
Kwalitatief onderzoek in tijden van corona

Kwalitatief onderzoek in tijden van corona

De meerderheid van de kwalitatieve onderzoekers heeft zijn werkzaamheden afgelopen coronajaar moeten verplaatsen naar het online domein. Alleen op deze manier kon de samenwerking met de opdrachtgever en de veiligheid van onderzoekers en respondenten worden gewaarborgd. De transformatie van offline naar online gaat uiteraard gepaard met een grotere inzet van technische middelen.

Technische middelen zijn niet helemaal vreemd voor kwalitatief onderzoek. Denk aan het inzetten van vergadersoftware, eye trackers, community software, neuro-onderzoekstechniek of eenvoudigweg aan de usabilitytests die wij houden. Maar de rol van techniek is nog nooit zo belangrijk geweest als nu.

Hoe heeft de onderzoeksbranche de transformatie aangepakt? Welke problemen kwamen ze tegen? Hoe zijn deze problemen tot nu toe opgelost? En welke alternatieven zijn er?

Om antwoord te krijgen op deze vragen sprak Martin de Bruin (kwalitatief onderzoeker met een technische inslag), in opdracht van de MOA, met 12 onderzoeksbureaus, 3 selectiebureaus en 3 leveranciers van interviewsoftware. In dit artikel doet hij daar verslag van. Na een korte terugblik, geeft hij een review van gebruikte software en schetst hij de gevolgen van de veranderingen en de situatie na corona.

Auteur



Martin de Bruin

+31(0)624107215

onderzoek@martindebruin.nl

1. Het begin: de lockdown

Voordat in maart 2020 de 'intelligente lockdown' inging is er nog enige tijd geprobeerd om de normale onderzoekspraktijk te blijven uitvoeren. Respondenten met verkoudheidsklachten werden uitgesloten en er werden anderhalvemeterregels nageleefd op de locaties. Uiteindelijk maakte de lockdown hier een eind aan.

"Na de toespraak van Rutte verlamde en versteende de markt."

In sommige branches, zoals de overheid of de gezondheidszorg, stonden opdrachtgevers in het geheel niet meer open voor fysiek onderzoek. Sommige projecten kwamen daardoor direct 'on hold' te staan.

"Een van onze teamleden riep it is happening! Het leek mij het einde van ons bureau."

Sommige opdrachtgevers hadden de neiging om te besparen op hun onderzoeksbudget; het was nu eenmaal crisis. Aanvankelijk was er voor het alternatief van online kwalitatief onderzoek niet direct massale belangstelling, zeker niet als het om de meer 'strategische projecten' ging.

Zoals dat in de onderzoeksbranche gebruikelijk is, werd de nieuwe werkelijkheid niet te veel geproblematiseerd, maar juist omarmd. Vrij snel werden er alternatieven ontwikkeld. Niet alleen door onderzoeksbureaus, maar ook door selectiebureaus en leveranciers van interviewsoftware:

- Onderzoeksbureaus die ook maar een beetje ervaring hadden met online kwalitatief onderzoek, ventileerden dit uitgebreid binnen hun opdrachtgeverskring. De vraag naar online onderzoek kwam gaandeweg op gang en bureaus sprongen daar meer en meer op in.
- Sommige selectiebureaus hadden al ervaring met het ondersteunen van online onderzoek voor speciale (vaak zakelijke of specialistische) doelgroepen. Deze ervaring werkten zij verder uit in hun aanbod.
- Leveranciers van interviewsoftware maakten hun software versneld geschikt voor focusgroepen. De markt vroeg erom. De afname ging vervolgens 'door het plafond', vooral door internationale projecten, opdrachtgevers die eigen onderzoekers in dienst hebben en opdrachtgevers die al gewend waren om digitaal te werken (met community software of software voor remote UX-tests).

2. Review gebruikte software

De voor dit artikel benaderde onderzoekers hebben zich gedurende de impasse in de onderzoeksmarkt georiënteerd op software. Het ging hierbij om video-vergadersoftware (zoals Zoom, Webex of Teams). Bij sommige bureaus zijn werkgroepen in het leven geroepen om alle mogelijkheden van de soort software uit te pluizen. De zoektocht naar geschikte software ging gepaard met vragen als:

- hoe kan een opdrachtgever ongestoord en niet storend meekijken;
- hoe zit het met de privacy van respondenten;
- hoe zorgen we ervoor dat respondenten op tijd en ongehinderd door technische obstakels meedoen?

