

# Effecten van toptakenwebsites en elf tips om het aandeel digitale transacties te verhogen

In opdracht van: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

**Datum**

Utrecht, november 2014

**Auteurs**

Pieter Pinxten MSc  
Rick Koopman MSc

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. De verantwoordelijkheid voor de inhoud van het onderzoek berust bij de auteurs. De inhoud vormt niet per definitie een weergave van het standpunt van de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam GBBO in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is schriftelijke of digitale toestemming vereist van GBBO.

## Managementsamenvatting

Er is sprake van toenemende digitalisering van de overheidsdienstverlening. Vanuit die ontwikkeling kiezen steeds meer gemeenten voor een **toptakenwebsite**, en deze lijn lijkt door te zetten. Toptakenwebsites zijn in het algemeen primair gericht op dienstverlening, en zetten de vraag van de klant/burger/inwoner centraal.

Het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft onderzoek laten doen naar de toegevoegde waarde van toptakenwebsites voor digitale dienstverlening door gemeenten. GBBO heeft dit grootschalige (147 deelnemende gemeenten) kwantitatieve onderzoek uitgevoerd.

### Het onderzoek had 3 doelen:

1. Gemeenten helderheid bieden of het voor hen verstandig is om over te stappen naar een toptakenwebsite.
2. Het plaatsen van de ontwikkeling van toptakenwebsites in de overgang naar een vergaande digitale dienstverlening van de overheid.
3. Het ministerie van BZK inzicht bieden in de consequenties van toptakenwebsites voor het behalen van de verschillende beleidsdoelstellingen van BZK en eventuele voorstellen voor beleid op dit terrein.

### Ter verheldering: Toptakmanagement van een website bestaat uit 3 principes:

1. Ken de taken van de websitebezoeker en de onderlinge verhoudingen (de 'Stranger's Long Neck'<sup>1</sup>).
2. Focus continu op de toptaken: meet, verbeter, test, voer uit, en doe dat continu.
3. Manage met feiten en niet met meningen

### Toepassing van slechts het 1<sup>e</sup> principe van toptakmanagement leidt niet tot betere prestaties

Wat opvalt in de onderzoeksresultaten is dat de toptakenprincipes 2 (permanente focus) en 3 (manage met feiten) bij veel toptakenwebsites slechts beperkt of zelfs niet worden uitgevoerd. Zo monitort vrijwel geen enkele toptakengemeente hoe snel de taken van websitebezoekers worden afgerond.

Ook kunnen relatief weinig toptakengemeenten inzicht bieden in de mate waarin transacties via een ander kanaal plaatvinden dan voorheen het geval was (bijvoorbeeld de verschuiving van telefoon of balie naar digitaal).

Deze opmerking geldt overigens ook voor niet-toptakenwebsites: gemeenten monitoren over het algemeen weinig als het gaat om dienstverlening en de verhouding tussen de verschillende kanalen.

Het onderzoek heeft het besef opgeleverd dat veel gemeenten met een toptakenwebsite nog belangrijke stappen moeten maken om ook daadwerkelijk de digitale dienstverlening op een hoger plan te tillen: dus meer digitale transacties te realiseren, kanaalverschuiving te bewerkstelligen, de bezoekers te "verleiden".

De resultaten tonen dan ook (nog) niet aan dat de gemeentelijke toptakenwebsites beter presteren dan niet-toptakenwebsites; er zijn toptakenwebsites die heel hoog scoren, maar ook lage scores komen voor. En er zijn niet-toptakenwebsites die het heel goed doen.

### Advies: focus op de toptaken, manage met feiten en niet met meningen

Het advies aan alle gemeenten met een toptakenwebsite is de toptakenprincipes 2 en 3 te implementeren. Op het moment dat deze principes worden uitgevoerd, is het wenselijk een tweede meting te verrichten om te kunnen waarnemen of de toptakenwebsites leiden tot (bijvoorbeeld) meer digitale dienstverlening en kanaalverschuiving en een hoger klantoordeel.

### 11 tips voor gemeenten om het aandeel digitale transacties te verhogen

Het tweede doel van het onderzoek was het plaatsen van de ontwikkeling van toptakenwebsites in de overgang naar een vergaande digitale dienstverlening van de overheid. De bijdrage hieraan van toptakenwebsites is op basis van de statistische analyses slechts beperkt vastgesteld.

Om gemeenten te helpen het aandeel digitale transacties te verhogen, is een **verdiepingsonderzoek** gedaan. Hierbij is onderzocht wat de oorzaak is van goed en slecht presterende gemeenten als het gaat om het percentage digitale transacties. Daarbij is geen onderscheid gemaakt tussen gemeenten die wel en gemeenten die geen toptakenwebsite hebben. In beide groepen zijn namelijk goede en slechte prestaties waargenomen.

<sup>1</sup> McGovern, G. (2010). *The Strangers Long Neck*. Londen: A & C Black Publishers Ltd.

Dit verdiepingsonderzoek heeft 11 tips opgeleverd. Hierin komen onderdelen van het genoemde toptakmanagement terug. Niet alle tips zijn direct te relateren aan toptakmanagement, maar ze zijn in het onderzoek wel naar voren gekomen als belangrijke factoren voor succes.

Gemeenten die een impuls aan hun digitale dienstverlening willen geven en hiermee beoogde kwaliteits- en kostenvoordelen willen realiseren, adviseren we de volgende lijst met 11 tips toe te passen (uitgebreide toelichting en voorbeelden in Hoofdstuk 4):

1. Monitor de klantcontactkanalen en optimaliseer continu
2. Optimaliseer de vindbaarheid van digitale diensten op de website
3. Vermijd onnodige kanaalswitches
4. Gebruik concrete en duidelijke taal
5. Maak de digitale aanvraagstraat gebruiksvriendelijk op elk apparaat
6. Promoot het digitale kanaal via de eigen medewerkers
7. Promoot het digitale kanaal via communicatiemiddelen
8. Verhoog de digivaardigheid van inwoners
9. Overweeg prijsdifferentiatie en test wat werkt
10. Zet de digitale dienstverlening intern hoog op de agenda
11. Werk slim samen met externe instanties

#### Impact toptakenwebsites op de beleidsdoelstellingen van het ministerie van BZK

Het derde doel van het onderzoek was inzicht bieden in de consequenties van toptakenwebsites voor het behalen van de verschillende beleidsdoelstellingen van BZK en eventuele voorstellen voor beleid op dit terrein.

In onderstaande tabel leest u in welke mate toptakenwebsites de beleidsdoelstellingen van het ministerie van BZK versterken of verzwakken. Hierbij is het mogelijk dat de impact op de doelstellingen verandert wanneer de 3 toptakenprincipes volledig zijn geïmplementeerd.

Beleidsdoelstelling	Impact
<b>Digitaal 2017</b>	Neutraal
<b>Verminderen van de regeldruk</b>	Licht positief
<b>Dienstverlening en toepassing van gebruikersperspectief in processen</b>	Licht positief
<b>Open Overheid</b>	Licht negatief
<b>Webrichtlijnen</b>	Onbekend
<b>Samenwerkende Catalogi</b>	Negatief

#### Informatie over het onderzoek

Het grootschalige kwantitatieve onderzoek is in de periode van juni t/m augustus 2014 uitgevoerd door middel van websitestatistieken, deskresearch en digitale vragenlijsten.

- In totaal hebben 118 niet-toptakengemeenten en 29 toptakengemeenten deelgenomen aan het onderzoek.
- Er zijn 21 hypothesen getoetst waarbij per hypothese een groep toptakenwebsites met een groep niet-toptaken is vergeleken (Bijlage 3).

De nadruk heeft gelegen op de vraag of het hebben van een toptakensite leidt tot meer digitale dienstverlening en daarmee tot een positieve business case. Er is geen onderzoek gedaan naar de mate waarin gebruikers een toptakenwebsite waarderen.

## Inhoudsopgave

<b>1. ACHTERGROND, DOEL EN ONDERZOEKSVRAGEN</b>	<b>6</b>
1.1 Achtergrond	6
1.2 Doel en onderzoeksvragen	6
<b>2. VOOR- EN NADELEN VAN HET IMPLEMENTEREN VAN EEN TOPTAKENWEBSITE VOOR EEN GEMEENTE</b>	<b>7</b>
2.1 Grootschalig kwantitatief onderzoek	7
2.2 Wat hebben gemeenten die naar een toptakenwebsite zijn overgestapt veranderd aan de website?	7
2.3 Wat is het resultaat van de overstap naar een toptakenwebsite?	8
<b>3. INTERPRETATIE RESULTATEN KWANTITATIEF ONDERZOEK EFFECT TOPTAKENWEBSITES</b>	<b>9</b>
3.1 Is het verstandig over te stappen naar een toptakenwebsite?	9
3.2 Dragen toptakenwebsites bij aan een vergaande digitalisering van de overheidsdienstverlening?	11
<b>4. ELF TIPS AAN GEMEENTEN OM HET PERCENTAGE DIGITALE TRANSACTIES TE VERHOGEN</b>	<b>12</b>
<i>Tip 1 Monitor de klantcontactkanalen en optimaliseer continu</i>	12
<i>Tip 2 Optimaliseer de vindbaarheid van de digitale diensten op de website</i>	15
<i>Tip 3 Vermijd onnodige kanaalswitches</i>	18
<i>Tip 4 Gebruik concrete en duidelijke taal</i>	20
<i>Tip 5 Maak de digitale aanvraagstraat gebruiksvriendelijk op elk apparaat</i>	20
<i>Tip 6 Promoot het digitale kanaal via de eigen medewerkers</i>	22
<i>Tip 7 Promoot het digitale kanaal via communicatiemiddelen</i>	23
<i>Tip 8 Verhoog de digivaardigheid van inwoners</i>	23
<i>Tip 9 Overweeg prijsdifferentiatie en test wat werkt</i>	23
<i>Tip 11 Werk slim samen met externe instanties</i>	24
<b>5. DE IMPACT VAN TOPTAKENWEBSITES OP DE BELEIDSDOELSTELLINGEN VAN BZK</b>	<b>25</b>
5.1 Digitaal 2017	25
5.2 Reductie van regeldruk	25
5.3 Dienstverlening en toepassing van gebruikersperspectief in processen	26
5.4 Open overheid	26
5.5 Webrichtlijnen	27
5.6 Samenwerkende catalogi	27
<b>BIJLAGE 1: HET IDENTIFICEREN VAN EEN TOPTAKENWEBSITE</b>	<b>28</b>
<b>BIJLAGE 2: ONDERZOEKSOPZET: AANPAK, TIJDSPAD EN RESULTAAT</b>	<b>30</b>
<b>BIJLAGE 3: RESULTATEN HYPOTHESES</b>	<b>38</b>
HYPOTHESE 1A: AANTAL DIGITALE TRANSACTIES VAN TOPTAKEN	38
HYPOTHESE 1B: AANTAL DIGITALE TRANSACTIES VAN NIET-TOPTAKEN	40
HYPOTHESE 1C: VERHOUDING TRANSACTIES DIGITAAL/BALIE PER PRODUCT	42
HYPOTHESE 1D: VERHOUDING TRANSACTIES DIGITAAL/TELEFONIE PER PRODUCT	44
HYPOTHESE 1E: AANTAL STATISCHE PAGINA'S	45
HYPOTHESE 1F-1G: REDACTIONELE PAGINA'S	47
HYPOTHESE 2A: AANTAL DIENSTEN DAT ONLINE IS AF TE NEMEN	49
HYPOTHESE 2B: SNELHEID VAN VINDEN DIGITALE PRODUCTEN / DIENSTEN	50
HYPOTHESE 2C: VOLWASSENHEID DIGITALE AANVRAGEN	52
HYPOTHESE 2D: GEBRUIK DIGITALE KANAAL	54
HYPOTHESES 2 E T/M H: VINDBAARHEID STATISCHE INFORMATIE EN ALTERNATIEVEN	56
HYPOTHESE 2I-J: SAMENWERKENDE CATALOGI	58
HYPOTHESE 2K -2L: PRODUCTENDIENSTENCATALOGUS	59
HYPOTHESE 2O: OPEN DATA	61
HYPOTHESE 2P: PERCENTAGE VERKLARENDE WEBPAGINA'S	62
<b>BIJLAGE 4: RESULTATEN VAN DE ANALYSES PER HYPOTHESE</b>	<b>63</b>
<b>BIJLAGE 5: VOLWASSENHEIDSSCORE</b>	<b>71</b>
<b>BIJLAGE 6: UITKOMSTEN VERDIEPINGSONDERZOEK DESKRESEARCH</b>	<b>74</b>
<b>BIJLAGE 7: SCREENSHOTS GEMEENTE SOMEREN</b>	<b>79</b>
<b>BIJLAGE 8: UITKOMSTEN VERDIEPINGSONDERZOEK - RESULTATEN CORRELATIE TESTS</b>	<b>79</b>
<b>BIJLAGE 9: DIGITALE VRAGENLIJST VOOR GEMEENTEN MET EEN TOPTAKENWEBSITE</b>	<b>83</b>
<b>BIJLAGE 10: DIGITALE VRAGENLIJST VOOR GEMEENTEN MET EEN NIET-TOPTAKENWEBSITE</b>	<b>89</b>
<b>BIJLAGE 11: OVERZICHT BENUITTE DATABRON PER GEMEENTE MET EEN TOPTAKENWEBSITE</b>	<b>93</b>
<b>BIJLAGE 12: OVERZICHT BENUITTE DATABRON PER GEMEENTE MET EEN NIET- TOPTAKENWEBSITE</b>	<b>94</b>

## 1. Achtergrond, doel en onderzoeksvragen

### 1.1 Achtergrond

#### Aanleiding

Er is sprake van digitalisering van de overheidsdienstverlening. Steeds meer gemeenten stappen over naar een toptakenwebsite en die ontwikkeling lijkt door te zetten. Het ministerie wil met dit onderzoek de ontwikkeling van toptakenwebsites plaatsen in de overgang naar een vergaande digitale dienstverlening van de overheid.

Het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft onderzoek laten doen naar de toegevoegde waarde van toptakenwebsites voor digitale dienstverlening door gemeenten. GBBO heeft dit grootschalige (147 deelnemende gemeenten) kwantitatieve onderzoek uitgevoerd.

#### Definitie toptakenwebsite

Als bedenker van de toptaken filosofie wordt vaak Gerry McGovern genoemd. Op het moment dat het onderzoek aanving was er geen objectieve maatstaf beschikbaar op basis waarvan een toptakenwebsite te identificeren viel. In overleg met de begeleidingscommissie<sup>2</sup> en de Focusgroep Toptaken<sup>3</sup>, waar gemeenten aan deelnemen, is een methode ontwikkeld om een toptakenwebsite te identificeren.

Contactpersonen van gemeenten met een potentiële toptakenwebsite zijn telefonisch geïnterviewd en gevraagd of zij aan alle onderstaande voorwaarden voldoen:

1. De gemeente beschikt over een lijst met toptaken die is gebaseerd op gebruikersonderzoek en kan ten minste de 10 taken benoemen die het hoogst geprioriteerd zijn.
2. De inzichten uit dit gebruikersonderzoek zijn benut door de gemeente om de website zodanig in te richten voor gebruikers dat zij hun toptaken vaker vinden en sneller kunnen uitvoeren ten opzichte van de vorige website.
3. Binnen de gemeente is een blijvende focus op de toptaken van hun gebruikers.

Voor een uitgebreide toelichting met betrekking tot het identificeren van toptakenwebsites zie bijlage 1.

### 1.2 Doel en onderzoeksvragen

Het onderzoek heeft drie doelen:

1. Gemeenten helderheid bieden of het voor hen verstandig is om over te stappen naar een toptakenwebsite.
2. Het plaatsen van de ontwikkeling van toptakenwebsites in de overgang naar een vergaande digitale dienstverlening van de overheid.
3. BZK inzicht bieden in de consequenties van toptakenwebsites voor het behalen van de verschillende beleidsdoelstellingen van BZK en eventuele voorstellen voor beleid op dit terrein.

Dit resulteert in de volgende onderzoeksvragen:

1. Welke voor- en nadelen heeft de implementatie van een toptakenwebsite voor de gemeente?
2. Hoe zijn de resultaten te interpreteren?
3. Op welke wijze kunnen gemeenten het percentage digitale transacties verhogen?
4. Versterken of verzwakken toptakenwebsites de beleidsdoelstellingen van het ministerie van BZK?

De antwoorden op de vragen worden per hoofdstuk gepresenteerd.

---

<sup>2</sup> De begeleidingscommissie bestond uit betrokkenen werkzaam bij het ministerie van BZK en twee gemeenten, waaronder een bestuurslid van Cascadis, de beroepsvereniging van webprofessionals in de publieke sector.

<sup>3</sup> De focusgroep Toptaken is een initiatief van Cascadis, de beroepsvereniging van webprofessionals in de publieke sector.

## 2 Voor- en nadelen van het implementeren van een toptakenwebsite voor een gemeente

In dit hoofdstuk leest u de puntsgewijze samenvatting van de resultaten. Allereerst schetsen we de achtergrond van de onderzoeksresultaten. Vervolgens leest u wat toptakenwebsites van gemeenten hebben veranderd aan de website op het moment dat zij naar een toptakenwebsite zijn overgestapt. Tot slot leest u de wel en niet aangetoonde effecten van deze overstap.

### 2.1 Grootschalig kwantitatief onderzoek

U leest een puntsgewijze opsomming van de resultaten van 21 getoetste hypothesen. Per hypothese is een groep gemeenten met een toptakenwebsite (TT) en een groep gemeenten met een niet-toptakenwebsite (NTT) met elkaar vergeleken. Voor het toetsen van de hypothesen is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van kwantitatieve indicatoren. Een uitgebreide beschrijving van de onderzoeksopzet leest u in bijlage 2.

Daarnaast is getracht van zoveel mogelijk gemeenten data te verkrijgen. In totaal hebben er 118 niet-toptakengemeenten en 29 toptakengemeenten deelgenomen aan het onderzoek. Op deze wijze is het mogelijk om uitspraken met een statistische significantie te doen. Een volledige beschrijving van de resultaten per hypothese leest u in bijlagen 3 en 4.

### 2.2 Wat hebben gemeenten die naar een toptakenwebsite zijn overgestapt veranderd aan de website?

*Pagina's met een redactioneel<sup>4</sup> karakter*

- Bij 76% van de toptakenwebsites is het aantal pagina's met een redactioneel karakter is gedaald.

*Aanbod statische informatie<sup>5</sup> volgens contactpersonen toptakenwebsites*

- Bij 76% van de toptakenwebsites worden minder pagina's met statische informatie gepubliceerd.
- Toptakenwebsites publiceren vaker verordeningen en bestemmingsplannen dan niet-toptakenwebsites. (Er is bijna geen verschil te zien tussen beide groepen wat betreft het publiceren van bekendmakingen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunningen).
- Statische informatie wordt sneller verwijderd door toptakenwebsites.

*Aanbod statische informatie volgens deskresearch*

- Het aanbod van statische informatie is divers. Bestemmingsplannen en verordeningen zijn vaker te vinden op toptakenwebsites, bekendmakingen en de agenda voor de raadsvergadering worden minder vaak gevonden op de eigen website. Het aanbod van informatie over omgevingsvergunningen verschilt nauwelijks.
- Indien de informatie niet op de website wordt aangeboden, verwijzen toptakenwebsites door naar een externe website waar deze informatie te vinden is.

*Aanbod van digitale diensten<sup>6</sup>*

- Het aantal diensten dat digitaal kan worden afgenomen is gelijk.
- Toptakenwebsites bieden minder vaak een productdienstencatalogus aan.
- Van de toptakenwebsites die wél een productdienstencatalogus aanbieden, is het aantal producten dat wordt aangeboden gelijk gebleven.

---

<sup>4</sup> Definitie pagina met redactioneel karakter: Een pagina die na publicatie periodiek up-to-date gehouden moeten worden. Een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld productinformatie en informatie over projecten.

<sup>5</sup> Definitie pagina met statische informatie: informatie die in tegenstelling tot redactionele informatie, na publicatie niet meer wordt aangepast. Publicatie van deze stukken vergt geen redactionele capaciteit. Dit zijn bijvoorbeeld bekendmakingen, verordeningen, raadsbesluiten, omgevingsvergunningen en bestemmingsplannen.

<sup>6</sup> Definitie digitale dienst: een dienstverleningsproces dat in zijn geheel is af te ronden door websitebezoekers op de website van de gemeente.

#### *Volwassenheid<sup>7</sup> van digitale aanvragen*

- Het niveau van volwassenheid van digitale aanvragen is hoger bij 4 van de 5 onderzochte toptaken<sup>8</sup>.

#### *Samenwerkende catalogi<sup>9</sup>*

- Het aantal aansluitingen op de Samenwerkende Catalogi verschilt niet.
- Het aanbod van producten van de gemeente aan de Samenwerkende Catalogi is gedaald.

## 2.3 Wat is het resultaat van de overstap naar een toptakenwebsite?

#### *Websitebezoek*

- Het aantal websitebezoeken blijft gelijk.
- Een groter deel van het websitebezoek wordt verklaard met de top 50 en top 100 pagina's.

#### *Unieke paginaweergaven*

- Het aantal unieke paginaweergaven<sup>10</sup> op toptakenpagina's stijgt.
- Het aantal unieke paginaweergaven op niet-toptakenpagina's blijft gelijk.

#### *Digitale transacties en kanaalverschuiving*

- Het aantal digitale transacties van toptaken en niet-toptaken blijft gelijk.
- De verhouding digitale transacties / balietransacties blijft gelijk.
- De verhouding digitale transacties / telefonische transacties blijft gelijk.

#### *Snelheid van vinden producten/diensten*

- De snelheid waarmee informatie over de omgevingsvergunning vindbaar is, verschilt niet.

#### *Behoeftte aan statische informatie*

- Het bekijken van statische informatiepagina's blijft gelijk.
- Er wordt meer gezocht op bekendmakingen op een toptakenwebsite. Wat betreft omgevingsvergunningen, bestuurlijke stukken, bestemmingsplannen en verordeningen blijft het zoekgedrag gelijk.

#### *Verandering in FTE voor beheren pagina's met redactioneel karakter*

- Een klein loonkostenvoordeel voor het beheren van pagina's met een redactioneel karakter. Het aantal medewerkers, uitgedrukt in FTE, dat wordt ingezet om pagina's met een redactioneel karakter te beheren blijft voor 64% van toptakenwebsites gelijk. 28% van de gemeenten geeft aan een daling in FTE waar te nemen en 8% geeft aan juist een stijging waargenomen te hebben.

---

<sup>7</sup> Zie voor een uitleg van het begrip volwassenheid bijlage 5.

<sup>8</sup> De visuele vindbaarheid van vijf taken inclusief de snelheid van het invullen van het e-formulier vanuit gebruikersperspectief is hoger.

<sup>9</sup> Samenwerkende Catalogi koppelt de productcatalogi van verschillende overheidsorganisaties. Burgers en ondernemers vinden op de websites van deelnemende overheden en op [overheid.nl](http://overheid.nl) en [antwoordvoorbedrijven.nl](http://antwoordvoorbedrijven.nl) informatie over producten en diensten die ze nodig hebben.

<sup>10</sup> Unieke paginaweergaven worden gegenereerd door dezelfde gebruiker tijdens dezelfde sessie. Een *unieke paginaweergave* staat voor het aantal sessies waarin deze pagina één keer of meerdere keren is weergegeven. Voorbeeld: Een persoon die vijfmaal dezelfde pagina bezoekt met hetzelfde apparaat zal als 1 unieke paginaweergave en 5 paginaweergaves worden gerekend.



### 3 Interpretatie resultaten kwantitatief onderzoek effect toptakenwebsites

Is het verstandig over te stappen naar een toptakenwebsite? Dragen toptakenwebsites bij aan een vergaande digitalisering van de overheid? In dit hoofdstuk wordt het antwoord op deze vragen besproken. U leest hier een interpretatie van de 'harde inzichten' voortvloeiend uit het grootschalige kwantitatieve onderzoek. Eveneens zijn de resultaten geïnterpreteerd op basis van de ervaringen ten tijde van de uitvoering van het onderzoek.

#### 3.1 Is het verstandig over te stappen naar een toptakenwebsite?

Om een goed antwoord op deze vraag te formuleren is het belangrijk stil te staan bij de 3 principes van toptaakmanagement. Deze drie principes worden beschreven in het boek 'The Strangers Long Neck'<sup>11</sup>. De auteur noemt dit de drie ideeën waarop zijn hele boek gebaseerd is.

##### Toptaakmanagement van een website bestaat uit 3 principes:

1. Ken de taken van de websitebezoeker en de onderlinge verhoudingen
2. Focus continu op de toptaken: meet, verbeter, test, voer uit, en doe dat continu
3. Manage met feiten en niet met meningen

Uit het onderzoek blijkt dat veel gemeenten met een toptakenwebsite principe één hebben uitgevoerd. Het grootste deel geeft aan onderzoek gedaan te hebben naar de toptaken en inzicht te hebben in de onderlinge verhoudingen van deze taken. Waar deze toptakenwebsites in afwijken is het praktiseren van principes twee en drie. Vooral op het gebied van monitoring zijn er grote hiaten tussen de theorie en de uitvoering zichtbaar.

Het kostte gemeenten veel moeite om inzicht in het aantal digitale transacties op te leveren. Veel gemeenten gaven aan deze handmatig te tellen of andere handmatige acties uit te moeten voeren om de cijfers te kunnen opleveren. De slechte monitoring is overigens geen uniek kenmerk van gemeenten met een toptakenwebsite. Bij niet-toptakenwebsites van gemeenten zijn dezelfde problemen aangetroffen.

Het niet of lastig kunnen opleveren van het aantal digitale transacties staat haaks op de managementprincipes van toptaken. Hier ligt namelijk een nadruk op het meten en verbeteren van de toptaken. En op basis van deze feitelijke informatie

Voor het meten van de toptaken worden drie meeteenheden aangedragen:

1. Succesratio; Welk deel van de bezoekers is in staat om een taak succesvol af te ronden?
2. Disaster rate; Welk deel van de bezoekers denkt het juiste antwoord gevonden te hebben, maar heeft het verkeerde antwoord gevonden?
3. Afrondtijd; Hoe lang kost het de bezoeker om de taak af te ronden?

Bovenstaande meeteenheden worden door vrijwel geen enkele gemeente consequent gemeten<sup>12</sup>. Daarom concluderen we dat op dit moment gemeenten met een toptakenwebsite de toptaakmanagementprincipes niet volledig uitvoeren. Wanneer we uitspraken doen over het wel of niet overstappen op toptaken is het daarom belangrijk in gedachten te houden dat dit vooral websites betreft die alleen principe één van toptaakmanagement hebben uitgevoerd.

---

<sup>11</sup> McGovern, G. (2010). *The Strangers Long Neck*. Londen: A & C Black Publishers Ltd.

<sup>12</sup> GBBO beheert een webstatistiekendatabase van 100+ gemeenten. Uit de database en de contacten met gemeenten is duidelijk waar te nemen dat succesratio, disaster rate en afrondtijd niet wordt gemeten door gemeenten met een toptakenwebsite

### **Toepassing van slechts het 1<sup>e</sup> principe van toptakenmanagement leidt niet tot betere prestaties**

Het onderzoek heeft het besef opgeleverd dat veel gemeenten met een toptakenwebsite nog belangrijke stappen moeten maken om ook daadwerkelijk de digitale dienstverlening op een hoger plan te tillen: dus meer digitale transacties te realiseren, kanaalverschuiving te bewerkstelligen en de bezoekers te “verleiden”.

De resultaten tonen (nog) niet aan dat de gemeentelijke toptakenwebsites beter presteren dan niet-toptakenwebsites; er zijn toptakenwebsites die heel hoog scoren, maar ook lage scores komen voor. Ook zijn er niet-toptakenwebsites die het heel goed doen.

### **Aangetoonde effecten van het overstappen naar een toptaken website**

De resultaten beschreven in hoofdstuk 2 geven aan dat veel effecten die verwacht werden niet gevonden zijn. Dit wil niet zeggen dat er geen statistische resultaten gevonden zijn. De onderzoeksresultaten tonen aan dat het overstappen naar een toptakenwebsite leidt tot een beperkt aantal voor- en nadelen. Een belangrijke kanttekening hierbij is dat de gevonden effecten niet groot zijn. Zie voor de exacte grootte van de gevonden effecten zie bijlage 3.

#### ***Voordelen van een overstap***

Van de gemeenten die zijn overgestapt naar een toptakenwebsite geeft het merendeel aan dat het aantal pagina's met een redactioneel karakter is verminderd. De meeste gemeenten geven vervolgens aan dat het aantal FTE om deze pagina's te beheren gelijk is gebleven. Als er wel een verandering in FTE werd gerapporteerd, betrof dit vaker een daling dan een stijging in het aantal FTE. Dit kan zich bij de gemeente die overstapt vertalen in een klein loonkostenvoordeel.

Een voordeel voor websitebezoekers is dat de visuele vindbaarheid en snelheid van invullen van e-formulieren (=volwassenheid) met betrekking tot toptaken is toegenomen. Dit zou zich kunnen vertalen in een hoger klantoordeel. Dit is binnen het huidige onderzoek niet gemeten. Om hier een betrouwbaar inzicht in te verkrijgen, is een aanvullend onderzoek nodig.

