



Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

Handreiking inclusief onderzoek uitvoeren

Versie 2.0

Datum 31 augustus 2021

Colofon

Versienummer 2.0
Locatie # 4082707
Contactpersonen ir. M. Lagendijk
Onderzoeksadviseur
T 070 356 4252
m.lagendijk@minaz.nl

K. Brouwer
Onderzoeksadviseur
T 06 15 16 51 42
k.brouwer@minaz.nl

Dienst Publiek en Communicatie
Buitenhof 34 | 2513 AH Den Haag
Postbus 20006 | 2500 EA Den Haag

Inhoud

Colofon—2

1 Inleiding: waarom inclusief onderzoeken?—4

2 Wie betrek je bij inclusief onderzoek?—5

3 Tips voor inclusief onderzoek—7

3.1 Tips over soorten onderzoek—7

3.2 Tips voor werven respondenten—9

3.3 Tips voor testmateriaal—11

3.4 Tips voor opzetten van de onderzoeksruijnte—13

3.5 Tips voor onderzoek uitvoeren—14

4 Meer informatie en tools—20

4.1 Online beschikbare tools—20

4.2 Meer lezen—20

4.3 Voorbeeld informatiebrieff toestemmingsverklaring—21

5 Referenties—23

1 Inleiding: waarom inclusief onderzoeken?

Informatie en diensten voor iedereen in Nederland

De (Rijks)overheid heeft de plicht om alle inwoners van Nederland te informeren. In de praktijk richt de informatievoorziening en dienstverlening van de (Rijks)overheid zich op circa 80% van de Nederlanders. Dit zijn Nederlanders die zelfredzaam zijn, actief op zoek gaan naar informatie als daarvoor reden is en de weg weten te vinden in de jungle van informatie. De overheid moet dus zelf contact zoeken met de 20% van de Nederlanders die zij nog moeilijk bereikt.

Inclusief onderzoek draagt bij aan inclusieve communicatie

Om iedereen in de context van een snel veranderende en digitaliserende samenleving mee te laten doen, is heldere en begrijpelijke communicatie voor iedereen nodig. Om te weten of informatievoorziening en dienstverlening ook daadwerkelijk aansluit bij iedereen, is onderzoek nodig. Niet alleen onder de 80% zelfredzame en digitaal vaardige Nederlanders, maar ook onder mensen die nu nog te weinig worden meegenomen in onderzoek, bijvoorbeeld mensen die (soms) moeite hebben met lezen of digitale vaardigheden. Dat wordt in de literatuur 'inclusief onderzoek' genoemd.

Bundeling kennis over inclusief onderzoek

Onderzoek onder mensen die de overheid nu nog niet goed bereikt, wordt gelukkig steeds vaker uitgevoerd, maar informatie over hoe je op een inclusieve manier onderzoek doet is nog erg versnipperd. Sommige mensen kunnen we niet goed bereiken en werven, voor anderen zijn veelgebruikte onderzoeksmethoden niet passend. Hoe los je dat op? Deze handreiking probeert bij te dragen aan onderzoek onder alle mensen, ook de mensen die nu vaak nog ontbreken in onderzoek, door beschikbare kennis te bundelen. Het gaat daarbij om allerlei soorten onderzoek: van onderzoek naar behoeften, waar bij je vooral het gesprek aan gaat, tot het testen van bijvoorbeeld een folder, waarbij je concreet onderzoeksmateriaal voorlegt.

Leeswijzer













Hoofdstuk 2 helpt je de groep mensen waar je onderzoek onder wilt uitvoeren te definiëren. In hoofdstuk 3 vind je praktische tips voor typen onderzoek, werving, testmateriaal, de onderzoeksruijnte en onderzoek op locatie. Tot slot vind je in hoofdstuk 4 verwijzingen naar meer informatie over inclusief onderzoeken.

2 Wie wil je werven?

Om de juiste respondenten te kunnen vinden, moet je de doelgroep van je onderzoek bepalen. De informatie in dit hoofdstuk helpt je je doelgroep nader te omschrijven.

Meer dan een vaststaand kenmerk

Bedenk dat inclusief onderzoeken meer is dan mensen betrekken die dag in, dag uit ervaren hoe het is om bijvoorbeeld minder te zien, te horen of te praten. Soms zitten mensen in een tijdelijke situatie die een andere soort informatievoorziening en dienstverlening noodzakelijk maakt (zie figuur 1). Ook deze mensen maken deel uit van een inclusief onderzoek.

	Permanent	Temporary	Situational
Touch	 One arm	 Arm injury	 New parent
See	 Blind	 Cataract	 Distracted driver
Hear	 Deaf	 Ear infection	 Bartender
Speak	 Non-verbal	 Laryngitis	 Heavy accent

Figuur 1: Personaspectrum (Inclusive toolkit activity cards van Microsoft)

Welke mensen worden weinig meegenomen in onderzoeken?

Voorbeelden van mensen die nu vaak ontbreken in onderzoeken:

- Mensen die laaggeletterd zijn
- Mensen met een migratieachtergrond
- Mensen met autisme
- Mensen met een (licht) verstandelijke beperking
- Mensen die dak- of thuisloos zijn
- Mensen op leeftijd
- Mensen in stressvolle omstandigheden
- Mensen in situaties die het moeilijk(er) maken om technologie te gebruiken, bijvoorbeeld felle zon waardoor een beeldscherm moeilijk te lezen is, of omgevingsgeluid waardoor gesproken informatie slecht hoorbaar is.

Het is belangrijk om goed na te denken welke mensen je precies wil betrekken in je onderzoek. Denk bijvoorbeeld ook aan mensen die niet digitaal vaardig zijn, mensen met een praktisch onderwijsniveau en mensen die weinig inkomen hebben. Iemands

(informatie)behoefte is grotendeels afhankelijk van het onderwerp waarover vragen zijn en iemands (persoonlijke) situatie. Wil je onderzoek uitvoeren onder een zo'n divers mogelijke groep mensen, dan kun je denken aan (een combinatie) van variaties in onderstaande situaties of factoren. Deze lijst is uiteraard niet uitputtend.

- leeftijd (18-35 jaar en 75+)
- taalvaardigheid;
- digitale vaardigheid;
- dyslexie;
- autisme;
- achtergrond (bijvoorbeeld personen met een niet-westerse achtergrond die de Nederlandse taal niet of weinig spreken);
- onderwijsniveau;
- verstandelijk vermogen;
- dementie;
- psychische of psychiatrische gesteldheid;
- lichamelijk vermogen;
- gehoor- of gezichtsvermogen;
- financiële situatie;
- beschikbaarheid van internet in het huishouden;
- stressvolle situaties zoals scheiden, schulden of een overlijden van een dierbare.

Kwetsbaarheden die mensen moeilijker bereikbaar maken, kunnen elkaar versterken en beïnvloeden. Het is dan ook complex en vaak niet mogelijk om verschillende groepen te werven zonder overlappende kenmerken. Zo zal er waarschijnlijk overlap zitten tussen een groep van 5 mensen zonder internet en een groep van 5 mensen met een laag inkomen.