Hieronder lopen we de door onderzoekers, selectiebureaus en softwareleveranciers genoemde software af. We beginnen met de meest genoemde - en eindigen met de minst genoemde software.

A. De onderzoeksbranche heeft een haat – liefdeverhouding met Zoom

“Wij waren verliefd op Zoom”

Een van de eerste programma's die grote bekendheid kregen was Zoom. Het beeld en geluid was van grote kwaliteit, de respondenten verdwenen niet uit beeld als er iets werd gepresenteerd, break-outsessies waren gemakkelijk te realiseren en er was een apart geluidskanaal voor simultaanvertalingen. Het enige minpunt was dat de microfoon van de deelnemer die aan het woord was, de andere microfoons wegdrukte.

“Er waren – net zoals bij vaccins – verhalen over de veiligheid”

Maar er ontstond ophef rondom Zoom. Met de gratis versie was het onmogelijk om ongenode gasten uit te sluiten en het was niet duidelijk waar de opnamen terechtkwamen (mogelijk buiten Europa, met alle GDPR-gevolgen van dien). Ondanks de latere verbeteringen (bij een professioneel abonnement is inbreken op de vergadering nagenoeg onmogelijk en worden opnamen lokaal bewaard) bleef de perceptie van veiligheidsproblemen hangen. Desondanks werken zowel onderzoeksbureaus als selectiebureaus – voor zover geaccepteerd door de opdrachtgever – nog steeds met Zoom.

B. Teams is net zo ingeburgerd als Zoom

Teams was na verloop van tijd net zo bekend als Zoom; haast iedereen die voor het werk online moest overleggen kende het. Daardoor kon Teams ook worden ingezet als interviewsoftware. Het nadeel van Teams is dat de opnamen in de cloud terechtkomen en dat onduidelijk is wat er vervolgens mee gebeurt. De overheid heeft hier als opdrachtgever bezwaar tegen en sommige opdrachtgevers uit de gezondheidszorg ook. De firewalls van sommige overheidsinstanties blokkeren Teams zelfs. Een ander nadeel is dat sommige respondenten in groepsdiscussies uit beeld verdwijnen op het moment dat het scherm van de interviewer wordt gedeeld om te presenteren. Respondenten krijgen hierdoor minder het idee dat ze aan een groepsdiscussie meedoen.

“Met Teams kun je wel door elkaar praten”

Het voordeel van Teams is dat de microfoons van alle deelnemers openstaan en dat er een whiteboard is waarmee alle deelnemers aan de slag kunnen. Toch blijkt dit laatste geen grote pré te zijn, want tools als Mural en Miro bieden betere mogelijkheden hiervoor.

Opdrachtgevers die gewoonlijk al werken met Teams kunnen gemakkelijk meekijken via Teams. Bij sommige bureaus wordt het beeld van het interview (afkomstig uit andere videoconferentie software) gedeeld in Teams en er kan tussentijds worden overlegd via de chat. Voordeel is dat de meekijker niet zichtbaar is voor de respondenten. Het nadeel is weer dat het onderzoeksteam dan twee platforms moet faciliteren.

C. Als je op safe wilt spelen, dan kun je Webex gebruiken

Webex staat bekend als zeer veilig, zeer veelzijdig en zeer compleet. Er kunnen break-outsessies mee worden gehouden, er is een transcriptiefunctie en een ondertitelingsfunctie (beide gebaseerd op AI) en het is vrij makkelijk om er als respondent in te komen.

“De G20 en de EU gebruiken Webex”

Een van de selectiebureaus biedt deze software standaard aan, waarbij zij ook alle zorg voor de technische realisatie van de gesprekken op zich nemen. Sommige onderzoeksbureaus zien Webex op basis hiervan nu ook als standaard. Eén van de onderzoeksbureaus heeft zelf licenties aangeschaft.

D. *Whereby werkt makkelijk*

Als er usabilitytests worden gehouden, dan is Whereby handig omdat het scherm van de respondent heel makkelijk kan worden gedeeld en omdat het programma direct kan worden gebruikt zonder technische handelingen.

“Respondenten hoeven niets te downloaden voor Whereby”

Net na het ingaan van de lockdown werd het programma meer gebruikt dan nu. De noodzaak om deze software te gebruiken is minder groot geworden omdat veel respondenten inmiddels Zoom of Teams hebben geïnstalleerd, Whereby is dus minder nodig geworden.