#### ***Nadelen van een overstap***

Een nadeel aan het implementeren van een toptakenwebsite kan zijn dat de beschikbaarheid van informatie minder wordt. De Nederlandse overheid bevordert de mogelijkheden om openheid in te zetten voor verbetering van het openbaar bestuur en de publieke dienstverlening. Er worden door gemeenten met een toptakenwebsite significant minder producten aangeboden aan de Samenwerkende Catalogi dan door gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### **Advies en eventueel vervolgonderzoek: focus op de toptaken, manage met feiten en niet met meningen**

Het advies aan alle gemeenten met een toptakenwebsite is de toptakenprincipes 2 en 3 te implementeren. Op het moment dat deze principes worden uitgevoerd, is het wenselijk een tweede meting te verrichten om te kunnen waarnemen of de toptakenwebsites leiden tot (bijvoorbeeld) meer digitale dienstverlening.

Toptakenmanagement focust zich op de wensen van de gebruiker. Deze focus is deels gevonden door de hogere volwassenheid van digitale aanvragen bij toptakenwebsites. Of dit leidt tot een hoger klantoordeel is onbekend. Een aanbeveling is onderzoek uit te voeren naar de impact van toptaken websites op een eventuele toename van het klantoordeel. Ook hier geldt immers, manage met feiten en niet met meningen.

### 3.2 Dragen toptakenwebsites bij aan een vergaande digitalisering van de overheidsdienstverlening?

De managementprincipes van toptaken focussen zich vrijwel volledig op de website. Om inzicht te hebben in de vergaande digitalisering is het belangrijk om niet alleen inzicht te hebben in de website, maar ook hoe deze zich verhoudt tot de andere kanalen. Hoeveel verhuizingen worden bijvoorbeeld digitaal doorgegeven ten opzichte van de balie?

Uit het onderzoek blijkt dat gemeenten weinig inzicht hebben in de verhoudingen tussen de verschillende kanalen. Hierdoor is het lastig om de eventuele kanaalverschuiving in kaart te brengen. De resultaten van gemeenten die dit inzicht wel hebben kunnen geven, laten zien dat een toptakenwebsite op dit moment niet zorgt voor een kanaalverschuiving naar het digitale kanaal. Tevens is het aantal diensten dat online kan worden afgenomen tussen toptaken en niet-toptakenwebsites gelijk. Vanuit een transactieperspectief is dan ook geen waargenomen effect van toptakenwebsites.

Vanuit een informatieaanbodperspectief is er een licht negatieve bijdrage vanwege de volgende geconstateerde veranderingen van gemeenten met een toptakenwebsite:

1. Bij 76% van de toptakenwebsites is het aantal pagina's met een redactioneel karakter gedaald.
2. Het aanbod van producten van de gemeente aan de Samenwerkende Catalogi is gedaald.
3. Wat betreft het aanbod van statische informatie is een wisselend beeld geconstateerd.

In overleg met de begeleidingscommissie is op basis van de hiervoor genoemde onderzoeksuitkomsten gevraagd praktische tips aan gemeenten te geven waarmee het aandeel digitale transacties kan worden verhoogd. De tips leest u in het volgende hoofdstuk.

## 4. Elf tips aan gemeenten om het percentage digitale transacties te verhogen

Het tweede doel van het onderzoek was het plaatsen van de ontwikkeling van toptakenwebsites in de overgang naar een vergaande digitale dienstverlening van de overheid. De bijdrage hieraan van toptakenwebsites is op basis van de statistische analyses slechts beperkt vastgesteld.

Om gemeenten te helpen het aandeel digitale transacties te verhogen, is een verdiepingsonderzoek gedaan. Hierbij is onderzocht wat de oorzaak is van goed en slecht presterende gemeenten als het gaat om het percentage digitale transacties. Daarbij is geen onderscheid gemaakt tussen gemeenten die wel en gemeenten die geen toptakenwebsite hebben. In beide groepen zijn namelijk goede en slechte prestaties waargenomen. Daarbij viel het ook op dat de best en slechts presterende websites per product verschilden. Er is dus niet één gemeente in Nederland die consequent hoog scoort op alle producten. Het kwam zelfs voor dat een gemeente bij het ene product in de top 3 eindigde om bij een ander product bij de slechtste drie te eindigen.

Voor drie variabelen (melding openbare ruimte, verhuizing doorgeven en uittreksel BRP) is een onderzoek gedaan naar minimaal drie goed en drie slecht presterende gemeenten.

Het verdiepingsonderzoek omvatte drie onderzoeksmethoden:

- Database-onderzoek
- Deskresearch
- Diepte-interviews

Voor een uitgebreidere toelichting van deze onderzoeksmethoden zie bijlage 2, fase 4.

Dit verdiepingsonderzoek heeft 11 tips opgeleverd. Hierin komen onderdelen van het genoemde toptaakmanagement terug. Niet alle tips zijn direct te relateren aan toptaakmanagement, maar ze zijn in het onderzoek wel naar voren gekomen als belangrijke factoren voor succes.

Wilt u het aandeel digitale transacties verhogen van uw gemeente? De goed presterende gemeenten geven aan dat een combinatie van factoren de sleutel tot succes is.

## Tip 1 Monitor de klantcontactkanalen en optimaliseer continu

Verbeteren van de digitale dienstverlening is alleen mogelijk met inzicht in de prestaties hiervan. Op dit moment vindt monitoring van deze prestaties bij de meeste gemeenten onvoldoende plaats. De belangrijkste tip uit het onderzoek is dan ook het beter monitoren van de klantcontactkanalen en het continu optimaliseren hiervan.

Verbeter hierbij de monitoring op twee punten:

1. Creëer inzicht in de effectiviteit van de website
2. Creëer inzicht in de verhouding van de verschillende kanalen

### 1. Inzicht in de effectiviteit van de website

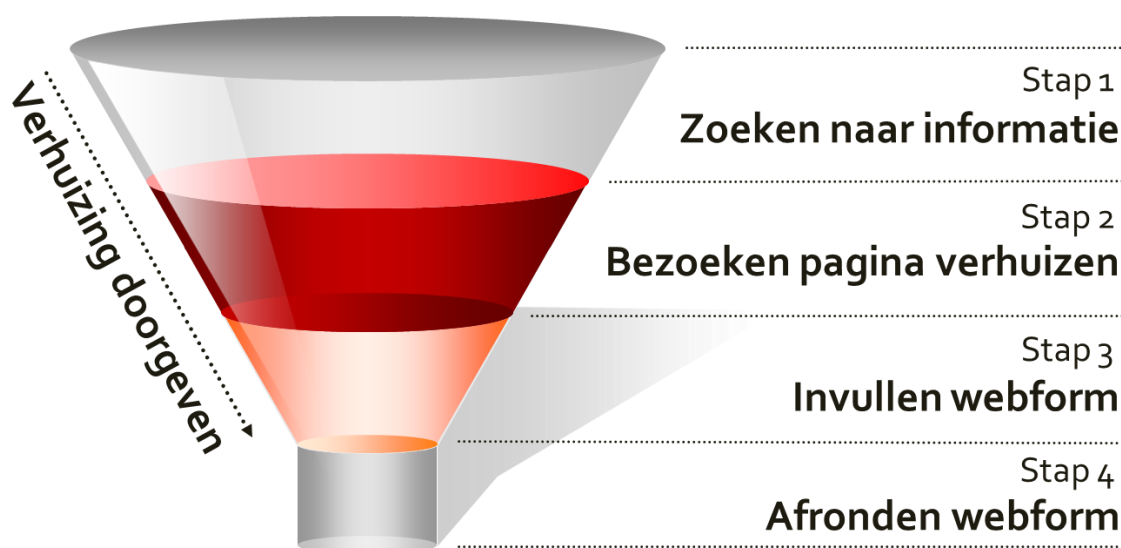
Door alleen het bijhouden van het aantal digitale transacties ontstaat er geen inzicht in de effectiviteit van de website. Hiervoor zullen verschillen meeteenheden moeten worden bijgehouden om op basis van de uitkomsten hiervan verbeterpunten te kunnen formuleren.

Gerry Mc Govern noemt in zijn boek over toptaken de volgende meeteenheden, namelijk:

1. **Succesratio;** Welk deel van de bezoekers is in staat om een taak succesvol af te ronden?
2. **Disaster rate;** Welk deel van de bezoekers denkt het juiste antwoord gevonden te hebben, maar heeft het verkeerde antwoord gevonden?
3. **Afrondtijd;** Hoe lang kost het de bezoeker om de taak af te ronden?

Bovenstaande meeteenheden kunnen op verschillende manieren in kaart gebracht worden. Een belangrijke voorwaarde hiervoor is wel dat zowel de website als de applicatie waarop producten kunnen worden aangevraagd de mogelijkheid bieden om te monitoren. Daarbij is het belangrijk om op een gestructureerde wijze de digitale dienstverlening te monitoren.

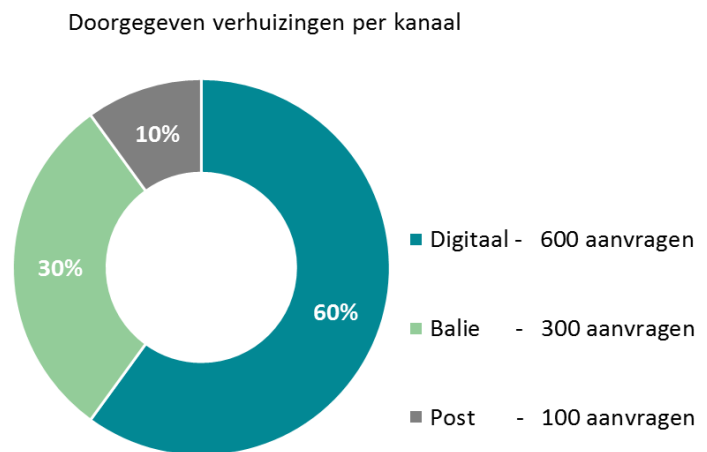
Buiten de meeteenheden die in het boek behandeld worden is het inrichten van de 'funnel' of 'trechter' een veelgebruikt instrument om de effectiviteit van de digitale dienstverlening in kaart te brengen. Voor deze methode wordt per stap in kaart gebracht waar een bezoeker afhaakt zodat duidelijk wordt wat voor bezoekers de grootste struikelblokken zijn. Op deze manier kan zeer gericht de digitale dienstverlening worden geoptimaliseerd en wordt voorkomen dat tijd en geld wordt verspild aan onderdelen die amper bijdragen aan het einddoel.



Afbeelding 1: Voorbeeld van een trechter voor het doorgeven van een verhuizing.

## 2. Inzicht in de verhouding van de verschillende kanalen

Met alleen het monitoren van de website is het niet duidelijk of de website naar behoren functioneert en/of de digitale dienstverlening verbetert. Een voorbeeld hiervan is de mogelijke kostenbesparingen die digitale transacties kunnen opleveren. Als alleen deze digitale transacties worden gemonitord kan er een verkeerd beeld ontstaan. Zo kan het aantal digitale transacties van een product toenemen, terwijl tegelijkertijd het aantal telefoontjes over hetzelfde product verdriedubbeld is. In dit geval zorgt het toegenomen aantal digitale transacties niet voor kostenbesparingen, maar eerder voor hogere kosten.



*Afbeelding 2: Voorbeeld van inzicht in kanaalgebruik*

Om deze reden is het belangrijk inzicht te hebben in de verhouding tussen de verschillende kanalen. Alleen op deze manier wordt het mogelijk actiever te sturen op het verhogen van het aandeel digitale transacties. Hierdoor zijn verbeterpunten te formuleren en er is meer inzicht in wat de investeringen in de digitale dienstverlening daadwerkelijk opleveren.

### Metten is niet weten

Een veelgehoorde opmerking wanneer het gaat over monitoren is “metten is weten”. Dit is een uitspraak die in het kader van deze tip niet opgaat. Het alleen metten van de verschillende klantkanalen zal niet zorgen voor een betere dienstverlening. Het is naast het juist monitoren dan ook belangrijk dat er continu wordt geoptimaliseerd op basis van de inzichten uit de metingen.

## Tip 2 Optimaliseer de vindbaarheid van de digitale diensten op de website

Gemeenten met een hoog percentage digitale transacties, geven aan dat de vindbaarheid van deze digitale diensten goed is. De vindbaarheid van digitale diensten is grofweg op vier manieren te beïnvloeden:

1. Visuele vindbaarheid op de website
2. Vindbaarheid via externe zoekmachines
3. Vindbaarheid via de eigen (interne) zoekmachine
4. Vindbaarheid via externe instanties

### Visuele vindbaarheid

De visuele vindbaarheid van bijvoorbeeld melding openbare ruimte speelt volgens Gemeente Zeewolde en Gemeente Eindhoven een belangrijke rol waarom het aandeel digitale meldingen hoog is.

Gemeente Zeewolde verwijst op meerdere plekken naar het meldingsformulier. Zo is een verwijzing naar het formulier te vinden op de homepage van de website, in de carousel op de homepage, in het 'contact' blokje dat links en rechts regelmatig terugkomt op webpagina's en op de 'openingstijden- en contactpagina'.



The screenshot shows the homepage of the Zeewolde municipality website. At the top left is the Zeewolde logo. A navigation bar contains three main categories: **Inwoners** (highlighted), **Bezoekers**, and **Bestuur**. Below this is a secondary navigation bar with links: [Afval en containers](#), [Paspoort, rijbewijs, uittreksels](#), [Zorg en welzijn](#), [Wonen](#), [Bouwen, verbouwen](#), [Geboorte, huwelijk, overlijden](#), and [Meer](#). A search bar with the text 'Zoeken' is located below the navigation. The main content area features a 'lets melden' (report a problem) section with a sidebar of options: **Openingstijden**, **Afval en containers**, **Paspoort-ID-Rijbewijs**, **lets melden** (highlighted), and **Gemeentepagina**. The central 'lets melden' area lists categories: **Weg, stoep, fietspad, etc.**, **Openbaar groen**, **Zwerfvuil**, **Kapotte straatverlichting**, **Verloren of gevonden voorwerp**, and **Tip of vraag doorgeven**. To the right is a 'Gemeentenieuws' (municipal news) section with links to 'Groei aantal fulltime banen in Zeewolde' and 'Begrotingskrant Zeewolde'. Below the news is a 'Contact' section with the address: Gemeente Zeewolde, Raadhuisplein 1, 3891 ER Zeewolde. It includes buttons for 'Openingstijden' and 'lets melden of vragen?', and contact information: E: [info@zeewolde.nl](mailto:info@zeewolde.nl), T: 036 5229522. The bottom of the page shows a red heart icon.

Afbeelding 3: Homepage gemeente Zeewolde



Home > Inwoners > Openingsstijden en contact

## Gemeentenieuws

[Gemeentegidsen worden huis-aan-huis bezorgd tot en met 15 november](#)

[Hulpwijzer: veranderingen in zorg, jeugdhulp en participatie](#)

[Vacature Raadsgriffier \(36 uur per week\)](#)

1 2



## Contact

Gemeente Zeewolde  
Raadhuisplein 1  
3891 ER Zeewolde

**Openingsstijden**

**Iets melden of vragen?**

E: [info@zeewolde.nl](mailto:info@zeewolde.nl)

T: 036 5229522

## Openingsstijden en contact

### Openingsstijden Servicebalie gemeente Zeewolde

- Elke werkdag: 9.00 - 12.30 uur
- Woensdagmiddag en vrijdagmiddag: 13.30 - 16.30 uur
- Donderdagavond: 18.00 - 21.00 uur \*

\* niet voor aangifte geboorte of overlijden of ondertrouw

**Geef hier uw melding, vraag of opmerking voor de gemeente door**

### Direct online regelen of aanvragen?

- [Verhuizing doorgeven](#)
- [Verklaring van inwoning doorgeven](#)
- [Afvalcontainer omruilen](#)
- [Uittreksel persoonsgegevens aanvragen](#) - Online aanvragen is GRATIS
- [Taxatieverslag \(WOZ\) inzien](#)
- [Automatische incasso regelen](#)

### Bel de Servicelijn (036) 5229522

- Elke werkdag: 8.30 - 17.00 uur

### Openingsstijden afvalbrengrstation HVC

- Woensdag 13.00 - 17.00 uur
- Vrijdag 13.00 - 17.00 uur
- Zaterdag 9.00 - 15.00 uur

### Adres gemeentehuis

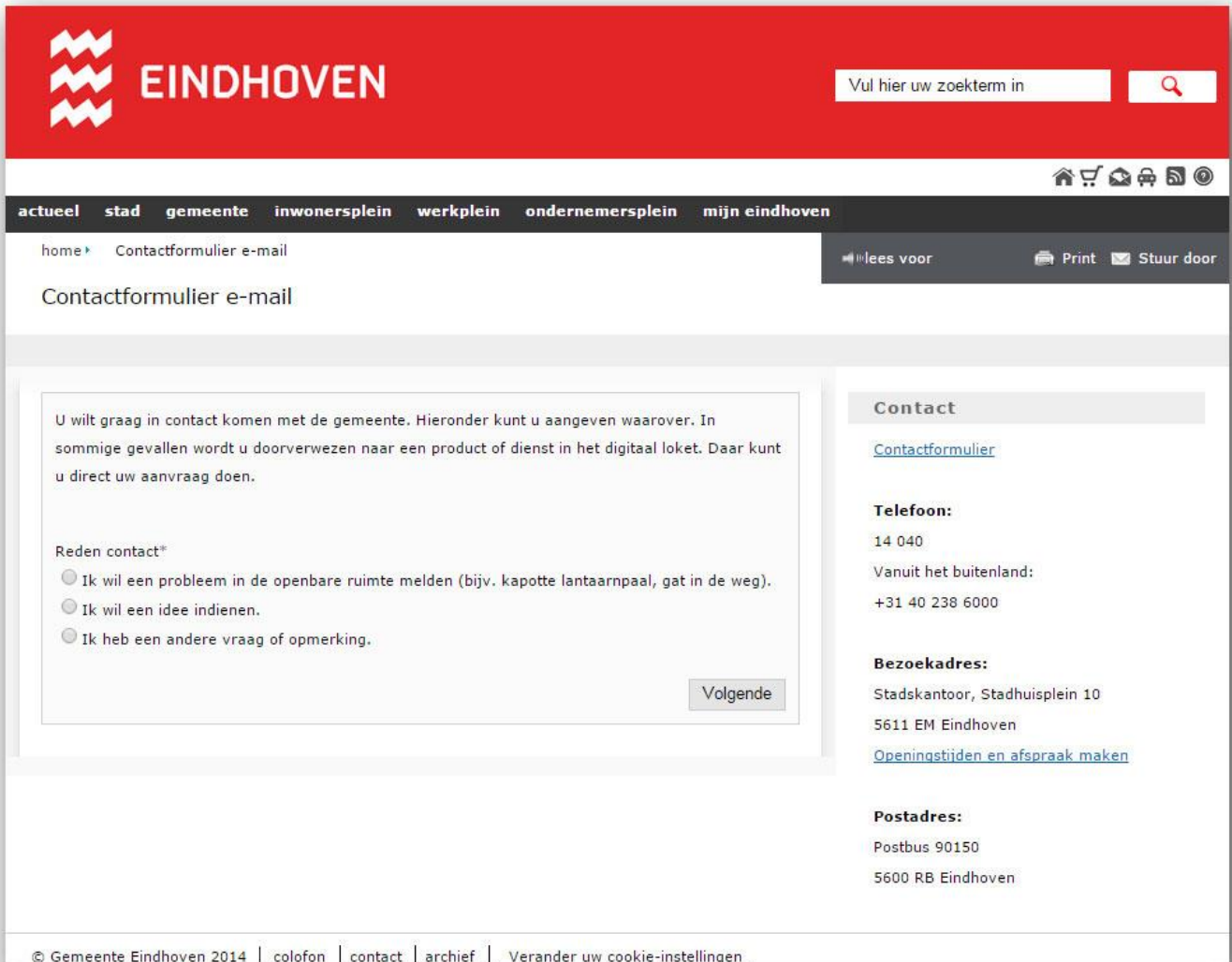
- Bezoekadres: Raadhuisplein 1, 3891 ER Zeewolde
- Postadres: Postbus 1, 3890 AA Zeewolde
- Faxnummer: (036) 522394
- [routebeschrijving gemeentehuis en parkeergarage Raveliin](#)

[Gemeentehuis gesloten in 2014](#)

Afbeelding 4: Openingsstijden- en contactpagina gemeente Zeewolde



Gemeente Eindhoven geeft nagenoeg dezelfde verklaring als gemeente Zeewolde. De melding openbare ruimte is op meerdere plaatsen visueel vindbaar gemaakt, wel op een iets indirecte wijze. Op het moment dat webgebruikers op de weblink 'contact' klikken en/of de weblink 'contactformulier' dan bezoeken zij de 'contactformulierpagina'. Op de contactpagina wordt als eerste reden van contact genoemd 'Ik wil een probleem in de openbare ruimte melden'. Webstatistieken tonen volgens Gemeente Eindhoven aan dat het aanbieden van deze optie in het contactformulier een positieve impact heeft op het aantal digitale meldingen.



**EINDHOVEN**

Vul hier uw zoekterm in

actueel stad gemeente inwonersplein werkplein ondernemersplein mijn eindhoven

home > Contactformulier e-mail

lees voor Print Stuur door

Contactformulier e-mail

U wilt graag in contact komen met de gemeente. Hieronder kunt u aangeven waarover. In sommige gevallen wordt u doorverwezen naar een product of dienst in het digitaal loket. Daar kunt u direct uw aanvraag doen.

Reden contact\*

- Ik wil een probleem in de openbare ruimte melden (bijv. kapotte lantaarnpaal, gat in de weg).
- Ik wil een idee indienen.
- Ik heb een andere vraag of opmerking.

Volgende

**Contact**

[Contactformulier](#)

**Telefoon:**  
14 040  
Vanuit het buitenland:  
+31 40 238 6000

**Bezoekadres:**  
Stadskantoor, Stadhuisplein 10  
5611 EM Eindhoven  
[Openingstijden en afspraak maken](#)

**Postadres:**  
Postbus 90150  
5600 RB Eindhoven

© Gemeente Eindhoven 2014 | [colofon](#) | [contact](#) | [archieff](#) | [Verander uw cookie-instellingen](#)

Afbeelding 5: Contactformulierpagina gemeente Eindhoven

#### Vindbaarheid via externe en interne zoekmachines

Over het algemeen zijn gemeenten met een hoog percentage digitale transacties beter ingericht qua vindbaarheid via Google en de interne zoekmachine dan slecht presterende gemeenten.

Tips om de vindbaarheid in Google te verhogen:

- Gebruik een duidelijke title tag; Noem hierin niet alleen de gemeentenaam maar vooral het product. Daarbij is het product of de informatie belangrijker dan de gemeentenaam. Een gemeente heeft immers geen concurrenten en hierdoor is het effectiever om de nadruk op het product of de informatie te leggen. Gebruik dus als title tag 'Paspoort aanvragen – gemeente x' in plaats van 'Gemeente X – Paspoort aanvragen'.
- Gebruik headers op de juiste manier en maak deze waar mogelijk beschrijvend. Gebruik bijvoorbeeld 'kosten BRP uittreksel' i.p.v. 'Kosten'.
- Gebruik een unieke meta description per pagina conform de voorwaarden van de zoekmachines. Houd hiermee rekening met de volgende regels:
  - Tussen de 130 en 150 tekens
  - Een goede beschrijving van de te verwachten pagina
  - Een afsluiter met een duidelijke call-to-action

Voor meer uitleg over de title tag, header en meta-description zie bijlage 6.

Tips om de vindbaarheid in de interne zoekmachine te verhogen:

- Houd rekening met synoniemen
- Houd rekening met typefouten en verkeerde spelling
- Houd rekening met reeds vervangen afkortingen en namen
- Laat de interne zoekmachine suggesties geven op basis van reeds ingevoerde letters

#### *Vindbaarheid via externe instanties*

Digitale producten / diensten van uw gemeente kunnen door externe instanties via het eigen online kanaal gepromoot worden. Gemeente Zwolle geeft aan één van de grootste studentensteden te zijn van Nederland. Om studenten bekend te maken met de online mogelijkheid van het doorgeven van een verhuizing bij Gemeente Zwolle plaatst Hogeschool Windesheim jaarlijks een bericht op de eigen website. De berichtgeving vindt plaats vanaf augustus met een doorlooptijd van een aantal maanden omdat in deze periode jaarlijks de meeste studenten verhuizen naar Gemeente Zwolle. Dit is slechts een voorbeeld van de vele opties om de online vindbaarheid van online producten / diensten van gemeenten via externe partijen te vergroten.

### **Tip 3 Vermijd onnodige kanaalswitches**

Maak duidelijke keuzes of u andere dienstverleningskanalen communiceert én op welk moment. Gemeenten met een hoog percentage digitale transacties weten de bezoekers op de website beter te verleiden de aanvraag geheel digitaal af te ronden. De focus in de communicatie is gericht op: digitaal starten = digitaal afronden. Gemeenten die minder goed presteren benoemen in de tekst bijvoorbeeld als eerste dat het product aan de balie is te verkrijgen en/of promoten het maken van een afspraak.

### Case Someren

Het benoemen van meerdere opties en met name het gebruik van meerdere knoppen voor kanaalkeuze lijkt impact te hebben op het aantal digitale transacties. Deze inzichten zijn verkregen door de case van Gemeente Someren. Gemeente Someren heeft data aangeleverd voor o.a. het aantal transacties digitaal/balie voor uittreksel BRP en verhuizing. In onderstaande tabel kunt u de verschillen zien tussen de informatiepagina uittreksel BRP en verhuizen.

### Kenmerken productinformatiepagina en statistieken

Uittreksel BRP	Verhuizing
(Zie voor een grotere variant van de screenshot bijlage 7)	
<p><b>Productpagina</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Twee oranje buttons onder elkaar ('Uittreksel BRP' en 'Afspraak maken')</li> <li>▪ Eén tekstlink 'direct online aanvragen'</li> <li>▪ Eén tekstlink 'afpraak maken'</li> <li>▪ Relatief weinig tekst</li> </ul>	<p><b>Productpagina</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eén oranje button met 'Verhuizing doorgeven'</li> <li>▪ Twee tekstlinks met 'afpraak bij de gemeente' m.b.t. thema buitenland</li> <li>▪ Relatief veel tekst</li> </ul>
<p><b>Kanaalverhouding mei 2014</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 7% digitaal / 93% balie</li> <li>▪ Nummer 53 van 61 gemeenten</li> </ul>	<p><b>Kanaalverhouding mei 2014</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 88% digitaal / 12% balie</li> <li>▪ Nummer 3 van 56 gemeenten</li> </ul>
<p><b>Websitestatistieken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2 % op de productpagina klikt door naar het webformulier</li> <li>▪ 3,2 % op de productpagina klikt door naar het afsprakenformulier</li> </ul>	<p><b>Websitestatistieken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 9,2% op de productpagina klikt door naar het webformulier</li> <li>▪ 1% op de productpagina klikt door naar het afsprakenformulier</li> </ul>
<p>Scope: 1-1-2014 t/m 17-9-2014</p>	<p>Scope: 1-1-2014 t/m 17-9-2014</p>

### Oranje knop 'Afspraak maken' mogelijk de oorzaak van een laag % digitale transacties uittreksel BRP

Na het bestuderen van de productpagina's en statistieken is het aannemelijk dat de knop 'afspraak maken' bij uittreksel BRP een aantoonbaar effect heeft op het lage percentage digitale transacties versus de balietransacties. Contactpersoon Helga Roefs van Gemeente Someren heeft na het bespreken van deze cijfers direct de knop 'Afspraak maken' verwijderd.

Deze case is besproken met dertig webprofessionals werkzaam bij diverse gemeenten tijdens de Webmasterclass van Cascadis. De webprofessionals valideren dat de aanwezigheid / afwezigheid van de afspraak maken knop een impact heeft op het percentage digitale transacties.

De case is eveneens besproken met een toptakengemeente die op de website een soortgelijke inrichting hanteert. Deze gemeente toont qua kanaalverhoudingen een soortgelijk beeld: het aantal balietransacties is hoger dan het aantal digitale transacties. In een reactie geeft de contactpersoon van deze gemeente aan dat een knop met 'afspraak maken' inderdaad impact hierop kan hebben.

#### *Verleid alleen richting afspraak maken als het écht relevant is en een puur balieproduct*

Uit onderzoek blijkt dat mensen onnodige kanaalswitches vervelend vinden<sup>13</sup>. Maak duidelijke keuzes of andere klantcontactkanalen gecommuniceerd dienen te worden op de betreffende productinformatiepagina. Refereer niet constant naar het telefoonnummer en/of maken van een balieafpraak indien dit voor het betreffende product niet noodzakelijk is. Gemeente Delft streeft deze filosofie duidelijk na. Maartje Corsten, projectleider KCC, zegt hierover het volgende:

*“Nederlanders weten hun weg te vinden op het internet, willen graag online geholpen worden en vooral niet onnodig langs de balie komen. Het maken van een afspraak komt alleen naar voren in de informatie op de website als er geen online mogelijkheid is of de gemeente wettelijke verplicht is om klantcontact aan de balie aan te bieden.”*

#### *DigiD verplichting is een barrière om meldingen digitaal te verrichten*

Opvallend is dat de twee gemeenten die het laagste percentage digitale meldingen realiseerden in mei 2014 melders juist verplichten in te loggen met DigiD. Er is geen andere mogelijkheid om een melding te doen aan de gemeente. De verplichting van DigiD lijkt hier dan ook te zorgen voor een laag aantal digitale meldingen.

