

Onderwerp Programma publieke dienstverlening, voortgang 2012 en vooruitblik  
2013

Steller G.I.J. Smit

De leden van de raad van de gemeente Groningen  
te  
GRONINGEN

Telefoon (050) 367 70 30 Bijlage(n) 3.

Ons kenmerk DI 13.3633714

Datum **13 JUN 2013** Uw brief van

Uw kenmerk -

Geachte heer, mevrouw,

#### Inleiding

Ons college is voortdurend bezig de publieke dienstverlening door te ontwikkelen. Hierdoor wordt de dienstverlening aan individuele burgers, bedrijven en instellingen verder verbeterd. Dat doen wij op basis van de Visie Publieke Dienstverlening 2014 (Stad & Stadhuis) die door uw raad op 19 september 2009 is vastgesteld. Met deze brief informeren wij u over wat in hoofdlijnen in de uitvoering van de visie in 2012 is gerealiseerd.

Zoals wij u in de vorige voortgangsrapportage ook hebben gemeld, staat momenteel de ontwikkeling van één gemeentelijk klantcontactcentrum (KCC) centraal. Naar aanleiding van een begin 2013 uitgevoerd Peergroep-onderzoek<sup>1</sup> passen wij de sturing op publieke dienstverlening aan. De belangrijkste aanbevelingen die we hebben overgenomen zijn: versnellen en verbreden (dus niet alleen de focus op de telefonie), de lijn verantwoordelijk maken, gebruik maken van het momentum van de verhuisbeweging en zwaarder inzetten op digitalisering.

We onderzoeken nu welke organisatieonderdelen deel gaan uitmaken van het KCC. Naast organisatiebrede concentratie van de telefonie wordt voor wat betreft het bredere KCC-takenpakket voor alle kanalen van dienstverlening nu met name gedacht aan (onderdelen van) Parkeren (ook n.a.v. uw motie

---

<sup>1</sup> Een aantal experts uit het land (o.a. Directeur KCC Leeuwarden, Hoofd Publieke Dienstverlening Enschede) heeft op basis van interviews met direct betrokkenen en hun eigen ervaringen de ambtelijk opdrachtgever een aantal aanbevelingen ter hand gedaan over de realisatie van het KCC.



'openingstijden' van november 2011<sup>2</sup>), Bouw en Woningtoezicht, Burgerzaken, Publiekszaken en Belastingen. Vervolgens zullen ook de publiekscontacten van andere organisatieonderdelen ingebed kunnen worden in het KCC. We investering de komende jaren organisatiebreed in de kwaliteit van de publieksdienstverlening.

Belangrijk ijkpunt wordt de bundeling van alle telefonie van onze gemeentelijke organisatie in het KCC, voorzien per 1 januari 2014. We verkennen of de locatie aan het Europapark naast inhuizing SoZaWe vanaf de start eind dit jaar tevens benut kan worden voor het bundelen van KCC-dienstverlening in dit gebouw en vervolgens op termijn uit kan groeien tot een compleet KCC: het gebouw zou zo kunnen uitgroeien tot het ContactpuntStad waar burgers terecht kunnen voor al hun gemeentezaken.

We voorzien daarbij dat we in de Kreupelstraat het huidige dienstenpakket zullen blijven aanbieden, in de toekomst mogelijk als een kleinere dependance voor de meest gangbare eenvoudiger KCC producten -zoals ook in andere steden wel gebruikelijk een stadswinkel - KCC-to-go. Het betreft hier nadrukkelijk een denkrichting; uiteraard zullen we u meenemen in verdere besluitvorming rond dit thema.

#### Terugblik op 2012

Het jaar 2012 stond voor het programma Stad & Stadhuis vooral in het teken van de vorming van het Klant Contact centrum (KCC). Belangrijke stappen daarin waren de vaststelling van het ontwikkelplan KCC door het College in maart 2012 en de start op 1 juli 2012 van het werken op de KCC manier aan de Kreupelstraat.

Hiermee bedoelen we dat we elk klantcontact registreren, dat we antwoord geven met behulp van het kennissysteem en alleen doorverbinden wanneer dat nodig is. Ook werken we meer dan voorheen met meetgegevens over ons klantcontact.

We hebben ons eerst gericht op het telefoniekanaal, omdat deze qua volume verreweg het meeste verkeer genereert. Daarnaast zijn we gestart met het uitvoeringsplan KCC en de voorbereiding van de inhuizing van de frontoffice van Stadsbeheer aan de Kreupelstraat, die begin 2013 heeft plaatsgevonden.

#### *Internet*

In het afgelopen jaar is een uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek naar de gemeentelijke website gehouden. De uitkomst is positief te noemen.

---

<sup>2</sup> In de beantwoording van deze motie hebben we aangegeven de voorgestelde verplaatsing van Parkeren naar de Kreupelstraat op zich een goed idee te vinden, maar deze verhuizing mee te willen nemen in de brede KCC-ontwikkeling. De verhuizing naar het Harm Buitenplein past daarin.



Gemiddeld scoort de site een 7 op klanttevredenheid. Indien gekeken wordt naar het leveren van producten en / of diensten is de score zelfs 7,7.

We hebben het productaanbod op Internet in 2012 aanzienlijk uitgebreid. Naast de uitbreiding van het maken van afspraken via internet met 56 producten, hebben we onder andere de volgende nieuwe producten online gezet: diverse belastingproducten (onder andere 'hondenbelasting') diverse bijzondere bijstandsproducten (onder andere 'aanvraag witgoed'), grofvuilmeldingen en diverse producten en diensten van de gemeente Ten Boer.

Daarnaast hebben we een aantal verbeteringen in bestaande e-dienstverleningsprocessen aangebracht. Deze zijn niet altijd zichtbaar voor de burger, maar leveren wel grote efficiencyvoordelen op. Een voorbeeld is de binnengemeentelijke verhuizing. Sinds 2006 is het al mogelijk om via internet een verhuizing door te geven als burger van de stad Groningen; deze mutatie werd 'aan de achterkant' vervolgens handmatig verwerkt. Nu gaat dit vrijwel volledig digitaal. Een ander voorbeeld is de internetbetaling; voorheen werden deze handmatig verwerkt, nu geautomatiseerd. In 2012 zijn meer dan 5000 betalingen via internet gerealiseerd op nog een beperkt aantal producten.

In totaal hebben in 2012 73.000 internettransacties plaatsgevonden, ten opzichte van 58.000 transacties in 2011. Dit is een toename van 26%.

#### *Balie*

De belangrijkste gemeentelijke publieksbalies hebben deelgenomen aan de landelijke Benchmark Publiekszaken. Gemeten zijn onder meer deskundigheid, vriendelijkheid, openingstijden en wachttijden. Er zijn ook signalen ten aanzien van de snelheid van het internet. Dit heeft de aandacht van het college.

Het hoge cijfer voor de klanttevredenheid bij de balies is nagenoeg gelijk gebleven: een 7,7 in 2011 werd een 7,8 in 2012. Dit jaar hebben we naast de locaties DIA, RO/EZ en SOZAWE ook de HVD gemeten. Wederom gaven de respondenten aan tevreden te zijn over de wachttijden en blijkt men de deskundigheid van de baliemedewerker belangrijk te vinden.

Landelijk gezien steken we met dit cijfer boven het gemiddelde van 7,7 uit.

#### *Telefonie en e-mail*

Vanaf 1 januari 2012 kunnen burgers ons voor een aantal nummers (algemeen nummer en een aantal nummers bij Publiekszaken/Belastingen) bereiken onder **14 050**. We communiceren hier nog niet uitgebreid over omdat in de loop van 2013 alle andere publieke nummers aansluiten. Dit sluit aan bij de een landelijke campagne, begin 2014, over de bereikbaarheid van de gemeenten via het 14 + nummer.

In 2012 is de nulmeting klanttevredenheid voor het kanaal telefonie en mail voorbereid en afgestemd met de loketeigenaren. Beide kanalen migreren in 2013 naar het KCC. Door de klantbeleving voortdurend te onderzoeken en het plaatsen van de resultaten in een klantcontactmonitor, kunnen loketeigenaren in één oogopslag de waardering van de dienstverlening van de gemeente zien. De nulmeting vindt waarschijnlijk in het tweede kwartaal van 2013 plaats.

#### *Brieven/post*

In 2012 is voor de tweede keer het project Bouwen aan Brieven uitgevoerd. Op een interactieve manier is de kwaliteit van brieven gemeten, burgers konden zelf suggesties doen. Uit de respons blijkt dat de aangepaste brieven door de burgers hoger worden gewaardeerd. Inmiddels is de zorg voor de verbetering van de kwaliteit van brieven weer overgedragen aan de proceseigenaren.

#### *Overig*

In het kader van het Europese project Opening Up, dat gaat over sociale media, dienstverlening en open data, is onder meer een pilot webmonitoring opgezet. In dit project wordt gemonitord wat in de sociale media over Groningen wordt gezegd (de 'buzz').

Samen met de hogeschool Mechelen in België is in oktober 2012 een congres georganiseerd over sociale media en gemeenten. Er waren 240 deelnemers uit een zestal Europese landen.

Tot zover de terugkoppeling over de resultaten die in 2012 zijn behaald. Zoals in de inleiding staat, zullen wij u binnenkort berichten over de activiteiten die we in 2013 gaan uitvoeren.

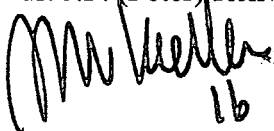
#### Aanvullende informatie

Als bijlagen treft u samenvattingen van de onderstaande onderzoeken aan:

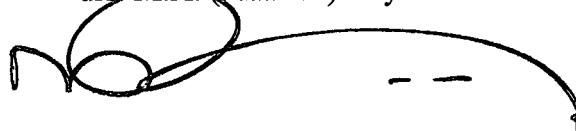
- Klanttevredenheidsonderzoek gemeentelijke publieksbalies 2012
- Klanttevredenheidsonderzoek gemeentelijke website 2012
- Rapportage Bouwen aan brieven

Met vriendelijke groet,  
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,  
dr. J.P. (Peter) Rehwinkel

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Peter Rehwinkel', with the number '16' written below it.

de secretaris,  
drs. M.A. (Maarten) Ruys

A large, stylized handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maarten Ruys', with a long horizontal line extending to the right.

BASIS VOOR BELEID

**OS** | ONDERZOEK  
DE STATISTIEK  
GRONINGEN



## **Klant tevredenheids onderzoek Baliebezoek 2012**

**DIA, SOZAWE, ROEZ en Hulpverleningsdienst**

**Resultaten Klanttevredenheidsonderzoek 2012  
Publieksbalies DIA/SOZAWE/ROEZ/ Hulpverleningsdienst**

**Als onderdeel van de Benchmark Publiekszaken 2012**

Klanttevredenheidsonderzoek 2012  
Publieksbalies DIA/SOZAWE/ROEZ/Hulpverleningsdienst  
In opdracht van het programmabureau Stad en Stadhuis

Age Stinissen

Onderzoek en Statistiek Groningen  
juni 2012

## Inhoud

Inleiding.....	7
1. Algemeen en respons.....	8
1.1 Onderzoekperiode .....	8
1.2 De respons .....	8
2. Het bezoek aan de balie.....	9
3. Oordeel over de dienstverlening.....	11
3.1 Totaaloordeel.....	11
3.2 Waardering en belang dienstverleningsaspecten balie .....	12
3.3 Verwachtingen vooraf.....	14
3.4 Wachttijden aan de balie.....	15
3.5 Opmerkingen die de respondenten gaven.....	16
4. Nieuwbouw voor SOZawe .....	17
Bijlagen.....	18

## Inleiding

Dit jaar neemt Groningen deel aan Benchmarking Publiekszaken. De benchmark maakt jaarlijks de prestaties van gemeenten op het gebied van publieke dienstverlening zichtbaar door deze met elkaar te vergelijken aan de hand van kengetallen. Dit biedt de deelnemende gemeenten inzicht waarmee ze hun dienstverlening waar nodig kunnen verbeteren. Een terugkerend onderdeel van Benchmarking Publiekszaken is het Klanttevredenheidsonderzoek (KTO) die het oordeel van de burger ten aanzien van de dienstverlening via het kanaal balie weergeven.

Het onderzoek heeft plaatsgevonden door middel van een enquête onder de bezoekers van de balies van de DIA, de dienst SOZawe, de dienst ROEZ en de Hulpverleningsdienst. De bezoekers zijn door enquêteurs van Onderzoek en Statistiek Groningen ondervraagd na hun bezoek aan de balie.

De resultaten zullen worden opgenomen in de website [waarstaatjegemeente.nl](http://www.waarstaatjegemeente.nl).



# 1. Algemeen en respons

## 1.1 Onderzoeksperiode

Onderzoek is gedaan in de periode van 18 april tot en met 25 mei 2012. In totaal zijn er ruim 400 baliebezoekers ondervraagd direct na hun bezoek aan de balie.

Voor het onderzoek zijn alleen klanten geënquêteerd die de hoofdbalies van de diensten hebben bezocht. Voor de DIA is dat de balie aan de Kreupelstraat, voor ROEZ aan het Gedempte Zuiderdiep voor SOZAWE aan de Eendrachtskade en voor de Hulpverleningsdienst aan het Hanzeplein. De DIA heeft daarnaast twee nevenlocaties in Hoogkerk en Lewenborg en SOZAWE heeft een nevenlocatie aan de Zaagmuldersweg. Per dienst zijn minimaal 100 klanten geënquêteerd.

### Er is veel gebruik gemaakt van rapportcijfers

In het onderzoek is aan de bezoekers gevraagd om een aspect van de geboden dienstverlening te beoordelen met een rapportcijfer. Dit omdat een cijfer voor de bezoekers een makkelijke manier is om een oordeel weer te geven. Daarnaast is het maken van berekeningen, zoals gemiddelden gemakkelijk met rapportcijfers.

Rapportcijfers liggen, wanneer mensen hun oordeel geven over dienstverlening, veelal tussen een 5 en een 8. Dit betekent dat de respondenten op een tienpunts-schaal vaak een rapportcijfer kiezen dat ergens 'in het midden' ligt. De tienpunts-schaal is daarmee bijna niet meer dan een vierpunts-schaal. Juist om die reden zijn op het oog kleine verschillen (van enkele tiende punten) zeer betekenisvol: op een (vierpunts)schaal zijn deze verschillen relatief groot.

Uit onderzoek is gebleken dat een 7 het rapportcijfer is dat het meeste gegeven wordt bij tevredenheidsonderzoeken.