E. *Er is van allerlei ‘secundaire software’ om onderzoek mee te verlevendigen*

Er is behoefte bij onderzoekers om online focusgroepen te verlevendigen met polls en dergelijke.

- Qandr biedt de mogelijkheden om polls te houden, of sorteeropdrachten;
- Miro & Mural zijn beide whiteboardprogramma's die gebruikt kunnen worden om geeltjessessies en andere vormen van samenwerking online mee uit te voeren;
- Er worden door bureaus zelf ontwikkelde apps gebruikt om respondenten ter voorbereiding van onderzoek huiswerkopdrachten te laten uitvoeren.

F. *Software voor internationaal onderzoek maakte online onderzoek al mogelijk*

Voor de lockdown ging internationaal onderzoek al gepaard met de inzet van streamingdiensten vanuit de interviewzaal. Focus Vision was een belangrijke partij. Het heeft het dienstenpakket de afgelopen jaren uitgebreid met software voor communities en online focusgroepen.

Een van de onderzoekers geeft aan dat het programma Intervu (waarmee online focusgroepen kunnen worden gehouden) alleen wordt gebruikt voor internationaal onderzoek. Intervu is omgeven met service. Zo worden respondenten bijvoorbeeld voorbereid op het gesprek. Het nadeel is dat de technische projectleiders alleen Engels spreken (met de respondent). Twee andere platforms die in het kader van internationaal onderzoek worden genoemd zijn Discuss IO en High Tech Development. Uiteraard zijn de mogelijkheden voor simultaanvertalingen goed geregeld in deze platforms.

Onderzoekers stellen zich overigens terughoudend op bij het gebruik van dit soort software omdat zij het te duur vinden in vergelijking met de software die hiervoor is genoemd.

G. *Interviewsoftware van leveranciers van community software*

Al jaren zijn er partijen die communities gebruiken als middel om kwalitatief onderzoek te doen. Een community vergt in het algemeen meer tijd dan een individueel interview of een focusgroep. Respondenten reageren dagelijks op vragen, stellingen en opdrachten en discussiëren met elkaar over van tevoren bedachte of spontaan opkomende thema's. De discussies verlopen asynchroon, net als in social media. Sommige onderzoekers vinden dit een nadeel. Daarom hebben de leveranciers van community software zich ingespannen om ook synchrone discussies mogelijk te maken. De eerste mogelijkheden waren chatprogramma's. Onderzoekers vonden deze vorm van discussie te tekstueel. Daarom zijn er opties voor online videogesprekken ontwikkeld. Deze software kan ook zelfstandig, dus los van communities, worden gebruikt. Voorbeelden hiervan zijn Intervu (van Focus Vision), Live video chats (van Recollective) en CMNTY Focus. Een van de onderzoekers die we hebben geraadpleegd werkt bij een bureau dat dit soort software zelf heeft ontwikkeld. Intervu en de community software van Focus Vision sluiten niet modulair op elkaar aan, bij de andere twee platforms is dat wel zo.

In alle gevallen is er een van de respondenten afgeschermd meekijk. Opdrachtgevers kunnen met elkaar overleggen via een chat en bij een van de platforms zelfs ook via een apart geluidskanaal. Opnames worden bewaard op een afgeschermd server en respondenten hoeven geen software te installeren om mee te doen aan onderzoek. De gemeenschappelijke factor is dat alle werkvormen die nodig zijn van tevoren kunnen worden ingebouwd zodat ze makkelijk inzetbaar zijn tijdens het gesprek. Het gaat hierbij om opties zoals delen van beeldmateriaal, video's, polls, markeertaken en het werken met een whiteboard.

De meeste onderzoekers die wij hebben gesproken kennen deze software niet, of denken dat het alleen in combinatie met communities kan worden gebruikt.

H. *Interviewsoftware voor usabilitytests op afstand*

Wat hiervoor is opgemerkt over community software, geldt eigenlijk net zo hard voor software voor remote usability tests. Het is heel gebruikelijk voor onderzoekers die gespecialiseerd zijn in deze vorm van onderzoek, andere onderzoekers kennen het niet. Lookback is een goed voorbeeld. Respondenten moeten een app installeren. Er is een aparte meekijk waarin opdrachtgevers met elkaar kunnen communiceren en gezamenlijke aantekeningen kunnen maken. Opnames worden bewaard op een afgeschermd server.

