

# Code Inclusief Digitaal Ontwerpen

Standaard voor het inclusief ontwerpen van digitale producten  
en diensten met de inzet van ervaringsdeskundigheid

Definitieve versie 1.0 (april 2025)



**Code  
Inclusief  
Digitaal  
Ontwerpen**

## Over dit project

---

De Code Inclusief Digitaal Ontwerpen is ontwikkeld door Accessibility en Ieder(in). Dit is gebeurd in een inclusief ontwikkeltraject met deelname van het GebruikersNetwerk Digitale Inclusie en stakeholders uit de overheid, het bedrijfsleven, het hoger onderwijs en maatschappelijke organisaties. De werkwijzen uit CIDO zijn getest in twee pilots met de Rabobank en de Louwvanggroep.

CIDO is ontwikkeld met financiële steun van het Bartiméus Fonds.

CIDO is als toegankelijke PDF gepubliceerd op [www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen](http://www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen) in april 2025. CIDO wordt naar verwachting in de loop van 2025 onderdeel van een online informatiedrager van een onafhankelijk kennis- en expertisecentrum op het gebied van inclusief ontwerpen.

Heb jij vragen, opmerkingen of suggesties? Laat het ons weten. Stuur een mail naar [info@accessibility.nl](mailto:info@accessibility.nl) of [digitaleinclusie@iederin.nl](mailto:digitaleinclusie@iederin.nl)

# Colofon

---

## Projectleiding

Accessibility.

## Projectteam

Accessibility, Ieder(in), Oogvereniging (namens GebruikersNetwerk Digitale Inclusie).

## Adviescommissie

Victor Zuydweg (Gebruiker Centraal).

Nicolette Faneyte (Ministerie van Binnenlandse Zaken en koninkrijksrelaties).

Eric Velleman (Hogeschool Arnhem-Nijmegen).

Wietske Kamsma (Alliantie Digitaal Samenleven).

## Klankbordgroep

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, ICTU, Logius, VNG, DigiTOP, UWV, Gebruiker Centraal & Direct Duidelijk, VNO-NCW/MKB-Nederland, Limoengroen, Ordina, Capgemini, Onder Anderen, Vrienden van Verandering, Ruigrok, Hogeschool van Amsterdam, Mind, Dit Koningskind, Stichting ABC, Oogvereniging en professionals op het gebied van inclusief ontwerp.

## Teksten

Aafke van Welbergen en Claartje Sadée.

## Eerste publicatie

Als toegankelijke PDF gepubliceerd op 10 april 2025.

## Gebruik

CIDO heeft geen winstoogmerk en is gratis beschikbaar. De informatie en werkwijzen uit CIDO kunnen zonder toestemming, maar met bronvermelding door iedereen worden toegepast.

# Inhoud

---

<b>Over dit project</b>	<b>2</b>
<b>Colofon</b>	<b>3</b>
Projectleiding	3
Projectteam	3
Adviescommissie	3
Klankbordgroep	3
Teksten	3
Eerste publicatie	3
Gebruik	3
<b>Inhoud</b>	<b>4</b>
<b>1 Inleiding en toelichting Code Inclusief Digitaal Ontwerpen</b>	<b>5</b>
1.1 Wat is de Code Inclusief Digitaal Ontwerpen?	5
1.2 Waarom inclusief digitaal ontwerpen?	5
1.3 Waarom is CIDO nodig?	6
1.4 Inclusie en diversiteit aan ervaringsdeskundigheid	6
1.5 CIDO stimuleert om te groeien in je rol	6
1.6 Hoe zit CIDO in elkaar?	7
1.7 Vier redenen waarom inclusief ontwerpen loont	9
<b>2 Het ontwerpproces</b>	<b>11</b>
2.1 Algemeen	11
2.2 Inclusief ontwerpproces per fase	11
2.3 Ervaringsdeskundigheid + inhoudsdeskundigheid	15
2.4 Toelichting doelgroepen en aantal deelnemers	17
2.5 Groeien in inclusief ontwerp	18
<b>3 Randvoorwaarden inzet ervaringsdeskundigheid</b>	<b>20</b>
3.1 Ervaringsdeskundigheid: soorten en rollen	20
3.2 Welke groepen eindgebruikers heb je nodig?	22
3.3 Belonen en trainen	28
3.4 Bejegening en taalgebruik	31
3.5 Toegankelijke communicatie bij de werving en inzet	33
3.6 Toegankelijke methoden en materialen	35
3.7 Toegankelijke testomgeving	40
<b>4 Randvoorwaarden organisatie</b>	<b>43</b>
4.1 Beschrijving organisatiefactoren	43
<b>5 Bijlagen</b>	<b>45</b>
5.1 Basis begrippenlijst CIDO	45
6.2 Genoemde tools/modellen	48
6.3 Bronnenlijst	48

# 1 Inleiding en toelichting Code Inclusief Digitaal Ontwerpen

---

## 1.1 Wat is de Code Inclusief Digitaal Ontwerpen?

De Code Inclusief Digitaal Ontwerpen wijst je de weg naar een kwalitatief goed, inclusief ontwerpproces. Het leert je hoe je de juiste ervaringsdeskundigheid op de juiste momenten, met de juiste werkwijzen en de juiste faciliteiten kunt betrekken bij het ontwerpen van digitale producten en diensten. Met als resultaat dat je producten en diensten toegankelijk, gebruiksvriendelijk en begrijpelijk zijn voor zoveel mogelijk mensen, ongeacht leeftijd, handicap of andere factoren.

CIDO is een werkwijze met praktische richtlijnen, tips en goede voorbeelden voor inclusieve ontwerpprocessen met de inzet van ervaringsdeskundigheid. Met de code en bijbehorende zelfevaluatie (self-assessment tool) kunnen organisaties en mensen stapsgewijs en al lerende aan de slag met hun ontwerpproces.

Voor ervaringsdeskundigen biedt CIDO inzicht en houvast bij het vormgeven van de samenwerking met de ontwikkelaars. In welke rol en in welke fases van het ontwerpproces zou je betrokken moeten zijn? Welke vergoeding mag je verwachten? Hoe ziet een toegankelijk gebruikersonderzoek eruit?

Werken volgens de code betekent niet ontwerpen vóór maar mét de doelgroep!

## 1.2 Waarom inclusief digitaal ontwerpen?

Niemand wil mensen bewust uitsluiten. Iedereen wil dat zoveel mogelijk mensen – los van zaken als leeftijd, functiebeperking en lees- en digitale vaardigheden – zelfstandig mee kunnen doen in de samenleving. En dus gebruik kunnen maken van (digitale) producten en diensten.

Toch kan op dit moment één op de zes Nederlanders niet of onvoldoende gebruikmaken van digitale dienstverlening. Ze raken de weg kwijt in het complexe (digitale) aanbod van overheden, bedrijven en maatschappelijke organisaties. Terwijl dat aanbod – denk aan websites en apps maar ook de hele keten van online en offline dienstverlening – bedoeld is voor alle doelgroepen in de samenleving.

De Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) bepalen wat minimaal nodig is zodat mensen met een functiebeperking websites en apps kunnen gebruiken. Maar dit is niet voldoende. Een website of app die voldoet aan de WCAG is niet per definitie gebruiksvriendelijk en begrijpelijk voor iedereen. Daarvoor is méér nodig, bijvoorbeeld een logische klantreis, een rustige vormgeving, makkelijk vindbare informatie en begrijpelijke taal.

Door het betrekken van diverse groepen gebruikers (ervaringsdeskundigheid) bij je ontwerpproces zorg je dat je producten en diensten niet alleen toegankelijk maar ook gebruiksvriendelijk en begrijpelijk zijn. Bovendien kom je er zo achter waar in praktijk de grootste knelpunten liggen, en ben je dus het juiste probleem aan het aanpakken met de juiste oplossing.



### 1.3 Waarom is CIDO nodig?

Steeds meer opdrachtgevers, ontwikkelaars en ontwerpers doen ervaring op met het betrekken van de (beoogde) eindgebruikers in het ontwerpproces. Datzelfde geldt voor organisaties die ervaringsdeskundigen of personen met ervaringskennis werven. Dit is waardevolle praktijkervaring die nog niet algemeen beschikbaar en ontsloten is. Daarom is met diverse partijen uit het bedrijfsleven, overheid en maatschappelijke organisaties de Code Inclusief Digitaal Ontwerpen ontwikkeld. In de code is de praktijkervaring gebundeld, doorontwikkeld en voor iedereen beschikbaar gemaakt. CIDO is voor iedereen – professionals en (eind)gebruikers – die met digitale inclusie te maken krijgt. Zowel bij de overheid, in het bedrijfsleven, bij maatschappelijke organisaties en voor de toekomstige professionals via opleidingen (MBO en HBO).

### 1.4 Inclusie en diversiteit aan ervaringsdeskundigheid

Inclusie is iedereen. De diversiteit aan mensen en hun behoeften is oneindig groot. In de praktijk wordt meestal uitgegaan van de mensen die de grootste hindernissen ervaren als digitale dienstverlening niet toegankelijk, gebruiksvriendelijk en begrijpelijk is. Het gaat dan om mensen met een visuele beperking, een auditieve beperking, een beperkte of geen handfunctie, een (licht) verstandelijke beperking, een psychische kwetsbaarheid, een neurodiversiteit, mensen met een lage taalvaardigheid en/of digitale vaardigheden en anderstaligen. CIDO betreft dan ook deze groepen mensen in het ontwerpproces.

We beseffen dat het algemene begrip ‘inclusie’ veel meer omvattend is en ook gaat over bijvoorbeeld culturele en genderidentiteit of financiële zekerheid. Het is belangrijk dat websites en apps zodanig van inhoud en look and feel zijn, dat iedereen in Nederland – ongeacht afkomst, religie of genderidentiteit - zich thuis voelt bij een bezoek aan een website of app. Omwille van de – nu noodzakelijke geachte – afbakening starten we CIDO met de genoemde diversiteit aan personen in de alinea hierboven, met de mogelijkheid om later door te groeien.

### 1.5 CIDO stimuleert om te groeien in je rol

CIDO is geen standaard recept, maar biedt ingrediënten die aansluiten bij de praktijk. Het biedt handvatten aan ontwikkelaars voor het vormgeven van ontwerpprocessen met de inzet van ervaringsdeskundigheid. Het geeft organisaties richting en het juiste fundament om inclusief ontwerpen in de eigen bedrijfsprocessen te borgen. En het biedt ondersteuning aan ervaringsdeskundigen en personen met ervaringskennis (en hun organisaties) om de juiste voorwaarden te creëren voor de samenwerking.

CIDO stimuleert je om te groeien in je rol als opdrachtgever, ontwerper en ontwikkelaar. En in je rol als adviseur en vertegenwoordiger van diverse eindgebruikers. De code moedigt je aan om de eerste stappen te zetten op het pad van inclusief ontwerpen met ervaringsdeskundigheid, en vervolgens toe te groeien naar een volledig inclusief proces. Iedere professional kan in CIDO informatie vinden en toepassen, hoe klein of groot de organisatie en de dienstverlening ook is.

## 1.6 Hoe zit CIDO in elkaar?

CIDO bestaat uit drie onderdelen. Centraal staat het inclusieve ontwerpproces (1), geflankeerd door de randvoorwaarden voor de inzet van ervaringsdeskundigheid (2) en de borging in organisaties en werkprocessen (3). Op alle drie de onderdelen kan een zelfevaluatie (self assessment tool) worden ingevuld.

### Model CIDO

Eerst volgt nu de visualisatie, daarna volgt de beschrijvende tekst.



Centraal is in een cirkel het inclusief ontwerpproces weergegeven. Deze gaat uit van de veelgebruikte Design Thinking methode. Het proces is continu, dus de stappen worden steeds weer opeenvolgend doorlopen. De processtappen en het betrekken van de ervaringsdeskundige hierin, zijn vereenvoudigd tot de volgende vijf fases:

1. Ontdekken
2. Probleem definiëren
3. Ideeën vormen
4. Ontwikkelen en testen
5. Evaluatie en borging

Om het inclusief ontwerpproces zelf zit een schil. Deze schil bestaat uit twee delen. Het bovenste deel gaat over de randvoorwaarden voor de inzet van ervaringsdeskundigheid. De uitgewerkte onderwerpen zijn:

1. Ervaringsdeskundigheid: soorten en rollen
2. Welke eindgebruikers heb je nodig?
3. Belonen en trainen
4. Bejegening en taalgebruik
5. Toegankelijke communicatie
6. Toegankelijke methoden en materialen
7. Toegankelijke testomgeving

Het onderste deel gaat over de organisatorische randvoorwaarden waar een organisatie rekening mee moet houden. Deze worden in de code genoemd, maar zijn (nog) niet volledig uitgewerkt:

1. Kennis en bewustwording
2. Organisatie en strategie
3. Verantwoordelijkheden en governance
4. Monitoring
5. Verantwoording en compliance
6. Communicatie
7. Inkoop en leveranciersmanagement
8. Personeel

#### *Zelfevaluatie (self assessment tool)*

De zelfevaluatie kan worden ingezet als nulmeting om te bepalen waar jouw organisatie staat qua inclusief ontwerpen. Het kan ook dienen als evaluatiemoment achteraf, om te beoordelen in hoeverre je voldoet aan alle CIDO-elementen.

De zelfevaluatie bestaat uit een vragenlijst met drie groepen vragen:

1. Over het inclusieve ontwerpproces,
2. over de randvoorwaarden voor de inzet van ervaringsdeskundigheid en
3. over de organisatorische randvoorwaarden (borging in organisatie en werkprocessen).

Door het invullen van de vragenlijsten krijg je inzicht in de mate waarin je de adviezen en richtlijnen van CIDO toepast in je organisatie en ontwerpproces.

In de definitieve vorm van CIDO zul je een geautomatiseerd advies krijgen over welke volgende stap je kunt zetten om je ontwerpproces nog inclusiever te maken. Hierbij wordt verwezen naar de juiste informatie binnen CIDO om deze stap ook daadwerkelijk te kunnen zetten.

De zelfevaluatie vind je op [www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen](http://www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen).



## 1.7 Vier redenen waarom inclusief ontwerpen loont

Door inclusief te ontwerpen mét ervaringsdeskundigen, worden digitale producten en diensten toegankelijk, begrijpelijk en gebruiksvriendelijk. Waarom loont dit en voor wie?

### Het loont om sociaal-ethische redenen

Ontwerpen voor inclusie draagt bij aan, en is een voorwaarde voor, een inclusieve samenleving. Digitale uitsluiting veroorzaakt sociale, maatschappelijke en economische uitsluiting. Het gaat om veel mensen in Nederland: Tenminste zo'n 2,5 tot 4,5 miljoen mensen ervaren problemen met digitale dienstverlening. Het gaat bijvoorbeeld om mensen met een fysieke of verstandelijke beperking, met een psychische kwetsbaarheid, mensen met minder digitale of taalvaardigheden en ouderen. Ook zijn er situationele en tijdelijke obstakels die toegang tot of gebruik van producten of diensten bemoeilijken. Bijvoorbeeld wanneer je je smartphone of laptop moeilijk kunt gebruiken wanneer er fel zonlicht schijnt. Of als je een arm gebroken hebt en je hand zit in het gips. Digitale inclusie ondersteunt mensen (met een beperking) om hun leven onafhankelijk te leven en volledig deel te nemen aan alle aspecten van het leven, op een gelijkwaardige basis ten opzichte van mensen zonder beperking (VN-Verdrag Handicap). Digitale inclusie draagt ook bij aan de wereldwijde Duurzame Ontwikkelingsdoelen (Sustainable Development Goals (SDG's)). Met deze doelen wil men in 2030 een duurzame wereld voor iedereen bereiken, waarin niemand wordt buitengesloten.

### Het loont om maatschappelijke redenen

Voor overheden, uitvoeringsinstanties en maatschappelijke organisaties betekent inclusief ontwerpen dat je meer maatschappelijke impact realiseert omdat je méér burgers bereikt met je dienstverlening en zo min mogelijk burgers uitsluit. Het stelt je als organisatie in staat je taak met een zo groot mogelijk resultaat en maatschappelijk effect uit te voeren. Denk daarbij aan uitvoeringsorganisaties die tot (maatschappelijke) taak hebben om een bepaald deel van de wetgeving en het beleid van de rijksoverheid te effectueren. Door bijvoorbeeld mensen die daar recht op hebben, te voorzien van een uitkering, studiefinanciering, persoonsgebonden budget, maatschappelijke ondersteuning of hulpmiddelen. Ook voor maatschappelijke sectoren als de gezondheidszorg en het onderwijs geldt dat inclusieve dienstverlening bijdraagt aan het behalen van maatschappelijke doelen. Bovendien draagt inclusieve dienstverlening bij aan een hogere burgers tevredenheid en (het herstel van) het vertrouwen in de overheid en maatschappelijke organisaties.