## 1.2 De respons

In totaal zijn er 415 geslaagde enquêtes met baliebezoekers geweest. In tabel 1.1 staat de totale respons per dienst weergegeven. In bijlage 1 naar leeftijd. De vier diensten ontvangen een heel verschillend aantal bezoekers aan de balie. Op jaarbasis is dat voor de DIA circa 200.000, voor SOZAWE een kleine 60.000 voor ROEZ minder dan 20.000 en voor de HVD ongeveer 26.000. Streven was om van elke dienst minimaal 100 personen te enquêteren. Dit is voor alle diensten gelukt. Bij de uitwerking van de resultaten zullen steeds de diensten apart behandeld worden. Van de geënquêteerden was 55 procent man. Bij ROEZ en SOZAWE zijn naar verhouding meer mannen geënquêteerd dan vrouwen. Een aantal mensen weigerde mee te werken aan het onderzoek. De meest gehoorde reden was gebrek aan tijd, maar bij de dienst SOZAWE was er ook een aanzienlijk aantal klanten (14) die niet mee wilden werken omdat men ontevreden was.

Tabel 1.1 De respons per dienst naar geslacht

dienst	Man	Vrouw	totaal
DIA	55	56	111
ROEZ	65	35	100
SOZAWE	57	44	101
Hulpverleningsdienst	52	51	103
<b>totaal</b>	<b>229</b>	<b>186</b>	<b>415</b>

## 2. Het bezoek aan de balie

### Reden van het bezoek aan de publieksbalie

Voor de DIA is 2012 is het aanvragen of afhalen van het rijbewijs, ID kaart of paspoort de meest voorkomende reden voor het bezoek. Daarnaast komen er veel klanten voor de afdeling Belastingen, een verklaring omtrent gedrag of het doorgeven van een verhuizing. Bij ROEZ is de meest voorkomende reden voor een baliebezoek een parkeervergunning, parkeerkaart of parkeerplaats. Bij ROEZ komen ook veel mensen met ondernemersvragen, in de tabel staat dit onder 'iets anders'. Bij SOZAWE komen de meeste mensen voor bijstand, bijzondere bijstand of voor de Groningse Kredietbank. Bij de Hulpverleningsdienst komen de mensen vooral voor reizigersinformatie. Zie verder de tabellen.

Tabel 2.1a Antwoord op de vraag: wat is de belangrijkste reden van uw bezoek aan de DIA

	DIA
paspoort	42
identiteitskaart	16
rijbewijs	13
belasting / gemeentebelasting	8
verklaring omtrent gedrag	8
inschrijving in de gemeente	7
adreswijziging doorgeven	3
geboorte (aangifte)	3
iets anders	11
<b>totaal</b>	<b>111</b>

Tabel 2.1 b Antwoord op de vraag: wat is de belangrijkste reden van uw bezoek aan ROEZ

	ROEZ
parkeervergunning/plaats	49
omgevingsvergunning	17
bestemmingsplan inzien	17
iets anders	17
<b>totaal</b>	<b>100</b>

Tabel 2.1 c Antwoord op de vraag: wat is de belangrijkste reden van uw bezoek aan SOZAWE

	SOZAWE
bijstand	50
Groningse Krediet Bank	38
bijzondere bijstand	11
iets anders	2
<b>totaal</b>	<b>101</b>

Tabel 2.1 d Antwoord op de vraag: wat is de belangrijkste reden van uw bezoek aan de Hulpverleningsdienst

	Hulpverleningsdienst
reizigersinformatie	72
T.B.C. bestrijding	21
zorgloket / WMO	9
iets anders/onbekend	1
<b>totaal</b>	<b>103</b>

### Het maken van een afspraak.

Bij de DIA, bij ROEZ en bij de Hulpverleningsdienst kan men voor bepaalde producten van te voren een afspraak inplannen per internet. Het maken van een afspraak vooraf aan een bezoek kan ervoor zorgen dat er efficiënter gewerkt wordt en bezoekers minder lang hoeven te wachten. Als men dan binnenkomt wordt men in principe binnen 5 minuten geholpen. De producten waarvoor een afspraak kan worden gemaakt zijn bij de DIA: bij burgerzaken voor het kopen van een paspoort/ID kaart of rijbewijs, voor het plannen van een huwelijk, voor immigratie en een afspraak voor studenten, voor geboorteaangifte en een verklaring omtrent gedrag. Bij belastingen van de DIA kan men een afspraak maken voor kwijtschelding. Bij ROEZ kan men een afspraak voor het bedrijvenloket maken of een afspraak voor bouwdoSSIERS. Bij de Hulpverleningsdienst kan een afspraak gemaakt worden voor reizigersadvies. In tabel 2.2 staat het antwoord op de vraag of men van te voren een afspraak heeft gemaakt en zo ja hoe die afspraak dan is gemaakt.

Tabel 2.2 Antwoord op de vraag of men voor het bezoek een afspraak heeft gemaakt, procenten

		DIA	ROEZ	SOZAWE	HVD	totaal
ja,	telefonisch	0%	24%	13%	31%	17%
	internet / e-mail	36%	7%	5%	17%	17%
	bij een eerder baliebezoek	0%	1%	11%	6%	4%
	op uitnodiging/brief	0%	0%	16%	6%	5%
	anders	0%	1%	2%	4%	2%
<b>totaal ja</b>	<b>afspraak gemaakt</b>	<b>36%</b>	<b>33%</b>	<b>47%</b>	<b>93%</b>	<b>52%</b>
<b>nee</b>	<b>geen afspraak gemaakt</b>	<b>64%</b>	<b>67%</b>	<b>53%</b>	<b>7%</b>	<b>48%</b>
<b>totaal absoluut</b>		<b>111</b>	<b>100</b>	<b>101</b>	<b>103</b>	<b>415</b>

Bij de DIA heeft 36 procent van te voren een afspraak gemaakt, iedereen per internet. Dit is meer dan vorig jaar, toen 27 procent een afspraak per internet had gemaakt. Bij de andere diensten komt het telefonisch maken van een afspraak relatief veel meer voor. De mensen die een afspraak hebben gemaakt bij ROEZ komen voor diverse zaken. Bij SOZAWE komt de afspraak voor het bezoek vaak niet vanuit de klant maar vanuit de organisatie. Een aantal respondenten bij SOZAWE heeft een oproep gekregen per brief of heeft de afspraak bij het vorige bezoek. Zowel voor de bijstand als voor een bezoek aan de kredietbank. Bij SOZAWE komen veel klanten meerdere malen langs. Bij de dienst SOZAWE kan geen afspraak via de website worden gemaakt. Bij de Hulpverleningsdienst komen maar weinig mensen zonder een afspraak. Veel afspraken voor een bezoek aan deze dienst worden telefonisch gemaakt. De afspraken per internet / e-mail zijn voor de afdeling reizigersadvies. Bij de DIA, ROEZ en SOZAWE komt het merendeel van de klanten zonder afspraak. Er is een grote stijging van het aantal mensen dat op afspraak komt ten opzichte van vorig onderzoek (een stijging van 28 naar 52 procent). Dit komt vooral omdat bij de Hulpverleningsdienst veel mensen op afspraak komen en bij de Hulpverleningsdienst is vorig jaar geen balieonderzoek geweest.

### 3. Oordeel over de dienstverlening

#### 3.1 Totaaloordeel

Aan de respondenten is voor een aantal aspecten van de dienstverlening gevraagd wat het oordeel is. Voor elk aspect konden de respondenten een rapportcijfer geven. Daarna is gevraagd wat het totaaloordeel van de dienst is uitgedrukt in een algeheel rapportcijfer. In onderstaande tabel staat dat totaaloordeel per dienst vergeleken met de oordelen van 2009 en 2011.

Tabel 3.1 totaaloordeel met betrekking tot het bezoek aan de dienst, gemiddeld rapportcijfer

Dienst	2009	2011	2012	spreiding 2012
DIA	7,6	8,0	8,0	1-10
ROEZ	7,5	7,9	7,7	1-10
SOZawe	7,4	7,6	7,3	1-10
Hulpverleningsdienst	7,8		8,2	5-10
<b>totaal oordeel</b>	<b>7,5</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>	<b>1-10</b>

Het totaaloordeel van de diensten ligt tussen de 7,3 en de 8,2. Dit is een hoog cijfer vergeleken met wat doorgaans voor dienstverlening wordt gegeven. Het cijfer is gemiddeld wel iets lager dan in 2011. In 2011 scoorden alle gemeenten met 100.000 of meer inwoners hoog, een cijfer tussen de 7,5 en 8,1 voor hun centrale publieksbalie. In de laatste kolom staat de spreiding van de gegeven cijfers. Bij de dienst SOZawe is door 2 klanten een 1 gegeven, de overige cijfers zijn een 4 of hoger. Bij deze dienst dient nog wel te worden opgemerkt dat 14 klanten niet wilden meewerken aan het onderzoek omdat ze ontevreden waren. Bij de DIA gaf 1 persoon een 1 en de rest een 6 of hoger, Bij ROEZ gaf ook 1 persoon een 1, 1 persoon een 4 en de rest een 6 of hoger. De baliedienstverlening van de Hulpverleningsdienst scoort het hoogste, dit was ook het geval in 2009.

### 3.2 Waardering en belang dienstverleningsaspecten balie

In onderstaande tabel staat per aspect en per dienst aangegeven wat het gemiddelde cijfer is.

Tabel 3.2 beoordeling van de dienstverleningsaspecten per dienst, 2012

aspecten	DIA	ROEZ	SOZawe	HVD
<b>Het gebouw</b>				
De openingstijden van het gebouw	7,4	7,4	7,7	7,8
De bereikbaarheid van het gebouw	8,0	7,4	7,5	8,2
De parkeergelegenheid bij het gebouw voor zowel fiets als auto	6,6	6,8	6,7	7,1
De overzichtelijkheid van de entree van het gebouw	7,5	7,2	7,2	8,2
De verwijzingsborden (of bewegwijzering) in het gebouw	7,6	7,4	6,7	6,8
De wachtruimte in het gebouw bij publieksbalie	7,8	7,8	6,7	8,1
De privacy bij de balies in het gebouw	7,7	7,4	5,9	7,3
<b>Menselijke aspecten</b>				
De vriendelijkheid van de medewerker	8,6	8,3	7,8	8,8
De deskundigheid van de medewerker	8,2	8,2	7,4	8,6
De uiterlijke verzorging van de medewerker	8,3	8,4	7,9	8,6
De mate waarin de medewerker zich in uw situatie heeft ingeleefd	8,0	8,1	7,4	8,6
De bereidheid van de medewerker om u te helpen	8,3	8,1	7,6	8,7
De mate waarin de medewerker zich verantwoordelijk toonde om uw vraag of probleem op te lossen	8,2	8,1	7,4	8,6
De mate waarin de medewerker oplossingen of ideeën aandroeg waar u zelf nog niet aan had gedacht	7,6	8,0	6,8	8,4
De manier waarop de medewerker niet alleen zichzelf (of zijn dienst) vertegenwoordigde maar de hele gemeente	7,8	8,0	6,5	7,8
<b>Overige aspecten</b>				
De wachttijd voordat u werd geholpen	8,4	7,9	7,1	8,1
De mate waarin u op de hoogte werd gehouden van het verloop van de dienstverlening	7,8	7,8	6,6	8,1
De duidelijkheid van de informatie die u gekregen heeft	8,0	8,1	6,6	8,4
De totale doorlooptijd van uw vraag (tijd die nodig is geweest om het gevraagde te krijgen)	7,8	8,0	6,1	8,1
De prijs van het product/de dienst	5,8	6,1		6,4
De herkenbaarheid, zichtbaarheid en houding van de medewerkers beveiliging			7,1	

In het balieonderzoek is de bezoekers gevraagd om een aantal aspecten van de dienstverlening te beoordelen en aan te geven welke aspecten voor hen het belangrijkste zijn. In bijlage 3 staan alle gegeven rapportcijfers per aspect per dienst weergegeven. Uit deze bijlage valt op te maken dat voor bijna alle aspecten bij alle diensten er respondenten zijn die het aspect met een 10 beoordelen. Het laagste cijfer loopt uiteen van een 1 tot een 7.

Net als in de voorgaande jaren worden in 2012 vooral de menselijke aspecten van de dienstverlening goed gewaardeerd. De gemiddelde waardering voor de menselijke aspecten is een 8,0 terwijl voor de aspecten die betrekking hebben op het gebouw de gemiddelde waardering een 7,4 is.

Van de menselijke aspecten scoren de vriendelijkheid en de uiterlijke verzorging van de medewerker het hoogst. Voor de uiterlijke verzorging van de medewerker wordt bij de DIA niet lager dan een 7 gegeven. Een aantal menselijke aspecten scoren bij de dienst SOZawe lager dan bij de andere diensten.

Het laagste gewaardeerd worden de parkeergelegenheid en de prijs van de producten of diensten. De prijs is overigens in veel gevallen (alle bij de dienst SOZAWE) niet van toepassing. Ook de bewegwijzering binnen het gebouw en de privacy bij de balies scoort minder dan gemiddeld. De privacy bij de balies wordt bij SOZAWE gemiddeld gewaardeerd op een 5,9, lager dan in 2011 (toen een 6,4).

### Belang aspecten dienstverlening.

Aan de respondenten is ook gevraagd wat zij het belangrijkste aspect van de dienstverlening vinden, wat het op één na het belangrijkste en wat het op twee na belangrijkste aspect. Men kon daarbij kiezen uit de aspecten die ook met een rapportcijfer beoordeeld zijn. In onderstaande tabel staat dit belang per aspect weergegeven. In bijlage 4 staan de aantallen per dienst uitgewerkt.