### **Tip 4 Gebruik concrete en duidelijke taal**

Zorg ervoor dat het taalgebruik to-the-point, toegankelijk en duidelijk is. Bespreek uitzonderingen die slechts voor een zeer select deel van de bezoekers gelden niet prominent op de pagina met de informatie die relevant is voor bijna alle bezoekers.

#### *Voorbeeld 1: Onvolledig taalgebruik*

Bij een slecht presterende gemeente wordt naast informatie over verhuizingen een uitgebreide waarschuwing over verplichtingen beschreven. Wat deze verplichtingen precies zijn, is niet op de pagina te lezen. Wel wordt duidelijk gemeld dat er een forse boete staat op het overtreden van de regels. Het is aannemelijk dat dergelijke teksten gebruikers afschrikken hun zaken volledig zelfstandig digitaal uit te voeren. Vooral wanneer de bezoeker gewezen wordt op plichten is het belangrijk dat deze informatie duidelijk en volledig is. Alleen op deze manier is de bezoeker in staat een goede inschatting te maken of hij de dienst online wil afnemen.

#### *Voorbeeld 2: Verwarrend taalgebruik*

Bij de gemeenten met een laag percentage digitale transacties worden soms onduidelijke mededelingen gedaan over de digitale dienstverlening. Zo wordt vermeld dat: *“digitale meldingen alleen tijdens kantoortijden worden ingelezen”*. De bezoeker kan hieruit mogelijk concluderen dat het buiten kantoortijden niet mogelijk is een digitale melding te doen.

### **Tip 5 Maak de digitale aanvraagstraat gebruiksvriendelijk op elk apparaat**

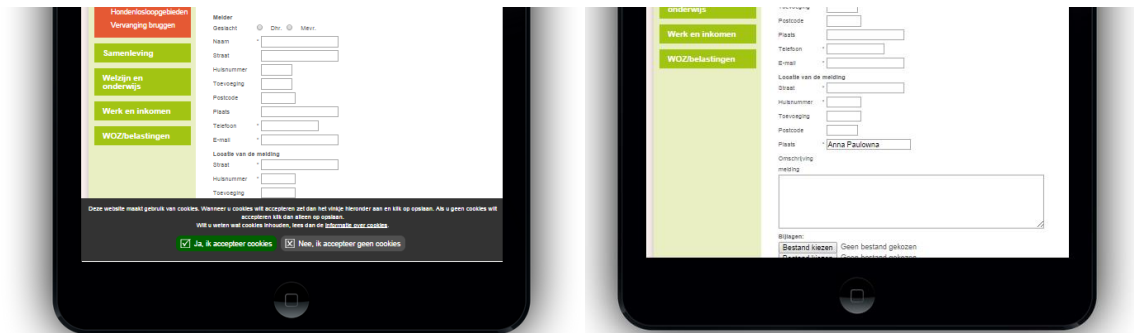
Er is onderzoek gedaan naar de gebruiksvriendelijkheid van verschillende digitale producten op verschillende apparaten bij de goed en slecht presterende gemeenten. Het aanvragen van een product op een tablet of mobiele telefoon werkt bij vrijwel geen enkele gemeente op een intuïtieve manier.

Zelfs de websites die zich aanpassen aan de breedte van het gebruikte beeldscherm (het zogenoemde responsive design), schakelen vaak over naar een digitaal loket dat zich niet aanpast aan het beeldscherm wanneer een product aangevraagd moet worden. Het gevolg is een gebrekkige ervaring bij het aanvragen van de producten en/of een melding doen met een telefoon / tablet.

---

13 M. Dixon, N. Toman, R. Delisi, The effortless experience, 2013

Een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld een aanvraagstraat waarbij de cookie melding over de verzendknop van het formulier valt. Hierdoor lijkt het voor de gebruiker of het formulier geen verzendknop heeft.



Afbeelding 6: Voorbeeld van een cookieknop die de verzendknop blokkeert

### Houd rekening met stijging van mobiel gebruik van de website van de gemeente

Het totale mobiele verkeer van smartphones en tablets op gemeentewebsites neemt sinds december 2011 t/m december 2013 toe van 10% naar 26%. Meer dan driekwart van de gemeenten had in december 2013 nog geen website geoptimaliseerd voor mobiele apparaten. De gebruiksvriendelijkheid neemt hierdoor in feite af als de gemeente geen actie onderneemt de website te optimaliseren voor deze type apparaten.

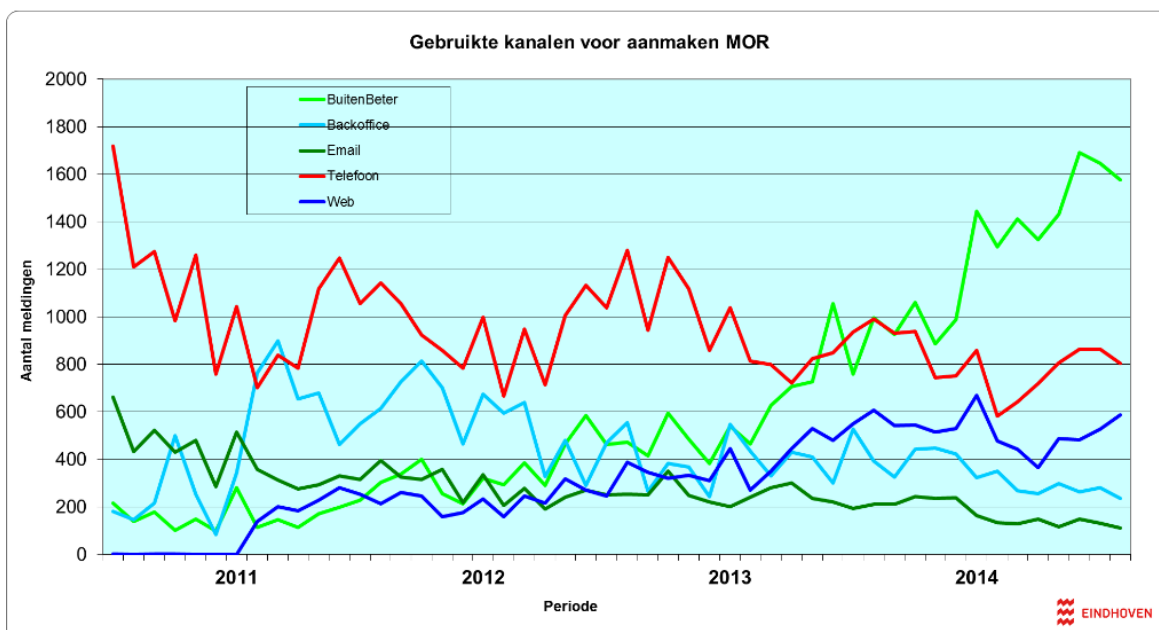
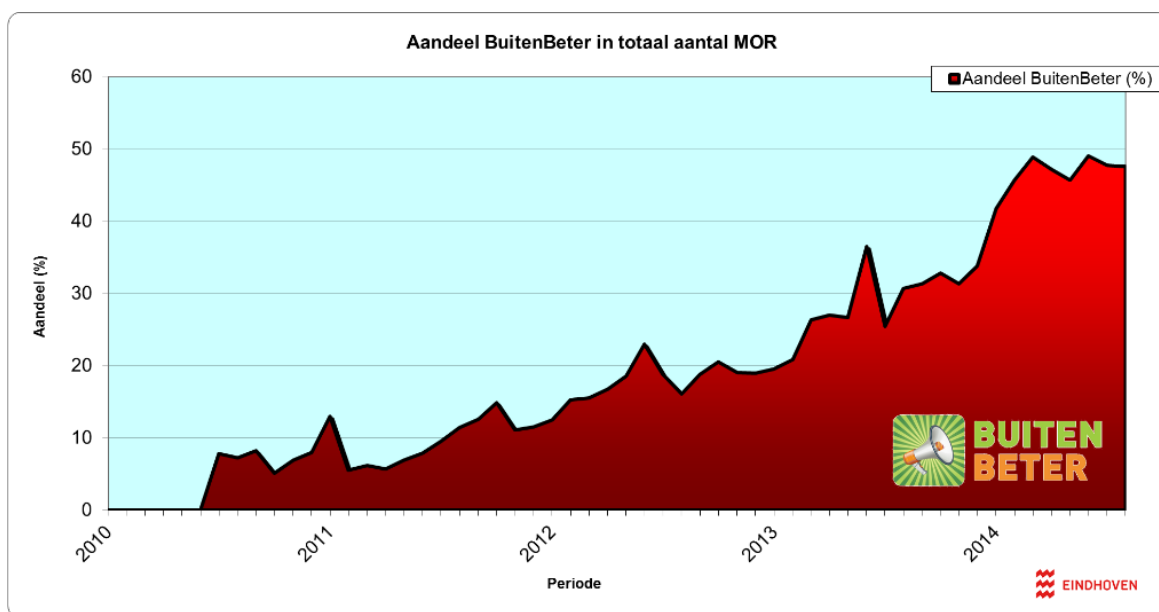
### Denk na over aanbod van digitale producten per type apparaat en optimaliseer

Het gedrag van de bezoeker op desk- en laptops, tablets en smartphones verschilt fundamenteel van elkaar. De vraag is in hoeverre een bepaald product geschikt is om aan te vragen op een smartphone. Gaat de bezoeker van de website een formulier van meerdere pagina's invullen op een smartphone? Hoe moet een dergelijk webformulier ingericht worden op een tablet zodat deze gebruiksvriendelijk is? Het is van belang om keuzes te maken hoe digitale diensten worden aangeboden.

Gemeente Eindhoven geeft aan voor de melding openbare ruimte sinds 2010, als één van de eerste gemeenten, in te zetten op de mobiele applicatie 'BuitenBeter'. Met deze applicatie is het gemakkelijk met een smartphone een melding te maken richting de gemeente.

*“Het gebruikersgemak van digitaal melden in combinatie met de snelle (digitale) afhandeling van de gemeente is één van de belangrijkste factoren van onze digitale prestaties versus andere kanalen.”*

Het aandeel meldingen via de BuitenBeter App blijft jaarlijks toenemen waarbij juist een afname in telefonische meldingen waarneembaar is. Op de volgende pagina leest u de ontwikkeling van het aandeel digitale meldingen en de verhoudingen met andere klantcontactkanalen.



Afbeeldingen 7 en 86: Gebruik van Buiten Beter App m.b.t. melding openbare ruimte bij Gemeente Eindhoven

## Tip 6 Promoot het digitale kanaal via de eigen medewerkers

De meest genoemde reden tijdens de diepte-interviews waarom er naar verhouding veel of weinig digitale transacties zijn geweest, is de mate van kanaalsturing van klantcontacten door de eigen medewerkers richting het digitale kanaal.

Bij een minder goed presterende gemeente werd als reden gegeven:

*“Baliemedewerkers handelen telefonische contacten af. Er wordt gemakkelijk gezegd: kom gerust even langs. Deze collega’s voelen zich verantwoordelijk voor de klantvraag in zijn geheel. Hierdoor blijven de mogelijkheden van het digitale kanaal onderbelicht.”*

Bij een andere minder goed presterende gemeente blijkt bij verhuizing juist dat er actief naar de balie wordt verwezen. Dit om: *“frauduleuze praktijken te voorkomen.”*

Goed presterende gemeenten focussen zich in alle communicatie via de eigen medewerkers met klanten op het benoemen van de mogelijkheden van het digitale kanaal. Medewerkers van het KCC zijn bekend met de online mogelijkheden en getraind in het ‘opvoeden van de klant’. Inwoners/ondernemers worden vriendelijk geholpen aan de telefoon en vervolgens gewezen op de mogelijkheden van het digitale kanaal. Eveneens worden klanten telefonisch begeleid om online hun zaken af te handelen.

## Tip 7 Promoot het digitale kanaal via communicatiemiddelen

Onbekend maakt onbemind luidt het spreekwoord. Actieve kanaalsturing vanuit de eigen medewerkers draagt uiteraard bij aan de bekendheid van de digitale mogelijkheden van uw website. Daarnaast geven goed presterende gemeenten aan al jarenlang te communiceren via diverse communicatiemiddelen over de mogelijkheden van het digitale kanaal. De focus in de communicatie is het benoemen van het digitale kanaal als eerste optie voor dienstverlening. Een veelgenoemd en eenvoudig inzetbaar middel is een advertentie op de eigen gemeentepagina in de lokale gemeentekrant waarin de mogelijkheden van het digitale kanaal worden benoemd.

## Tip 8 Verhoog de digivaardigheid van inwoners

Meerdere slecht presterende gemeenten benoemden tijdens de diepte-interviews de aanname dat de inwoners/ondernemers van deze betreffende gemeenten relatief oud en laagopgeleid zijn als een belangrijke reden voor een laag percentage digitale transacties. Deze aanname wordt ondersteund door additioneel statisch onderzoek:

1. Het aandeel ouderen woonachtig in de gemeente en het aantal digitale transacties m.b.t. verhuizing, uittreksel BRP en een melding openbare ruimte, correleert negatief.
2. Het percentage laag opgeleide inwoners correleert negatief met het aantal digitale transacties m.b.t. verhuizing doorgeven.

Voor een uitgebreide toelichting van de diverse correlatietests en alle bevindingen zie bijlage 8.

Ondanks dat Gemeente Zwolle relatief veel jonge en hoog opgeleide inwoners heeft, zet zij samen met andere gemeenten en overheidsinstanties in op 'Digisterker'. Om de groep van minder digitaal vaardigen te ondersteunen, is door Digisterker de cursus 'Werken met de e-overheid' ontwikkeld en beproefd. Het idee achter deze cursussen is, dat cursisten in een kleine groep en onder begeleiding van docenten stapsgewijs ervaring opdoen met belangrijke vaardigheden voor het werken met de elektronische overheid. Voor meer informatie zie: [www.digisterker.nl](http://www.digisterker.nl).

## Tip 9 Overweeg prijsdifferentiatie en test wat werkt

Prijsdifferentiatie is een middel om een hoger percentage digitale transacties te realiseren. Gemeente Zwolle is van mening dat het gratis aanbieden van het uittreksel BRP via het online kanaal één van de belangrijkste redenen is van de hoge digitale afname van dit product. De kosten aan de balie of per post zijn € 14,45.

Er zijn andere gemeenten die niet zo goed presteren en ook met de prijsstelling variëren. Tijdens de diepte-interviews gaven de meeste contactpersonen aan dat een kleine prijsvariatie "hoogstwaarschijnlijk geen potten breekt".

Gemeente	Direct online	Balie / Post / E-mail	% digitaal
Zwolle	Gratis	€ 14,45	Hoog
Gemeente A	€ 12, -	€ 14,69	Laag
Gemeente B	€ 11,80	€ 13,40	Laag
Gemeente C	€ 10,25	€ 12,75	Laag

Mocht u prijsdifferentiatie overwegen dan is een klein prijsverschil wellicht een prikkel die geen effect heeft. U kunt uiteraard testen met verschillende prijsstellingen om na te gaan wat werkt.

## Tip 10 Zet de digitale dienstverlening intern hoog op de agenda

Twee goed presterende gemeenten m.b.t. diverse producten (Gemeente Delft en Zwolle) geven aan al jarenlang intern de digitale dienstverlening op de agenda te hebben staan. Gemeente Zwolle spreekt over “digitaal tenzij”, Gemeente Delft over: “minder balie- en telefooncontact, meer digitaal contact”. De gehele organisatie wordt meegenomen om zoveel mogelijk digitaal te denken.

Gemeente Zwolle geeft aan dat zij vanaf 2012 is gestart collega's uit te leggen wat de invloed is van digitale ontwikkelingen en wat daarvan de voordelen zijn. In de kern is het volgende stappenplan ingezet:

### 1. Bewustwording bij collega's van mogelijkheden digitale media

Er zijn interne workshops georganiseerd onder de noemer 'Digi voor dummies' waarin de vraag: 'wat is de impact op het eigen vakgebied?' centraal staat.

### 2. Programma dienstverlening: digitaal tenzij

Het digitale kanaal is primair voor informatievoorziening en leveren van producten/diensten. Er vindt actieve monitoring plaats van 12 producten en er is eveneens een zogeheten “Kanalenmonitor” waarbij inzicht is in de verhouding tussen digitale en fysieke contacten. Intern wordt met leidinggevendend regelmatig besproken wat de verhoudingen zijn en welke producten/ diensten wel en niet stijgen qua percentage digitaal. Uitkomst van deze gesprekken is inzicht in eventuele belemmeringen en actiepunten om te ondernemen.

### 3. Communicatie intern en extern: digitale kanaal promoten

De communicatieafdeling heeft een online focus en verwijst in alle communicatie-uitingen altijd naar de eigen website.

## Tip 11 Werk slim samen met externe instanties

Een slimme manier om de klant zo min mogelijk zelf te laten doen, is de oplossing die Gemeente Delft reeds negen jaar heeft voor verhuizingen. Zo werkt de gemeente onder meer samen met woningcorporaties, die inzicht hebben in een subset van de BRP (voorheen GBA), waardoor uittreksels overbodig worden. Woningcorporaties kunnen verhuizingen van huurders eenvoudig digitaal doorgeven aan de gemeente.

*“Als iemand een woning betreft van een woningcorporatie, biedt zij de mogelijkheid om namens de klant de verhuizing door te geven”, vertelt Maartje Corsten, projectleider digitale dienstverlening voor het KCC. “Als de klant hiervoor toestemming geeft, checkt de woningcorporatie de persoonsgegevens. Als dat in orde is, geeft ze ook de verhuizing door aan de gemeente. In 2011 ging het om bijna 2500 verhuizingen. De samenwerking is al 8 jaar succesvol voor alle betrokkenen. Het is veel klantvriendelijker en efficiënter dan voorheen, toen de klant naar de gemeente moest, daar een uittreksel moest kopen en naar de corporatie moest brengen. De klant is nu klaar bij het tekenen van het contract. Het is snel en eenvoudig werken, en zo blijft ook de gemeentelijke administratie netjes<sup>14</sup>.”*

Voor meer informatie zie:

[http://www.publieksdiensten.nl/wp-content/uploads/2013/12/VDP\\_Face\\_to\\_Face\\_Dienstverlening.pdf](http://www.publieksdiensten.nl/wp-content/uploads/2013/12/VDP_Face_to_Face_Dienstverlening.pdf)

<http://goedopgelost.overheid.nl/digitaal-verhuizen-kost-minder-tijd/>

<sup>14</sup> Quote uit artikel VDP pagina 28: [http://www.publieksdiensten.nl/wpcontent/uploads/2013/12/VDP\\_Face\\_to\\_Face\\_Dienstverlening.pdf](http://www.publieksdiensten.nl/wpcontent/uploads/2013/12/VDP_Face_to_Face_Dienstverlening.pdf)



## 5. De impact van toptakenwebsites op de beleidsdoelstellingen van BZK

### 5.1 Digitaal 2017

#### Uitleg over de beleidsdoelstelling

In het regeerakkoord is de doelstelling opgenomen dat de dienstverlening door de overheid beter moet. Bedrijven en burgers moeten in 2017 zaken die ze met de overheid doen digitaal kunnen afhandelen.

#### Resultaten

Het aantal producten dat op de eigen website wordt aangeboden verschilt niet tussen toptaken en niet-toptakenwebsites. Toptakenwebsites bieden wel minder vaak een productdienstencatalogus (PDC)<sup>15</sup> aan. Omdat informatie over producten en diensten ook op een andere manier aangeboden kan worden wil dit niet zeggen dat toptakengemeenten minder producten aanbieden.

Wanneer toptakenwebsites wel een PDC aanbieden, voeren toptakenwebsites niet meer of minder producten dan niet-toptakenwebsites.

Het aantal digitale transacties van toptaken en niet-toptaken verschilt niet bij toptakenwebsites versus niet-toptakenwebsites. Eveneens is er geen kanaalverschuiving van balie naar digitale dienstverlening en van telefonische naar digitale dienstverlening waargenomen.

#### Impact op de beleidsdoelstelling

De impact van toptakenwebsites op Digitaal 2017 is neutraal. De enige verandering is dat er minder vaak een PDC wordt aangeboden. Aangezien er niet meer of minder producten digitaal worden aangeboden lijkt dit geen impact te hebben.

Wat wel een grote impact op de beleidsdoelstelling heeft is de gebrekkige vorm van monitoring van alle gemeentelijke websites. Om duidelijkheid te verkrijgen of de doelstelling behaald wordt, is het noodzakelijk dat de monitoring van de verschillende klantcontactkanalen verbetert. Gezien de resultaten lijkt het onwaarschijnlijk dat op dit moment een gegronde uitspraak kan worden gedaan of de doelstelling in 2017 daadwerkelijk wordt behaald.

### 5.2 Reductie van regeldruk

#### Uitleg over de beleidsdoelstelling

Het kabinet wil meer ruimte creëren voor bedrijven, burgers en professionals. Vermindering van regeldruk draagt bij aan de groei van onze economie en de versterking van de samenleving.

#### Resultaten

Het aantal digitale diensten dat bij gemeenten met een toptakenwebsite kan worden afgenomen is gelijk bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite. Het niveau van volwassenheid<sup>16</sup> van digitale aanvragen bij toptakenwebsites met betrekking tot een melding zwerfafval, uittreksel BRP, geboorteakte aanvragen en een verhuizing doorgeven is hoger dan niet-toptakenwebsites. De volwassenheid is getoetst door deskresearch te verrichten omtrent de vindbaarheid van een aantal veelvoorkomende digitale diensten van gemeenten. Eveneens is getoetst hoe snel een digitale aanvraag te verrichten is.

#### Impact op de beleidsdoelstelling

Toptakenwebsites lijken een licht positieve impact op de regeldruk te hebben. Vooral het online aanvragen van producten is volwassener geworden. Dit verkort de tijd die webgebruikers nodig hebben om een online aanvraag te verrichten.

---

<sup>15</sup> Een PDC is een applicatie voor het beschrijven en via een website ontsluiten van (groepen van) goederen of diensten. Een PDC bevat een overzicht van alle producten, de productbeschrijvingen, de van toepassing zijnde wetgeving, voorwaarden, procedures, doorlooptijden en kosten. Een product-diensten catalogus is een belangrijke bouwsteen voor de elektronische dienstverlening van de Nederlandse overheid. Voorbeelden die bij Nederlandse gemeenten veel voorkomen zijn onder andere de PDC's van de SIM groep, Kluwer of SDU

<sup>16</sup> Zie voor een uitleg van het begrip volwassenheid bijlage 5

### 5.3 Dienstverlening en toepassing van gebruikersperspectief in processen

#### **Uitleg over de beleidsdoelstelling**

Uit de praktijk blijkt dat publieke organisaties hun diensten efficiënter en effectiever kunnen aanbieden wanneer zij zich richten op de behoefte van de gebruikers (het gebruikersperspectief). Wanneer organisaties bij de inrichting van dienstverleningsprocessen kennis van de behoeften van gebruikers benutten, zijn zij in staat 'zowel goedkoper als beter' te leveren.

#### **Resultaten**

Er is een licht kostenvoordeel bij een groep toptakenwebsites gevonden aangezien het aantal FTE dat de redactionele webpagina's beheert, is verminderd na de overstap naar een toptakenwebsite.

Er is echter geen kostenvoordeel gevonden door te kijken naar de kanaalverschuiving van telefoon en balie naar het online kanaal. Of de dienstverlening beter wordt ervaren is in dit onderzoek niet onderzocht.

#### **Impact op de beleidsdoelstelling**

Toptakenwebsites lijken een licht positieve impact te hebben op de beleidsdoelstelling. Toptakenwebsites richten zich namelijk op de behoefte van de gebruikers. Daarbij is de dienstverlening licht goedkoper geworden.

### 5.4 Open overheid

#### **Uitleg over de beleidsdoelstelling**

De Nederlandse overheid bevordert de mogelijkheden om openheid in te zetten voor verbetering van het openbaar bestuur en de publieke dienstverlening.

#### **Resultaten**

Van de toptakenwebsites geeft 76% wel aan dat er minder redactionele én minder statische pagina's zijn na de transitie. Er zijn echter geen grote verschillen in het wel of niet publiceren van statische informatie tussen toptakenwebsites en niet-toptakenwebsites. Dat toptakenwebsites aangeven een lager aantal statische pagina's te publiceren, zou verklaard kunnen worden doordat toptakenwebsites aangeven deze informatie na publicatie sneller te verwijderen dan niet-toptakenwebsites.

Gemeenten die de statische informatie niet op de eigen website publiceren, bieden deze informatie over het algemeen aan op andere websites.

In het kader van de open overheid is er gekeken of toptakenwebsites meer data aanleveren aan de open data portal. Procentueel is er geen verschil in gebruik van data.overheid.nl tussen gemeenten met een toptakenwebsite en gemeenten met een niet-toptakenwebsite. Het gebruik van de open data portal is dusdanig laag, dat er geen uitspraak kan worden gedaan over de impact hiervan op de beleidsdoelstelling.

#### **Impact op de beleidsdoelstelling**

Toptakenwebsites hebben een licht negatieve impact op de beleidsdoelstelling. Er wordt minder informatie gepubliceerd wat een licht negatief effect heeft op de beleidsdoelstelling.

## 5.5 Webrichtlijnen

### Uitleg over de beleidsdoelstelling

De webrichtlijnen beogen beter toegankelijke websites van hogere kwaliteit. De webrichtlijnen gaan over het ontwerpen, bouwen en beheren van websites. Ze zijn gebaseerd op internationale standaarden voor kwaliteit en toegankelijkheid, en op in de praktijk beproefde oplossingen van professionals.

### Resultaten

Bij de webrichtlijnen is de vraag gesteld of deze regels alleen zouden kunnen gelden voor de meest bezochte pagina's. Een voorwaarde zou dan wel zijn dat dit meer dan 90 procent van de bezoeken verklaart. Zowel toptaken websites als niet-toptakenwebsites verklaren met de top 500 meest bezochte pagina's circa 85 – 90% van het totale websitebezoek. Indien deze top 500 pagina's voldoen aan de toegankelijkheidseisen van de webrichtlijnen versie 2 kan gesteld worden dat het grootste deel van de websitebezoekers wordt bediend.

### Impact op de beleidsdoelstelling

Het is te vroeg om de impact op de beleidsdoelstelling te bepalen omdat de toetsing van de websites op basis van webrichtlijnen versie 2 nog niet is uitgevoerd.

## 5.6 Samenwerkende catalogi

### Uitleg over de beleidsdoelstelling

Samenwerkende Catalogi koppelt de productcatalogi van verschillende overheidsorganisaties. Het is de standaard voor het publiceren en uitwisselen van metadata over producten en diensten binnen de overheid, zoals bijvoorbeeld het aanvragen van een vergunning of het aanvragen van een reisdocument.

Burgers en ondernemers vinden op de websites van deelnemende overheden en op [overheid.nl](http://overheid.nl) en [antwoordvoorbedrijven.nl](http://antwoordvoorbedrijven.nl) informatie over producten en diensten die ze nodig hebben. Dat leidt tot minder vragen aan de telefoon of balie. Medewerkers van een klantenservice hoeven niet door te verwijzen naar andere overheden of het antwoord op de vraag schuldig te blijven.

Gemeenten zijn verplicht op grond van de Dienstenrichtlijn om aan te sluiten op Samenwerkende Catalogi en om hun producten en diensten zo te ontsluiten.

### Resultaat

Het gemiddeld aantal producten dat gemeenten aan de Samenwerkende Catalogi leveren is voor gemeenten met een toptakenwebsite lager dan voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Impact op de beleidsdoelstelling

Toptakenwebsites hebben een licht negatieve impact op de beleidsdoelstelling. Er wordt minder informatie aan de samenwerkende catalogi aangeleverd wat tegengesteld is aan deze beleidsdoelstelling.

## Bijlage 1: Het identificeren van een toptakenwebsite

Gemeenten maken steeds vaker de omslag naar een zogeheten toptakenwebsite. Uitwerkingen van toptakenwebsites variëren. Om onderzoek te doen naar toptakenwebsites en de effecten hiervan, is in de onderzoeksmethodiek gekozen om de groep toptakenwebsites te vergelijken met een groep niet-toptakenwebsites. Bij Nederlandse gemeenten bestaat geen algemene consensus over wat een toptakenwebsite precies is. Er is simpelweg geen objectieve maatstaf beschikbaar om een toptakenwebsite te identificeren. Hoe definieer je een toptakenwebsite en op basis van welke karakteristieken identificeer je een toptakenwebsite?

### Identificatiemethode toptakenwebsites

In overleg met de begeleidingscommissie is ervoor gekozen een identificatiemethode te ontwikkelen op basis van de toptakenfilosofie. Deze maatstaf is vervolgens besproken met de Focusgroep Toptaken<sup>17</sup> en op basis van de feedback verder aangescherpt.

### De drie managementprincipes van de toptakenmethode

De toptakenmethode bestaat uit drie managementprincipes<sup>18</sup>:

**1. Ken de “Stranger’s Long Neck”**

Met de Stranger’s Long Neck wordt bedoeld dat de organisatie inzicht heeft in die taken die belangrijk zijn voor de bezoeker. Het draait om het kennen van de wensen van de bezoeker en niet die van de eigen organisatie.

