Verslag Straatgesprekken

september 2026

MOERDIJK

Inhoudsopgave

1 Introductie 3
1.1 Doel van de straatgesprekken 3
1.2 Bakkie Betrokkenheid 3
1.3 Vraagstelling 3
1.4 Keuze locaties 3

2 Segment: Jongeren 3
2.1 Samenvattend beeld jongeren 3
2.2 Belangrijke onderwerpen voor jongeren 3
2.3 Een gesprekje of een korte enquête 3
2.4 Een klein cadeautje helpt 4

3 Segment: Middenleeftijd 4
3.1 Samenvattend beeld middensegment 4
3.2 Er is bereidheid om mee te denken 4
3.3 Verwachting van terugkoppeling 4
3.4 Lokale leefomgeving centraal 4

4 Segment Ouderen 5
4.1 Samenvattend beeld ouderen 5
4.2 Sterk verbonden met dorp en woonomgeving 5
4.3 (Persoonlijke) terugkoppeling 5
4.4 Behoefte aan persoonlijk contact 5
4.5 Belangrijke onderwerpen 5

1 Introductie

1.1 Doel van de straatgesprekken

In de periode van mei-sep 2026 zijn er straatgesprekken gevoerd. Het doel van de straatgesprekken is om laagdrempelig met inwoners in gesprek te gaan. Met straatgesprekken kunnen doelgroepen bereikt worden die minder geneigd zijn om de enquête in te vullen of naar een bijeenkomst te komen. Bovendien bieden straatgesprekken de ruimte aan inwoners om zelf belangrijke thema's aan te dragen, die bijvoorbeeld niet actief zijn uitgevraagd via de enquête.

1.2 Bakkie Betrokkenheid

Om een goed beeld te krijgen is de gemeente Moerdijk langs verschillende woonplaatsen getrokken. Daarbij is ‘Bakkie betrokkenheid’ ingezet, waarbij de gemeente zichtbaar is door een vlag, een tafeltje en koffie- en theekannen. Inwoners kunnen langskomen, een bakkie koffie pakken en in gesprek gaan met ons.



Figuur 1 Fietsvierdaagse Fijnaart

1.3 Vraagstelling

De gesprekken zijn gevoerd aan de hand van een aantal vragen:

1. Heeft u wel eens meegedacht met plannen van de gemeente?
2. Heeft u wel eens overwogen om mee te denken, maar het toch niet gedaan?
3. Stel de gemeente wil uw mening vragen, hoe kunnen we dat het beste doen?
4. Hoe zou de gemeente u het beste kunnen bereiken als we uw mening willen horen?
5. Wat zou de gemeente anders moeten doen om u beter te betrekken?

Ook heeft de interviewer gevraagd wat de woonplaats is en een inschatting gemaakt van het geslacht en de leeftijdscategorie.

1.4 Keuze locaties

De locaties zijn gekozen om doelgroepen te bereiken die minder makkelijk bereikt worden met een enquête, bijvoorbeeld jonge ouders tijdens de avondvierdaagse in Zevenbergen en jongeren tijdens de pauze van de middelbare school Markland college Zevenbergen. Ook is de gemeente in gesprek gegaan tijdens Klundert op een Kluitje, de fietsvierdaagse in Fijnaart en de markt in Willemstad.

2 Segment: Jongeren

Inwoners uit: Zevenbergen, Klundert, Fijnaart, Standdaarbuiten

2.1 Samenvattend beeld jongeren

‘Wij denken mee als het snel kan en in onze eigen (online) omgeving. We denken mee als het gaat over onderwerpen die wij belangrijk vinden zoals sport, of activiteiten voor jongeren. Wij zijn te motiveren met een cadeautje of wedstrijd.’

2.2 Belangrijke onderwerpen voor jongeren

Jongeren willen eerder meedoen als het onderwerp herkenbaar is en aansluit bij hun interesses.
Onderwerpen die jongeren belangrijk vinden zijn:

- Sport en de sportvereniging;
- Voorzieningen dichtbij zoals een voetbalkooi of skatebaan;
- Activiteiten in de eigen woonplaats;
- De online wereld, social media en pesten.