Veel van bovenstaande elementen zijn niet opgenomen bij de gegevens in bestaande panels. Vanwege de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) mag je ze ook niet opslaan zonder expliciete toestemming. Belangenorganisaties zoals Stichting Lezen en Schrijven of Stichting ABC kunnen soms helpen bij de werving. Denk ook aan patiëntenverenigingen.

Kijk bij 'Tips voor werven respondenten' op pagina 9 voor praktische tips bij het werven.

Let extra goed op de privacy van respondenten

Elementen die ervoor zorgen dat bepaalde mensen nu vaak niet meegenomen worden in onderzoeken, kunnen te maken hebben met gezondheid en/of culturele achtergrond. Ze vallen dan onder een zwaarder regime bij de bescherming van persoonsgegevens. Onderzoekers zullen zeer zorgvuldig moeten zijn wanneer ze gegevens en observaties gebruiken en analyseren.

3 Tips voor inclusief onderzoek

In dit hoofdstuk vind je praktische tips voor inclusiever onderzoeken. De tips zijn bedoeld voor opdrachtgevers van onderzoek, maar ook voor onderzoekers en medewerkers die wel eens zelf onderzoek uitvoeren.

Paragraaf	Opdracht geven voor onderzoek	Zelf onderzoek uitvoeren
3.1 Soorten onderzoek (p. 7)	x	x
3.2 Respondenten werven (p. 9)		x
3.3 Testmateriaal (p. 11)	x	x
3.4 Onderzoeksruijnte (p. 13)		x
3.5 Onderzoek uitvoeren (p. 14)		x

Jij bent de ander niet!

Wees je bewust van je eigen kijk op de wereld. Mogelijk ben je vooral theoretisch opgeleid of gewend om heel talig of abstract te communiceren, of heb je een positieve kijk op de overheid. Dat zal niet voor iedereen gelden: ieder denkt, ervaart, communiceert en handelt weer anders. Probeer je referentiekader en verwachtingen, bijvoorbeeld over mogelijke behoeften en oplossingen, los te laten zodat je je kan openstellen voor het verhaal van de ander.

Dit type onderzoek kost meer tijd

Inclusief onderzoeken kost soms meer tijd. Er is tijd nodig om een relatie op te bouwen met de respondenten en om hun vertrouwen te verdienen. Ook loont het soms om op meerdere momenten onderzoek te doen.

3.1 Tips over soorten onderzoek

Denk goed na over het soort onderzoek dat je wil doen. Niet alles is even geschikt voor iedereen. Hier volgen tips om te bepalen welk type onderzoek je inzet.

Kies een hele concrete onderzoeksmethodiek

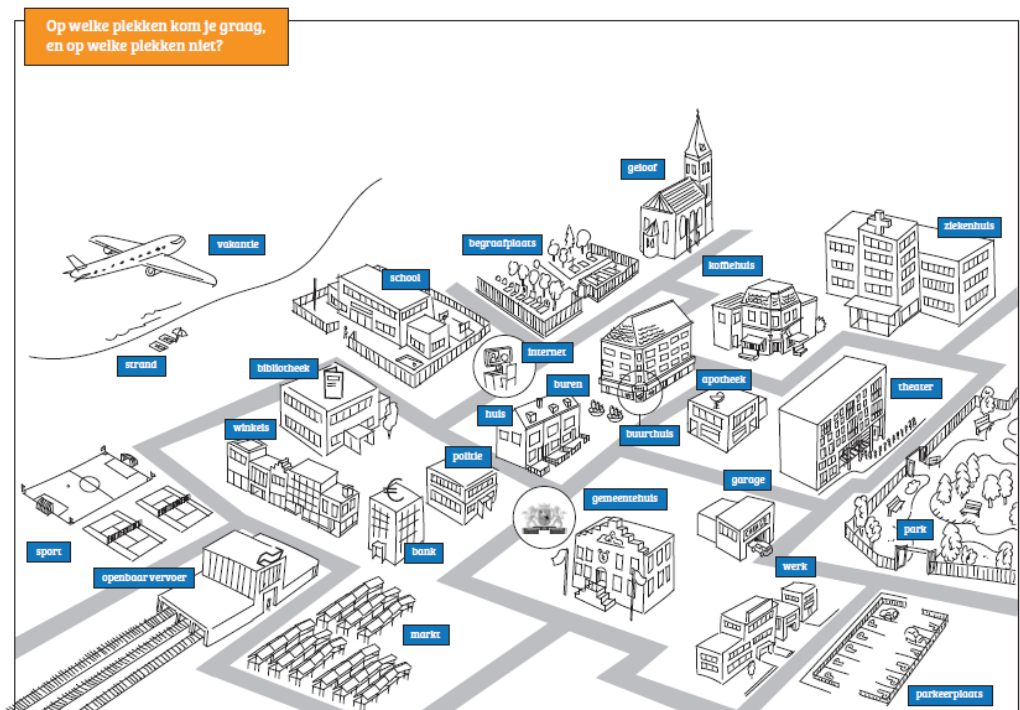
Iedereen communiceren communiceert op een zijn eigen manier en heeft een eigen leefwereld en houding ten opzichte van 'onderzoek' en 'overheid'. Vragenlijsten en (online) interviews zijn wellicht minder passend of bruikbaar om verdiepende inzichten of oplossingen op te halen. Het gaat meer om voelen, ervaren, beleven en observeren. Doe dus empathisch, exploratief onderzoek, en leg ideeën voor mogelijke oplossingen in een zo vroeg mogelijk stadium voor om ze te testen.

Doe geen dagboekstudies, cardsorting, online surveys of paper prototyping met respondenten die moeite hebben met taal en/of digitale vaardigheden. Deze methodieken zijn vaak te abstract. Wat wel werkt zijn offline dialogen, face-to-face interviews, persoonlijke dialogen of samen met een moderator een vragenlijst invullen.

Als aanvulling hierop kan je meer visuele methodieken zoals co-design gebruiken. Het basisprincipe hiervan is dat respondenten iets maken of doen en daar vervolgens over vertellen. Voordelen hiervan zijn dat deze vorm minder 'talig' is en

dat het de respondenten ruimte biedt om hun ervaringen te vertellen. Daardoor krijg je meer inzicht in hun leefwereld, behoeften, belemmeringen en wensen. Voor het onderzoek 'Laaggeletterden in Beeld' kregen respondenten bijvoorbeeld een camera om foto's en video's te maken van wat ze makkelijk doen, uitstellen of lastig vinden, waarbij ze hulp vragen, waarvan ze dromen etc.

Ook zijn praatplaten ontworpen met daarop plekken in een stad om respondenten te helpen vertellen waar ze komen, of ze daar graag komen of juist niet en wat ze daar hebben meegemaakt. Visuele onderzoeksmaterialen maken mensen bovendien ook vaak nieuwsgierig. Dit kan helpen bij de werving van respondenten.



Figuur 1 Voorbeeld van een praatplaat door Lost Lemon.