**2. Verbeter constant je toptaken**

Het is belangrijk om de toptaken van je websitebezoekers constant te verbeteren. Het draait vooral om het feit of bezoekers deze taken succesvol en snel kunnen afronden. Daarbij is het belangrijk dat bezoekers niet denken dat ze de taak succesvol hebben volbracht terwijl dit in werkelijkheid niet zo is (Door McGovern de ‘disaster rate’ genoemd).

**3. Manage de feiten, niet de meningen**

Focus op harde data, focus op de data van je websitebezoekers. Bewijs is klantgericht. Meninge n zijn organisatiegericht.

### Inventarisatievragen opgesteld op basis input begeleidingscommissie en Focusgroep Toptaken

Om te inventariseren of een website een toptakenwebsite is, zijn drie inventarisatievragen opgesteld. De vragen zijn gebaseerd op hiervoor genoemde toptakenmanagementprincipes. Dit zijn de volgende vragen:

1. Beschikt uw gemeente over een lijst met toptaken die gebaseerd is op gebruikersonderzoek? Geef (voor zover beschikbaar) ten minste de 10 toptaken die het hoogst geprioriteerd zijn.
2. Zijn de inzichten uit dit onderzoek benut om de website in te richten voor gebruikers zodat zij hun toptaken vaker vinden en sneller kunnen uitvoeren ten opzichte van de vorige website?
3. Is er binnen uw gemeente een blijvende focus op de toptaken van uw gebruikers?

<sup>17</sup> In de begeleidingscommissie namen naast teamleden van BZK, twee teamleden van gemeente Gouda en Zeewolde deel. De focusgroep Toptaken is een groep van 25 webprofessionals actief bij gemeenten die periodiek bijeenkomen om kennis en praktijkervaringen omtrent het toptakenprincipe met elkaar uit te wisselen.

<sup>18</sup> McGovern, G. (2010). *The Strangers Long Neck*. Londen: A & C Black Publishers Ltd.

Als alle drie de vragen bevestigend zijn beantwoord dan is de betreffende gemeentewebsite tot een toptakenwebsite gerekend. Deze vragen werden gesteld tijdens een persoonlijk telefonisch interview met de contactpersoon die (mede)verantwoordelijk is voor de website van de betreffende gemeente. In totaal zijn er 45 gemeenten<sup>19</sup> benaderd voor dit interview. De interviews vonden plaats in de periode van 2 juni 2014 t/m 15 juni 2014.

Op basis van de interviews zijn er 29 toptakenwebsites geïdentificeerd. In totaal vielen er 16 gemeenten af, voornamelijk omdat zij de derde vraag niet bevestigend konden beantwoorden. De geïdentificeerde toptakenwebsites maken onderdeel uit van de toptakengroep voor dit onderzoek.

### **Inventarisatievragen toptakenwebsite wel/niet**

#### **Vraag 1**

Gebruikersonderzoek vormt de basis voor een toptakeningerichte website. Bij onderzoek kunt u denken aan bronnen zoals websitestatistieken, klantfeedback en een klantcontactanalyse van kanalen telefonie en/of balie. Het gaat hierbij dus niet om onderzoeken waarbij alleen is gewerkt met de input van de eigen medewerkers.

**Beschikt uw gemeente over een lijst met toptaken die gebaseerd is op gebruikersonderzoek?**

**Geef (voor zover beschikbaar) ten minste de 10 toptaken die het hoogst geprioriteerd zijn.**

#### **Vraag 2**

De inzichten uit dit onderzoek / onderzoeken dienen benut te zijn om de website toptaken ingericht te maken. Hierbij kunt u denken aan het aanpassen van de lay-out, navigatiestructuur, webteksten, interne zoekmachine en vindbaarheid voor Google. De gebruiker kan hierdoor de informatie of producten vinden en zijn/haar taak sneller uitvoeren.

**Zijn de inzichten uit dit onderzoek benut om de website in te richten voor gebruikers zodat zij hun toptaken vaker vinden en sneller kunnen uitvoeren ten opzichte van de vorige website?**

#### **Vraag 3**

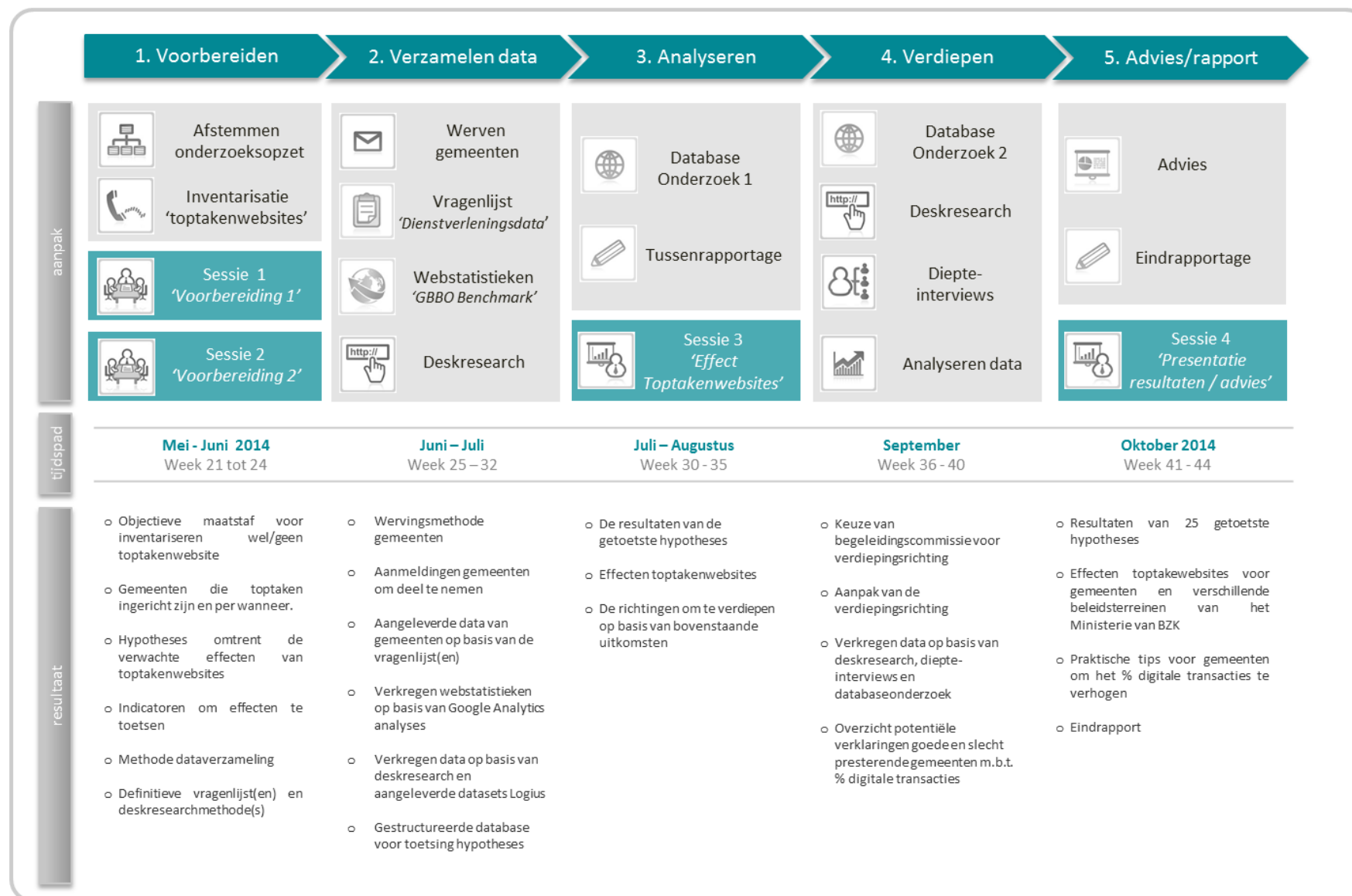
Het aanpassen van de website betekent niet dat de website toptaken ingericht is en blijft. Dit kan alleen door een blijvende focus van uw gemeente op de toptaken van gebruikers. Dit omvat bijvoorbeeld het vastleggen en uitvoeren van het websitebeheer op basis van toptaken van gebruikers en het continu monitoren en herinrichten van de website op basis van veranderende toptaken. Bijvoorbeeld WOZ als toptaak in februari.

**Is er binnen uw gemeente een blijvende focus op de toptaken van uw gebruikers?**

---

<sup>19</sup> Deze lijst van 45 potentiële toptakenwebsites van gemeenten is opgesteld op basis van deskresearch. Welke gemeenten hebben zichzelf verklaard tot een toptakenwebsite en/of worden door professionals aangezien als een toptakenwebsite? Bronnen voor deze lijst zijn o.a. GoedOpgelost!, Google, diverse gemeentewebsites, Cascadis en het Congres Toptaken.

## Bijlage 2: Onderzoeksoptzet: aanpak, tijdsplan en resultaat



## Toelichting onderzoeksopzet

Op de volgende pagina's lichten we per fase kort de activiteiten toe. Waar nodig wordt doorverwezen naar een bijlage met een uitgebreide beschrijving.

### Fase 1 Voorbereiden

Tijdens de voorbereidingsfase is de definitieve onderzoeksopzet afgestemd inclusief de inventarisatie van toptakenwebsites.

#### Afstemmen definitieve onderzoeksopzet

Er is gestart met het afstemmen met de begeleidingscommissie welke hypothesen getoetst gaan worden. Bij het opstellen van de onderzoekshypothesen werden vooral kosten- en kwaliteitsvoordelen voor gemeenten in kaart gebracht. Eveneens is er een set van hypothesen opgesteld om specifiek inzicht te verkrijgen in het effect van toptakenwebsites op de beleidsdoelstellingen van het ministerie van BZK.

Om de hypothesen te toetsen, is getracht zoveel mogelijk kwantitatieve indicatoren te gebruiken. Waar dit niet mogelijk was zijn 'zachtere' indicatoren benoemd als prestatie-indicator voor de hypothese. De lijst van hypothesen en resultaten van de toetsing leest u in bijlagen 3 en 4.

#### Inventarisatie toptakenwebsites

De onderzoeksmethodiek omvat het toetsen van verschillen tussen de groep toptakenwebsites en de groep niet-toptakenwebsites van gemeenten. Om dit te onderzoeken is allereerst de inventarisatiemethode van een toptakenwebsite bepaald. Vervolgens zijn gemeenten geïnterviewd om te bepalen of zij voldeden aan de definitie van een toptakenwebsite.

In bijlage 1 leest u hoe de inventarisatie van toptakenwebsites heeft plaatsgevonden.

### Fase 2 Verzamelen data

#### Wervingsmethode gemeenten

Om een zo betrouwbaar mogelijk beeld te krijgen van de effecten van toptakenwebsites is ervoor gekozen om te proberen een zo groot mogelijke groep gemeenten deel te laten deelnemen aan het onderzoek.

##### *Toptakenwebsites*

Tijdens de inventarisatie van toptakenwebsites is aan de contactpersoon telefonisch gevraagd of de gemeente wil deelnemen aan het toptakenonderzoek. Nagenoeg alle contactpersonen gaven aan bereid te zijn deel te nemen aan het onderzoek. Sommige contactpersonen gaven de nuancering dat de vakantieperiode van juli – augustus wellicht het opleveren van bepaalde gegevens zou bemoeilijken. Indien een contactpersoon instemde met deelname aan het onderzoek, is gevraagd welke gegevens zij wel/niet verwachten te kunnen aanleveren. De opgestelde indicatoren om de hypothesen te toetsen, bleken op basis van deze input grotendeels haalbaar te zijn.

##### *Niet-toptakenwebsites*

De ambitie was om een zo groot mogelijke groep niet-toptakenwebsites deel te laten nemen aan het onderzoek. Aan de deelnemende gemeenten is net als bij de toptakenwebsites gevraagd welke gegevens zij verwachten aan te kunnen aanleveren. De opgestelde indicatoren om de hypothesen te toetsen, bleken op basis van deze input grotendeels haalbaar.

In de periode 17 t/m 27 juli 2014 is het onderzoek hoofdzakelijk via drie kanalen gepromoot:

1. GBBO digitale mailing inclusief website
2. Cascadis digitale mailing inclusief website
3. Promotie op diverse social media platformen, zoals...

Deze promotie leidde in een tijdsbestek van slechts elf dagen tot 119 aanmeldingen van niet-toptakengemeenten. In zijn totaliteit bedroeg het totaal aantal aanmeldingen inclusief de toptakengemeenten 148 gemeenten. Dit geeft aan

dat gemeenten het onderzoek relevant vinden en er een hoge mate van toewijding is om bij te dragen aan de inzichten in de effecten van toptakenwebsites.

Deze gemeenten zijn gevraagd een digitale vragenlijst in te vullen. Daarbij is gevraagd om de eigen websitestatistieken te delen, tenzij deze al gedeeld werden in het kader van de deelname aan de landelijke benchmark van websitestatistieken van GBBO. Meer uitleg over deze databronnen leest u in de volgende alinea.

### **Databronnen**

Op basis van de hypothesen en indicatoren is ervoor gekozen om hoofdzakelijk drie databronnen te gebruiken voor het verzamelen van data van gemeenten<sup>20</sup>. De drie databronnen vormen samen een database. Deze database is vervolgens ingezet om de hypothesen te toetsen en onderzoeksvragen te beantwoorden.

De database bestaat uit drie databronnen en methodes:

1. Dienstverleningsdata door middel van een digitale vragenlijst
2. Websitestatistieken door middel van de 'GBBO benchmark'
3. Deskresearch GBBO met betrekking tot een selectie van gemeentewebsites

#### *1 Dienstverleningsdata*

De dienstverleningsdata is verzameld door mailingen te versturen naar de deelnemende gemeenten. De contactpersoon is verzocht de data eerst intern te verzamelen en als tweede stap de digitale vragenlijst in te vullen. Naast het versturen van mailingen heeft GBBO gemeenten, en in het bijzonder toptakengemeenten, telefonisch verzocht de data op te leveren via de digitale vragenlijst.

Er zijn twee verschillende digitale vragenlijsten gebruikt voor het onderzoek, één voor de toptakengroep en één voor de niet-toptakengroep. In bijlagen 8 en 9 zijn de vragenlijsten weergegeven.

In de periode 30 juni t/m 8 augustus 2014 zijn de vragenlijsten ingevuld. De eerste deadline van 25 juli 2014 leidde tot te weinig respons van toptakengemeenten. De toptaken-gemeenten die de vragenlijst op dat moment nog niet hadden ingevuld, zijn telefonisch benaderd met het verzoek om binnen twee weken alsnog de vragenlijst in te vullen.

#### *2 Websitestatistieken*

Bij de start van het onderzoek was er direct toegang tot de websitestatistieken van circa honderd gemeenten. GBBO heeft de toegang tot deze websitestatistieken van gemeenten gekregen middels het GBBO benchmarkonderzoek<sup>21</sup>. Gemeenten verstrekken de toegang door kijkersrechten te verlenen via het programma Google Analytics. GBBO verzamelt vervolgens de benodigde gegevens (indicatoren) per gemeentewebsite. Om een betrouwbaar beeld van toptakenwebsites te verkrijgen, is ervoor gekozen zoveel mogelijk toptakengemeenten te verzoeken hun webstatistieken te delen. Van de 29 toptakengemeenten zijn er 22 gemeenten geweest die hun websitestatistieken hebben gedeeld met GBBO.

#### *3 Deskresearch*

Naast de bovengenoemde methoden is er gebruik gemaakt van deskresearch. Uitgangspunt van de uitgevoerde deskresearch is het verplaatsen in de webgebruiker en acteren hoe een webgebruiker zich gedraagt in zijn of haar zoektocht naar informatie en het gebruiken van een gemeentewebsite. Bij hypothesen waar gebruik is gemaakt van deskresearch wordt bij de resultaten van de hypothesen kort toegelicht welke methode is toegepast.

#### *Aantal deelnemende gemeenten per databron*

In deze tabel vindt u een schematische weergave hoeveel gemeenten per databron hebben meegewerkt aan het toptakenonderzoek. Dit is het maximaal aantal gemeenten waarbij data is verkregen via de betreffende databron.

---

<sup>20</sup> Logius, onderdeel van BZK, heeft een dataset aangeleverd voor het analyseren en toetsen van hypothese 2i en 2j.

<sup>21</sup> Het GBBO benchmarkonderzoek is een onderzoek op basis van websitestatistieken van gemeentewebsites met als doel de e-dienstverlening van gemeenten te verbeteren.



Tabel 1: Overzicht maximaal aantal deelnemende gemeenten per databron

Databronnen	Toptaken	Niet-toptaken	Totaal
Dienstverleningsdata [digitale vragenlijst]	26	72	98
Websitestatistieken	22	78	99
Deskresearch	28	75	103

## Fase 3 Analyseren

Voor het analyseren van de verzamelde gegevens zijn verschillende afwegingen gemaakt. Deze afwegingen hebben betrekking op het uitsluiten van gemeenten, de gebruikte statistische toetsen en specifieke afwegingen per databron. Elke hypothese is afzonderlijk getoetst. U leest hier een toelichting van de aanpak van data-analyse en toetsing per type databron.

### 1. DIENSTVERLENINGSGEGEVENS VIA DIGITALE VRAGENLIJST

#### Onderzoeksperiode

. De dienstverleningsgegevens zijn binnen meerdere onderzoeksperiodes verzameld.

#### Transactiegegevens

Voor de gegevens m.b.t. transacties van producten is gevraagd voor de maand mei 2013 en de maand mei 2014 de aantallen aan te leveren. Dit betreft data voor de hypothesen 1a t/m 1d.

#### Overstap naar toptakenwebsite

Gemeenten met een toptakenwebsite is gevraagd in te schatten in welke mate een variabele is gewijzigd t.o.v. voor de overstap. Dit betreft bijvoorbeeld het aantal redactionele en niet-redactionele pagina's. Hierbij bepaalt de respondent zelf wanneer de overstap is geweest en geeft een inschatting in hoeverre er een toename dan wel vermindering heeft plaatsgevonden. Dit betreft hypothesen 1e en 1f.

#### Huidige situatie juli/augustus 2014

Voor een aantal variabelen is gevraagd aan gemeenten wat op dit moment de stand van zaken is. Dit betreft data voor hypothesen 2a, 2e, 2f, 2k, 2l. Bijvoorbeeld: hoeveel digitale dienstverleningsprocessen biedt de website aan? In hoeverre is bepaalde type statische informatie gepubliceerd op de website en wanneer wordt dit verwijderd?

#### Aanpak analyses

Voor de data-analyse van de dienstverleningsgegevens zijn afwegingen gemaakt voor het uitsluiten van gemeenten, het hercoderen van antwoorden en het gebruik van statistische toetsen.

#### Uitsluiting van gemeenten

Om de betrouwbaarheid van de dienstverleningsgegevens te waarborgen zijn de volgende uitgangspunten geformuleerd om een gemeente (deels) uit te sluiten, namelijk;

- De gemeente geeft zelf aan dat (een deel van) de cijfers een schatting zijn.
- De gemeente geeft zelf aan (een deel van) de cijfers niet volledig te vertrouwen.
- De gegevens laten een dusdanig afwijkend patroon zien, dat de betrouwbaarheid niet gegarandeerd kan worden.
- Er missen bepaalde cijfers om de hypothese te kunnen toetsen (bijvoorbeeld: het aantal verhuizingen mei 2013 is onbekend en het aantal verhuizingen in mei 2014 is wel bekend).
- Een gemeente is verplicht op afspraak gaan werken en/of KCC medewerkers gebruiken de online afsprakenplanner om afspraken gemaakt via telefoon of balie in te voeren. Dit kan de stijging in het aantal gemaakte online afspraken verklaren en is niet toe te schrijven aan een eventuele 'toptakenbehandeling'.
- De vragenlijst is wel gestart maar er zijn geen gegevens aangeleverd. De gemeenten Castricum, Ede, Maasdriel en Nijmegen zijn om deze reden uitgesloten.

## Herocoderen van antwoorden

### *Aantal digitale diensten – hypothese 2a*

Gemeenten is gevraagd aan te geven hoeveel digitale dienstverleningsprocessen via de website worden aangeboden. Om te valideren dat gemeenten de processen op hetzelfde hoofdniveau benoemen, is aanvullend gevraagd aan te geven welke digitale diensten dit zijn. Uit de antwoorden blijkt dat gemeenten de digitale diensten op verschillende niveaus hebben beschreven.

Voorbeeld: een gemeente benoemt één dienst: een akte uit de burgerlijke stand. Een andere gemeente benoemt alle verschillende aktes los: 1. Geboorteakte, 2. Echtscheidingsakte, 3. Huwelijksakte enzovoorts. Om een uniforme vergelijking te kunnen maken, zijn alle benoemde dienstverleningsprocessen van gemeenten hercodeerd om tot een uniforme vergelijking te kunnen komen.

## Gebruik van statistische toetsen

De werkwijze met betrekking tot het analyseren en toetsen van de gegevens is identiek aan de werkwijze bij de data van de webstatistieken. Bij hypothesen waarin data is verzameld die statistisch te toetsen is, is statistisch getoetst in SPSS. Indien het niet mogelijk was gegevens statistisch te toetsen, zijn deze beschrijvend geanalyseerd in Excel. Dit betreft bijvoorbeeld hypothesen 1e en 1f omtrent het aantal redactionele en niet-redactionele pagina's.

## 2. WEBSITESTATISTIEKEN

### Onderzoekperiode

De onderzoekperiode voor de webstatistieken is 1 mei 2014 t/m 31 mei 2014. Voor de volgende hypothesen zijn webstatistieken verzameld: 1a,1b,2b,2d,2g,2h en 2p.

### Aanpak analyses

Voor de data-analyse van de webstatistieken zijn afwegingen gemaakte voor het filteren en uniformiseren van data, en het uitsluiten van gemeenten op basis van het omgaan met cookies en afwijkende patronen in de paginaweergaven.

### Filter

Voor het ophalen van de gegevens uit Google Analytics is een filter toegepast. Dit filter zuivert zover mogelijk het interne verkeer van de gemeentewebsite weg. Op deze manier is waar mogelijk gecorrigeerd voor medewerkers die informatie op de site zoeken.

### Aantal paginaweergaven

Het aantal paginaweergaven is geanalyseerd per 1000 inwoners. Dit is gedaan om de data vergelijkbaar te maken tussen gemeenten. Om die reden is gecorrigeerd op basis van inwoneraantallen.

### Uitsluiting van gemeenten

Om de betrouwbaarheid van de webstatistieken te waarborgen zijn de volgende uitgangspunten om een gemeente uit te sluiten gehanteerd, namelijk;

- Er ontbreken webstatistieken in de betreffende onderzoek maand.
- De gegevens laten een dusdanig afwijkend patroon zien, dat de betrouwbaarheid niet kan worden gegarandeerd.
- Er kan niet worden gecorrigeerd voor cookies omdat het niet duidelijk is wanneer de cookiemelding is geplaatst.

Bovenstaande uitgangspunten waren de motivatie om de volgende gemeenten uit te sluiten van de analyses: Capelle aan den IJssel, Almere, Huizen, Bernheze, Leidschendam-Voorburg, Mook en Middelaar, Tilburg, Montferland en Veere.

### Cookies

Een zogenoemde cookiemelding kan grote gevolgen hebben voor de aanwezige webstatistieken. Tijdens de onderzoekperiode hebben verschillende gemeenten een cookiemelding op de website geïmplementeerd. Als een gebruiker ervoor kiest geen cookies te accepteren, zal het bezoek van deze gebruiker niet worden geregistreerd in de webstatistieken. Hierdoor lijkt het aantal gebruikers van de site aanzienlijk te dalen, terwijl dit wordt veroorzaakt doordat deze gebruikers zich niet laten registreren. Om hiervoor te corrigeren is er gekeken naar de verhouding gebruikers voor en na de introductie van de cookiemelding.

Deze verhouding is vervolgens gebruikt om het aantal gebruikers te corrigeren. Als een website vóór plaatsing van de cookiemelding 1000 bezoekers telde, en daarna 500, is het aantal gebruikers verdubbeld. Voor elke gemeenten is de

verhouding apart bepaald, waardoor elke gemeenten individueel gecorrigeerd is. Deze correctie is toegepast op 9 gemeenten.

Niet alle variabelen hoeven te worden gecorrigeerd voor cookies. Variabelen waarbij is gekeken naar een verhouding (bijvoorbeeld de top 10 meest bekeken pagina's ten opzichten van het totaal aantal unieke paginaweergaven) worden niet gecorrigeerd voor cookies.

### Statistische toetsen

De gegevens uit de websitestatistieken zijn alle statistisch onderzocht in SPSS. Doordat niet alle gemeenten over dezelfde data beschikken is bij niet elke analyse hetzelfde aantal (niet)-toptaken gemeenten geanalyseerd. Er zijn verschillende redenen waarom niet elke gemeente in elke analyse kan worden meegenomen. Zo kan het zijn dat een gemeente geen zoekwoorden data beschikbaar heeft in Google Analytics of dat er gaten zitten in de monitoring van de websitestatistieken.

Er zijn verschillende toetsen gebruikt om een statistisch verschil tussen toptaken en niet toptaken te onderzoeken. Als de gegevens normaal verdeeld waren, is een T-toets voor onafhankelijke steekproeven uitgevoerd.

Als gegevens niet normaal verdeeld waren is er gekozen voor een Mann-Whitney U toets. Voor deze toets is een normaal verdeling niet verplicht, omdat de toets de data omzet in een rang. Door vervolgens naar de verschillen in rang te kijken, kan een verschil tussen twee groepen worden onderzocht.

## 3. DESKRESEARCH

### Onderzoeksperiode

De deskresearch voor de hypothesen 2c, 2e, 2f en 2o is uitgevoerd in de periode van 7 t/m 25 juli 2014.

### Aanpak analyses

Voor de data-analyse van de deskresearch zijn afwegingen gemaakt voor het gebruik van statistische toetsen en om die reden het hercoderen van antwoorden.

### Gebruik van statistische toetsen

De werkwijze met betrekking tot het analyseren en toetsen van de gegevens is identiek aan de werkwijze bij de data van de websitestatistieken. Waar mogelijk is statistisch getoetst in SPSS. Indien het niet mogelijk was gegevens statistisch te toetsen, dan zijn deze beschrijvend geanalyseerd in Excel. Dit betreft bijvoorbeeld hypothesen 2e en 2f.

Speciaal voor hypothese 2c zijn onderzochte variabelen tot een volwassenheidsscore doorontwikkeld. Hierdoor is het mogelijk geworden om deze hypothese statistisch te toetsen.

### Herocoderen van antwoorden

#### *Hypothese 2c: Het niveau van volwassenheid van digitale aanvragen*

Er is een zeer omvangrijk deskresearchonderzoek gedaan voor deze hypothese. Per onderzochte type digitale aanvraag is bepaald welke indicatoren volwassenheid verklaren. Deze indicatoren zijn onderzocht. Dit leverde dusdanig veel informatie op dat het beschrijvend analyseren van deze antwoorden een rapport binnen een rapport zou worden en moeilijk te interpreteren zou zijn.

Om deze reden is besloten een volwassenheidsscore te ontwikkelen. De volwassenheidsscore is ontwikkeld in nauwe samenwerking met Carolien Nicolai (Gemeente Zeewolde), Bert Kuijer (Gemeente Veenendaal), Daan Brom (Gemeente Utrechtse Heuvelrug) en Jeroen Wolper (Gemeente Oegstgeest) en Arjen Kroes (ministerie van BZK).

Het resultaat is een berekeningsmethode voor de volwassenheidsscore met een minimum van 0 en maximum van 50 punten. Voor een volledige beschrijving van de totstandkoming van deze score, leest u in bijlage 5. De score is vervolgens tussen beide groepen getoetst (toptaken versus niet-toptaken).

## Fase 4 Verdiepingsfase

De resultaten van de toetsing van alle hypothesen zijn met de begeleidingscommissie op 27 augustus 2014 besproken. Op basis van de resultaten en deze bespreking is gevraagd om een verdiepingsonderzoek te doen dat zich focust op de redenen van een hoog of laag percentage digitale transacties. Deze inzichten kunnen gemeenten benutten om de dienstverlening dusdanig in te richten zodat het percentage digitale transacties toeneemt. Resultaat is een aantal praktische tips voortvloeiend uit een selectie van 'best practices' van goed presterende gemeenten.

### *Startpunt verdieping*

De bestaande dataset waarin de transactieaantallen en verhoudingen per kanaal staan vermeld (hypothese 1a t/m 1d), zijn gerangschikt van hoog (goed presterende gemeenten) naar laag (slecht presterende gemeenten). Een inspectie van deze 'ranglijst' van gemeenten toont een diversiteit aan goed en slecht presterende gemeenten. Er zijn bijvoorbeeld niet drie gemeentes te identificeren die goed of juist slecht presteren voor alle type transacties. Het is hierdoor noodzakelijk een variatie van gemeenten te bestuderen om oorzaken van het hoge aantal digitale transacties te achterhalen.