Tabel 3.3 het belang van de diverse aspecten

aspect	percentage belang
De deskundigheid van de medewerker	19,5%
De wachttijd voordat u werd geholpen	10,5%
De vriendelijkheid van de medewerker	10,4%
De openingstijden van het gebouw	10,2%
De duidelijkheid van de informatie die u gekregen heeft	7,7%
De bereikbaarheid van de medewerker om u te helpen	5,8%
De bereikbaarheid van het gebouw	4,9%
De mate waarin de medewerker zich in uw situatie heeft ingeleefd	4,7%
De prijs van het product/de dienst	4,3%
De privacy bij de balies in het gebouw	3,9%
De mate waarin de medewerker zich verantwoordelijk toonde om uw vraag of probleem op te lossen	3,8%
De mate waarin de medewerker oplossingen of ideeën aandroeg waar u zelf nog niet aan had gedacht	3,4%
De parkeergelegenheid bij het gebouw voor zowel fiets als auto	2,9%
De mate waarin u op de hoogte werd gehouden van het verloop van de dienstverlening	2,4%
De totale doorlooptijd van uw vraag (tijd die nodig is geweest om het gevraagde te krijgen)	2,2%
De verwijzingsborden (of bewegwijzering) in het gebouw	1,4%
De herkenbaarheid, zichtbaarheid en houding van de medewerkers beveiliging	1,1%
De wachtruimte in het gebouw bij publieksbalie	0,9%
De overzichtelijkheid van de entree van het gebouw	0,8%
De manier waarop de medewerker niet alleen zichzelf (of zijn dienst) vertegenwoordigde maar de hele gemeente	0,7%
De uiterlijke verzorging van de medewerker	0,6%
totaal	100%

Toelichting: het percentage is berekend door per respondent het belangrijkste aspect maal 3 mee te laten wegen, het op een na belangrijkste aspect maal 2 en het op twee na belangrijkste aspect 1 maal. De aspecten die niet bij alle diensten zijn gevraagd zijn opgehoogd.

Het grootste belang wordt, net als in 2011, gehecht aan de deskundigheid van de medewerker met als tweede de wachttijd voordat men werd geholpen en op de derde plaats de vriendelijkheid van de medewerker. De openingstijden van het gebouw staat op de vierde plaats. In 2011 werd hier minder belang aan gehecht. Aan sommige aspecten met betrekking tot de inrichting van het gebouw zoals de wachtruimten en de overzichtelijkheid van de entree wordt veel minder waarde gehecht.

Er is een verschil tussen de diensten. Bij de DIA zijn de openingstijden van het gebouw en de wachttijden belangrijk. Daarnaast de vriendelijkheid en deskundigheid van de medewerker. Dit is de enige dienst waarbij de prijs van het product belangrijk wordt gevonden. Bij de Hulpverleningsdienst wordt de deskundigheid van de medewerker verreweg het belangrijkste gevonden. Daarnaast is de duidelijkheid van de verkregen informatie voor klanten van de Hulpverleningsdienst belangrijk. Bij SOZAWE de vriendelijkheid en de deskundigheid van de medewerkers. De mate waarin de medewerker zich in de situatie ingeleefd en de bereidheid van de medewerker om te helpen staan bij veel klanten van SOZAWE op de tweede plaats. De klanten van ROEZ kijken heel anders tegen de dienstverlening aan. Voor hen zijn de openingstijden van het gebouw en de wachttijden belangrijk, nog belangrijker dan bij de DIA. De deskundigheid van de medewerker is het belangrijkste menselijke aspect bij ROEZ. Zie voor een volledig overzicht van het belang dat gehecht wordt aan de aspecten per dienst bijlage 4.

### 3.3 Verwachtingen vooraf.

Aan de respondenten is gevraagd of het totaaloordeel van het bezoek overeen kwam met de verwachtingen die men voorafgaand aan het bezoek had. De resultaten per dienst staan in onderstaande tabel.

Tabel 3.4 antwoord op de vraag: komt het bezoek overeen met uw verwachtingen, percentages

	DIA	ROEZ	SOZAWE	HVD
komt wel overeen	57%	44%	37%	58%
komt niet overeen, het viel tegen	4%	6%	16%	4%
komt niet overeen, het was beter dan verwacht	37%	48%	41%	35%
niet van toepassing, had geen verwachtingen voorafgaande aan bezoek	3%	2%	6%	3%
totaal (N)	111	100	98	103

Bij de meeste mensen en bij alle diensten kwam het bezoek overeen of was zelfs beter dan de verwachtingen. Vooral bij ROEZ was het bezoek vaak beter dan de verwachtingen. De respondenten die hebben aangegeven dat het bezoek tegenviel kwamen in de meeste gevallen voor bijstand (SOZAWE) of een parkeervergunning (ROEZ). Bij de Hulpverleningsdienst kwamen de deze mensen vooral voor het zorgloket. Bij de DIA is voor deze groep geen specifiek bezoekdoel aan te geven.

### 3.4 Wachttijden aan de balie.

Aan de respondenten is gevraagd in te schatten hoe veel minuten ze gewacht hebben voordat ze aan de beurt waren. In onderstaande tabel staat het resultaat uitgesplitst naar dienst. De norm is dat klanten maximaal 15 minuten hoeven te wachten. In de laatste rij staat het percentage wat aan die norm voldoet.

Tabel 3.5 schatting van de wachttijd door de respondenten, aantallen en percentage 15 minuten of minder

wachttijd	DIA	ROEZ	SOZAWE	HVD
Minder dan 5 minuten	80	70	43	49
5 minuten of meer, maar minder dan 15 minuten	25	24	41	50
15 minuten of meer, maar minder dan 30 minuten	5	6	7	3
30 minuten of meer, maar minder dan 60 minuten	0	0	4	1
60 minuten of meer	0	0	3	0
totaal	111	100	98	103
<b>Percentage 15 minuten of minder</b>	<b>95%</b>	<b>94%</b>	<b>86%</b>	<b>96%</b>

De norm van maximaal 15 minuten wachttijd wordt door de DIA, de Hulpverleningsdienst en ROEZ voor ongeveer 95 procent gehaald, bij SOZAWE is dit percentage 85 procent. Bij SOZAWE hebben 3 mensen naar eigen inschatting langer dan 60 minuten moeten wachten.

Bij de DIA is naast dit onderzoek ook een objectieve meting van de wachttijden uitgevoerd. Volgens cijfers uit 2011 heeft 85 procent van de mensen die zonder afspraak zijn gekomen minder dan 15 minuten moeten wachten, voor mensen die een afspraak hadden gemaakt is dit percentage 100 procent.

Tabel 3.6 schatting van de wachttijd door de respondenten naar het wel of niet hebben van een afspraak, procenten

	DIA		ROEZ		SOZAWE		HVD		TOTAAL	
	zonder	met	zonder	met	zonder	met	zonder	met	zonder	met
Minder dan 5 minuten	76%	68%	66%	79%	38%	51%	57%	47%	61%	57%
5-15 minuten	20%	28%	25%	21%	40%	44%	43%	49%	28%	40%
15-30 minuten	4%	5%	9%		9%	4%		3%	7%	3%
30-60 minuten					8%			1%	2%	
60 minuten of meer					6%				2%	
totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
aantal (N)	70	40	67	33	53	45	7	96	197	214

Van de 40 personen die voor het bezoek aan de DIA een afspraak hebben gemaakt geven 2 mensen aan langer dan 15 minuten te hebben gewacht. Hierbij moet worden opgemerkt dat de oorzaak voor langer wachten ook kan zijn dat de mensen ruim van te voren zijn gekomen. Dit is bij de objectieve metingen niet meegenomen. Bij de Hulpverleningsdienst hebben 4 mensen die een afspraak hebben gemaakt langer dan een kwartier moeten wachten, bij SOZAWE 2 en bij ROEZ niemand. Zie verder tabel 3.6. Het verschil in beoordeling van de wachttijd voor personen met en zonder afspraak is klein. Bij de DIA is de norm dat 95 procent van de bezoekers bij een afspraak niet langer dan 5 minuten hoeft te wachten, deze norm wordt niet gehaald. Eén van de oorzaken dat deze norm bij de DIA niet gehaald wordt is dat sommige klanten te vroeg op hun afspraak verschijnen.



### 3.5 Opmerkingen die de respondenten gaven.

Aan het einde van de enquête is de mensen nog de mogelijkheid gegeven opmerkingen te maken over het bezoek die nog niet aan de orde waren geweest. Van bezoekers van de dienst ROEZ zijn weinig opmerkingen binnen gekomen. In bijlage 5 staan alle opmerkingen vermeld. Enkele highlights per dienst:

DIA:

- De ingang van het gebouw verdient verbetering
- Er zijn te weinig fietsenrekken.
- Men wil graag ruimere openingstijden.
- Het afsprakensysteem wordt goed gewaardeerd

SOZAWA:

- Er is behoefte aan een vaste contactpersoon
- Er is verschil tussen de vriendelijkheid, houding en inlevingsvermogen van de diverse medewerkers
- Er wordt opgemerkt dat de dienstverlening ten opzichte van jaren geleden verbeterd is
- De telefonische bereikbaarheid (ook terugbellen) is slecht
- De privacy zou verbeterd moeten worden

Hulpverleningsdienst

- Ook bij de Hulpverleningsdienst wisselt de vriendelijkheid van de medewerkers
- Er zijn te weinig fietsenrekken
- De behoefte bestaat dat brieven ook in het Engels opgesteld worden
- De mensen van de centrale balie verwijzen goed naar waar men moet zijn

## 4. Nieuwbouw voor SOZawe

SOZawe is bezig met een nieuw gebouw in het Europapark. Dit gebouw zal een van de centrale publieksbalies van de gemeente worden. Aan de respondenten die bij de dienst SOZawe zijn geïnterviewd hebben we een tweetal vragen over de nieuwbouw voorgelegd.

Ten eerste vroegen we wat er anders of beter zou kunnen in het nieuwe gebouw. Dit om suggesties te krijgen.

Ten tweede vroegen we of men in de ontvangsthal in plaats van een balie graag een gastvrouw/heer zou willen. Er is gevraagd 'in plaats van' om de voorkeur te peilen, dus niet als aanvulling op de receptie.

Op de vraag voor suggesties voor de nieuwbouw zijn zeer diverse antwoorden gegeven. Een tweetal punten werden zeer veel geopperd. Dat zijn verbetering van de privacy bij de balies en de opmerking dat men het een slecht plan vond omdat het gebouw ver weg komt te staan. Zie bijlage 6 voor alle suggesties.

In onderstaande tabel staat de uitslag van de vraag over de gastheer/vrouw. De meerderheid heeft de voorkeur voor een receptie. Nagenoeg een even groot aantal maakt het niet uit. Bij de DIA is al geruime tijd een gastheer aanwezig. Bij de opmerkingen gemaakt door de respondenten van de DIA is aangegeven dat de gastheer goed is en een toegevoegde waarde geeft, vooral voor allochtonen.

Tabel 4.1 Antwoord op de vraag of men liever een gastheer/vrouw wil of liever een receptie zoals nu

voorkeur	aantal
receptie	37
gastvrouw (m/v)	22
maakt niet uit	38
geen mening/antwoord	4
<b>totaal</b>	<b>101</b>

## **Bijlagen**

Bijlage 1 De respons per dienst naar leeftijd en geslacht.

Bijlage 2 Rapportcijfers naar dienst, totaaloordeel

Bijlage 3 Rapportcijfers per dienst gegeven aan de diverse aspecten.

Bijlage 4 Het belang dat gehecht wordt aan de diverse aspecten naar dienst.

Bijlage 5 Opmerkingen geuit door de respondenten

Bijlage 6 Opmerkingen geuit door de respondenten van SOZawe over de vraag: wat zou er anders of beter kunnen in het nieuwe gebouw.

BASIS VOOR BELEID

**OS** | ONDERZOEK  
IN STATISTIEK  
GRONINGEN



**Klanttevredenheidsonderzoek  
website**

**[www.gemeente.groningen.nl](http://www.gemeente.groningen.nl)**

Gemeente  
**groningen**



**Klanttevredenheidsonderzoek  
website  
[www.gemeente.groningen.nl](http://www.gemeente.groningen.nl)**

**In opdracht van het programmabureau Stad en Stadhuis**

**februari – maart 2012**

Laura de Jong  
Age Stinissen

Onderzoek en Statistiek Groningen  
mei 2012

De afdeling Onderzoek en Statistiek Groningen (O&S Groningen) van de gemeente Groningen heeft als kernactiviteiten instrumentontwikkeling voor en uitvoering van beleidsgericht onderzoek, het toegankelijk maken van grote hoeveelheden data uit verschillende bronnen, gegevensanalyse, projectevaluatie en dienstverlening bij overheidsmarketing.



## **Inhoud**

Management samenvatting .....	7
Inleiding .....	9
1 De respons .....	11
2 Resultaten .....	11
2.1 Stadspanelleden	11
2.2 Banner	20
2.3 Transactie	27
3 Een vergelijking tussen de verschillende respondentgroepen.....	33
Bijlagen .....	40







## Management samenvatting

Maart 2012 is een enquête gehouden onder (potentiële) gebruikers van de website van de gemeente Groningen. Dit om de nieuwe site, die oktober 2010 is vernieuwd om de usability en de herkenbaarheid van de site te verhogen, te evalueren. In de enquête is gevraagd de website als totaal en de digitale aanvraag te waarderen. Daarnaast is de mening over een aantal stellingen over de site en de zoekmachine van de site gepeild.

Voor de enquête zijn drie groepen gebruikers van de site benaderd.

- Op de site stond een banner waar bezoekers op konden klikken om bij de enquête te komen.
- Daarnaast zijn mensen die een transactie hebben uitgevoerd apart benaderd om de enquête in te vullen.
- De enquête hebben we ook voorgelegd aan het stadspanel.

De respons is 252 mensen die via de banner hebben gereageerd, 239 die de enquête hebben ingevuld na een transactie en 1.729 stadspanelliden die hebben gereageerd.

Eenderde van de Stadgers die via het stadspanel hebben gereageerd bezoekt de site niet of minder dan een maal per jaar. Deze mensen is gevraagd de site te bezoeken en daarna waarderingen te geven.

De website krijgt over het algemeen goede rapportcijfers. Zowel de gebruiksvriendelijkheid van de site, de bruikbaarheid, de snelheid als het uiterlijk krijgen gemiddeld een waardering boven de 7. Alleen de mensen die via de banner de enquête hebben ingevuld geven een lagere waardering, vooral voor de gebruiksvriendelijkheid. Het doen van een transactie wordt ook goed gewaardeerd.

Tabel: Rapportcijfer geeft u voor een aantal aspecten van de site

	stadspanel	transactie	banner
gebruiksvriendelijkheid	7,1	7,7	5,6
bruikbaarheid informatie	7,2	7,8	6,0
snelheid	7,0	7,7	6,8
uiterlijk	7,1	7,5	6,4
gemiddeld cijfer	7,1	7,7	6,2

De website is volgens de geënquêteerden goed te herkennen als site van de gemeente Groningen. De site is ook goed leesbaar en een meerderheid vindt de site prettig om te zien. De informatie op de website is goed te begrijpen. Er is ook voldoende informatie, de informatie is volledig en actueel. Maar een aanzienlijk deel van de mensen vindt de website niet gemakkelijk in het gebruik, een

meerderheid vindt de site zelfs lastig om mee te werken. Mogelijk in verband hiermee krijgt de zoekmachine van de site dan ook een veel minder positieve waardering als de site als geheel. De site is voor de meeste mensen wel snel genoeg.