Bied hulp bij kwantitatief onderzoek

Kwantitatief onderzoek is soms mogelijk. Doe het dan het liefst op locatie en met extra hulp bij invullen door een facilitator.

Observeer

Een aantal observatiemethoden kunnen waardevol zijn. Denk aan:

- Fly-on-the-wall (alleen kijken, tellen, waarnemen, onzichtbaar zijn, bijvoorbeeld door ergens te gaan werken);
- Participatief observeren (meer samen en met gevoel).

Doe mee

Je kan er ook voor kiezen om mee te werken of stage te lopen op een plek om gevoel te krijgen van de situatie of omgeving. Wees je dan wel bewust dat mensen daardoor misschien meedoen aan je onderzoek zonder dat zij dit weten of hiervoor toestemming hebben gegeven. Je moet een goede reden hebben om mensen niet te informeren, bijvoorbeeld omdat er echt geen andere mogelijkheid is om de informatie te verzamelen. In die gevallen kan je vaak achteraf alsnog toestemming vragen.

Test op een locatie

Ga naar locaties waar je doelgroep is en ga aan de hand van eenvoudig, maar heel concreet onderzoeksmateriaal een dialoog aan, bijvoorbeeld met een praatplaat. Ook één of een paar korte vraag stellen, kan werken. Dit kan makkelijker zijn dan een dialoog met meer mensen organiseren. Het kan lastig zijn om daarvoor mensen te vinden.

Open dialogen

Dialogen worden gebruikt om een beeld te krijgen van de houding ten opzichte van een bepaald onderwerp. Kies voor een open stijl, waarbij je het gesprek concreet opzet (doel en richting), maar wel alle kanten op kunt laten gaan om aan te sluiten bij de respondent. Houd er rekening mee dat sommige respondenten misschien wantrouwend zijn ten opzichte van de overheid of niet makkelijk verwoorden wat ze zeggen. Durf een kop koffie te drinken en niet direct op zoek te gaan naar bruikbare informatie. Meegaan in de tijd en wereld van de ander, levert veel meer op.

Betrek de doelgroep en/of tussenpersonen bij de opzet van het onderzoek

Laat je doelgroep je helpen bij de opzet van het onderzoek. Probeer je voorgenomen opzet bijvoorbeeld eens uit met iemand uit de doelgroep of een tussenpersoon die veel over de doelgroep weet. Zo kom je erachter of je iets mist in je opzet. Probeer ook gedurende het onderzoek flexibel te zijn: als je merkt dat iets niet werkt, probeer dan een andere manier.

3.2

Tips voor werven respondenten

Het is best lastig om de juiste respondenten te vinden, omdat zij niet altijd beschikbaar zijn in panels. Hier wat tips om specifieke respondenten te betrekken in je onderzoek.

Je weet niet altijd wie je voor je hebt

Ook al heb je zorgvuldig geworven, je kunt voor verrassingen komen te staan. Over de eigen vaardigheden zijn respondenten niet altijd even open, bijvoorbeeld omdat mensen zich schamen dat ze moeite hebben met lezen. Bovendien hebben respondenten vaak een manier gevonden om hun leven om een eventuele beperking heen te organiseren, waardoor het lastig kan zijn om te bepalen of iemand te maken heeft met een bepaalde beperking. Bij bijvoorbeeld digitale vaardigheid is dit minder het geval. Daar is men vaak meer open over. Benadrukken wat voor iedereen lastig is, kan helpen om het gesprek op gang te krijgen. Voorkom daarbij stereotypingen, zoals: 'Alle oudere mensen vinden computers lastig'.

Maak nut en noodzaak duidelijk

Steek energie in het verhaal om nut en noodzaak van het onderzoek duidelijk te maken. Vaak blijkt dat mensen best willen meewerken aan onderzoek als ze begrijpen waarvoor het onderzoek is: bijvoorbeeld om informatievoorziening en dienstverlening van de overheid voor iedereen te verbeteren.

Werven via panels

Niet alle mensen zijn online te vinden. Wie digitaal niet zo handig is, zal zich bijvoorbeeld niet snel aanmelden voor een online panel van een onderzoeksbureau. Andere mensen kunnen echter wel geworven worden via panels. Denk bijvoorbeeld aan respondenten die te maken hebben met een bepaalde levensgebeurtenis of problemen. Bedenk goed wie je nodig hebt en vraag door bij bureaus of ze ook echt jouw doelgroep kunnen werven.

Selectievragen voor de werving

Het kan helpen om bij de selectievragen een aantal vragen mee te nemen om in te kunnen schatten hoe digitaal vaardig of zelfredzaam iemand is. Stel korte vragen die beginnen met: hoe, wat, waar, wanneer. Stel niet te veel gesloten vragen: met 'ja' antwoorden of sociaal wenselijk antwoorden is dan heel makkelijk.

Als je zelf wil werven (of instructie wil geven aan een wervingsbureau) kun je vragen te stellen zoals:

- Hoe ga je te werk als je een bankrekening wilt openen (doe je dat dan digitaal, telefoon of ga je naar een balie)?
- Hoe geef je de meterstanden door?
- Hoe sluit je een zorgverzekering af?
- Doe je je post altijd helemaal zelf?
- Vind je het gemakkelijk om met DigiD te werken?
- Zijn er mensen die jou helpen als je brieven krijgt?
- Waarvoor gebruik je internet: volgen van opleiding of cursus, vermaak (vrije tijd), online winkelen, contact houden met vrienden en familie, informatie opzoeken, nieuws bijhouden, gamen?

Werven via experts en tussenpersonen

Je kunt toegang tot mensen krijgen via tussenpersonen en experts, zoals sociaal werkers. Ze kunnen helpen bij de werving en respondenten herinneren dat ze op een bepaald tijdstip ergens moeten zijn. Hun vertrouwen is hierbij de basis: in jou, in het onderzoeksdoel en in de methode die je gebruikt. Dan zijn tussenpersonen bereid om je in contact te brengen met hun netwerk.

Belangenorganisaties zoals Stichting Lezen en Schrijven of Stichting ABC kunnen soms helpen bij de werving. Zo heeft Stichting ABC testpanels met deelnemers die laaggeletterd zijn (geweest). Denk ook aan patiëntenverenigingen.

Informatie via experts en hulpverleners

Ga ook naar experts en hulpverleners voor interviews en gesprekken. Mensen zelf spreken is noodzakelijk, maar experts en hulpverleners kunnen duiding geven aan het onderwerp. Experts en hulpverleners hebben dagelijks te maken met de mensen waar je meer van wilt weten. Ze kunnen daardoor vergelijken, praktijkvoorbeelden geven en je de taal van de doelgroep leren spreken. Je kunt op verschillende manieren samenwerken, afhankelijk van je onderwerp en doelgroep:

1. Meedenken vooraf voor betere dialogen, testmateriaal, de juiste locaties en respondenten of simpelweg meer duiding geven bij het onderwerp van je onderzoek;
2. Tijdens interviews aanwezig zijn als taal- of cultuurtolk, of om een gevoel van veiligheid te creëren;
3. Achteraf duiden en verklaren van observaties: soms kun je beter achteraf met experts praten, zodat je niet vooraf beïnvloed wordt.

