

Bereiken en behouden van onderzoeksdeelnemers in een kwetsbare positie

Inleiding

Bij veel onderzoek zijn mensen in een kwetsbare positie ondervetegenwoordigd. Denk aan mensen die laaggeletterd zijn, die geen dak boven hun hoofd hebben of mensen met schuldenproblematiek. Hierdoor wordt een belangrijke stem in onderzoeksresultaten gemist en zijn de onderzoeksresultaten minder valide voor de gehele bevolking. Bij Onderzoeksinstituut IVO hebben we veel ervaring met het bereiken en behouden van onderzoeksdeelnemers in een kwetsbare positie. In deze factsheet geven we onze tips, in de hoop dat onderzoekers er vaker in slagen om mensen die in een kwetsbare positie verkeren mee te nemen in hun onderzoek.

Randvoorwaarden



Het bereiken en behouden van deelnemers in een kwetsbare positie kost vaak meer tijd. Houd hier rekening mee in je planning en begroting.



Zorg voor budget om een vergoeding te kunnen geven aan deelnemers. Geef liever contant geld of een supermarktbon dan een cadeaubon.



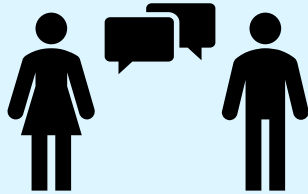
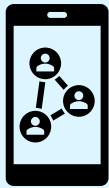
Bereiken van deelnemers

- Gebruik niet één wervingsmethode, maar zet vanaf het begin in op meerdere manieren om je doelgroep te bereiken.
- Werk deelnemers via tussenpersonen of sleutelfiguren die al in contact staan met de doelgroep die je wil bereiken. Idealiter is dit een persoon die ze al kennen en vertrouwen.
- Betrek iemand uit je doelgroep bij de werving. Deze persoon kan helpen met het vormgeven van geschikte materialen en kan ook meehelpen met het benaderen van potentiële deelnemers.
- Gebruik sneeuwbal-sampling: vraag deelnemers om een andere deelnemer aan te dragen.
- Ga zelf op pad om deelnemers te bereiken. Gebruik een persoonlijke, actieve en mondelinge aanpak. Bedenk waar jouw doelgroep komt en probeer op die plek mensen aan te spreken.
- Wees oprecht geïnteresseerd, doe niet afstandelijk en pas jezelf aan richting je doelgroep (bijvoorbeeld ook qua kleding). Benadruk hoe belangrijk het is dat mensen hun stem laten horen via het onderzoek.



Wervingsmaterialen

- Een flyer neerleggen of een poster ophangen is niet de manier om onderzoeksdeelnemers in een kwetsbare positie te bereiken. Toch kan een flyer of poster helpen als je dit combineert met een persoonlijke, actieve en mondelinge aanpak.
- Zet niet te veel tekst op een flyer of poster. Geef de benodigde informatie: Waar gaat het over? Voor wie is het? Hoelang duurt het? Waar is het? En hoeveel vergoeding krijg je?
- Zet een naam, foto en contactinformatie van degene die het onderzoek uitvoert op de flyer of poster.
- Leg je materialen voor aan iemand uit je doelgroep en ga na of de materialen begrepen worden en hoe deze eventueel verbeterd kunnen worden.
- Digitaal wervingsmateriaal kan je ook online verspreiden, maar verwacht daar niet te veel van. Bedenk op welke kanalen je doelgroep online te vinden is (bijvoorbeeld specifieke Facebook-groepen of gebruik Instagram of TikTok als je jongeren wil bereiken).



Meedoen

- Leg duidelijk uit waar het onderzoek voor is en wat er met hun gegevens wordt gedaan. Stel mensen gerust als ze aarzelen om een toestemmingsformulier in te vullen; bijvoorbeeld wanneer mensen ongerust zijn dat een onderzoek gevolgen heeft voor hun uitkering.
- Smeed het ijzer wanneer het heet is. Neem meteen je vragenlijst af (als dat kan) of plan meteen iets in en wissel contactgegevens uit.
- Maak meedoen met het onderzoek zo makkelijk mogelijk voor de deelnemer. Wees als onderzoeker flexibel qua tijd en plaats.



Behouden van deelnemers

Bij longitudinaal onderzoek moet je als onderzoeker het contact en de relatie met de deelnemers blijven onderhouden. Hieronder doen we een paar aanbevelingen voor hoe je dit goed kan doen:

- ✓ Wees niet afhankelijk van alleen een telefoonnummer of e-mailadres om iemand te kunnen contacteren, maar zorg dat je meerdere soorten contactinformatie hebt. Voor deelnemers zonder vaste verblijfplaats kan je vragen of je (met hun toestemming) ook de contactgegevens van een bekende of een familielid mag noteren.
- ✓ Onderhoud het contact met deelnemers tussen de metingen van een langdurig onderzoek door. Geef updates over het onderzoek (in begrijpelijke taal), verstuur een verjaardagskaart of een kerstkaart en vraag eens hoe het met iemand gaat.
- ✓ Zorg dat onderzoeksdeelnemers zoveel mogelijk contact hebben met dezelfde onderzoeker. Dit wordt voor hen een vertrouwd persoon, waardoor ze meer durven te delen en waarvoor ze graag nog eens meedoen aan een vragenlijst of interview.
- ✓ Lees voor een vervolginterview terug wat de geïnterviewde de vorige keer gezegd heeft. Dan kan je daarnaar verwijzen, waardoor iemand zich gehoord en gezien voelt.
- ✓ Voor langdurig onderzoek kan het helpen om een oplopende vergoeding te gebruiken. Bijvoorbeeld 15 euro voor de eerste meting, 20 euro voor de tweede meting en 25 euro voor de derde meting.

Voorbeelden van onderzoeken van het IVO met deelnemers in een kwetsbare positie

- Een verdiepend onderzoek naar **personen met verward gedrag** [\[link\]](#)
- Het inzetten van ervaringsdeskundigheid bij **jongeren met crimineel gedrag** [\[link\]](#)
- Een onderzoek naar **sekswerkers op de tippelzone** in Utrecht [\[link\]](#)
- Deelname aan herstelgroepen voor **mensen met een drugsverslaving** [\[link\]](#)
- Onderzoek naar het bereiken van **rokers in een kwetsbare positie** [\[link\]](#)
- Veranderingen in de leefsituatie van **dakloze mensen** gedurende 5,5 jaar [\[link\]](#)

Tot slot

- Naast het includeren van onderzoeksdeelnemers in een kwetsbare positie kan je natuurlijk nog veel meer doen om je onderzoek inclusiever te maken. Bekijk [hier](#) onze video en factsheet die we over dit onderwerp maakten in samenwerking met de Universiteit Maastricht.
- Koppel na het onderzoek aan de deelnemers terug wat de resultaten zijn en wat ermee gebeurt. Doe dit in begrijpelijke taal en bijvoorbeeld met een korte video of infographic.

Colofon

Wil je met ons samenwerken? Neem contact op met onderzoeksinstituut IVO via secretariaat@ivo.nl.

*Bronvermelding:
Onderzoeksinstituut IVO (2022).
Bereiken en behouden van
onderzoeksdeelnemers in een
kwetsbare positie. Den Haag: IVO*