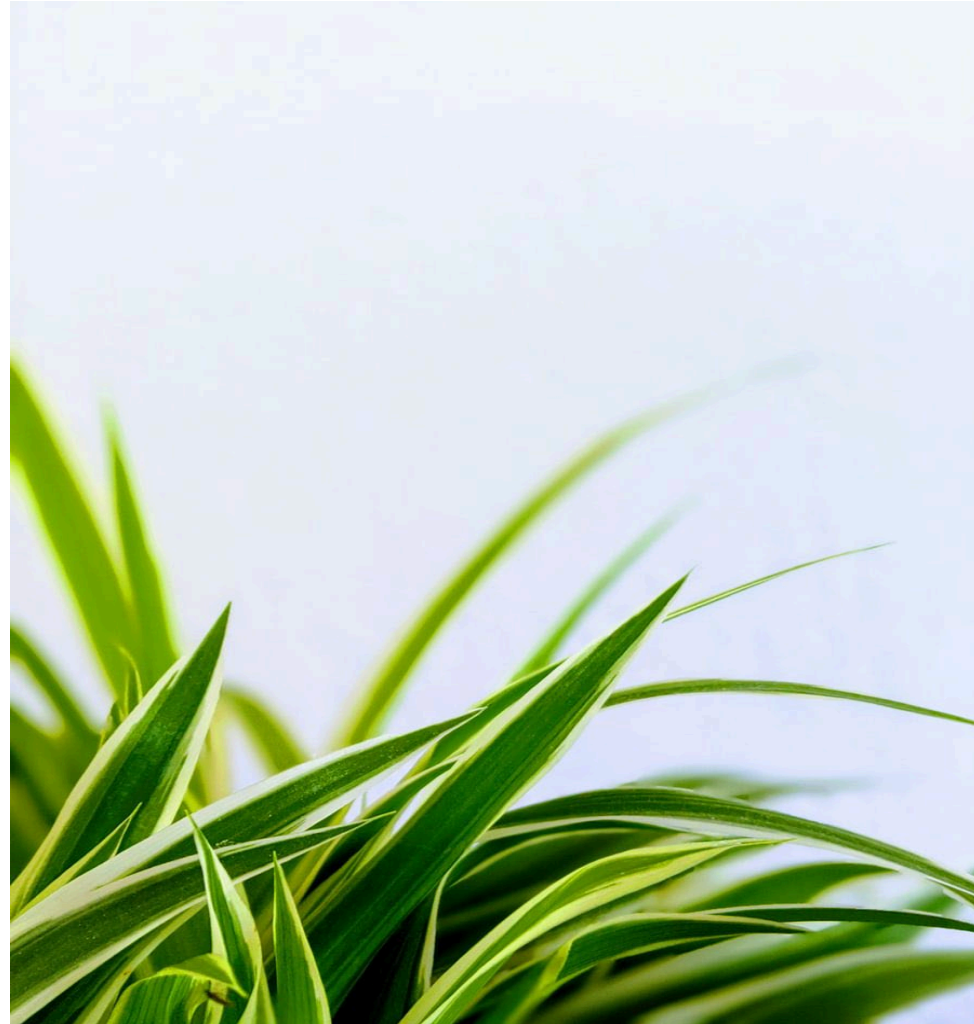
data verzamelen

Hoe ga je de data verzamelen?

- Alle geschreven teksten kunnen meenemen -> hoe?
- Alle gesproken teksten bewaren -> hoe?
Tip: beeldopname is beste, laat ook een audio meelopen.
- Alle informatie zoals verloop van de sessie / non-verbale communicatie etc. -> neem een notulant ofwel observator mee die beschrijft wat hij/zij waarneemt.

Risico bij een
ongestructureerde of
slecht voorbereide
focusgroep

Je ziet maar een
gedeelte van het
probleem, de oplossing
of de mogelijkheden



Eén kans

(je kunt het niet overdoen)



Stap 2 deelnemers selecteren



Stap 2

deelnemers selecteren

Selectief uitnodigen:

Let op de samenstelling van de groep:

- kunnen/ durven mensen vrijuit (te) spreken?
- heb je de juiste mensen: juiste stakeholder/ goede doorsnee van één groep / van elke groep een vertegenwoordiger / alle leeftijden / alle rangen (of juist niet) /

Uitnodigen op basis van vrijwilligheid:

Uitnodiging groter uitzetten en wachten op de respons.

Let op: je krijgt dus mensen die 'aangaan' op het onderwerp/ betrokkenheid voelen -> stel de juiste vraag.

Het verantwoorden hiervan in je methodiek is heel belangrijk.

Stap 2

deelnemers verleiden

Het kan nodig zijn om de deelnemers te verleiden.

Je maakt aanspraak op hun tijd en medewerking, daar is soms wat overtuigingskracht voor nodig.

