

ONDERZOEK INFORMATIEBELEID PUBLIEK

Bekendheid en benutting OCW informatie



ONDERZOEK INFORMATIEBELEID PUBLIEK

Bekendheid en benutting OCW informatie

René Montenarie, Welmoed Lockefeer, Jonneke de Jong, Michelle van Berchum

3 maart 2009

status Definitief

versie 1.1

interne toets Nico Verbeij

Copyright © 2009 Verdonck, Klooster & Associates B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets van deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteursrechthebbende.

Management samenvatting

Aanleiding

Het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) heeft in het kader van het project Informatiebeleid Publiek aan Verdonck, Klooster & Associates (VKA) gevraagd om een onderzoek uit te voeren naar de bekendheid en de benutting van OCW-informatie door marktpartijen. Deze intermediaire organisaties gebruiken OCW-informatie voor informatieproducten die zij genereren voor hun specifieke doelgroep (eindgebruikers). De kernvragen van het onderzoek waren:

- Hoe transparant is het aanbod? Oftewel: kennen marktpartijen de OCW-informatie; welke informatie is volgens partijen beschikbaar?
- Kunnen marktpartijen OCW-informatie vinden en gebruiken?
- Wordt de doelgroep ouders door marktpartijen voldoende bediend?
- Is er sprake van marktfalen? Oftewel: gebruiken partijen, die OCW-informatie zouden kunnen (her)gebruiken, deze wel?

Aanpak

Het onderzoek bestond uit twee fasen.

Fase 1: inventarisatie bekendheid en gebruik OCW-informatie

In de eerste fase is een brede inventarisatie uitgevoerd van bekendheid en gebruik van de verschillende typen OCW-informatie. De indeling in informatietypen die hiervoor gebruikt is, is gebaseerd op de resultaten van de quick scan naar mogelijk te publiceren informatie die eind 2007 gehouden is. Hieruit zijn negen informatietypen gegenereerd die de basis vormden voor de vragenlijst die in fase 1 is ontwikkeld en uitgezet. De vragenlijst is intern binnen OCW en extern onder marktpartijen die betrokken waren bij de quick scan getoetst. Vervolgens is deze uitgezet onder ruim 1.200 potentiële respondenten uit het relatienetwerk van OCW. Hiervoor is een online enquêtetool gebruikt, die het mogelijk maakte om snel een groot aantal potentiële respondenten te bereiken. Fase 1 leverde 274 geheel ingevulde vragenlijsten op, en 104 respondenten gaven aan bereid te zijn om mee te werken aan een verdiepende fase van Informatiebeleid Publiek.

Fase 2: verdiepend onderzoek informatievoorziening ouders

De eerste fase gaf een breed beeld van bekendheid en gebruik van OCW-informatie door marktpartijen. In de tweede onderzoeksfase is een verdiepingsslag gemaakt door een relatie te leggen tussen (wensen en behoefte van) de specifieke doelgroep ouders over (de kwaliteit van) scholen en het aanbod vanuit marktpartijen daarvoor. Hiervoor is een vragenlijst ontwikkeld die specifiek gericht is op het inzichtelijk maken van de (mis)match tussen vraag en aanbod van informatie voor de doelgroep ouders. Voor de behoefte van ouders is het eindrapport ouderportaal (CapGemini, 2006) als referentie gebruikt.

De vragenlijst is verwerkt tot een online enquête en uitgezet onder de 104 respondenten die in fase 1 van het onderzoek hebben aangegeven betrokken te willen blijven bij de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek. Daarnaast zijn (telefonische) interviews met een aantal marktpartijen gehouden, en is deskresearch gedaan om een helder en gedegen beeld te krijgen van het (her)gebruik van OCW-informatie voor en door de doelgroep ouders.

De resultaten van fase 1 en fase 2 zijn gebundeld in dit eindrapport. De statistische onderbouwing die op basis van de resultaten van de online enquêtes is gedaan, zijn opgenomen in het Analyserapport Onderzoeksdata, dat een bijlage vormt bij het eindrapport.

Resultaten

Fase 1: bekendheid en gebruik van de OCW-informatie

Fase 1 van het onderzoek heeft 274 geheel ingevulde vragenlijsten (respons 22,5%) en 166 deels ingevulde vragenlijsten (respons 13,6%) opgeleverd. De achtergrond van de respondenten uit fase 1 toonde vanwege de breedte van de onderzochte OCW-informatie een grote variëteit.

Wat opviel was dat onder respondenten een grote bereidheid bestaat tot vervolgp participatie aan Informatiebeleid Publiek.

Met name over de transparantie van het informatie-aanbod van OCW is in fase 1 veel bruikbare informatie naar voren gekomen. Zo is de bekendheid van de verschillende informatietypen beperkt (gemiddeld 39%) en zijn daarnaast tussen de verschillende informatiecategorieën grote verschillen in bekendheid (variëtes van 16,8% tot 70,9%). Van de respondenten die aangeven een informatietype te kennen, gebruikt gemiddeld 55,2% dit ook daadwerkelijk. Ook in het gebruik zijn echter grote variëtes zichtbaar (spreiding van 30,4% tot 88,2%). Gemiddeld genomen is het percentage bevraagde respondenten dan een informatietype kent en gebruikt 21,5%.

58,6% van de respondenten gaf aan OCW-informatie vrij tot zeer makkelijk te kunnen vinden. Dit betekent tegelijkertijd dat 41,4% deze informatie als moeilijk tot zeer moeilijk vindbaar bestempeld.

Fase 2: informatie aan ouders over (de kwaliteit van) scholen

Fase 2 heeft 36 geheel ingevulde vragenlijsten (respons 34,6%) en 46 deels ingevulde vragenlijsten (respons 44,2%) opgeleverd. Respondenten konden zelf invullen tot wat voor organisatie zij behoren. Hieruit bleek dat de meerderheid van de respondenten werkzaam is in onderwijsinstellingen (26%), bij gemeenten (19%) en bij kenniscentra (15%). Er zijn 27 marktpartijen die aangegeven hebben ouders als specifieke doelgroep te hebben, waarvan 14 ook de vragen over specifieke ouderinformatie hebben beantwoord. 4 partijen, die zich specifiek richten op de doelgroep ouders, hebben middels een telefonisch interview informatie gegeven over hun informatievoorziening aan ouders.

Door de focus op de doelgroep ouders is een goed beeld ontstaan over de (mis) match tussen informatie-aanbod en de vraag daarnaar. Uit fase 2 blijkt dat marktpartijen de informatie die ouders wensen over (de kwaliteit van) scholen slechts (zeer) beperkt bieden. De gewenste informatie wordt door tussen de 0 en 43% van marktpartijen geboden. Een aanzienlijk deel van de respondenten geeft aan de doelgroep onvoldoende te bereiken (35%) of niet te weten in welke mate de doelgroep wordt bereikt (12%). Tegelijkertijd wordt de kwaliteit van de eigen informatieproducten hoog ingeschat: 76% geeft aan voldoende tot goed in de informatiebehoefte van ouders te voorzien. OCW-informatie wordt niet (expliciet) genoemd als bron voor de eigen informatieproducten. Het deskresearch laat zien dat de OCW-informatie matig gebruikt wordt in de informatievoorziening aan ouders.

Conclusies

De onderzoeksresultaten uit fase 1 en 2 leiden tot de volgende conclusies:

De transparantie van het aanbod van OCW-informatie is beperkt

- De bekendheid en het gebruik van OCW-informatie is over het algemeen beperkt
- De vindbaarheid van OCW-informatie is matig

Ten aanzien van de doelgroep ouders is er sprake van marktfalen

- Kijkend naar de onderzochte behoefte van ouders over (de kwaliteit van) scholen wordt deze doelgroep door marktpartijen matig bediend.
- Marktpartijen gebruiken daarbij de OCW-informatie weinig tot niet.

Aanbevelingen

Op basis van het onderzoek, komen wij tot de volgende aanbevelingen:

Verbeter de vindbaarheid door ontwikkeling van een catalogus met OCW-informatie

De vindbaarheid van OCW-informatie is een fundamentele voorwaarde om bekendheid en gebruik daarvan mogelijk te maken. Investeer in betere vindbaarheid van informatie zodat marktpartijen deze meer gaan herkennen en kunnen gebruiken. Dit kan door het verder uitwerken van de gehanteerde negen informatietypen tot een catalogus van OCW-informatie, die marktpartijen kunnen gebruiken.

Hanteer een gefaseerde aanpak en betrek marktpartijen bij het vervolg van het project

Wij adviseren het vervolg van het project Informatiebeleid Publiek te richten op een nauwere afstemming en verdieping van vraag en aanbod, zoals bijvoorbeeld in fase 2 voor de doelgroep ouders onderzocht is. De resultaten van het onderzoek kunnen daarbij op twee manieren gebruikt worden. Ten eerste heeft het onderzoek in de eerste fase 104 adressen van respondenten opgeleverd, waarvan 82 daadwerkelijk hebben meegewerkt aan fase 2 van het onderzoek. Er ligt een unieke kans om een actieve community op te zetten en direct samen te werken met gemotiveerde marktpartijen om de vraag naar en het aanbod van OCW-informatie goed op elkaar aan te laten sluiten. De prijsvraag die OCW hiervoor overweegt uit te zetten kan hiervoor een goede stimulans vormen. Daarnaast zijn de resultaten ten aanzien van bekendheid en gebruik te gebruiken om oorzaken voor wel/geen gebruik van informatie te onderzoeken en doelstellingen (streefcijfers t.a.v. bekendheid en gebruik) op te stellen voor vervolgvactiteiten.

