

ONDERZOEK NAAR DE BLOEIWEEK VAN KOLLUMERSWEACH EN FEANKLEASTER

Rapport van de deelnemersenquête 2025



rijksuniversiteit
 groningen

faculteit ruimtelijke
 wetenschappen





Foto: Studio Theresa

Van 9 t/m 18 mei 2025 vond de eerste Bloeiweek plaats in Kollumersweach en Feankleaster. Er waren 32 verschillende activiteiten waar veel verschillende deelnemers op af kwamen. Achteraf is een enquête gehouden onder deelnemers. 136 mensen vulden de enquête in. Ook zijn er observaties gedaan tijdens de voorbereidingen voor de Bloeiweek en tijdens de week zelf. Dit rapport bespreekt enkele van de belangrijkste bevindingen. Het rapport is opgesteld voor de betrokkenen van de Bloeiweek, om meer inzicht te krijgen in hoe mensen de Bloeiweek ervaren hebben en ideeën op te kunnen doen voor een mogelijk vervolg.

De afgenomen enquête na afloop van de Bloeiweek is onderdeel van een grotere studie naar de impact van de Bloeiweek op het dorpsleven. Bij de studie hoort ook een eerste enquête die afgenomen is in januari-februari 2025 onder alle inwoners van Kollumersweach en Feankleaster en een derde enquête die begin 2027 wordt afgenomen. Dit rapport is het tussentijdse resultaat van de tweede enquête. De resultaten van de eerste dorpsenquête zijn [hier](#) te lezen.

Het onderzoek in Kollumersweach en Feankleaster is onderdeel van het promotieonderzoek naar mienshipsprojecten in Fryslân, een initiatief van cultuurorganisatie Arcadia in samenwerking met de Rijksuniversiteit Groningen. Het wordt uitgevoerd door Carmen van Bruggen, vanuit de faculteit Ruimtelijke wetenschappen, afdeling Culturele Geografie. Begeleiding: Tialda Haartsen en Gwenda van der Vaart. Vanuit Arcadia: Immie Jonkman.

INDELING VAN DIT RAPPORT

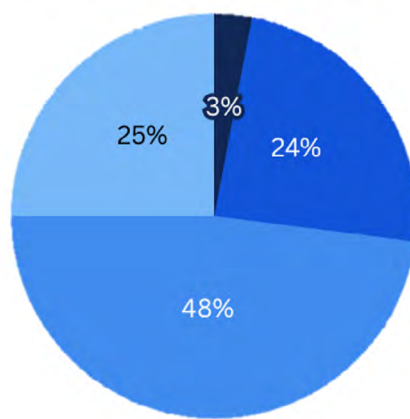
1. Overzicht deelnemers van de Bloeiweek-enquête
2. Wat is Fryslân Bloeit en waarom doen mensen mee?
3. De Bloeiweek als plek voor sociale interactie
4. Verschillen tussen activiteiten
5. Algemene opmerkingen
6. Overzicht activiteiten en publieksaantallen

1. OVERZICHT DEELNEMERS VAN DE BLOEIWEEK-ENQUÊTE

De enquête is ingevuld door volwassenen van 18 jaar en ouder. 38% daarvan is man en 62% vrouw. De grootste groep respondenten is tussen de 45-65 jaar (zie figuur 1). Slechts 3% is jonger dan 25 jaar. Dit past bij de observaties: mensen van middelbare leeftijd waren vaker te zien bij de activiteiten van de Bloeiweek dan jongvolwassenen. De enquête richtte zich niet op kinderen. Een aantal volwassenen heeft wel antwoorden ingevuld voor de kinderactiviteiten die ze hebben bijgewoond, zo konden ook die activiteiten meegenomen worden.