De meerderheid van de mensen zegt de website in de toekomst vaker te gaan gebruiken. Daarbij zijn ook mensen die de site voor het doen van de enquête nog niet kenden.

Er zijn verschillen in waardering van de diverse aspecten tussen de drie geënquêteerde groepen. De mensen die via de banner de enquête hebben ingevuld zijn een stuk minder positief dan de andere twee groepen.

Er is aan het eind van de enquête gevraagd of er nog opmerkingen of tips zijn voor de website. Dit heeft een grote variatie aan reacties opgeleverd.



## **Inleiding**

In oktober 2010 is de nieuwe website van de gemeente Groningen live gezet. De inrichting van de site is gemaakt op basis van gebruikersvriendelijkheid en de onderwerpen waar het meest op wordt gezocht. Het kennismanagement systeem Hylo is als zoekmachine in gebruik genomen. Hiermee wordt de klant/burger ondersteund in haar communicatie over en weer. Deze zoekmachine neemt een heel belangrijke plaats in op de website, omdat uit onderzoek is gebleken dat mensen steeds meer gebruik maken van zoekmachines. Daarom is de gemeentelijke website zoveel mogelijk geoptimaliseerd voor zoekmachines.

Om een goed beeld te krijgen van de beoordeling en tevredenheid van klanten over de website van de gemeente Groningen is in opdracht van Stad en Stadhuis een klanttevredenheidsonderzoek gedaan. Het doel van het onderzoek is de website van de gemeente Groningen verder te ontwikkelen en te verbeteren. Daarvoor is het nodig het oordeel van de bezoekers en gebruikers van de website te meten. Daarnaast is een doel van het onderzoek input te leveren voor de landelijke benchmark publiekszaken onderdeel klanttevredenheid elektronische dienstverlening. De vragenlijsten kennen naast achtergrondkenmerken drie thema's: usability (gebruikersvriendelijkheid en snelheid), herkenbaarheid & imago en kwaliteit van de informatie.

Wat vinden mensen van de website van de gemeente Groningen? Om dat te onderzoeken zijn op drie manieren mensen benaderd. Via een banner op de website van de gemeente Groningen, via een banner voor mensen die een aanvraag hebben gedaan of een afspraak hebben gemaakt en via het stadspanel. Het stadspanel bestaat uit ongeveer 7.000 inwoners van de gemeente Groningen die O&S Groningen toestemming hebben gegeven hen te benaderen voor deelname aan internetenquêtes.

### **Wijze van benaderen van de respondenten**

#### *Stadspanel*

De 7000 stadspanelleden zijn met een mail gevraagd aan de enquête mee te werken. Een week later is er een herinnering gestuurd aan de panelleden die de enquête op dat moment nog niet (helemaal) hadden ingevuld.

#### *Banner op de website*

Op de gemeentelijke site stond een banner met de tekst: 'Doe mee aan ons gebruikersonderzoek'. Als de muis over deze tekst wordt bewogen staat er de tekst: 'Wat vindt jij van deze website? Doe mee met het gebruikersonderzoek en help mee om deze site te

verbeteren.' Door te klikken worden de bezoekers van de site naar de enquête geleid.

#### *Transactie*

Bezoekers van de site die een transactie via de website hebben gedaan, bijvoorbeeld een afspraak gemaakt voor een bezoek of een grofvuilmelding kregen na afloop van de transactie de uitnodiging de enquête in te vullen. Dit gebeurde met dezelfde banner als die voor alle bezoekers van de website.

#### **De inhoud van de enquêtes.**

Er zijn drie verschillende enquêtes gehouden onder de drie groepen. De drie enquêtes kennen veel overlap.

De enquête voor het stadspanel zijn we begonnen met een aantal vragen over de bekendheid van de site. Indien de site door de respondenten niet of nauwelijks bezocht wordt hebben we geïnventariseerd hoe ze dan in contact staan met de gemeente.

Aan de respondenten die via de banner of een transactie de enquête invulden hebben we eerst enkele specifieke vragen gesteld over de sessie die ze net hebben uitgevoerd. Over de net afgeronde transactie bijvoorbeeld.

Aan iedereen die de site heeft bezocht of wel eens bezocht zijn inhoudelijke vragen gesteld over het doen van transacties via de site. Deze vragen worden zowel aan de stadspanelleden als aan de overige respondenten gesteld.

Aan de stadspanelleden wordt halverwege de enquête het verzoek gedaan om de site nog eens te bekijken en daarbij een zoekwoord in te geven op de zoekmachine. Daarna worden aan de hand van stellingen vragen gesteld over de website als totaal en over de zoekmachine. Deze stellingen worden ook voorgelegd aan de respondenten die via de banner of een transactie de enquête hebben ingevuld.

Van een aantal zaken, de gebruiksvriendelijkheid, de bruikbaarheid van de informatie, de snelheid en het uiterlijk van de site worden rapportcijfers gevraagd. Deze rapportcijfers kunnen we ook gebruiken voor landelijke benchmarks.

Tot slot worden aan iedereen nog enkele achtergrondvragen gesteld. Voor de afzonderlijke enquêtes zie de bijlagen.



## 1 De respons

Tabel 2.1 respons naar groep

groep	totaal	tot vraag ..	hele enquête
stadspanel	1.729	10: 1.680	1.434
banner	252	4: 217	168
transactie	239	4: 235	184
<b>totaal</b>	<b>2.220</b>	<b>2.132</b>	<b>1.786</b>

De respons onder het stadspanel is voldoende groot en voldoende gespreid onder de leeftijden en opleidingsniveaus van de bevolking om resultaten naar groep te kunnen presenteren.

De respons van de banner en de transactie, de gebruikers van de site, zijn onvoldoende groot om een uitgebreide en naar groepen uitgesplitste analyse op toe te passen. Bij deze groepen zijn de commentaren van de afzonderlijke respondenten van groot nut, zij zijn immers de gebruikers van de site, alles ligt nog vers in het geheugen.

## 2 Resultaten

### 2.1 Stadspanelleden

In totaal zijn 1.729 panelleden begonnen aan de enquête. Bij de 10<sup>e</sup> vraag van de enquête waren hier nog 1.680 van over. De hele enquête is door 1.434 panelleden ingevuld.

#### Bezoek en bekendheid van de site

Alleen aan de stadspanelleden hebben we gevraagd of ze de site wel eens bezoeken en zo ja hoe lang geleden het laatste bezoek was. De resultaten van deze vragen staan in de tabel.

Tabel 2.1 bezoek en bekendheid van de site

antwoorden	abs.	perc.
ja	1252	73,0%
waarvan		
<i>minder dan 2 maand geleden</i>	671	39,1%
<i>2-12 maanden geleden</i>	442	25,8%
<i>langer geleden</i>	126	7,3%
nee	389	22,7%
nee, niet bekend met de site	74	4,3%
<b>totaal</b>	<b>1.715</b>	

Van alle stadspanelleden heeft 73 procent de site bezocht waarvan 39 procent korter dan 2 maanden geleden. Langer dan een jaar geleden heeft ruim 7 procent de site bezocht, deze mensen hebben dus waarschijnlijk de oude site bezocht. Slechts 4,3 procent kent de site niet. Dit percentage zal onder de totale bevolking hoger zijn omdat niet iedereen internet heeft of frequent gebruikt. Uit het omnibusonderzoek dat eind 2010 gehouden is bleek dat toen ruim 1 procent van de bevolking geen internet had.

Aan de panelleden die de site niet bezoeken en zij die de site langer dan 12 maanden geleden hebben bezocht is gevraagd op welke manier (via welk kanaal) zij doorgaans contact hebben met de gemeente. Ook is gevraagd hoe deze mensen op de hoogte blijven van de informatie over de gemeente. Op beide vragen kon men meerdere antwoorden geven.

Tabel 2.2 antwoorden op de vraag: 'Op welke manier heeft u doorgaans contact met de gemeente Groningen?'

wijze van contact met de gemeente	abs.	perc.
baliebezoek	372	63%
telefonisch	153	26%
chat op de website	135	23%
e-mail sturen	86	15%
regelt iemand anders	54	9%
brief sturen	17	3%
website bezoek	10	2%
nooit contact met de gemeente	11	2%
anders	18	3%
<b>totaal (N)</b>	<b>589</b>	

Het bezoeken van een balie is voor veel mensen de methode om met de gemeente in contact te zijn. Opvallend is dat, ondanks dat deze vraag alleen is gesteld aan de respondenten die zeggen niet of nauwelijks de site te bezoeken, toch nog 23 procent de chat aangeeft en ook 2 procent de website als kanaal aangeeft. Verder scoren telefonisch en het sturen van een e-mail hoog. Verderop in dit onderzoek komt nog aan de orde wat het voorkeurskanaal voor contact met de gemeente is.



Tabel 2.3 antwoorden op de vraag: 'Hoe blijft u op de hoogte van informatie over de dienstverlening van de gemeente Groningen?' (alleen niet bezoekers)

informatiebron	abs.	perc.
Gezinsbode	386	66%
TV noord of OOG	207	35%
Dagblad van het Noorden	197	33%
radio	55	9%
website	25	4%
digitale nieuwsbrief 'stadsnieuws'	20	3%
geen behoefte	50	8%
anders	32	5%
<b>totaal (N)</b>	<b>589</b>	

Voor het op de hoogte blijven van het gemeentelijke nieuws is de krant populair. Vooral de Gezinsbode, waar de stadsberichten in staan en in mindere mate het dagblad. Ook dit bleek al uit het omnibusonderzoek van 2010. Een goede tweede is de televisie.

#### **De mensen die bekend zijn met de website.**

Bij de mensen die bekend zijn met [www.gemeente.groningen.nl](http://www.gemeente.groningen.nl) zijn drie groepen onderscheiden. De stadspanelleden die bekend zijn met de site, de mensen die via de banner de enquête hebben ingevuld en de mensen die na het doen van een transactie de enquête hebben ingevuld. Over de banner en de transactie later meer.

Het aantal stadspanelleden dat bekend is met de nieuwe site is het aantal dat de site minder dan een jaar geleden bezocht heeft. In totaal 65 procent van de respondenten.

Er is onderscheid in twee groepen. Mensen die korter dan 2 maanden geleden de site hebben bezocht en van wie mag worden verondersteld dat de site nog (redelijk) vers in het geheugen zit, 671 mensen. En de mensen die langer geleden de site hebben bezocht, dit zijn 442 mensen. Indien relevant maken we in de rapportage onderscheid tussen deze twee groepen. De mensen die langer dan een jaar geleden de site hebben bezocht kennen de site in zijn nieuwe vorm niet.

Aan alle mensen is verzocht de site nog eens te bezoeken voordat oordelen worden gevraagd. Zie het hoofdstuk: beoordeling na site bezoek.

Aan de panelleden die bekend zijn met de site is gevraagd met welk doel ze de site wel eens hebben bezocht. Hierbij waren er meerdere antwoorden mogelijk. Er zijn apart vragen gesteld over een digitale aanvraag of afspraak.



Tabel 2.4 antwoorden op de vraag: 'Met welk doel heeft u de website van Groningen wel eens bezocht?'

doel	abs.	perc.
informatie	696	63%
afspraak	502	45%
digitale aanvraag	269	24%
anders	175	16%
melding	169	15%
nieuws	165	15%
geen doel	72	7%
klacht	47	4%
totaal	1106	100%

Het meest wordt de site gebruikt om informatie in te winnen. Ook het maken van een afspraak met de gemeente of het indienen van een digitale aanvraag scoort hoog. Aan de mensen die bij het antwoord niet hebben aangegeven dat ze een afspraak hebben gemaakt of een digitale aanvraag hebben ingediend is nog specifiek gevraagd of ze dat wel eens hebben gedaan. Daaruit bleek dat een groot percentage dat toch wel eens had gedaan. Het meest om een afspraak te maken voor een paspoort, ID kaart of rijbewijs of om grofvuil te melden.

Aan alle respondenten die wel eens een digitale aanvraag of afspraak hebben gemaakt is een rapportcijfer over het indienen en de afhandeling van de digitale aanvraag gevraagd. In totaal zijn dit 890 respondenten, dit is ruim de helft van de mensen.

Tabel 2.5 rapportcijfers voor het indienen en de afhandeling van de digitale aanvraag

kenmerk	gemiddeld cijfer	% 4 en lager	% 9 of 10
gebruiksgemak	7,8	2%	23%
snelheid	7,85	1%	22%
volledigheid	7,9	2%	24%
tevredenheid	7,9	2%	25%

Er worden hoge rapportcijfers gegeven voor de digitale aanvragen. Het aantal zeer lage waarderingen is ook laag. Het aantal zeer hoge waarderingen is met bijna een kwart van de respondenten hoog.

#### *Balie of digitaal?*

Aan alle respondenten is gevraagd of zij recent afspraken aan de balie hebben geregeld. En wat hun voorkeur is, een afspraak aan een balie of een digitale aanvraag of afspraak. Bij de resultaten is onderscheid gemaakt tussen de mensen die wel en die niet gebruik hebben gemaakt van de website.



Tabel 2.6 Antwoord op de vraag: 'Hebt u recentelijk aanvragen of afspraken aan een balie (dus niet digitaal) geregeld?'

	totaal		gebruikers		niet-gebruikers	
	abs.	perc.	abs.	perc.	abs.	perc.
ja	310	19%	208	19%	99	17%
nee	1.360	81%	885	81%	473	83%
	1.672	100%	1095	100%	572	100%

Van zowel de gebruikers van de website als de niet gebruikers heeft een kleine 20 procent recent een afspraak aan de balie geregeld.

Tabel 2.7 Antwoord op de vraag: 'Wat heeft uw voorkeur, een digitale aanvraag of afspraak of een aanvraag of afspraak aan een balie?'

	totaal		gebruikers		niet-gebruikers	
	abs.	perc.	abs.	perc.	abs.	perc.
digitale aanvraag of afspraak	1.082	65%	798	73%	282	51%
aanvraag of afspraak aan een balie	251	15%	89	8%	159	28%
geen voorkeur	320	19%	203	19%	117	21%
totaal	1.654	100%	1.091	100%	558	100%

Bij de voorkeur voor balie of digitaal is er een groot verschil tussen de gebruikers van de website en de niet-gebruikers. De niet gebruikers hebben vaker een voorkeur voor de balie. Ook de mensen die het internet minder vaak gebruiken hebben meer een voorkeur voor bezoek aan de balie.

