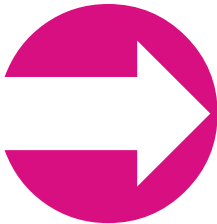


Bellen **bij de buren**

Huisbezoeken nieuwe stijl



Dag van de

lokale mandataris

26 maart 2011 - Brugge

In dit boekje vindt u praktische en inhoudelijke tips voor een succesvol huisbezoek: hoe pakt u zo'n gesprek aan? Wat zijn de stappen van voorbereiding tot nazorg? Waarop let u het best? Hoe maakt u van een informele buurtbabbel een duurzaam contact? Een luisterende houding maakt een groot verschil, zeker als het over de eigen buurt gaat.

Inhoud

1. Inleiding	5
2. Overtuigd? Aan de slag	6
3. Stap voor Stap	8
4. Regels voor succes	10
5. Hoe moet een enquêteformulier er uitzien?	12
6. Systeem	12
7. Antwoordfiche huisbezoeken 2010	14





sp.a militant, Sophie Bollen uit Mechelen, op huisbezoek.

1 Inleiding

Direct contact blijft een van de beste manieren om met mensen tot een echt gesprek te komen. Mensen appreciëren dat u naar hen toe komt, zeker als u daarbij bereid bent te luisteren in plaats van de hele tijd zelf te spreken. En ze vinden het nog beter als u dat ook doet buiten campagnetijden.

Hieronder kunt u lezen hoe u het best huisbezoeken organiseert en uitvoert, gebaseerd op praktijkervaringen van verschillende afdelingen en op de aanpak van de Nederlandse PvdA.

Even nog de algemene basisdoelstelling voor ogen houden, voor we verder gaan: we willen meer geïnteresseerden detecteren en warm maken om voor **sp.a** te stemmen. U kunt dat op verschillende manieren en op verschillende plaatsen doen. Maar hier focussen we op het buurtniveau en gaan we op huisbezoek. We gooien er wel nog een extra doelstelling tegenaan: hoe gaan we achteraf de resultaten van onze buurttronde activeren? Kunnen we daar meer mee doen?

Waarom huisbezoeken? Een paar vooroordelen:

- ▶ **Kunnen we niet beter vooral aanwezig zijn op buurt evenementen?**
Uiteraard is aanwezig zijn op buurt evenementen belangrijk, maar als politicus moet u ook direct in contact gaan met uw kiespubliek en openstaan voor wat zij te vertellen hebben. Persoonlijk contact werkt. Bovendien bereikt u andere mensen dan via de traditionele media of het internet.
- ▶ **Zijn huisbezoeken niet te belastend voor mijn afdeling?**
De organisatie van huisbezoeken vergt veel coördinatie en veel werk van een afdeling, dat moeten we niet ontkennen. Maar als je het goed aanpakt, kunnen huisbezoeken ook net extra dynamiek creëren: maak er een duidelijk groepsgebeuren van, ga na uw ronde samen iets eten of drinken,...



- Vallen we de mensen niet vooral lastig met zo'n bezoek? Ervaring leert dat dat bijzonder goed meevalt, zeker als u hen aan het woord laat over hun buurt. Veel hangt af van uw houding: komt u om te overtuigen, of komt u om te luisteren? De kans is groter dat mensen zelf iets willen zeggen.

2 Overtuigd? Aan de slag

Wanneer gaat u best op stap?

Huisbezoeken zijn een project op lange termijn. U moet er dan ook constant mee bezig zijn, zeker (en vooral) buiten campagnetijd. Op dat moment is een bezoek veel authentiek en wordt het minder als plat campagne-opportunisme beschouwd. U zult dan ook een veel positiever én interessanter gesprek hebben.

Vorbussen is een interessante tactiek.