### Het loont om economische redenen

#### *Groter bereik*

Inclusief ontwerpen leidt tot een groter bereik omdat het gaat om een zeer grote doelgroep van minimaal 2,5 tot 4,5 miljoen mensen. Ondernemingen bereiken een breder publiek en trekken nieuwe klanten, die ze anders niet bereiken. Daarmee kunnen ze hun bedrijf laten groeien. Bovendien leidt het toepassen van toegankelijkheidscriteria, zoals een goede HTML-structuur en het gebruik van alternatieve teksten bij afbeeldingen, tot meer zichtbaarheid in zoekmachines waardoor de vindbaarheid voor potentiële klanten hoger wordt. Digitale inclusie kan een bedrijf 15 procent (loyale) klanten extra opleveren.

#### *Klantenbinding*

Voor gebruikers in het algemeen is het frustrerend als bijvoorbeeld web functionaliteiten niet goed werken. Voor mensen met een beperking geldt dit net zo. Hoe minder knelpunten de klanten online ervaren, hoe sneller ze terug zullen komen en blijven.

### *Verbeterde concurrentiepositie en imago*

Inclusief ontwerpen kan leiden tot een positieve naamsbekendheid en je een voordeel geven ten opzichte van je concurrenten. Als ook concurrerende bedrijven zich inzetten voor inclusief ontwerp, dan zorgt het in ieder geval voor een gelijkwaardige reputatie op het gebied van toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid.

### *Kostenreductie*

Inclusief ontwerpen kan leiden tot minder PR- en advertentiekosten. Ook zullen klanten minder vaak de klantenservice bellen. Bovendien geldt dat, als inclusief ontwerp vanaf het begin wordt meegenomen, voorkomen wordt dat de website of app later aangepast moet worden. Het achteraf toevoegen van functies op het gebied van toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid is duur en tijdrovend.

### **Het loont om juridische redenen**

Er is wetgeving die overheden en bedrijven verplicht om te werken aan (digitale) toegankelijkheid en inclusie en daarbij de mensen om wie het gaat te betrekken.

### *Gelijke rechten voor mensen met een beperking of chronische ziekte*

Mensen met een beperking of chronische ziekte moeten net als ieder ander kunnen meedoen. Op school, op hun werk, in het openbaar vervoer en in hun vrije tijd. Dat staat in de Wet gelijke behandeling op grond van handicap of chronische ziekte, in de Grondwet en in het VN-Verdrag Handicap, dat door Nederland in 2016 is bekrachtigd.

Het VN-verdrag houdt de verplichting in om ervoor te zorgen dat mensen met een beperking dezelfde kansen en mogelijkheden hebben als mensen zonder beperking. Het Rijk, de provincies en de gemeenten moeten uitvoering aan dit verdrag geven, samen met de mensen om wie het gaat: diegenen die beperkingen ervaren bij het op een gelijkwaardige manier deelnemen aan de samenleving.

### *Besluit Digitale Toegankelijkheid Overheid*

Het Besluit Digitale Toegankelijkheid Overheid houdt in dat overheidsorganisaties hun websites en apps toegankelijk moeten maken door toepassing van de eisen van de WCAG. Bovendien moeten ze voor al hun websites en apps een actuele toegankelijkheidsverklaring publiceren. De wet is in fasen ingegaan en geldt inmiddels voor alle overheidswebsites en -apps. In 2023 is het BDTO ondergebracht in de Wet Digitale Overheid.

### *European Accessibility Act*

Op 28 juni 2025 gaat de European Accessibility Act (EAA) in. Dan moet ook het merendeel van het Nederlandse bedrijfsleven voldoen aan de digitale toegankelijkheidseisen. De EAA is van toepassing op een breed scala aan producten en diensten die in de Europese Unie worden verhandeld waaronder computers en software, websites en webwinkels, e-boeken en e-readers, geld- en pinautomaten, (mobiele) telefoons en de (apps en websites van) telecommunicatiediensten.

## 2 Het ontwerpproces

---

### 2.1 Algemeen

De Code Inclusief Digitaal Ontwerpen is gebaseerd op de processtappen van 'design thinking' en specifiek het raamwerk van het 'Double Diamond model'. Dit proces leent zich goed voor inclusief ontwerp, aangezien de gebruiker en zijn behoeftes centraal staan. Hierbij voegt CIDO het centraal stellen van de eindgebruiker in al zijn diversiteit toe, zodat uiteindelijk zo goed als alle eindgebruikers van het digitale product of dienst gebruik kunnen maken.

De processtappen en het betrekken van de eindgebruiker hierin, zijn verder vereenvoudigd tot de volgende vijf fases:

1. Ontdekken
2. Probleem definiëren
3. Ideeën vormen
4. Ontwikkelen en testen
5. Evaluatie en borging

Het is van belang om in te zien dat het hier gaat om een circulair in plaats van een lineair proces. Op elk moment kan een stapje terug worden gegaan in het ontwerpproces, of kan het ontwerpproces opnieuw beginnen. Ook worden de fases niet eenmalig uitgevoerd maar juist herhaald. Dit noemen we een 'iteratief' proces. Denk hierbij aan bijvoorbeeld een testcyclus waarbij een prototype getest wordt, aangepast en opnieuw getest. In dat geval is sprake van een herhaling binnen fase 4 (ontwikkelen en testen).

#### 2.1.1 Inrichting inclusief ontwerpproces

In het gehele ontwerpproces staat de mens centraal, en wordt deze bij alle fases betrokken. Dit sluit nauw aan bij de ontwerpbenadering van Human Centered Design (HCD), oftewel 'mens centraal ontwerp'. HCD zet de gebruiker centraal door intensief onderzoek, iteratieve prototyping en constante feedback. CIDO integreert deze aanpak in het inclusieve ontwerpproces, waarbij de samenwerking met de eindgebruiker in al zijn diversiteit centraal staat. In samenwerking met de 'diverse eindgebruiker' wordt er dus toegewerkt naar het ideale ontwerp en een continue doorontwikkeling daarvan. Het is van belang om aan het begin van een ontwerptraject de grote lijnen en de verschillende stappen hierin te schetsen. Dit geldt zowel voor het ontwerp van nieuwe producten of diensten, als voor verbeteringen van bestaande producten of diensten.

### 2.2 Inclusief ontwerpproces per fase

In dit hoofdstuk worden de verschillende fases van een ontwerpproces besproken. Per fase wordt uitgelegd wat deze fase precies inhoudt en hoe je hierbij op een juiste wijze kan samenwerken met de eindgebruiker. Ook bespreken we de soorten ervaringsdeskundigheid die kunnen worden ingezet per fase. Hiervoor wordt voorkennis van de verschillende soorten ervaringsdeskundigheid vereist (zie voor deze informatie hoofdstuk 3.1 'Ervaringsdeskundigheid: soorten en rollen').

### 2.2.1 Ontdekken

In deze beginfase bekijk je het probleem en verzamel je algemene inzichten. Het doel van deze stap is om een dieper begrip te krijgen van de situatie rondom het probleem, de gebruikers en hun behoeften.

#### *Hoe doe je dit op een juiste manier?*

Ga na wie de doelgroep is van jouw digitale product of dienst, en kijk hierbij verder dan de gemiddelde gebruiker. Verdiep je in de diversiteit aan gebruikers, hun leefwereld, behoeftes en knelpunten in het algemeen. Probeer hierbij open te staan voor nieuwe inzichten, en continu bewust te zijn van de vraag 'wie betrek ik op dit moment niet?'.

#### *Methoden*

Gebruik verschillende methoden zoals interviews, observaties, enquêtes, focusgroepen, stakeholder/empathy maps en deskresearch om informatie te verzamelen.

#### *Soort ervaringsdeskundigheid*

Raadpleeg in deze fase personen met ervaringskennis en/of ervaringsdeskundigen. Hiermee krijg je inzicht in de behoeften en knelpunten vanuit daadwerkelijke ervaring. Een vertegenwoordigende organisatie of expertiseorganisatie die gespecialiseerd is in (inclusief) onderzoek kan je adviseren wie voor jou belangrijke doelgroepen zijn om mee in contact te komen en hoe je deze onderzoeksfase procesmatig kan inrichten.

#### *Voorbeeld Fase ontdekken*

Stel dat je een app wilt ontwerpen voor gezondheidsadvies. In de fase van 'Ontdekken' kijk je naar de verschillende eindgebruikers van deze app. In tegenstelling tot een focus op de gemiddelde gebruiker, kijk je juist naar een diversiteit van mensen en stel je telkens bewust de vraag 'wie hebben we nog niet betrokken?'. Denk aan mensen uit verschillende leeftijdsgroepen, culturen en personen met verschillende beperkingen. In deze fase zou je bijvoorbeeld interviews kunnen houden met een zo divers mogelijke groep eindgebruikers, om inzicht te krijgen in hun specifieke behoeften en uitdagingen met betrekking tot gezondheidsadvies en het gebruiken van een app of andere digitale middelen in het algemeen. Bovendien zorgt dit er ook voor dat het projectteam zich bewust wordt van de diversiteit onder eindgebruikers, zodat gebruiksvriendelijkheid een prioriteit blijft in elke volgende stap van het ontwerpproces.

### 2.2.2 Probleem definiëren

Na het verzamelen van zo veel mogelijk inzichten, komt in deze fase het moment om een duidelijke omschrijving van het probleem te maken. Het doel hierbij is om het probleem helder te formuleren en de specifieke behoeften en problemen van de gebruiker concreet te definiëren. Op basis hiervan kun je weloverwogen keuzes maken over wat je wilt verbeteren aan je product of dienst. Als het gaat om een nieuw ontwerp, kies je in deze fase het eerste 'probleem' waar je aan gaat werken.

#### *Hoe doe je dit op een juiste manier?*

Voer een onderzoek uit waarin je je richt op specifieke knelpunten en behoeftes van de verschillende doelgroepen voor jouw digitale product of dienst.

#### *Methoden*

Methoden die je hiervoor kan gebruiken zijn onder andere het maken van persona's, customer journey mapping en het houden van focusgroepen.

### *Soort ervaringsdeskundigheid*

Net als in de ontdekkingsfase raadpleeg je in deze fase vooral personen met ervaringskennis en/of ervaringsdeskundigen. Het is hier wederom belangrijk om inzicht te krijgen in concrete knelpunten en behoeftes. Een vertegenwoordigende organisatie of expertiseorganisatie die gespecialiseerd is in (inclusief) onderzoek kan je helpen bij het opstellen van een lijst met eisen voor je product of dienst en bij het organiseren van deze onderzoeken. Een organisatie met specialistische vakkennis op het gebied van onderzoek kan je helpen om deze onderzoeken uit te voeren.

### *Voorbeeld Fase probleem definiëren*

Na de 'ontdekkingsfase' heb je vastgesteld dat er veel mensen zijn die moeite hebben met lezen en schrijven. Om specifieker te begrijpen waar deze doelgroep precies tegenaan loopt bij het gebruik van een app met gezondheidsinformatie, organiseer je focusgroepen. Uit dit onderzoek blijkt dat gebruikers van de gezondheidsadvies-app vaak moeite hebben met het begrijpen van medisch jargon. Dit leidt tot het scherp gedefinieerde probleem: 'Veel gebruikers ondervinden moeilijkheden bij het begrijpen van medische informatie in de app.' Deze bevinding vormt de focus voor verdere verbeteringen in de volgende ontwerpstappen.

## **2.2.3 Ideeën vormen**

In de fase van 'Ideeën vormen' draait het om het genereren en evalueren van ideeën om tot een oplossing te komen voor het probleem wat je in de vorige fase hebt vastgesteld. Het doel hierbij is om creatief te denken en diverse ideeën te bedenken die het geïdentificeerde probleem kunnen aanpakken.

### *Hoe doe je dit op een juiste manier?*

Voer één of meerdere sessies uit waarin je verschillende oplossingen bedenkt voor het probleem.

### *Methoden*

Gebruik methoden zoals brainstormsessies, co-creatie sessies en prototyping om ideeën te genereren en te evalueren.

### *Soort ervaringsdeskundigheid*

In deze fase is het cruciaal om personen met ervaringskennis te betrekken als 'raadplegers', zodat je inzichten krijgt van een zo divers mogelijke groep mensen. Een vertegenwoordigende organisatie of expertiseorganisatie die gespecialiseerd is in (inclusief) onderzoek kan je in een adviserende rol helpen bij het opzetten van deze onderzoeken. Een onderzoeksorganisatie kan je ondersteunen bij de uitvoering van deze onderzoeken en het duiden van eventuele tegenstrijdige input.

### *Voorbeeld Fase ideeën vormen*

Stel dat tijdens de 'ontdekkingsfase' is vastgesteld dat ouderen moeite hebben met het gebruik van technologische gezondheidsadvies-apps vanwege kleine lettertypen en complexe navigatie. In de 'Ideeën vormen'-fase organiseer je een brainstormsessie waarin je verschillende oplossingen bedenkt, zoals het implementeren van een eenvoudige interface met duidelijke pictogrammen en een functie voor vergroting van tekst. Eindgebruikers, met in het bijzonder oudere personen, worden betrokken om feedback te geven op deze ideeën. Deze input dient als waardevolle leidraad bij het kiezen van de meest geschikte oplossingen voor verdere ontwikkeling.

## 2.2.4 Ontwikkelen en testen

In de ontwikkelfase worden de ideeën uit de vorige fase concreet gemaakt en uitgewerkt tot een werkende oplossing. Het doel hierbij is om een (een deel van een) product, dienst of omgeving te creëren dat daadwerkelijk aansluit bij de behoeften van de gebruikers. Dit omvat vaak meerdere ontwikkel- en testrondes.

### *Hoe doe je dit op een juiste manier?*

Voer een onderzoek uit waarin je je richt op het testen van jouw digitale product of dienst met personen met ervaringskennis. Het gaat om het in kaart brengen van persoonlijke ervaringen, knelpunten en behoeften.

### *Methoden*

Ideaal voor deze raadpleging zijn 1-op-1 gebruikerstesten voor het testen van het product, dienst of (digitale omgeving), maar ook andere methoden zoals een dagboekstudie kunnen hiervoor worden ingezet.

### *Soort ervaringsdeskundigheid*

In deze fase raadpleeg je een groep van diverse personen met ervaringskennis om inzicht te krijgen in de persoonlijke behoeften. Laat je, voor het samenstellen van deze groep, adviseren door een vertegenwoordigende organisatie en/of expertiseorganisatie. Zij kunnen ook advies geven over het toegankelijk maken van je (methoden van) onderzoek. Een expertiseorganisatie gespecialiseerd in (inclusief) onderzoek kan helpen om deze onderzoeken in te richten en uit te voeren. Een expertiseorganisatie op het gebied van (technische) toegankelijkheid kan ervoor zorgen dat de producten, diensten of omgevingen voorafgaand aan de test voldoen aan de toegankelijkheidseisen.

### *Waak voor brede, en daarmee vage input*

Aangezien (opgeleide) ervaringsdeskundigen input kunnen geven namens een bredere doelgroep, kan het gunstig lijken om met hen gebruikersonderzoeken uit te voeren. Immers kan je zo met een minder grote groep eindgebruikers een brede doelgroep omvatten. Echter zorgt dit juist vaak voor een averechts effect, omdat je tijdens gebruikerstesten vaak te brede antwoorden krijgt, waar je als ontwikkelaar in praktijk minder mee kan. Je wilt het liefst in de test-fase zo concreet mogelijke input krijgen van de eindgebruiker, en dus de specifieke behoeften van deze persoon zelf.

### *Voorbeeld Fase ontwikkelen en testen*

Stel, je hebt tijdens eerdere fases ontdekt dat gebruikers moeite hebben met het begrijpen van medisch jargon. In de 'Ontwikkelfase' ontwerp je de gebruikersinterface van de gezondheidsadvies-app op een manier die medische informatie begrijpelijk maakt voor een breed publiek. Je bouwt een prototype van deze vernieuwde interface en test het in verschillende rondes met verschillende gebruikers, waarbij je specifiek let op hun begrip van medische termen. Deze termen pas je aan waar mogelijk, en je voegt aan de meest ingewikkelde termen een extra uitleg toe.

## 2.2.5 Evaluatie en borging

In deze fase worden de processtappen geëvalueerd en de nieuwe kennis geborgd. Het doel van deze fase is om alle nieuwe inzichten, zowel procesmatig als inhoudelijk, te borgen. Op deze manier kan het interne proces verder worden verbeterd, en gaat kennis over eindgebruikers niet verloren.



### *Hoe doe je dit op een juiste manier?*

Organiseer een sessie om terug te kijken op het proces en het inhoudelijk resultaat. Dit kan bijvoorbeeld betrekking hebben op het verbeteren van het uitvoeren van onderzoek op locatie of het toegankelijker maken van gebruikte methoden. Belangrijk is om de opgedane kennis, zoals inzichten over knelpunten en behoeften van verschillende doelgroepen, op een afgesproken plek op te slaan. Het is essentieel om gedurende het hele proces gemaakte keuzes met een toelichting bij te houden. Zo kun je gewenste verbeteringen in het vervolg implementeren.

### *Methoden*

Gebruik methoden zoals focusgroepen, (korte) interviews of een scrum retrospective om het proces te evalueren en mogelijke verbeteringen te identificeren.

### *Soort ervaringsdeskundigheid*

Betrek de vertegenwoordigende organisatie en/of de expertiseorganisatie bij de evaluatiesessie. Zij kunnen helpen met het interpreteren van de resultaten en het adviseren over het vervolg van het onderzoek. Het inclusieve ontwerpproces is immers iteratief en blijft zich herhalen. Vraag ook de deelnemers naar hun ervaringen met het onderzoek en gebruik hun tips voor het vervolg.