Omwillen de beschikbare tijd voor onderzoek zijn gemeenten wat betreft de kanaalverhouding voor drie producten onderzocht:

- Melding openbare ruimte
- Verhuizing doorgeven
- Aanvragen uittreksel BRP

Om inzicht te krijgen in de oorzaken van goed en slecht presterende gemeenten zijn drie onderzoeksmethoden toegepast:

- Telefonische diepte-interviews
- Deskresearch websites
- Databaseonderzoek (correlaties)

### Telefonische diepte-interviews

Welke oorzaken wijzen de contactpersonen van de gemeenten zelf aan? In een telefonisch diepte-interview van circa 0,5 tot 1 uur zijn de contactpersonen van minimaal drie goed en drie slecht presterende gemeenten per product gevraagd een verklaring te geven voor de specifieke prestaties. Door open vragen te stellen, vond er een opsomming van redenen plaats. Uitgangspunt was hierbij om de respondenten niet te helpen bij het formuleren van antwoorden. In de situatie waarin contactpersonen geen verklaring konden geven, zijn een aantal mogelijke oorzaken benoemd en gevraagd in hoeverre dit volgens de contactpersoon impact heeft. Dit is slechts bij twee contactpersonen voorgevallen, de meeste contactpersonen konden een verklaring geven.

De genoemde redenen zijn met elkaar vergeleken waardoor er een beeld ontstaat wat in de perceptie van de contactpersonen de oorzaken zijn. Tijdens de interviews is er eveneens een link gelegd naar juist een slechte of goede score wat betreft andere producten. Gemeenten presteerden bijvoorbeeld op verhuizing doorgeven via het digitale kanaal erg goed, maar wat betreft uittreksel BRP laag. Hoe was dit te verklaren? Dit leverde extra inzichten op.

### Deskresearch websites

Wat nog onbekend is en niet was onderzocht tijdens in de eerste fase van het onderzoek is:

- De vindbaarheid in Google van de producten
- De kwaliteit van communicatie op de website (zoekmachine, de webpagina's zelf, indeling / structurering)
- De gebruiksvriendelijkheid van aanvragen van deze producten op de verschillende apparaten

Deze thema's zijn op basis van een expertreview in een half uur per website bestudeerd. De bevindingen zijn vergeleken met de bevindingen uit de interviews. Bij overeenkomsten tussen bevindingen via verschillende onderzoeksmethoden kan gesteld worden dat het bewijs steviger is betreffende de impact op het percentage digitale transacties / andere kanalen.

## Databaseonderzoek (correlaties)

### Variabelen

Om inzicht te krijgen in mogelijke verbanden tussen het aantal digitale transacties en verschillende demografische en websitevariabelen, zijn de variabelen zoals beschreven in tabel 2 onderzocht.

Tabel 2: Overzicht van de gebruikte digitale producten, demografische en website variabelen en de bron.

Aantal digitale transacties / 1000 inwoners in mei 2014	Variabelen	Bron variabelen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melding openbare ruimte doorgeven</li> <li>• Verhuizing doorgeven</li> <li>• Uittreksel BRP aanvragen</li> </ul>	% inwoners met leeftijd 15-25	CBS, 2014
	% inwoners met leeftijd 65-80	CBS, 2014
	% inwoners met laag opleidingsniveau	CBS, 2011/2013
	Gemiddeld gestandaardiseerd inkomen particuliere huishoudens	CBS, 2012
	Gemiddelde laadsnelheid website	Google Analytics, periode 1 mei 2014-31 mei 2014

### Gebruikte tests

Het aantal digitale transacties is statistisch onderzocht met behulp van een Spearman's Rho op een significant verband met de in de tabel opgesomde variabelen.

### Analyseren data

De resultaten van de analyses leest u in bijlage 8. De resultaten van het verdiepingsonderzoek zijn vervolgens gebundeld. Dit heeft geleid tot het beantwoorden van deelvraag 4: Op welke wijze kunnen gemeenten het percentage digitale transacties verhogen? In hoofdstuk 4 leest u deze tips.

### Fase 5 Advies/rapportage

Op basis van voorgaande analyses is een conceptrapport opgeleverd en gepresenteerd aan de begeleidingscommissie. Na een feedbackronde is het eindrapport ontstaan. Het rapport dat u leest is het eindproduct van de advies- en rapportagefase.

## Bijlage 3: Resultaten hypothesen

### Hypothese 1a: Aantal digitale transacties van toptaken

Het aantal digitale transacties met betrekking tot toptaken bij gemeenten met een toptakenwebsite is hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

#### Conclusie

Er is geen significant verschil gevonden in het aantal digitale transacties voor de verschillende toptaken. Er is wel een significant verschil in het aantal unieke paginaweergaven voor het doorgeven van een verhuizing, het aanvragen van een uittreksel BRP en het aanvragen van een akte van de burgerlijke stand. Ondanks dat de pagina vaker wordt bezocht op een toptakenwebsite, neemt het aantal digitale transacties niet toe.

#### Variabelen

Om deze hypothese te beantwoorden is gekeken naar het aantal paginaweergaven/1000 inwoners voor de volgende toptaken:

- Verhuizing doorgeven.
- Melding openbare ruimte.
- Uittreksel BRP aanvragen.
- Akte burgerlijke stand aanvragen.
- Het maken van een afspraak.

De taken melding openbare ruimte en afspraak maken zijn voor deze variabelen niet meegenomen. Er was een grote variatie in de productpagina's van deze taken. Zo is het bij de ene gemeenten mogelijk om een afspraak te maken zonder dat er moet worden aangegeven wat de reden van het bezoek. Bij andere gemeenten is het echter verplicht van tevoren aan te geven waarvoor de afspraak wordt gemaakt. Hierdoor is het niet mogelijk om de uniek paginaweergaven tussen websites goed te vergelijken.

Naast het aantal unieke paginaweergaven is er gekeken naar de digitale transacties. In de digitale vragenlijst is gevraagd naar het aantal digitale transacties in de maand mei 2013 en mei 2014. Dit is uitgevraagd voor de volgende toptaken:

- Verhuizing doorgeven.
- Melding openbare ruimte.
- Uittreksel BRP aanvragen.
- Akte burgerlijke stand aanvragen.
- Het maken van een afspraak.

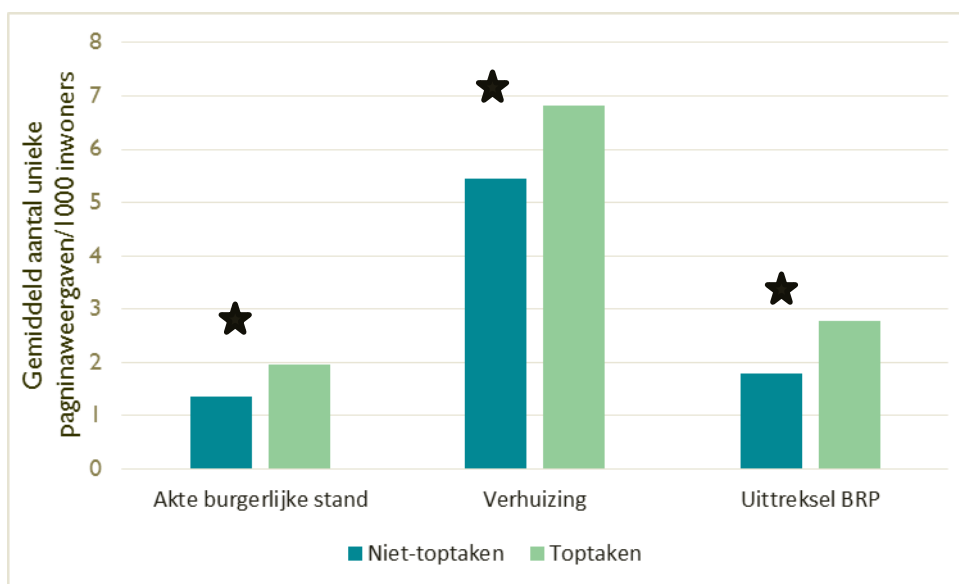
Deze gegevens zijn vervolgens berekend per 1000 inwoners, om te corrigeren voor verschillen in grootte tussen gemeenten. Voor het maken van een afspraak is ook uitgevraagd of de (KCC) medewerkers de afsprakenplanner van de website gebruiken voor het inplannen van afspraken die telefonisch en/of aan de balie worden gemaakt. Als dit het geval was, werd deze gemeente uitgesloten van de analyses van deze variabele, omdat dit een vertekend beeld geeft van het aantal digitale transacties. Aangezien van veel gemeenten inderdaad medewerkers de online afspraakplanner gebruiken, werd de groep te klein om te analyseren.

#### Gebruikte tests

Zowel het aantal digitale transacties/1000 inwoners, als het aantal unieke paginaweergaven/1000 inwoners zijn statistisch onderzocht op verschillen tussen de toptaken en niet-toptakenwebsites met een Mann-Whitney U test.

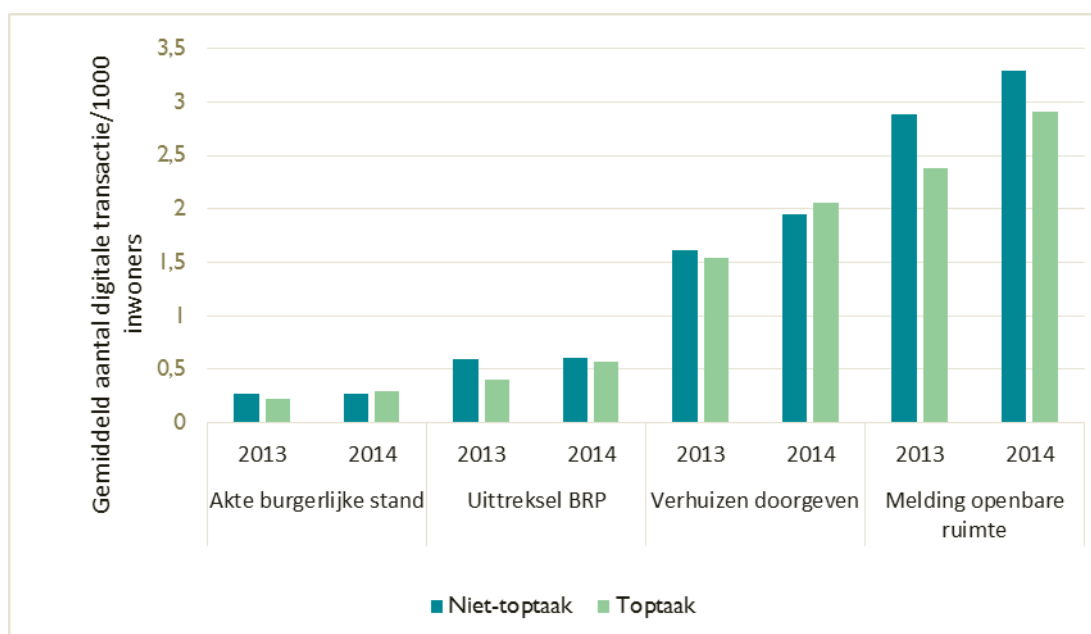
## Resultaten

Gemiddeld hebben de pagina's over het aanvragen van een akte van de burgerlijke stand, pagina's voor het doorgeven van een verhuizing en pagina's over het aanvragen van een uittreksel BRP bij gemeenten met een toptakenwebsite een significant hoger aantal unieke paginaweergaven dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite (zie figuur 1). De aanvraag voor een akte burgerlijke stand heeft gemiddeld 1.35 unieke paginaweergaven/1000 inwoners op een niet-toptakenwebsite, tegenover 1.95 unieke paginaweergaven/1000 inwoners op een toptakenwebsite. De pagina met betrekking tot het doorgeven van een verhuizing heeft op een niet-toptakenwebsite gemiddeld 5.44 unieke paginaweergave/1000 inwoners. Op een toptakenwebsite ligt dit gemiddelde op 6.81 unieke paginaweergaven/1000 inwoners. Toptakenwebsites hebben gemiddeld ook een hoger aantal unieke paginaweergaven/1000 inwoners voor het aanvragen van een uittreksel BRP (2.77 vs. 1.78).



Figuur 1: Gemiddeld aantal unieke paginaweergaven/1000 inwoners voor het aanvragen van een akte van de burgerlijke stand, het doorgeven van een verhuizing en het aanvragen van een uittreksel BRP. Het aantal sterren geeft de significantie weer. \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$

Voor het aantal digitale transacties/1000 inwoners werd geen significant verschil gevonden tussen gemeenten met een toptakenwebsite en met een niet-toptakenwebsites (zie figuur 2).



Figuur 2: Gemiddeld aantal digitale transacties/1000 inwoners in mei 2013 en mei 2014 voor het aanvragen van een akte van de burgerlijke stand, een uittreksel BRP, het doorgeven van een verhuizing en een melding openbare ruimte.

## Hypothese 1b: Aantal digitale transacties van niet-toptaken

Het aantal digitale transacties met betrekking tot niet-toptaken bij gemeenten met een toptakenwebsite is hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Er is geen significant verschil in het aantal unieke paginaweergaven tussen toptaken en niet-toptakenwebsites met betrekking tot niet-toptaken. Het gemiddelde aantal digitale transacties voor automatische incasso ligt voor zowel toptakenwebsites als niet-toptakenwebsites hoger in mei 2014 dan in mei 2013.

### Variabelen

Om deze hypothese te beantwoorden is gekeken naar het aantal paginaweergaven/1000 inwoners voor de volgende niet-toptaken:

- Doorgeven van gevonden en verloren voorwerpen.
- Automatische incasso gemeentelijke belastingen.

Naast het aantal unieke paginaweergaven is voor beantwoording van deze hypothese ook gekeken naar het aantal digitale transacties per 1000 inwoners. In de digitale vragenlijst is gevraagd naar aantal digitale transacties in de maand mei van 2013 en 2014. Dit is uitgevraagd voor de volgende niet-toptaken:

- Doorgeven van gevonden en verloren voorwerpen.
- Automatische incasso gemeentelijke belastingen.

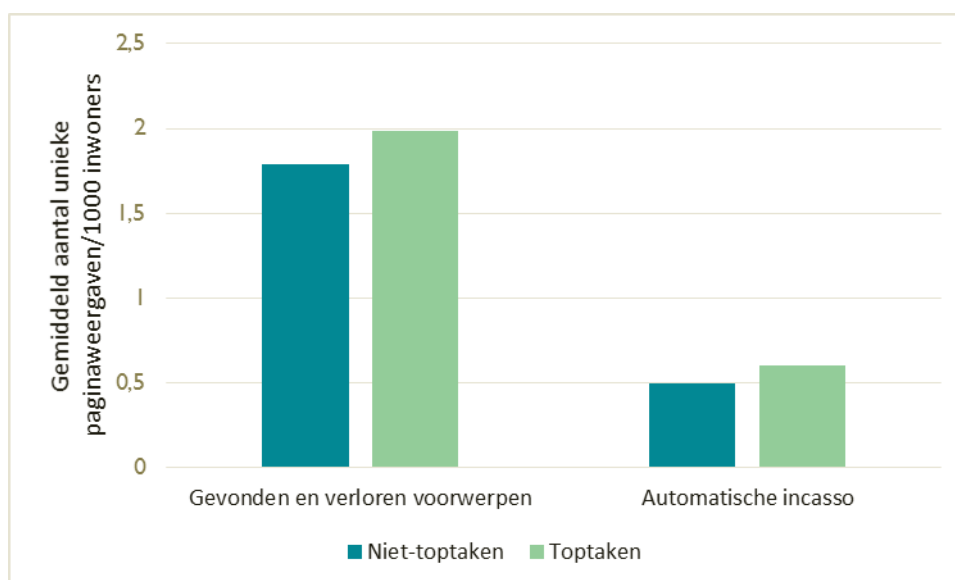
Er waren echter weinig gemeenten die de digitale transactie gegevens voor gevonden en verloren voorwerpen konden opleveren. De groep werd daardoor te klein om te analyseren.

### Gebruikte tests

Het aantal unieke paginaweergaven/1000 inwoners en het aantal digitale transacties/1000 inwoners is statistisch onderzocht op verschillen tussen de toptaken en niet-toptakenwebsites met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

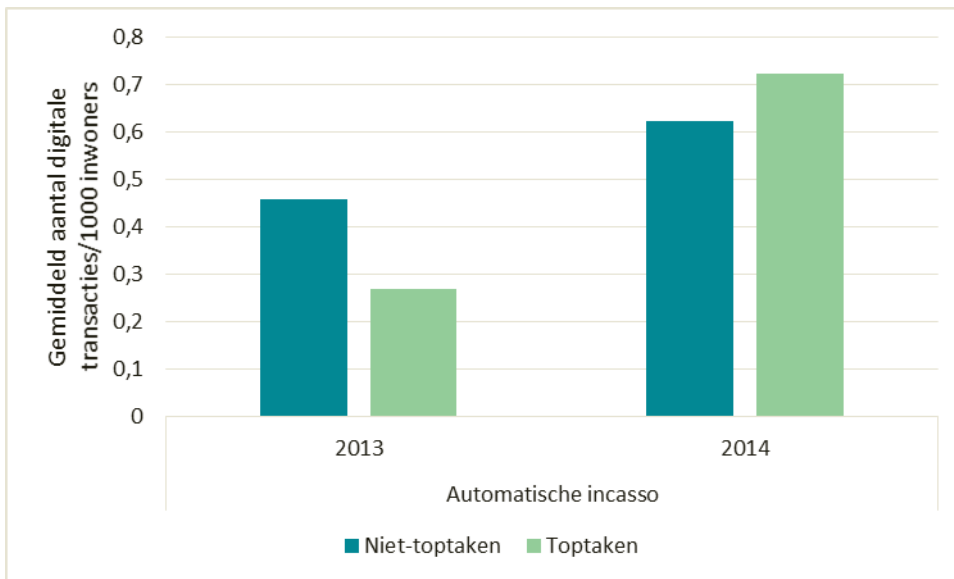
Het gemiddeld aantal unieke paginaweergaven/1000 inwoners voor gevonden en verloren voorwerpen verschilt niet significant tussen gemeenten met een toptakenwebsite en een niet-toptakenwebsite (1.99 vs. 1.79). Ook de unieke paginaweergaven voor automatische incasso verschilt niet significant tussen de toptakenwebsites (0.60) en de niet-toptakenwebsites (0.50). Beide gemiddelden zijn wel hoger voor toptakenwebsites.



Figuur 3: Gemiddeld aantal unieke paginaweergaven/1000 inwoners voor de pagina gevonden en verloren voorwerpen en automatische incasso.



Het gemiddeld aantal digitale transacties/1000 inwoners lag in mei 2013 hoger bij niet-toptakenwebsites dan bij toptakenwebsites (0.46 vs. 0.27). In mei 2014 is het gemiddelde aantal transacties/1000 inwoners echter hoger voor toptakenwebsites. Bij toptakenwebsites vonden er gemiddeld 0.72 transacties/1000 inwoners plaats tegenover 0.62 transacties bij niet-toptakenwebsites (zie figuur 4). Geen van de verschillen tussen de toptaken en niet-toptakenwebsites is significant.



*Figuur 4: Gemiddeld aantal digitale transacties/1000 inwoners voor de taak automatische incasso in mei 2013 en mei 2014 voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite en een toptakenwebsite.*

## Hypothese 1c: Verhouding transacties digitaal/balie per product

De verhouding transacties digitaal/balie per product is bij gemeenten met een toptakenwebsite hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Ondanks de verschillen in gemiddelde, is er geen significant verschil in de verhouding transacties digitaal/balie tussen gemeenten met een toptakenwebsite en gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Variabelen

In de digitale vragenlijst is aan gemeenten gevraagd naar het aantal digitale transacties en het aantal transacties aan de balie in de maand mei 2013 en mei 2014. De volgende variabelen zijn onderzocht:

- Verhuizing doorgeven.
- Akte burgerlijke stand aanvragen.
- Uittreksel BRP aanvragen.

### Gebruikte tests

De verhouding digitale transactie / balietransacties is statistisch onderzocht op verschillen tussen de toptaken en niet-toptakenwebsites met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

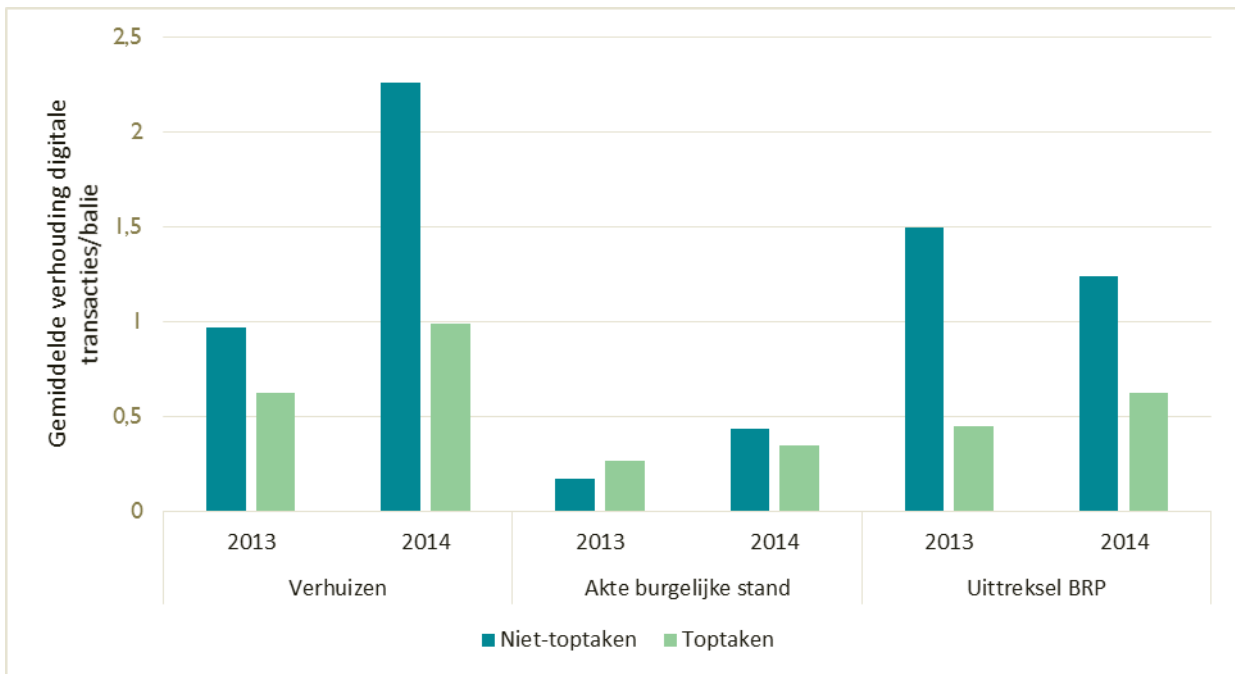
Ondanks de verschillen in gemiddelde verhouding tussen toptakenwebsites en niet toptakenwebsites zijn de waargenomen verschillen niet significant. Dit komt vooral omdat een paar uitschieters het gemiddelde sterk beïnvloeden.

Gemiddeld was de verhouding digitale transacties/balie voor het doorgeven van een verhuizing hoger bij niet-toptakenwebsites versus toptakenwebsites. Dit geldt zowel voor de periodes mei 2013 én mei 2014 (0.97 vs. 0.62 in 2013 en 2.26 vs. 0.99 in 2014\*).

Voor de akte burgerlijke stand lag de gemiddelde verhouding minder ver uit elkaar. In mei 2013 hadden toptakenwebsites gemiddeld een verhouding van 0.27 tegenover een gemiddelde verhouding van 0.17 bij niet-toptakenwebsites. In 2014 was de gemiddelde verhouding voor het aanvragen van een akte burgerlijke stand bij niet-toptakenwebsites 0.43 en voor toptakenwebsites 0.35.

Ook bij het aanvragen van een uittreksel BRP ligt zowel in 2013 als in 2014 de gemiddelde verhouding digitale/balie transacties hoger voor de niet-toptakenwebsites. In 2013 was deze verhouding voor niet-toptakenwebsites 1.49 tegenover 0.45 bij toptaken. De niet-toptakenwebsites bereiken een gemiddelde verhouding van 1.24 in 2014 tegenover een gemiddelde verhouding van 0.63 voor de toptakenwebsites.

\*Een gemiddelde verhouding digitale transacties / balie van méér dan één geeft aan dat er meer digitale transacties dan balie transacties zijn geregistreerd.



Figuur 5: Gemiddelde verhouding digitale transacties / balietransacties in mei 2013 en mei 2014 voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite en een toptakenwebsite.

## Hypothese 1d: Verhouding transacties digitaal/telefonie per product

De verhouding transacties digitaal / telefoon per product is bij gemeenten met een toptakenwebsite hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Er is geen significant verschil tussen de verhouding transacties digitaal/telefoon voor melding openbare ruimte tussen gemeenten met een toptakenwebsite en gemeenten met een niet-toptakenwebsite. De verhouding van beide type websites kwam gemiddeld niet boven één, wat aangeeft dat er gemiddeld meer telefoon transacties zijn geregistreerd dan digitale transacties.

### Variabelen

In de digitale vragenlijst is aan gemeenten gevraagd naar aantal digitale transacties en het aantal transacties via de telefoon, in de maand mei 2013 en mei 2014. Er is gevraagd naar gegevens over de taken:

- Melding openbare ruimte.
- Maken van een afspraak.

#### *Variabele maken van een afspraak is uitgesloten van analyse*

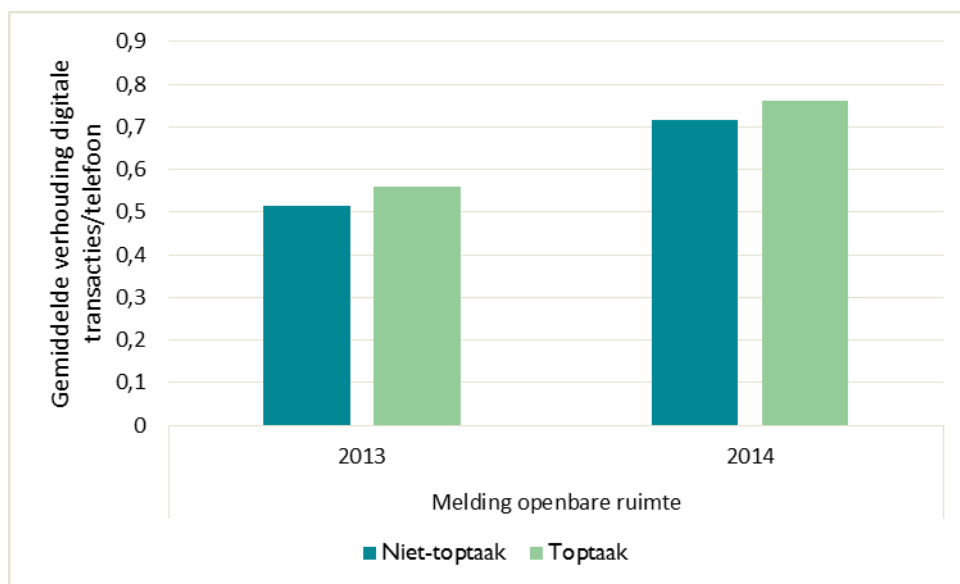
Voor het maken van afspraken is als controlevariabele uitgevraagd of de (KCC) medewerkers de afsprakenplanner van de website zelf ook gebruiken voor het inplannen van afspraken die telefonisch en/of aan de balie worden gemaakt. Als dit het geval was, wordt de gemeente uitgesloten, aangezien dit een vertekend beeld geeft van het aantal digitale transacties. Aangezien van veel gemeenten inderdaad medewerkers de online afspraakplanner gebruiken werd de groep te klein om te analyseren.

### Gebruikte tests

De verhouding transacties digitaal / telefoon is statistisch onderzocht op verschillen tussen de toptaken en niet-toptakenwebsites met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

De verhouding transacties digitaal / telefoon verschilt niet significant tussen de toptaken en niet-toptakenwebsites (zie figuur 6). Een verhouding van één geeft aan dat er evenveel digitale transacties als telefoon transacties zijn geregistreerd. Gemiddeld was de verhouding transacties digitaal / telefoon in mei 2013 0.52 voor niet-toptakenwebsites en 0.56 voor toptakenwebsites. In mei 2014 was deze verhouding voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite 0.72 en voor gemeenten met een toptakenwebsite 0.76. Er is geen significant verschil gevonden tussen de toptakenwebsites en niet-toptakenwebsites.



Figuur 6: Gemiddelde verhouding transacties digitaal / telefoon voor melding openbare ruimte in 2013 en 2014 voor gemeenten met een toptakenwebsite en met een niet-toptakenwebsite.

## Hypothese 1e: Aantal statische pagina's

Het aantal niet-redactionele webpagina's (statische pagina's) bij gemeenten met een toptakenwebsite is lager dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Toptakenwebsites geven aan minder statische informatie te publiceren, dan voordat zij zijn overgestapt op een toptakenwebsite. Dit verschil blijkt echter niet als er gekeken wordt naar het percentage gemeenten die statische pagina's op hun website publiceren.