3. De gevolgen van de transitie

A. *Het begin was moeilijk, maar de onderzoeker is de techniek nu wel de baas*

Onderzoeksbureaus hebben in het begin van de coronatijd met dubbele bezetting moeten draaien om de techniek van online interviews onder de knie te krijgen. De inzet van meerdere platforms (bijvoorbeeld Zoom in combinatie met Miro) leidde ook tot problemen en daarmee tot extra spanning voor de onderzoekers.

“De spanning die gepaard ging met de inzet van techniek straalde soms af op de interviews”

Daarnaast is het zo dat de onderzoekers tegenwoordig letterlijk meer in beeld zijn dan vroeger. Dat was in het offline tijdperk anders. Voor sommige junior onderzoekers is dit een drempel om met interviews te beginnen.

B. *De respondentselecties zijn veranderd*

Respondenten gingen er in het begin voetstoots vanuit dat ze zich – net als in het offline tijdperk – niet hoefden voor te bereiden op het gesprek als dat niet uitdrukkelijk werd gevraagd. Dit leidde ertoe dat respondenten soms te laat of slechts met veel moeite in de conference call verschenen. Dit werd en wordt als storend ervaren omdat het in principe van de netto interviewtijd afgaat. Bij focusgroepen is het effect van late respondenten nog storender omdat een sessie meestal niet van start gaat als een groep nog niet compleet is. Om respondenten te ‘onboarden’ heeft een aantal bureaus de interviewtijd met een kwartiertje verlengd. Omdat het gebruik van alle software gepaard gaat met bepaalde systeemvereisten, gaan selecties tegenwoordig ook vergezeld met allerlei checks op de hardware bij respondenten thuis.

Een van de selectiebureaus merkt op dat het gebruik van digitale tools in het algemeen drempelverhogend werkt en dat het – omdat non-verbale signalen minder goed worden opgepikt – nog belangrijker is geworden dat respondenten zich goed kunnen uiten. Een aantal onderzoekers is het hiermee eens: het beïnvloedt welke respondenten er worden uitgenodigd. Ze moeten bijvoorbeeld een PC hebben, hun verbinding moet stabiel zijn. Met andere woorden: je selectie ziet er misschien nog steeds evenwichtig uit, maar mensen die niet voldoen aan de strengere eisen zijn wel uitgesloten. Het selecteren van respondenten met een lage sociaaleconomische status, minder digitale vaardigheden of een lage geletterdheid is er dan ook niet gemakkelijker op geworden.

“Het was altijd al het zoeken naar een speld in een hooiberg, maar de hooiberg is nu wel een stuk groter geworden.”

Aan de andere kant heeft de transitie er ook toe geleid dat er respondenten betrokken worden uit andere regio's van het land dan voorheen, toen Zwolle of Amersfoort de meest oostelijke onderzoeksteden waren en Den Bosch de zuidelijkste. Ook is het gemakkelijker geworden om te selecteren op bepaalde kenmerken. Ten slotte lijkt het aantal no-shows lager uit te vallen dan voorheen.

C. *Het onderzoek zit dicht op de huid van respondenten*

“Je kwam hilarische situaties tegen: kinderen die in beeld opdoken, pakketjes die werden bezorgd, respondenten die meededen tijdens een wandeling in de duinen; je hebt er allemaal minder grip op. Maar het is wel de realiteit. Dit is het echte leven. Het is nog menselijker geworden.”

Omdat respondenten vanuit hun eigen vertrouwde situatie meedoen, is het gemakkelijker geworden om mee te doen, en voelen zij zich eerder op hun gemak. Bij huis-tuin-en-keuken-onderwerpen kan dit een voordeel zijn. Als het gesprek over koken gaat, dan is het bijvoorbeeld leuk als een respondent ook in de keuken staat. Maar gaat het gesprek over een onderwerp waar de respondent goed bij na moet denken, dan kan het storend zijn als hij of zij al joggend op een hardloopband of kokend in de keuken meedoet aan het interview.

D. *Over de vergelijkbaarheid met offline onderzoek zijn de meningen verdeeld*

“Je ziet de non verbale cues online ook wel, ik merk nauwelijks verschil.”