Investeer in meer interne betrokkenheid

Interne kennisdeling en betrokkenheid zal de kwaliteit van volgende fasen van Informatiebeleid Publiek ten goede komen en zorgt voor duidelijkheid en gezamenlijke beelden ten aanzien van het doel, de aanpak, de beoogde resultaten en de positionering van (vervolgstappen van) het project. Het verdient aanbeveling om hiervoor een interne klankbordgroep te formeren.

Inhoudsopgave

| | | |
|----------|---|-----------|
| | Management samenvatting | ii |
| 1 | Inleiding | 1 |
| | 1.1 Aanleiding | 1 |
| | 1.2 Onderzoek in twee fasen | 1 |
| | 1.3 Doel en doelgroep document | 2 |
| 2 | Aanpak | 3 |
| | 2.1 Onderzoeksactiviteiten | 3 |
| | 2.2 Keuzes en ontwikkelingen tijdens het onderzoek | 8 |
| 3 | Conclusies | 10 |
| | 3.1 Respons | 10 |
| | 3.2 Onderzoeksresultaten | 11 |
| | 3.3 Beantwoording kernvragen | 16 |
| 4 | Aanbevelingen voor vervolg | 17 |
| A | Vragenlijst fase 1 | 18 |
| B | Onderwerpen vragenlijst fase 2 | 23 |
| | Aparte bijlagen: Analyserapporten fasen 1 en 2 | |

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) verzamelt, ontwikkelt en beheert concernbreed informatie ten behoeve van beleid, bekostiging, toezicht en verantwoording. OCW heeft de indruk dat veel van deze informatie nu versnipperd en beperkt (online) toegankelijk is. OCW wil meer informatie actief openbaar gaan maken door zoveel mogelijk van deze informatie te publiceren en beschikbaar te stellen voor hergebruik. Het gaat hier niet alleen om het zelf publiceren van deze informatie op OCW-websites maar met name om het leveren van gegevens aan (markt)partijen die deze informatie vervolgens zelf beschikbaar stellen aan de eindgebruiker (burger, scholen enz).

Dit gebeurt enerzijds vanuit een democratisch perspectief en anderzijds vanuit een economisch perspectief. Allereerst wordt er veel waarde gehecht aan het transparant maken richting burgers van de activiteiten van OCW en van de informatie die OCW genereert. Streven is om zoveel mogelijk informatie inzichtelijk te maken en beschikbaar te stellen aan burgers. Daarnaast wordt vanuit economische overwegingen gewerkt aan een zo optimaal mogelijk gebruik en hergebruik van informatie. Bekendheid, beschikbaarheid en vindbaarheid van informatie zijn van groot belang voor een goede benutting van bestaande en beschikbare kennis.

Eind 2007 is een quick scan uitgevoerd naar mogelijk te publiceren informatie. De vragen: "Waar is behoefte aan?" (vraag) en "Wat heeft OCW aan informatie?" (aanbod) stonden hierbij centraal. In de quick scan is tevens geanalyseerd welk deel van de informatiebehoefte OCW op korte termijn kan invullen. Hieruit is een overzicht ontstaan met potentiële quick wins.

Met het project Informatiebeleid Publiek is OCW in 2008 gestart met de invulling van deze quick wins. Voor vervolgactiviteiten is vanuit het project de behoefte ontstaan aan verdieping van de *beschikbaarheid* en het feitelijk *gebruik* van de OCW-informatie. Dit vormde de directe aanleiding voor het onderzoek binnen het project Informatiebeleid Publiek dat is uitgevoerd door Verdonck, Klooster & Associates (VKA), waarvan dit rapport de uitkomsten behandelt. Twee kernvragen vormden de basis voor dit onderzoek naar de mate van bekendheid en benutting van OCW-informatie:

- Hoe transparant is het aanbod? Oftewel: kennen partijen de informatie; welke informatie is volgens partijen beschikbaar?
- Is er sprake van marktfalen? Oftewel: gebruiken partijen, die OCW-informatie zouden kunnen (her)gebruiken, deze wel?

1.2 Onderzoek in twee fasen

Om een antwoord te vinden op deze vragen is een onderzoek in twee fasen uitgevoerd. Allereerst is een brede selectie van marktpartijen bevraagd over algemene bekendheid en gebruik van verschillende categorieën OCW-informatie. Dit leverde informatie op over de mate van bekendheid en gebruik van het informatie-aanbod.

Na het ophalen van dit brede beeld is in de tweede onderzoeksfase een verdiepingsslag gemaakt door een relatie te leggen tussen (wensen en behoefte van) de specifieke doelgroep ouders en informatietypen. Hoofdvragen waren:

- Wordt de doelgroep ouders in hun informatiebehoefte door marktpartijen voldoende bediend?
- Voldoet het aanbod aan de wensen van de doelgroep ouders?

Hiermee is een antwoord gezocht op de vraag of er sprake is van een (mis)match tussen informatievraag en –aanbod en of er voor deze doelgroep gesproken kan worden van marktfalen.

1.3 Doel en doelgroep document

Dit onderzoeksrapport beschrijft de onderzoeksactiviteiten en scope (hoofdstuk 2, Aanpak). Op basis van de onderzoeksresultaten (zie Analyserapporten) zijn in hoofdstuk 3 conclusies getrokken en in hoofdstuk 4 aanbevelingen opgesteld voor een volgende stap in het project Informatiebeleid Publiek. Het onderzoeksrapport geeft de projectleider Informatiebeleid Publiek, André Herbrink van de directie Kennis, de informatie die nodig is om een volgende fase in het project Informatiebeleid Publiek te definiëren.

2 Aanpak

2.1 Onderzoeksactiviteiten

In de periode oktober 2008 t/m februari 2009 is het onderzoek Informatiebeleid Publiek uitgevoerd. Uitgangspunt hierbij was dat in korte tijd voldoende kwantitatieve informatie moest worden verkregen. Dit uitgangspunt was bepalend bij de keuze voor het onderzoeksinstrument, te weten een online vragenlijst. In de eerste fase van het onderzoek zijn overwegend gesloten vragen gesteld. In de verdiepfingsfase leverden open vragen de meest bruikbare respons op. De inzet van de online tool SurveyMonkey bood de mogelijkheid om in korte tijd een groot publiek te bereiken.

Het onderzoek bestond uit de volgende stappen:

1. Bepalen doel en doelgroep (potentiële respondenten)
2. Opstellen concept vragenlijst fase 1
3. Toetsen concept vragenlijst en vaststellen definitieve vragenlijst
4. Uitzetten vragenlijst fase 1
5. Analyseren resultaten fase 1
6. Opstellen concept vragenlijst fase 2
7. Vaststellen vragenlijst fase 2
8. Uitzetten vragenlijst fase 2
9. Deskresearch naar marktpartijen die ouders bedienen en het (telefonisch) benaderen van (enkele van) deze organisaties
10. Analyseren resultaten fase 2
11. Opstellen onderzoeksrapport
12. Presentatie voorbereiden en houden

2.1.1 Bepalen doel en doelgroep

Het doel van de vragenlijst komt overeen met het doel van het onderzoek namelijk het beantwoorden van de twee kernvragen (zie paragraaf 1.1). Uiteindelijk is gekozen voor een specificatie naar de volgende zes aandachtsgebieden met betrekking tot OCW-informatie:

1. De bekendheid
2. Het gebruik
3. De redenen van wel of geen gebruik
4. De vindbaarheid
5. Het aanbod door marktpartijen aan de doelgroep ouders
6. De informatiebehoefte van ouders ten aanzien van (de kwaliteit van) scholen

De verwachting was dat door het centraal stellen van deze zes aspecten in de vragenlijsten de kernvragen beantwoord konden worden.

De doelgroep werd in de eerste fase van het onderzoek opzettelijk breed gehouden om een zo compleet mogelijke dwarsdoorsnede van gebruikers van OCW-informatie te krijgen. Om inzichtelijk te maken wat de herkomst van de respondenten was, bevatte de vragenlijst een vraag waar de respondent kon aangeven tot welke van de 25 door OCW geïdentificeerde organisatietypen hij/zij behoort. Door in de tweede fase van het onderzoek op een specifieke doelgroep in te zoomen is de brede informatie uit fase 1 aangevuld met diepte-informatie, waardoor de beantwoording van de

hoofdvragen zo compleet mogelijk kon gebeuren. De doelgroep ouders is hierbij specifiek uitgelicht naar aanleiding van de ontwikkelingen rondom het Ouderportaal. De actualiteit van de discussie hierover en het belang hiervan voor OCW maakte dit een logische specificatie.

Om een bruikbaar beeld uit het onderzoek naar boven te krijgen werd als doel gesteld om in fase 1 300 ingevulde vragenlijsten retour te krijgen. Uitgaande van een realistisch responspercentage van 10% betekende dit dat 3.000 potentiële respondenten benaderd moesten worden. Op basis van de antwoorden en gegevens van respondenten in fase 1 is fase 2 doorlopen met 82 van de 104 respondenten die in fase 1 hadden aangegeven betrokken te willen blijven bij de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek. Binnen de verdiepingsfase zijn respondenten specifiek bevraagd ten aanzien van hun dienstverlening aan de doelgroep ouders. Voor de informatiebehoefte van ouders is het Eindrapport Ouderportaal (CapGemini, 2006) als referentie gebruikt.