Werven via instellingen/organisaties

Instellingen staan open voor medewerking aan de overheid, bijvoorbeeld om mensen te interviewen of om concepten of materiaal te testen. Dat soort onderzoeksmateriaal kan bijvoorbeeld worden ingepast als lesmateriaal in bestaande kennis- en vaardigheidstrainingen, zoals Nederlandse lessen of computerlessen. Daarnaast staan instellingen, instanties en bedrijven open voor extra hulp van de overheid. Dit soort instanties kunnen als formele helper als 'doorgeefluik' van informatie optreden.

Werven op locatie

Op locatie kan je respondenten treffen die je anders niet bereikt. Maar aan de andere kant is het best lastig de juiste mensen te traceren of te herkennen. Een checklist waar op te letten kan helpen, maar je ziet niet aan respondenten of ze minder digitaal vaardig zijn of moeite hebben met lezen. Soms blijkt pas tijdens een gesprek of je met de juiste persoon spreekt. Hou er rekening mee dat bij locatieonderzoek je ook respondenten ontmoet die buiten je doelgroep vallen. Visueel materiaal zoals grote praatplaten maakt mensen vaak nieuwsgierig, daardoor wordt aanspreken makkelijker, of zij spreken jou aan uit nieuwsgierigheid.

Werven op locatie via een recruiter

Als je dialogen wil hebben met mensen kan het soms handig zijn om een recruiter op locatie te hebben, in plaats van mensen zelf aan te spreken. Zeker wanneer een recruiter bijvoorbeeld de taal van de doelgroep spreekt. Hou er wel rekening mee dat een recruiter een extra drempel kan zijn voor mensen om mee te doen, zeker als zij aan tafel met medewerkers van de overheid worden gezet.

Mogelijke locaties

Bij locaties kan je denken aan allerlei plekken waar mensen regelmatig samenkomen: scholen, buurtcentra, wijkcentra, religieuze gebouwen, markten, bibliotheken bij taal/computerlessen, locaties van MEE, informatiepunten, spreekuren, huisartsen, evenementen, voedselbanken, consultatiebureaus, etc. Vraag wel altijd vooraf en bijtijds toestemming om langs te gaan. Niet alle locaties werken mee.

Werven via de doelgroep zelf

Heb je contact met een (potentiële) deelnemer, dan kun je deze vragen om andere mogelijk deelnemers aan te dragen.

Voorkom onderzoeksmoeheid

Vooraf mensen die moeite hebben met lezen en schrijven blijken populair voor onderzoekers. Dat kan leiden tot 'onderzoeksmoeheid'. Let dus op en varieer met onderzoekslocaties.

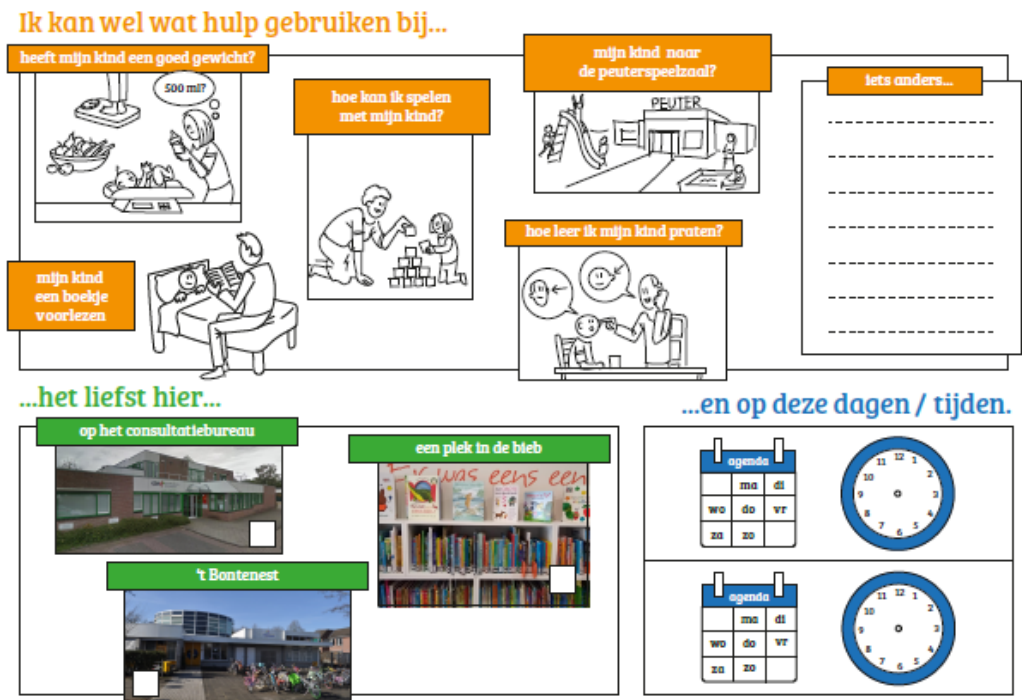
3.3

Tips voor testmateriaal

Inclusief onderzoek doen stelt ook eisen aan het materiaal en/of de vragen die je gaat gebruiken. Tips daarvoor staan hier beschreven.

Maak materiaal specifiek voor de test

Om een gesprek aan te gaan, kun je concreet stimulusmateriaal gebruiken. Dit brengt het gesprek makkelijker op gang. Denk daarbij bijvoorbeeld aan kaartjes, plaatjes, een stripverhaal, video, etc. Je kunt dit soort materiaal speciaal voor het onderzoek laten maken of bestaand materiaal gebruiken. Metaforen kunnen helpen, maar zijn voor sommigen juist weer moeilijk te begrijpen.



Figuur 2 Voorbeeld van een praatplaat door Lost Lemon.

Betrek de doelgroep en/of tussenpersonen bij het uitwerken van middelen en vragen
 Test je praatplaat bijvoorbeeld vooraf bij de doelgroep of ga na hoe zij bepaalde termen of beelden ervaren en begrijpen. Ga er niet vanuit dat je materiaal 'af' is voordat je aan gesprekken begint. Probeer ruimte in te bouwen om je testmateriaal gedurende het onderzoek aan te passen, op basis van wat je leert. Zo wordt het nog effectiever.

Gebruik materiaal dat zo echt mogelijk lijkt

Gebruik *high fidelity* materiaal om te testen. Dit zijn prototypen of materialen die echt lijken, in tegenstelling tot de abstractere draadmodellen of schetsen. Bij draadmodellen en schetsen is het namelijk soms lastig om uit te leggen wat je bedoelt. Dit geldt voor alle vormen van prototypen, zowel een websites als offline materialen, handleidingen, brochures of campagnes.

Let op als je werkt met digitale producten/klikbare prototypes

Digitale prototypes zorgen ervoor dat het testmateriaal er heel echt uit ziet. Ze kunnen gemaakt worden met prototyping tools, zoals InVision. Let er op dat je bij zulke tools niet alle apparatuur kan gebruiken, zoals een schermlezer. Werk daarom het liefst met de live website met, indien nodig, een testaccount.