### Variabelen

De hypothese is getoetst door aan de groep toptaken de volgende stelling voor te leggen: Is het aantal pagina's met statische informatie op de toptakenwebsite lager dan in de situatie voor de toptakenwebsite? (ja/nee/gelijk)

Vervolgens is aan zowel de gemeenten met een toptakenwebsite als de gemeenten met een niet-toptakenwebsite gevraagd of de informatie over statische informatie gepubliceerd wordt, of deze verwijderd wordt en, indien dit het geval is, op welke termijn deze informatie verwijderd wordt. Deze vragen zijn gesteld voor de volgende type statische informatie:

- Verordeningen
- Bestemmingsplannen
- Bekendmakingen
- Bestuurlijke stukken
- Omgevingsvergunningen

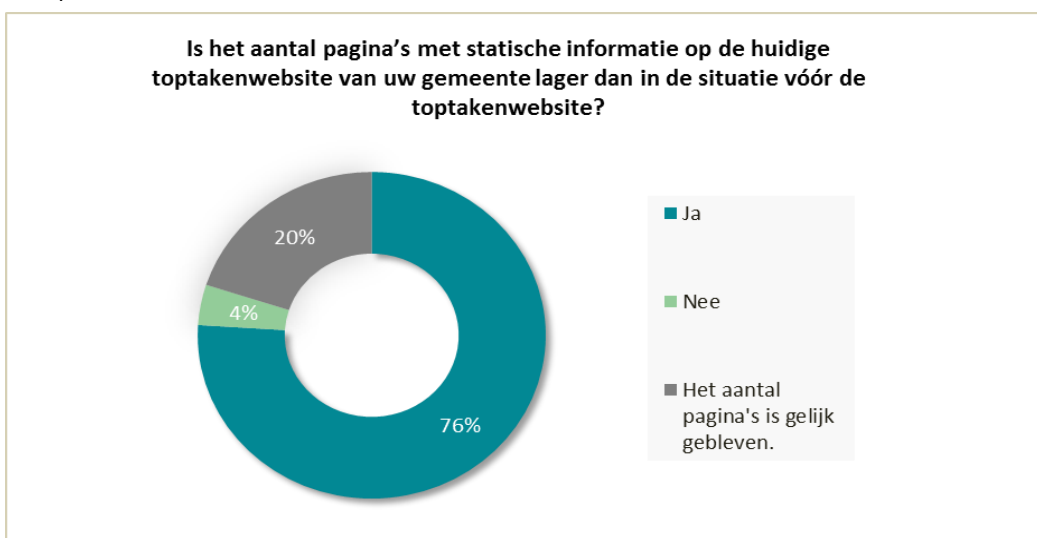
Deze variabelen lijken sterk op de variabelen gebruikt bij hypothese 2e. Het verschil is dat bij hypothese 2e via deskresearch onderzoek gedaan is naar het aanbod van statische informatie op de websites. Een onderzoek vanuit het perspectief van de burger / ondernemer. De resultaten die hieronder worden beschreven zijn afkomstig uit de digitale vragenlijst en ingevuld door contactpersonen namens de gemeente.

### Gebruikte test

De resultaten uit de digitale vragenlijst zijn beschrijvend geanalyseerd.

### Resultaat

76% van de toptakenwebsites geeft aan minder pagina's met statische informatie te publiceren dan in de situatie vóór de toptakenwebsite.



Figuur 7: Wijziging statische pagina's na lancering toptakenwebsite.

Dat deze gemeenten aangeven minder pagina's met statische informatie te publiceren, betekent niet dat zij geen statische informatie publiceren. Zo publiceren gemeenten met een toptakenwebsites procentueel gezien vaker verordeningen en bestemmingsplannen dan niet-toptakenwebsites. Gemeenten met een toptakenwebsite lijken deze verordeningen en bestemmingsplannen ook minder vaak te verwijderen dan niet toptakenwebsites (zie tabel 1).

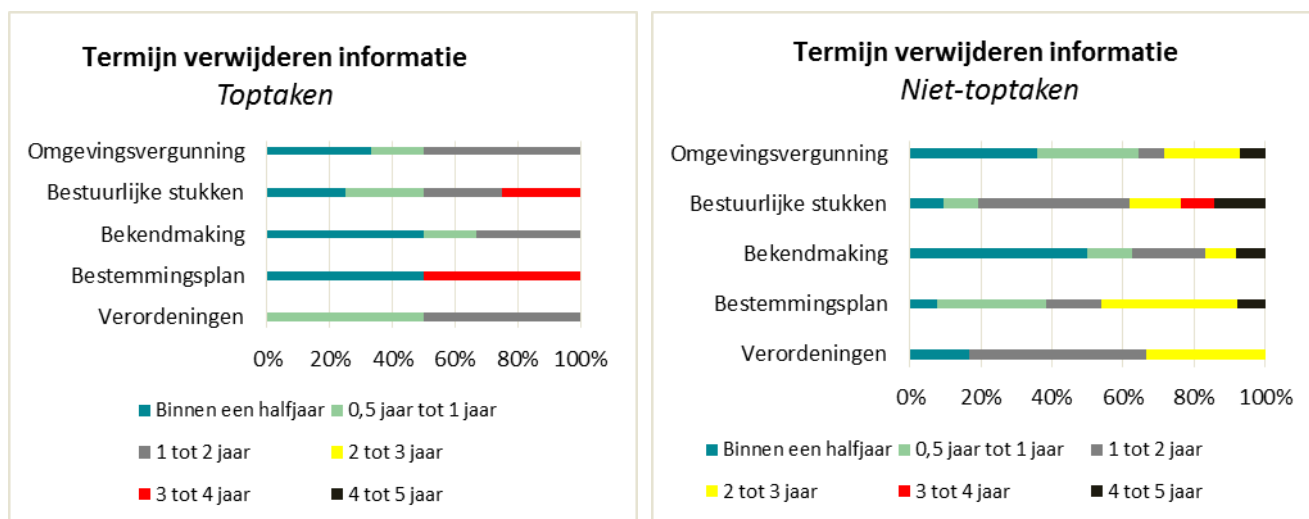
De overige statische informatie die onderzocht is (bekendmakingen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunning) laat bijna geen verschil zien in het percentage van gemeente die deze informatie publiceert. Het valt hierbij wel op dat procentueel gezien toptakenwebsites aangeven deze informatie minder vaak te verwijderen.

Tabel 4: Het percentage gemeenten met een (niet-)toptakenwebsite die statische informatie op de website publiceert en eventueel verwijdert.

Statische informatie	% Publiceren van informatie		% Verwijderen van informatie	
	Toptaken	Niet-toptaken	Toptaken	Niet-toptaken
Bekendmakingen	72%	70%	33%	55%
Bestuurlijke stukken	80%	82%	25%	46%
Bestemmingsplan	72%	63%	17%	44%
Verordeningen	76%	50%	16%	34%
Omgevingsvergunning	44%	50%	55%	50%

## Termijn van verwijderen

Gemeenten met een toptakenwebsite die de statische informatie verwijderen, lijken statische informatie sneller te verwijderen dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite. Waar bij toptakenwebsites het grootste deel van de statische informatie binnen 1 á 2 jaar wordt verwijderd, nemen niet-toptakenwebsites hier over het algemeen meer tijd voor.



Figuur 8: De termijn voordat statische informatie wordt verwijderd.

## Hypothese 1f-1g: Redactionele pagina's

**1f** Het aantal webpagina's met een redactioneel karakter bij gemeenten met een toptakenwebsite is lager dan in de situatie voor de toptakenwebsite in gebruik werd genomen.

**1g** Het aantal FTE dat de redactionele webpagina's beheert bij gemeenten met een toptakenwebsite is lager dan in de situatie voor de toptakenwebsite.

## Conclusie

76% van de gemeenten die zijn overgestapt naar een toptakenwebsite geeft aan dat het aantal pagina's met een redactioneel karakter lager is geworden. Het aantal FTE dat deze webpagina's beheert, blijft in 64% van de onderzochte gemeenten gelijk. 28% van de overgestapte gemeenten geeft aan dat er daling in is geweest in het aantal FTE na de overstap op de toptakenwebsite.

## Variabelen

Ter beantwoording van deze hypothesen is specifiek aan gemeenten die zijn overgestapt op een toptakenwebsite gevraagd of het aantal webpagina's met een redactioneel karakter is gedaald, gestegen of gelijk gebleven, na de overstap op de toptakenwebsite.

Ook is gevraagd of het aantal FTE dat werkt aan de pagina's met een redactioneel karakter sinds de overstap is veranderd. Gemeenten konden aangeven of er een wijziging in FTE is geweest en of deze (met meer of minder dan 20%) is gestegen of (met meer of minder dan 20%) is gedaald.

## Gebruikte tests

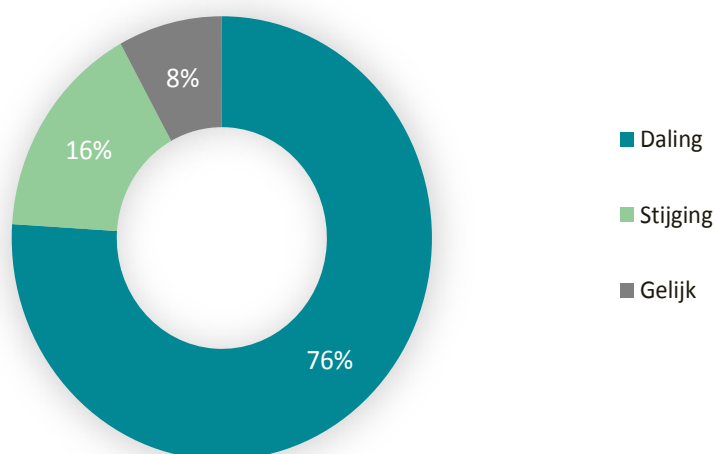
De resultaten uit de digitale vragenlijst zijn beschrijvend geanalyseerd.

## Resultaat

76% van de gemeenten die zijn overgestapt naar een toptakenwebsite geeft aan dat het aantal pagina's met een redactioneel karakter lager is geworden (zie figuur 9). Bij 8% van de gemeenten zijn deze pagina's gelijk gebleven en 16% van de gemeenten geeft aan dat het aantal pagina's is gestegen.

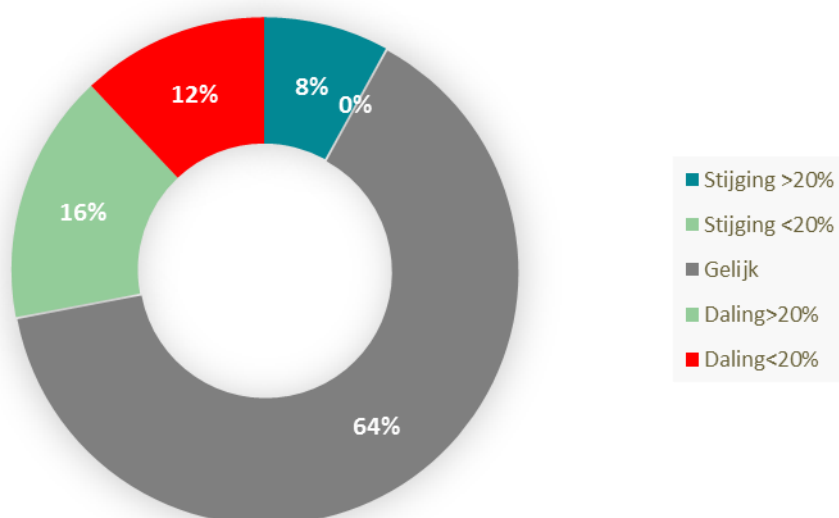
Het aantal FTE dat wordt ingezet om deze redactionele pagina's te beheren blijft voor 64% van de gemeenten gelijk. 8% van de gemeenten geeft aan dat het aantal FTE met meer dan 20% is gestegen sinds de website op basis van de toptaken werd ingericht. Daartegenover geeft 28% van de gemeenten aan een daling in FTE te zien na de omschakeling naar een toptakensite. 12% van deze gemeenten geeft aan een daling van meer dan 20% te zien (zie figuur 10).

### Verandering in het aantal redactionele pagina's na de overstap naar een toptakenwebsite



*Figuur 9: Het percentage gemeenten waarbij het aantal pagina's met een redactioneel karakter is gedaald, gestegen of gelijk is gebleven.*

### Verandering in het aantal FTE van de redactionele pagina's na de overstap naar een toptakenwebsite



*Figuur 10: Het percentage gemeenten die aangeeft dat het aantal FTE dat pagina's met een redactioneel karakter beheert is gestegen, gedaald of gelijk gebleven.*



## Hypothese 2a: Aantal diensten dat online is af te nemen

Het aantal diensten dat bij gemeenten met een toptakenwebsite digitaal kan worden afgenomen is hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Het aantal diensten dat bij gemeenten digitaal kan worden afgenomen verschilt niet tussen gemeenten met een toptakenwebsite en een niet-toptakenwebsite.

### Variabelen

Als definitie van een digitale dienst is hier genomen: een dienstverleningsproces dat in zijn geheel kan worden afgerond op de website van de gemeente. De volgende type diensten tellen niet mee:

1. Externe diensten zoals het Omgevingsloket.
2. Mobiele applicaties zoals de Buiten Beter App.
3. PDF formulieren.

### Gebruikte tests

Het aantal diensten dat digitaal kan worden afgenomen is getest met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

Van 24 toptakenwebsites en 61 niet-toptakenwebsites zijn het aantal diensten dat digitaal kan worden afgenomen doorgegeven via de digitale vragenlijst. Hierbij is het gemiddelde bij zowel toptaken als niet toptakenwebsites 25,5. Er is geen significant verschil.

## Hypothese 2b: Snelheid van vinden digitale producten / diensten

Digitale producten/diensten (incl. informatieverstrekking) bij gemeenten met een toptakenwebsite zijn sneller te vinden door burgers/bedrijven dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

De snelheid waarmee de informatie over de omgevingsvergunning vindbaar is, verschilt niet significant tussen gemeenten met een toptakenwebsite en een niet-toptakenwebsite.

### Variabelen

In de eerste opzet is uitgegaan van 10 verschillende taken van bezoekers. Bij deze taken zou geanalyseerd worden hoe snel bezoekers op de laatste pagina van hun bezoek zouden komen waarbij ze hun doel bereikt hadden, de zogenaamde uitstappagina.

**Voorbeeld:** Voor het aanvragen van een paspoort waren er te weinig specifieke uitstappagina's. Een reden hiervoor is dat niet elke gemeente zijn digitale aanvraagstraat registreert. Hierdoor is het niet duidelijk of de bezoeker de website verlaat op een bepaalde pagina of dat hij/zij de digitale balie is ingegaan. Om deze reden kan paspoort niet meegenomen worden als te analyseren taak.

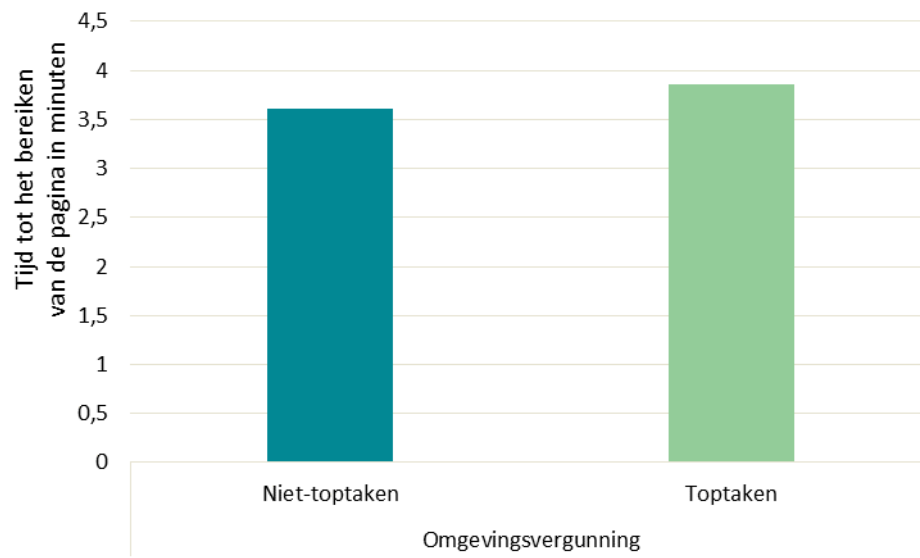
De twee variabelen die overblijven voor analyse zijn de gemiddelde tijd die een bezoeker nodig heeft om de pagina over (1) de afvalagenda of over (2) de omgevingsvergunning te bereiken. Voor deze variabelen zijn alleen gemeenten opgenomen die een duidelijke uitstappagina hebben. We weten bij deze gemeenten dus zeker dat bezoekers op de betreffende afvalpagina of omgevingsvergunningpagina hun bezoek beëindigden. Voor de gemiddelde tijd die de bezoeker nodig had om de afvalagenda te bereiken was de groep echter te klein om te analyseren. Daarom is alleen de gemiddelde tijd tot het bereiken van de pagina over de omgevingsvergunning opgenomen.

### Gebruikte tests

De gemiddelde tijd tot het bereiken van de omgevingsvergunning pagina is statistisch onderzocht met een onafhankelijke T test.

### Resultaat

De tijd tot het bereiken van de landingspagina's van de omgevingsvergunning verschilt niet tussen toptakenwebsites en niet-toptakenwebsites. De pagina over de omgevingsvergunning wordt op een niet-toptakenwebsite in gemiddeld 3.6 minuten gevonden. Op een toptakenwebsite duurt dit gemiddeld 3.9 minuten (zie figuur 11).



*Figuur 11: De gemiddelde tijd die nodig is om de pagina over de omgevingsvergunning te bereiken voor zowel toptakenwebsites als niet-toptakenwebsites.*

## Hypothese 2c: Volwassenheid digitale aanvragen

Het niveau van volwassenheid van digitale aanvragen bij gemeenten met een toptakenwebsite is hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Voor de taken verhuizing doorgeven, melding zwerfafval, aanvraag uittreksel BRP en akte burgerlijke stand is de volwassenheidsscore van de gemeenten met een toptakenwebsite significant hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite. Voor het maken van een afspraak om een paspoort te verlengen is geen verschil in volwassenheidsscore gevonden.

### Variabelen

Voor het beantwoorden van deze hypothese is deskresearch uitgevoerd naar de vindbaarheid van de digitale aanvragen inclusief de snelheid van het invullen van het betreffende e-formulier. Het onderzoek is opgezet en uitgevoerd waarbij vanuit de 'ogen van de webgebruiker' is geredeneerd. Voor het selecteren en scoren van indicatoren is gebruik gemaakt van bestaande theorie over digitale dienstverlening. Wat bepaalt hoe webgebruikers snel en efficiënt de digitale aanvraag kunnen afronden? Met de verzamelde gegevens is vervolgens een volwassenheidsscore ontwikkeld. De score is ontwikkeld in samenwerking met gemeenten en BZK. De score heeft een minimum van 0 en maximum van 50 punten, waarbij 50 punten indiceert dat de digitale aanvraagstraat het meest volwassen is.

De score is vastgesteld voor de volgende taken:

- Afspraak maken voor een paspoort
- Verhuizing doorgeven (van buiten de gemeente naar binnen de gemeente)
- Melding zwerfafval (openbare ruimte)
- Uittreksel BRP aanvragen
- Akte burgerlijke stand (geboorteakte) aanvragen

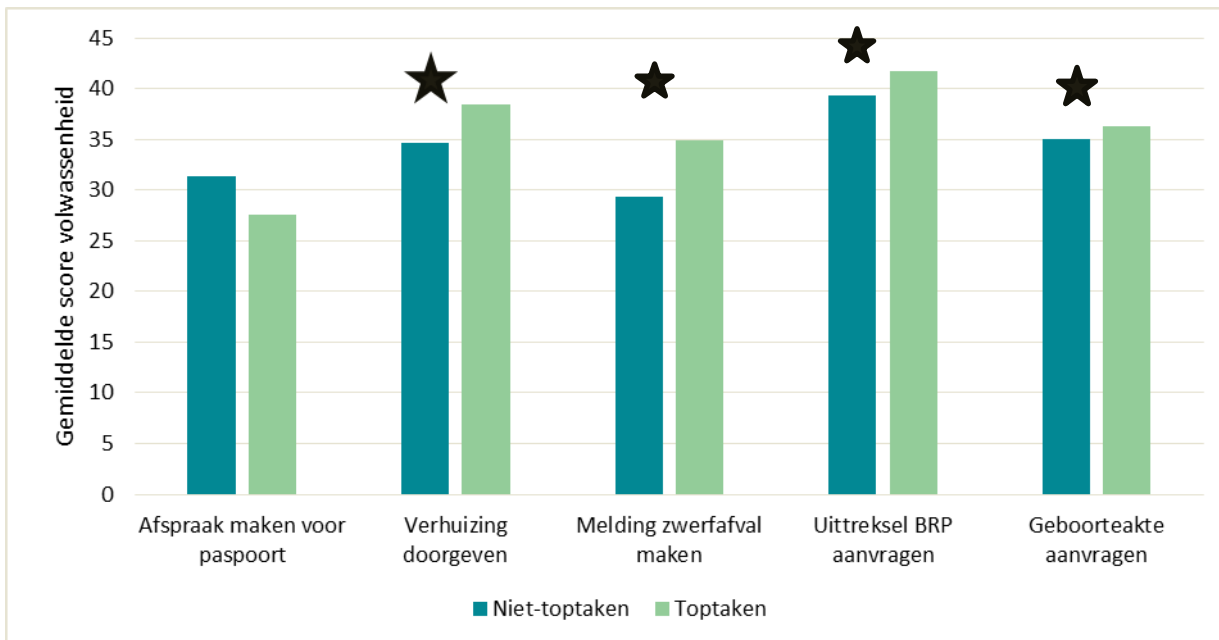
### Gebruikte tests

De volwassenheidsscores zijn getest op significante verschillen tussen gemeenten met een toptakenwebsite en met een niet-toptakenwebsite met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

Figuur 12 toont de volgende resultaten:

- Er is geen significant verschil gevonden in de volwassenheidsscore voor de taak 'afspraak maken voor een paspoort'.
- Voor de taken verhuizing doorgeven, melding zwerfafval en het aanvragen van een uittreksel BRP of een geboorteakte is een significant verschil gevonden tussen de gemeente met een toptakenwebsite en een niet-toptakenwebsite.
  - De gemiddelde score voor het doorgeven van een verhuizing ligt voor toptakenwebsites hoger dan voor niet-toptakenwebsites (38.4 vs. 34.6).
  - Gemiddeld hebben gemeenten met een toptakenwebsite een volwassenheidsscore van 34.9 voor het melden van zwerfafval tegenover een gemiddelde score van 29.3 voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite.
  - Voor het aanvragen van een uittreksel BRP scoren de toptakenwebsite gemiddeld ook hoger dan de niet-toptakenwebsites (41.7 vs. 39.3).
  - Bij het aanvragen van een geboorteakte scoren gemeenten met een toptakenwebsite gemiddeld 36.2 punten van de volwassenheidsscore tegenover gemiddeld 35.0 punten voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite.



*Figuur 12: Gemiddelde volwassenheidsscore voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite en een toptakenwebsite voor de taken afspraak maken voor paspoort, verhuizing doorgeven, melding maken over zwerfafval, aanvragen van uittreksel BRP en het aanvragen van een geboorteakte. Het aantal sterren geeft de significantie weer. \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .*

## Hypothese 2d: Gebruik digitale kanaal

Websitegebruikers van een toptakenwebsite gebruiken het digitale kanaal vaker dan bezoekers van een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Hoewel toptakenwebsites gemiddeld vaker worden bezocht is dit verschil niet significant. Er is echter wel een verschil in het aantal unieke paginaweergaven voor de taken paspoort, rijbewijs, uittreksel BRP en verhuizen. Websitegebruikers van een toptakenwebsite bekijken deze pagina's vaker. Voor de taken contact en openingstijden en afval is het bezoek op toptakenwebsites ook hoger, maar dit verschil is niet significant.

### Variabelen

Om deze hypothese te toetsen wordt er een vergelijking gemaakt tussen gemeenten met een toptakenwebsite en gemeenten met een niet toptakenwebsite voor de volgende variabelen:

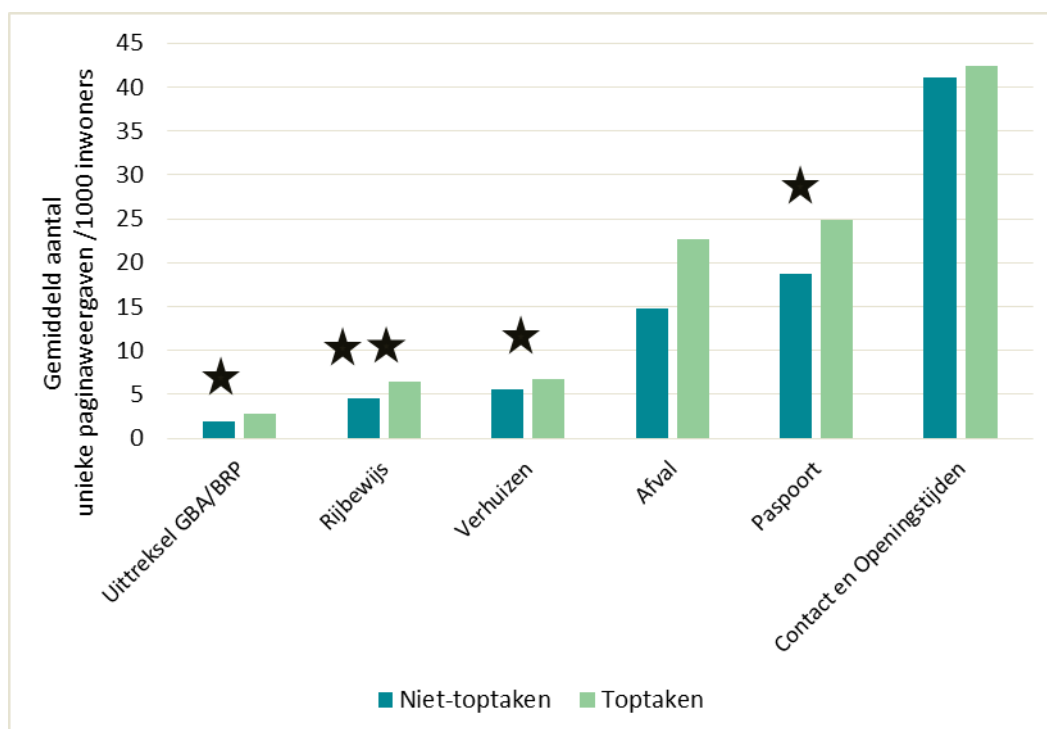
- Aantal websitebezoeken per 1000 inwoners.
- Aantal unieke paginaweergaven per 1000 inwoners voor de taken uittreksel GBA/BRP, rijbewijs, verhuizing, afval, paspoort en contact en openingstijden.

### Gebruikte tests

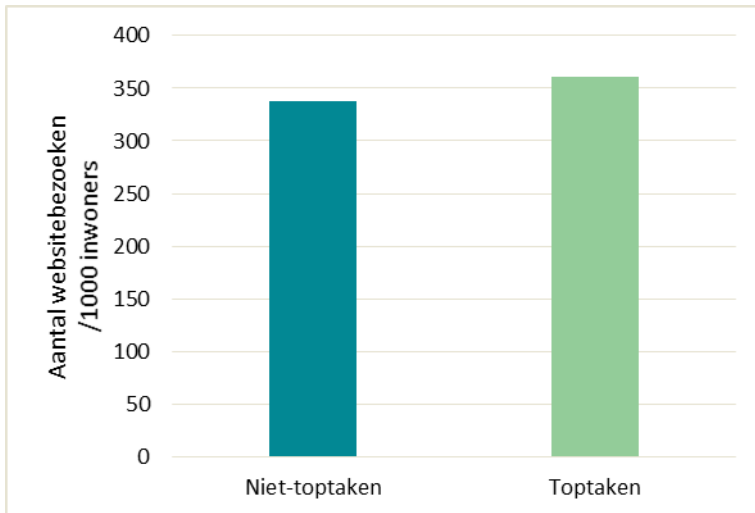
Voor deze hypothese zijn alle gegevens onderzocht met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

Zoals te zien in figuur 13 is er een significant hoger aantal paginaweergaven voor paspoort, rijbewijs, uittreksel BRP en verhuizen. Voor contact en openingstijden en voor afval werd geen significant verschil gevonden tussen toptakenwebsites en niet-toptakenwebsites. Ondanks dat figuur 13 een groot verschil laat zien tussen het aantal unieke paginaweergaven van de websites voor afval, is dit verschil niet significant. Dit wordt veroorzaakt door een grote spreiding van de data, waardoor er geen significant verschil wordt gevonden.



Figuur 13: Gemiddeld aantal paginaweergaven per 1000 inwoners voor verschillende taken voor toptaken en niet-toptakenwebsites. Het aantal sterren geeft de significantie weer. \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .



*Figuur 14: laat het aantal websitebezoeken in mei 2014 zien voor niet-toptakenwebsites en toptakenwebsites. Beide type websites hebben gemiddeld meer dan 300 websitebezoeken per 1000 inwoners. Er is geen significant verschil gevonden tussen niet-toptakenwebsites*

## Hypotheses 2 e t/m h: Vindbaarheid statische informatie en alternatieven

**2e** Gemeenten met een toptakenwebsite bieden minder statische informatie aan m.b.t. verordening, bestemmingsplannen, bekendmakingen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunningen dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

**2f** Bij gemeenten met een toptakenwebsite worden alternatieven aangeboden om bovenstaande informatie te verstrekken.

**2g** Websitegebruikers van de toptakenwebsite hebben nog steeds behoefte aan deze informatie.

**2h** Deze informatie wordt minder bekeken bij gemeenten met een toptakenwebsite dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

## Conclusie

**2e** Informatie over bestemmingsplannen en verordeningen wordt meer gevonden op een toptakenwebsite dan op een niet-toptakenwebsite. Het vinden van informatie over omgevingsvergunningen verschilt nauwelijks tussen gemeenten met een toptakenwebsite en de niet-toptakenwebsite. Op toptakenwebsites wordt minder informatie over bekendmakingen en over de agenda voor de raadsvergadering gevonden.