Figuur 1: Leeftijd van de deelnemers van de Bloeiweek in percentages

0-25 jaar 25-45 jaar 45-65 jaar 65+ jaar

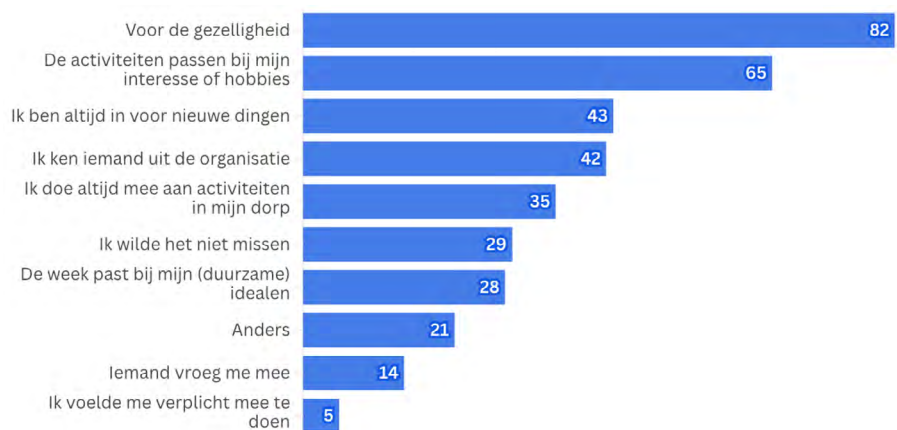


2. WAT IS FRYSLÂN BLOEIT EN WAAROM DOEN MENSEN MEE?

De overkoepelende organisatie Fryslân Bloeit is in het leven geroepen om 'van Friesland een toekomstbestendige en duurzame provincie' te maken (zie website). Tijdens bijeenkomsten inspireren de aanjagers van Fryslân Bloeit inwoners van dorpen of stadswijken door heel Fryslân om zelf met initiatieven te komen om Fryslân toekomstbestendig te maken. Het woord 'bloeit' is een speelse verwijzing naar de zogenaamde blue zones, de plekken op de wereld waar mensen gezond leven en gemiddeld ouder worden. Naast een gezonde levensstijl, worden sociale activiteiten en zingeving in deze blue zones ook als belangrijke pijlers gezien. Zo heeft Fryslân Bloeit een brede doelstelling met elementen van duurzaamheid, verbinding en gezondheid.

Tijdens de Bloeiweek in Kollumersweach en Feankleaster werden de blue zones en de wens om van FF meer een Bloeizone te maken vaak genoemd bij aanvang van een activiteit. Dit gebeurde bijvoorbeeld voor de meidoornwandeling of de bekendmaking van de winnaar van de bakwedstrijd. In de enquête is breed gevraagd naar de motivatie van mensen om mee te doen aan de Bloeiweek en naar welk woord volgens hen het beste past bij de Bloeiweek (Figuur 2 en 3) Wat opvalt is dat gezelligheid voor mensen een belangrijke reden is om mee te doen. Ook aansluiting bij eigen hobby's of interesses speelt een grote rol. Hoewel de pijler duurzaamheid op de website van Fryslân Bloeit heel sterk naar voren komt, is dit maar voor weinig bezoekers van de Bloeiweek in Kollumersweach en Feankleaster een belangrijke motivatie om mee te doen. Slechts 9% kiest het als belangrijkste woord.

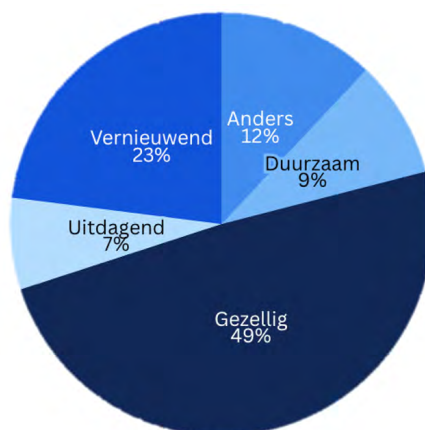
Figuur 2: 'Waarom deed je mee aan de Bloeiweek?' in aantal antwoorden (meerdere antwoorden mogelijk)



Verder is de keuze van 43 respondenten voor 'ik ben altijd in voor nieuwe dingen' en 23% voor het woord 'vernieuwend' interessant. In Kollumersweach en Feankleaster organiseren de inwoners doorgaans veel activiteiten (denk aan de feestweek, pinksteractiviteit of de wrotrun). De Bloeiweek lijkt echter te worden gezien als 'iets anders' of 'iets nieuws'. Dit blijkt ook uit sommige open antwoorden waarin een aantal mensen stelden dat dit meer iets voor hen was dan het tweejaarlijkse dorpsfeest. Dit betekent overigens niet dat het dorpsfeest over het algemeen niet gewaardeerd wordt.