2.1.2 Opstellen concept vragenlijst fase 1

De quick scan in 2007 naar mogelijk te publiceren informatie had tot doel inzichtelijk te maken welke informatie OCW al biedt en naar welke informatie nog vraag is. Eén van de resultaten van de quick scan was een relevant onderscheid van het informatieaanbod van OCW in negen informatietypen. Deze indeling van informatievraag en –aanbod vormde een logische opmaat voor de eerste fase in het onderzoek Informatiebeleid Publiek. De negen informatietypen zijn daarom gehanteerd in de vragenlijst om de aspecten bekendheid en gebruik van OCW-informatie onder marktpartijen te onderzoeken.

| Informatietype | Genoemde voorbeelden |
|---|---|
| 1. Wetgeving, beleids- en onderzoeks-informatie en adviezen | Beleidsstukken of praktische handreikingen voor de uitvoer van wetten en regels. |
| 2. Informatie over cultuurinstellingen | Inzicht in publiek beeldmateriaal. |
| 3. Geo-informatie | NAW-gegevens van onderwijs- en cultuurinstellingen. |
| 4. OCW-informatie specifiek voor het informeren van burgers | WOB-verzoeken van burgers of schooldata en regio-indeling. |
| 5. Informatie over het onderwijs en over het presteren van de onderwijsinstellingen | Inspectierapporten en CITO-gegevens. |
| 6. Informatie over financiën, verantwoording en subsidie(mogelijkheden) | Jaarrekeningen van ministeries of informatie over de toewijzing van subsidies en wat daarmee gebeurt. |
| 7. Informatie over onderzoek en wetenschap | Beschikbare dissertaties of informatie over waar bepaalde kennis beschikbaar is. |
| 8. HRM-informatie | (Pre-)pensioenleeftijd van personeel of vacaturestatistieken in OCW-brede zin. |
| 9. Informatie over wat wanneer gepland staat | De agenda van bewindslieden en de wetgevingskalender. |

Tabel 1: de negen informatietypen zoals door OCW gedefinieerd op basis van de quick scan informatiebehoefte

Voor elk informatietype moest het onderzoek ook uitwijzen welke redenen er zijn om OCW-informatie wel of niet te gebruiken. De volgende redenen zijn hiervoor opgesteld:

| Redenen wel gebruik | Redenen geen gebruik |
|--|--|
| Ik en/of mijn doelgroep hebben er behoefte aan | Ik en/of mijn doelgroep hebben er geen behoefte aan |
| Ik vind de informatie betrouwbaar | Ik vind de informatie niet betrouwbaar |
| De informatie is compleet | De informatie is niet compleet genoeg |
| De informatie is actueel | De informatie is niet actueel genoeg |
| Ik begrijp de informatie goed | Ik begrijp de informatie niet |
| De informatie is goed te begrijpen voor mijn doelgroep | De informatie is niet te begrijpen voor mijn doelgroep |
| De informatie is direct te verwerken (functioneel) | De informatie is niet direct te verwerken (functioneel) |
| De informatie is eenvoudig te verwerken (inhoudelijk) | De informatie is moeilijk te verwerken (inhoudelijk) |
| De levercondities van OCW zijn helder | De levercondities van OCW zijn onduidelijk |
| De levercondities van OCW zijn acceptabel | De levercondities van OCW zijn onacceptabel |
| Vul hier uw reden in wanneer deze niet tussen de antwoordmogelijkheden staat | Ik kan het nergens vinden |
| | Vul hier uw reden in wanneer deze niet tussen de antwoordmogelijkheden staat |

Tabel 2: Mogelijke redenen voor wel/geen gebruik van OCW-informatie

Met de negen informatietypen en mogelijke redenen voor wel/geen gebruik als uitgangspunt is een concept vragenlijst ontwikkeld die zich richtte op het verkrijgen van een beeld van het gebruik en de bekendheid van de negen informatietypen. Gezien de korte doorlooptijd van het onderzoek is het aantal open vragen in deze eerste fase zoveel mogelijk beperkt om de verwerkingstijd zo kort mogelijk te houden en snel een breed beeld te kunnen geven van de transparantie van het informatie-aanbod. Ook maken gesloten vragen het eenvoudiger om statistische analyses te maken en wordt de vergelijking van data mogelijk wanneer een grotendeels gestandaardiseerd antwoordspectrum wordt gebruikt. De conceptvragenlijst is door VKA in nauw overleg met OCW opgesteld.

2.1.3 Toetsen concept vragenlijst en vaststellen definitieve vragenlijst

De concept vragenlijst is vervolgens extern getoetst bij een selectie van marktpartijen, die eerder betrokken waren bij de quickscan, en intern door medewerkers van OCW. De feedback op de concept vragenlijst is vervolgens gebruikt als input voor de definitieve vragenlijst (zie bijlage A voor definitieve, uitgezette vragenlijst).

2.1.4 Uitzetten vragenlijst fase 1

Voor het afnemen van de vragenlijst is de onderzoekstool SurveyMonkey gebruikt. De dataverzameling voor het onderzoek kon hierdoor snel en passend worden gerealiseerd zonder dat hier hoge kosten mee gemoeid waren. De tool bood daarnaast de mogelijkheid om de vragenlijst op websites te plaatsen en deze ook per mail gericht aan potentiële respondenten toe te sturen. Om te voorkomen dat het plaatsen van de vragenlijst op websites zou leiden tot veel spam is aan respondenten die via een website bij de vragenlijst uitkwamen, gevraagd eerst hun e-mailadres in te vullen alvorens zij verder konden in de vragenlijst.

2.1.5 Analyseren resultaten fase 1

Na sluiting van de vragenlijst zijn uit SurveyMonkey statistische gegevens verzameld en is hiervan een analyserapport opgesteld (zie Analyserapport fase 1). De gegevens zijn verwerkt tot eenvoudig leesbare grafieken die deels verwerkt zijn in de conclusies van dit rapport en goed te gebruiken zijn als basis voor het gesprek over de inrichting van een volgende verdiepingsfase van het project Informatiebeleid Publiek. Om deze verdiepingsfase voor te bereiden op basis van de uitkomsten van het onderzoek stond een workshop gepland voor medewerkers van OCW.

2.1.6 Opstellen concept vragenlijst fase 2

In de tweede fase zijn meer open vragen gesteld om de specifieke doelgroep ouders nauwkeuriger en complete antwoorden te laten geven. Hoewel open vragen de uitwerking van de antwoorden aanzienlijk intensiveren, was het aantal benaderde respondenten in deze fase klein genoeg om dit te kunnen doen binnen de doorlooptijd van het onderzoek.

Om de gewenste verdieping aan te brengen in de informatie uit fase 1 is ingezoomd op de doelgroep ouders. De onderwerpen (vragen en vraagtypen) waarover de respondenten in fase 2 zijn bevraagd zijn opgenomen in bijlage B.

2.1.7 Vaststellen vragenlijst fase 2

De vragenlijst is in concept aangeleverd aan OCW en op basis van de input vanuit het ministerie aangepast en definitief gemaakt. In tegenstelling tot de vragenlijst uit fase 1 is de vragenlijst uit fase 2 niet getest door medewerkers van OCW of door marktpartijen die bij de quickscan betrokken zijn geweest. Reden hiervoor was de korte doorlooptijd en het feit dat uit fase 1 al een voldoende helder beeld was ontstaan over de aspecten die verdieping behoeften.

2.1.8 Uitzetten vragenlijst fase 2

Ook voor het afnemen van de vragenlijst uit fase 2 is de onderzoekstool SurveyMonkey gebruikt. De vragenlijst is in deze fase echter alleen gericht uitgezet onder de 104 respondenten die in fase 1 hebben aangegeven betrokken te willen blijven bij de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek en die hiervoor hun e-mailadres hadden achtergelaten. De respons was bijzonder goed: 82 van de 104 benaderde partijen (78,8%) hebben de vragenlijst deels of geheel ingevuld.

2.1.9 Deskresearch naar marktpartijen en benaderen van (enkele van) deze organisaties

Om in fase 2 de gewenste verdiepingsslag te maken, is naast het uitzetten van de vragenlijst ook deskresearch uitgevoerd. Dit research is gedaan onder partijen die in de vragenlijst van fase 2

hadden aangegeven bereid te zijn tot het afgeven van een telefonisch interview over hun informatievoorziening aan de specifieke doelgroep ouders, aangevuld met partijen die via internet onderzoek gevonden waren. Van een selectie van deze marktpartijen is het aanbod van informatieproducten via internet onderzocht.