Daarbij gaat u een week op voorhand op pad om een foldertje te bus- sen in de wijk waar u huisbezoeken zult afleggen. Daarbij kunt u al wat toelichting geven, en de vragen die u zult stellen al meegeven. Vermeld ook uw contactgegevens, zodat wie niet thuis is, ook zijn antwoorden kan bezorgen. Vorbussen is wel zeer intensief, omdat uw team dan dubbel de baan op moet. Ziet u dat niet zitten, zorg dan voor een 'niet thuis'-folder. Die kunt u in de bus steken bij mensen die niet thuis zijn tijdens uw ronde.

Tijdens de huisbezoeken gaan de vrijwilligers van deur tot deur, al dan niet met een lokaal kopstuk. Begin vooral niet meteen met uw eigen folder onder de neus te duwen en daarop te argumenteren waarom u het goed doet of goed zult doen. Dan bent u weer de hele tijd aan het praten. Draai die rollen om: laat de mensen aan het woord en gebruik een **korte buurtenquête als kapstok**, met de vraag: 'Mag ik u een paar vragen stellen over uw buurt?' Waarbij u de volgende vragen stelt:

- wat ze goed vinden in hun buurt;
- wat ze er zouden veranderen;

- *bij een nationale campagne*: of ze vinden dat het de goede kant op gaat met het land;
- *bij een lokale campagne*: of ze vinden dat het de goede kant op gaat met de stad of gemeente;
- wat ze vinden dat de volgende regering/stadsbestuur eerst moet aanpakken.

De **vrijwilligers noteren de antwoorden** op een A4'tje met voorgedefinieerde sets van antwoorden (van 'heel belangrijk' tot 'niet belangrijk'). Neem wel altijd nog een notitieblok mee. Mensen hebben soms extra vragen waar u hen achteraf een persoonlijk antwoordje kunt op sturen.

Vraag op het einde van het gesprek aan **de mensen** ook of ze **op de hoogte willen blijven**. Indien ja, omcirkel dat op het enquêteformulier. Op die manier heeft u een zogenaamde 'opt-in' en hebt u ook de toestemming om iets na te sturen. In Nederland slaagt PvdA erin om tot 80 procent van de ondervraagden naar zo'n opt-in te leiden. Dat is niet zo verwonderlijk: mensen willen graag weten wat u met de resultaten van de bevraging/campagne gaat doen. Bovendien stelt u zichzelf (en ook de partij) op als een 'open vertrouwenspersoon' die relevant communiceert.

De **gegevens voeren we in in een database** (zie verder). Dat gebeurt best door 1 centrale persoon per afdeling, die de consequentie kan bewaken. Zo weten we wie in welke domeinen is geïnteresseerd. De **analyse van de resultaten** kunnen we op verschillende manieren gebruiken:

- heel concreet op wijkniveau: maak een foldertje, een brief,... waarin u de problematieken aankaart die het meest naar boven kwamen tijdens uw huisbezoeken. Zo toont u aan waar **sp.a** heel concreet meedenkt met de wijk.
- zijn er heel acute problemen? Bedenk dan een actie die daarop inspeelt en informeer daarover de wijk. Denk ook na of u er media-aandacht kunt mee trekken.
- gebruik de resultaten als input voor uw lokale verkiezingsprogramma van 2012.

De mensen die zeggen op de hoogte te willen blijven, stuurt u een nieuwsbrief (per brief of per e-mail) als u echt concreet nieuws hebt dat aansluit bij de thema's uit uw enquête. Hierin zet u ook altijd een vraag

om actief mee te helpen als vrijwilliger, om in te schrijven op de nationale nieuwsbrief,... Zo komen mensen steeds meer in contact met **sp.a**.