Eisen aan taalgebruik van middelen en vragen

- Gebruik begrijpelijke taal, bij voorkeur op A2 taalniveau (geen jargon en ouderwets taalgebruik)
- Voorkom abstracte situaties. Gebruik voorbeelden.
- Voorkom beeldspraak.
- Gebruik korte woorden en alledaags (spreek)taalgebruik.
- Gebruik persoonlijke woorden.
- Behandel de lezer met respect: voorkom kinderachtige uitingen.
- Gebruik korte zinnen van maximaal 10 woorden (leg één onderwerp per zin uit).
- Gebruik positieve en actieve taal.
- Gebruik woorden consistent, dus geen synoniemen.

- Gebruik geen woorden uit een andere taal.
- Vertel verhalen, vanuit situaties en stappenplannen.
- Gebruik visualisaties en foto's ter ondersteuning.

Materiaal voor mensen met autisme

Gebruik bij de onderzoeken en testmateriaal:

- eenvoudige kleuren;
- begrijpelijk Nederlands en logische zinnen;
- directe instructies;

Blijf weg van:

- felle kleuren met weinig contrast;
- figuurlijke taal en spreekwoorden;
- grote lappen tekst;
- complexe en drukke vormgeving.

Materiaal voor mensen die moeite hebben met lezen en schrijven

Gebruik bij de onderzoeken en testmateriaal:

- korte actieve zinnen met dagelijks taalgebruik;
- alternatieven om tekst te ondersteunen, zoals afbeeldingen en spraak;
- meerkeuzevragen;
- rustige pagina's;
- positieve feedback, uitleg en hulp waar nodig.

Blijf weg van:

- jargon, afkortingen, kinderachtig of wollig taalgebruik;
- abstracte figuren, metaforen, sarcasme en ironie;
- veel moeten typen/open velden;
- afleiding als banners, drukke achtergronden;
- tijdsdruk.

Materiaal voor mensen bij wie de hersenen informatie niet goed kunnen verwerken

- houd de test eenvoudig en overzichtelijk;
- doe dingen in kleine, korte (deel)opdrachten;
- bereid alternatieve manieren van uitleggen voor;
- verwijder alle vormen van afleiding;
- gebruik geen vragenlijsten.

3.4

Tips voor opzetten van de onderzoekruimte

Gebruik je een onderzoekruimte, dan is het belangrijk dat de onderzoekruimte zodanig is ingericht dat je verschillende doelgroepen kan uitnodigen.

Algemeen

- Controleer of de ruimte vrij toegankelijk is (kabels, draden, enz.).
- Zorg dat je een testlocatie hebt die goed bereikbaar en makkelijk te vinden is.
- Vraag bij werving van respondenten of ze nog speciale spullen of mensen nodig hebben of meenemen. Denk dan aan een helper, hulphond, extra licht, grote teksten of software. Vraag na of respondenten dit zelf regelen en zo ja, wat de specificaties zijn, zodat je de test daarop kan aanpassen. Reserveer hier dan ook extra tijd voor.

Soms brengen respondenten hun eigen laptops of tablets mee. Dit doen ze omdat ze zelf specifieke software hebben geïnstalleerd bijvoorbeeld schermlezers, schermvergroting, browserextensies en andere hulpmiddelen. Om respondenten in zo'n natuurlijk mogelijke situatie te laten testen is het absoluut noodzakelijk dat ze hun eigen apparatuur gebruiken, maar het kan dat je je test daarop moet aanpassen.

Locatie van het onderzoek

Als je gebruik maakt van een eigen locatie voor onderzoek, hou dan rekening met:

- *De toegankelijkheid van de locatie*
Zorg ervoor dat de onderzoekslocatie goed toegankelijk is, bijvoorbeeld voor rolstoelgebruikers. Kunnen ze de locatie bereiken? Kijk of er een lift is en een toilet geschikt voor invaliden. Zijn er geen drempels? Zijn deuren makkelijk te openen? Is er een geschikte parkeerplaats in de buurt of is die te regelen, etc.
- *Extra gasten*
Sommige respondenten komen met hun geleide- of hulphond, dus zorg ervoor dat de onderzoeksruimte voor de hond ook comfortabel is, door een kom met water en een mooie plek om een dutje te doen. Dove respondenten kunnen een tolk meebrengen. Niet alleen heeft deze tolk een goede plek nodig, ook zal je in dat geval een extra stem hebben tijdens de opname van je interview.
- *Begeleiding van de respondenten naar je onderzoekslocatie*
Wellicht hebben sommige respondenten moeite met het alleen kunnen vinden van de onderzoekslocatie. Biedt de mogelijkheid (en tijd) om respondenten op te halen en afzetten bij het belangrijkste openbaar vervoer knooppunt of parkeerplaats.

Respondenten die niet of deels zien

- Bij gebruik van een schermlezer: zorg dat ook de schermlezer opgenomen wordt en niet alleen de respondent. Let daarom op de plek waar je de audio-opname-apparatuur plaatst.
- Als de respondent een schermlezer gebruikt, moet je de ruimte zo inrichten dat de facilitator het toetsenbord kan zien en de schermlezer kan horen.
- Let op de camera, zet hem het liefst in groothoekopname. Respondenten die een schermlezer gebruiken, hoeven dan niet in één positie voor de monitor te blijven zitten.
- Neem bij testen op locatie bij de respondent luidsprekers en lichten mee. Sommige respondenten van schermlezers gebruiken een hoofdtelefoon en hebben mogelijk onvoldoende luidsprekers om het geluid te laten horen. Iemand die niet ziet, heeft misschien minder goed verlichte kamers. Overweeg extra verlichting mee te nemen, vooral als je de sessie wil opnemen.

Respondenten die niet of deels horen

- Zorg voor een zitplek voor een tolk.
- Maak de opstelling zodanig dat respondent en facilitator elkaar kunnen zien voor het geval een respondent gebruik maakt van liplezen. Moedig de respondent en aanwezige tolk aan om de opstelling aan te passen zodat ze gemakkelijk kunnen samenwerken.
- Zorg ervoor dat de kamer goed verlicht is.
- Neem zowel audio van respondent als tolk op.

Respondenten met lichamelijke beperkingen

- Zorg dat de locatie rolstoeltoegankelijk is.
- Zorg dat er voldoende ruimte is voor een rolstoel om plaats te nemen bij de computer of tafel waar de interactie plaatsvindt.

3.5 Tips voor onderzoek uitvoeren

Denk vooraf na wie het onderzoek gaat doen

Het is belangrijk wie het gesprek voert: liefst mensen die dicht bij de doelgroep staan of er onderdeel van zijn. Let ook op of je kleding past bij de doelgroep en de geschiktheid van de locatie, zodat respondenten zich op hun gemak voelen.