Deze onderzochte partijen zijn vervolgens telefonisch geïnterviewd over hun informatievoorziening aan de doelgroep ouders, waarbij de vragen gebaseerd waren op bevindingen uit het Eindrapport Ouderportaal (CapGemini, 2006); zie tabel 3 criteria goede informatie. Belangrijke aspecten van deze interviews waren het gebruik van OCW-informatie als broninformatie voor informatieproducten, de kwaliteitskenmerken van informatieproducten en de mate waarin de informatieproducten aansluiten bij de informatiebehoefte van ouders.

| Criteria 'goede' informatie | Toelichting |
|--|---|
| Herkenbare informatie | - Weten hoe bepaalde informatie wordt aangeboden |
| Vindbare/goed gepositioneerde informatie | - Weten waar bepaalde informatie wordt aangeboden (logische plaats) |
| Gebruiksvriendelijke informatie | - Weten hoe bepaalde informatie moet worden gelezen (taxonomie) - Informatie goed kunnen begrijpen, (her)gebruiken en bewerken |
| Vergelijkbare informatie | - Informatie naast elkaar kunnen leggen vanwege inhoudelijke gelijkheid |
| Lokale informatie | - Informatie op het juiste detailniveau |
| Praktische informatie | - Informatie die aangeeft wat er in de praktijk gebeurt/gedaan kan worden |
| Onafhankelijke informatie | - Betrouwbaarheid van informatie(bronnen) |
| Toetsbare informatie | - Controleerbaarheid van informatie |

Tabel 3: kwaliteitskenmerken van informatieproducten

2.1.10 Analyseren resultaten fase 2

Op basis van de ingevulde vragenlijsten, de deskresearch en de telefonische interviews is vervolgens een analyse uitgevoerd over de gegevens die in fase 2 waren opgehaald. De resultaten van de vragenlijst in SurveyMonkey zijn verwerkt tot eenvoudig leesbare grafieken die zijn opgenomen in het Analyserapport fase 2 dat als aparte bijlage bij dit eindrapport is opgesteld. Deze gegevens vormen de basis voor de conclusies die in dit rapport zijn opgesteld. De kwalitatieve gegevens uit het deskresearch en de telefonische interviews zijn eveneens verwerkt in de conclusies van dit rapport.

2.1.11 Opstellen onderzoeksrapport

De resultaten van het onderzoek bestaan uit:

- analyserapporten voor fase 1 en 2 met een kwantitatieve analyse van de resultaten
- op basis van het analyserapport zijn vervolgens conclusies getrokken en is dit eindrapport opgesteld om te komen tot een antwoord op de kernvragen van het onderzoek. Ook zijn aanbevelingen voor de volgende fase binnen het project Informatiebeleid Publiek opgenomen. De analyserapporten zijn als apart document beschikbaar.

2.2 Keuzes en ontwikkelingen tijdens het onderzoek

Tijdens de opzet en uitvoering van dit onderzoek zijn bepaalde keuzes gemaakt en hebben zich ontwikkelingen voorgedaan die hieronder worden toegelicht. Deze keuzes en ontwikkelingen zijn van invloed (geweest) op de onderzoeksuitkomsten en hoe deze geïnterpreteerd kunnen worden. Met name de korte doorlooptijd van het onderzoek (2 maanden voor ontwikkeling van de vragenlijst en het verzamelen van resultaten middels het uitzetten van de vragenlijst) is bij het maken van een aantal keuzes doorslaggevend geweest.

Basis voor de vragenlijst: informatietypen en redenen voor wel/geen gebruik

Binnen OCW was geen catalogus of indeling van de beschikbare informatieproducten voorhanden. In het onderzoek was geen gelegenheid (tijd) dit alsnog op te zetten. De informatietypen uit de quickscan vormden een eerste en meest concrete aanzet voor een indeling van OCW-informatie en waren bovendien samen met marktpartijen geformuleerd. Ondanks dat deze indeling van negen informatietypen nog niet breed getoetst en vastgesteld was, is ervoor gekozen deze in de vragenlijst te gebruiken en met concrete voorbeelden toe te lichten aan de respondenten van de vragenlijst. De verwachting was dat de meeste respondenten de voor hen bekende OCW-informatie middels deze voorbeelden zouden herkennen in de informatietypen. Voordelen van deze aanpak waren een korte doorlooptijd voor de respondent om de vragenlijst volledig in te vullen en goede vergelijkbaarheid van de resultaten. Het onderzoek heeft daardoor in korte tijd een beeld kunnen geven van de huidige situatie ten aanzien van de bekendheid en het gebruik van informatie. Deze voordelen wogen zwaarder dan het nadeel dat de informatietypen vrij grof van opzet waren en de respondenten ruimte bood voor persoonlijke interpretatie omdat geen uitputtend overzicht is gegeven van de reikwijdte per informatietype.

Om redenen voor wel/geen gebruik van elk informatietype snel te kunnen verwerken en vergelijken, is ook hier gekozen voor gestandaardiseerde antwoorden (de redenen voor wel/geen gebruik). Hierbij is de respondent ook in de gelegenheid gesteld andere redenen (indien nog niet vermeld als antwoordmogelijkheid in de vragenlijst) op te geven. De negen informatietypen en redenen voor wel/geen gebruik zijn toegelicht in paragraaf 2.1.2.

Richtlijn respons

Bij de start van het onderzoek is er in overleg binnen OCW voor gekozen geen representatieve afspiegeling van de verschillende doelgroepen te benaderen, maar te streven naar 300 respondenten verspreid over de verschillende doelgroepen. De keuze voor de richtlijn van 300 respondenten voor fase 1 van het onderzoek en spreiding over de doelgroepen leidden tot onverwachte activiteiten tijdens het onderzoek. Vanwege de grote moeite die het kostte om voldoende (rond de 3.000) unieke e-mailadressen van potentiële respondenten te bemachtigen, is er voor gekozen om nadrukkelijk te sturen op het kwantitatieve karakter van het onderzoek en het aantal respondenten zo hoog mogelijk te krijgen. Middels een witte vlekkenanalyse is er, terwijl de vragenlijst reeds was uitgezet, gepoogd om een minimaal aantal respondenten over de verschillende categorieën te borgen. Er is gekeken naar welke doelgroepen ondervertegenwoordigd waren in de tussentijdse respons en vervolgens zijn contactgegevens van specifieke marktpartijen verzameld om deze alsnog direct te benaderen om de vragenlijst in te vullen. De witte

vlekkenanalyse en het langer openstellen van de vragenlijst heeft de doorlooptijd van het onderzoek verlengd met 2 weken.

Omdat de bereidheid onder respondenten om mee te werken aan de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek zo groot was, vormde de uitvoer van fase 2 geen enkel probleem. In fase 1 hadden 104 respondenten aangegeven mee te willen werken aan een vervolgfase van Informatiebeleid Publiek. Van deze groep die voor fase 2 is benaderd, hebben uiteindelijk 82 respondenten (een deel van) de vragenlijst ingevuld.

Betrokkenheid departement

De betrokkenheid van stakeholders binnen het departement bij het onderzoek was geringer dan geanticipeerd. Dit heeft in eerste instantie een rol gespeeld bij de ontwikkeling van de vragenlijsten. Om deze te toetsen zijn zowel interne betrokkenen en experts van OCW als marktpartijen die eerder betrokken waren bij de uitvoering van de quick scan gevraagd feedback te geven op de conceptversie. Vanuit de marktpartijen kwamen nuttige en bruikbare reacties. De input vanuit OCW bleef echter beperkter dan verwacht en gehoopt. Een bredere interne review van de vragenlijst had kunnen bijdragen aan het creëren van draagvlak en de juiste verwachtingen ten aanzien van (de resultaten van) het onderzoek. Ook de verspreiding van de vragenlijst en de organisatie van de workshop verliepen moeizamer dan verwacht. Wat de oorzaken zijn voor de beperkte prioriteit die aan het onderzoek werd gegeven, is niet onderzocht.

Ontwikkelingen in deelprojecten van Informatiebeleid Publiek

Gedurende de loop van het onderzoek deden zich in deelprojecten van Informatiebeleid Publiek ontwikkelingen voor die van invloed waren op de verwachtingen van het onderzoek en de resultaten daarvan. Door interne dynamiek en ontwikkelingen ontstonden specifiekere vragen vanuit aanpalende deelprojecten van Informatiebeleid Publiek, zoals bijvoorbeeld het deelproject openbare database (en de discussie daarbij over het ouderportaal). Daardoor leek er behoefte te ontstaan aan uitspraken over het gebruik van specifieke informatieproducten binnen de diverse informatietypen. In fase 2 van het onderzoek is aan deze vraagontwikkeling binnen OCW aandacht besteed door een focus op de doelgroep ouders aan te brengen. Dit onderzoek heeft zich daarbij gericht op de kernvragen zoals die in de inleiding zijn opgenomen. De focus op de doelgroep ouders en hun informatiebehoefte is aangebracht om de kernvragen zo goed mogelijk te beantwoorden en uitspraken te kunnen doen over de mate van transparantie van OCW-informatie en eventueel marktfaalen in de betreffende OCW-informatieketen.

3 Conclusies

3.1 Respons

Uiteindelijk zijn in de eerste fase 274 vragenlijsten geheel ingevuld (responspercentage 22,5%) en 166 vragenlijsten deels ingevuld (responspercentage 13,6%)¹. Ondanks dat de geheel ingevulde vragenlijsten onder de beoogde 300 ligt, is het responspercentage daarentegen weer veel hoger dan de verwachte 10%. In fase 2 zijn 46 vragenlijsten deels ingevuld (respons 44,2%), en 36 vragenlijsten geheel doorlopen door respondenten (respons 34,6%). Ook hier is het responspercentage erg hoog; onder alle voor dit onderzoek benaderde respondenten is een grote bereidheid om mee te werken. Dit biedt mogelijkheden voor de ontwikkeling van een actieve *community* in volgende fasen van Informatiebeleid Publiek. Van de 82 respondenten in fase 2 konden er 27 geselecteerd worden van partijen die ouders als (één van) hun doelgroep(en) rekenen en/of ouders bedienen met informatie over scholen en/of onderwijs in het algemeen.