Kijken we naar de persoonskenmerken dan zien we dat de mensen met als hoogst genoten opleiding havo/vwo, vaak studenten, minder vaak kiezen voor de balie. Verder hebben ouderen en mensen uit Hoogkerk voorkeur voor de balie.

#### **Beoordeling na site bezoek.**

Aan alle panelleden is gevraagd de site (nog eens) te bezoeken en ook een zoekwoord in de zoekmachine in te geven. Daarna is aan hen gevraagd een aantal stellingen over de site en over de zoekmachine beoordelen.

### De stellingen over de website.

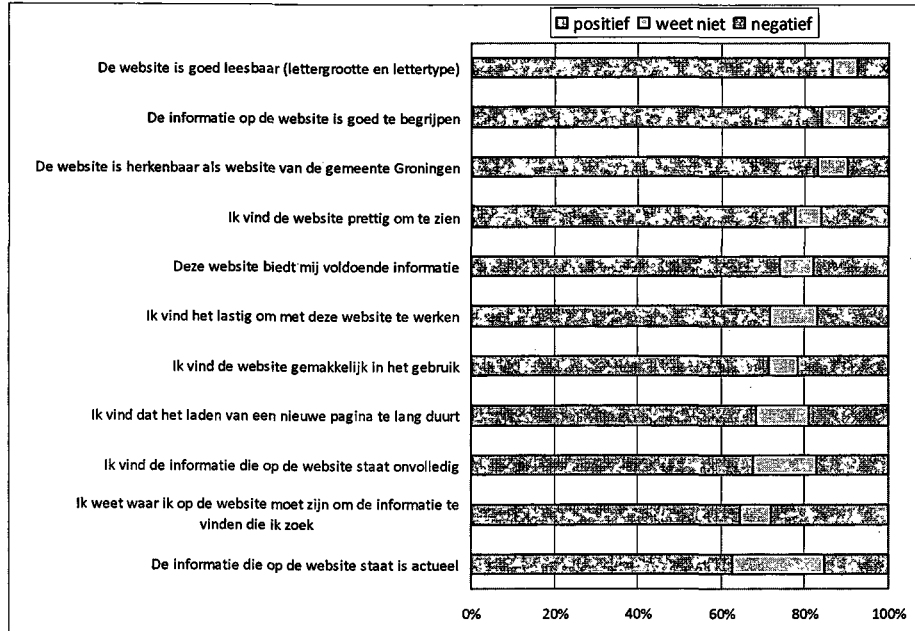
Aan de respondenten is een twaalfstal stellingen over de website voorgelegd. Acht positief gestelde stellingen en drie negatief. Daarnaast één stelling over het toekomstige gebruik. In tabel staat weergegeven wat de mening van de respondenten op de stellingen is. Daarnaast zijn nog een tweetal stellingen over de zoekmachine voorgelegd. In de tabel staan de meningen. In de figuur staat in kleuren weergegeven welk percentage respondenten positief of negatief over de website oordeelt aan de hand van de stellingen. Rood betekend dat men negatief is, groen positief en blauw neutraal.

Tabel 2.8 Mening over stellingen over de website

stelling	helemaal mee	mee eens	niet mee eens	helemaal niet mee	weet niet/nvt
De website is herkenbaar als website van de gemeente Groningen	29%	54%	5%	5%	7%
De website is prettig om te zien	17%	61%	11%	5%	6%
De website is goed leesbaar (lettergrootte en lettertype)	24%	63%	4%	3%	6%
De informatie op de website is goed te begrijpen	19%	65%	7%	3%	6%
Het is lastig om met deze website te werken	4%	13%	33%	38%	11%
De website is gemakkelijk in het gebruik	14%	58%	15%	7%	7%
Deze website biedt mij voldoende informatie	13%	61%	12%	6%	8%
De informatie die op de website staat is onvolledig	3%	14%	41%	26%	15%
De informatie die op de website staat is actueel	8%	55%	11%	4%	22%
Ik weet waar ik op de website moet zijn om de informatie te vinden die ik zoek	11%	54%	20%	8%	7%
Ik vind dat het laden van een nieuwe pagina te lang duurt	4%	15%	42%	26%	13%
vaker gebruik					
Ik denk dat ik de website in de toekomst vaker ga gebruiken	12%	46%	14%	3%	25%



Figuur 2.1 mening over de stellingen over de website



Bij de interpretatie van de gegevens is onderscheid gemaakt tussen respondenten die de website al kenden, 73 procent van de mensen, en de overige respondenten. In de beoordeling van de stellingen heeft de laatste groep vaker 'weet niet' ingevuld.

Over het algemeen worden de aspecten van de website goed gewaardeerd. Vooral een groot percentage is het eens met de stellingen dat de website goed is te herkennen als website van de gemeente Groningen en dat de site goed leesbaar is (lettergrootte en lettertype). Dat de website herkenbaar is als site van de gemeente Groningen zijn vooral de gebruikers het mee eens. De stellingen waar de mensen het minst mee eens zijn de stellingen: ik weet waar ik op de website moet zijn en de informatie op de website is actueel, bij dit laatste onderwerp geven veel mensen 'weet niet' aan. Niet veel mensen zijn negatief hierover.

#### De zoekmachine

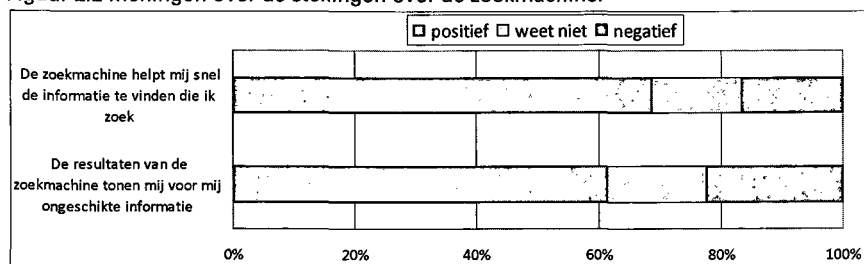
Aan alle respondenten is gevraagd de site (nog eens) te bekijken en daarbij ook een zoekwoord op de zoekmachine in te geven. In de enquête is ook gevraagd naar het gebruikte zoekwoord. Dat gaf een grote variëteit aan zoekwoorden. Meest maar niet alleen typisch gemeentelijke zaken als trouwen, parkeren, belastingen en afval.

Daarna zijn twee stellingen over de zoekmachine voorgelegd. In de tabel staan de meningen. In de figuur staat in kleuren weergegeven welk percentage respondenten positief of negatief over de zoekmachine oordeelt aan de hand van de stellingen.

Tabel 2.9 Meningen over stellingen over de zoekmachine van de website.

Stelling	helemaal mee eens	mee eens	niet mee eens	helemaal niet mee eens,	weet niet/nvt
De resultaten tonen verkeerde informatie	5%	15%	40%	27%	14%
De zoekmachine helpt snel de informatie te vinden die gezocht wordt	14%	50%	14%	8%	14%

Figuur 2.2 Meningen over de stellingen over de zoekmachine.



Over de zoekmachine zijn minder mensen enthousiast dan over de website als geheel. Relatief veel respondenten geven aan dat de zoekmachine ongeschikte informatie geeft. Ook hier zijn de niet gebruikers minder enthousiast dan de gebruikers. De snelheid van de zoekmachine scoort iets beter.

### Rapportcijfers voor de site

Van de gebruiksvriendelijkheid, de bruikbaarheid van de informatie, de snelheid en het uiterlijk van de site zijn rapportcijfers gevraagd. In de tabel staan de gemiddelde cijfers en het percentage hoge en lage cijfers.

Voor een deel gaat het om aspecten die samenhangen met de stellingen uit de vorige vragen.

Tabel 2.10 Rapportcijfer voor vier aspecten van de website.

kenmerk	gemiddeld cijfer	% 4 en lager	% 9 of 10
gebruiksvriendelijkheid	7,07	6%	7%
bruikbaarheid	7,21	4%	8%
snelheid	7,04	7%	9%
uiterlijk	7,11	6%	10%

Alle aspecten scoren ruim een 7 waarbij de bruikbaarheid van de site het hoogste scoort. De mensen die de website al voor de enquête kenden geven gemiddeld iets hogere cijfers dan de mensen die de website niet kenden. Dit geldt vooral voor de snelheid van de site.



### **Beoordeling naar achtergrond**

We hebben gekeken naar verschil in waardering en rapportcijfers naar achtergrond van de respondenten. Naast persoonskenmerken is ook naar het internetgedrag gekeken. Van alle respondenten gebruikt minder dan 4 procent het internet minder vaak dan enkele keren per week. Dit maakt de aantallen te klein om verantwoorde uitspraken te doen over de mensen die weinig het internet gebruiken.

De respondenten zijn goed gespreid over de wijken, ook hier zijn de aantallen per wijk te klein om over de website verantwoord uitspraken over verschillen te doen.

Naar leeftijd is de groep 18-25 jaar ondervertegenwoordigd. De verschillen in mening tussen de diverse leeftijdsgroepen is klein. De jongste groep, tot 25 jaar en de ouderen (> 65 jaar) zijn over het algemeen iets milder in hun oordeel als de middengroepen.

## 2.2 Banner

Dit deel gaat over de bezoekers van de website die de banner hebben aangeklikt en zo de enquête hebben ingevuld.

### *De groep respondenten*

In totaal 252 personen zijn de enquête via de banner gestart. De respondenten is aan het eind van de enquête gevraagd naar een aantal achtergrondgegevens. Van de 252 personen hebben 169 mensen deze vragen ingevuld. De groep is redelijk verspreid over de leeftijdsgroepen. Slechts 20 procent is lager dan MBO opgeleid. Een grote groep, 60 procent geeft aan havo/vwo als diploma te bezitten. Hier zullen veel studenten bij zitten. Studenten zijn nog niet afgestudeerd en hebben (dus) vwo of havo als hoogst genoten opleiding met een diploma.

137 Personen hebben hun postcode ingevuld. Hiervan wonen er 18 buiten de gemeente Groningen. Van de inwoners wonend in de gemeente zijn bewoners in het centrum oververtegenwoordigd. Het overgrote deel, 90 procent, maakt dagelijks gebruik van het internet. Twee respondenten geven aan minder dan 1x per week van het internet gebruik te maken.

### **De resultaten**

#### *Het bezoek*

Eerst zijn een aantal vragen gesteld over het huidige bezoek aan de website. Hoe men op de site is gekomen. Met welk doel en het resultaat van het bezoek.

In onderstaande tabel staat hoe de respondenten op de website gekomen zijn. Hieruit blijkt dat de drie methoden rechtstreeks, via een zoekmachine en via groningen.nl ongeveer even hoog scoren. We zijn ook nagegaan vanuit welke pagina de respondenten de enquête hebben benaderd. Dit om te kunnen kijken of de herkomst van invloed is op de beoordeling of het bijgeleverde commentaar.

Tabel 2.11 antwoord op de vraag: 'Hoe bent u op deze site terecht gekomen?'

	aantal	procent
rechtstreeks	83	34%
via groningen.nl	64	27%
via een zoekmachine	75	31%
anders	19	8%
totaal (N)	246	100%

Tweederde van de mensen hebben geen zoekmachine gebruikt om op de site te komen. Zij hebben de site rechtstreeks of via de portal



benaderd. De mensen die rechtstreeks op de site gekomen zijn wisten dus dat de naam van de site [www.gemeente.groningen.nl](http://www.gemeente.groningen.nl) is.

De pagina's van waaruit de enquête is benaderd zijn zeer divers.

We hebben geïnventariseerd met welk doel de respondenten naar de website zijn gekomen en of men ook heeft gevonden wat men zoekt of wilde doen. In de onderstaande tabellen staan de resultaten.

Tabel: 2.12 antwoord op de vraag: 'Met welk doel bent u naar de website van de gemeente Groningen gekomen?' (meerdere antwoorden mogelijk)

	aantal	procent
informatie	150	61%
nieuws	41	17%
digitale aanvraag	18	7%
melding	17	7%
afspraak maken	17	7%
klacht	10	4%
geen specifiek doel	12	5%
anders	20	8%
totaal (N)	247	100%

Tabel 2.13 antwoord op de vraag: 'Hebt u gevonden wat u zocht?'

	aantal	procent
ja	85	39%
gedeeltelijk	60	28%
nee	63	29%
ik heb nog niet gezocht	10	5%
totaal (N)	218	100%

De meeste mensen komen voor informatie of nieuws naar de website.

Van alle respondenten heeft 39 procent gevonden wat ze zochten. Van de mensen die op zoek waren naar informatie heeft het grootste deel, 67 procent, geheel of gedeeltelijk gevonden wat ze zochten. Voor zoekers naar nieuws is dit percentage zelfs 85 procent. Ook de mensen die voor een digitale aanvraag of een transactie de site bezochten zijn voor het grootste deel geslaagd. Mensen met een klacht zijn een stuk minder positief, de helft heeft niet gevonden wat men zoekt .. Van mensen die 'anders' invulden hebben de meesten weer wel gevonden wat gezocht werd. Meldingen zijn soms wel, soms niet gelukt.



Van de mensen zegt bijna eenderde niet gevonden te hebben wat ze zochten. Deze mensen zijn met alle verschillende doelen de website bezocht.