Denk ook na over wat voor interviewer je nodig hebt om je doel te bereiken. Een voordeel van ervaren onderzoekers is dat zij snel kunnen schakelen of onderzoek

anders uitvoeren als de situatie daarom vraagt. Daarentegen kunnen medewerkers die verder moeten met de inzichten, ook zelf interviewen. Wanneer zij hun praktijkervaringen vervolgens delen, werkt dat heel goed bij verdere beleids- of strategievorming. Daarnaast kunnen respondenten zelf ook onderdeel uitmaken van het onderzoeksteam. Denk bijvoorbeeld aan participatief actieonderzoek, waarbij ervaringen en inzichten opdoen, actie, verbeteren en onderzoek hand in hand gaan.

Communiceer duidelijk wanneer mensen worden verwacht

Spreek op hele uren af. Dat is het duidelijkst voor iedereen en prettig als je bijvoorbeeld Nederlands als tweede taal hebt. Stuur als het kan ook een WhatsApp, sms, voicebericht of mail met de afspraak en een herinnering. Mensen die moeite hebben met lezen en schrijven, schrijven vaak hun afspraken niet op. Het kan daarom prettig zijn om een afspraak in te plannen na een vaste afspraak van de respondent, op de locatie waar de respondent dan al is.

Opzet van het onderzoek

- Sommige mensen gaan minder snel naar de overheid toe, dus de overheid moet naar hen komen. Onderzoek op locatie is dan nodig om deze mensen te ontmoeten. Meestal is het mogelijk om op locatie ook experts te spreken. Plan deze afspraken zoveel mogelijk van te voren in. Neem extra tijd door een dag of meerdere dagdelen op een locatie te zijn waardoor je veel kunt observeren en af en toe respondenten te spreken.
- Het is belangrijk om respondenten bijtijds en vooraf informatie te geven over het onderzoek en wat ze kunnen verwachten. Dan kunnen ze eventuele ondersteuning regelen of zich voorbereiden op vragen zodat je ze niet overvalt (en ze daardoor dichtslaan).
- Als je naar respondenten toe gaat, hou dan rekening met extra reistijd voor de onderzoeker tussen sessies.
- Plan korte afspraken in en hou rekening met het moment op de dag. Zo wordt het gesprek voor deelnemer en interviewer niet te inspannend. Korte testen, met bijv. maar één vraag kunnen ook nuttig zijn.
- Als je zelf de vragen stelt, voel dan goed aan hoe ver je kunt doorvragen en wanneer het wellicht ongemakkelijk wordt voor de respondent. Geef van te voren aan dat de respondent vrij is om vragen niet te beantwoorden of het gesprek te beëindigen.
- Als respondenten ondersteuning nodig hebben, of het nu gaat om begrijpen, zichzelf uitdrukken of interactie met anderen, is het altijd verstandig te vragen of ze hulp willen, en zo ja hoe.
- Denk daarnaast ook aan de veiligheid van zowel de onderzoeker als respondent. Als je naar iemand toe gaat, moet het wel een veilige plek zijn, waar je rustig kunt praten zonder ongewenste meeluisteraars.
- Neem iemand mee als notulist, zodat je geen opnamen of aantekeningen hoeft te maken. Opnamen stellen mensen niet altijd op prijs en je kunt ook echt aandacht geven aan de respondent.
- Gebruik verder begrijpelijke woorden, geen jargon en korte zinnen. Probeer ook regelmatig te toetsen of jullie elkaar nog begrijpen. Respondenten vinden het soms lastig om verduidelijking te vragen.

Omgang met respondenten

Met respondenten moet altijd met respect omgegaan worden. Dus:

- Toon oprecht interesse.
- Creëer een vertrouwelijke setting. De interviewer en geïnterviewde zijn gelijken.
- Medelijden en medeleven zijn overbodig.
- De meest respectvolle manier om iemand aan te spreken is het gebruik van hun naam.
- Doe geen aannames over iemands beperkingen of mogelijkheden. Vraag wel of je kunt ondersteunen.

- Ga er niet vanuit dat respondenten je niet kunnen horen of begrijpen. Verhef je stem of spreek langzaam als daarom wordt gevraagd.
- Vergeet niet dat alle respondenten ook gewoon mensen zijn, met gewoonten, context, emoties en voorkeuren. Respecteer dat.
- Soms kan humor helpen, maar hou er rekening mee dat humor wel heel persoonlijk kan zijn.

Oriëntatie respondenten in onderzoekruimte

Geef een respondent de tijd om vertrouwd te raken met de onderzoekopstelling, bijvoorbeeld alle hardware die in de test zal worden gebruikt, zoals toetsenbord, muis en luidsprekers.

- *Specifieke overwegingen voor respondenten die niet of deels zien*
 - Stel jezelf voor als je naar de respondent toegaat. Ga er niet vanuit dat de respondent je stem zal herkennen. Introduceer de andere medewerkers die bij je zijn, zodat de respondenten weet wie er in de kamer is.
 - Beschrijf de opstelling kort aan de respondent, inclusief de locatie van de deuren en de positie van de videocamera. Vooral als er mogelijk mensen in en uit de kamer gaan of als de videocamera geluid maakt.
 - Verklaar alle ongebruikelijke geluiden en je activiteiten. Het gaat dan om het aanzetten van de video, pakken van onderzoeksmateriaal.
 - Bied je elleboog aan om de respondent te leiden. Pak de arm, hand of wandelstok van de respondent niet vast zonder toestemming.
 - Verplaats niets zonder het eerst aan de respondent te vragen.
 - Geef aanwijzingen over waar je gaat zitten. Over het algemeen is het beter om verbale aanwijzingen te geven en een persoon niet fysiek te sturen.
 - Laat een geleidehond of hulpdier met rust, ga hem niet aanen of aandacht geven.
 - Vertel de respondent waar een plek is voor de geleidehond. Houd er tegelijkertijd rekening mee dat de respondent en hond zich meer op hun gemak voelen in een andere positie dan je van te voren hebt bedacht.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten die niet of deels horen*
 - Trek de aandacht van de respondent voordat je een gesprek begint. Zeg de naam van de deelnemer in zijn gezichtslijn of raak de respondent voorzichtig aan op de schouder of arm;
 - Praat om de beurt. Als iemand informatie leest, mist deze mogelijk informatie als twee of meer medewerkers tegelijkertijd praten;
 - Wees heel duidelijk dat een tolk precies moet herhalen wat jij en de respondent zeggen. Maak de tolk duidelijk hoe belangrijk het is om zo nauwkeurig mogelijk te vertalen en geen verduidelijkingen toe te voegen. Met een kort bijzinnetje kan bijvoorbeeld een sterke emotie uitgedrukt worden, die je anders mist.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten met lichamelijke beperkingen*
 - Verplaats geen hulpmiddelen zonder te vragen. Sommige respondenten die een hulpmiddel gebruiken, zoals een rollator, kunnen zich ongemakkelijk voelen als deze buiten bereik is;
 - Zorg ervoor dat een meegenomen persoonlijk begeleider ook een zitplek heeft.

Toestemmingsformulieren

Zorg voor een toestemmingsverklaring in begrijpelijke taal met daarop de informatie die nodig is om een goede beslissing te kunnen nemen. Denk er ook aan dat niet

alle respondenten altijd zelf kunnen, mogen of willen beslissen. Zie voor een voorbeeld bijlage 4.3.