3.1.1 De achtergrond van respondenten uit fase 1 is deels niet inzichtelijk en laat een beperkte spreiding zien.

Van alle respondenten uit fase 1 hebben 392 personen aangegeven tot welk organisatietype zij behoren. 68% herkende zich in een van de 25 vooraf gedefinieerde organisatietypen. Het is opvallend dat de categorie 'overig' dus 32% behelsde. Hieruit valt af te leiden dat het beeld dat OCW van haar marktpartijen heeft niet volledig of niet duidelijk genoeg is.

Ook is de spreiding in achtergrond van de respondenten in beide fasen van het onderzoek minder dan gehoopt. In fase 2 konden respondenten –in tegenstelling tot fase 1- zelf invullen tot wat voor organisatie zij behoren. Hieruit bleek dat de meerderheid van de respondenten werkzaam is in onderwijsinstellingen (26%), bij gemeenten (19%) en bij kenniscentra (15%).

Door het aanbrengen van een verdieping in fase 2, waarbij een specifieke doelgroep aan een aantal informatietypen is gekoppeld, is het mogelijk om uitspraken te doen over de mate van bereik van informatietypen onder de betreffende doelgroep. Deze verdieping is alleen voor de doelgroep ouders met bijbehorende informatietypen gemaakt. Hierdoor is het niet mogelijk om op basis van de gegevens die nu geanalyseerd zijn een uitspraak te doen over het bereik van alle informatietypen onder hun doelgroep. De inschatting is echter dat het beeld dat vanuit de verdieping in fase 2 naar voren is gekomen, exemplarisch is voor meerdere doelgroepen.

¹ Percentages t.o.v. aantal direct benaderde potentiële respondenten. Het aantal respondenten dat op een andere manier bij de vragenlijst fase 1 is uitgekomen is –gezien het zeer beperkte aantal plaatsen waarop melding is gemaakt van het onderzoek- vermoedelijk te verwaarlozen. Buiten de direct benaderde potentiële respondenten is de vragenlijst fase 1 gepubliceerd op de website van OCW onder het dossier Openbaarheid en in een nieuwsbrief van MKB Nederland. Er zijn geen cijfers bekend over het aantal respondenten dat dit heeft opgeleverd; op basis van statistische gegevens uit SurveyMonkey is wel duidelijk dat deze publicaties niet hebben geleid tot pieken in het aantal respondenten. De vragenlijst fase 2 is alleen gericht uitgezet onder respondenten die in fase 1 hun e-mailadres hadden achtergelaten om mee te kunnen werken aan de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek.

3.1.2 Er is grote bereidheid onder respondenten tot vervolgp participatie aan Informatiebeleid Publiek

104 Respondenten hebben hun e-mailadres bekend gemaakt omdat zij in de toekomst bereid zijn mee te werken aan de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek; 88 respondenten lieten hun e-mailadres achter om op de hoogte te worden gehouden van Informatiebeleid Publiek. Van die 104 respondenten hebben 82 (78,8%) ook daadwerkelijk de uitnodiging om in fase 2 opnieuw mee te werken aan het onderzoek aangenomen. Het ligt in de lijn der verwachting dat de bereidheid tot medewerking zo goed is dat een actieve en betrokken community kan worden opgezet die structureel betrokken zijn bij de verdere invulling van Informatiebeleid Publiek. Er ligt dus een mooie kans om in volgende fasen van het project (structurele) samenwerking en afstemming met marktpartijen in te richten.

3.2 Onderzoeksresultaten

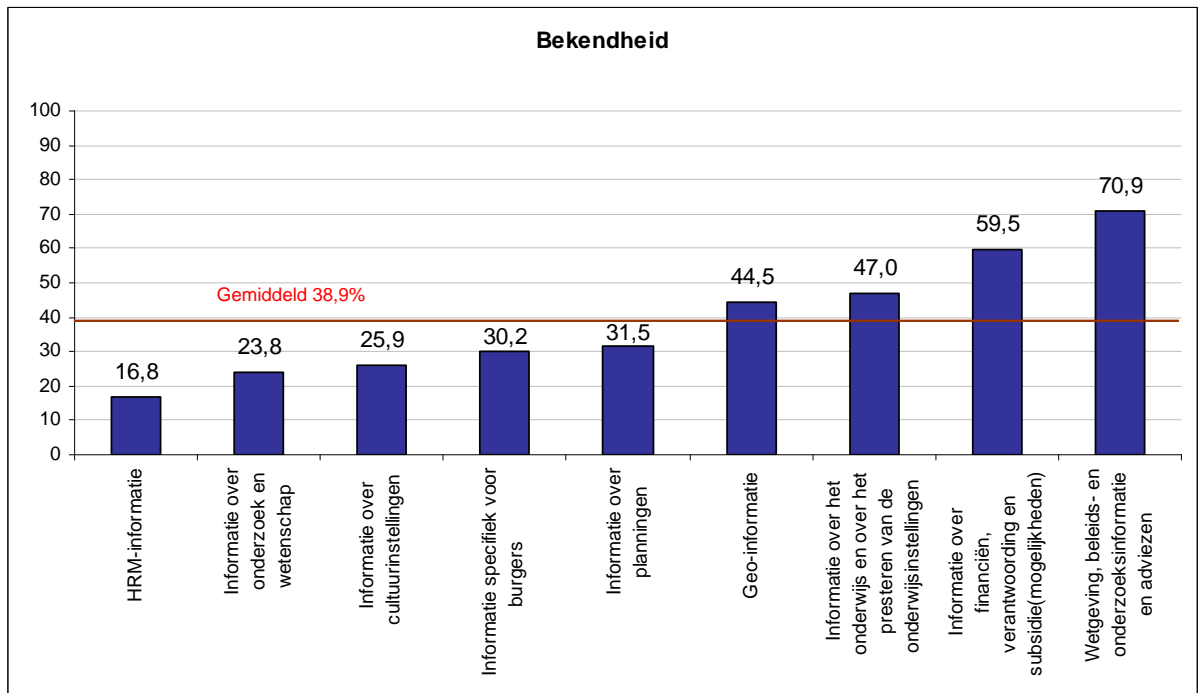
Alle statistische onderzoeksresultaten van fase 1 en 2 zijn opgenomen in het Analyserapport. In deze paragraaf worden de belangrijkste resultaten besproken (korte samenvatting van de complete set onderzoeksgegevens) en antwoord gegeven op de kernvragen van het onderzoek.

3.2.1 De bekendheid van de verschillende informatietypen varieert sterk

In grafiek 1 (volgende pagina) is de bekendheid van de respondenten met elk informatietype te zien. Gemiddeld kent 38,9% van de respondenten de voorgelegde informatietypen. Hieruit volgt ook dat gemiddeld 61,1% van de respondenten de informatietypen dus niet kent.

Er zijn wel grote verschillen waarneembaar; zo kent 70,9% (n=358) van de respondenten Wetgeving, beleids- en onderzoeks-informatie en adviezen, terwijl slechts 16,8 % (n=273) aangeeft HRM-informatie te kennen. Wat de oorzaken van dergelijke verschillen in bekendheid zijn en hoe de percentages geïdentificeerd moeten worden, vereist kennis van bijvoorbeeld hoe en in welke mate is geïnvesteerd in bekendheid van afzonderlijke informatietypen. Wanneer veel is gedaan om een bepaald informatietype op de kaart te zetten, zijn de verwachtingen van de bekendheidspercentages anders dan wanneer hier weinig tot geen aandacht aan is gegeven. Ook zijn de omvang en de nieuwigheid van een informatietype en de omvang van de beoogde groep gebruikers belangrijke aspecten om bekendheidspercentages in het juiste perspectief te zien. Het duiden van de percentages vereist kennis en informatie die (grotendeels) binnen OCW aanwezig is, maar niet beschikbaar was voor de analyses in dit onderzoeksrapport.