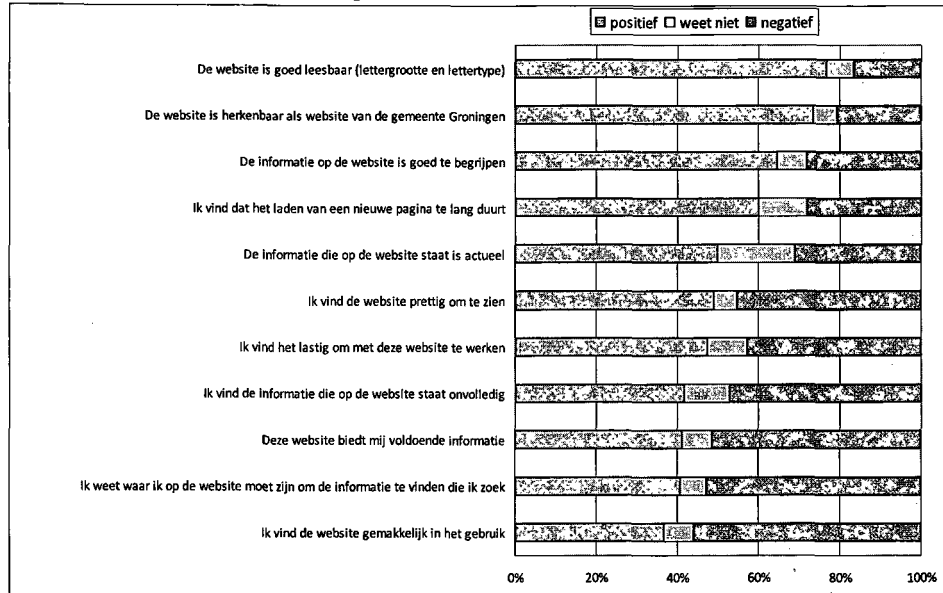
#### De stellingen over de website.

Aan de respondenten is een twaalfstal stellingen over de website voorgelegd. Acht positief gestelde stellingen en drie negatief. Daarnaast één stelling over het toekomstige gebruik. In tabel staat weergegeven wat de mening van de respondenten op de stellingen is. De stellingen zijn door 196 (zes stellingen) of 180 (ook 6 stellingen) beantwoord. Aan de mensen die gebruik gemaakt hebben van de zoekmachine (104 mensen) is nog een tweetal stellingen over de zoekmachine voorgelegd. In de tabel staan de meningen. In de figuur staat in kleuren weergegeven welk percentage respondenten positief of negatief over de website oordeelt aan de hand van de stellingen.

Tabel 2.14 Meninge n over de stellingen over de website.

stelling	helemaal mee eens	mee eens	niet mee eens	helemaal niet mee	weet niet/nvt
De website is herkenbaar als website van de gemeente Groningen	39%	34%	11%	10%	6%
De website is prettig om te zien	15%	34%	26%	19%	6%
De website is goed leesbaar (lettergrootte en lettertype)	28%	48%	9%	8%	7%
De informatie op de website is goed te begrijpen	21%	44%	19%	9%	7%
Het is lastig om met deze website te werken	22%	20%	23%	24%	10%
De website is gemakkelijk in het gebruik	14%	22%	25%	31%	7%
Deze website biedt mij voldoende informatie	13%	28%	27%	24%	7%
De informatie die op de website staat is onvolledig	18%	29%	26%	16%	11%
De informatie die op de website staat is actueel	13%	37%	21%	10%	19%
Ik weet waar ik op de website moet zijn om de informatie te vinden die ik zoek	14%	27%	23%	30%	6%
Ik vind dat het laden van een nieuwe pagina te lang duurt	13%	16%	31%	29%	12%
vaker gebruik					
Ik denk dat ik de website in de toekomst vaker ga gebruiken	17%	34%	18%	11%	19%

Figuur 2.3 meningen over de stellingen over de website.



De respondenten vinden de website herkenbaar als van de gemeente Groningen, slechts een vijfde is het niet met deze stelling eens. Ook is de website goed leesbaar en goed te begrijpen. Op de vraag of de website prettig is om te zien, iets persoonlijks, is meer dan de helft het eens.

Een aanzienlijk percentage van de gebruikers vindt de website lastig om mee te werken. Er zijn dan ook veel mensen die het oneens zijn met de stelling dat de website gemakkelijk is in het gebruik. Mogelijk komt dit mede door de zoekmachine. Veel mensen vinden dat de zoekmachine verkeerde informatie geeft. En weinig mensen vinden dat de zoekmachine snel de gezochte informatie geeft.

De informatie die op de website staat wordt lang niet door iedereen als voldoende beschouwd, wat natuurlijk sterk met de verwachtingen samenhangt. Zie hier ook de antwoorden op de open vragen. Of de informatie actueel is, wordt door een vijfde met 'weet niet' geantwoord. Ook weet meer dan de helft niet waar de informatie staat die gezocht wordt.

De snelheid wordt over het algemeen goed beoordeeld, zie ook het rapportcijfer in het volgende stuk.

We zien dat de mensen die in de vorige vraag hebben aangegeven dat ze gevonden hebben wat ze zochten aanmerkelijk positiever zijn over de website dan de overigen. Dit geldt het meest voor de stellingen: 'De website biedt mij voldoende informatie' waarvan de mensen die gevonden hebben wat ze zochten 75 procent het met de stelling eens is en bij de mensen die niet gevonden hebben wat ze zochten is dit maar 21 procent. Bij de stelling: 'Ik weet waar ik op de

website moet zijn om de informatie te vinden die ik zoek', zijn deze cijfers respectievelijk 63 en 22 procent. Iets meer dan de helft van de respondenten gaat de website vaker gebruiken. 19 Procent weet het nog niet.

Aan de respondenten is gevraagd voor een aantal aspecten een rapportcijfer te geven. Voor een deel gaat het om aspecten die samenhangen met de stellingen.

Tabel 2.15 Rapportcijfer voor vier aspecten van de website.

kenmerk	gemiddeld cijfer	% 4 en lager	% 9 of 10
gebruiksvriendelijkheid	5,6	34%	8%
bruikbaarheid	6,0	28%	12%
snelheid	6,8	13%	15%
uiterlijk	6,4	19%	13%

Gemiddeld zijn de cijfers die gegeven worden niet hoog. Wel is er bij de beoordelingen een grote spreiding getuige het aandeel zware onvoldoendes en zeer hoge cijfers. De snelheid wordt het beste beoordeeld, dit komt overeen met de mening over de stelling over de snelheid van de site. De gebruiksvriendelijkheid wordt het minst beoordeeld. Veel mensen vinden het lastig om met de site te werken en veel mensen zijn het er niet mee eens dat de website gemakkelijk is in het gebruik. Dit laatste geldt ook voor de bruikbaarheid. Het uiterlijk scoort gemiddeld. Ook dit komt overeen met het antwoord op de stelling dat de website prettig is om te zien waar veel mensen een gematigd antwoord geven.

### De zoekmachine

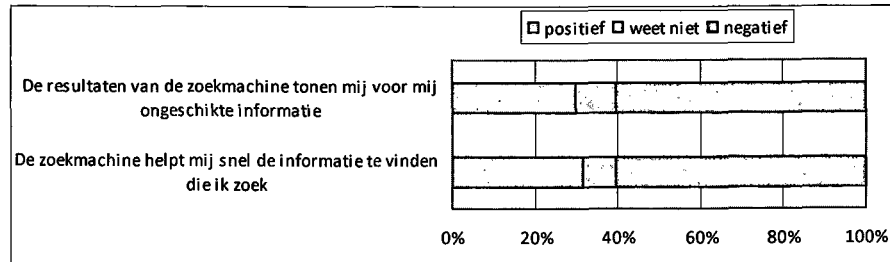
In de tabel staan de meningen. In de figuur staat in kleuren weergegeven welk percentage respondenten positief of negatief over de zoekmachine oordeelt aan de hand van de stellingen.

Tabel 2.16 Mening ver stellingen over de zoekmachine van de website

stelling	helemaal mee eens	mee eens	niet mee eens	helemaal niet mee eens	weet niet/nvt
De resultaten tonen verkeerde informatie	34%	27%	18%	12%	10%
De zoekmachine helpt snel de informatie te vinden die gezocht wordt	12%	20%	20%	40%	8%



Figuur 2.4 meningen over de stellingen over de zoekmachine.



Zestig procent van de respondenten uit zich negatief over de zoekmachine. Tweederde van de mensen die hebben aangegeven niet of slechts gedeeltelijk te hebben gevonden wat ze zochten geven aan dat de zoekmachine ongeschikte resultaten geeft en zijn het oneens met de stelling dat de zoekmachine snel de gezochte informatie geeft. Voor de mensen die wel hebben gevonden wat ze zochten geldt het omgekeerde.

### De digitale aanvraag

Aan de respondenten is gevraagd of ze wel eens een digitale aanvraag of een afspraak hebben gemaakt met de gemeente. In totaal 53 procent heeft dit wel eens gedaan waarvan 17 procent minder dan twee maanden geleden. De meeste transacties zijn voor een afspraak voor ID kaart, paspoort of rijbewijs. Op de tweede plaats komt een grofvuilmelding. Aan deze (in totaal 87 respondenten) is een beoordeling over de digitale aanvraag gevraagd.

Tabel 2.17 rapportcijfers voor het indienen en de afhandeling van de digitale aanvraag

kenmerk	gemiddeld cijfer	% 4 en lager	% 9 of 10
gebruiksgemak indienen	7,2	9%	24%
snelheid van afhandeling	6,9	13%	16%
volledigheid	7,0	11%	18%
tevredenheid indienen	7,0	11%	21%

De rapportcijfers voor een digitale aanvraag zijn hoger dan die voor de website als geheel. Het gebruiksgemak wordt het hoogste gewaardeerd. De snelheid krijgt bijna hetzelfde cijfer als de snelheid van de website al geheel.

Van de respondenten heeft een kwart recent een aanvraag of afspraak aan de balie gemaakt. Aan hen is gevraagd waar zij de voorkeur aan geven. Een digitale aanvraag of afspraak of een afspraak aan de balie. Er blijkt bij de meeste mensen een voorkeur te

bestaan voor een digitale aanvraag. Vooral onder mensen die niet recent een balie hebben bezocht. De percentages geven een grove indicatie omdat de aantallen klein zijn.

Tabel 2.18 voorkeur voor balie of digitaal.

	<b>balie bezocht</b>	<b>geen balie bezocht</b>	<b>totaal</b>
digitaal	54%	67%	63%
balie	33%	10%	16%
geen voorkeur	13%	23%	20%
<b>totaal (N=162)</b>	<b>25%</b>	<b>75%</b>	

### **Beoordeling naar achtergrond**

We hebben gekeken naar verschil in waardering en rapportcijfers naar achtergrond van de respondenten.

Over het algemeen zijn de verschillen in waardering naar opleidingsniveau en leeftijd niet groot. Een aantal zaken vallen op:

- Respondenten van 50 jaar en ouder zijn het vaker eens met de stelling dat de site prettig is om te zien.
- Bij de rapportcijfers valt op dat de waardering door 65 plussers hoger is dan gemiddeld.
- Voor de snelheid en het uiterlijk van de site zijn ook de gemiddelde cijfers van de jongeren tot 25 jaar hoger.



### **2.3 Transactie**

Dit deel gaat over de bezoekers van de website die een transactie hebben uitgevoerd. Na afronding van de transactie hebben ze een uitnodiging gekregen aan de enquête mee te doen. Mensen die de transactie voortijdig hebben afgebroken zijn niet uitgenodigd.

#### *De groep respondenten*

In totaal 239 personen hebben vanuit een transactie of na het maken van een afspraak aan de enquête deelgenomen. De respondenten is aan het eind van de enquête gevraagd naar een aantal achtergrondgegevens. Van de 239 personen die de enquête gestart zijn hebben 184 mensen deze vragen ingevuld. Dit is zowel absoluut als relatief meer dan bij de respondenten die via de banner de enquête hebben ingevuld. De groep is redelijk verspreid over de leeftijdsgroepen, er zijn alleen weinig respondenten van 65 jaar of ouder. Net als bij de banner is een kleine groep, 17 procent, lager dan MBO opgeleid. Een grote groep, 62 procent geeft aan havo/vwo als diploma te bezitten. 171 Personen hebben hun postcode ingevuld. Hiervan wonen er 7 buiten de gemeente Groningen. De inwoners wonend in de gemeente zijn verspreid over de stad. Net als bij de banner maakt ook hier het overgrote deel dagelijks gebruik van het internet (93%). Drie respondenten geven aan minder dan 1x per week van het internet gebruik te maken.

### **De resultaten**

#### *Het bezoek*

Eerst zijn een aantal vragen gesteld over het huidige bezoek en de transactie. Van de respondenten hebben 148 na het maken van een afspraak de enquête ingevuld en 91 na het doen van een andere transactie (verhuizing, parkeren, akten of voor een huisvuilpas).

In onderstaande tabel staat hoe de respondenten op de website gekomen zijn. Hieruit blijkt dat via een zoekmachine het hoogste scoort en via groningen.nl het laagste. Dit is anders dan bij de banner waar alle drie de ingangen ongeveer even hoog scoren.

Tabel 2.19 antwoord op de vraag: 'Hoe bent u op deze site terecht gekomen?'

	aantal	procent
rechtstreeks	70	29,3%
via groningen.nl	39	16,3%
via een zoekmachine	122	51,0%
anders	8	3,3%
totaal (N)	239	29,3%

#### *De digitale aanvraag*

Over de door de respondenten gedane digitale aanvraag of afspraak hebben we een aantal waarderingscijfers in de vorm van rapportcijfers gevraagd. In tabel staan de resultaten.

Tabel 2.20 rapportcijfers voor het indienen en de afhandeling van de digitale aanvraag

kenmerk	gemiddeld cijfer	% 4 en lager	% 9 of 10
gebruiksgemak	7,8	6%	36%
begrijpelijkheid	8,0	5%	39%
snelheid	8,0	6%	42%
overzichtelijkheid	8,0	3%	39%
volledigheid	7,9	5%	37%
tevredenheid	7,9	6%	38%

Op alle kenmerken worden hoge gemiddelde waarderingscijfers gegeven. Ook het percentage lage cijfers is laag. Belangrijk bij de resultaten is dat alleen de mensen die een transactie hebben afgerond de enquête hebben ingevuld. Mensen die de transactie voortijdig hebben afgebroken niet.

#### *Digitaal of balie?*

Aan de respondenten is gevraagd waar zij de voorkeur aan geven. Een digitale aanvraag of afspraak of een afspraak aan de balie. Van de respondenten heeft 15 procent recent een aanvraag of afspraak aan de balie gemaakt. Er blijkt bij de meeste mensen een voorkeur te bestaan voor een digitale aanvraag. Vooral onder mensen die niet recent een balie hebben bezocht. De percentages van de baliebezoekers geven een grove indicatie omdat de aantallen klein zijn.