- *Specifieke overwegingen voor respondenten die niet of deels zien*
 - Vraag bij de werving naar het voorkeursformaat van documenten in verband met bijvoorbeeld documenten voor het geven van toestemming. Sommige respondenten lezen braille heel snel, en anderen lezen het heel langzaam. Om tijd te besparen, kun je de respondenten vragen of ze het prettig vinden dat je de documenten hardop voorleest en de brailleversie ter referentie opstuurt of meegeeft.
 - Wees voorbereid om aan te geven waar een respondent moet tekenen. Sommige respondenten die blind zijn, hebben misschien een handtekeningstempel.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten met lichamelijke beperkingen*

Houd een klembord beschikbaar als een document moeten worden ondertekend. Wees voorbereid om het toestemmingsformulier en andere documenten zo aan te bieden zodat een respondent het gemakkelijk kan ondertekenen.

Uitvoeren van taken

- Wissel af tussen (korte) open en gesloten (door)vragen. Een algemene vraag kan te vaag of niet begrijpelijk geformuleerd zijn, waardoor respondenten zich ongemakkelijk voelen. Begin bijvoorbeeld met gesloten vragen ('ben je iemand die afwacht als je iets moet aanvragen?').
- Zorg voor kleine en specifieke taken. Laat respondenten niet te veel ineens doen, om te voorkomen dat je iemand afleidt.
- Als respondenten langzaam communiceren, dan moet je ook langzaam onderzoeken.
- Stem de benodigde tijd van het onderzoek af op de respondenten. Sommige respondenten hebben een beperktere aandachtsspanne. Dan is een korte test beter. Bij respondenten met fysieke beperking kan je misschien meer tijd rekenen per respondent, bijvoorbeeld omdat ze door een begeleider worden opgehaald.
- Sommige respondenten willen zoveel mogelijk zelf alle taken uitvoeren en kunnen daarom moeite hebben als je ze tijdens een taak stopt. Zeker als ze nog niet klaar denken te zijn of als dat onverwachts is. Leg daarom vooraf uit aan de respondent dat je taken mogelijk tussentijds stopt ook al zijn ze nog niet voltooid en vraag toestemming. Ook respondenten mogen tussentijds stoppen.
- Wees bereid om op alternatieve manieren te faciliteren. Gebruikerstesten en focusgroepen hebben soms subtiele communicatie. Sommige manieren van faciliteren werken misschien niet voor alle respondenten. Lichaamstaal werkt bijvoorbeeld niet bij respondenten met een visuele beperking en bij sommige respondenten met autisme.
- Hou er rekening mee dat dat korte gesprekken soms te weinig tijd bieden om te merken of begrijpen waar respondenten moeite mee hebben. Laat respondenten daarom met de interviewer of met elkaar aan de slag gaan. Zulke interacties leveren vaak veel bruikbare informatie op.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten die niet of deels zien*
 - Bied grote afdrucken van materialen aan.
 - Zorg voor fel licht om te helpen met lezen en let op reflecties.
 - Geleidehonden niet aaien, voeren of afleiden.
 - Identificeer jezelf wanneer je een kamer binnenkomt.
 - Vraag toestemming voordat je iemand leidt, bijvoorbeeld naar de muis.
 - Raak de respondent niet zomaar aan om te helpen.

- Geef aan welke opstappen of obstakels er zijn wanneer de respondent ze nadert.
- Geef aanwijzingen die niet afhankelijk zijn van het zicht, bijv. links of rechts en geef de afstand aan.
- Maak materiaal dat een iemand met kleurenblindheid ook kan begrijpen.
- Bij gebruik van een schermlezer:
 - Vraag om de spreesnelheid aan te passen. Gebruikers van schermlezers stellen meestal de leessnelheid snel in en de meeste mensen die niet gewend zijn naar een schermlezer te luisteren kunnen de schermlezer dan niet volgen.
 - Hardop denken kan bij respondenten met een visuele beperking die een schermlezer gebruiken op momenten lastig zijn. Als zij luisteren naar de schermlezer is het niet mogelijk tegelijkertijd hardop te denken.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten die niet of deels horen*
 - Kijk tijdens het spreken naar de respondent en spreek op ooghoogte. Mogelijk vertrouwt de respondent ten minste gedeeltelijk op liplezen, dus zorg ervoor dat dat mogelijk is.
 - Maak oogcontact, praat duidelijk - articuleer - en spreek niet te snel.
 - Herhaal niet alleen luider, maar probeer te herformuleren wat je zegt. Bied eventueel aan om op te schrijven wat je zegt. Ga eventueel dichterbij de respondent zitten, rekening houdend met de persoonlijke ruimte van de respondent.
 - Stel af en toe controlevragen als het voor jezelf niet duidelijk is of de ander je begrijpt.
 - Elke respondent kan zijn eigen manier hebben van omgaan met mensen die geen gebarentaal beheersen. Ga zoveel mogelijk mee in hun manier van communiceren.
 - Spreek altijd met de respondent, richt je niet op de tolk.
 - Gebruik visuele signalen, bijvoorbeeld zwaaien om aan te geven dat je spreekt als iemand niet naar je kijkt.
 - Herhaal informatie zo vaak als wordt gevraagd.
 - Overweeg herformulering of een ander woord te gebruiken als je iets meer dan twee keer moet herhalen.
 - Biedt inhoud in zowel geschreven als audioformaat.
 - Zorg voor een rustige locatie zonder extern geluid zoals verkeer.
 - Zorg voor zowel audio als visuele signalen/notificaties bij het testmateriaal.
 - Wees heel duidelijk dat een tolk precies moet herhalen wat de respondent uitdrukt. Maak de tolk duidelijk hoe belangrijk het is om zo nauwkeurig mogelijk te vertalen en geen verduidelijkingen toe te voegen.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten met fysieke beperkingen*
 - Spreek op ooghoogte.
 - Vraag toestemming om assistentie te verlenen.
 - Het kan zijn dat respondenten met een fysieke beperking (zoals Parkinson) minder duidelijk spreken en daardoor moeilijk te verstaan zijn.
 - Hou rekening mee dat er misschien pauzes tijdens de test nodig zijn voor de respondenten.
 - Zorg voor meubilair dat in hoogte instelbaar is.
 - Een draadloos toetsenbord of muis kan iemand in een rolstoel goed gebruiken.
- *Specifieke overwegingen voor oudere respondenten*
 - Praat langzaam en duidelijk zonder jargon.