**2f** Zowel toptaken als niet-toptakenwebsites geven meestal alternatieven als de statische informatie niet op de website wordt aangeboden. In de meeste situaties neemt de gemeente een link naar een externe website op. Hierbij bestaat er weinig verschil tussen toptaken en niet-toptakenwebsites. De enige uitzondering hierop lijkt de omgevingsvergunning te zijn. Deze wordt in mindere mate aangeboden en vooral bij niet-toptakenwebsites is deze informatie lang niet altijd beschikbaar (zie tabel 2).

**2g** Er wordt meer gezocht op bekendmakingen op een toptakenwebsite dan op niet-toptakenwebsites. Daaruit zou kunnen blijken dat er nog steeds behoefte is aan deze informatie. Er is geen verschil gevonden tussen de websites in het aantal zoekwoorden voor de overige statische informatie.

**2h;** Het aantal unieke paginaweergaven verschilt niet tussen toptakenwebsites en niet-toptaken ingerichte websites, wat aangeeft dat er geen verschil is in hoe vaak deze informatie wordt bekeken.

## Variabelen

Er is voor deze hypothese met behulp van deskresearch onderzocht hoe informatie over bestemmingsplannen, bekendmakingen, omgevingsvergunningen, verordeningen en de agenda van de raadsvergaderingen wordt aangeboden. Hierbij is onderzoek gedaan vanuit het gebruikersperspectief. Er is eerst via de Google zoekmachine gezocht en indien er geen zoekresultaten waren, is er via de interne zoekmachine van de gemeente gezocht naar het type statische informatie. Werd hier geen resultaat gegeven dan is een korte zoektocht via de navigatie uitgevoerd.

Indien een gemeente geen informatie publiceert op de eigen pagina is er gekeken of er een link naar een externe site is geplaatst waar de publicaties wel te vinden zijn. Als dit niet het geval was, is er gekeken of de informatie elders nog werd aangeboden of dat deze niet vindbaar was voor de webgebruiker.

Er zijn geen gemeenten uitgesloten voor dit onderzoek.

De variabelen van hypothese 2e lijken op de variabelen bij hypothese 1e. De gegevens die in hypothese 1e zijn geanalyseerd zijn door gemeenten zelf ingevuld in de digitale vragenlijst. De resultaten die hieronder volgen kunnen worden gezien als een zoektocht vanuit het gebruikersperspectief met betrekking tot de verschillende typen statische informatie.

Naast de deskresearch is het aantal zoekwoorden met betrekking tot deze onderwerpen ten opzichte van het totaal aantal zoekwoorden onderzocht. Ook het aantal paginaweergaven per onderwerp is geanalyseerd.



## Gebruikte tests

De resultaten van de deskresearch zijn beschrijvend onderzocht. Het aantal zoekwoorden per onderwerp en het aantal paginaweergaven zijn statistisch geanalyseerd met een Mann-Whitney U test.

## Resultaat

Tabel 5 laat zien dat op toptakenwebsites vaker informatie over het bestemmingsplan en verordeningen wordt gevonden. Het verschil van vindbaarheid van omgevingsvergunningen is zeer klein (21% vs 19%). Bij niet-toptakenwebsites wordt informatie over bekendmakingen en de agenda van de raadsvergaderingen weer vaker gevonden.

Wanneer informatie niet op de eigen website wordt aangeboden wordt er zowel door toptaken als niet-toptakenwebsites over het algemeen verwezen naar een externe website (zie tabel 5). De enige negatieve uitzondering zijn de omgevingsvergunningen die vooral bij niet-toptaken nergens vindbaar zijn.

Om te onderzoeken of er een vraag is naar de statische informatie is het aantal zoekwoorden geanalyseerd. Het aantal keer dat er gezocht wordt op bekendmaking is statistisch hoger bij toptakenwebsites dan bij niet-toptakenwebsites. Het aantal keer dat de pagina wordt weergegeven verschilt echter niet tussen de verschillende websites.

Tabel 5: Overzicht van vindbaarheid statische informatie.

		Vindbaar op:			
		Website	Website met link externe bron	Google	Niet vindbaar
<b>Bestemmingsplan</b>	TT	57%	43%	0%	0%
	NTT	32%	67%	1%	0%
<b>Verordeningen</b>	TT	43%	57%	0%	0%
	NTT	30%	66%	4%	0%
<b>Omgevingsvergunning</b>	TT	21%	29%	36%	14%
	NTT	19%	18%	30%	33%
<b>Bekendmakingen</b>	TT	68%	29%	4%	0%
	NTT	85%	15%	0%	0%
<b>Agenda raadsvergaderingen</b>	TT	43%	57%	0%	0%
	NTT	52%	48%	0%	0%

## Hypothese 2i-j: Samenwerkende catalogi

**2i;** Gemeenten met een toptakenwebsite hebben minder vaak een aansluiting op de Samenwerkende Catalogi dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

**2j;** Gemeenten met een toptakenwebsite bieden minder informatie aan de Samenwerkende Catalogi dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

**2i;** Slechts één gemeente biedt geen informatie aan de Samenwerkende Catalogi. Dit is een niet-toptaken website.

**2j;** Gemeenten met een toptakenwebsite bieden significant minder producten aan de Samenwerkende Catalogi aan dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Variabelen

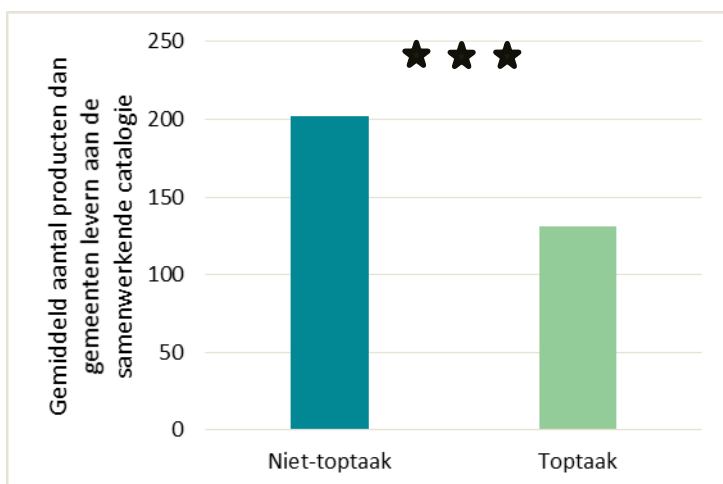
Voor beantwoording van deze hypothese is er contact opgenomen met Logius. Logius heeft een recente lijst opgeleverd met de gemeenten die aangesloten zijn op de samenwerkende catalogi. In deze lijst is eveneens per gemeente aangegeven hoeveel producten zij aanleveren aan de samenwerkende catalogi. Als de feed op het moment van opvragen niet valide was, zijn deze gemeenten uitgesloten van de analyses. Er was één gemeente die twee feeds aanlevert aan de samenwerkende catalogi, één voor het bedrijvenloket en één voor burgers. Deze zijn opgeteld. Een andere gemeente leverde ook twee feeds aan. Hierbij kon het verschil tussen beide feeds niet bepaald worden. Om deze reden is deze gemeente uitgesloten van de analyse.

### Gebruikte tests

Het aantal producten die door de gemeenten aan de samenwerkende catalogi worden aangeboden zijn statistisch onderzocht met een Mann-Whitney U test.

### Resultaten

Van de aangeleverde lijst met alle 403 gemeenten blijkt dat slechts één gemeente niet is aangesloten op de samenwerkende catalogi. Het gemiddeld aantal producten dat gemeenten aan de Samenwerkende Catalogi leveren is voor gemeenten met een toptakenwebsite lager dan voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite. Gemeenten met een toptakenwebsite bieden gemiddeld 131 producten aan. Gemeenten met een niet-toptakenwebsite bieden gemiddeld 202 producten aan.



*Figuur 15: Het gemiddeld aantal producten dat gemeenten met een niet-toptakenwebsite of een toptakenwebsite aanbieden aan de samenwerkende catalogi. \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .*

## Hypothese 2k -2l: Productdienstencatalogus

**2k.** Gemeenten met een toptakenwebsite bieden minder vaak een productdienstencatalogus aan op de website dan gemeenten met een niet toptakenwebsite.

**2l.** Gemeenten met een toptakenwebsite die een productdienstencatalogus aanbieden op de website bieden minder producten via de productdienstencatalogus aan dan gemeenten met een niet toptakenwebsite.

### Conclusie

Gemeenten met een toptakenwebsite bieden inderdaad minder vaak een productdienstencatalogus aan. 86% van de gemeenten met een niet-toptakenwebsite maakt gebruik van de productdienstencatalogus tegenover 54% van de gemeenten met een toptakenwebsite. Er is echter geen verschil in het aantal producten dat via de productdienstencatalogus wordt aangeboden tussen de gemeenten met een toptakenwebsite en niet-toptakenwebsite die de productdienstencatalogus op hun website inzetten.

### Variabelen

Voor het beantwoorden van deze hypothesen zijn in de digitale vragenlijst vragen opgenomen over het gebruik van de productdienstencatalogus. Gevraagd is of de betreffende gemeenten gebruikmaakt van een productdienstencatalogus en zo ja, hoeveel producten er worden aangeboden.

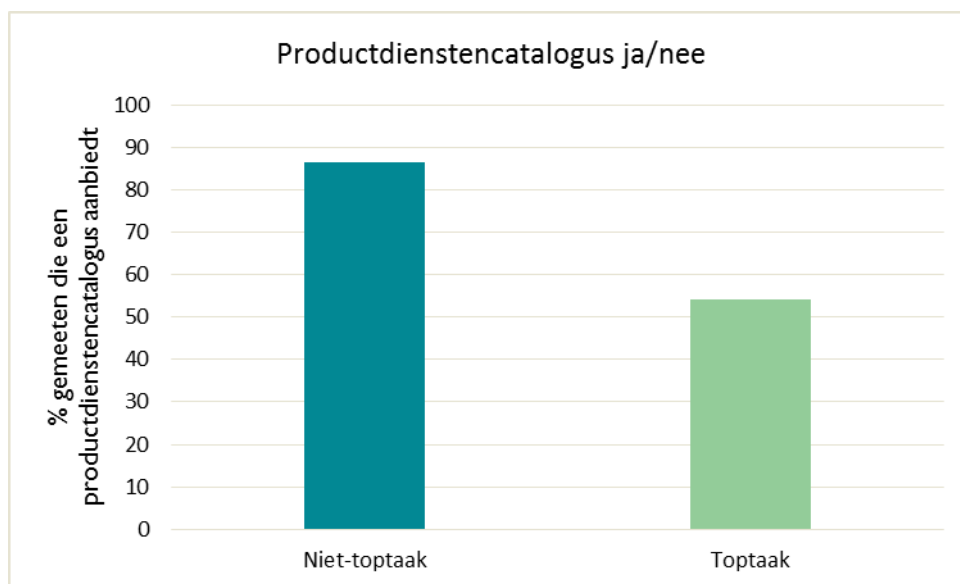
### Gebruikte tests

De resultaten uit de digitale vragenlijst zijn beschrijvend geanalyseerd. Het aantal digitale producten is statistisch geanalyseerd met een Mann-Whitney U.

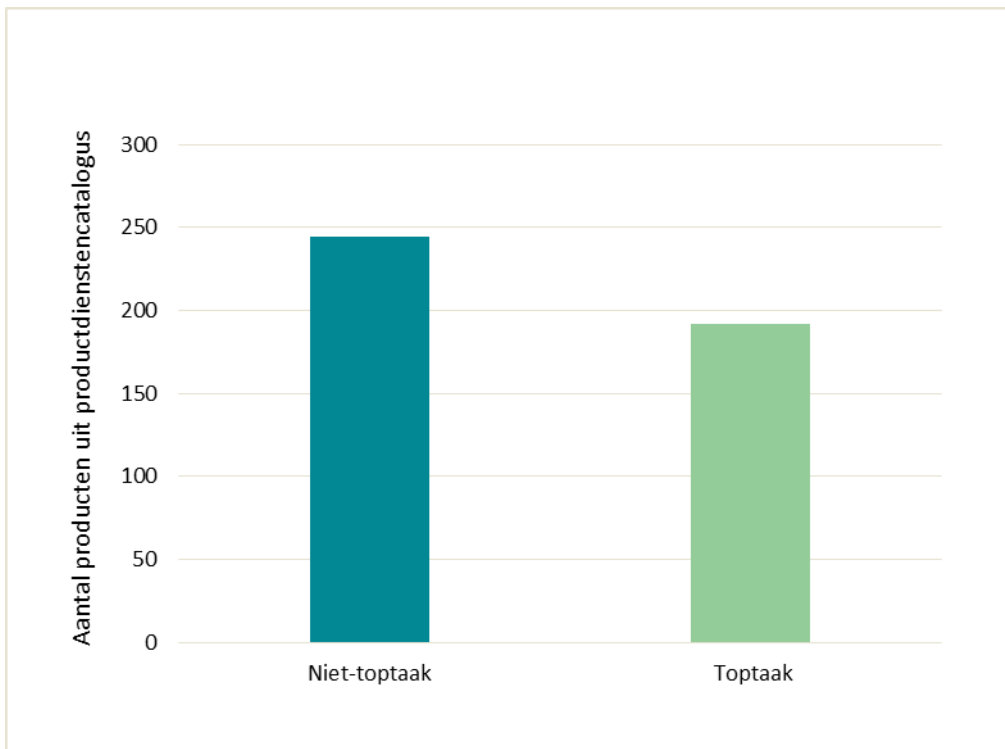
### Resultaat

Uit figuur 16 blijkt dat 86% van de gemeenten met een niet-toptakenwebsite gebruik maakt van de productdienstencatalogus. 54% van de gemeenten met een toptakenwebsite plaatst producten uit de catalogus op zijn website (figuur 16).

Het aantal producten dat een niet-toptakenwebsite of een toptakenwebsite aanbiedt als deze gebruik maakt van de productdienstencatalogus, verschilt niet significant. Gemiddeld gebruiken niet-toptakenwebsites 244.5 diensten uit de productdienstencatalogus. Gemeenten met een toptakenwebsite plaatsen gemiddeld 191.8 producten op de website (figuur 17).



Figuur 16: Het percentage gemeenten dat aangeeft gebruik te maken van de productdienstencatalogus.



*Figuur 17: Het aantal producten dat door een gemeenten met een (niet)-toptakenwebsite op de website wordt gebruikt.*

## Hypothese 2o: Open data

Gemeenten met een toptakenwebsite bieden minder open data aan op de open data portal dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Procentueel is er geen verschil in gebruik van data.overheid.nl tussen gemeenten met een toptakenwebsite en gemeenten met een niet-toptakenwebsite. Van beide groepen gemeenten maakt minder dan 4% gebruik van deze open data portal. Het gebruik van de open data portal is dusdanig laag, dat er geen uitspraak kan worden gedaan over deze hypothese.

### Variabelen

Het aantal datasets van gemeenten gepubliceerd op data.overheid.nl.

### Gebruikte test

Deze hypothese is beschrijvend geanalyseerd. Hierbij is gekeken naar het totaal aantal gemeenten die gebruik maken van data.overheid.nl en naar het aantal datasets dat wordt gepubliceerd.

### Resultaat

Van de 403 onderzochte gemeenten maken 15 gemeenten gebruik van de open data portal data.overheid.nl om informatie te delen (zie tabel 6). Deze 15 gemeenten delen samen 161 datasets, waarvan slecht één dataset van een gemeente met een toptakenwebsite is. Het percentage gemeenten die gebruik maakt van de open data portal verschilt niet tussen de toptakenwebsite en niet toptakenwebsite gemeente.

*Tabel 6: Gebruik van de open data portal data.overheid.nl door gemeente met en zonder toptaken websites.*

	TT	NTT
<b>Maakt gebruik van data.overheid.nl</b>	1	14
<b>Maakt geen gebruik van data.overheid.nl</b>	27	361
<b>% gemeenten die gebruik maakt van data.overheid.nl</b>	3.7%	3.4 %
<b>Aantal datasets op data.overheid.nl</b>	1	160

## Hypothese 2p: Percentage verklarende webpagina's

Gemeenten met een toptakenwebsite verklaren met minder webpagina's meer websitebezoek dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.

### Conclusie

Gemeenten met een toptaken ingerichte website verklaren een groter deel van het internetverkeer met de top 10, top 100 en top 500 pagina's dan niet-toptakenwebsites. Dit resultaat is niet verrassend, aangezien de toptakenwebsites zich specifiek richten op webpagina's die vaak worden bekeken.

### Variabelen

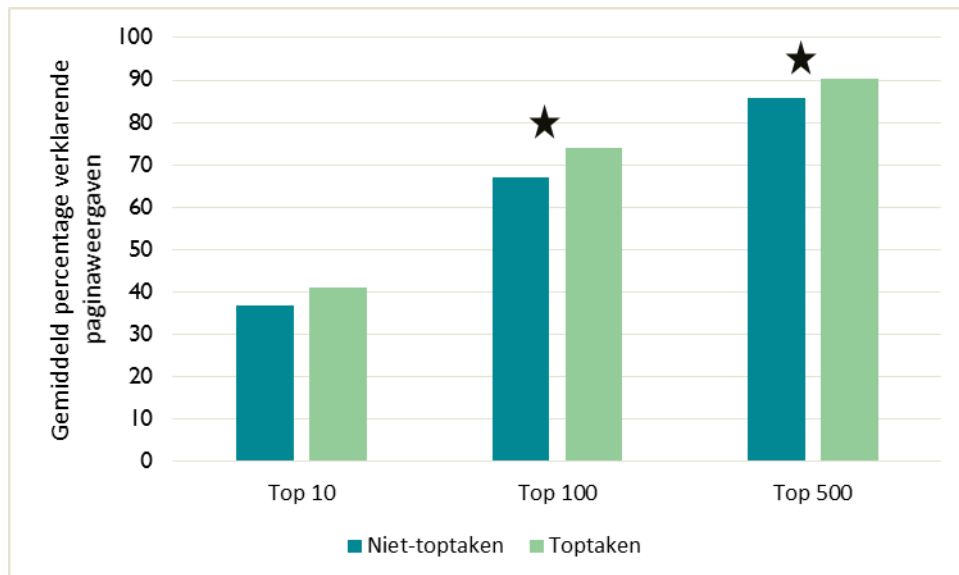
De mate waarin de top 10, top 100 en top 500 verantwoordelijk zijn voor het totaal aantal unieke paginaweergaven.

### Gebruikte tests

Voor deze hypothese zijn alle gegevens onderzocht met een Mann-Whitney U test.

### Resultaat

Figuur 18 laat zien dat voor zowel de top 100 als de top 500 webpagina's, een toptakenwebsite een hoger percentage van het totaal aantal paginaweergaven verklaard. De top 10 webpagina's is bijna significant met  $p$  waarde van 0.1. Voor de top 100 en top 500 pagina's word een significant hoger percentage van het totaal aantal paginaweergaven verklaard door de toptakenwebsites.



Figuur 18: Gemiddeld percentage verklarende paginaweergaven voor de top 10, top 100 en top 500 webpagina's voor niet-toptakenwebsites en toptakenwebsites. Het aantal sterren geeft de significantie weer: \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

## Bijlage 4: Resultaten van de analyses per hypothese

Korte toelichting tabel: Als de  $p$  waarde lager is dan 0.05 is het verschil significant (groen is significant, rood is niet significant). Als de  $p$  waarde tussen de 0.10 en 0.05 ligt, kan er van een trend worden gesproken (oranje). Deze uitkomsten worden met oranje aangegeven. Het aantal toptakenwebsites (TT) en niet-toptakenwebsites (NTT) die meegenomen konden worden in de analyse worden weergegeven onder aantal TT/NTT. Als de groep onder de 7 gemeenten kwam is de analyses niet uitgevoerd, omdat dit een te laag aantal is om betrouwbaar te testen.

Hypothese	Beschrijvend of statistisch onderzocht	Onderzochte gegevens	Variabelen	Statistische toets	Correcties	Aantal TT/NTT	Statistisch resultaat
<b>Hypothese 1 Een toptakeningerichte website van een gemeenten biedt kostenvoordelen voor de betreffende gemeenten ten opzichte van een niet-toptaken ingerichte website.</b>							
1a Het aantal digitale transacties van gemeenten met betrekking tot toptaken bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>hoger</u> dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	# digitale transacties per 1000 inwoners	Verhuizing 2013	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=52	Z=-0.446 $p= 0.656$
			Verhuizing 2014	Mann-Whitney U		TT=16 NTT=56	Z=-1.327 $p= 0.184$
			Verhuizing 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=16 NTT=51	Z=-0.610 $P =0.542$
			Melding openbare ruimte 2013	Mann-Whitney U		TT=14 NTT=42	Z=-0.000 $p= 1.000$
			Melding openbare ruimte 2014	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=44	Z=-0.016 $p= 0.987$
			Melding openbare ruimte 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=14 NTT=41	Z=-0.019 $P =0.985$
			BRP 2013	Mann-Whitney U		TT=15 NTT=53	Z=-0.214 $p= 0.830$
			BRP 2014	Mann-Whitney U		TT=15 NTT=57	Z=-0.409 $p= 0.683$
			BRP 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=15 NTT=53	Z=-0.104 $p= 0.918$

			Akte 2013	Mann-Whitney U		TT=13 NTT=50	Z=-0.221 p= 0.825	
			Akte 2014	Mann-Whitney U		TT=13 NTT=55	Z=-0.897 p= 0.370	
			Akte 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=13 NTT=49	Z=-1.186 p= 0.236	
			Totale transacties 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=11 NTT=30	Z=-1.177 p= 0.239	
			Afspraak 2013	Te weinig gegevens beschikbaar.				
			Afspraak 2014	Te weinig gegevens beschikbaar.				
		#paginaweergaven Per 1000 inwoners	Akte	Mann-Whitney U	Outlier Rotterdam verwijderd	TT=15 NTT=56	Z=-2.000 p=0.045	
			Verhuizing	Mann-Whitney U	Outlier Rotterdam verwijderd	TT=17 NTT=61	Z=-2.318 p=0.020	
			Uittreksel BRP	Mann-Whitney U	Outlier Rotterdam verwijderd	TT=16 NTT=59	Z=-2.237 p=0.025	
1b Het aantal digitale transacties met betrekking tot niet-toptaken bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>hoger</u> dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	# digitale transacties per 1000 inwoners	Gevonden en verloren 2013	Mann-Whitney U	Te weinig gegevens beschikbaar.			
			Gevonden en verloren 2014	Mann-Whitney U	Te weinig gegevens beschikbaar.			
			Automatische incasso 2013	Mann-Whitney U		TT=7 NTT=22	Z=-1.020 p=0.308	
			Automatische incasso 2014	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=20	Z=-0.254 p=0.799	
			Automatische incasso 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=6 NTT=16	Z=-0.591 p=0.554	
			#paginaweergaven Per 1000 inwoners	Gevonden en verloren	Mann-Whitney U		TT=16 NTT=63	Z= -1.415 p=0.157
		Automatische incasso		Mann-Whitney U		TT=12 NTT=32	Z=-1.423 p=0.155	



1c De verhouding transacties digitaal / balie per product bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>hoger</u> dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	Verhouding digitale transactie/balie	Verhuizing 2013	Mann-Whitney U		TT=10 NTT=37	Z=-0.390 p=0.697	
			Verhuizing 2014	Mann-Whitney U		TT=9 NTT=42	Z=-0.000 p=1.000	
			Verhuizing 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=9 NTT=35	Z=-0.422 P=0.673	
			Akte 2013	Mann-Whitney U		TT=7 NTT=42	Z=-0.114 p=0.909	
			Akte 2014	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=45	Z=-1.479 p=0.139	
			Akte 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=7 NTT=39	Z=-1.454 p=0.146	
			Uittreksel BRP 2013	Mann-Whitney U		TT=10 NTT=44	Z=-0.579 p=0.563	
			Uittreksel BRP 2014	Mann-Whitney U		TT=10 NTT=46	Z=-0.727 p=0.467	
			Uittreksel BRP 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=10 NTT=42	Z=-0.673 p=0.501	
1d De verhouding transacties digitaal / telefoon per product bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>hoger</u> dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	Verhouding digitale transactie/telefoon	Melding openbare ruimte 2013	Mann-Whitney U		TT=11 NTT=28	Z=-0.531 p=0.596	
			Melding openbare ruimte 2014	Mann-Whitney U		TT=11 NTT=32	Z=-1.002 p=0.316	
			Melding 2014/2013	Mann-Whitney U		TT=10 NTT=27	Z=-0.274 p=0.784	
			Afspraak 2013	Te weinig gegevens beschikbaar.				
			Afspraak 2014	Te weinig gegevens beschikbaar.				
1e Het aantal niet-redactionele webpagina's (statische pagina's) bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>lager</u> dan bij gemeenten met ene niet-toptakenwebsite.	Beschrijvend	Hoeveelheid statische informatie	Worden verordening, bestemmingsplan, bestuurlijke stukken, omgevingsvergunning gepubliceerd en verwijderd?			TT=25 NTT=64		
1f Het aantal webpagina's met een redactioneel karakter bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>lager</u> dan in situaties voor de toptakenwebsite.	Beschrijvend	Pagina's met een redactioneel karakter	Is er een afname in het aantal redactionele pagina's?			TT=25		

<p>1g Het aantal FTE dat de redactionele webpagina's beheert is <u>lager</u> bij gemeenten met een toptakenwebsite dan in de situatie voor de toptakenwebsite.</p>	<p>Beschrijvend</p>	<p>FTE voor pagina's met redactioneel karakter</p>	<p>Verandering in aantal FTE</p>			<p>TT=25</p>	
--	---------------------	--	----------------------------------	--	--	--------------	--

Hypothese 2 Een toptakeningerichte website van een gemeenten biedt kwaliteitsvoordelen voor de burgers/bedrijven die de website bezoeken ten opzichte van een niet-toptaken ingerichte website.							
2a Het aantal diensten dat bij gemeenten met een toptakenwebsite digitaal kan worden afgenomen is <u>hoger</u> dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	Gemiddeld aantal digitale diensten	Aantal digitale diensten	Mann-Whitney U		TT=24 NTT=61	Z=-0.244 p=0.807
2b Digitale producten/diensten (incl. informatiestrekking) bij gemeente met een toptakenwebsite zijn <u>sneller</u> te vinden door burgers/bedrijven dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	Gemiddelde tijd tot bereiken uitstappagina in seconden	Afval	Te weinig gegevens beschikbaar.			
			Omgevingsvergunning	T test voor onafhankelijk steekproef		TT=7 NTT=23	t=-0.597 p=0.555
2c Het niveau van volwassenheid van digitale aanvragen bij gemeenten met een toptakenwebsite is <u>hoger</u> dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	Volwassenheidsscore	Afspraak	Mann-Whitney U		TT= 28 NTT=28	Z=-0.257 p=0.797
			Verhuizing	Mann-Whitney U		TT= 27 NTT=27	Z=-2.265 p=0.023
			Melding openbare ruimte	Mann-Whitney U		TT= 27 NTT=28	Z=-2.042 p=0.041
			BRP	Mann-Whitney U		TT= 28 NTT=25	Z=-2.004 p=0.045
			Akte burgerlijke stand	Mann-Whitney U		TT=28 NTT=26	Z=-1.978 p=0.048

2d Websitegebruikers van een toptakenwebsite gebruiken het digitale kanaal <u>vaker</u> dan websitegebruikers van een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	# paginaweergegeven per 1000 inwoners	Paspoort	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=62	Z=-2.446 p=0.014
			Contact en openingstijden	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=63	Z=-0.359 p=0.720
			Rijbewijs	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=67	Z=-2.945 p=0.003
			Afval	Mann-Whitney U		TT=14 NTT=49	Z=-1.438 p=0.150
			Uittreksel BRP	Mann-Whitney U		TT=16 NTT=60	Z=-2.102 p=0.036
			Verhuizen	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=62	Z=-2.183 p=0.029
	# websitebezoeken per 1000 inwoners	Bezoekers	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=73	Z=-0.737 p=0.461	
2e Gemeenten met een toptakenwebsite bieden <u>minder</u> statische informatie aan m.b.t. verordening, bestemmingsplannen, bekendmakingen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunning dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Beschrijvend	# gemeenten die statische informatie op de website publiceren.	Bestemmingsplan			TT=28 NTT=73	
			Bekendmakingen			TT=28 NTT=73	
			Omgevingsvergunning			TT=28 NTT=73	
			Verordeningen			TT=28 NTT=73	
			Agenda voor de raadsvergadering			TT=28 NTT=73	
2f Bij gemeenten met een toptakenwebsite <u>worden</u> <u>alternatieven</u> aangeboden om informatie betreffende verordeningen, bestemmingsplannen, bekendmakingen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunning te verkrijgen.	Beschrijvend	# gemeenten die een alternatief bieden voor het vinden van statische informatie Via een link naar een externe website of anders	Bestemmingsplan			TT=12 NTT=50	
			Bekendmakingen			TT=9 NTT=11	
			Omgevingsvergunning			TT=22 NTT=59	
			Verordeningen			TT=16 NTT=51	
			Agenda voor de raadsvergadering			TT=16 NTT=35	

2g Bij websitegebruikers van de toptakenwebsites <u>is nog steeds behoefte</u> aan de informatie benoemd in 2f.	Statistisch	# zoekwoorden / totaal aantal zoekwoorden(/1000).	Verordening	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=47	Z=-0.764 p=0.445
			Bestemmingsplan	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=47	Z=-0.764 p=0.445
			Bekendmakingen	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=47	Z=-2.876 p=0.004
			Agenda raadsvergadering	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=47	Z=-0.443 p=0.657
			Omgevingsvergunning	Mann-Whitney U		TT=8 NTT=47	Z=-1.601 p=0.109
2h De verschillende informatie wordt <u>minder</u> bekeken bij gemeenten met een toptakenwebsite dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	# bekeken pagina's van onderwerp per inwoner	Verordening	Mann-Whitney U	Outlier Amsterdam verwijderd	TT=17 NTT=71	Z=-1.231 p=0.218
			Bestemmingsplan	Mann-Whitney U	Outlier Amsterdam verwijderd	TT=17 NTT=72	Z=-1.252 p=0.210
			Bekendmakingen	Mann-Whitney U	Outlier Amsterdam verwijderd	TT=16 NTT=72	Z=-0.460 p=0.646
			Omgevingsvergunning	Mann-Whitney U	Outlier Amsterdam verwijderd	TT=17 NTT=72	Z=-0.021 p=0.983
			Agenda raadsvergadering	Te weinig gegevens beschikbaar.			
2i Gemeenten met een toptakenwebsite hebben <u>minder</u> vaak een aansluiting op de samenwerkende catalogi dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Beschrijvend	# gemeenten die een aansluiting hebben op de samenwerkende catalogi.					
2j Gemeenten met een toptakenwebsite bieden <u>minder</u> informatie aan, aan de Samenwerkende Catalogi dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	# producten die gemeenten aanbieden aan de Samenwerkende Catalogi		Mann-Whitney U		TT=27 NTT=339	Z=-3.661 p=<0.000

2k Gemeenten met een toptakenwebsite bieden <u>minder</u> vaak een productdienstencatalogus aan op de website dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Beschrijvend	Wel of geen producten uit de productdienstencatalogus				TT=24 NTT=66	
2l Gemeenten met een toptakenwebsite die een productdienstencatalogus aanbieden op de website beiden <u>minder</u> producten via de productdienstencatalogus aan dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistische	# producten die via een productdienstencatalogus worden aangeboden op de website	Producten in de productdienstencatalogus	Mann-Whitney U		TT=13 NTT=57	Z=-1.352 $p=0.176$
2m Gemeenten met een toptakenwebsite scoren <u>hoger</u> op de automatische toets voor webrichtlijnen dan niet-toptakenwebsites.	Toetsing was niet mogelijk. Een tool om op basis van de webrichtlijnen versie 2 te toetsen was nog in ontwikkeling ten tijde van afronding van dit rapport.						
2n Gemeenten met een toptakenwebsite hebben een <u>hogere</u> score (meer sterren) qua webrichtlijnen certificering dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	In overleg met het ministerie van BZK is deze hypothese vervallen.						
2o Gemeenten met een toptakenwebsite bieden <u>minder</u> open data aan op de open data portal dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Beschrijvend	Informatie aanbieden via open data portal data.overheid.nl	Aantal gemeenten die datasets gepubliceerd op data.overheid.nl			TT=29 NTT=374	
2p Gemeenten met een toptakenwebsite verklaren met <u>minder pagina's meer websitebezoek</u> dan gemeenten met een niet-toptakenwebsite.	Statistisch	Verhouding verklarende webpagina's	Top 10	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=72	Z=-1.659 $p=0.097$
			Top 100	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=72	Z=-2.401 $p=0.016$
			Top 500	Mann-Whitney U		TT=17 NTT=72	Z=-2.265 $p=0.024$

## Bijlage 5: Volwassenheidsscore

De volwassenheidsscore is ontwikkeld om hypothese 2c te toetsen:

*Het niveau van volwassenheid van digitale aanvragen bij gemeenten met een toptakenwebsite is hoger dan bij gemeenten met een niet-toptakenwebsite.*

Volwassenheid is als volgt gedefinieerd:

In welke mate is een product/dienst vindbaar op de website en snel, efficiënt (volledig digitaal) af te ronden?