Het algemene gevoel bij de onderzoekers is dat het bij individuele interviews niet heel veel uitmaakt of ze online worden uitgevoerd of offline. Online interviews lijken soms zelfs beter te werken omdat respondenten in hun eigen omgeving worden geïnterviewd. Het zijn eigenlijk kleine etnografische gesprekken. Gevoelige onderwerpen komen zo beter tot hun recht. Wel vraagt een online interview meer rust van de interviewer, want interrumpen is lastiger. Ook dit wordt niet per se als nadeel ervaren.

Bij focusgroepen is de situatie anders. Oprechte interactie tussen deelnemers is lastiger te realiseren omdat elkaar interrumpen en elkaar aankijken niet kan. Modereren is lastiger omdat veel non-verbale cues onzichtbaar zijn. Als een onderzoeker niet uitkijkt, worden er continu beurtjes afgewerkt. Respondenten praten in dat geval tegen, in plaats van met elkaar en zo ontstaat er geen gemeenschappelijk verhaal. Inzichten ontstaan dan ook niet meer – zoals in de offline situatie – ter plekke, maar moeten worden geforceerd in de analyse. Daarnaast blijkt het moeilijk voor respondenten om zich tijdens het gehele gesprek te blijven focussen. In een grote online groep kan een onderzoeker op een gegeven moment niet

iedere respondent meer aansporen. Veel onderzoekers kiezen daarom voor een kortere interviewduur (één tot anderhalf uur) met minder respondenten (vier á vijf). Het aantal groepen wordt daardoor uiteindelijk hoger.

Co-creatie en workshops zijn zo mogelijk nog lastiger te realiseren. Het gevoel heerst dat alles in principe wel te vertalen is in online tools, maar dat het toch moeilijk is om online deelnemers erbij te betrekken. In een offline situatie kan een onderzoeker bijvoorbeeld de regie nemen over de tijd en de aandacht die iedere deelnemer besteedt aan het bestuderen van input. Normaliter wordt dit verder versterkt door deelnemers verwerkingsopdrachten te geven. Dit kan in een online situatie minder goed. Online is veel zakelijker. Deelnemers checken niet echt in, en je kunt niet samen creëren door samen te schrijven of samen te tekenen.

E. Het is onduidelijker geworden wie er verantwoordelijk is voor privacy van de respondent

Er is een trend waarneembaar dat veel onderzoekers eigenlijk zowel de zorg voor de technische realisatie van de gesprekken als de waarborgen op privacy van respondenten bij selectiebureaus willen neerleggen. Selectiebureaus reageren hier wisselend op. Het ene bureau kaatst de bal terug door ervan uit te gaan dat onderzoekers ook volgens de AVG-richtlijnen werken en hen verantwoordelijk te stellen voor de keuze van het platform. Een ander selectiebureau legt de platformkeuze bij de onderzoeker neer, maar stuurt tegelijkertijd NDA-verklaringen op naar alle meekijkers. Weer een ander bureau stelt juist dat privacy een vergeten item is waar een nieuwe discussie over gevoerd zou moeten worden.

Op het moment dat de respondent met voor- en achternaam in beeld is, kan er geen sprake zijn van anonimiteit. Ook de geografische bewaarlocatie van de opnamen is van belang. Zolang niet duidelijk is waar de server staat waar de opnamen worden bewaard, is er geen garantie op anonimiteit zoals bepaald in de AVG. Als een server niet op Europees grondgebied staat, dan gelden er namelijk andere (en vaak minder strikte) privacyregels.

“Waar zij de opnamen bewaren? Wij gaan ervan uit dat zij dat goed regelen.”

Sommige partijen (selectiebureaus én onderzoeksbureaus) lossen dit probleem op door de interviewbeelden van videoconferencing-software te streamen met streamingssoftware en opnamen te bewaren op een lokale harde schijf. Een professioneel Zoom-abonnement lost dit probleem ook op omdat opnamen standaard op de lokale schijf van de interviewer terechtkomen. Ook met het gebruik van professionele interviewerssoftware is dit probleem afwezig omdat de opnamen op de servers van de softwareleveranciers terechtkomen. Bij navraag bij de leveranciers van interviewerssoftware zeggen Recollective en CMNTY dat zij een server in Europa hebben staan. Alle opnamen en data van Europese klanten komen daar terecht (zodat aan de AVG-richtlijn is voldaan). Opnamen en transcripten kunnen worden gedownload door degenen die toestemming hebben van de onderzoeker. Als een respondent achteraf bezwaar heeft tegen het bewaren van zijn/haar data, dan kan deze per respondent worden verwijderd. Focus Vision geeft geen duidelijkheid over de locatie waar de opnamen, gemaakt met Intervu, worden bewaard, ook niet na een herhaalde vraag van onze kant.