3 Stap voor Stap

stap 1 De voorbereiding

- Maak een duidelijk plan WAAR u op ronde gaat.
- Duid 1 verantwoordelijke aan.
- Laat mensen ook duidelijk bevestigen dat ze meegaan.
- Als er mensen zijn die voor het eerst meegaan, praat eerst even met hen. Voorzie een korte briefing. Leg hen uit hoe alles in z'n werk gaat, wat de doelstelling is, wat u van hem of haar verwacht,...
- 'Voorbussen': enkele dagen op voorhand aankondigen "die dag komen we langs". Dat houdt wel in dat de leden twee keer op pad moeten gaan en dat u zeker overal moet langsgaan waar u het heeft beloofd. Het biedt dus minder ruimte voor flexibiliteit.
- Afbakenen waar u gaat bussen.

stap 2 Start van uw ronde

- Verzamel op 1 punt.
- Maak teams van twee (u moet ook niet met vijf mensen aan iemands deur komen staan). Zorg ook voor een diverse samenstelling van die teams: meng jong en oud, man en vrouw,...
- Spreek duidelijk af waar jullie allemaal weer samenkomen.
- Overloop nog even de technische instructies, maar leg ook uit welke buurt u gaat bezoeken.
- Deel pas op het einde het materiaal uit, ander staat iedereen daarmee te friemelen.

stap 3
Tijdens uw ronde

- Denk aan de tips en gebruik ze actief!
- Vergeet de niet-thuis folder niet.
- Vergeet niet te noteren! Dat is cruciaal voor verder gebruik. En schrijf duidelijk, u bent niet altijd degene die uiteindelijk de gegevens zal invoeren.

stap 4
Na uw ronde

- Ga naar de afgesproken locatie.
- Controleer de enquêtes op aantallen, leesbaarheid, datum, acute gevallen die meteen opvolging verdienen.
- Maak al een snelle evaluatie ter plaatse.
- Laat uw vrijwilligers aan het woord!

stap 5
Opvolging

- Volg de acute gevallen meteen op, ook al hebt u niet meteen een oplossing. Contacteer deze mensen zo snel mogelijk.
- Verwerk de enquêtes in Excel of een ander systeem.
- Zorg dat de mensen iets van u horen. Dat kan via e-mail, maar ook via een opvolgfolder, een buurtbijeenkomst,...
- Als u een papieren opvolgfolder heeft met de resultaten van uw bezoeken, kunt u die ook in de bussen steken van de mensen die niet thuis waren.

4 Regels voor succes

Basis

U komt niet met een boodschap, u komt luisteren

- Stel u in de plaats van mensen, zij moeten zich niet in uw plaats stellen.
- Ga niet oeverloos in discussie.
- De meeste mensen vinden het een verademing dat iemand eens naar hun verhaal luistert.
- We streven geen eenmalig, maar terugkerend contact na.

Voor u start

- U vertegenwoordigt **sp.a**.
- Draag rood (zonder overdreven partijsymbolen, beperk u tot maximaal de pin met het roosje), wees verzorgd, doe uw zonnebril uit, lach.
- Ga altijd met z'n tweeën. De één noteert, de ander voert het gesprek.
- Vergeet geen adressenlijst, clipboard, potlood, slijper, folders, 'niet thuis'-folders, antwoordfiches.

Regel 1 - Begin met de buurt

- Zeg niet meteen dat u van **sp.a** bent.
- Begin over iets dat iedereen belangrijk vindt: de buurt (wat voor verkiezingen het ook zijn).
- Uw eerste zin als iemand de deur opent, is dus:
"Goeiedag. Mag ik u een paar korte vragen stellen over uw buurt?"



Regel 2 - Laat de mensen spreken

- Als iemand niet wil ingaan op uw uitnodiging, zeg dan:
“Mag ik u dan toch deze folder aanbieden, namens **sp.a**? U kunt ons altijd bereiken op het vermelde nummer. Prettige dag verder.”
- Als iemand wel wil praten, bedank hem dan eerst en stel dan de vragen van uw formulier.
- Omcirkel telkens het best passende antwoord.
- Toon betrokkenheid bij de antwoorden.
- Noteer relevante opmerkingen en stel eventueel bijvragen.