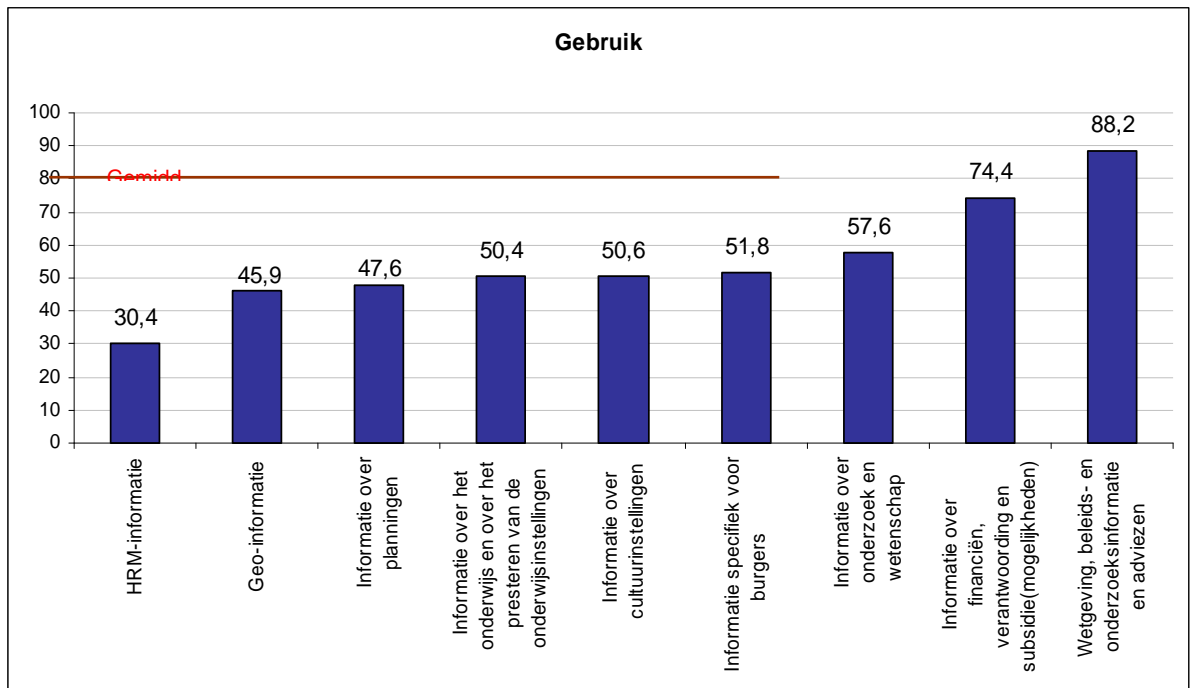
De uitkomsten van dit onderzoek op het punt van de bekendheid van de informatietypen zijn wel helder en zouden als vertrekpunt voor eventuele investeringen in de verbetering van de bekendheid kunnen dienen. Door in een later stadium streefcijfers per afzonderlijk informatietype te formuleren kan ook inzichtelijk worden gemaakt of er veranderingen optreden in de percentages, bijvoorbeeld als gevolg van (gerichte) marketinginvesteringen.



Grafiek 1: Percentages respondenten dat een informatietype kent

3.2.2 Het gebruik van bekende informatie varieert eveneens

In grafiek 2 (volgende pagina) is te zien hoeveel van de respondenten die een informatietype kennen, deze informatie ook daadwerkelijk gebruikt. Gemiddeld gebruikt 55,2% van de respondenten de door hen herkende informatietypen. Net als bij de bekendheid zijn ook bij het gebruik grote verschillen waarneembaar; zo gebruikt 88,2% (n=201) van de respondenten Wetgeving, beleids- en onderzoeks-informatie en adviezen, terwijl slechts 30,2 % (n=46) aangeeft HRM-informatie te gebruiken. Opvallend hierbij is dat zowel bij bekendheid als gebruik deze twee informatietypen de hoogste respectievelijk laagste percentages kennen. Het informatietype 'informatie over financiën, verantwoording en subsidie(mogelijkheden)' staat bij bekendheid en gebruik op een goede tweede positie. Door ook hier in een later stadium streefcijfers per afzonderlijk informatietype te formuleren kan ook inzichtelijk worden gemaakt of er veranderingen optreden in de percentages, bijvoorbeeld als gevolg van (gerichte) marketinginvesteringen.



Grafiek 2: Percentages respondenten dat een informatietype kent en die informatietypen ook daadwerkelijk gebruikt.

3.2.3 De gegeven redenen voor gebruik van informatie worden onderschreven; de redenen voor het niet gebruiken van informatietype geven een onduidelijk beeld

Om het onderzoek dusdanig te standaardiseren dat het goed mogelijk was om gegeven antwoorden te vergelijken, konden respondenten per informatietype aangeven in welke mate een aantal opgegeven redenen voor hen een motivatie was om informatie al dan niet te gebruiken. Daarnaast konden respondenten ook zelf een reden ingeven voor het al dan niet gebruiken van informatie om te voorkomen dat belangrijke motivaties gemist zouden worden. Alle resultaten hiervan zijn per informatietype opgenomen in het Analyserapport.

Wat opvalt is dat bij elk informatietype elk van de opgegeven redenen ongeveer gelijk zijn gescoord. Met andere woorden, de verhouding tussen de percentages (*helemaal*) mee eens en (*helemaal*) niet mee eens verschillen per reden nauwelijks. Per informatiecategorie verschillen deze verhoudingen wel. Hieronder een samenvatting:

| Informatietype | Verhouding percentages (helemaal) mee eens / (helemaal) niet mee eens | |
|--|--|--------------|
| | wel gebruik | geen gebruik |
| 1. Wetgeving, beleids- en onderzoeksinformatie en adviezen | 80/20 | 50/50 |
| 2. Informatie over cultuurinstellingen | 70/30 | 45/55 |
| 3. Geo-informatie | 80/20 | 35/65 |
| 4. OCW-informatie specifiek voor het | 90/10 | 20/80 |

| | | |
|---|-------|-------|
| informereren van burgers | | |
| 5. Informatie over het onderwijs en over het presteren van de onderwijsinstellingen | 80/20 | 15/85 |
| 6. Informatie over financiën, verantwoording en subsidie(mogelijkheden) | 95/5 | 30/70 |
| 7. Informatie over onderzoek en wetenschap | 75/25 | 10/90 |
| 8. HRM-informatie | 90/10 | 35/65 |
| 9. Informatie over wat wanneer gepland staat | 90/10 | 10/90 |

Tabel 3: Verhoudingen per informatietype tussen antwoordpercentages.

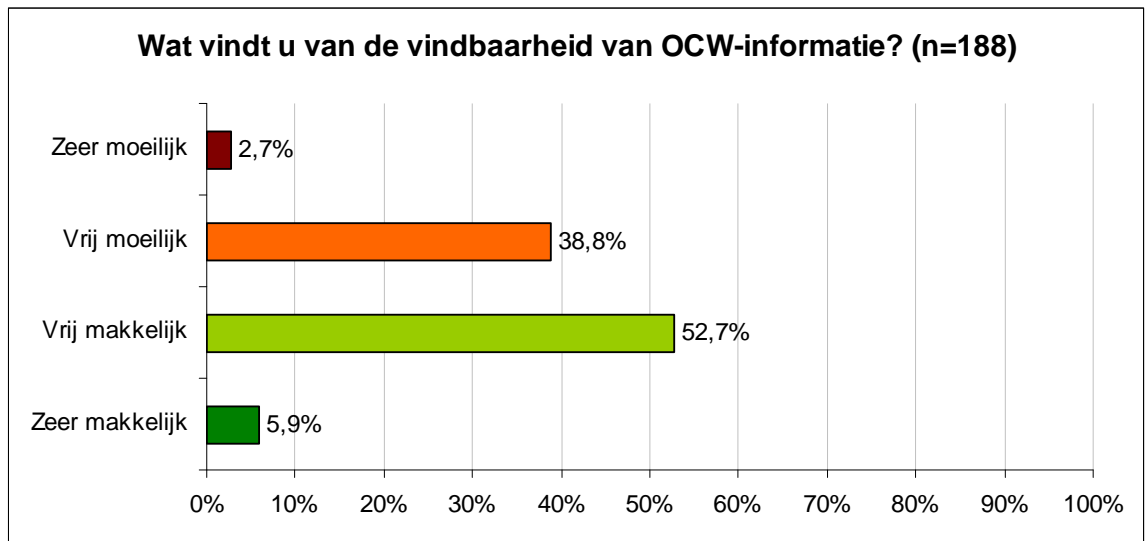
De opgegeven redenen voor het wel gebruiken van OCW-informatie sloten blijkbaar goed aan. Bij alle informatietypen is immers 70-95% van de respondenten het (helemaal) eens. Opvallen is wel dat hierbij weinig variatie in de gekozen redenen is te vinden. *Alle* opgegeven redenen blijken van toepassing voor het gebruiken van OCW-informatie.

De opgegeven redenen voor het niet gebruiken van OCW-informatie spreken de respondenten duidelijk minder of zelfs nauwelijks aan (10-50%). Slechts enkele respondenten hebben vervolgens de gelegenheid genomen zelf een reden op te geven voor het niet gebruiken van OCW-informatie. Voorbeelden hiervan zijn: *ik haal de informatie al uit andere bronnen* (niet gespecificeerd), *mijn collega gebruikt ze waarschijnlijk wel en tot nu toe niet nodig gehad*. Alle antwoorden zijn opgenomen in het analyserapport.

Zowel onder de gegeven redenen als onder de door respondenten genoemde oorzaken voor het niet gebruik van OCW-informatie springen er geen redenen uit die door veel respondenten genoemd worden. Hieruit komt dan ook geen specifiek aandachtspunt naar voren waarop gefocust moet worden om het gebruik van OCW-informatie te helpen vergroten.

3.2.4 De vindbaarheid van informatie wordt als matig beoordeeld

De respondenten zijn gevraagd hun mening te geven over de vindbaarheid van OCW-informatie. Van de respondenten vind 58,6% OCW-informatie vrij tot zeer makkelijk vindbaar. Dat betekent tegelijkertijd dat 41,4% van de respondenten OCW-informatie als vrij tot zeer moeilijk te vinden beoordeelt, wat wij als matig vindbaarheid typeren. Binnen het project Informatiebeleid Publiek is echter geen uitspraak gedaan over het percentage waarnaar gestreefd wordt. Op basis van een dergelijke uitspraak kunnen definitieve conclusies worden getrokken over de bevindingen, of deze toereikend zijn of niet, en welke maatregelen genomen zouden moeten worden om het percentage mogelijk te verhogen.