2.3 Een gesprekje of een korte enquête

Jongeren zijn te bereiken via laagdrempelige vormen van participatie. Ze geven aan dat ze niet snel naar een inwonersavond gaan omdat het veel tijd kost en ze die liever anders besteden. Enquêtes zijn vaak niet aan hen gericht.

School is een goede plek om jongeren te bereiken. De voorkeur gaat uit naar korte gesprekken, bijvoorbeeld in de pauze, en minder naar deelname in de eigen vrije tijd. Ook zou een samenwerking met de leerlingenraad een optie kunnen zijn.

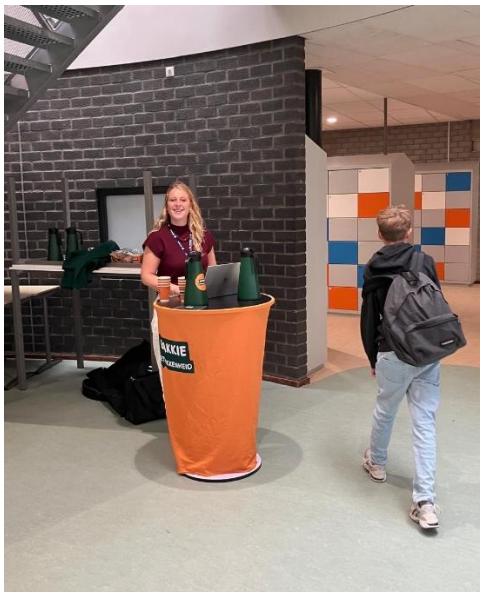
Een enquête wordt vaak genoemd als goede manier om een mening te geven. De voorkeur gaat uit naar zeer kort (4 vragen) tot kort (20 vragen) en naar meerkeuze vragen

boven open vragen. Deze kan op verschillende manieren gedeeld worden.

- Polls, stellingen of een korte enquête via social media;
- Een korte papieren enquête aansluitend bij de enquête van school zelf;
- Een extra enquête toevoegen voor jongeren, naast de enquête die naar de volwassenen in een huishouden wordt verstuurd.

2.4 Een klein cadeautje helpt

De gratis koffie en thee tijdens de straatgesprekken wordt door deze groep extra gewaardeerd. Een aantal jongeren noemen dat een cadeautje, beloning of wedstrijd een manier kan zijn om jongeren te motiveren om deel te nemen.



Figuur 2 Markland Zevenbergen

3 Segment: Middenleeftijd

Inwoners uit: Zevenbergen, Fijnaart, Willemstad, Klundert

3.1 Samenvattend beeld middensegment

‘We denken mee, zolang het gemakkelijk, snel en vanuit huis kan én duidelijk is wat er met onze inbreng gebeurt. Benader ons direct, want anders is er een grote kans dat we communicatie missen.’

3.2 Er is bereidheid om mee te denken

Alleen als het weinig tijd kost. Hoeft ook niet persoonlijk te zijn. Een korte brief (wisselende signalen), e-mail, sociale media of enquête is prima. Doordat de prioriteiten van jonge ouders elders liggen missen ze vaak algemene communicatie van de gemeente.

Daardoor ligt de voorkeur bij de directe communicatie zoals een mail sturen i.p.v. een bewonersavond. En alleen bij onderwerpen die aanspreken over directe leefomgeving of voor de kinderen belangrijk zijn.

Deze groep staat meestal positief tegenover participatie:

- Bezoekt heel soms maar liever niet bijeenkomsten.
- Denkt mee over onderwerpen in buurt of dorp wanneer het meedenken weinig tijd kost. Enquêtes zijn daarin de voorkeur.

Deze doelgroep zegt vaak dat fysieke bijeenkomsten lastig zijn door:

- Werk
- School;
- (Jonge kinderen);
- Drukke agenda's.

Enquêtes worden geaccepteerd zolang ze:

- Thuis kunnen worden ingevuld;
- Een onderwerp bevatten die ze aanspreekt;
- Weinig tijd kosten.

Laagdrempelige participatie past beter dan traditionele bewonersavonden vanwege tijdgebrek.