Tabel 2.21 voorkeur voor balie of digitaal

	balie bezocht	geen balie bezocht	totaal
digitaal	85%	85%	85%
balie	6%	3%	3%
geen voorkeur	9%	12%	12%
<b>totaal (N=162)</b>	<b>15%</b>	<b>85%</b>	

**De stellingen over de website.**

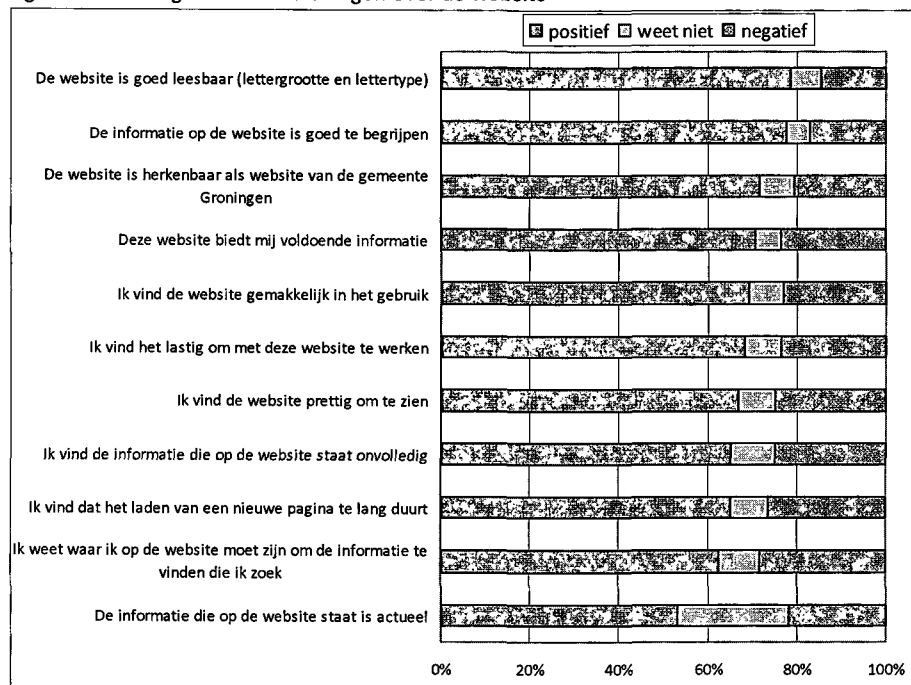
Aan de respondenten is een twaalfstal stellingen over de website voorgelegd. Acht positief gestelde stellingen en drie negatief. Daarnaast één stelling over het toekomstige gebruik. In de tabel staat weergegeven wat de mening van de respondenten op de stellingen is. De stellingen zijn door 208 (zes stellingen) of 196 (ook 6 stellingen) beantwoord. In de tabel staan de meningen. In de figuur staat in kleuren weergegeven welk percentage respondenten positief of negatief over de website oordeelt aan de hand van de stellingen.

Tabel 2.22 Meninge n over stellingen over de website.

stelling	helemaal mee	mee eens	niet mee	helemaal niet mee	weet niet/nvt
De website is herkenbaar als website van de gemeente Groningen	30%	41%	11%	10%	8%
De website is prettig om te zien	14%	52%	15%	10%	8%
De website is goed leesbaar (lettergrootte en lettertype)	29%	49%	4%	11%	7%
De informatie op de website is goed te begrijpen	26%	52%	5%	13%	5%
Het is lastig om met deze website te werken	8%	15%	26%	42%	8%
De website is gemakkelijk in het gebruik	19%	50%	10%	13%	8%
Deze website biedt mij voldoende informatie	20%	50%	11%	13%	6%
De informatie die op de website staat is onvolledig	6%	19%	24%	41%	10%
De informatie die op de website staat is actueel	8%	45%	14%	8%	25%
Ik weet waar ik op de website moet zijn om de informatie te vinden die ik zoek	13%	50%	17%	11%	9%
Ik vind dat het laden van een nieuwe pagina te lang duurt vaker gebruik	7%	19%	35%	30%	8%
Ik denk dat ik de website in de toekomst vaker ga gebruiken	23%	38%	10%	9%	20%



Figuur 2.5 meningen over de stellingen over de website



Uit de mening over de stellingen blijkt dat de respondenten die een transactie hebben verricht over het algemeen positiever over de website denken dan de respondenten die via de banner de enquête zijn gestart.

De respondenten vinden de website herkenbaar als van de gemeente Groningen, een vijfde is het niet met deze stelling eens. Ook is de website goed leesbaar en goed te begrijpen. Op de vraag of de website prettig is om te zien, is ruim de helft positief.

Lastig om mee te werken vindt minder dan een kwart. Dit is een veel lager percentage dan bij de banner. Er zijn ook veel meer mensen die het eens zijn met de stelling dat de website gemakkelijk is in het gebruik. De informatie die op de website staat wordt door de meerderheid als voldoende beschouwd, wat natuurlijk sterk met de verwachtingen samenhangt. Of de informatie actueel is wordt door een kwart met 'weet niet' beantwoord, een nog hoger percentage dan bij de banner. Meer dan de helft weet waar informatie te vinden is op de site, ook dit is een hoger percentage dan bij de banner. De snelheid wordt over het algemeen goed beoordeeld, zie ook het rapportcijfer in het volgende stuk.

Iets meer dan 60 procent gaat de website vaker gebruiken. 20 Procent weet het nog niet.



Aan de respondenten is gevraagd voor een aantal aspecten een rapportcijfer te geven. Voor een deel gaat het om aspecten die samenhangen met de stellingen.

Tabel 2.23 Rapportcijfer voor vier aspecten van de website

kenmerk	gemiddeld cijfer	% 4 en lager	% 9 of 10
gebruiksvriendelijkheid	7,7	4%	21%
bruikbaarheid	7,8	2%	26%
snelheid	7,7	7%	29%
uiterlijk	7,5	3%	21%

Gemiddeld zijn de cijfers die gegeven worden hoog, bijna anderhalf punt hoger dan bij de respondenten die via de banner gereageerd hebben. Vooral bij de gebruikersvriendelijkheid is het verschil groot. De spreiding in waardering is het grootste bij de snelheid. Het uiterlijk wordt het minste beoordeeld.

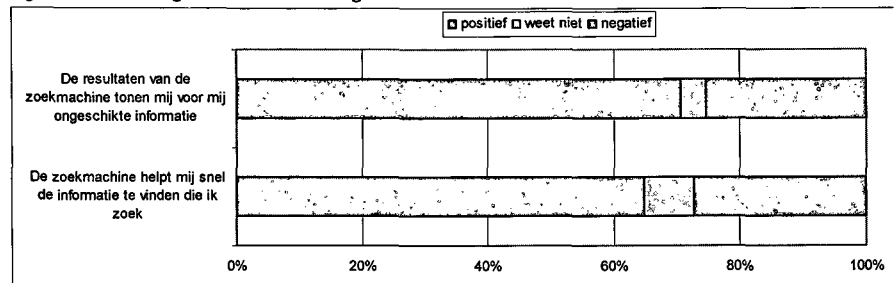
### De zoekmachine

Aan de respondenten die de zoekmachine gebruikt hebben is een tweetal stellingen over de zoekmachine voorgelegd. 27 Procent heeft de zoekmachine gebruikt. In de tabel staan de meningen. In het onderstaande figuur staat in kleuren weergegeven welk percentage respondenten positief of negatief over de zoekmachine oordeelt aan de hand van de stellingen.

Tabel 2.24 Mening ver stellingen over de zoekmachine van de website.

stelling	helemaal mee	mee eens	niet mee	helemaal niet mee	weet niet/nvt
De resultaten tonen verkeerde informatie	8%	18%	39%	31%	4%
De zoekmachine helpt snel de informatie te vinden die gezocht wordt	20%	45%	18%	10%	8%

Figuur 2.6 meningen over de stellingen over de zoekmachine.



De respondenten zijn over het algemeen positief over de zoekmachine. Positiever dan de respondenten die via de banner de

enquête hebben ingevuld, die waren in meerderheid negatief over beide stellingen.

Bijna alle respondenten gebruiken minimaal meerdere keren per week het internet.

De respondenten zijn goed gespreid over de wijken van de stad. Ook is er een goede spreiding over de leeftijden. Er zijn bij de transactiegroep relatief meer respondenten in de groep 18-25 jaar dan bij de andere twee groepen. De afzonderlijke groepen zijn te klein om meningen uit te kunnen splitsen.



### 3 Een vergelijking tussen de verschillende respondentgroepen.

In dit hoofdstuk gaan we in op de verschillen in mening tussen de mensen die via het stadspanel de enquête hebben ingevuld, via de banner en na het doen van een transactie. Eerst zullen we ingaan op de rapportcijfers voor de site en voor het doen van een digitale aanvraag. Daarna komen de stellingen aan bod.

#### De rapportcijfers

Tabel 3.1 Welk rapportcijfer geeft u voor de volgende aspecten van de site:

	stadspanel	transactie	banner
gebruiksvriendelijkheid	7,1	7,7	5,6
bruikbaarheid informatie	7,2	7,8	6,0
snelheid	7,0	7,7	6,8
uiterlijk	7,1	7,5	6,4
<b>gemiddeld cijfer</b>	<b>7,1</b>	<b>7,7</b>	<b>6,2</b>

We zien dat de mensen die een transactie hebben uitgevoerd de hoogste cijfers geven. Zij hebben dan ook een geslaagde transactie uitgevoerd. De mensen die via de banner zijn gekomen zijn het meest negatief. Het verschil is het grootste bij de gebruiksvriendelijkheid. Eenderde van de mensen die via de banner heeft gereageerd geeft voor de gebruiksvriendelijkheid en bruikbaarheid zelfs een 4 of lager. Bij de andere twee groepen zijn deze percentages veel lager.

#### De antwoorden op de stellingen over de website.

Bij de tabellen zijn helemaal mee-eens en mee-eens samengevoegd en helemaal niet mee-eens en niet mee-eens ook.

Over het algemeen hebben de mensen die via de banner zijn binnen gekomen het meest negatief geantwoord. De verschillen met het stadspanel en de mensen die via de transactie zijn binnengekomen zijn vaak behoorlijk groot. De groep die via de transactie is binnen gekomen is nog iets positiever dan het stadspanel. Mogelijk komt dit doordat zij juist een geslaagde transactie hebben afgerond.

## De afzonderlijke stellingen

Tabel 3.2 Ik vind de website prettig om te zien

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	49,0%	45,4%	5,6%
transactie	66,8%	25,0%	8,2%
stadspanel	77,5%	16,4%	6,1%

Of een website prettig is om te zien is per persoon verschillend. We zien dat het stadspanel het meest positief is en de mensen die via de banner hebben gereageerd het minst positief zijn. Vergelijk hier ook het rapportcijfers wat gegeven is aan het uiterlijk van de site.

Tabel 3.3 Deze website biedt mij voldoende informatie

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	41,3%	51,5%	7,1%
transactie	70,7%	23,6%	5,8%
stadspanel	74,1%	18,0%	7,9%

De mensen van het stadspanel en die via de transactie hebben gereageerd vinden in ruime meerderheid dat de website voldoende informatie biedt. Wat opvalt, is dat de meerderheid van de banner-groep het hier juist niet mee eens is. Deze groep is als enige groep over meerdere zaken meer negatief dan positief gestemd. Vergelijk hier ook het rapportcijfers wat gegeven is aan de bruikbaarheid van de informatie. De mensen die via de banner hebben gereageerd geven een beduidend lager cijfer.

Tabel 3.4 Ik vind de website gemakkelijk in het gebruik

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	36,7%	56,1%	7,1%
transactie	69,2%	23,1%	7,7%
stadspanel	71,4%	21,8%	6,8%



Over het onderwerp gebruiksgemak lopen de meningen ver uiteen. Het stadspanel en de mensen die na een transactie hebben meegedaan zijn veel positiever als de mensen die via de banner hebben gereageerd. Dit komt overeen met de rapportcijfers die gegeven zijn voor de gebruiksvriendelijkheid. Dit is een van de onderwerpen waar de meerderheid van de mensen die via de banner hebben gereageerd ontevreden over zijn.

Tabel 3.5 Ik weet waar ik op de website moet zijn om de informatie te vinden die ik zoek

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	40,8%	53,1%	6,1%
transactie	62,5%	28,4%	9,1%
stadspanel	64,4%	28,1%	7,4%

Meer dan de helft van de respondenten weet waar men moet zijn op de website om informatie te vinden. De groep die via de banner heeft gereageerd is het daar in meerderheid niet mee eens. Net als bij het onderwerp gebruiksgemak zijn de verschillen tussen de groepen groot.

Tabel 3.6 De website is herkenbaar als website van de gemeente Groningen

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	73,5%	20,9%	5,6%
transactie	71,6%	20,7%	7,7%
stadspanel	83,1%	10,0%	6,9%

De website is herkenbaar als website van de gemeente Groningen. Hierover zijn de groepen het over het algemeen eens. Vooral het stadspanel vindt dit. Een verklaring voor dat laatste zou kunnen zijn dat het stadspanel al vaker is geconfronteerd met gemeentelijke uitingen via het internet.

Tabel 3.7 Ik vind het lastig om met deze website te werken

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	42,9%	47,4%	9,7%
transactie	23,6%	68,3%	8,2%
stadspanel	17,0%	71,6%	11,4%

Een aanzienlijk deel van de respondenten vindt het lastig om met de website te werken. Dit percentage zou eigenlijk heel laag moeten zijn. De groep die via de banner heeft gereageerd is het meest ontevreden over het werken met de website. De andere twee groepen zijn hier

wat minder negatief over. Zie ter vergelijking ook de stellingen over de zoekmachine.

Tabel 3.8 De informatie op de website is goed te begrijpen

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	64,4%	28,3%	7,2%
transactie	77,6%	17,2%	5,2%
stadspanel	83,9%	9,8%	6,3%

De informatie op de website is wel goed te begrijpen. Daar zijn de meeste mensen het over eens. Ook hier zijn er wel duidelijke verschillen tussen de verschillende groepen. Vergelijk hier ook het rapportcijfers wat gegeven is aan het uiterlijk van de site.

Tabel 3.9 Ik vind de informatie die op de website staat onvolledig

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	47,2%	41,7%	11,1%
transactie	25,0%	65,1%	9,9%
stadspanel	17,3%	67,5%	15,2%

De volledigheid van de website: relatief veel mensen weten niet of de informatie op de site volledig vinden. Vooral de mensen van het stadspanel zijn het niet met deze stelling eens of vullen 'weet niet' in. Van de overige mensen is binnen de banner groep in meerderheid niet te spreken over de volledigheid van de informatie op de site.