Tijdens de Bloeiweek spraken verschillende mensen met trots en enthousiasme hierover. Ook uit de eerdere dorpsenquête blijkt dat zeer veel inwoners aan het dorpsfeest meedoen. Het zou wel kunnen dat de groep die normaalgesproken niet aan het dorpsfeest meedoet of daar minder mee heeft, juist (meer) door de Bloeiweek wordt aangesproken. Dit is interessant om verder te onderzoeken in de volgende enquête. Andere woorden die in de open antwoorden genoemd werden als goede omschrijving van de Bloeiweek zijn verbinding (4x) en eenmalig werden genoemd balans, hulpverlening, motivatie, prikkelend en samen.

Figuur 3: 'Welk woord past voor jou het beste bij de Bloeiweek?' in percentages

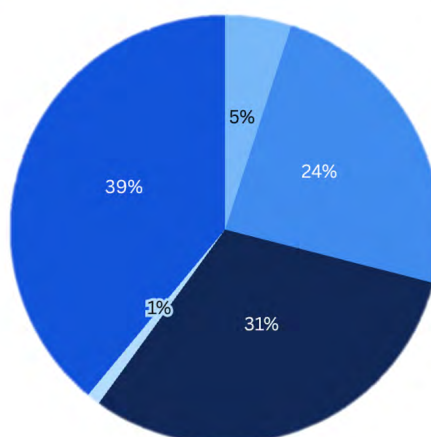


3. DE BLOEIWEEK ALS PLEK VOOR SOCIALE INTERACTIE

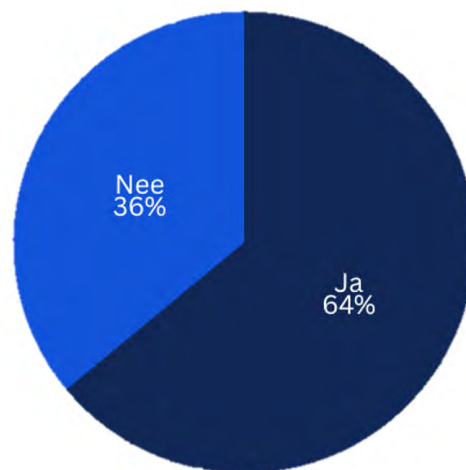
Veel mensen bezoeken de Bloeiweek vanwege om het contact met anderen, weten we nu. Vaak bezochten mensen de activiteiten van de Bloeiweek in het gezelschap van bekenden. Toch geeft ook een ruime helft van de respondenten aan dat ze de activiteiten alleen of soms alleen bezochten (zie figuur 3). Het is waarschijnlijk dat de mensen die alleen naar activiteiten gingen dit deden in de verwachting bekenden tegen te komen. Op de vraag 'Hoeveel mensen kende je die ook meededen aan de activiteiten?' geeft namelijk 31% aan dat iedereen bekend was, 39% kende vrijwel iedereen, 24% een deel van de mensen, 5% alleen het eigen gezelschap en maar 1% (1 respondent) geeft aan niemand te kennen (figuur 4).

Figuur 4: 'Hoeveel mensen kende je die ook meededen aan de activiteiten?' in percentages

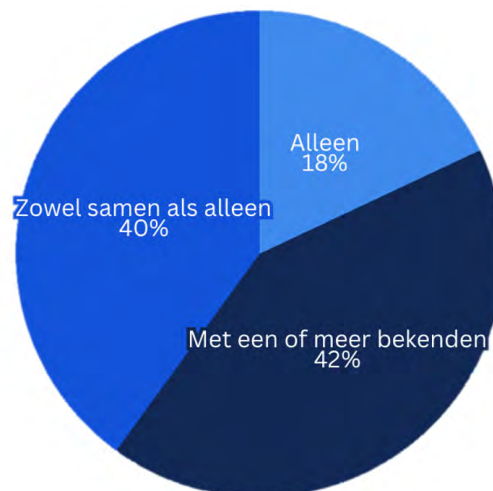
■ Iedereen ■ Vrijwel iedereen ■ Een deel van de mensen ■ Alleen het eigen gezelschap ■ Niemand



Figuur 5: 'Heb je tijdens activiteiten in de Bloeiweek met mensen gesproken die je daarvoor niet kende?' in percentages.