F. Meekijken is gemakkelijker en daardoor populairder geworden, maar niet veiliger

Er zijn tegenwoordig meer meekijkers dan voorheen. Als onderzoekers geen gebruik maken van voorzieningen om meekijkers via een apart circuit te laten meekijken (via aparte streamingssoftware of via professionele interviewsoftware), dan zijn ze in principe in beeld (en niet anoniem). Dit wordt opgelost door aan opdrachtgevers te vragen of ze alleen hun initialen willen gebruiken, en de camera en microfoon willen uitzetten. Sommige onderzoekers vragen aan hun opdrachtgevers om ruim van tevoren in de call te komen omdat het anders zou storen, anderen doen dit niet.

“Meekijkers komen in de call wanneer het hen uitkomt. Er klinkt dan een geluid. Daar doen wij zo luchtig mogelijk over naar de respondent: daar gaat de bel weer, er komt weer iemand binnen.”

Een van de onderzoeksbureaus faciliteert om deze reden live meekijken niet meer bij individuele interviews. Als alternatief worden er kijkavonden georganiseerd waarin een van de onderzoekers een aantal geselecteerde interviews toont en aan elkaar praat.

G. Het contact met de opdrachtgever verloopt moeizamer

“Je mist de kleine gesprekjes tussendoor over dingen die zijn opgevallen. Iedereen mist de goede Thai ook.”

Het nadeel van het laten meekijken via aparte streamingssoftware is dat de onderzoekers geen vast idee hebben van wie er meekijkt. Om toch te kunnen communiceren met de meekijkers wordt er meestal een apart communicatiekanaal opgezet via WhatsApp, mail of een chatprogramma. Dit wordt overigens ook gedaan als er geen streamingssoftware wordt gebruikt. Het zou namelijk storend kunnen werken als respondenten het commentaar en de doorvragen van de meekijkers zien.

Andere onderzoekers spreken met hun opdrachtgevers af dat de chat spaarzaam wordt gebruikt voor

extra vragen aan het einde van het interview. In het algemeen wordt de energie van de meekijkkamer gemist. Het was altijd een uitje voor de opdrachtgever, en bureaus kunnen dat minder goed faciliteren.

Om de meekijkervaring toch nog te optimaliseren zijn de volgende oplossingen bedacht:

- Er wordt een duidelijk startmoment van het veldwerk gecreëerd met Teams of Zoom.
- Er worden 'calls' tussen de gesprekken door gepland om ervaringen uit te wisselen.
- De tweede moderator krijgt als extra taak om de interactie in de meekijk op peil te houden.
- Er wordt gewerkt met Mural en Miro om inzichten met elkaar te delen.
- Er wordt een duidelijke afsluiting van het veldwerk gecreëerd met een mondelinge debriefing via Teams of Zoom.

Professionele interviewsoftware biedt opdrachtgevers de mogelijkheid om met elkaar en met de onderzoekers te overleggen tijdens het onderzoek via chats of een apart geluidskanaal. De interviewer krijgt de chats daarbij telkens kort in beeld. Chats van opdrachtgevers worden bij sommige programma's ook vastgelegd in de transcripten. In de meekijkruimte kunnen meekijkers delen van de gesprekken markeren. Aan het einde van het veldwerk kan op basis hiervan met een paar simpele handelingen een clip worden gemaakt. Bij sommige platforms is er ook een whiteboard beschikbaar zodat meekijkers hun inzichten met elkaar kunnen delen.

H. De romantiek is er vanaf

Ondanks alle maatregelen en voorzieningen wordt er terugverlangd naar de tijd dat er nog offline contact was met de opdrachtgever. Vooral het creatieve stuk wordt gemist: het brainstormen. De romantiek van onderzoek is weggefallen en de beleving bij de opdrachtgever is een stuk minder.

4. Een toekomst na corona

Online kwalitatief onderzoek brengt methodologische en pragmatische voordelen met zich mee. Nu de onderzoeksgemeenschap daaraan gewend is, is een terugkeer lastig voorstelbaar. Argumenten zoals betere geografische spreiding, betere kwaliteit van de selectie en meer betrokkenheid van de opdrachtgever spelen daarbij een belangrijke rol.