### *Voorbeeld Fase evaluatie en borging*

Stel, tijdens het ontwikkelen van een gezondheidsadvies-app ontdek je dat sommige gebruikers moeite hebben met het invullen van gezondheidsvragenlijsten. Je hebt dit opgelost door ook spraakherkenning toe te voegen als verbetering. Deze bevinding wordt vastgelegd, en in de evaluatie wordt besloten dit als verbeterpunt mee te nemen in toekomstige versies van de app. Op deze manier voorkom je dat deze feature bij toekomstige versies van de app weer verloren gaat.

## **2.3 Ervaringsdeskundigheid + inhoudsdeskundigheid**

Voor toegankelijke en gebruiksvriendelijke producten en diensten is het inzetten van ervaringsdeskundigen alléén niet voldoende. Het is ook noodzakelijk om kennis te hebben van de wettelijke toegankelijkheidseisen en deze toe te passen. Dat laatste noemen we inhoudsdeskundigheid. Hieronder leggen we uit hoe dat zit en wat je nodig hebt.

### **2.3.1 WCAG Richtlijnen**

WCAG staat voor Web Content Accessibility Guidelines, wat in het Nederlands richtlijnen voor toegankelijkheid van webcontent betekent. Deze richtlijnen zijn opgesteld door het World Wide Web Consortium (W3C) en ze bieden een internationale standaard voor het ontwerpen, ontwikkelen en beheren van toegankelijke websites en webapplicaties.

De WCAG-richtlijnen zijn bedoeld om digitale inhoud toegankelijk te maken voor mensen met verschillende soorten beperkingen, waaronder visuele, auditieve, motorische en cognitieve beperkingen.

De WCAG-richtlijnen zijn opgedeeld in verschillende niveaus van conformiteit: A, AA en AAA. Niveau A is het basisniveau van toegankelijkheid, niveau AA biedt een hoger niveau van toegankelijkheid en niveau AAA staat voor het hoogste niveau van toegankelijkheid. Overheden moeten voldoen aan de WCAG 2.1 AA.

Op 5 oktober 2023 is de WCAG 2.2 gepubliceerd. Deze is een aanvulling op de WCAG 2.1. Aan WCAG 2.2 worden zes nieuwe succescriteria toegevoegd op niveau A en AA. Deze zijn bedoeld om de toegankelijkheid voor gebruikers met een cognitieve beperking, leerstoornis of verminderd zicht te verbeteren. Een paar van deze nieuwe succescriteria zijn vooral bedoeld om de toegankelijkheid op tablet en telefoon te verbeteren.

Overigens blijft de versie 2.1 AA (vooralsnog) de wettelijke verplichting voor overheden.

Enkele voorbeelden van de WCAG-richtlijnen zijn:

- Alternatieve tekst voor afbeeldingen: Afbeeldingen die betekenis toevoegen moeten voorzien zijn van alternatieve tekst die de inhoud en betekenis van de afbeelding beschrijven. Dit is belangrijk voor mensen die de afbeelding niet kunnen zien, bijvoorbeeld mensen met een visuele beperking die gebruik maken van schermleessoftware.
- Ondertiteling voor video's: Video's moeten voorzien zijn van ondertiteling, zodat mensen met een gehoorbeperking de gesproken inhoud kunnen begrijpen.

### **2.3.2 Combinatie Ervaringsdeskundigheid + (Technische) Inhoudsdeskundigheid**

Het voldoen aan de WCAG-richtlijnen vereist kennis op het gebied van digitale toegankelijkheid. Een audit kan helpen om de verbeterpunten op het gebied van de WCAG-richtlijnen binnen jouw organisatie in kaart te brengen. Een expert op het gebied van digitale toegankelijkheid kan advies geven over hoe je dit aanpakt. Dit noemen we ook wel inhoudsdeskundigheid.

Het is echter belangrijk om te begrijpen dat toegankelijkheid iets anders is dan gebruikersvriendelijkheid of begrijpelijkheid. Hoewel een website kan voldoen aan de WCAG-richtlijnen, kan deze nog steeds als onprettig en niet goed bruikbaar of begrijpelijk worden ervaren door gebruikers. De WCAG-richtlijnen dekken bijvoorbeeld niet de gebruikservaring en of iets 'makkelijk' te vinden is of 'logisch' te gebruiken is. Om hier inzicht in te krijgen, is het nodig om te testen met een diverse groep eindgebruikers en hun ervaringsdeskundigheid in te zetten.

Wanneer je alleen vertrouwt op ervaringsdeskundigheid tijdens het ontwerptraject, en niet de WCAG meteen als basis meeneemt, loop je het risico om een of meerdere (technische) toegankelijkheidsrichtlijnen over het hoofd te zien. Bijvoorbeeld specifieke eisen voor spraaksoftware of labels van knoppen. Ook kan het zijn dat je dan iets ontwikkelt wat eigenlijk de basis-toegankelijkheid van een website in de weg zit. Denk bijvoorbeeld aan het toevoegen van een losse module waarmee tekst kan worden vergroot op een website, terwijl het vergroten van de website met al aanwezige software in computers/telefoons niet werkt. Op dat moment maak je dan een onnodige oplossing die voorkomen kan worden door het volgen van de WCAG richtlijnen.

En andersom: als je alleen (technische) inhoudsdeskundigheid betreft in jouw ontwerptraject (dus de WCAG), mis je juist die beleving en ervaring van onderdelen van je website. Deze beleving en ervaring wordt ook vaak beïnvloed door de context waarin een website gebruikt wordt. Deze context kan je goed onderzoeken met behulp van gebruikersonderzoek, oftewel het in kaart brengen met behulp van ervaringsdeskundigheid.

Kortom, het combineren van technische inhoudskennis (WCAG-richtlijnen) en ervaringsdeskundigheid (beleving, behoeften en ervaring van gebruikers) zorgt voor de meest optimale ontwikkeling van jouw product of dienst. Immers, zo heb je enerzijds een goede toegankelijke basis en test je de gebruikservaring (inclusief begrijpelijkheid) in de juiste context.

### *Voorbeeld context belastingaangifte*

Een website is vaak onderdeel van een klantreis: de reis die een gebruiker doormaakt om een actie te kunnen uitvoeren. Denk bijvoorbeeld aan het doen van een belastingaangifte. Dit begint al bij het ontvangen van de blauwe brief op de deurmat. Vervolgens moet je ergens inloggen, en kan je belastingaangifte doen. Na uitvoering hiervan ontvang je wederom een brief met je uiteindelijke toeslag. Hierin is de website dus een onderdeel van de klantreis, die op een bepaalde manier wordt ervaren omdat er al bepaalde emoties kunnen worden opgewekt bij het ontvangen van de brief. Of misschien omdat een brief niet begrepen wordt, waarna de website nooit wordt bereikt. Hier kom je vrijwel alleen achter door in gesprek te gaan met de eindgebruiker, en deze klantreis (de context van de website) te doorlopen.

## **2.4 Toelichting doelgroepen en aantal deelnemers**

### **2.4.1 Doelgroepen**

Zie voor de beoogde doelgroepen de tabel in het hoofdstuk 3.2 'Welke groepen eindgebruikers heb je nodig'.

#### *Aantal participanten*

Ook binnen een doelgroep (bijvoorbeeld de groep van mensen die blind zijn) kunnen de behoeftes en knelpunten nog erg uiteenlopen. Het is dan ook van belang dat er genoeg personen uit elke doelgroep betrokken worden om deze diversiteit te behouden.

Vanuit CIDO wordt gesteld dat er voor kwalitatief gebruikersonderzoek 3-5 personen per doelgroep betrokken moeten worden. De Nielsen Norman Group hanteert als richtlijn dat er ten minste 3 deelnemers per doelgroep nodig zijn voor gebruikersonderzoek met meerdere doelgroepen.

### **2.4.2 Waarom deze aantallen?**

Het is een logische gedachte dat meer deelnemers in principe meer informatie kunnen opleveren. In eerdere onderzoeken is echter aangetoond dat er vanaf 3-5 personen per doelgroep een verzadiging plaatsvindt van de verkregen inzichten

Oftewel: De meeste knelpunten worden door de eerste 3-5 deelnemers vastgesteld en de daaropvolgende deelnemers leveren in verhouding weinig nieuwe informatie op. Om tijd en kosten te besparen zijn 3-5 deelnemers per doelgroep in de meeste gevallen dus voldoende bij kwalitatief onderzoek. In het geval van kwantitatieve onderzoeksmethodes zoals vragenlijsten zijn grotere groepen respondenten wenselijk.

### **2.4.3 Bij welke onderzoeksmethoden?**

Voor kwalitatieve methoden zoals focusgroepen, interviews en 1-op-1 gebruikerstesten zijn deze aantallen geschikt. Voor kwantitatieve onderzoeksmethoden, zoals vragenlijsten, zijn grotere groepen respondenten wenselijk.

### **2.4.4 Variatie in testgroep**

Het is van belang om bij verschillende kwalitatieve onderzoeken en de verschillende cycli de testgroep te variëren. Elke nieuwe ronde gebruikerstesten of interviews voer je dus zo veel mogelijk uit met een nieuwe groep participanten. Daarmee voorkom je dat je voor je vaste testgroep aan het ontwerpen bent, en creëer je een zo gebruiksvriendelijk en begrijpelijk mogelijke dienst of product.

### *Voorbeeld aantal personen*

Stel, je ontwerpt een gezondheidsadvies-app en hebt ontdekt dat medisch jargon een struikelblok is. Je besluit daartoe om je te focussen op de groep met laaggeletterdheid. Bij de eerste ronde van gebruikerstesten betrek je 4 personen uit verschillende leeftijdsgroepen en culturele achtergronden. Ze identificeren de belangrijkste knelpunten met betrekking tot medisch jargon. In de volgende ronde betrek je opnieuw 3-5 nieuwe deelnemers, zodat je een frisse blik krijgt en nieuwe inzichten verzamelt.

## 2.5 Groeien in inclusief ontwerp

Het is natuurlijk niet realistisch om van de ene op de andere dag de diverse eindgebruiker in alle fases van je ontwerpproces te betrekken. Daarom is het belangrijk om jouw huidige situatie in kaart te brengen en te kijken hoe jouw team of organisatie een eerste stap kan zetten richting inclusief ontwerpen. Oftewel, hoe je als individu, team of organisatie hierin kan groeien. In dit hoofdstuk nemen we je mee in de mogelijkheden qua groei en de bewuste keuzes die je hierin als organisatie zal moeten maken.

Groeien in inclusief ontwerp is mogelijk op drie verschillende gebieden:

1. De diversiteit van de eindgebruiker (wie)
2. Het ontwerpproces (wanneer)
3. De verankering binnen de organisatie (waar)

We gaan alle onderdelen langs en kijken welke groei je hierin kan doormaken.

### **2.5.1 Diversiteit van de eindgebruiker**

Ten eerste kan je groeien in de diversiteit van de eindgebruiker die je betreft in het ontwerpproces. Sta je nog aan het begin, en heb je nog nooit een eindgebruiker betrokken? Nodig dan eens iemand uit op kantoor, en ga in gesprek met iemand buiten je eigen bubbel. Enerzijds kan je de groep mensen diverser maken. Heb je bijvoorbeeld al eens iemand betrokken met een visuele beperking, dan kan je kijken naar welke doelgroepen je wellicht nog niet kent. Anderzijds kan je méér mensen betrekken uit een doelgroep, immers bestaat er altijd veel diversiteit binnen een doelgroep (qua beperking maar ook achtergrond, leeftijd en interesses).

### **2.5.2 Het ontwerpproces**

Ten tweede kan je groeien in het aantal fases in een ontwerpproces waarin je ervaringskennis betreft. Het uitnodigen van een eindgebruiker kan bijvoorbeeld eenmalig aan het begin (verkennen leefwereld van doelgroep), maar ook in de ontwikkelfase (bij het testen van een bestaande website). Idealiter verhoog je het aantal fases telkens. Betrek je bijvoorbeeld standaard al eindgebruikers in de testfase, dan kan je daar de ideeën fase of de probleemfase aan toevoegen. Zo verhoog je langzamerhand het aantal fases waarin je ervaringskennis betreft, en werk je toe naar een geheel ontwerpproces met in elke fase de inzet van de diverse eindgebruiker.

### **2.5.3 Verankering binnen de organisatie**

Je kunt stap voor stap groeien in het verankeren van inclusief ontwerpen binnen je organisatie. In eerste instantie gebeurt dit vaak binnen één team of rond één product. Door inzichten te delen en te borgen, verspreidt deze aanpak zich geleidelijk naar meerdere producten en afdelingen. Vaak blijken behoeften die bij één product spelen ook relevant voor andere producten. Bovendien kan samenwerking binnen de

organisatie helpen bij het bereiken van specifieke doelgroepen en het vergroten van bewustwording. Uiteindelijk werk je toe naar een organisatie waarin inclusief ontwerpen in alle lagen is geïntegreerd.

Een hulpmiddel om deze ontwikkeling in kaart te brengen is een volwassenheidsmodel, ook wel 'maturity model' genoemd. Zo'n model helpt je te bepalen waar je organisatie staat op het gebied van toegankelijkheid en inclusief ontwerpen. Het brengt de verschillende dimensies hiervan in beeld (zie hoofdstuk 4 voor een overzicht van dimensies zoals toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid). Vervolgens beoordeel je per dimensie de huidige volwassenheid en bepaal je waar je naartoe wilt groeien. Deze groeistappen, ook wel 'ijkpunten' genoemd, kun je koppelen aan concrete actiepunten. Zo ontstaat een roadmap voor verdere ontwikkeling.

Voorbeelden van volwassenheidsmodellen die je hiervoor kunt gebruiken zijn het Accessibility Maturity Model van W3C en de Toegankelijkheidsladder van ICTU. Zie bijlage 5.2 voor de exacte links naar deze modellen.

### *Opnieuw keuzes maken*

Het is niet mogelijk om van de ene op de andere dag volledig inclusief te ontwerpen in de gehele organisatie. Het kan zelfs zijn dat dit uiteindelijk niet bereikt wordt en dat je voor elk project of elke sprint opnieuw keuzes moet maken qua tijd en budget. Deze keuzes zijn niet per definitie slecht, mits het bewuste keuzes zijn en je deze vastlegt en hier transparant over communiceert. Dit geldt hetzelfde voor een keuze qua doelgroep: je kan immers niet alle bewoners in Nederland op kantoor uitnodigen. Je zal dan ook moeten kiezen waar te beginnen, bijvoorbeeld eerst een focus op begrijpelijkheid en dan op prettige beleving voor mensen met specifiek een visuele beperking. In hoofdstuk 3.1

'Ervaringsdeskundigheid: soorten en rollen' gaan we hier verder op in.

## 3 Randvoorwaarden inzet ervaringsdeskundigheid

---

### 3.1 Ervaringsdeskundigheid: soorten en rollen

Om ervaringsdeskundigheid effectief in te kunnen zetten in je organisatie, project of initiatief, is het goed te weten dat er verschillende soorten ervaringsdeskundigheid zijn die in verschillende rollen een bijdrage kunnen leveren. Afhankelijk van de fase in het ontwerpproces zet je verschillende soorten ervaringsdeskundigheid in verschillende rollen in.

#### 3.1.1 Soorten ervaringsdeskundigheid

CIDO onderscheidt (mede op basis van de publicatie van Verweij-Jonker over het VN-Verdrag handicap) vier soorten van mensen met ervaringskennis en ervaringsdeskundigheid met verschillende vaardigheden en kwaliteiten.

##### *1. Ervaringskennis*

Mensen met ervaringskennis leveren inbreng vanuit hun eigen ervaring (N=1). Deze ervaring hoeft niet representatief te zijn voor een bredere groep mensen met eenzelfde beperking. Voorbeeld: iemand met ervaringskennis die blind is, kan alleen vertellen over de eigen behoeften en is niet bekend met de behoeften van alle mensen die blind zijn.

##### *2. Ervaringsdeskundige*

Mensen met ervaringsdeskundigheid brengen zelf-overstijgende kennis in. Zij kunnen vertellen over hun eigen leven met een beperking, maar ook over het leven – en de behoeften van anderen met een soortgelijke beperking. Deze mensen hebben – in vergelijking met ervaringskennis - een hoger kennisniveau en eventuele (communicatie)vaardigheden.

##### *3. Vertegenwoordiging*

Vertegenwoordigende organisaties brengen collectieve kennis in over (de behoeften van) hun achterban. Professionals die hier werken kunnen ook mensen zonder beperking zijn. We maken onderscheid tussen organisaties die één doelgroep vertegenwoordigen (bijvoorbeeld de vertegenwoordigende organisatie van mensen met een visuele beperking) en organisaties die het brede veld van mensen met een beperking vertegenwoordigen.