Figuur 6: 'Hoe bezocht je de activiteiten' in percentages.



Hoewel de meeste mensen dus bekenden tegenkwamen op de activiteiten was er ook sprake van nieuw contact. 87 respondenten (= 64%) geven aan dat ze door de Bloeiweek mensen hebben gesproken die ze daarvoor niet kenden.

Ook uit de vraag 'Wat neem je mee uit de activiteit?' – die voor elke bezochte activiteit ingevuld kon worden en waar meerdere antwoorden op mogelijk waren – komt dit naar voren. In totaal is 54 keer het antwoord 'nieuwe contacten die ik graag nog eens zou zien' gekozen.

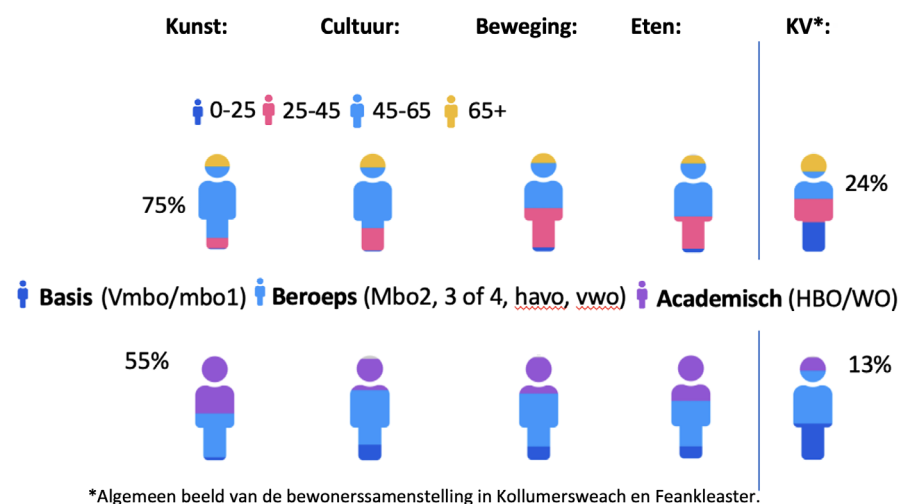
4. VERSCHILLEN TUSSEN ACTIVITEITEN

Als eerste verkenning hebben we de uitkomsten van verschillende typen activiteiten met elkaar vergeleken. Op de Fryslân Bloeit-website van Kollumersweach en Feankleaster kom je de categorieën 'duurzaam', 'beweging', 'gezond eten' en 'cultuur' tegen, om de verschillende activiteiten van de Bloeiweek in te delen. Die hebben we grotendeels overgenomen, met enkele wijzigingen. Sommige activiteiten onder het label 'duurzaam' pasten namelijk ook bij 'cultuur' of 'eten'. We zijn op de volgende categorieën voor de activiteiten uitgekomen:

Kunst:	foto- en gedichtenwedstrijd, tekenworkshop, theater, film, koorrepetitie, korps
Cultuur:	Friese pubquiz, Friese taalworkshop, oldtimershow, slotfeest
Beweging:	kidsrun, thús yn beweging, pilates, fietstocht, pumptrack, Friese boys, wandelen
Eten:	telen peulvruchten, moederdagbrunch, kookworkshop, lokale markt, bakwedstrijd

Een aantal activiteiten is in onderstaande vergelijking niet meegenomen. Het gaat om activiteiten die ook buiten de Bloeiweek regelmatig plaatsvinden of die moeilijk in een categorie te plaatsen waren, zoals het zwerfvuil ruimen of de tweedehands kledingmarkt.

Figuur 7: leeftijdsverdeling en educatieachtergrond van de deelnemers bij de verschillende typen activiteiten.