Tabel 3.10 De informatie die op de website staat is actueel

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	50,0%	31,1%	18,9%
transactie	53,1%	21,9%	25,0%
stadspanel	62,6%	15,3%	22,1%

Met de actualiteit van de website is vergelijkbaar geantwoord als over de volledigheid. De percentages 'weet niet' zijn bij alle groepen echter nog groter. De mensen van de banner zijn beter te spreken over de actualiteit dan over de volledigheid van de site.



Tabel 3.11 Ik vind dat het laden van een nieuwe pagina te lang duurt

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	28,3%	60,0%	11,7%
transactie	26,6%	65,1%	8,3%
stadspanel	19,3%	68,2%	12,5%

Alle groepen vinden in meerderheid dat de website snel genoeg is, toch vindt een relatief hoog percentage van tegen de 30 procent van de gebruikers van de site dat het laden van een pagina te lang duurt. De snelheid hangt natuurlijk ook af van de internetverbinding die men heeft. Vergelijk hier ook het rapportcijfers wat gegeven is aan de snelheid van de site. De cijfers zijn redelijk en de mensen van de banner geven het laagste cijfer.

Tabel 3.12 De website is goed leesbaar (lettergrootte en lettertype)

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	76,7%	16,7%	6,7%
transactie	78,6%	14,6%	6,8%
stadspanel	86,5%	7,5%	6,1%

Verreweg het grootste percentage vindt de site goed leesbaar. Dit is de enige stelling waarmee van alle groepen meer dan driekwart het eens is. De mensen van het stadspanel zijn het meest positief.

Tabel 3.13 Ik denk dat ik de website in de toekomst vaker ga gebruiken

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	51,7%	28,9%	19,4%
transactie	60,9%	18,8%	20,3%
stadspanel	57,2%	17,5%	25,3%

Hoe vaak men in de toekomst de site denkt te gebruiken is een beetje een afwijkende stelling. Het gaat niet rechtstreeks over de site. De antwoorden geven deels wel aan of men tevreden is over de site. Bij het stadspanel geeft de helft van de mensen die de site niet bezoeken aan dit in de toekomst toch vaker te gaan doen. Voor de groep die de site nog niet kenden ligt dit percentage nog hoger. Opvallend is dat bijna 30 procent van de bezoekers die via de banner heeft ingevuld de site niet meer wil bezoeken. Dit zijn mensen die de site dus net hebben bezocht.



### De zoekmachine

De antwoorden op de stellingen over de zoekmachine van de website.

Tabel 3.14 De resultaten van de zoekmachine tonen mij voor mij ongeschikte informatie

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	60,6%	29,8%	9,6%
transactie	25,5%	70,6%	3,9%
stadspanel	19,4%	66,6%	14,0%

Tabel 3.15 De zoekmachine helpt mij snel de informatie te vinden die ik zoek

	mee eens	niet mee eens	weet niet
banner	31,7%	60,6%	7,7%
transactie	64,7%	27,5%	7,8%
stadspanel	64,0%	22,2%	13,8%

De zoekmachine wordt een stuk minder gewaardeerd dan de website als totaal. En, net als bij de stellingen over de vindbaarheid van informatie, of de website prettig is om mee te werken en het gebruiksgemak zijn de mensen die via de banner hebben gereageerd verreweg het meest negatief over de zoekmachine. Bij het stadspanel vullen relatief veel mensen 'weet niet' in.

### De transactie

Er zijn drie groepen te onderscheiden die een transactie hebben gedaan.

1. De mensen die na het doen van een transactie of het maken van een afspraak zijn uitgenodigd de enquête te in te vullen.
2. Bij het stadspanel zijn mensen die een transactie hebben gedaan. Of geprobeerd een transactie te doen.
3. Bij de mensen die de enquête via reageren op de banner hebben ingevuld ook mensen die een transactie hebben gedaan. Of geprobeerd een transactie te doen.

In onderstaande tabel staan de rapportcijfers voor de digitale aanvraag per groep.



Tabel 3.16 Rapportcijfer voor het indienen en de afhandeling van een digitale aanvraag

	stadspanel	transactie	banner
gebruiksgemak indienen	7,8	7,9	7,2
snelheid van afhandeling	7,8	8,0	6,9
volledigheid	7,9	7,9	7,0
tevredenheid indienen	7,9	7,9	7,0
aantal	865	217	81

We zien dat de mensen die een (geslaagde) transactie hebben uitgevoerd het meest tevreden zijn over de digitale aanvraag of afspraak. De stadspanelleden zijn bijna even tevreden. De mensen die via de banner de enquête hebben ingevuld zijn een stuk minder tevreden. Bij deze groep geeft 10 procent zelfs zeer lage cijfers.

## **Bijlagen**

**Bijlage 1: de enquête voor het stadspanel**

**Bijlage 2: de enquête voor de mensen die via de banner hebben gereageerd**

**Bijlage 3 de enquête voor de mensen die na een transactie hebben gereageerd**



## Bouwen aan Brieven

Eindevaluatie  
2012

Mei, 2012  
Gemeente Groningen  
Stad&Stadhuis  
Jacqueline Copini

## **Inhoudsopgave**

1. Wat is 'Bouwen aan Brieven' .....	3
1.1 Inleiding .....	3
1.2 Burgers.....	3
1.3 Selectiecriteria .....	3
1.4 Beoogde resultaten .....	3
1.5 Beoogde neveneffecten .....	3
1.6 Projectinformatie.....	3
2. Verloop project .....	4
2.1 Inleiding .....	4
2.2 Brieven .....	4
2.3 Eerste ronde .....	4
2.4 Tweede ronde.....	5
3. Cijfers en reacties .....	6
3.1 Aantallen.....	6
3.2 Cijfers .....	6
4. Conclusie.....	7

## **1. Wat is 'Bouwen aan Brieven'**

### **1.1 Inleiding**

'Bouwen aan Brieven' (BAB) is een e-participatieproject, bedacht door de gemeente Zeist. Via het internet worden burgers en/of specialisten betrokken bij het verbeteren van standaard brieven en formulieren<sup>1</sup>.

### **1.2 Burgers**

De burgers kunnen door middel van twee opties de brieven beoordelen.

- De burgers kunnen door middel van sterren 1 tot en met 5, een waardering geven aan de brief. Hierbij zijn 3 vragen gesteld:
  - o Is deze brief goed te begrijpen?
  - o Past de toon van de brief bij het onderwerp?
  - o Hoeveel sterren geeft u deze brief?
- Daarnaast kunnen ze een inhoudelijke reactie geven onder aan de brieven.

### **1.3 Selectiecriteria**

De geselecteerde brieven moeten aan een aantal eisen voldoen.

- Het moeten niet te lange brieven zijn: 1,5 à 2 A4.
- Er moet wat te verbeteren zijn aan de brieven.
- Alle diensten kunnen meedoen.

### **1.4 Beoogde resultaten**

De vermoedelijke resultaten van BAB zullen zijn:

- Brieven worden meetbaar beter.
- Begrijpelijkere taal.
- Ervaring opdoen met e-participatie.
- De burger een luisterend oor bieden.
- Dienstverlening verbeteren.

### **1.5 Beoogde neveneffecten**

Het project kan bijdragen aan een aantal zaken:

- Een proces waarbij medewerkers en burgers samen brieven verbeteren.
- Medewerkers ervaren dat online burger consultatie leuk en eenvoudig is.
- Innovatieve positionering van de medewerkers, afdeling en gemeente.
- Tijdsinvestering voor medewerkers van de gemeente.

### **1.6 Projectinformatie**

Oprachtgever: Jaap van der Laan (Stad&Stadhuis)  
Website: <http://gemeente.groningen.nl/bouwenaanbrieven/>  
Beheer website: <http://groningen.bouwenaanbrieven.nl/>

---

<sup>1</sup> <http://www.bouwenaanbrieven.nl/>

## 2. Verloop project

### 2.1 Inleiding

In 2011 was de eerste keer dat dit project binnen de gemeente Groningen werd uitgevoerd. Na de eindevaluatie bleek dat het zinvol was om dit project opnieuw uit te voeren. Begin februari 2012 startte voor de tweede keer het project. De diensten die dit jaar aan het project meedoen zijn HVD, MD en de DIA.

De 'briefeigenaren', de medewerkers van de diensten die de brieven aan leverden waren:

- Gineke Oldenburger (DIA)
- Jan Venhuizen (RO/EZ)
- Hendrik Woldring (DIA)
- Erik Staal (MD)
- Kees Vissers (HVD)
- Rob Snitjer (DIA)

### 2.2 Brieven

In totaal zijn er zes brieven die geplaatst zijn op de website. De brieven zijn standaard brieven uit de verschillende afdelingen binnen de gemeente. De brieven zijn:

- Aanvraag nieuw reisdocument.
- Inschrijven in gemeentelijke basisregistratie persoonsgegevens.
- Besluit emissie-eisen: middelgrote stookinstallaties.
- Bevestiging procedure aanvraag omgevingsvergunning.
- Aanvraag huishoudelijk hulp/ zorg in natura.
- Aanvraag huishoudelijke hulp/ persoonsgebonden budget.

### 2.3 Eerste ronde

#### *Communicatie*

Begin februari werden de zes brieven online gezet op de homepage van de gemeente Groningen. Om het project zo goed mogelijk onder de aandacht te brengen en zoveel mogelijk feedback te generen, zijn er verschillende communicatiemiddelen ingezet.

De intern gebruikte communicatiemiddelen zijn een artikel op Gé-net, het overleg sleutelpersonen Publieke Dienstverlening en het vakoverleg Publieke Dienstverlening.

De extern gebruikte communicatiemiddelen zijn een bericht op de gemeentelijke informatiepagina en een advertentie in de gezinsbode. Ook is er getwitterd over het project Bouwen aan Brieven. Ook hebben alle wijkwebsites een link naar BAB geplaatst.

#### *Reacties*

Tijdens de eerste ronde waren er in totaal 14 burgers die via de ster een waardering gaven aan de brieven. En in totaal waren er 24 reacties onderaan de brieven geplaatst.

#### *Tussentijdse rapportage*

Op basis van de binnengekomen reacties en waarderingen tijdens de eerste ronde, is er een tussenrapportage gemaakt. Deze tussenrapportage is naar de briefeigenaren gestuurd met het verzoek de brieven binnen twee weken te verbeteren aan de hand van de reacties en waarderingen van de burgers. Na deze twee weken zouden ze dan weer op de website geplaatst worden. Nadat de brieven twee weken bij de briefeigenaren lagen, was het de bedoeling dat zij de herschreven brieven terug zouden sturen. Dit werd echter niet gedaan. Er moest een aantal keer achteraan gebeld worden. De indruk ontstond dat men er niet op zat te wachten om de brieven te verbeteren en op tijd aan te leveren. Er was weinig welwillendheid om mee te werken. Uiteindelijk

konden de brieven uiteindelijk nog twee weken later geplaatst worden. Alleen de brief 'Besluit emissie-eisen' is niet herplaatst, vanwege geen tijd hebben om deze te herschrijven. Ook was hier maar één reactie op binnen gekomen, dus vond men dit niet de moeite waard.

## **2.4 Tweede ronde**

### *Communicatie*

Uiteindelijk zijn er vijf brieven herplaatst naar aanleiding van de herschreven brieven. Deze brieven stonden uiteindelijk 2 weken op de site, maar hadden geen reacties. Toen bleek dat er over deze ronde nog niet gecommuniceerd was. Naar aanleiding hiervan is er contact opgenomen met concerncommunicatie om de link naar de website van BAB op de homepage te plaatsen en een tweet te versturen via @stadsnieuws, daarnaast een nieuwsbericht. Ook is er contact opgenomen met Rolinda Ferwerda om weer een link te plaatsen op de wijkwebsites, net als in de eerste ronde. Dit werd echter niet gedaan, aangezien de aanname was dat er weinig tot geen reacties via de wijkwebsites zouden binnen komen.

### *Reacties*

Het aantal mensen dat een waardering via een ster heeft gegeven is 8. In totaal zijn er 13 reacties onder aan de brieven geplaatst.

### *Rapportage*

Eind mei is de reactiemogelijkheid stopgezet en zijn de brieven van de website gehaald.



### 3. Cijfers en reacties

Hieronder volgt een korte weergave van de resultaten per brief en het aantal reacties van betrokkenen.

#### 3.1 Aantallen

Hieronder volgt in het kort de aantallen:

- Eerste ronde waren er 14 waarderingen en 24 reacties
- Tweede ronde waren er 8 waarderingen en 13 reacties
- In de eerste ronde waren er zes brieven geplaatst en in de tweede ronde vijf.

#### 3.2 Cijfers

In de tabel staan de cijfers per brief gebaseerd op de sterwaarderingen die de burgers hebben gegeven. Daaronder een korte uitleg

Brief	Cijfer ronde 1	Aantal reacties	Cijfer ronde 2	Aantal reacties
Aanvraag nieuw reisdocument.	8.1	5	9.3	4
Inschrijving gemeentelijke basisregistratie gegevens.	8.0	3	9.3	1
Besluit emissie-eisen middelgrote stookinstallaties.	6.0	1	-	-
Bevestiging procedure aanvraag omgevingsvergunning.	6.0	2	10	1
Aanvraag huishoudelijke hulp/zorg in natura.	8.0	1	6.7	1
Aanvraag huishoudelijke hulp persoonsgebonden budget.	2.7	2	9.3	1

Het gemiddelde cijfer over alle brieven tijdens de eerste ronde is een 6.5. Het gemiddelde cijfer van de tweede ronde is 8.9. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met het feit dat a) in ronde 1 er meer waarderingen waren en b) dat er in ronde 2 een brief minder was. Het gemiddelde cijfer is dus gestegen in de tweede ronde.

Afzonderlijk per brief gekeken naar de cijfers, zijn de cijfers van alle brieven gestegen. De enige brief die een lager cijfer kreeg in de tweede ronde was 'aanvraag huishoudelijke hulp/ zorg in natura'.

#### **4. Conclusie**

Dit was de tweede keer dat het project 'Bouwen aan Brieven' werd uitgevoerd. Deze keer waren er in totaal 22 waarderingen en 37 reacties.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat:

- er weinig respons op de brieven was. De eerste ronde had een hoger aantal reacties dan de tweede ronde.
- De reacties die gegeven waren, goed konden worden gebruikt.
- Er weinig enthousiasme vanuit de afdelingen was om de brieven te verbeteren. Hierdoor stonden de brieven twee weken later op de website dan oorspronkelijk gepland.
- Er meer aandacht aan de communicatie moet worden besteed.