##### *4. Ervaringsdeskundigheid op basis van specialistische vakkennis*

Dit zijn kennisorganisaties die zich bezighouden met toegankelijkheid, ervaringsdeskundigheid en/of gebruikersonderzoeken. Zij hebben kennis over het inrichten en uitvoeren van toegankelijke gebruikersonderzoeken en/of (technische) toegankelijkheidsonderzoeken. Idealiter hebben zij ervaring in de combinatie van die twee. De hier werkzame professionals zijn vakspecialisten op basis van opleiding en werkervaring.



### 3.1.2 In welke rol zet je ervaringsdeskundigheid in?

Voor een effectieve inzet van ervaringsdeskundigheid is het noodzakelijk na te denken over de rollen van de betrokken personen in de verschillende fasen van het ontwerpproces. Welke bijdrage heb je per ontwerpfase nodig? Binnen CIDO onderscheiden we verschillende rollen, gebaseerd op de participatieladder. De participatieladder is een model met treden van een ladder (in onderstaande afbeelding weergegeven). Hoe hoger op de ladder, hoe meer invloed de betrokkene heeft. De vijf treden (van beneden naar boven) zijn: informeren, raadplegen, adviseren, coproduceren en (mee)beslissen.



Bij CIDO richten we ons op de volgende drie treden:

- Raadplegen
- Adviseren
- Coproduceren

Hieronder is per rol beschreven wat deze inhoudt en welk van de vier soorten ervaringsdeskundigheid hierbij aansluit.

#### 1. Raadplegen

##### Rol:

In de rol van raadpleger krijgt ervaringsdeskundigheid een rol in het aandragen van persoonlijke ervaringen, knelpunten en behoeften wat betreft digitale producten en diensten – bijvoorbeeld in de fase van ‘ontdekken’ – en in de fase van het testen van deze producten.

##### Soort deskundigheid:

Mensen met ervaringskennis (1) en ervaringsdeskundigen (2) kunnen beide dienen als raadpleger.

#### 2. Adviseren:

##### Rol

Er zijn twee type advies als het gaat om inclusief ontwerp. Enerzijds kunnen personen advies geven over het proces zelf, denk aan advies over het toegankelijk opzetten en uitvoeren van het onderzoek inclusief de te betrekken groepen eindgebruikers. Anderzijds gaat het om advies dat betrekking heeft op (1) het duiden van de (tijdens het gebruikersonderzoek naar boven gekomen) inhoudelijke knelpunten en (2) het advies over mogelijke oplossingen hiervoor. Dit advies gaat altijd breder dan een persoonlijke voorkeur.

### Soort deskundigheid:

Ervaringsdeskundigen (2) zijn geschikt voor de rol van adviseur, als het gaat om het toegankelijk opzetten van onderzoek voor hun specifieke doelgroep. Vertegenwoordigende organisaties (3) kunnen meedenken over wie te betrekken in de verschillende fases van het onderzoek, en hoe hier de juiste randvoorwaarden voor in te regelen. Expertiseorganisaties (4) kunnen advies geven over mogelijke oplossingsrichtingen (het duiden van de resultaten in een breder kader). Eventueel kunnen zij ook advies geven over het toegankelijk opzetten en uitvoeren van onderzoek, als het gaat om organisaties met onderzoeksexpertise.

### 3. Co-creatie:

#### Rol:

Wanneer het gaat om co-creatie heeft iemand met ervaringsdeskundigheid een gelijkwaardige rol in het project en/of initiatief. Ze werken samen met andere belanghebbenden om gemeenschappelijke doelen te bereiken, en helpen continu bewust te zijn van het doel van inclusieve product/dienstverlening.

#### Soort deskundigheid:

Vertegenwoordigende organisaties (3) en expertise-organisaties (4) zijn geschikt voor de rol van co-creator. Vertegenwoordigende organisaties bewaken hierbij de stem van de doelgroep. Organisaties met specialistische vakkennis kunnen helpen met het opzetten en uitvoeren van onderzoek (zowel op technische toegankelijkheid als gebruikersvriendelijkheid).

De keuze voor de rol van de betrokken personen hangt af van de specifieke bijdrage die je verwacht binnen het proces. Het benutten van deze diverse rollen kan de effectiviteit vergroten en zorgen voor inclusieve en goed doordachte projecten en initiatieven.

### *Ervaringsdeskundigheid ten behoeve van bewustwording in een organisatie*

Is digitale inclusie nog geen gemeengoed binnen jouw organisatie of bedrijf? Moet er eerst bewustwording en draagvlak worden gecreëerd bij directie en management? Of is de kogel wél door de kerk en wil men met digitale inclusie aan de slag? En moet daarvoor het personeel van verschillende afdelingen worden getraind? Hiervoor is bewustwording essentieel, immers dat brengt daadwerkelijk gedragsverandering op gang.

Ervaringsdeskundigen kunnen hierin een belangrijke rol vervullen door hun (persoonlijk) verhaal te vertellen, door te laten zien hoe zij een website of app gebruiken en welke belemmeringen zij tegenkomen als deze niet toegankelijk en gebruiksvriendelijk zijn. Persoonlijke verhalen en demonstraties leiden er vaak toe, dat het kwartje valt over de urgentie van digitale inclusie en wat daarvoor nodig is.

In deze rol zijn ervaringsdeskundigen niveau 2 raadzaam, namelijk mensen met enige kennis van digitale toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid en die ook kunnen vertellen over de behoeften van andere mensen met (dezelfde) beperking (want de ene slechtziende of blinde persoon is de andere niet).

## 3.2 Welke eindgebruikers heb je nodig?

Bij het inrichten van je ontwerpproces moet je niet alleen nadenken in welke rol je ervaringsdeskundigheid wilt inzetten. Ook moet je weten welke groepen eindgebruikers je nodig hebt om je product of dienst toegankelijk, bruikbaar en begrijpelijk te maken. Daarbij gaat CIDO uit van de

principes van Universal Design of Universeel Ontwerp: je ontwerpt een product of dienst om ze bruikbaar te maken voor zoveel mogelijk mensen, ongeacht leeftijd, handicap of andere factoren.

### 3.2.1 Inclusie is iedereen

De diversiteit aan mensen en hun behoeften is oneindig groot. Daarom wordt in de werkende praktijk meestal uitgegaan van de mensen die de grootste hindernissen ervaren als websites en apps niet toegankelijk, gebruiksvriendelijk en begrijpelijk zijn. Als producten en diensten voor hen toegankelijk zijn, zijn ze voor de meeste mensen toegankelijk:

- Mensen met een visuele beperking (blind en slechtziend),
- Mensen met een auditieve beperking (doof en slechthorend),
- Mensen die geen of een beperkte handfunctie hebben,
- Mensen met een lage taalvaardigheid en anderstaligen,
- Mensen met een lage digitale vaardigheid,
- Mensen met een (licht) verstandelijke beperking,
- Mensen met een psychische kwetsbaarheid,
- Mensen met een neurodiversiteit (waaronder autisme, dyslexie, ADHD, epilepsie).

Afhankelijk van het product of de dienst kunnen ook andere gebruikersgroepen in beeld komen. Een paar voorbeelden: Niet iedereen is in staat om zelfstandig te leven. Zij worden ondersteund door naasten in de rol van wettelijk vertegenwoordiger en/of mantelzorgers. Voor deze ondersteuners is digitale toegankelijkheid – bijvoorbeeld van DigiD – extreem belangrijk. Maar denk ook aan mensen in stressvolle situaties, mensen in situaties van schulden en armoede, mensen met lage gezondheidsvaardigheden en vluchtelingen.

#### *De ene oplossing werkt ook voor de ander*

Een praktijkvoorbeeld uit de fysieke wereld: Stoepranden of trottoirhellingen, die geschikt zijn voor mensen in een rolstoel, kunnen door iedereen worden gebruikt, ook door ouders met een kinderwagen, iemand in een scootmobiel of een gebruiker van een rollator.

### 3.2.2 Samenstellen van je gebruikersgroep: vier principes

Hoe stel je je groep diverse gebruikers - die zal adviseren, meedenken en/of testen – nu goed samen? Ga hierbij zorgvuldig te werk door onderstaande principes te volgen.

#### *1. Stel je gebruikersgroep zo divers mogelijk samen*

Stel je gebruikersgroep zo divers mogelijk samen. Dat geldt voor zowel nieuwe producten en diensten als voor de doorontwikkeling van bestaande producten. Je zult nooit alle behoeften van alle groepen Nederlanders in kaart kunnen brengen. Maar met de volgende doelgroepen (eerder genoemd) heb je een breed spectrum te pakken: blind, slechtziend, doof, slechthorend, geen of beperkte handfunctie, lage taalvaardigheid (en anderstalig), minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, psychische kwetsbaarheid en neurodiversiteit (waaronder autisme, dyslexie, ADHD, epilepsie).

#### *2. Neem maatwerk als uitgangspunt*

Tegelijkertijd is inclusief ontwerpen een kwestie van maatwerk. Het hangt mede af van de aard van het product, welke ervaringsdeskundigen je nodig hebt. Welke gebruikersgroepen verwacht je dat dit product of deze dienst gebruiken? Sommige producten zijn specifiek voor een kleinere doelgroep. Ook

hangt het af van het proces waarin je zit. Het maakt verschil of je een volledig nieuw product ontwikkelt, of dat je een bestaand product doorontwikkelt omdat het bijvoorbeeld op onderdelen onvoldoende begrijpelijk of gebruiksvriendelijk is voor bepaalde gebruikersgroepen. Denk bijvoorbeeld aan mensen met een beperkte of geen handfunctie.

Het eerste uitgangspunt blijft echter: kies een oplossing die zo min mogelijk mensen uitsluit en maak hierin bewuste en transparante keuzes (zie ook punt 4).

### ***3. Onderken dat je niet alles weet***

Ben je ervan bewust dat je niet alles weet. Aan het begin van een ontwerptraject weet je nooit precies op welke punten je ervaringsdeskundigheid nodig hebt. Bovendien moet je ervoor waken dat je aan het begin al een keuze maakt voor bepaalde groepen eindgebruikers. De kans is dan groot dat je gaat testen wat je al kent, en dat je je niet openstelt voor onbekende situaties.

Begin daarom aan het begin van een ontwerptraject, of een nieuwe ontwerpcyclus met gesprekken met diverse personen uit de verschillende gebruikersgroepen. Dit verschaft je inzicht in hoe deze mensen je product of dienst (kunnen of willen gaan) gebruiken. Daarmee wordt ook (globaal) duidelijk welke eigenschappen je product of dienst moet hebben om te voldoen aan de gebruikersbehoeften. Op basis daarvan stel je je groep ervaringsdeskundigen samen. Blijf vervolgens continu openstaan voor nieuwe inzichten, en zet op basis hiervan een volgende stap (ga bijvoorbeeld opnieuw in gesprek met een doelgroep of personen die je nog niet kent).

### ***4. Wees transparant in je keuzes en leg ze vast***

Er kunnen redenen zijn waarom een organisatie ervoor kiest om niet, of met slechts een of enkele groep(en) ervaringsdeskundigen aan de slag te gaan. Bijvoorbeeld omdat de organisatie in het betreffende jaar onvoldoende capaciteit heeft geregeld. Wees hierover transparant. Onderbouw je keuzes en leg ze vast. Op deze wijze ontstaat bewustwording over de redenen van bepaalde keuzes, de gevolgen daarvan, en wat nodig is om een volgende stap naar inclusief ontwerpen te zetten. Door transparant te zijn creëer je de mogelijkheid om als bedrijf bewust te groeien in inclusief ontwerpen.

#### **3.2.3 Hoeveel gebruikers heb je nodig?**

Zie hoofdstuk 2.4 'Toelichting doelgroepen en aantal deelnemers' in het inclusieve ontwerpproces.

#### **3.2.4 Hulpmiddel voor het samenstellen van je gebruikersgroep**

Voor het samenstellen van je gebruikersgroep kan onderstaande tabel (opgesplitst in meerdere onderdelen ten behoeve van toegankelijkheid) een hulpmiddel zijn. In deze tabel is de behoefte (aan een bepaalde functionaliteit of eigenschap van een website of app) het vertrekpunt. Het zijn noodzakelijke eigenschappen; het voldoen aan deze behoeften leidt in principe tot een gebruiksvriendelijk en begrijpelijk digitaal product. Het gebruik van deze tabel helpt je om maatwerk te leveren en een gebruikersgroep samen te stellen die toegespitst is op jouw product of dienst.

#### ***Let wel op: Een lijst als deze is nooit compleet***

Er is altijd sprake van een (nog) grotere diversiteit, hoeveel ervaring je inmiddels ook hebt in inclusief ontwerpen. Wat de lijst doet, is inzicht geven in de veelheid en complexiteit van de behoeften van de verschillende doelgroepen.

In het ontwerptraject van een product of dienst kun je nog weleens uit het oog verliezen dat het om mensen gaat en niet om de beperkingen. En omdat het om mensen gaat, is er sprake van een enorme diversiteit; van een waaier aan diverse achtergronden. Een mens is dus méér dan zijn/haar/hun

beperking. Het is goed om je daarvan bewust te zijn. Je kunt nooit volledig zijn, tegelijkertijd is het wel de juiste intentie om die diversiteit zo veel mogelijk recht te willen doen.

Gebruik de tabellen daarom als geheugensteun en niet als afvinklijstje. Je kunt de lijst doorlopend aanvullen met de kennis die je gedurende ontwerptrajecten vergaart. Hanteer altijd de vier principes en sta altijd open voor onverwachte en nog onbekende doelgroepen.

<b>Technisch/codering (WCAG)</b>	
<b>Behoefte/eigenschap</b>	<b>Eindgebruiker</b>
Ondersteuning voor voorleessoftware/screenreaders	Blind
Ondersteuning voor spraaknavigatie	Geen of zeer beperkte handfunctie
Ondersteuning voor oognavigatie	Geen of zeer beperkte handfunctie
Alternatieve teksten voor afbeeldingen	Blind
Koppenstructuur	Blind
Beschrijvende links en knoppen	Blind, autisme, geen of zeer beperkte handfunctie
Optie donkere modus	Verminderd zicht (bijv. cataract), epilepsie
Optie landschap modus (voor mobiele applicaties)	Beperkte handfunctie

<b>Ondertiteling of transcriptie (WCAG)</b>	
<b>Behoefte/eigenschap</b>	<b>Eindgebruiker</b>
Ondertiteling, transcriptie of audiodescriptie bij video	Doof, slechthorend, blind en slechthorend

<b>Visuele behoeften</b>	
<b>Behoefte/eigenschap</b>	<b>Eindgebruiker</b>
Visuele alternatieven om tekst te ondersteunen (iconen, afbeeldingen, diagrammen)	Laaggeletterd, licht verstandelijke beperking, dyslexie
Eenvoudige kleuren (niet fel)	Autisme, epilepsie
Goed kleurcontrast	Slechtziend
Optie om tekstcontrast te veranderen	Dyslexie
Leesbare lettergrootte (mogelijkheid om tekst te vergroten)	Slechtziend

<b>Vormgeving en navigatie</b>	
<b>Behoefte/eigenschap</b>	<b>Eindgebruiker</b>
Rustige vormgeving	Laaggeletterd, minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD, epilepsie
Eenvoudige, logische en consistente vormgeving	Blind, slechtziend, laaggeletterd, minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD
Logische navigatie	Blind, slechtziend, laaggeletterd, minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD
Vindbaarheid	Blind, slechtziend, laaggeletterd, minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD
Eenvoudig en begrijpelijke aanvraagproces	Blind, slechtziend, laaggeletterd, minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD
Met toetsenbord kunnen navigeren (i.p.v. met de muis)	Blind, beperkte handfunctie
Ruimte om invoervelden heen en grote, aanklikbare acties	Beperkte handfunctie



<b>Eenvoudige en begrijpelijke taal</b>	
<b>Behoefte/eigenschap</b>	<b>Eindgebruiker</b>
Eenvoudig Nederlands, eenvoudige en korte zinnen, opsommingen	Doof, laaggeletterd, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie

<b>Extra hulp en ondersteuning</b>	
<b>Behoefte/eigenschap</b>	<b>Eindgebruiker</b>
Uitleg en hulp waar nodig	Laaggeletterd, minder digitaal vaardig
Voldoende tijd om handeling te verrichten (bijv. invullen formulier)	Blind, slechtziend, beperkte handfunctie, laaggeletterd, autisme, dyslexie, ADHD
Mogelijkheid om een tolk NGT aan te vragen	Doof (vanaf geboorte)
Verschillende contactopties (mail, chat, telefoon, fysieke helpdesk, teletolk)	Blind, slechtziend, doof, slechthorend, geen of beperkte handfunctie, laaggeletterd, minder digitaal vaardig, licht verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD

De eerste twee groepen genoemde functionaliteiten in bovenstaande lijst (technisch/codering en ondertiteling/transcriptie) staan ook in de Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) en vallen onder de (technische) toegankelijkheid. Expertiseorganisaties zijn hiervan goed op de hoogte. Websites en apps worden getest op deze functionaliteiten met behulp van de officiële toegankelijkheidstesten of audits. Dit zijn geen gebruikerstesten. Om drie redenen nemen we ze toch mee in de gebruikerstesten: Het zijn essentiële criteria. Als websites of apps hieraan niet voldoen, kunnen een aantal gebruikersgroepen deze niet gebruiken.