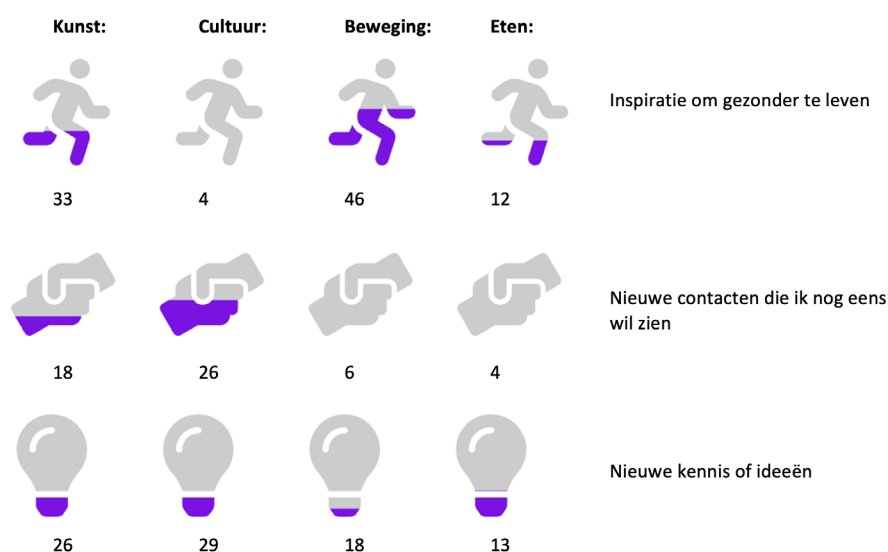
Figuur 7 laat de leeftijd en opleiding de deelnemers aan de verschillende typen activiteiten zien. De laatste categorie 'KV' geeft aan hoe de verdeling in het algemeen is voor Kollumersweach en Feankleaster. Hiervoor is informatie van het CBS (Centraal Bureau voor statistiek) gebruikt. Wat opvalt is dat zowel kunst- als cultuuractiviteiten relatief veel mensen van middelbare leeftijd (45-65 jaar) aantrekken. Bewegingsactiviteiten trekken deelnemers van heel verschillende leeftijden. Het is hier interessant om te vermelden dat verschillende type bewegingsactiviteiten waarschijnlijk verschillende leeftijdsgroepen hebben bereikt. Zo konden de jongsten meedoen met de kidsrun en het BMX-fietsen en voor de oudere doelgroepen was 'thuis in beweging' en de mogelijkheid om elektrisch te fietsen bij de fietstocht heel aantrekkelijk.

Ook valt op dat alle activiteiten van de Bloeiweek over het algemeen veel academisch geschoolden trekt. Vooral bij kunstactiviteiten is dit percentage opvallend hoog. Mensen met een beroepsachtergrond zijn overal goed vertegenwoordigd. Mensen met een basisscholing zijn ondervertegenwoordigd op de activiteiten, vergeleken met het dorpsbeeld. Het zou echter ook kunnen dat deze groep minder vaak de enquête heeft ingevuld.

In figuur 8 zijn de belangrijkste take-aways van de activiteiten vergeleken. Respondenten is gevraagd wat ze meenamen uit de bezochte activiteit. Ze konden per activiteit meerdere antwoorden kiezen. Per respondent zijn drie van deze antwoorden hieronder vergeleken. Mensen die tijdens de Bloeiweek inspiratie hebben opgedaan om gezonder te leven, hebben dat vooral gehaald uit – niet geheel verrassend- activiteiten in de categorie beweging en ook relatief vaak uit kunstactiviteiten. Hierbij moet vermeld worden dat de theatervoorstelling en de film (welke onder de kunst categorie vallen) over de bodem en gezond eten gingen. De thematiek houdt hier dus verband met wat mensen eruit mee hebben genomen.

‘Nieuwe contacten die ik nog eens wil zien’ als take-away kwam vooral bij kunst- en cultuuractiviteiten voor. Hier vonden blijkbaar de meeste nieuwe ontmoetingen plaats waaraan mensen graag een vervolg zouden willen geven. Als het gaat om ‘nieuwe kennis of ideeën’ als uitkomst van de activiteit zien we een min of meer gelijke verdeling over de verschillende activiteit-categorieën.