Regel 3 - Antwoord eerlijk

- Erken dat de problemen die mensen noemen, bestaan.
“Ik denk dat u een paar belangrijke dingen hebt gezegd.”
- Laat blijken dat u deze problemen ter harte neemt.
“**sp.a** werkt aan/gaat op zoek naar een oplossing.”

Regel 4 - Verder contact

“Mogen wij u op een later tijdstip laten weten wat we met uw antwoorden hebben gedaan?”

- Is het antwoord ‘ja’, noteer dan contactgevens.

Regel 5 - Afronden in stijl

- Geef de mensen een folder:
“Mag ik u alvast deze folder aanbieden, namens **sp.a**? U kunt ons altijd bereiken op het vermelde nummer of e-mail.”
- Rond vriendelijk af:
“Ik wens u verder een prettige dag. Tot ziens.”



5 Hoe moet een enquêteformulier er uitzien?

Zie het formulier ‘**Antwoordfiche huisbezoeken 2012**’ dat u verderop vindt. Maar alvast ook al dit overzicht:

- Maximaal 5 vragen, met meerkeuze-antwoorden
- Invulvelden:
 - voornaam
 - naam
 - straat
 - huisnummer (zet dit apart van de straatnaam)
 - postcode
 - woonplaats
 - e-mailadres
 - telefoonnummer
 - geboortjaar
 - keuze tussen ‘negatief - neutraal - positief’ (waarmee u de algemene houding van de respondent tegenover **sp.a** inschat)
- Extra:
 - een vrij tekstveld waar u andere opmerkingen kunt schrijven, zoals dienstbetoon-vragen.
 - Een veld voor de datum en de naam van wie de enquête heeft afgenomen
- Opgelet:
 - Push mensen niet om gegevens te geven als ze dat niet willen.
 - Het postadres hebt u sowieso als u aan de deur staat.

6 Systeem

Na uw huisbezoeken, verwerkt u de ingevulde formulieren op de computer. Het eenvoudigste systeem is een Excel-bestand. Dat heeft echter een paar beperkingen. Om te beginnen staat dat altijd op iemands

computer, en is het niet van overal bereikbaar. Dat kunt u oplossen door te kiezen voor een Google Spreadsheet (zie: <http://docs.google.com>). Die is vanop elke computer met internet bereikbaar, zodat u ook altijd dezelfde versie hebt.

Wat u ook kiest, zorg dat u alle gegevens uit het contactformulier kunt opslaan. Als mensen extra opmerkingen maken, of andere vragen hebben, hoeft u deze niet mee op te slaan.

Doet dit heel consequent en secuur. Alleen zo is het mogelijk om relevante lijsten te maken en de juiste respondenten voor de juiste boodschap te vinden.

! Let op!

Als u de gegevens van mensen bijhoudt, hebt u daar hun toestemming voor nodig. Schrijf dus niks op als mensen dat niet willen. Gebruik hun gegevens ook alleen voor de beloofde doeleinden. Geef geen gegevens aan andere instanties en gebruik ze niet zomaar om mensen te mailen of te bellen.

! Als **lokale mandataris** vindt u voorbeelden van het enquêteformulier en de verschillende folders op de website **mijn.s-p-a.be**



7 Antwoordfiche huisbezoeken 2012

Lees alleen het onderlijnde letterlijk voor. De rest dient als voorbeeld.
“Goiedag. Mag ik u een paar korte vragen stellen over uw buurt?”

→ ‘Nee’:

“Mag ik u dan toch deze folder aanbieden, namens **sp.a**? U kunt ons altijd bereiken op het vermelde nummer. Prettige dag verder.”

→ ‘Ja’:

“Bedankt!”

1. “Wat is het grootste pluspunt in uw buurt?”