1. De officiële testen zijn steekproeven, waardoor fouten op essentiële criteria gemist kunnen worden. Het is belangrijk om ze te testen in de daadwerkelijke klantreis, zodat hierin geen fouten worden gemaakt.
2. Browsers, pdf-readers en tablets/smartphones kennen vaak al functies ten behoeve van de toegankelijkheid. Deze werken goed als een website of app voldoet aan de WCAG-richtlijnen. Extra functies die toegevoegd worden voor de gebruikerservaring kunnen deze basisfuncties in de weg gaan zitten. Denk aan 'overlays' om tekst te vergroten of kleurcontrast aan te passen. Door het volgen van de WCAG-richtlijnen bewaak je zowel de toegankelijkheid van de basisfuncties als de toegankelijkheid van deze mogelijke extra functies.

### 3.2.5 Verschillen binnen en overlap tussen groepen ervaringsdeskundigen

#### *Verschillen binnen de groepen*

Binnen een groep van ervaringsdeskundigen, bijvoorbeeld van personen met een auditieve beperking – zijn er ook verschillen. Zo gebruiken dove mensen verschillende ondersteuningssoftware en - hardware, naargelang hun behoefte. En ook verschilt het of iemand doof geboren is of op latere leeftijd doof is geworden. In het eerste geval is de ‘moedertaal’ Nederlandse Gebarentaal (NGT) en kan deze persoon de Nederlandse taal minder goed machtig zijn. Deze persoon heeft een tolk NGT nodig. In het tweede geval is het juist andersom en heeft iemand meer baat bij een schrijftolk en ondertiteling.

#### *Overlap tussen de groepen*

Daarnaast bestaat er een overlap aan behoeften. Zo hebben zowel mensen die laaggeletterd zijn als mensen met dyslexie of een verstandelijke beperking baat bij visuele alternatieven die de tekst ondersteunen. Voor mensen die laaggeletterd of minder digitaal vaardig zijn, of een verstandelijke beperking, autisme, dyslexie, ADHD of epilepsie hebben, is een rustige vormgeving belangrijk.

Als ontwerper en gebruikersonderzoeker is het belangrijk om van deze verschillen en overlappen op de hoogte te zijn. Een vertegenwoordigende organisatie of expertiseorganisatie met kennis over (inclusief) gebruikersonderzoek en toegankelijkheid kan hierbij helpen.

## 3.3 Belonen en trainen

### 3.3.1 Waarom belonen belangrijk is

Bij de inzet als persoon met ervaringskennis of als ervaringsdeskundige komt veel kijken. Het betekent een behoorlijke investering in tijd, vaardigheden en energie. Daarom dienen deze personen goed en passend beloond te worden. Maar er is nog een andere reden: De inzet van ervaringsdeskundigheid draagt bij aan het optimaliseren van de gebruiksvriendelijkheid en begrijpelijkheid van een product of dienst. Het helpt de opdrachtgever om het product of de dienst succesvol te maken en er een zo groot mogelijke groep mensen mee te bereiken. Dat verdient een volwaardige beloning. Een bos bloemen of een cadeaubon van 15 euro volstaat niet.

#### *Goed om te weten: Wat investeert de deelnemer?*

Een persoon met ervaringskennis of ervaringsdeskundige brengt niet alleen de eigen kennis en ervaring in. Hij of zij investeert ook in tijd: het interview of de test zelf kost tijd maar ook de voorbereiding, de terugkoppeling en de eventuele reis naar de testlocatie. Ook wordt gevraagd om eventuele (eigen) hulpapparatuur of persoonlijke ondersteuning in te zetten voor het onderzoek. Zoals een schermlezer door mensen met een visuele beperking of een tolk Nederlandse Gebarentaal door iemand die doof is. Overigens zal deze persoon zélf de tolk moeten regelen en gaat dit af van de (door de staat gefinancierde) tolkuren. Ook vergt deelname (kostbare) energie. Mensen met bijvoorbeeld een motorische beperking of chronische ziekte hebben vaak een beperkt energieniveau. Dat kan betekenen dat zij de dag vóór en de dag ná het gebruikersonderzoek rust moeten nemen en géén (andere) activiteiten kunnen inplannen.

#### *Meestal een vrijwilligersvergoeding*

De personen met ervaringskennis of ervaringsdeskundigheid die betrokken worden bij ontwerpprocessen doen dat meestal als vrijwilliger. Het betreft hier dus geen beroepsmatige inzet waarbij iemand bij een bedrijf in dienst is of als ZZP'er werkt. Een uitzondering hierop zijn deelnemers die in loondienst zijn van een vertegenwoordigende (belangen)organisatie of ZZP'ers.

Het belonen gaat dus meestal in de vorm van een vrijwilligersvergoeding.

### ***Beperkingen door Belastingdienst en UWV***

Zowel personen die deelnemen met (daarnaast) een betaalde baan, als mensen met een uitkering krijgen te maken met de mogelijke beperkingen van de Belastingdienst. Als vrijwilliger mag je namelijk maar een beperkt geldbedrag per uur, per maand en per jaar verdienen. Boven het maximum moet het volledige bedrag aan ontvangen vergoedingen worden opgegeven aan de Belastingdienst. Heeft een deelnemer een uitkering, dan stelt het UWV aanvullende voorwaarden. Zie hiervoor de tekst “Goed om te weten: Wat investeert de deelnemer?”

### ***Hoogte van de vergoeding: een richtlijn***

Passend belonen gaat met name over de hoogte van het bedrag. Wat een passende beloning is, hangt af van wat de deelnemer moet doen (rol en taken) en welke kennis en vaardigheden benodigd zijn. We maken hierbij onderscheid tussen de inzet op niveau 1 (ervaringskennis) en de inzet op niveau 2 (ervaringsdeskundigheid).

Voorbeelden van inzet op niveau 1: Persoon die éénmalig (begeleid) wordt ingezet als tester van een webpagina; iemand die tijdens een demonstratie laat zien hoe een screenreader werkt.

Voorbeelden van inzet op niveau 2: Persoon die tijdens het hele ontwerpproces meedenkt en adviseert; iemand die thuis zelfstandig een gebruikersonderzoek doet en gefilmd wordt en/of (letterlijk) het gezicht wordt in een voorlichtingscampagne.

De volgende richtbedragen zijn inmiddels bij een aantal vertegenwoordigende organisaties, opdrachtgevers en bemiddelingsbureaus gangbaar:

### ***Richtbedragen 2025***

Voor de inzet van iemand met ervaringskennis (voor een activiteit van 1 tot 2 uur): 40 euro. Voor de inzet van iemand met ervaringsdeskundigheid (voor een activiteit van 1 tot 2 uur): 75 euro. Dit is exclusief reiskosten, deze dienen apart vergoed te worden. Let op: Voor de Belastingdienst en het UWV tellen de reiskosten mee in het maximumbedrag wat je mag ontvangen.

### ***Overleg met de deelnemer***

Houdt rekening met de mogelijke beperkingen die de Belastingdienst en het UWV stellen. Overleg daarom altijd eerst met de deelnemer zelf. Voorbeeld: Neemt de persoon drie keer in één maand deel aan een activiteit van 75 euro, dan wordt de grens van 190 euro per maand (zie kader belastingdienst) overschreden. Zeker als hier nog reiskosten bovenop komen. Overleg met je deelnemer wat in dat geval wijsheid is: de drie activiteiten over drie maanden verspreiden om overschrijding te voorkomen, of het bedrag iets te verlagen tot bij elkaar 190 euro.

### ***Let op: Vergoeding per activiteit***

Geef een vergoeding per activiteit en geen vergoeding per uur. Want bij een vergoeding per uur hanteert de Belastingdienst een maximum van 2,75 euro als je jonger dan 21 jaar bent, en 5 euro per uur als je 21 jaar of ouder bent, en dat staat niet in verhouding tot de geleverde bijdrage.

### ***Cadeaubon***

Er zijn opdrachtgevers die mensen met ervaringskennis of ervaringsdeskundigen een cadeaubon geven. Dat kan, maar wees daar terughoudend in. Een cadeaubon is mogelijk als de deelname eenmalig is én het bedrag conform de eerder genoemde richtlijn is. Betreft het deelname aan meer dan één activiteit,

dan is een cadeaubon geen goed idee. De deelnemer wordt opgezadeld met meerdere cadeaubonnen van 40 of 75 euro waar hij of zij wellicht geen raad mee weet en die nooit verzilverd worden omdat deze bijvoorbeeld digitaal ontoegankelijk is.

Overigens maakt het voor de Belastingdienst en het UWV niet uit of de vergoeding de vorm heeft van een cadeaubon of een geldbedrag. Beide moeten (indien ze de 190 euro per maand of 1900 per jaar overschrijden) worden opgegeven aan de Belastingdienst.

### *Organisatie- en begeleidingskosten*

Mensen met ervaringskennis en ervaringsdeskundigen zijn soms in loondienst van een vertegenwoordigende organisatie met een ervaringsdeskundigeprogramma. Zij worden door een professional begeleid bij het deelnemen aan gebruikersonderzoeken. Deze mensen ontvangen hun loon vanuit de organisatie en daarom is een vrijwilligersvergoeding niet nodig. Wel brengt de betreffende organisatie meestal de (marktconforme) organisatie- en begeleidingskosten in rekening.

Dit geldt ook voor intermediairs of bemiddelingsbureaus die (op verzoek van een opdrachtgever) ervaringsdeskundigen werven en begeleiden en de administratieve afhandeling verzorgen.

### *Tip: Vraag het de ervaringsdeskundige*

Overleg altijd met de persoon met ervaringskennis of ervaringsdeskundige over de hoogte en de vorm van de beloning. Die moet ook zijn afgestemd op zijn of haar persoonlijke situatie. Maar kom wel goed beslagen ten ijs als je passend belonen belangrijk vindt, zodat je het juiste gesprek kunt voeren. Want houdt er rekening mee dat sommige mensen in eerste instantie aangeven geen vergoeding te hoeven ontvangen. Dit kan te maken hebben met bescheidenheid (onzekerheid over de waarde van zijn of haar inzet). Maar ook met het feit dat veel ervaringsdeskundigen een intrinsieke motivatie hebben om hun ervaringsverhaal te vertellen. Daarbij denken ze niet meteen aan een vergoeding. Ook kan het te maken hebben met de (voor velen reële) angst om gekort te worden op de uitkering of toeslagen.

### *Hoe zit het met de Belastingdienst, het UWV en vrijwilligersvergoedingen?*

Mensen met een betaalde baan of een uitkering dienen wat betreft vrijwilligersvergoedingen rekening te houden met de voorwaarden die de Belastingdienst stelt. Mensen met een uitkering moeten ook rekening houden met de eisen die het UWV stelt aan vrijwilligerswerk. Let op: onderstaande bedragen zijn uit 2023. Stel je op de hoogte van de actuele bedragen.

### **Belastingdienst**

- Spreek een vergoeding af per activiteit en niet per uur. Aan de vergoeding per uur zit namelijk een maximumtarief van 2,75 euro (jonger dan 21 jaar) of 5 euro (vanaf 21 jaar). Dit maximum geldt niet voor een vergoeding per activiteit.
- Zorg dat de vergoedingen niet hoger zijn dan 190 euro per maand en 1900 euro per jaar.
- Cadeaubonnen worden meegerekend als vergoeding.
- Onkosten (zoals reis- en kopieerkosten) en vergoedingen voor het werk wat gedaan is, worden bij elkaar opgeteld. De maximumbedragen gelden dus voor het totaal.
- Krijg je een hogere vergoeding (dan 190 per maand 1900 euro per jaar)? Dan moet je over de gehele vergoeding belasting betalen. De organisatie waarvoor je vrijwilligerswerk doet, houdt deze belasting in op je vrijwilligersvergoeding en betaalt dit aan de belastingdienst.

## UWV

- Werken als ervaringsdeskundige (delen van ervaringen en deelnemen aan gesprekken en onderzoeken) valt onder vrijwilligerswerk als de vergoeding niet meer bedraagt dan 190 per maand en 1900 euro per jaar (en als aan onderstaande eisen wordt voldaan).
- Verdiensten boven 190 en 1900 euro worden ingehouden op de uitkering.

### Let op: UWV stelt eisen aan de organisatie waar je vrijwilligerswerk doet

Heb je een WW-uitkering, dan moet je toestemming vragen aan het UWV om vrijwilligerswerk te doen. Heb je een andere uitkering - UWV-Ziektewet-, WIA-, WAO- of Wajong-uitkering - dan moet je het vrijwilligerswerk melden en is toestemming niet nodig. In beide situaties stelt het UWV enkele aanvullende eisen. Stel je daarvan op de hoogte.

### *Kennis en vaardigheden trainen*

Afhankelijk van het niveau waarop de persoon een bijdrage levert, kan een training wenselijk zijn. Het betreft dan bijdragen op niveau 2 (ervaringsdeskundigheid), aangezien dit meer kennis en communicatieve vaardigheden vereist dan niveau 1 (ervaringskennis). Daarbij zou de nadruk kunnen liggen op het leren of verbeteren van communicatieve vaardigheden zoals:

- het vertellen van het eigen (ervarings-)verhaal;
- het verschil weten tussen de eigen ervaringen/knelpunten/behoefte en die van anderen met soortgelijke beperkingen, en dit onder woorden kunnen brengen;
- vooraf en tijdens de activiteit kunnen aangeven wat je nodig hebt om je werk te kunnen doen;
- je grenzen kunnen aangeven.

## 3.4 Bejegening en taalgebruik

### 3.4.1 Bejegening

In hoofdstuk 3.1 hebben we gezien dat je ervaringsdeskundigheid kunt betrekken in drie rollen: in het meedenken en adviseren over het gehele ontwikkelproces en voor deelname aan gebruikersonderzoeken. Voor alle rollen geldt dat je deze personen op de juiste manier tegemoet dient te treden ('bejegenen'). Dit geldt op alle momenten waarbij je in contact bent en met elkaar communiceert.

Mensen met een fysieke of verstandelijke beperking of psychische kwetsbaarheid voelen zich regelmatig niet serieus genomen, niet gehoord en niet gezien door de wijze waarop zij worden bejegend in de samenleving. Een juiste bejegening is noodzakelijk voor - en leidt tot - een gelijkwaardige samenwerking in (digitale) ontwerpprocessen.

Voor een juiste bejegening is het belangrijk dat de ontwerper zich bewust is van de eigen aannames en stereotypen over mensen met een beperking of psychische kwetsbaarheid. Die aannames en stereotypen beïnvloeden niet alleen de manier waarop je communiceert en samenwerkt. Ze kunnen ook de keuzes beïnvloeden die je maakt tijdens het ontwerp- en ontwikkelproces.

### *Voorbeeld (onbewuste) aannames*

Stel, je maakt een brochure over een computercursus en je gebruikt alleen plaatjes met oude mensen. Terwijl er ook jonge mensen zijn die minder goed met computers overweg kunnen. Of je test een app alleen bij oudere mensen, omdat je denkt 'dat jonge mensen die app toch wel begrijpen'.

Van veel stereotypen en vooroordelen zijn we ons bewust, maar van een hoop ook niet. Onbewust hebben we allemaal gekleurde meningen, beelden en verwachtingen in ons hoofd. Zoals ‘jongeren lezen niet’, ‘mensen met autisme maken moeilijk contact’ en ‘ouderen vinden digitaal maar ingewikkeld’.

### *Uitgangspunten van Bejegening*

De belangrijkste uitgangspunten en ‘waarden’ in de bejegening zijn:

- Ben je ervan bewust dat de personen (ervaringsdeskundigen of ervaringskennis) met wie je werkt gelijkwaardig zijn aan ieder ander. Ze zijn een mens als ieder ander, met een gezinsleven, een inkomen, (vrijwilligers) werk, opleiding enzovoort. Hieruit volgt:
- Onderzoek je eigen aannames en stereotypen over mensen met een beperking of psychische kwetsbaarheid. Dit doe je door je in te leven; door stil te staan bij en te luisteren naar de leefwereld, de ervaringen en de gevoelens van de ander.<sup>1</sup>
- Ben je ervan bewust dat wat voor jou prettig is, voor een ander anders kan zijn. Vraag wat iemand nodig heeft voor een prettige samenwerking. Voorbeeld: Als je niet zeker weet of iemand hulp kan gebruiken, vraag het de persoon.
- Gebruik geen kwetsende termen. Als je niet zeker weet hoe iemand aangesproken wil worden, vraag ernaar (zie ook de paragraaf 3.4.2 ‘taalgebruik’).
- Creëer een veilige en betrouwbare omgeving. Communiceer tijdig, volledig en respectvol en kom gemaakte afspraken na.
- Hanteer inclusief taalgebruik (zie de paragraaf 3.4.2 ‘taalgebruik’).

### **3.4.2 Taalgebruik**

Let op de termen die je gebruikt. Termen als ‘invalide’ en ‘mindervalide’ zijn ernstig verouderd en worden als kwetsend ervaren. Gangbaarder is om te spreken over ‘mensen met een beperking’. En specifieker: ‘mensen met een fysieke beperking’, ‘mensen met een verstandelijke beperking’ en ‘mensen met een psychische kwetsbaarheid’. Bij de laatstgenoemde groep is het begrip ‘neurodiversiteit’ in opmars. Die term maakt duidelijk dat bijvoorbeeld autisme, ADHD of hoogbegaafdheid eigenlijk geen beperkingen zijn: ieders brein zit nu eenmaal anders in elkaar en sommige mensen zijn wat meer gemiddeld dan anderen.