3.3 Verwachting van terugkoppeling

Veel inwoners in deze groep ervaren participatie als: ‘Wij geven onze mening, maar horen vervolgens niets meer.’

Thema's die terugkomen:

- Enquêtes zonder terugkoppeling;
- Meldingen zonder zichtbaar resultaat;
- Gevoel dat besluiten al genomen zijn.

Niet de participatie zelf, maar het gebrek aan zichtbare opvolging vormt de grootste afhaakreden.

3.4 Lokale leefomgeving centraal

Onderwerpen die veel losmaken zijn:

- Parkeren
- Groen
- Horeca
- Centrumontwikkeling & woningbouw
- Speelvoorzieningen
- Arbeidsmigratie & opvanglocaties

De betrokkenheid neemt vooral toe wanneer inwoners merken dat een onderwerp directe gevolgen heeft voor hun gezin, woning, buurt of dagelijks leven. Ze willen niet per se overal over meepraten, maar wel over zaken die hun eigen omgeving veranderen. Participatie wordt daarmee vooral gezien als een middel om invloed uit te oefenen op concrete ontwikkelingen dichtbij huis.

4 Segment Ouderen

Inwoners uit: Zevenbergen, Willemstad, Noordschans, Klundert, Fijnaart

4.1 Samenvattend beeld ouderen

'We zijn betrokken en willen graag meedenken en meedoen. Wederkerigheid is voor ons belangrijk. Laat zien wat er met onze inbreng gebeurt, bij voorkeur persoonlijk.'

4.2 Sterk verbonden met dorp en woonomgeving

Ouderen laten een grote betrokkenheid zien bij hun dorp, stad, buurt en directe leefomgeving. Velen volgen lokale ontwikkelingen actief en hebben vaak jarenlang ervaring met verenigingen, bewonersgroepen, vrijwilligerswerk of eerdere participatietrajecten. Een deel is minder betrokken, waarvoor verschillende redenen worden genoemd zoals dat de gelegenheid zich niet voordoet of de onderwerpen niet aanspreken.



Figuur 3 Willemstad

4.3 (Persoonlijke) terugkoppeling

Bij de ouderen komt naar voren dat eerdere ervaringen invloed hebben op hun bereidheid om opnieuw mee te doen. Mensen noemen:

- Meldingen in de Zo Gemeld app worden soms afgehandeld maar dan is het onduidelijk wat ermee is gebeurd.
- Er is behoefte aan persoonlijke terugkoppeling.
- Na participatietrajecten is het onduidelijk wat er met de inbreng wordt gedaan. Sommige mensen geven aan dat de gemeente het eigen plan trekt en niet tegemoet komt aan wat voor de inwoners belangrijk is.

Het is voor de ouderen van groot belang dat zij een duidelijke terugkoppeling krijgen, zowel op meldingen in de Zo Gemeld app als voor participatietrajecten zoals enquêtes en bijeenkomsten.

4.4 Behoefte aan persoonlijk contact

Ouderen hebben een grote behoefte aan persoonlijk contact en persoonlijke terugkoppeling. Ook is het van belang dat sommigen niet digitaal vaardig zijn en mensen die in het buitengebied wonen bijvoorbeeld minder toegang hebben tot de lokale kranten.
Voorkeur voor contact via:

- gesprekken op straat;
- bijeenkomsten;
- persoonlijk contact met medewerkers;
- telefonische benadering;
- Sommige social media kanalen zoals Willemstad Nieuws op facebook';
- brieven en lokale kranten.

4.5 Belangrijke onderwerpen

Binnen het ouderensegment komen relatief vaak zorgen naar voren over:

- Verdwijnen van voorzieningen in het eigen dorp of de stad;
- Groenonderhoud;
- Verkeer;
- Wanneer het directe impact heeft op de eigen leefomgeving.



Figuur 4 Klundert op een kluitje

Colofon

Auteur
Lieke van Son

Fotografie
Niet van toepassing

Uitgave
september 2026

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook en evenmin in een geautomatiseerd gegevensbestand worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de gemeente Moerdijk