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Schone straten | <input type="radio"/> Bereikbaarheid |
| <input type="radio"/> Veiligheid | <input type="radio"/> Parkeren |
| <input type="radio"/> Rustige woonomgeving | <input type="radio"/> Levensdigheid |
| <input type="radio"/> Milieu, natuur, groen | <input type="radio"/> Winkelaanbod |
| <input type="radio"/> Diversiteit van de wijk | <input type="radio"/> Onderwijs, scholen |

KLEUR MAXIMAAL 3 BOLLETJES

- Kindvriendelijk
- Kwaliteit woningen
- Sociale samenhang
- Overig
- Geen

2. “Wat is het grootste minpunt in uw buurt?”

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Afval, vuil | <input type="radio"/> Bereikbaarheid |
| <input type="radio"/> Onveiligheid | <input type="radio"/> Parkeren |
| <input type="radio"/> Overlast, lawaai | <input type="radio"/> Verkeersveiligheid |
| <input type="radio"/> Geen milieu, natuur, groen | <input type="radio"/> Weinig winkelaanbod |
| <input type="radio"/> Diversiteit, allochtonen | <input type="radio"/> Onderwijs, scholen |

KLEUR MAXIMAAL 3 BOLLETJES

- Voorzieningen voor kinderen
- Kwaliteit woningen
- Sociale samenhang
- Onderhoud openbare ruimte
- Overig Geen

3. “Wat zou de politiek in uw buurt kunnen veranderen?”

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Afval, vuil | <input type="radio"/> Bereikbaarheid |
| <input type="radio"/> Onveiligheid | <input type="radio"/> Parkeren |
| <input type="radio"/> Overlast, lawaai | <input type="radio"/> Verkeersveiligheid |
| <input type="radio"/> Geen milieu, natuur, groen | <input type="radio"/> Weinig winkelaanbod |
| <input type="radio"/> Diversiteit, allochtonen | <input type="radio"/> Onderwijs, scholen |

KLEUR MAXIMAAL 3 BOLLETJES

- Voorzieningen voor kinderen
- Kwaliteit woningen
- Sociale samenhang
- Onderhoud openbare ruimte
- Overig Niets

4. “Hoe vindt u dat het gaat met onze stad/gemeente?”

- Heel slecht Slecht Neutraal Goed Zeer goed

KLEUR MAAR 1 BOLLETJE

5. “Wat is de belangrijkste taak voor het volgende bestuur?”

- Afval, vuil Bereikbaarheid Voorzieningen voor kinderen
 Onveiligheid Parkeren Kwaliteit woningen
 Overlast, lawaai Verkeersveiligheid Sociale samenhang
 Geen milieu, natuur, groen Weinig winkelaanbod Onderhoud openbare ruimte
 Diversiteit, allochtonen Onderwijs, scholen Overig

KLEUR MAAR 1 BOLLETJE

“Ik denk dat u een paar belangrijke dingen hebt gezegd.”

“Mogen wij u op een later tijdstip laten weten wat we met uw antwoorden hebben gedaan?”

- Nee
 Ja

e-mailadres
naam
adres
geboortejaar

andere opmerkingen

“Mag ik u alvast deze folder aanbieden, namens **sp.a**? U kunt ons altijd bereiken op het vermelde nummer.”

→ **Indien contactgegevens**

“Binnenkort krijgt u nog meer informatie, specifiek over de dingen die u mij vandaag hebt verteld.”

“Ik wens u verder een prettige dag. Tot ziens.”



Grasmarkt 105/37
1000 Brussel
tel 02 552 02 00
info@s-p-a.be
www.s-p-a.be

Verantwoordelijke uitgever
Alain André

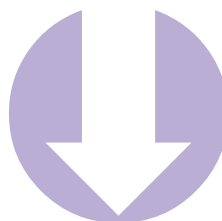
Redactie
Stijn Vercamer

Eindredactie
Milan Rutten

Opmaak en concept
sp.a grafische dienst

Maart 2011





dag in, dag uit

voor uw straat, uw buurt, uw gemeente, uw stad