Grafiek 2: Vindbaarheid van OCW-informatie

3.2.5 Het beeld dat respondenten hebben van OCW-organisaties en onderwijsinformatie is niet altijd duidelijk

De antwoorden die gegeven zijn op de vragen over de bekendheid en het gebruik van onderwijsinformatie specifiek geven aan dat veel respondenten een onduidelijk of zelfs verkeerd beeld hebben van welke organisaties onder het concern OCW vallen en wat verstaan wordt onder onderwijsinformatie die door OCW wordt verstrekt. Zo wordt bijvoorbeeld verwezen naar CFI en de Onderwijsinspectie als bronnen die naast OCW geraadpleegd worden. Deze resultaten zijn mogelijk ook het gevolg van het niet specifiek genoeg toelichten in de vragenlijst wat onder onderwijsinformatie wordt verstaan.

3.2.6 Ouders worden matig bedient in hun informatiebehoefte

Door de focus op de doelgroep ouders is een goed beeld ontstaan over de (mis) match tussen informatie-aanbod en de vraag daarnaar. Uit fase 2 blijkt dat marktpartijen de informatie die ouders wensen over (de kwaliteit van) scholen slechts (zeer) beperkt bieden. De gewenste informatie wordt door tussen de 0 en 43% van marktpartijen geboden. Een aanzienlijk deel van de respondenten geeft aan de doelgroep onvoldoende te bereiken (35%) of niet te weten in welke mate de doelgroep wordt bereikt (12%). Tegelijkertijd wordt de kwaliteit van de eigen informatieproducten hoog ingeschat: 76% geeft aan voldoende tot goed in de informatiebehoefte van ouders te voorzien.

3.2.7 OCW-informatie wordt hiervoor weinig tot niet genoemd door marktpartijen om ouders te voorzien in hun informatiebehoefte

OCW-informatie wordt niet (expliciet) genoemd als bron voor de eigen informatieproducten. Het deskresearch laat zien dat de OCW-informatie matig gebruikt wordt in de informatievoorziening aan ouders.

3.3 Beantwoording kernvragen

3.3.1 De transparantie van het aanbod van OCW-informatie is beperkt

De bekendheid van het informatie-aanbod van OCW is gemiddeld matig, en varieert sterk. OCW-informatie, onderverdeeld in negen informatietypen, is gemiddeld onder 38,9% van de respondenten bekend. Dit percentage is wel samengesteld uit een grote variatie in bekendheid tussen de verschillende informatietypen. Afhankelijk van wat als 'transparant genoeg' wordt verstaan (vanaf welk percentage bekendheid) zijn een groot aantal informatietypen nog matig tot onvoldoende transparant. Elk informatietype zal verder moeten worden uitgediept en doorontwikkeld om zo tot de juiste vervolgacties te kunnen komen. Deze vervolgacties zouden o.a. als doel kunnen hebben de bekendheid van specifieke informatietypen te verhogen en de relatie te leggen tussen bepaalde informatietypen en specifieke groepen respondenten, zodat deze specifieker bevroegd kunnen worden.

Ook wordt de vindbaarheid van de informatie matig beoordeeld; deze vormt een voorwaarde om de bekendheid en het gebruik van informatie mogelijk te maken.

3.3.2 Ten aanzien van de doelgroep ouders is er sprake van marktfalen

Kijkend naar de onderzochte behoefte van ouders aan informatie over (de kwaliteit van) scholen, kan worden gesteld dat deze doelgroep door marktpartijen matig wordt bediend. Een aanzienlijk deel van de marktpartijen geeft aan de doelgroep onvoldoende te bereiken of hier geen beeld van te hebben, wat wijst op een afstand tot de doelgroep. Daarnaast noemen marktpartijen OCW-informatie niet of nauwelijks als bron voor de ontwikkeling van hun informatieproducten. Dit terwijl uit het Eindrapport Ouderportaal (CapGemini, 2006) naar voren komt dat ouders wel degelijk behoefte hebben aan bepaalde OCW-informatie maar niet weten van het bestaan of de beschikbaarheid daarvan.

Vermoedelijk komt dit beeld ten aanzien van de beperkte match tussen informatie-vraag en -aanbod breder naar voren wanneer op andere doelgroepen wordt ingezoomd. Om hier een eerste beeld van op te stellen is waardevolle informatie beschikbaar gekomen in fase 2 van het onderzoek. Deze zou in een volgende fase verder kunnen worden geanalyseerd en worden gebruikt om het beeld van marktfalen in de informatievoorziening breder te toetsen.

4 Aanbevelingen voor vervolg

Op basis van het onderzoek, komen wij tot de volgende aanbevelingen:

Verbeter de vindbaarheid door ontwikkeling van een catalogus met OCW-informatie

De vindbaarheid van OCW-informatie is een fundamentele voorwaarde om bekendheid en gebruik daarvan mogelijk te maken. Investeer in betere vindbaarheid van informatie zodat marktpartijen deze meer gaan herkennen en kunnen gebruiken. Dit kan door het verder uitwerken van de gehanteerde negen informatietypen tot een catalogus van OCW-informatie, die marktpartijen kunnen gebruiken.

Hanteer een gefaseerde aanpak en betrek marktpartijen bij het vervolg van het project

Wij adviseren het vervolg van het project Informatiebeleid Publiek te richten op een nauwere afstemming en verdieping van vraag en aanbod, zoals bijvoorbeeld in fase 2 voor de doelgroep ouders onderzocht is. De resultaten van het onderzoek kunnen daarbij op twee manieren gebruikt worden. Ten eerste heeft het onderzoek in de eerste fase 104 adressen van respondenten opgeleverd, waarvan 82 daadwerkelijk hebben meegewerkt aan fase 2 van het onderzoek. Er ligt een unieke kans om een actieve community op te zetten en direct samen te werken met gemotiveerde marktpartijen om de vraag naar en het aanbod van OCW-informatie goed op elkaar aan te laten sluiten. De prijsvraag die OCW hiervoor overweegt uit te zetten kan hiervoor een goede stimulans vormen. Daarnaast zijn de resultaten ten aanzien van bekendheid en gebruik te gebruiken om oorzaken voor wel/geen gebruik van informatie te onderzoeken en doelstellingen (streefcijfers t.a.v. bekendheid en gebruik) op te stellen voor vervolgactiviteiten.

Investeer in meer interne betrokkenheid

Interne kennisdeling en betrokkenheid zal de kwaliteit van volgende fasen van Informatiebeleid Publiek ten goede komen en zorgt voor duidelijkheid en gezamenlijke beelden ten aanzien van het doel, de aanpak, de beoogde resultaten en de positionering van (vervolgstappen van) het project. Het verdient aanbeveling om hiervoor een interne klankbordgroep te formeren.

A Vragenlijst fase 1

Hieronder is de online vragenlijst weergegeven die in het onderzoek is gebruikt. Afhankelijk van welk antwoord werd gegeven, werd de volgende vraag gesteld. Middels toelichting in deze bijlage, herkenbaar aan de [grijze tekst], zijn sommige vragen toegelicht en helder gemaakt hoe een respondent door de vragenlijst gaat.

Beste lezer,

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) is bezig om al haar informatie publiek beschikbaar te maken. Doel daarvan is het gebruik van de OCW-informatie te bevorderen, zodat andere partijen informatie kunnen verrijken en (op maat) kunnen aanbieden aan hun klanten. OCW wil dat alle openbare gegevensverzamelingen voor alle markt- en veldpartijen continu beschikbaar zijn. Zo kunnen deze partijen met die gegevens informatieproducten leveren aan burgers, scholen en bedrijven. Markt- en veldpartijen staan dicht op hun doelgroepen en zijn beter dan de overheid in staat om snel aan de behoeften van deze doelgroepen te voldoen.

U ontvangt deze vragenlijst omdat u als markt- of veldpartij gebruik maakt of mogelijk interesse heeft in het gebruik van de OCW-informatie. Wij hopen dat u tien tot vijftien minuten van uw tijd kunt vrijmaken voor het invullen van de vragenlijst. Daarmee geeft u ons zicht in uw mening over de dienstverlening op het gebied van de levering van OCW-informatie. De vragenlijst kan tot en met 30 november worden ingevuld.

U kunt door de vragenlijst navigeren door gebruik te maken van de 'vorige' en 'volgende' knoppen onderaan iedere vraag.

1. Wilt u meewerken met dit onderzoek?

- Ja [door naar vraag 2]
- Nee [door naar vraag 15]

2. Wat voor type organisatie vertegenwoordigt u?

- School - Primair onderwijs
- School – Voortgezet onderwijs
- MBO-instelling
- HBO-instelling
- WO-instelling
- Gemeente
- Provincie
- Ministerie
- Internationale organisatie
- Kinderopvang
- (Jeugd)zorginstelling
- Belangenvereniging
- Branche-organisatie

- Vakbond
- Werkgeversorganisatie
- Organisatie tbv leren en werken
- Uitvoeringsorganisatie
- ICT-ondersteuningsorganisatie
- Uitgeverij
- Bibliotheek
- Media
- Erfgoed/monumentenorganisatie
- Wetenschappelijk instituut
- Research & developmentorganisatie
- Overig

OCW biedt negen verschillende typen informatie. Wij vragen u per type informatie aan te geven:

- of u dit reeds kent
- of u dit gebruikt om voor uw doelgroep informatieproducten (op maat) te creëren
- of u dit nog niet gebruikt, maar mogelijk in de toekomst wilt inzetten om uzelf of uw doelgroep te informeren

Ook vragen wij u wat voor u een reden is om bepaalde informatie (in de toekomst) wel of (nog) niet te gebruiken

[Vraagonderdelen a t/m d, zoals in vraag 3 genoemd, zijn onder elk informatietype in vragen 4 t/m 11 opgenomen.]