Vermijd ook het gebruik van de term ‘kwetsbare mensen’. Mensen met een beperking zijn niet per definitie kwetsbaar. Het is de situatie die hen op achterstand zet waardoor ze niet zelfstandig kunnen participeren in de samenleving. Zo is het onjuist te veronderstellen dat mensen met een beperking een afstand hebben tot de digitale wereld. Het is andersom. Het is de digitale wereld – die ontoegankelijke, onbegrijpelijke en onnodig complexe digitale wereld – die een afstand creëert tot de mensen.

Ook goed om te weten: niet alle mensen met een beperking zijn blij met het gebruik van de aanduiding ‘beperking’. Zo zien sommige Doven (met hoofdletter D) hun doofheid niet als een auditieve beperking, maar als een eigen cultuur, met gebarentaal als gemeenschappelijke taal, eigen omgangsvormen en een gemeenschappelijke geschiedenis.

---

<sup>1</sup> Wil je weten of jij vooroordelen of stereotiepe beelden hebt over mensen met een beperking? Met behulp van de door wetenschappers opgestelde Implicit Association Test (IAT, zie bijlage 5.2), die je achter je computer kunt doen, krijg je binnen een paar minuten inzicht in je eigen (onbewuste) vooroordelen over mensen met een beperking.



De meningen verschillen over de vraag of je ‘een autistisch persoon’ of ‘persoon met autisme’ moet zeggen. Het eerste wordt ‘identiteit éérs taalgebruik’ genoemd en het tweede ‘persoon éérs taalgebruik’. Bij het eerste benoem je eerst de identiteit en bij de tweede benoem je juist eerst de persoon. Voorstanders van ‘persoon eerst’ vinden het belangrijk om te benoemen dat iemand met een beperking op de eerste plaats een persoon is en niet diens beperking. Voorstanders van ‘identiteit eerst’ benadrukken dat het gehandicapt zijn een belangrijk deel van hun identiteit is. Iets dat niet hoeft te worden weggestopt.

Als mensen met een beperking het hierover onderling al niet eens zijn, is het begrijpelijk dat mensen zonder beperking al helemaal niet goed weten welke aanduiding ze het beste kunnen gebruiken. Het beste is om bij de start van de samenwerking betrokkenen zelf te vragen hoe men het liefste aangeduid wil worden.

## 3.5 Toegankelijke communicatie

### 3.5.1 Geef duidelijke en specifieke informatie

*Als je personen gaat werven, geef dan duidelijke en specifieke informatie:*

- Waarom vindt dit onderzoek plaats?
- Wat wordt er precies onderzocht/getest?
- Welke specifieke groepen gebruikers zoek je?
- Wat moet de deelnemer doen, wat wordt van hem/haar verwacht?
- Hoelang duurt het onderzoek?
- Waar en hoe vindt het onderzoek plaats (online, fysiek)?
- Welke vergoeding wordt er geboden?

*Werk zo specifiek mogelijk*

Werk zo specifiek mogelijk en voorkom hiermee dat je personen onnodig benadert.

Voorbeeld 1: Heb je specifiek iemand nodig die kleurenblind is? Benoem dit dan expliciet in je werving (noem het dus NIET een visuele beperking (daar valt kleurenblindheid onder)).

Voorbeeld 2: Maak je regelmatig gebruik van een breed samengesteld gebruikerspaneel? En heb je bijvoorbeeld voor deze keer alleen mensen nodig met een beperkte handfunctie? Stuur de uitnodiging dan niet naar het hele gebruikerspaneel maar alleen naar die specifieke groep.

*Begin ruim op tijd*

Het werven van een divers gebruikerspaneel kan veel tijd kosten, zeker als je specifieke groepen mensen zoekt, bijvoorbeeld kinderen tussen 8-12 met een visuele beperking. Begin ruim op tijd met werven. Daarmee voorkom je dat je jezelf, maar ook vertegenwoordigende organisaties (die mogelijk een rol hebben in het wervingsproces) en de deelnemers onnodig onder druk zet. Bedenk dat deze personen – net als ieder ander – een volle agenda kunnen hebben en niet op stel en sprong tijd vrij kunnen maken.

*Wat moet je doen of laten?*

- Start minimaal vier weken voorafgaande aan de datum van het onderzoek met werven.
- Communiceer duidelijk binnen welke termijn mensen zich moeten opgeven.
- Communiceer duidelijk binnen welke termijn men bericht krijgt.
- Biedt meerdere opties aan voor contact, als mensen vragen hebben over het onderzoek: telefoon, mail, brief.

### 3.5.2 Communicatie voorafgaande aan het onderzoek

Je hebt nu een lijst met personen die mee willen werken aan het onderzoek. Zorg dat je de mensen tijdig en volledig informeert en vraag bovendien wat ze nodig hebben om te kunnen deelnemen.

#### *Wat moet je doen of laten?*

- Bevestig twee weken voorafgaande aan het onderzoek de deelname en stuur alle praktische informatie in één keer. Zorg dat de informatie overzichtelijk is, toegankelijk (WCAG) en in begrijpelijke taal is opgesteld.
- Vraag in de brief/mail of per telefoon wat mensen nodig hebben om aan het onderzoek deel te kunnen nemen. Dat kan gaan over: de dag en tijdstip van het onderzoek, de bereikbaarheid van de testlocatie, het vervoer ernaar toe (eventuele begeleiding), de toegankelijkheid van de locatie of online testomgeving, eventuele begeleiding tijdens het onderzoek en andere zaken.
- Check een paar dagen nadat je de informatie verzonden hebt, of de persoon het bericht ontvangen heeft (geen bericht (reactie) is meestal geen goed bericht).
- Stuur ook direct de volgende twee formulieren mee: (1) het declaratieformulier en (2) het toestemmingsformulier. Zorg dat beide formulieren aan de toegankelijkheidscriteria voldoen en begrijpelijk zijn.
- Het toestemmingsformulier betreft het opslaan van persoonsgegevens en eventueel toestemming om opnames te maken (zie hieronder). Vraag in het toestemmingsformulier alleen dat wat echt noodzakelijk is. Voldoe aan de privacywetgeving (AVG) en sla geen onnodige persoonlijke gegevens op. Geef de mogelijkheid om per mail akkoord te geven (in plaats van dat een handtekening nodig is).
- Communiceer helder in je brief of mail en in het toestemmingsformulier dat de gebruiker zich altijd, en zonder opgave van redenen, kan terugtrekken uit het onderzoek. Ook als dit al gestart is.

#### *Templates ter ondersteuning*

Moeite met het opstellen van een toegankelijke en begrijpelijke uitnodiging of ondersteuning nodig bij het maken van een toegankelijk toestemmingsformulier? Gebruik dan de templates van Accessibility, gedeeld als bijlage op [www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen](http://www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen).

#### *Opnames maken*

Er zijn verschillende redenen om foto's of video's te willen maken van/tijdens het onderzoek:

- Voor interne communicatie, dan is het vooral 'voor bewustwording of informeren'.
- Om de test na afloop terug te kunnen kijken en te analyseren.
- Om te gebruiken in externe communicatie en voor marketingdoeleinden.

#### *Wat moet je doen of laten?*

- Bedenk van tevoren of het echt noodzakelijk is om opnames te maken. Niet iedereen wil opgenomen worden. Bovendien kan het maken van foto's of video's een gevoel van ongemak of onveiligheid creëren. Bedenk dat bijvoorbeeld iemand met een visuele beperking niet kan zien dat je opnames maakt.
- Vraag vooraf toestemming voor het maken van opnames en leg daarbij uit waarvoor de opnames gebruikt zullen worden. Geef aan dat weigeren een optie is!
- Als foto's of video's bedoeld zijn voor externe communicatie of marketing, dan dient daar een (extra) vergoeding tegenover te staan.

### 3.5.3 Communicatie tijdens het onderzoek

Check of het voor de deelnemer duidelijk is wat er van hem of haar wordt verwacht en of er nog vragen zijn. Vraag ook of er nog specifieke punten, wensen of behoeften zijn waarvoor eerst aandacht moet zijn. Geef nogmaals aan dat de deelnemer zich lopende het onderzoek mag en kan terugtrekken.

### 3.5.4 Communicatie na afloop van het onderzoek

Het is belangrijk om zorgvuldig en integer om te gaan met participanten: zij hebben hun tijd en energie ingezet en dat verdient aandacht en waardering.

#### *Wat moet je doen of laten?*

- Neem zo snel mogelijk na het onderzoek weer contact op.
- Ga direct over tot het uitbetalen van de vergoedingen.
- Vraag naar de ervaringen van de participant met het onderzoek. Noteer dit en geef dit terug aan collega's (bijvoorbeeld binnen je team). Leer hiervan voor de volgende keer.
- Geef een inhoudelijke terugkoppeling van het onderzoek: Wat zijn de belangrijkste inzichten die zijn opgedaan? Met welke verbeterpunten gaat men aan de slag?
- Maak het vervolg helder: Komt er een vervolgonderzoek of -test waarvoor de deelnemer wordt gevraagd? Wanneer is het product klaar?

PS: Geef altijd een inhoudelijke terugkoppeling, ook als het nog niet duidelijk is hoe je verder gaat. Dit wordt vaak vergeten en kan onbegrip en frustratie creëren bij de participant. Consequent terugkoppelen zorgt bovendien voor verbinding met de doelgroep vanuit een gelijkwaardige samenwerking.

## 3.6 Toegankelijke methoden en materialen

### 3.6.1 Toegankelijke methoden

Het is van belang om de onderzoeksmethode af te stemmen op de doelgroep en je hierbij af te vragen of deze methode ook prettig is voor alle participanten.

### 3.6.2 Tips algemeen

#### *Pilot*

Om te voorkomen dat je gekozen methode niet aansluit bij de behoeften en mogelijkheden van de participant is het handig om een pilot te draaien. Probeer dus je onderzoeksmethode al uit, om ervoor te zorgen dat deze gebruiksvriendelijk is voor je participanten. Idealiter doe je dit met een of meerdere ervaringsdeskundigen (niveau 2), omdat deze persoon niet alleen namens zichzelf input kan geven maar ook verder kan denken namens een bredere doelgroep. Hiermee voorkom je dat je bij het daadwerkelijk uitvoeren van je methode antwoorden krijgt die minder betrouwbaar zijn, of dat het procesmatig onprettig is voor de participanten.

#### *Digitale tools*

Bij het gebruik van (digitale) tools is het belangrijk om te checken welke tools werken voor de doelgroep en dat je ook – per participant – rekening houdt met de bekendheid van de tool. Vraag participanten naar hun voorkeuren, geef aan dat ze hun eigen digitale apparaten kunnen gebruiken als dat mogelijk is of geef de keuze voor fysiek of digitaal onderzoek.

### *Testen met gebruikers van voorleessoftware of screenreaders*

Let op: veel personen met een visuele beperking gebruiken voorleessoftware of screenreaders. De specifieke software die wordt gebruikt verschilt per persoon. Het is het prettigste als iemand zijn eigen apparaten (telefoon/laptop) meeneemt om op te testen. Als dit niet mogelijk is, zorg dan dat je test device is ingesteld volgens de voorkeuren van de participant. Denk aan het installeren van de juiste (spraak)software, hulpmiddelen zoals braille-lesregel en het instellen volgens de voorkeuren van de eindgebruiker (bijvoorbeeld spraaksnelheid). Dit vraagt tijd en grondige voorbereiding. Neem het testen van deze software ook mee in de pilot om problemen tijdens het daadwerkelijke onderzoek te voorkomen.

#### *Online onderzoek*

Er zijn veel online programma's beschikbaar om onderzoek mee te doen. Denk aan programma's die ondersteunend zijn aan een onderzoek maar ook programma's om met de participant te communiceren. Het is belangrijk om na te denken over het onderzoeksprogramma dat wordt gebruikt. Is dit toegankelijk? En is dit programma ook bekend bij de participant? Het is altijd goed om dit vooraf met de persoon te testen.

Zijn er meer mensen aanwezig in een online meeting? Vertel dit dan bij aanvang. Vooral mensen met een visuele beperking zien vaak niet wie er allemaal aanwezig zijn. Dit delen kan dan fijn zijn, zodat de participanten weten met wie ze in een digitale meeting zitten.

#### *Duur van het onderzoek*

Bij onderzoek onder mensen met een beperking is het belangrijk om rekening te houden met de duur van het onderzoek en tussentijdse pauzes. Onderwerpen die verder van de participant afstaan of nieuw zijn, kosten meer energie. Plan daarom genoeg tijd en pauzes in om vermoeidheid te verminderen en scherpheid te behouden. Bij gebruik van een tolk Nederlandse Gebarentaal wordt elke 20 minuten een pauze geadviseerd. Vraag regelmatig aan de participant of het nog prettig is om door te gaan met het onderzoek. Zorg dat je als onderzoeker flexibel bent.

#### *Toestemmingsformulieren*

Zorg voor een toestemmingsverklaring in eenvoudige taal met daarop de informatie die nodig is om een goede beslissing te kunnen nemen. Denk er ook aan dat sommige personen met een beperking niet altijd zelf kunnen of mogen beslissen.

Voor personen met een visuele beperking is het goed om na te denken over de bestandsvorm van documenten (fysiek of digitaal) voor het geven van toestemming. Stuur documenten eventueel vooraf digitaal op, zodat participanten deze op hun eigen tempo kunnen doornemen.

#### *Vraag het!*

Verschillende personen hebben verschillende wensen, vraag dus voorafgaand aan een onderzoek altijd wat een participant nodig heeft. Dat kan al in de informatiemail nadat iemand geworven is, maar natuurlijk ook bij aankomst van de participant.

### **3.6.3 Tips per methode**

Wij geven je hier per methode een omschrijving en enkele tips waar je rekening mee kan houden als je deze wil inzetten.

### *Focusgroep*

Een focusgroep is een gestructureerde vorm van groepsdiscussie om nieuwe ideeën te evalueren of te testen met huidige of potentiële gebruikers.

#### **Tips voor inclusieve(re) uitvoering:**

- Personen met een visuele beperking kunnen niet zien wie er aanwezig is, en wie het woord wil nemen. Maak van tevoren duidelijk afspraken over hoe iemand het woord kan krijgen, en dat er niet door elkaar heen wordt gepraat.
- Voor personen met een auditieve beperking is het belangrijk dat de deelnemers elkaar goed kunnen zien, zodat gebarentaal/liplezen mogelijk is.
- Verder is het belangrijk om de personen met een auditieve beperking direct aan te kijken, al loopt de communicatie via een tolk.

### *Interviews*

Een interview is een gestructureerd of ongestructureerd gesprek tussen een interviewer en een deelnemer, dat wordt gebruikt als onderzoeksmethode om informatie te verzamelen over een specifiek onderwerp of fenomeen.

#### **Tips voor inclusieve(re) uitvoering :**

- In 1-op-1 interviews kan je het beste de persoon die je wilt interviewen vragen wat die persoon het prettigste vindt. Denk er bijvoorbeeld aan dat sommige groepen het fijn vinden om de vragen vooraf te ontvangen zodat zij daar al over kunnen nadenken.
- Hoewel duidelijke verbale communicatie helpend kan zijn, is het belangrijk te voorkomen (on)bewust een kinderachtige toon te gebruiken als onderzoeker. Dat zou respectloos over kunnen komen.
- Voor personen met een visuele beperking of autisme kan het lastig zijn non-verbale communicatie te begrijpen, terwijl voor personen met auditieve beperkingen of een intellectuele beperking non-verbale communicatie juist weer kan helpen de communicatie te vergemakkelijken.
- Personen met een auditieve beperking kunnen het ook fijn vinden om de vragen te kunnen lezen tijdens het onderzoek zelf. Door deze geprint klaar te hebben liggen weet je zeker dat je vraag goed overkomt.
- Het is belangrijk om de vragen op de participant met een auditieve beperking te richten, in plaats van op de tolk.
- Voor sommige personen kan het vermoeiend zijn zich verbaal te uiten voor een langere tijd. Sommigen vinden het fijn om hun interview schriftelijk af te leggen.

### *Persona's*

Een persona is een fictief personage dat wordt gecreëerd om een bepaalde groep gebruikers te vertegenwoordigen en te begrijpen. Persona's kunnen als hulpmiddel ingezet worden om je in te leven in de doelgroep. Nog een stap verder gaat 'Persona Testing', een techniek om met simulatie het ontwerp te ervaren vanuit het perspectief van specifieke persona-profielen. Aan de hand van de profielen worden condities en hulpmiddelen van bepaalde kwetsbare gebruikers gesimuleerd.

### *Vragenlijst of Enquêtes*

Een vragenlijst of enquête is een gestandaardiseerde onderzoeksmethode waarbij participanten worden gevraagd om antwoorden te geven op een reeks vragen over specifieke onderwerpen of thema's.