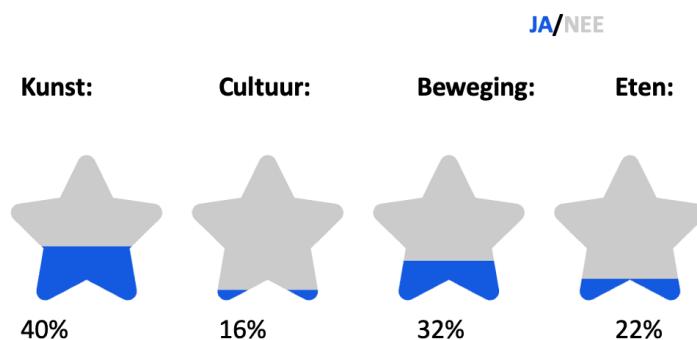
Figuur 8: ‘Wat neem je mee uit de activiteit?’ in aantal antwoorden (meerdere antwoorden mogelijk).



Een andere vraag die voor elke activiteit apart gesteld is, is ‘Ben je door deelname aan de activiteit anders gaan denken over iets? En zo ja, wat?’. Dit zegt dus iets over hoe de Bloeiweek van invloed is geweest op de ideeën van deelnemers. We zien dat elk type activiteit mensen wel aan het denken heeft gezet. De percentages zijn het hoogst bij kunst- en sportactiviteiten. De open antwoorden geven hier toelichting op. De Buik-Bodem-Brein voorstelling heeft mensen sterk aan het denken gezet over gezonde voeding en kunstmestgebruik. ‘[Het] moet echt anders met me’ schrijft een bezoeker. Hier en daar uit iemand nog dat iets niet helemaal begrepen is, of dat zij het er niet mee eens is, maar over het algemeen heeft deze voorstelling voor mensen het belang van gezonde grond, voeding en lokaal kopen onderstreept.

In vergelijking met een voorstelling ligt het bij sporten minder voor de hand dat mensen zich uitgedaagd voelen in het denken. Toch was dit zeker het geval tijdens de Bloeiweek. Met name de pumptrackbaan heeft verschillende mensen verrast. Verschillende ouders kenden de sport vaak nog niet, of dachten dat hun kinderen dit niet zouden durven. Dit bleek niet te kloppen. Deze ouders zijn erg positief over de activiteit en zouden graag een herhaling zien. Ook ontdekken mensen nieuwe kanten aan zichzelf. Zo schrijft iemand over de pubquiz 'Ik dacht dat het niets voor mij zou zijn. Maar ik vind het verrassend genoeg heel gezellig!' en een ander schrijft vol verbazing dat hij altijd een hekel had aan hardlopen, maar zo heeft genoten van het trainen met zijn dochter voor de kidsrun dat hij dit door wil zetten. Zo zijn er bij veel verschillende activiteiten denkbeelden positief veranderd. Het is interessant om in het vervolgonderzoek te kijken of mensen ook daadwerkelijk hun gewoontes op het gebied van sporten of lokaal kopen hebben veranderd.

Figuur 9: 'Ben je ergens anders over gaan denken door deelname aan de activiteit?' in percentages



5. ALGEMENE OPMERKINGEN

De laatste vraag uit de enquête bestond uit de mogelijkheid zelf nog wat toe te voegen. Verschillende mensen uiten hun enthousiasme over de Bloeiweek. Mensen noemen het een 'prachtig', 'leuk' en 'mooi initiatief', 'enorm leuk', 'erg positief', 'zeer inspirerend' en delen hun 'complimenten voor de organisatie'. Ook spreken een paar mensen uit dat ze het leuk vinden dat er een onderzoek naar de Bloeiweek is. (Fijn! Ik hoop dat ze met veel plezier dit rapport lezen.)