3. **Wetgeving, beleids- en onderzoeks-informatie en adviezen (1/9)**

Denk bijvoorbeeld aan beleidsstukken of praktische handreikingen voor de uitvoer van wetten en regels.

a)

Kent u <naam informatietype>?

- Ken ik [door naar onderdeel b]
- Ken ik niet [door naar volgende informatietype]

b)

Gebruikt u <naam informatietype>?

- Gebruik ik [door naar onderdeel c]
- Gebruik ik niet [door naar onderdeel d]
- Gebruik ik nog niet, maar wil ik mogelijk in de toekomst inzetten om mijzelf of mijn doelgroep te informeren [door naar onderdeel d]

a)

Wat is de reden dat u <naam informatietype> (in de toekomst) gebruikt? Geef voor de reden(en) die voor u van toepassing zijn aan in welke mate deze voor u van belang zijn.

[Antwoordmogelijkheden: Helemaal mee eens, mee eens, mee oneens, helemaal mee oneens]

- Ik en/of mijn doelgroep hebben er behoefte aan
- Ik vind de informatie betrouwbaar

- De informatie is compleet
- De informatie is actueel
- Ik begrijp de informatie goed
- De informatie is goed te begrijpen voor mijn doelgroep
- De informatie is direct te verwerken (functioneel)
- De informatie is eenvoudig te verwerken (inhoudelijk)
- De levercondities van OCW zijn helder
- De levercondities van OCW zijn acceptabel
- Vul hier uw reden in wanneer deze niet tussen de antwoordmogelijkheden staat

b)

Wat is de reden dat u <naam informatietype> (nog) niet gebruikt? Geef voor de reden(en) die voor u van toepassing zijn aan in welke mate deze voor u van belang zijn.

[Antwoordmogelijkheden: Helemaal mee eens, mee eens, mee oneens, helemaal mee oneens]

- Ik kan het nergens vinden
- Ik en/of mijn doelgroep hebben er geen behoefte aan
- Ik vind de informatie niet betrouwbaar
- De informatie is niet compleet genoeg
- De informatie is niet actueel genoeg
- Ik begrijp de informatie niet
- De informatie is niet te begrijpen voor mijn doelgroep
- De informatie is niet direct te verwerken (functioneel)
- De informatie is moeilijk te verwerken (inhoudelijk)
- De levercondities van OCW zijn onduidelijk
- De levercondities van OCW zijn onacceptabel
- Vul hier uw reden in wanneer deze niet tussen de antwoordmogelijkheden staat

4. **Informatie over cultuurinstellingen (2/9)**

Denk bijvoorbeeld aan inzicht in publiek beeldmateriaal.

5. **Geo-informatie (3/9)**

Denk bijvoorbeeld aan NAW-gegevens van onderwijs- en cultuurinstellingen.

6. **OCW-informatie specifiek voor het informeren van burgers (4/9)**

Denk bijvoorbeeld aan WOB-verzoeken van burgers of schooldata en regio-indeling

7. **Informatie over het onderwijs en over het presteren van de onderwijsinstellingen (5/9)**

Denk bijvoorbeeld aan inspectierapporten en CITO-gegevens

8. **Informatie over financiën, verantwoording en subsidie(mogelijkheden) (6/9)**
Denk bijvoorbeeld aan de jaarrekeningen van ministeries of informatie over de toewijzing van subsidies en wat daarmee gebeurt
9. **Informatie over onderzoek en wetenschap (7/9)**
Denk bijvoorbeeld aan beschikbare dissertaties of informatie over waar bepaalde kennis beschikbaar is.
10. **HRM-informatie (8/9)**
Denk bijvoorbeeld aan (pre-)pensioenleeftijd van personeel of vacaturestatistieken in OCW-brede zin.
11. **Informatie over wat wanneer gepland staat (9/9)**
Denk bijvoorbeeld aan de agenda van bewindslieden en de wetgevingskalender.
12. **Wat vindt u over het algemeen van de vindbaarheid van OCW-informatie?**
- Ik kan OCW-informatie zeer makkelijk vinden
 - Ik kan OCW-informatie vrij makkelijk vinden
 - Ik kan OCW-informatie vrij moeilijk vinden
 - Ik kan OCW-informatie zeer moeilijk vinden

De laatste twee vragen gaan in op onderwijsinformatie. Hiermee wordt informatie bedoeld die specifiek betrekking heeft op onderwijs. Indien dit type informatie niet op uw organisatie van toepassing is, vult u dan "niet van toepassing" in.

13. **Welke onderwijsinformatie gebruikt u voor uzelf of voor uw onderwijsdoelgroep, naast de OCW-informatie?**
- Niet van toepassing
 - vul hier in welke onderwijsinformatie u, naast de OCW-informatie, voor uzelf of uw onderwijsdoelgroep gebruikt:
14. **Aan welke onderwijsinformatie heeft u behoefte om uw onderwijsdoelgroep optimaal te bedienen, maar kunt u nergens bemachtigen?**
- Niet van toepassing
 - Vul hier in aan welke onderwijsinformatie, die u nu niet kunt bemachtigen, u behoefte heeft:
15. **Wilt u de vragenlijst doorsturen aan andere personen?**
- Ja [door naar vraag 16]
 - Nee [door naar vraag 17]
16. **Voer hier de e-mailadressen in van de personen aan wie u de enquête door wilt sturen. De vragenlijst wordt binnen een werkdag verstuurd naar de door u opgegeven adressen.**
[ruimte voor het invullen van 5 e-mailadressen]

17. **Wilt u op de hoogte worden gehouden van Informatiebeleid Publiek?**

- Ja
- Nee

18. Mag OCW u in de toekomst benaderen om nogmaals mee te werken aan de verdere ontwikkeling van Informatiebeleid Publiek?

- Ja
- Nee

[vraag 19 wordt gesteld indien op vraag 17 en/of 18 'Ja' is geantwoord]

19. Vul hier uw e-mailadres in

* verstrekte contactgegevens zullen alleen worden gebruikt om u te benaderen over Informatiebeleid Publiek en niet voor andere doelen

[ruimte voor invullen e-mailadres]

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Door op de knop 'volgende' te klikken, gaat u naar de website van het Ministerie van OCW waar u meer informatie vindt over Informatiebeleid Publiek. Wij danken u voor uw tijd.

B Onderwerpen vragenlijst fase 2

| Vraag | Vraagtype |
|---|-----------|
| Soort organisatie respondent | Open |
| Doelgroep naar functies | Gesloten |
| Doelgroep naar organisatie | Gesloten |
| Informatieproduct(en) <ul style="list-style-type: none"> • Het product • Welke informatie • Doelgroep • Aantal gebruikers • Bronnen | Open |
| Totale bereik informatieproducten | Open |
| Mate van bereik van doelgroep | Gesloten |
| Voorzien in informatiebehoefte doelgroep | Gesloten |
| In de toekomst aan te bieden informatieproducten | Open |
| Redenen waarom deze nu nog niet worden aangeboden | Open |
| Bedienen doelgroep ouders met Informatie over scholen en/of onderwijs ten aanzien van: <ul style="list-style-type: none"> • Het welbevinden van het kind • Begeleiding van het kind • De sociaal-emotionele ontwikkeling van het kind • Rapportage en communicatie over de ontwikkeling, resultaten en het gedrag van het kind • Geen van deze onderwerpen | Gesloten |
| Informatie aan scholen ten aanzien van <ul style="list-style-type: none"> • Onderwijsorganisatie • Lesrooster • Lesuitval • Beleid/omgang met straffen, pesten, huiswerk etc. • Groepsgrootte • Financieel beleid • Personeelsbeleid • Huisvestingsbeleid • Kwaliteitszorg • Onderwijsbeleid • Onderwijsmethoden • Kwaliteit van de school/scholen • Geen van deze onderwerpen • Anders | Gesloten |
| Indeling informatie-aanbod naar driver en naar uniciteit: <ul style="list-style-type: none"> • Informatieproducten met wettelijk verplichte informatie • Informatieproducten met vraaggestuurde informatie (op basis van | Gesloten |

| | |
|---|----------|
| waargenomen vraag/behoefte van ouders) <ul style="list-style-type: none">• Informatie die alleen via onze organisatie te verkrijgen is• Informatie die ook via andere organisaties te verkrijgen is | |
| Aanvullende informatiebehoefte van ouders waarin niet wordt voorzien | Gesloten |
| In de toekomst aan te bieden informatieproducten specifiek over scholen en/of onderwijs | Open |
| Redenen waarom deze nu nog niet worden aangeboden | Open |
| Vraag of intermediair mag worden benaderd voor telefonisch interview | Gesloten |