#### Tips voor inclusieve(re) uitvoering:

- Zorg ervoor dat antwoordopties volledig zijn. Wanneer er vele antwoordopties gegeven worden, is het prettig als 'jouw' antwoord daar ook tussen zit. Denk bijvoorbeeld aan het toevoegen van de optie "rolstoel" bij een vraag over type vervoermiddel naar een locatie.
- Geef duidelijk aan of een vraag verplicht is of niet en of men meerdere antwoorden kan geven of niet. Door hier al duidelijkheid over te geven in de vraagstelling ontstaat er geen frustratie bij het invullen van de vraag.
- Beperk het aantal antwoordopties. Door het aantal antwoordopties bij een meerkeuzevraag te beperken tot maximaal 5, maak je het makkelijker voor de participant om deze te onthouden (bijvoorbeeld bij gebruik van een schermlezer). Zo vergroot je dus het overzicht binnen een vraag.
- Zorg voor een antwoordoptie voor als men het niet begrijpt. Niets zo vervelend als een antwoord te moeten geven, terwijl je de vraag niet begrijpt. De optie: "weet ik niet" toevoegen is een goede oplossing.
- Vermijd het gebruik van complexe vraagtypes, zoals tabellen en vragen met een sleepfunctie, zoals sorteervragen ('zet op volgorde'). Deze vraagtypes zijn meestal niet toegankelijk, waardoor je onjuiste en/of onvolledige antwoorden krijgt.

#### *Gebruikerstest product/dienst/omgeving*

Gebruikerstesten is een methode van gebruikersonderzoek waarbij (potentiële) eindgebruikers van een product, dienst of omgeving worden gevraagd om taken uit te voeren om de bruikbaarheid en gebruiksvriendelijkheid van het product te beoordelen.

#### Tips voor inclusieve(re) uitvoering:

- Personen met een beperking kunnen mede door hun beperking weinig zelfvertrouwen hebben. Tijdens een gebruikerstest is het dus belangrijk om te benadrukken dat hun participatie erg waardevol is en dat je niet de persoon test maar het systeem. Als iets tijdens de gebruikerstest niet zou lukken dan zou dat juist goed zijn om te delen en absoluut niet iets waar ze zich voor hoeven te schamen.
- Een eventuele oplossing kan ook zijn om bepaalde gebruikerstesten in tweetallen te doen, maar dat is erg situatieafhankelijk. In sommige gevallen kan dat ook juist afleidend werken.

#### *Prototype test*

Prototype testen is een methode om een product- of service-ontwerp te valideren door een vroege versie van het ontwerp te testen met gebruikers.

#### Tips voor inclusieve(re) uitvoering:

- Gebruik high fidelity materiaal om te testen. Dit zijn prototypen of materialen die echt lijken in tegenstelling tot abstracte modellen of schetsen. Bij modellen en schetsen kunnen participanten zich lastig een voorstelling maken van wat je bedoelt. Dit geldt voor alle vormen van prototypen, zowel websites als offline materialen, handleidingen, brochures of campagnes.

#### *Observaties*

Observeren is een onderzoeksmethode waarbij de onderzoeker zich bezighoudt met het waarnemen van het gedrag, de activiteiten en de omgeving van de participanten om inzicht te krijgen in hun gedragingen en overtuigingen.

### *Dagboekstudie*

Dagboekstudies zijn bedoeld om inzicht te krijgen in het dagelijks leven van participanten. Participanten gaan hun eigen omgeving en activiteiten rondom een bepaald onderwerp vastleggen. Ze krijgen een uitrusting mee die verschillende materialen bevat, zoals een wegwerpcamera, een memorecorder of een dagboekje. Met deze materialen gaan ze bijvoorbeeld een week lang elke dag een opdracht uitvoeren.

#### **Tips voor een inclusievere uitvoering:**

- Het is extra belangrijk bij een dagboekstudie om na te gaan welk materiaal het beste bij de mogelijkheden en behoeften van de specifieke participant aansluit.
- Aangezien personen met een beperking zo gewend zijn aan knelpunten kan een dagboekstudie minder geschikt zijn voor het onderzoeken van specifieke toegankelijkheidsknelpunten te vinden. Door gewenning zien personen met een beperking iets al niet meer als een knelpunt. Bovendien mis je bij deze vorm van onderzoek de observatie en interactie, aangezien je niet kunt zien hoe zij omgaan met knelpunten of welke handigheidjes zij hebben als oplossing. Aan de andere kant verdiep je je met een dagboekstudie wel meer in het gehele plaatje van iemand zijn beleving en ervaring.

### *Kaarten sorteren*

Het sorteren van kaarten is een snelle en gemakkelijke techniek om een gesprek op gang te brengen over wat het belangrijkste is voor de personen waarvoor je ontwerpt. De participanten krijgen een set van kaarten met daarop een enkel woord of afbeelding. Ze worden gevraagd de kaarten in volgorde van belangrijkheid te leggen. Zo krijg je inzicht in wat er echt toe doet voor je participanten. Je kunt de techniek ook inzetten om een dieper gesprek te voeren over de waarden en behoeften van de participanten en het waarom erachter.

#### **Tips voor inclusieve(re) uitvoering:**

- Zorg voor braillekaarten voor blinde participanten en voor kaarten met grote letters/plaatjes/een goed contrast voor slechtziende participanten.
- Gebruik vooral afbeeldingen voor personen die een beperkte leesvaardigheid hebben.
- Geef bij personen met een motorische beperking aan dat ze verbaal ook kunnen aangeven hoe ze de kaartjes willen neerleggen.
- Deze methode is redelijk abstract en kan daardoor minder geschikt zijn voor personen met een intellectuele beperking.

### **3.6.4 Toegankelijke materialen**

Voor het uitvoeren van inclusief onderzoek is het belangrijk om ook het gebruikte materiaal aan te passen aan de doelgroep.

#### *Concreet materiaal*

Om een gesprek te starten, kun je concreet materiaal 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.

#### *Betrek de doelgroep bij het uitwerken van middelen en vragen*

Betrek de doelgroep 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.

### *Digitale prototypes*

Digitale prototypes zorgen ervoor dat het testmateriaal er heel echt uit ziet. Ze kunnen gemaakt worden met prototyping tools, zoals InVision of Figma. Let op dat bij zulke tools niet alle apparatuur of ondersteuning werkt, zoals schermlezers. Test daarom het liefst met de live website met, indien nodig, een testaccount.

### *Taalgebruik materiaal en vragen*

- Gebruik simpele taal, bij voorkeur op B1 taalniveau.
- Voorkom abstracte situaties. Gebruik voorbeelden.
- Gebruik korte woorden en alledaags (spreek)taalgebruik.
- Gebruik persoonlijke woorden.
- Behandel de lezer met respect: niet kinderachtig overkomen.
- 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 (let op een goede beeldbeschrijving voor personen met een visuele beperking).

## **3.7 Toegankelijke testomgeving**

Een onderzoek kan je op verschillende locaties (fysiek of digitaal) uitvoeren. Het is belangrijk dat de gekozen locatie ook toegankelijk is. Eventueel kan je er ook voor kiezen om het onderzoek bij iemand thuis uit te voeren ten behoeve van de toegankelijkheid.

In dit hoofdstuk bespreken we de mogelijkheden van een locatie met bijbehorende voor- en nadelen. Ook wordt het uitvoeren van ongemodereerd onderzoek (onderzoek zonder aanwezige onderzoekers) versus gemodereerd onderzoek (onderzoek onder leiding van een onderzoeker) besproken.

### **3.7.1 Fysieke testlocatie**

Een testlocatie waar participanten naar toe kunnen komen is voor een organisatie vaak het meest efficiënt. Je kan immers als onderzoeker een testruimte inrichten, hoef je als onderzoeker niet te reizen en kan je zo meerdere testmomenten op een dag uitvoeren.

#### *Keuze onderzoekslocatie*

Voor de onderzoekslocatie is het belangrijk dat deze toegankelijk is. Oftewel, zorg ervoor dat alle participanten deze zonder problemen kunnen bereiken en betreden. Denk hierbij aan de aanwezigheid van een lift en toegankelijk toilet voor mensen met een fysieke beperking, brede doorgangen voor mensen in een rolstoel en aan goed contrasterende trappen voor mensen met een visuele beperking.

Ook de bereikbaarheid van een locatie kan veel uitmaken in de bereidheid van mensen om mee te doen en de uiteindelijke ervaring. Als iemand ver moet reizen en vaak moet overstappen kan dit ten koste

gaan van het (soms beperkte) energieniveau van de participant; kies indien mogelijk iets wat goed bereikbaar is met het OV én met de auto (let dan vooral ook op aangepaste parkeerplekken).

Wil je vaker onderzoek doen? Gebruik dan weer diezelfde toegankelijke onderzoekslocatie. Op die manier kunnen participanten die vaker meedoen aan onderzoek gewend raken aan deze locatie en de route hiernaartoe.

### *Onderzoeksruimte*

Ook in de onderzoeksruimte zelf kun je rekening houden met toegankelijkheid. Hierbij is het belangrijk om te kijken naar de wensen en behoeften van de participanten. Zo is het voor participanten met een visuele beperking onder andere van belang dat verlichting kan worden afgesteld, maar ook dat er een waterbak voor de hulphond aanwezig is. Voor participanten met een motorische beperking is juist een ruime opzet van belang met een tafelblad dat op de juiste hoogte kan worden afgestemd. Bij participanten die prikkels proberen te vermijden, kan het prettig zijn om de kamer zo prikkelarm mogelijk in te richten. Denk aan visuele prikkels en achtergrondgeluiden, die soms meer storend zijn dan je denkt. In het algemeen geldt: ga voor een prettig te bereiken ruimte (bijvoorbeeld de begane grond) met een prettige ligging (zonder al te veel lawaai).

### *Communicatie*

Wanneer er elementen niet geheel toegankelijk zijn, is dit veelal geen ramp. Communiceer hierover met de participanten voorafgaand aan het onderzoek, zodat ze niet voor verrassingen komen te staan. Zorg in je communicatie altijd voor een goede routebeschrijving en indien nodig een beschrijving voor het vinden van de ingang (en hoe ze zich kunnen melden).

Tip: gebruik in je routebeschrijving geen aanduiding in minuten (“het is slechts 5 minuten lopen vanaf het station”) maar meters. Dan kan iemand zelf bepalen hoelang het duurt om bij de bestemming te komen. Immers: iedereen zijn tempo is anders.

## **3.7.2 Online onderzoek (op afstand)**

Naast een fysiek onderzoek kan je natuurlijk ook een digitaal onderzoek doen. Dit betekent dat de participant via bijvoorbeeld Teams of Zoom meedoet aan een onderzoek. Een voordeel van digitaal onderzoek is dat zowel de onderzoeker als participant niet hoeven te reizen, zeker kan dit schelen voor het energieniveau van de participant. Een groot nadeel van digitaal onderzoek is dat je minder goed de non-verbale communicatie meekrijgt van de participant. Hoe reageert iemand bijvoorbeeld fysiek op een onprettige beleving en ervaring? Hoe kijkt iemand?

Ook kan het lastig zijn om goed te zien hoe iemand een digitaal product of dienst met voorkeursinstellingen gebruikt: spraaksoftware en vergroting van een website worden vaak niet goed gedeeld via videobelssystemen als Zoom of Teams. Bovendien zijn er veel personen die minder digitaal vaardig zijn, en waarvoor het meedoen aan een online onderzoek in de basis al erg lastig is.

Wanneer je toch besluit om digitaal onderzoek te doen, bijvoorbeeld omdat je korte interviews wilt houden of de participant niet in staat is om te reizen, zijn er een aantal aandachtspunten:

### *Digitale tools*

Bij het gebruik van (digitale) tools is het belangrijk om te checken welke tools werken voor de doelgroep en dat je ook - per participant - rekening houdt met de bekendheid van de tool. Vraag participanten naar hun voorkeuren, geef ze aan dat ze hun eigen digitale apparaten kunnen gebruiken als dat mogelijk is of geef de participanten de keuze voor fysiek of digitaal onderzoek.

### *Online onderzoek? Test vooraf op toegankelijkheid en doe een oefensessie*

Er zijn veel online programma's beschikbaar om onderzoek mee te doen. Denk aan programma's die ondersteunend zijn aan een onderzoek maar ook programma's om met de participant te communiceren. Het is belangrijk om na te denken over het onderzoeksprogramma dat wordt gebruikt. Is deze toegankelijk? En is deze ook bekend bij de participant? Het is altijd goed om dit vooraf met de persoon te testen.

Zijn er meer mensen aanwezig in een online meeting? Vertel dit dan even. Vooral mensen met een visuele beperking zien vaak niet wie er allemaal aanwezig zijn. Dit delen kan dan fijn zijn, zodat de participant weet met wie ze in een (digitale) meeting zit.

### **3.7.3 Onderzoek bij iemand thuis**

In plaats van dat je de participant naar jouw testlocatie laat komen, kan je dit natuurlijk ook omdraaien en zelf als onderzoeker naar de participant toegaan. Bijvoorbeeld naar het huis van de participant. Dit kan om bijvoorbeeld privacy redenen voor de participant juist ook onprettig zijn, dring dit dus nooit op maar biedt het aan als optie.

Een groot voordeel hiervan is dat je het gebruik van de digitale website of app in de gehele context meekrijgt, met ook alle hulpmiddelen die (mogelijk) niet meegenomen kunnen worden naar de fysieke locatie. Ook beperk je hiermee de reistijd voor de deelnemer, en daarmee de impact op het energieniveau.

Een groot nadeel is natuurlijk dat je als onderzoeker moet reizen (kost tijd), minder makkelijk collega's kan laten meekijken (eventueel opstelling maken bij iemand thuis, kan ingewikkeld zijn om privacy redenen). Ook zijn er in een privé situatie soms meer prikkels om rekening mee te houden, die je als onderzoeker minder goed kan controleren.

### **3.7.4 Gemodereerd of ongemodereerd onderzoek**

Naast onderzoek welke geleid wordt door een onderzoeker (fysiek of digitaal), thuis of op een testlocatie, kan er ook onderzoek plaatsvinden zonder een onderzoeker erbij. Denk hierbij aan een dagboekstudie, of onderzoek met een vragenlijst erbij.

Een groot voordeel van dit type onderzoek (zonder begeleiding) is dat een participant op zijn eigen moment en in alle rust een onderzoek kan uitvoeren. Daarbij kost het ook geen tijd voor de onderzoeker qua uitvoering van het onderzoek zelf. Bovendien is dit type onderzoek erg geschikt als je bijvoorbeeld meerdere ervaringen in kaart wil brengen (met behulp van een dagboekstudie) of als je wil dat iemand ook de bejegening van digitale diensten test. Je kan je voorstellen dat een klantenservice anders reageert, als diegene doorheeft dat er een onderzoek gaande is.

Een groot nadeel van dit type onderzoek is dat je als onderzoeker geen interactie hebt met de participant, je kan niet op het moment zelf doorvragen en bent afhankelijk van de antwoorden die iemand geeft. Geeft een participant bijvoorbeeld korte antwoorden, kan het zijn dat je informatie mist om knelpunten in kaart te brengen. Bovendien mis je hier mogelijk, net zoals bij een digitaal onderzoek, non-verbale communicatie.

## 4 Randvoorwaarden organisatie

---

Het ontwerpen van digitale producten, diensten of omgevingen voor iedereen vraagt niet alleen om een inclusief ontwerpproces met de juiste randvoorwaarden maar ook om een organisatorische verandering. Immers, alleen op die manier kan de toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid duurzaam ingeregeld worden binnen je organisatie. In dit hoofdstuk gaan we in op de verschillende organisatie-factoren die hierop van invloed zijn. Deze zijn gebaseerd op het proefschrift van Eric Velleman (2018).

Door de uitgangspunten van CIDO in alle aspecten van de organisatie te integreren, kunnen organisaties producten en diensten aanbieden die voor iedereen toegankelijk, begrijpelijk en prettig te gebruiken zijn, wat de algehele inclusiviteit en klanttevredenheid bevordert.

### 4.1 Beschrijving organisatiefactoren

Per factor is beschreven wat het ongeveer inhoudt, en hoe je hier als organisatie in kan groeien. De verschillende factoren kennen onderling veel samenhang, en kunnen dan ook niet los van elkaar bekeken worden. Dit hoofdstuk dient dan ook vooral als indicatie op welke factoren je kan groeien, en kan gebruikt worden als leidraad voor een gesprek om organisatorische veranderingen in gang te zetten.

#### **Kennis en bewustwording**

Creëer bewustwording over de noodzaak van toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid, zodat medewerkers begrijpen dat deze aspecten essentieel zijn voor het bereiken van inclusiviteit en effectieve dienstverlening. Faciliteer voortdurende kennismaking met doelgroepen buiten de huidige scope. Hiermee breng je binnen je organisatie daadwerkelijk een verandering teweeg van houding en gedrag.

#### **Organisatie en strategie**

Neem CIDO op als specifiek beleidsuitgangspunt en integreer hiermee toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid in de bredere strategische doelen van de organisatie, waardoor deze principes een integraal onderdeel worden van de bedrijfsvoering en ontwikkelingsprocessen. Hiermee is onlosmakelijk verbonden dat er tijd en budget beschikbaar wordt gesteld om de uitgangspunten van CIDO daadwerkelijk tot uiting te kunnen brengen. Neem daarnaast het verzorgen van een eerlijke vergoeding voor ervaringsdeskundigen op in je beleid (houdt hierbij rekening met de regels vanuit de Belastingdienst en het UWV).