Uit de antwoorden spreekt verbazing dat er zoveel activiteiten waren. Sommigen vonden het jammer dat ze de activiteiten niet altijd konden bijwonen. Iemand met kinderen uit dat meer activiteiten in de avonden haar beter had gepast. Een ander stelt dat de 'jongvolwassenen' er meer bij betrokken hadden kunnen worden. In combinatie met de inzichten over de leeftijdsverdeling bij activiteiten, zou hiernaar gekeken kunnen worden. Ook vond een deelnemer de nadruk teveel op sociale activiteiten in plaats van duurzaamheid liggen. Er was volgens deze persoon bijvoorbeeld weinig aandacht voor hoe er met afval om werd gegaan. Hier staat tegenover dat verschillende mensen sterk over duurzaamheid aan het denken zijn gezet door de activiteiten. Ook blijkt uit dit rapport dat de meeste mensen voor het sociale aspect aan de Bloeiweek meededen.

Verschillende mensen noemen dat de Bloeiweek voor herhaling vatbaar is. Of dat nou ieder jaar moet is de vraag, noemt iemand: 'Zou ik toch met minder activiteiten doen'. Het is leuk om te zien dat dit nu precies is wat er gebeurt bij de kleine versie van de Bloeiweek. Een ander noemt nog specifiek dat het repaircafé nog wel vaker op mag duiken. Wellicht ook in combinatie met andere activiteiten. Al met al kijken mensen terug op een geslaagde week met 'voor elk wat wils'. Enkelens uiten in de laatste opmerkingen nog wat gedachten over zaken die ze aan het denken heeft gezet. Zo is de Bloeiweek Kollumersweach en Feankleaster een week geweest die mensen samen heeft gebracht, aan het denken heeft gezet en die waarschijnlijk op verschillende manieren een vervolg zal krijgen.



6. OVERZICHT ACTIVITEITEN EN PUBLIEKSAANTALLEN

*Het tellen van aanwezigen bij de activiteiten was in de praktijk erg lastig. Deze getallen zijn gebaseerd op schattingen van het kernteam en van mijzelf. De lezing dorpsgezichten en workshop natuurlijke verzorgingsproducten zijn weggelaten i.v.m. geen of weinig bezoekers.

		Geschatte aanwezigen*	Aantal keer dat enquête over de activiteit is ingevuld
1	Opening met Kidsrun	57 kinderen /120 totaal	29
2	Steenbreek	15	11
3	Telen vergeten Peulvruchten	5	3
4	Groene Kerkendag	100	10
5	Kledingmarkt	22 verkopers/ 50 bezoekers	25
6	Fryske Kroech Kwis	82	29
7	Bloeidienst	Kerkbezoekers	23
8	Moederdagbrunch	30	2
9	Film First Do no pharm	60	9
10	Thús in beweging	215 online weergaven in totaal	13
11	Fryske Moarn	10	6
12	Kookworkshop	10	5
13	Fitkampe	5	5
14	Voorlezen PB	100 kinderen	6
15	65+ BoeiBloeit	22	8
16	Markt met lokale producten	60	25
17	Lichtpuntloods	Gebruikelijke bezoekers	6
18	Optreden WS WPB	15-20 speciaal voor optreden	13
19	Pilates/Yoga	30	11
20	Opening schoolplein	Schoolkinderen en ouders	19
21	Fytse mei Theun	11	8
22	Buik-Bodem-Brein Theater	128 verkochte kaarten	35
23	Zwerfvuil opruimen	13	11
24	Wenkeamer	9	1
25	Koor Sa No en Dan	15	14
26	Fotowedstrijd dorpsgezicht	10	7
27	Pumptrack	300 kinderen	25
28	Iets met ballen	82 kinderen	24
29	Heel KF Bakt	42	17
30	Meidoorn wandelen	45	13
31	Meidoorn tekenen	15	5
32	Gedichtenwedstrijd	12	9
33	Oldtimershow en repaircafe	25 met een auto 200 bezoekers	49
34	Slotfeest met open podium	80	43

Tekst en verwerking:

Carmen van Bruggen

December 2025

Datavisualisatie met behulp van flourish.studio

Heb je een vraag over het onderzoek?

Mail gerust naar c.h.d.van.bruggen@rug.nl

Meer informatie over het onderzoek:

tinyurl.com/mienskiponderzoek



rijksuniversiteit
 groningen

faculteit ruimtelijke
 wetenschappen