A. De discussie over wat een goede discussie is zal moeten worden gevoerd

Aan online kwalitatief onderzoek kleven wel haken en ogen. Onderzoekers vinden bijvoorbeeld dat online focusgroepen niet goed vergelijkbaar zijn met offline focusgroepen. Een goede focusgroep is een snelkookpan waarin met behulp van interactie inzichten ontstaan die voor zowel onderzoeker als opdrachtgever evident zijn. In een online focusgroep verloopt de interactie moeizamer. Dit punt geldt volgens de meeste onderzoekers ook voor een community: bij een focusgroep kun je een discussie in het momentum sturen en kun je in het momentum doorvragen. Bij communities mis je dat.

Onderzoekers die gewend zijn om communities te modereren zijn het hier uiteraard niet mee eens. Ook in een discussie die langer duurt is er gelegenheid tot doorvragen. Iedere keer dat een respondent iets zegt, krijgt de moderator een signaal van de community software. Goede moderatoren maken er een sport van om op zoveel mogelijk signalen te reageren en reacties van respondenten met elkaar te verbinden. Door de langere duur van de discussies gaan respondenten juist meer reflecteren op hun eigen bijdragen, zodat er 'thick data' ontstaat - het goud waar iedere kwalitatieve onderzoeker naar op zoek is.

B. Veel, maar niet alle focusgroepen zullen weer offline worden gehouden

Maar los van deze discussie lijkt het aannemelijk dat veel focusgroepen weer offline zullen worden gehouden na corona. Het dynamische explorerende groepswork, het co-creëren en de workshops keren waarschijnlijk als eerste terug naar het oude normaal. Het is lastig te voorspellen welke focusgroepen daarna nog online worden uitgevoerd. Het is goed voorstelbaar dat focusgroepen waarbij regionale spreiding belangrijk is, of waarin respondenten geraadpleegd moeten worden die niet naar een centrale locatie willen komen, online zullen blijven.

C. De toekomst is hybride

De eerste of juist de laatste sessie van een onderzoek zal offline worden gehouden. Het zal weer een uitje zijn voor de opdrachtgever, de goede Thai zal weer van stal worden gehaald, de onderzoeksromantiek zal terugkomen in de locaties en de inzichten zullen weer evident zijn. Maar het verschil met het précorona-tijdperk is dat er een aanvulling op komt met behulp van een kwalitatief hoogwaardig geselecteerde en goed geografisch gespreide respondentengroep tijdens de online fase. Het wordt er eigenlijk alleen maar beter op.

Selectiebureaus denken dat er over een paar maanden wel weer face to face-onderzoek zal zijn. Ook zij bereiden zich voor op een hybride toekomst. Zij zien kansen om onderzoekers meer ondersteuning te bieden bij de voorbereiding en uitvoering van onderzoek. Alle selectiebureaus schatten in dat er drastisch minder individuele gesprekken op locaties zullen worden gehouden. Het is zelfs de vraag of het nog wel nodig is om alle onderzoekslocaties open te houden.

D. Wensenlijst voor de hybride toekomst.

1. Het meekijken moet worden geprofessionaliseerd. Onderzoekers voelen zich toch niet helemaal senang bij de (on)zichtbaarheid van hun opdrachtgevers en de afwezigheid van een makkelijke manier om te kunnen overleggen tijdens veldwerk.
2. Ook het managen van opnamen kan worden verbeterd. Zowel selectiebureaus als onderzoekers hebben het gevoel dat ze veel heen en weer moeten slepen met opnamen (van lokale schijf naar gedeelde schijf en van onderzoeker naar opdrachtgever). Daarbij is ook de veiligheid nog steeds een issue.
3. Sommige onderzoekers hebben nog geen goede technische oplossing gevonden om online onderzoek simultaan te laten vertalen.
4. Als focusgroepen en workshops toch online gehouden worden, dan moeten er ideeën en middelen beschikbaar komen om ze beter en creatiever te laten verlopen, zodat de gesprekken levendiger worden en er betere inzichten uitkomen.
5. Zowel onderzoekers als selectiebureaus vinden dat er betere en duidelijkere afspraken moeten worden gemaakt. Selectiebureaus bieden extra diensten aan voor een meerprijs, maar het is sommige onderzoekers niet duidelijk tot hoever de dienstverlening precies gaat. Selectiebureaus vragen om begrip voor het feit dat er ondanks allerlei voorzorgsmaatregelen dingen mis kunnen gaan bij kwalitatief onderzoek, net als in het précorona-tijdperk. Uitvallers zullen er altijd zijn, de capaciteit van een wifi-router fluctueert nu eenmaal en respondenten vergeten soms op welk device ze zouden deelnemen.
6. Er is weinig standaardisatie als het gaat om het gebruik van tools. Per tool worden andere browsers en browsersversies getolereerd. Er is behoefte aan een tool die toleranter is voor verschillen in browsers en browsersversies. Selectiebureaus vinden dat onderzoekers zich bewuster moeten zijn van de eisen die de door hen gebruikte tool met zich meebrengt. Deze eisen moeten duidelijk kenbaar worden gemaakt bij de selectiebriefing.