#### **Verantwoordelijkheden en governance**

Wijs duidelijke verantwoordelijkheden toe voor het waarborgen van toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid binnen de organisatie, en creëer een governancestructuur om deze aspecten te bewaken en te handhaven. Borg ook specifiek de verantwoordelijkheid voor het continu toepassen van CIDO.

#### **Monitoring**

Monitor voortdurend de toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid van producten en diensten, waarbij gebruikerstests en feedbackmechanismen worden ingezet om eventuele problemen te identificeren en aan te pakken. Maak de zelfevaluatie van CIDO onderdeel van deze monitoring.

Evalueer op regelmatige basis in hoeverre CIDO wordt gevolgd, gebruik de zelfevaluatie jaarlijks en stel bij indien nodig.

### **Verantwoording en compliance**

Voldoe aan relevante richtlijnen en normen met betrekking tot toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid, en leg verantwoording af over inspanningen om deze aspecten te waarborgen. Wees transparant over gemaakte keuzes qua doelgroepen (wie heb je wel/niet betrokken), en leg hier verantwoording over af.

### **Communicatie**

Zorg voor communicatie die niet alleen toegankelijk, maar ook begrijpelijk en gebruiksvriendelijk is, zodat informatie gemakkelijk toegankelijk is voor alle gebruikers. Dit geldt voor zowel interne als externe communicatie. Zorg daarbij ook dat je communiceert over de inclusieve werkwijze naar buiten toe, en wees transparant in de keuzes die je maakt als organisatie.

### **Inkoop en leveranciersmanagement**

Integreer CIDO, en daarmee toegankelijkheids-, begrijpelijkheid- en gebruiksvriendelijkheidsvereisten in inkoopprocessen en beheer leveranciersrelaties om ervoor te zorgen dat externe partners ook bijdragen aan deze doelstellingen.

### **Personeel**

Zorg voor het juiste personeel om inclusief ontwerpen mogelijk te maken. Denk hierbij aan UX onderzoekers, UX designers, communicatie, developers etc. Zorg vervolgens voor de juiste kennis/kunde of opleidingsbudget voor deze medewerkers zodat zij in staat zijn om CIDO en daarmee toegankelijkheid, begrijpelijkheid en gebruiksvriendelijkheid toe te passen bij het ontwerpen en ontwikkelen van producten en diensten, met als doel deze beter af te stemmen op de behoeften van diverse gebruikers.

### **Zelfevaluatie**

Het proces van inclusief digitaal ontwerpen zal voor elke organisatie uiteindelijk verschillend zijn. Bovendien kan het binnen een organisatie variëren, bijvoorbeeld per team of zelfs op individueel niveau. Daarnaast heeft elke organisatie een uniek startpunt.

Op de website [www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen](http://www.accessibility.nl/code-inclusief-digitaal-ontwerpen) vind je een zelfevaluatie. Je kunt deze inzetten als nulmeting om te bepalen waar jouw organisatie staat qua inclusief ontwerpen. Het kan ook dienen als evaluatiemoment achteraf, om te beoordelen in hoeverre je voldoet aan alle CIDO-elementen.

## 5 Bijlagen

---

### 5.1 Basis begrippenlijst CIDO

**Bejegening:**

Bejegening gaat over hoe je mensen aanspreekt en behandelt. In CIDO is het belangrijk correcte omgangsvormen te gebruiken. Het heeft te maken met hoe je anderen respectvol tegemoet treedt en behandelt.

**Borging:**

Borging betekent dat je ervoor zorgt dat iets goed blijft werken en dat het veilig wordt bewaard. Het gaat om het handhaven van kwaliteit en betrouwbaarheid.

**CIDO:**

Een afkorting voor Code Inclusief Digitaal Ontwerpen. CIDO is een werkwijze met praktische richtlijnen, tips en goede voorbeelden voor inclusief digitaal ontwerp met de inzet van ervaringsdeskundigheid.

**Design Thinking Methode:**

Design Thinking is een aanpak waarbij je samen met anderen problemen oplost door te focussen op wat mensen nodig hebben en creatieve ideeën te bedenken, uit te proberen en te verbeteren. Het draait om samenwerken, begrip tonen en flexibel zijn in het vinden van de beste oplossingen. Het inclusieve ontwerproces in CIDO is op deze methode gebaseerd.

**Ervaringsdeskundigheid:**

In CIDO wordt het woord 'ervaringsdeskundigheid' veelal overkoepelend gebruikt voor:

*Mensen met ervaringskennis:*

Mensen met ervaringskennis leveren inbreng vanuit hun eigen ervaring (N=1). Deze ervaring hoeft niet representatief te zijn voor een bredere groep mensen met een zelfde beperking.

*Mensen met zelf-overstijgende ervaringsdeskundigheid:*

Mensen die kunnen vertellen over hun eigen leven met een beperking, maar ook over het leven – en de behoeften van anderen met een soortgelijke beperking. Deze mensen hebben – in vergelijking met ervaringskennis – een hoger kennisniveau en (communicatie)vaardigheden. Afhankelijk van de context worden deze mensen ook wel ervaringsdeskundigen genoemd.

*Vertegenwoordiging:*

Vertegenwoordigende organisaties brengen collectieve kennis in over (de behoeften van) hun achterban. Professionals die hier werken kunnen ook mensen zonder beperking zijn.

*Mensen met specialistische vakkennis:*

Dit zijn professionals op basis van opleiding en werkervaring die vaak zijn aangesloten bij kennisorganisaties die zich bezighouden met toegankelijkheid, ervaringsdeskundigheid en gebruikersonderzoeken. Dit kunnen ook mensen zonder beperking zijn.

**Gemodereerd onderzoek:**

Onderzoek waarbij een onderzoeker aanwezig is om vragen te stellen, uitleg te geven en deelnemers te begeleiden tijdens taken of discussies.

**Governance:**

Governance gaat over de regels, processen en leiderschap die ervoor zorgen dat organisaties of groepen goed worden bestuurd en verantwoordelijk handelen.

**Inclusief digitaal ontwerp:**

Digitale producten, diensten en omgevingen worden ontworpen op een manier die voor zoveel mogelijk mensen gemakkelijk te gebruiken is, ongeacht hun beperkingen.

**Inclusief ontwerpproces:**

Een inclusief ontwerpproces is een ontwerpproces, waarbij in elke ontwerpfase met een zo divers mogelijke groep eindgebruikers wordt samengewerkt ten behoeve van een zo inclusief mogelijk(e) product of dienst. Het inclusieve ontwerpproces is onderverdeeld in 5 stappen, die steeds weer doorlopen (iteratie) kunnen worden:

*Ontdekken:*

In deze fase is het doel om de gebruiker centraal te stellen en als onderzoeker te ontdekken wat de ervaringen, motivatie én algemene problemen zijn van de onderzoeksdoelgroep.

*Probleem definiëren:*

In deze fase is het doel om vast te stellen welk specifiek probleem er opgelost moet worden.

*Ideeën vormen:*

In deze fase is het doel om met zo veel mogelijk ideeën te komen om het probleem op te lossen.

*Ontwikkelen en testen:*

In deze fase wordt een of meerdere conceptoplossingen uitgewerkt en getest. Dit kan in de vorm van prototypes, pilots of gebruikerstesten. Het doel is om de ideeën te valideren en feedback te verzamelen, zodat verbeteringen kunnen worden doorgevoerd.

*Evaluatie en borging:*

In deze fase is het doel om te beoordelen (evalueren) of het ontwikkelde product de geschikte oplossing is. Ook wordt het proces geëvalueerd. Daarnaast is het van belang ervoor te zorgen dat uitkomst van het onderzoek wordt bewaard en/of gehandhaafd, zodat het in de toekomst blijft werken zoals het is bedoeld (borging).

**Inkoop- en leveranciersmanagement:**

Inkoop- en leveranciersmanagement gaat over het kopen van producten of diensten van andere bedrijven (leveranciers).

**Iteratief:**

Een proces waarbij taken of stappen herhaaldelijk worden uitgevoerd en aangepast, vaak meerdere keren, om geleidelijk verbeteringen aan te brengen en uiteindelijk het gewenste resultaat te bereiken. Het houdt in dat je steeds opnieuw probeert en aanpassingen maakt om vooruitgang te boeken.

**Mensen met een visuele beperking (blind en slechtziend):**

Mensen die moeite hebben met zien. Sommigen kunnen helemaal niet zien (blind) en anderen hebben beperkt zicht (slechtziend).



**Mensen met een auditieve beperking (doof en slechthorend):**

Mensen die problemen hebben met horen; sommigen kunnen helemaal niet horen (doof) en anderen hebben moeite met horen (slechthorend).

**Mensen die geen of een beperkte handfunctie hebben:**

Mensen die hun handen niet kunnen gebruiken of beperkte beweging in hun handen hebben, waardoor ze moeite kunnen hebben met fijne motorische taken, zoals het gebruiken van een computermuis.

**Mensen met een lage taalvaardigheid en anderstaligen:**

Mensen die moeite hebben met spreken, begrijpen of lezen van de taal van de omgeving, en mensen die een andere taal spreken dan de officiële taal van een land.

**Minder digitaal vaardige mensen:**

Mensen die niet zo goed zijn in het gebruik van computers, internet en digitale technologieën.

**Mensen met een (licht) verstandelijke beperking:**

Mensen met beperkingen in hun intellectuele vermogens, variërend van mild tot ernstig, die invloed kunnen hebben op hun begrip en leervermogen.

**Mensen met een psychische kwetsbaarheid:**

Mensen die psychische gezondheidsproblemen hebben, zoals depressie, angst of bipolaire stoornis, die hun emotionele welzijn kunnen beïnvloeden.

Mensen met neurodiversiteit (waaronder autisme, dyslexie, ADHD, epilepsie): Mensen met verschillende manieren van denken en informatie verwerken, wat invloed kan hebben op hun dagelijkse leven en interacties.

**Monitoring:**

Monitoring betekent het nauwlettend in de gaten houden of volgen van iets om te zorgen dat het goed verloopt of om te weten wat er gebeurt.

**Ongemodereerd onderzoek:**

Onderzoek waarbij deelnemers zelfstandig taken uitvoeren of vragen beantwoorden zonder directe begeleiding van een onderzoeker.

**Randvoorwaarden:**

Randvoorwaarden zijn de regels of eisen waaraan je moet voldoen voordat je iets kunt doen. Het zijn de dingen die je moet regelen voordat je kunt beginnen. Bijvoorbeeld: Denk aan een toegankelijk toilet als je iemand in een rolstoel in je gebouw uitnodigt voor een gebruikersonderzoek. Dat moet al geregeld zijn, voor die persoon op locatie is.

**Web Content Accessibility Guidelines (WCAG):**

In het Nederlands ook wel Richtlijnen voor toegankelijke web content. Dit zijn regels en aanbevelingen die ervoor zorgen dat websites en digitale inhoud toegankelijk zijn voor mensen met verschillende beperkingen.

**Verantwoording en compliance:**

Verantwoording en compliance betekent dat je de regels en voorschriften volgt, verantwoordelijkheid neemt voor je acties en beslissingen en hier transparant over bent.

## Zelfevaluatie:

Zelfevaluatie is wanneer je jezelf beoordeelt of nadenkt over je eigen prestaties of gedrag om te zien wat goed gaat en wat verbeterd kan worden.

## 5.2 Genoemde tools/modellen

Digitoegankelijk. (z.d.). Op weg naar digitaal toegankelijke volwassenheid met de Toegankelijkheidsladder. Digitoegankelijk. <https://www.digitoegankelijk.nl>

Fronteers. (z.d.). Wordt eens volwassen: Het Accessibility Maturity Model. Fronteers. <https://www.fronteers.nl>

Harvard University. (z.d.). Project Implicit: Take a test. Implicit.harvard.edu. <https://implicit.harvard.edu/implicit/takeatest.html>

## 5.3 Bronnenlijst

1. Accessibility.nl. (z.d.). Randvoorwaarden inclusief onderzoek. <https://www.accessibility.nl/blog/randvoorwaarden-inclusief-onderzoek>
2. Accessibility.nl. (z.d.). Taal is er altijd. <https://www.accessibility.nl/blog/taal-er-altijd>
3. ACM Digital Library. (z.d.). E-Accessibility Analysis in User Experience for People with Disabilities. <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3328020.3353957>
4. ACM Digital Library. (z.d.). Usability inspection methods for universal accessibility. <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/1028014.1028061>
5. Auli Lepistö & Saila Ovaska. (2004). Usability evaluation involving participants with cognitive disabilities. In Proceedings of the third Nordic conference on Human-computer interaction (NordiCHI '04). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 305–308. <https://doi.org/10.1145/1028014.1028061>
6. Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard business review, 86(6), 84.
7. CommunicatieRijk. (z.d.). Handreiking voor inclusief communicatieonderzoek. Ministerie van Algemene Zaken. <https://www.communicatierijk.nl>
8. Diverse Abilities and Barriers | Web Accessibility Initiative (WAI) | W3C. <https://www.w3.org/WAI/people-use-web/abilities-barriers/>
9. Eurostat. (z.d.). Minstens 32% van de Nederlandse bevolking heeft een permanente beperking. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/hlth\\_silc\\_12\\_custom\\_12811467/bookmark/line?lang=en&bookmarkId=e34b7167-92d8-4c3b-b980-2b81d594769d](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/hlth_silc_12_custom_12811467/bookmark/line?lang=en&bookmarkId=e34b7167-92d8-4c3b-b980-2b81d594769d)
10. Felten, H., Harnacke, C., & Koster, X. (2023, februari). Inclusief communiceren over mensen met een beperking: 8 tips. Movisie. <https://www.movisie.nl>
11. Gebruiker Centraal. (z.d.). Van Direct Duidelijk naar duidelijke overheidscommunicatie – Gebruiker Centraal. Gebruiker Centraal. <https://www.gebruikercentraal.nl/direct-duidelijk>
12. Gebruiker Centraal. (z.d.). Doelgroepen - Toolkit Inclusie. Gebruiker Centraal. <https://www.gebruikercentraal.nl/toolkit-inclusie/doelgroepen>
13. Gebruiker Centraal. (z.d.). Home - Ontwerpen voor Inclusie. <https://www.gebruikercentraal.nl>
14. Hybride Werken Inclusief. (z.d.). Inclusief Hybride Werken – Hybride werken inclusief gemaakt. <https://www.hybridewerkeninclusief.nl>

15. Leids OnderzoeksKollectief (LOK). (2018). Wie doen niet mee? Literatuurstudie naar digitale inclusie van de overheid. Ruud Hoevenagel & Jolanda Joosse.
16. Leids OnderzoeksKollectief (LOK). (2022). Wie bereikt de (Rijks)overheid niet? Literatuurstudie naar inclusieve informatie en dienstverlening van de (Rijks)overheid. Ruud Hoevenagel & Jolanda Joosse.
17. Leids OnderzoeksKollectief (LOK). (2021). Eindrapport.  
<https://www.communicatierijk.nl/documenten/publicaties/2021/06/21/lok-eindrapport>
18. Nielsen Norman Group. (z.d.). How many participants are needed for user research?  
<https://www.nngroup.com/articles/interview-sample-size/>
19. Nielsen Norman Group. (z.d.). Why you only need to test with 5 users.  
<https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>
20. Oogvereniging. (z.d.). Kleurenblindheid  
<https://www.oogvereniging.nl/oogklachten/kleurenblindheid>
21. Optimising inclusive health research: where expectations and realities meet. Meaningful collaboration with people with intellectual disabilities. (2019). Frankena, T.K. Dissertation.
22. Rosales, A. (2023). Digital Ageism: How it Operates and Approaches to Tackling it. Verenigde Staten: Taylor & Francis.
23. VeiligheidNL. (2020). Prevalentie van gehoorverlies in Nederland: Rotterdamse resultaten geëxtrapolerd naar heel Nederland (Rapport 879, Projectnummer 20.0330). Amsterdam: VeiligheidNL.
24. Stichting Lezen en Schrijven. (z.d.). Informatie over Laaggeletterdheid in Nederland.  
<https://www.lezenenschrijven.nl>
25. Sushil K. Oswal. (2019). Breaking the exclusionary boundary between user experience and access: steps toward making UX inclusive of users with disabilities. In Proceedings of the 37th ACM International Conference on the Design of Communication (SIGDOC '19). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, Article 12, 1–8.  
<https://doi.org/10.1145/3328020.3353957>
26. Van Helden, A. (2019). Onderzoeksverslag Interventieonderzoek. Universiteit Utrecht.  
<https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/35161>
27. Van het Veer, J. (2020). Ontwerpen voor zorg en welzijn. Nederland: Boom Lemma Uitgevers.
28. Wegwijzer digitale inclusie. (z.d.). <https://www.digitaleoverheid.nl/overzicht-van-alle-onderwerpen/digitale-inclusie/voor-wie-is-dit-belangrijk/>