- Vermijd dat de gebruiker zelf moet rekenen of berekeningen moet interpreteren.
- Geef hoeveelheden weer door middel van grafische elementen.
- Gebruik discrete schalen met absolute getallen, geen continue schalen (bijvoorbeeld een schaal met rapportcijfers 1 tot 10).
- Schrijf cijfers in nummers, behalve als het om een groot aantal gaat (bijvoorbeeld 4 miljoen).
- *Specifieke overwegingen voor respondenten die moeite hebben met spreken*
 - Luister goed en vraag de respondent om herhaling indien nodig.
 - Wees bereid om schriftelijke communicatie te gebruiken. Sommige respondenten communiceren misschien liever door te typen of te schrijven.
 - Maak een begeleider duidelijk hoe belangrijk het is om zo nauwkeurig mogelijk te vertalen en geen verduidelijkingen toe te voegen.
- *Specifieke overwegingen voor respondenten bij wie de hersenen moeite hebben om informatie te verwerken*
 - Vertrouw niet op het geheugen van de respondenten.
 - Zorg dat er geen langdurige aandacht nodig is.
 - Vertrouw niet alleen op begrip van geschreven of gesproken woorden (bied beide opties aan).
 - Vertrouw niet op de schrijf- of spreekvaardigheid (bied beide opties aan).
 - Vertrouw niet op begrip van beeldmateriaal.
 - Herhaal een vraag of informatie zo vaak als daarom gevraagd wordt.
 - Herformuleer vragen indien vaker om herhaling wordt gevraagd.
 - Geef respondenten alle tijd als ze dat nodig hebben, jaag ze niet op.

4 Meer informatie en tools

4.1 Online beschikbare tools

Er zijn een aantal tools en/of plug-ins waarmee je zelf kan inschatten hoe specifieke doelgroepen websites ervaren. Voorbeelden zijn:

- Color Contrast Analyzer om te testen of er voldoende kleurcontrast is;
- de NoCoffee plug-in voor Chrome voor checken van kleurenblindheid en visuele beperkingen.
- Tools om accessibility te checken: <https://www.w3.org/WAI/ER/tools/>

4.2 Meer lezen

Een overzicht van interessante sites om verder te lezen:

Toolkits

- Toolkit inclusie van Gebruiker Centraal / TNO: <https://inclusie.gebruikercentraal.nl/>
- Inclusive design toolkit van universiteit van Cambridge: <http://www.inclusivedesigntoolkit.com/>
- Inclusive: A Design Toolkit: <https://katholmesdesign.com/inclusive-toolkit>
- Inclusive design cards van overheid van Ontario, Canada: <https://www.ontario.ca/page/inclusive-design-cards>

Tips voor (gebruikers)onderzoeken met kwetsbare doelgroepen

- Accessibility in User – Centered design: http://www.uiaccess.com/accessucd/ut_conduct.html
<http://www.uiaccess.com/accessucd/ut.html>
- Inclusive user testing – tips and learnings: <https://uxdesign.cc/inclusive-user-testing-tips-and-learnings-eb27c2d1cbf2>
- Involving users in evaluating web accessibility: <https://www.w3.org/WAI/test-evaluate/involving-users/>
- How to conduct usability studies for accessibility: <https://www.nngroup.com/reports/how-to-conduct-usability-studies-accessibility/>

Organisaties

- Stichting Lezen en schrijven, factsheet eenvoudige taal voor laaggeletterden: <https://www.lezenenschrijven.nl/over-laaggeletterdheid/factsheets/eenvoudige-taal-voor-laaggeletterden>
- Pharos: <https://www.pharos.nl/>
- Stichting ABC: <https://st-abc.nl/over-ons/>
- College voor de rechten van de mens: <https://mensenrechten.nl/nl/nieuws/een-digitale-wereld-voor-iedereen> Door de rechten van de mens moeten nu alle websites voldoen aan toegankelijkheid.

Boek

- 'A Web for everyone', Sarah Horton en Whitney Quesenbery: <https://rosenfeldmedia.com/books/a-web-for-everyone/>

4.3 Voorbeeld informatiebrief toestemmingsverklaring

Bron: Lost Lemon <https://www.lostlemon.nl/>



Informatie over het onderzoek.....

Voor wie en waarom?

We onderzoeken vooromdat

Wat gaan we doen?

We praten met ...

We vragen bijvoorbeeld:

We verzamelen...



En daarna?

We verzamelen alle verhalen om vragen voor het onderzoek te beantwoorden / advies te geven over.

Aan het eind van het onderzoek maken we een verslag voor

Je mag zelf beslissen!

Je mag zelf beslissen of je meedoet. Ook als je meedoet mag je altijd weer stoppen.

Jouw naam blijft geheim

We zorgen dat niemand jou herkent. We gebruiken bijvoorbeeld je eigen naam niet. Je blijft dus anoniem.

Wie kan je bellen als je vragen hebt?





Toestemmingsverklaring

Laat hier weten of je mee wilt doen aan het onderzoek

- Ik weet waar het onderzoek over gaat
- Ik kon nadenken of ik mee wilde doen
- Ik koos er zelf voor om mee te doen (vrijwillig)
- Ik kon al mijn vragen stellen
- Ik kreeg antwoord op mijn vragen
- Ik weet dat ik kan stoppen als ik dat wil
- Ik weet dat ik een vraag niet hoeft te beantwoorden als ik dat niet wil
- Ik weet dat informatie over mij:
 - Geheim wordt gemaakt (anoniem of gecodeerd)
 - Gebruikt wordt voor dit onderzoek
 - Alleen anoniem in het rapport komt
 - Niet aan anderen gegeven wordt



Dat vind ik goed.

handtekening

5 Referenties

Voor het opstellen van deze handreiking zijn de volgende bronnen geraadpleegd:

- Presentatie Inclusive research: Researching for a brain which is unlike yours, Anniek Veltman, UX Insights 2019
- Ervaringen onderzoek op locatie AZ/DPC en Mens Centraal, Café Bepp, 2018/2019
- Artikel Inclusive user testing – tips and learnings (<https://uxdesign.cc/inclusive-user-testing-tips-and-learnings-eb27c2d1cbf2>)
- Inclusive design cards
- Toolkit inclusie van Gebruiker Centraal
- Optimaal Digitaal spel van Gebruiker Centraal
- Het boek 'A Web for everyone'
- Inclusive toolkit activity cards van Microsoft
- Scriptie 'Online aan de slag met uw gemeentezaken', gemeente Rotterdam, Juliet G.G. Nicolai
- <https://www.lezenenschrijven.nl/over-laaggeletterdheid/>
- Het onderzoek 'Laaggeletterden in Beeld' van Lost Lemon en Muzus in opdracht van Tel mee met Taal.
- Het onderzoek 'Breder kijken breder oogsten' van Lost Lemon in opdracht van gemeente Den Haag

Daarnaast willen we de volgende experts bedanken voor hun bijdrage aan deze handreiking:

- Jenny Wildenbos, Lost Lemon
- Jeroen Havinga, Keen Design
- Rosie Paulissen, TNO
- Els van de Pol, HAN

Onze dank gaat in het bijzonder uit naar Jenny Wildenbos en Lost Lemon. Jenny's kennis van theorie en praktijk verlevendigde deze tekst en maakte de handreiking nog bruikbaar. Ook stelde zij namens Lost Lemon de voorbeelden van inclusief testmateriaal en inclusief onderzoek beschikbaar, om lezers verder op weg te helpen.