Geef aan wat er 'voor de deelnemers in zit':

- waar dragen ze aan bij ->geef zicht op het doel van je onderzoek.
- Laat merken dat ze (onbewust) waardevolle informatie of kennis bezitten die alleen zij aan jou kunnen geven.
- Maak het aantrekkelijk om er bij te zijn: inhoudelijk maar ook organisatorisch. Voorbeeld: studentenfocusgroep -> beste tijd lunchpauze (binnen roosteruren)-> aanbod gratis lunch voorafgaand aan.....

Stap 3

voorbereiding van de uitvoering

Het is heel gebruikelijk om een **tweede persoon** te betrekken bij een focusgroep.

- > tijdsbewaking
- > gespreksbewaking: kan bijsturen als jij iets over het hoofd ziet
- > ondersteuning bij bijv.. werkvormen en de koffie ☺
- > observerende rol: maakt aantekeningen van opvallende zaken

Het kan zelfs zo zijn dat je iemand aanstelt als (gespreks-) leider van de focusgroep en dat je zelf observant bent.

In alle gevallen moet je dit goed voorbereiden en heldere taakverdelingen maken.

Stap 3

voorbereiding van de uitvoering

OPEN DEUR, maar toch

Zorg dat alles ruimschoots op tijd klaar ligt en staat.

Check al je materialen

Check alle media en technische zaken

Zet/ hang alles klaar voor zover het kan

Zorg dat je alle tijd hebt om de mensen in alle rust te ontvangen en laat merken dat je er zin in hebt en dat je ze dankbaar bent.

Stap 3

uitvoering

Opening:

Welkom, doel bespreken, vertrouwelijkheid en veiligheid, toestemming voor opnames, agenda verloop kort doornemen.

Uitvoering gesprekken en werkvormen:

Zie volgende slide

Afronding:

- Kort samenvatten wat er gezegd is ofwel de opbrengst kort ophalen/ delen.
- Vraag of er iets ongezegd is gebleven : geef tijd om te reageren
- Geef inzicht in wat er nu verder gebeurd met de gegevens en het verloop van je onderzoek.
- Vraag wie er eventueel in het vervolg van het onderzoek betrokken wil worden (aanvullend diepte interview/ focusgroep in de eindfase/ feedback geven op...)
- Spreek je dank uit.

Stap 3

uitvoering

Tips tijdens de uitvoering:

- Denk steeds aan de voorwaarden, open sfeer en energie. Als je merkt dat dat veranderd -> grijp in.
- Check steeds of alles, vraag of opdracht, duidelijk is.
- Vat regelmatig samen: klopt het dat we nu uitkomen opzeg ik het goed als ik constateer datetc.
- Let heel goed op dominantie van personen, dat is een grote valkuil in focusgroep onderzoek:
 - denk aan plaatje met oranje vakje
 - zorg dat iedereen aan het woord komt
- Wees alert op sociaal wenselijke antwoorden: soms moet je een beetje uitdagen.
- Houd de tijd goed in de gaten

Stap 4 data analyseren



Stap 4



analyseren



Van ruwe data:

- opnames (video/audio)
- schriftelijk of beeldmateriaal
- aantekeningen van de sessie (eigen of assistent)

Naar bewerkte data:

- Samenbrengen (beschrijven) van alle data in geordende gehelen: bijvoorbeeld per werkvorm, per vraag, de aantekeningen etc.

Naar coderen:

- Zoeken naar overeenkomsten – verschillen - terugkerende thema's – belangrijkste uitkomsten: gebruik labels /kleuren/ codes



Naar uitkomsten beschrijven:

- Samenvattend beschrijven wat de uitkomst is van de focusgroep
- En welke uitkomsten neem je mee (en waarom) in het vervolg van je onderzoek

Stap 4

Koppel gegevens terug (in een ludieke vorm) aan de deelnemers:

- ze zien dat ze serieus genomen zijn
- daarmee vergroot je draagvlak (zeker als het om verandering gaat)

terugkoppelen

Geef kans eventueel nog te reageren:

- daarmee kun je eventuele misinterpretaties recht zetten (zorgvuldigheid en betrouwbaarheid)
- baken dat wel af: je wilt niet alles opnieuw bespreken. Reactiemogelijkheden dus aansturen.

Stap 4

verslagleggen

- De ruwe data zet je in een eigen archief. Let op, deze moeten altijd opvraagbaar blijven.
 - beoordeling: voor externen (als men twijfelt aan je werkwijze)
 - her-analyse: als je gedurende je onderzoek twijfelt aan je interpretatie: het kan dan soms nodig zijn om terug te gaan naar je ruwe data om te zien of je iets over het hoofd gezien hebt in de stap naar bewerkte data.
- De bewerkte data zet je in de bijlage.
Dat kan heel goed gecodeerd, dan sla je twee vliegen in één klap: inzicht in totale gegevens en inzicht in codering.
- De uitkomsten zet je in je verslag.

Geef in je verslag ook goed weer hoe je deze methodiek hebt aangepakt (verantwoording).

Dat is altijd belangrijk, maar bij focusgroep extra omdat er veel complexe aspecten aan zitten.

Maak van je werkwijze niet het best bewaarde geheim.

Transparant en navolgbaar zijn is één van de belangrijkste kwaliteitskaders van een goed onderzoek