E. Het ontbreekt aan kennis van software in de onderzoeksbranche

De eerste drie van bovenstaande wensen vloeien hoogstwaarschijnlijk voort uit ervaringen met software die niet is bedoeld als interviewsoftware. In de software die daar wel voor bedoeld is, zijn deze wensen namelijk al geruime tijd gerealiseerd. Ook is er al een aanbod voor de vierde wens.

1. Er is al een aparte meekijk beschikbaar waarin met elkaar en met de onderzoeker kan worden gecommuniceerd.
2. Opnamen worden al centraal bewaard en als de opdrachtgever daartoe gemachtigd is door de onderzoeker, kunnen ze worden bekeken of gedownload.
3. Er is al een apart geluidskanaal aanwezig voor de vertaling.
4. Een van de leveranciers biedt ook actieve hulp bij het gebruiken van tools om online focusgroepen mee te verlevendigen, de anderen bieden voornamelijk mogelijkheden, en organiseren online trainingen over dit onderwerp.

F. De ontwikkeling van kwalitatief onderzoek heeft door corona een online impuls gekregen

Professionele interviewsoftware is voortgekomen uit de wereld van internationaal onderzoek, de community- en de UX wereld. Dit soort software is blijkbaar alleen bekend bij kwalitatief onderzoekers die gespecialiseerd zijn in één of meer van deze werelden. En blijkbaar hebben zij niet aan het roer gestaan toen de offline praktijk moest worden omgezet naar online.

Leveranciers van interviewsoftware denken dat deze situatie tijdelijk is. Zodra onderzoekers de eerste transformatie van offline naar online door zijn, zullen zij ongetwijfeld verder gaan kijken. En dan zullen hun ogen opengaan voor de vele mogelijkheden die de online wereld biedt. Onderzoekers verwachten misschien dat professionele interviewsoftware (te) duur zal zijn, maar het zal hen tijd en zorgen besparen. Bovendien is er, als het goed is, nog geld beschikbaar die voorheen aan locaties en de Thai werd besteed.

Op basis van deze gespreksronde kunnen we constateren dat de potentie van online kwalitatief onderzoek nog niet volledig is benut en dat de mogelijkheden voor doorontwikkeling ook nog lang niet zijn uitgeput. We gaan een interessante toekomst tegemoet, zoveel is zeker!

Deze publicatie is tot stand gekomen dankzij de medewerking van:

Be Keen	<i>Pauline Ulbrich</i>	Mare	<i>Kees Jan Hoogeveen</i>
CG Selecties	<i>Merik te Grootenhuis</i>	Motivaction	<i>Sander Kluiters</i>
Respondenten.nl	<i>Yvette Huitema</i>	Perspective	<i>Lisa van der Groot</i>
Coëfficiënt	<i>Nieske Witlox</i>	Ruigrok NetPanel	<i>Marit Klooster</i>
Delta Marktonderzoek	<i>Jan Urlings</i>	Sam Health	<i>Mieke Jansen</i>
Ferro Explore	<i>Jochum Stienstra</i>	Wonder by MarketResponse	<i>Lotteke van Nimwegen</i>
Haystack	<i>Stefan Peters</i>	CMNTY	<i>Andre Griff</i>
InSites Consulting	<i>Jeroen Laarman</i>	Focus Vision	<i>Teodora Mileva</i>
Ipsos	<i>Madeleine de Bree</i>	Recollective	<i>Stephen Thompson</i>