### Aanpak deskresearch

Onderzoeken van de mate van volwassenheid van dienstverleningsprocessen:

1. Afspraak maken (paspoort)
2. Verhuizing doorgeven (naar gemeente)
3. Melding Openbare Ruimte (zwerfafval)
4. Uittreksel BRP
5. Akte Burgerlijke Stand (geboorteakte)

*Onderzoekers niet woonachtig in onderzochte gemeente*

De onderzoekers zijn woonachtig in Gemeente Utrecht. Dit is van belang bij het aanvragen van een uittreksel BRP en een geboorteakte bij andere gemeenten.

*Casus per dienstverleningsproces*

Om een uniforme vergelijking te maken per gemeente en per type aanvraag is een vaste casus per dienstverleningsproces aangehouden. In onderstaande tabel leest u welke casus is gebruikt.

*Tabel 7: Beschrijving van de casus van de onderzoeker per dienstverleningsproces*

Dienstverleningsproces	Casus
<b>Afspraak maken</b>	Maak een afspraak voor het verlengen of aanvragen van een paspoort. Maak een afspraak voor jezelf.
<b>Verhuizing doorgeven</b>	Geef je verhuizing door naar de betreffende gemeente. Verhuis hierbij alleen jezelf, er woont niemand in de woning in op het moment.
<b>Melding openbare ruimte</b>	Geef een melding zwerfafval door. Licht hierbij de melding toe.
<b>Aanvragen uittreksel BRP</b>	Vraag een uittreksel BRP aan voor jezelf.
<b>Akte Burgerlijke Stand</b>	Vraag een geboorteakte aan voor jezelf.

### *Toelichting onderzoek*

- Het onderzoek per dienst eindigde op het moment dat de onderzoeker bij de afronding van het e-formulier uitkwam. Dit was veelal het scherm met daarin de knop/weblink 'verzenden', 'afronden' of 'betalen'.
- Wanneer het mogelijk was in te loggen met DigiD is dit gedaan, eveneens is het e-formulier bestudeerd in het geval dat de website geen DigiD login aanbood.

## Indicatoren

Er zijn verschillende indicatoren bestudeerd om de volwassenheid te onderzoeken. De indicatoren inclusief de redeneerlijn om hiervoor te kiezen worden nader toegelicht.

### **Aanbiedingswijze**

Is de dienst online direct aan te vragen? Of biedt de website een PDF formulier aan om te downloaden, uit te printen, in te vullen en terug te sturen? Of wordt de dienst helemaal niet aangeboden en is het noodzakelijk langs de balie te gaan?

Een dienstverleningsproces is in deze optiek het meest volwassen als de aanvraag volledig digitaal is af te ronden.

### **Visuele vindbaarheid op de homepage**

De mate van visuele vindbaarheid om de homepage van een dienst is afhankelijk van vele factoren. In dit onderzoek is bestudeerd in hoeverre de gemeente de dienst op de homepage toont en hoe dit is gevisualiseerd. Hierbij wordt onderscheid gemaakt in het gebruiken van een button / icoon, een tekstlink of de dienst is niet vindbaar. Uitgangspunt is dat een button meer verleidt om door te klikken dan een tekstlink.

### **Visuele vindbaarheid van de link naar het e-formulier op de productpagina**

Hier geldt dezelfde gedachte als de vindbaarheid op de homepage. Met de productpagina wordt de pagina bedoeld met de informatie over de specifieke dienst en mogelijkheid om door te klikken naar het e-formulier. De weging van deze indicator is zwaarder dan de visuele vindbaarheid van de dienst op de homepage omdat:

1. De productpagina veelal de brug is naar het e-formulier.
2. Een groot deel van de websitebezoekers via Google direct op productpagina's belandt en de homepage 'overslaat'<sup>22</sup>

### **Aantal keer klikken op de 'vervolgknop' in e-formulier**

Vanuit de filosofie dat veel klikken juist minder snel en efficiënt is, is besloten een hogere score te geven voor een laag aantal verschillende pagina's in het e-formulier. In het toewijzen van de scores voor deze indicator is er vanuit gegaan dat 1 t/m 3 pagina's met velden de hoogste score krijgt. Er zijn veel gemeenten die e-formulieren hebben met wel 15 pagina's of meer. In de ogen van de webgebruiker kan dit in feite niet zorgen voor het snel en efficiënt doorlopen van een aanvraag.

### **Aantal verplichte velden in e-formulier**

Hoe minder velden, hoe sneller in te vullen. Een lager aantal velden ontvangt om die reden een hogere score. Onnodig velden invullen is extra ballast en maakt een e-formulier minder snel en efficiënt af te ronden. Een kleine nuancering dient gemaakt te worden voor een e-formulier waar 0 velden verplicht zijn om in te vullen. Een aanvraag kan dan zonder informatie wordt aangeleverd, dat is niet toereikend voor de gebruiker en voor de gemeente.

### **Intelligentie e-formulier** (van toepassing op verhuizing, uittreksel BRP en akte burgerlijke stand)

Hoe intelligent is het e-formulier in de situatie dat er ingelogd dient te worden door de webgebruiker? Bijvoorbeeld met gebruik van DigiD of BSN nummer? Wordt het e-formulier automatisch geprefilled met informatie die bekend is bij de gemeente via DigiD? Dit voorkomt onnodig invulwerk voor de webgebruiker en wordt om deze reden hoger beloond.

Bij Uittreksel BRP en Akte Burgerlijke Stand is eveneens onderzocht of de gemeente de onderzoeker wel of niet uitsluit na inloggen met DigiD. En is de afweging hierin intelligent of juist niet?

<sup>22</sup> bron: GBBO benchmarkonderzoek 2013



De onderzoeker is woonachtig in gemeente Utrecht en op het moment dat er een uittreksel BRP bij een andere gemeente aangevraagd wordt en wordt ingelogd met gebruik van DigiD, dan zou de gemeente de onderzoeker uit moeten sluiten. Immers een uittreksel BRP vraag je bij de gemeente aan waar je woonachtig bent. Wordt de onderzoeker uitgesloten dan betekent dit dat het e-formulier een hoge mate van intelligentie heeft.

Bij het aanvragen van een akte uit de burgerlijke stand, en specifiek de geboorteakte is het omgekeerde van toepassing. Websites sluiten de onderzoeker soms uit met de reden 'u woont niet in deze gemeente'. Een geboorteakte vraagt u juist aan bij de gemeente waar u geboren bent. De genoemde reden van uitsluiting is om die reden incorrect. De betreffende persoon dient alsnog de balie van deze gemeente te bezoeken om de akte aan te vragen. Eveneens zijn er gemeenten waarbij het e-formulier wel dusdanig intelligent is en aangeeft 'u bent niet geboren in deze gemeente'. De onderzoeker wordt verzocht bij de juiste gemeente zijn/haar aanvraag in te dienen. Dit indiceert een hoge mate van volwassenheid.

#### **Koopakte / huurcontract verplicht uploaden** (alleen van toepassing bij verhuizing)

Gemeenten werpen regelmatig een extra barrière op voor de personen die een verhuizing online willen doorgeven. Er wordt dan verplicht gevraagd om de koopakte / het huurcontract te uploaden. Gemeenten kunnen hier gegronde redenen voor hebben om dit verplicht te maken. Voor de webgebruiker betekent dit een extra barrière om snel en efficiënt zijn of haar verhuizing door te geven. Om die reden is ervoor gekozen om punten toe te kennen indien gemeenten juist niet om de koopakte / huurcontract vragen.

#### **Registratiemethode gebruiker** (alleen van toepassing bij melding zwerfafval)

Bij een melding openbare ruimte bieden gemeenten diverse manieren aan om je als melder te registreren. Registratiemethodes die gemeenten gebruiken zijn onder andere:

- Anoniem melden
- NAW gegevens
- BSN nummer
- Inloggen met DigiD

De redeneerlijn is dat de registratiemethode die zo min mogelijk moeite vergt van de gebruiker de hoogste score krijgt. In dit geval ontvangt de gemeente met een optie om anoniem te melden de hoogste score en een gemeente waarbij verplicht met DigiD ingelogd dient te worden de laagste score.

### **Volwassenheidsscore per digitale aanvraag**

Er is een volwassenheidsscore ontwikkeld. In welke mate draagt de score per onderzochte indicator bij aan het concept volwassenheid. De volwassenheidsscore is ontwikkeld in nauwe samenwerking met Carolien Nicolai (Gemeente Zeewolde), Bert Kuijjer (Gemeente Veenendaal), Daan Brom (Gemeente Utrechtse Heuvelrug), Jeroen Wolper (Gemeente Oegstgeest) en Arjen Kroes (ministerie van BZK) en goedgekeurd door teamleden van de begeleidingscommissie namens ministerie van BZK.

Per type aanvraag is een mix van indicatoren gebruikt om een totale score uit te rekenen. In de basis zijn de volgende indicatoren gebruikt:

- Aanbiedingswijze
- Visuele vindbaarheid homepage
- Visuele vindbaarheid e-formulier op productpagina
- Aantal keer klikken op 'vervolgknop'

Additioneel per dienstverleningsproces zijn bepaalde indicatoren toegevoegd.

Resultaat is een berekeningsmethode voor de volwassenheidsscore met een minimum van 0 en maximum van 50 punten. Deze score is vervolgens tussen beide groepen getoetst (toptaken versus niet-toptaken).

## Bijlage 6: Uitkomsten verdiepingsonderzoek deskresearch

Het deskresearch in de verdiepingsfase behandelt de volgende onderwerpen:

1. De vindbaarheid in Google en de interne zoekmachine
2. De kwaliteit van communicatie op de website (de webpagina's en navigatie)
3. De gebruiksvriendelijkheid van aanvragen van deze producten op de verschillende apparaten (desktop / mobiel / tablet)

Deze thema's zijn op basis van een expertreview in een half uur per website bestudeerd.

### 1. De vindbaarheid in Google en de interne zoekmachine

Het effect van een goede of slechte vindbaarheid in Google moet door gemeenten niet onderschat worden. Zo blijkt uit een websitestatistieken analyse dat circa 41% van de websitebezoekers van Nederlandse gemeentewebsites Google hebben gebruikt om informatie op te zoeken (bron: GBBO database gemeente websitestatistieken 2013).

Om te onderzoeken of er een verschil is tussen gemeenten die goed en slecht scoren wat betreft vindbaarheid analyseren we een selectie van elementen die voor Google belangrijk zijn<sup>23</sup>. Deze elementen zijn:

- Title tags
- Headers
- Meta Descriptions



#### Title tags

Google leest websites als het ware als een boek. Hierbij wenst Google van elke pagina een duidelijke titel. Dit wordt de title tag genoemd. Title tags zijn de titels van de pagina. Hierdoor is het voor Google duidelijk wat het hoofdonderwerp van de pagina is. Daarbij is de title tag ook de blauwe tekst in de Google zoekresultaten (zie de afbeelding hierboven). Het is voor de gebruiker een belangrijke indicator of het juiste resultaat is gevonden.

Voor dit onderzoek, wordt bestudeerd of de titel tag kwalitatief is beschreven zodat Google het juiste resultaat geeft aan de gebruiker.

#### Headers

Waar de title het hoofdonderwerp is geven de headers de onderwerpen van de verschillende alinea's weer. Ook met deze headers kan een website Google helpen om het onderwerp van een pagina duidelijk te maken.

Er is onderzocht of gemeenten een duidelijk structuur gebruiken in deze headers en of de headers duidelijkheid geven over de alinea's die volgen.

<sup>23</sup> Dit zijn lang niet alle elementen waarop websites worden beoordeeld op vindbaarheid door zoekmachines. Het zijn echter wel onderdelen waarover consensus bestaat dat deze elementen een grote invloed hebben op vindbaarheid, zoek- en klikgedrag.

## Meta Descriptions

De meta description is de tekst die in Google zoekresultaten wordt weergegeven onder de title tag en de url van het resultaat (zie onderstaande afbeelding). Hoewel de meta description nauwelijks meespeelt in de weging van Google, is een goede meta description erg belangrijk omdat hiermee het klikgedrag in Google beïnvloedt. Zie hiervoor als voorbeeld onderstaande meta description. Hier wordt al direct in Google aan de gebruiker duidelijk gemaakt dat ze het juiste resultaat gevonden hebben om een paspoort aan te vragen. Daarbij wordt direct medegedeeld dat een paspoort persoonlijk moet worden aangevraagd en dat men naar het stadsdeelkantoor moet komen en niet naar het stadhuis. Daarbij wordt de gebruiker gewezen op het meebrengen van de juiste papieren en pasfoto's.

### Paspoort en identiteitskaart - Gemeente Amsterdam

[www.amsterdam.nl/burgerzaken/paspoort/](http://www.amsterdam.nl/burgerzaken/paspoort/) ▼

Een paspoort of ID-kaart vraagt u persoonlijk aan bij een stadsdeelkantoor. Neem de juiste papieren en pasfoto's mee.

## Interne zoekmachine

Voor het onderzoek naar de interne zoekmachine is allereerst op de juiste productnaam gezocht. Daarna zijn voor de hand liggende synoniemen en verkeerde spellingen onderzocht.

De resultaten van deze zoektermen zijn hierna bekeken en vergeleken met het doel van de bezoeker.

### 1.1 Conclusie vindbaarheid in Google en de interne zoekmachine

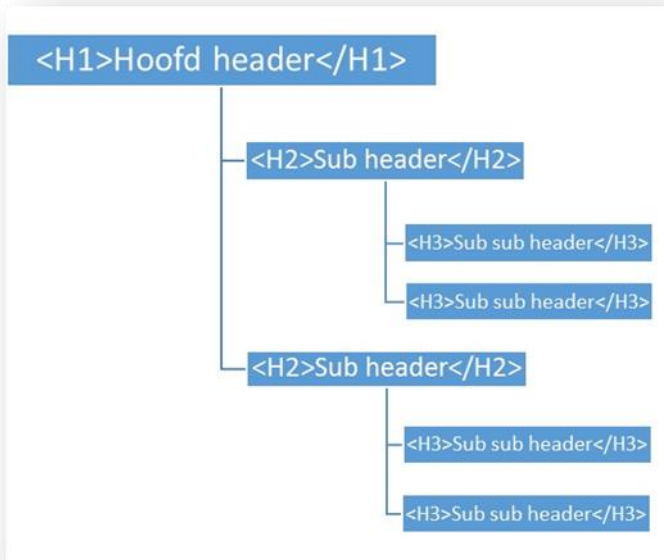
Door de vele verschillende facetten van vindbaarheid is het onmogelijk om een kwantificeerbaar onderdeel te geven over dit deel van het onderzoek. Er lijkt echter wel een klein verschil te zijn tussen goed en slecht presenterende websites. Over het algemeen zijn websites met een hoog percentage digitale transacties beter ingericht qua vindbaarheid in Google en interne zoekmachine dan websites die zeer slecht scoren.

#### Title tag

Het valt op dat bij gemeenten die relatief een laag percentage digitale aanvragen hebben dat de title tag niet goed gebruikt worden. Zo wordt bijvoorbeeld bij het aanvragen van een BRP het product zelf niet genoemd. Daarbij starten veel title tags met de gemeentenaam, een voorbeeld hiervan is: "Gemeente X / Internet / Digitaal loket / paspoort". Omdat mensen begrijpen dat een paspoort bij de gemeente hoort en zij op zoek zijn naar de paspoort pagina zou de volgende title tag beter zijn: "Paspoort – Gemeente X".

#### Headers

De slecht presterende gemeenten zijn niet goed ingericht voor een ideale vindbaarheid in Google. Zo gebruiken deze websites de headers vaak niet of slecht. Zie ter verduidelijking hiervan onderstaande afbeeldingen waarin wordt aangegeven hoe een koppenstructuur in headers ingedeeld moet worden om deze voor Google goed 'leesbaar' te maken. Naast de header structuur staat een voorbeeld van het gebruik van deze headers. Het valt op dat websites met een laag percentage van digitale transacties deze headers niet goed inrichten. Voorbeelden hiervan zijn dat de H2 header gebruikt wordt voor menu-items die op elke pagina hetzelfde zijn. Ook zijn er gemeenten die in de headers weinig extra informatie opnemen om Google het onderwerp van de pagina te laten zien (Zie als voorbeeld onderstaande screenshot waar de H2 de tekst 'kosten rijbewijs' bevat i.p.v. 'kosten').




### Interne zoekmachine

Hoewel de verschillen klein zijn, valt het op dat vooral bij slecht presterende websites de interne zoekmachine lang niet altijd goed functioneert. Zo valt het bij uittreksel BRP op dat de nog steeds gangbare term GBA bij geen van de slecht presterende gemeenten direct leidt tot de pagina van BRP. Voor de beeldvorming; uit de database van websitestatistieken van gemeente websites blijkt dat op dit moment over het algemeen vaker wordt gezocht op 'GBA' dan op 'BRP'.

## 1.2 De vindbaarheid in Google en de interne zoekmachine - tips

### Tips om de vindbaarheid in Google te verhogen:

- Gebruik een duidelijke title tag; Noem hierin niet alleen de gemeentenaam maar vooral het product. Daarbij is het product of de informatie belangrijker dan de gemeentenaam. Een gemeente heeft immers geen concurrenten en hierdoor is het effectiever om de nadruk op het product of de informatie te leggen. Gebruik dus als title tag 'Paspoort aanvragen – gemeente x' in plaats van 'Gemeente X – Paspoort aanvragen'.
- Gebruik headers op de juiste manier en maak deze waar mogelijk beschrijvend. Gebruik bijvoorbeeld 'kosten BRP uittreksel' i.p.v. 'Kosten'
- Gebruik een unieke meta description per pagina conform de voorwaarden van de zoekmachines. Hanteer de volgende regels:
  - Tussen de 130 en 150 tekens
  - Een goede beschrijving van de te verwachten pagina
  - Een afsluiter met een duidelijke call-to-action

### Tips om de vindbaarheid in de interne zoekmachine te verhogen:

- Houd rekening met synoniemen
- Houd rekening met typefouten en verkeerde spelling
- Houd rekening met reeds vervangen afkortingen en namen
- Laat de interne zoekmachine suggesties geven op basis van reeds ingevoerde letters

## 2. De kwaliteit van communicatie op de website

In het onderzoek is op het oog bestudeerd of er duidelijke verschillen zijn in de kwaliteit van communicatie op de website. Hierbij is er een studie gedaan naar het taalgebruik op de pagina's.

### 2.1 Conclusies kwaliteit van communicatie op de website

Er zijn een aantal kleine verschillen te vinden bij het vergelijken van goed en slecht presterende gemeentewebsites.

#### 2.1.1 Websites met een hoog percentage digitale transacties lijken duidelijker te communiceren

Hoewel de verschillen niet groot zijn, lijken websites met een groot aantal transacties minder woorden nodig te hebben bij het beschrijven van de producten. Dit komt vooral tot uiting bij de websites die minder goed presteren. Ze belichten meer uitzonderingen, de communicatie is verwarrender en het aanbevelen van andere klantcontactkanalen prevaleert.

##### Voorbeeld 1: Dreigend taalgebruik

Bij een slecht presterende gemeente wordt naast informatie over verhuizingen een uitgebreide waarschuwing met verplichtingen beschreven. Wat deze verplichtingen precies zijn, is niet op de pagina te lezen. Wel wordt duidelijk gemeld dat er een forse boete staat op het overtreden van de regels.

Het is aannemelijk dat dergelijke teksten afschrikken om zaken volledig zelfstandig digitaal uit te voeren.

##### Voorbeeld 2: Verwarrend taalgebruik

Bij de gemeenten met een laag percentage digitale transacties worden soms onduidelijk mededelingen gedaan over de digitale dienstverlening. Zo wordt vermeld dat: *“digitale meldingen alleen tijdens kantoortijden worden ingelezen”*.

De bezoeker kan hieruit mogelijk concluderen dat het buiten kantoortijden niet mogelijk is om een digitale aanvraag te doen.

Een ander voorbeeld van verwarrende taal is het woord 'bestellen' dat enkele gemeenten gebruiken op de aanvraag knop. Dit kan grote verwarring bij de gebruiker opleveren. Het is bijvoorbeeld mogelijk een verhuizing te 'bestellen'. Dit terwijl de gebruiker zal verwachten dat hij/zij een verhuizing doorgeeft in plaats van bestelt.

##### Voorbeeld 3: Het aanbevelen van alternatieve klantcontactkanalen prevaleert

Bij een aantal gemeenten valt het op dat de optie om te bellen eerder genoemd wordt dan de optie om de dienst digitaal af te nemen. Buiten het bellen wordt ook de optie om langs te komen bij de gemeente duidelijk aangegeven. Duidelijker dan de optie om de aanvraag digitaal te doen.

### 2.2 De kwaliteit van communicatie op de website – Tips

#### Gebruik concrete en duidelijke taal

Zorg ervoor dat het taalgebruik to-the-point, toegankelijk en duidelijk is. Bespreek uitzonderingen die slechts voor een zeer select deel van de bezoekers gelden niet prominent op de pagina met de informatie die relevant is voor bijna alle bezoekers.

#### Verleid het digitale kanaal te gebruiken

Uit onderzoek blijkt dat mensen onnodige kanaalswitches vervelend vinden<sup>24</sup>. Het is daarom ook logisch om mensen in eerste instantie zoveel mogelijk te bedienen via het kanaal waarop zij zich bevinden. Concreet betekent dit dus het focussen op het verleiden om diensten digitaal af te ronden.

Maak duidelijke keuzes of andere klantcontactkanalen prominent gecommuniceerd dienen te worden op de betreffende productinformatiepagina. Refereer niet constant naar het telefoonnummer en/of maken van een balieafpraak indien dit voor het betreffende product niet noodzakelijk is. Zie ook de resultaten van Gemeente Someren in hoofdstuk 4 voor een best practise in kanaalverleiding.

---

24 M. Dixon, N. Toman, R. Delisi, The effortless experience, 2013

### 3. De gebruiksvriendelijkheid van het aanvragen van producten op verschillende apparaten (desktop / mobiel / tablet)

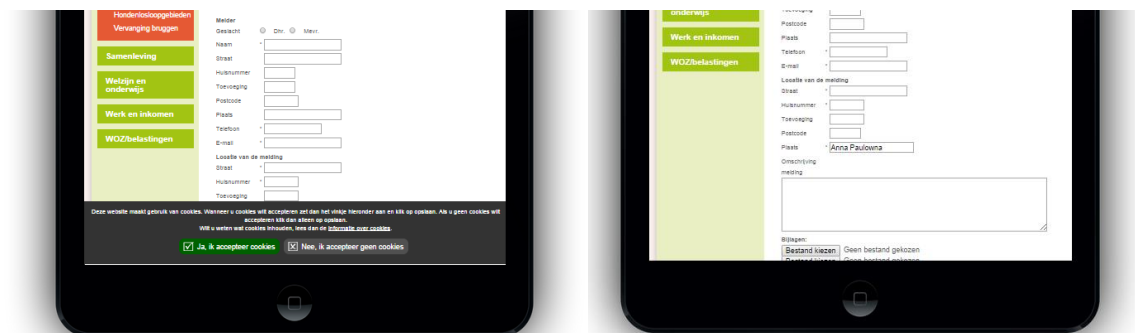
Van de verschillende websites is bestudeerd of ze goed mobiel te gebruiken zijn en hoe gebruiksvriendelijk het aanvragen van een product is.

#### 3.1 De gebruiksvriendelijkheid van het aanvragen van producten op verschillende apparaten verschilt niet

Er is tussen de websites met een hoog en laag percentage digitale transacties geen verschil te zien wat betreft de gebruiksvriendelijkheid van het aanvragen van producten op de tablet en/of mobiele telefoon.

Wat wel opvalt, is dat het aanvragen van een product op een tablet of mobiel bij vrijwel geen enkele gemeente goed werkt. Zelf de websites die zich aanpassen aan het gebruikte apparaat (het zogenoemde responsive design) schakelen vaak over naar een digitaal loket dat zich niet aanpast aan de juiste beeldscherm breedte wanneer een product moet worden aangevraagd. Het gevolg is een gebrekkige ervaring bij het aanvragen van de producten en/of een melding doen met een telefoon / tablet.

Een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld een aanvraagstraat waarbij de cookiemelding over de verzendknop van het formulier valt. Hierdoor lijkt het voor de gebruiker of het formulier geen verzendknop heeft.



## Bijlage 7: Screenshots gemeente Someren

**GEMEENTE Someren**

Voor inwoners Voor bedrijven Raad en college

Paspoort, rijbewijs Afval Wonen Geboorte, huwelijk Bouwen Meer ▾

Home > Voor inwoners > Paspoort, rijbewijs > Uittreksel BRP

Lees voor ▶

### Online regelen

**UITREKSEL BRP**

**AFSPRAAK MAKEN**

### Zie ook

BRP (Rijksoverheid)

### Formulier

Machtigingsformulier (PDF, 217 kB)

### Contact

Gemeente Someren  
Postbus 290  
5710 AG Someren  
T 0493 - 494 888

### Uittreksel BRP

In bepaalde situaties hebt u een uittreksel nodig uit de basisregistratie personen (BRP), bijvoorbeeld als u zich wilt inschrijven bij een woningstichting.

### Regelen

U kunt het uittreksel BRP [direct online aanvragen](#). Of u kunt hiervoor een [afspraak maken](#) bij de gemeente.

### Meenemen

- Geldig legitimatiebewijs van de aanvrager.
- [Machtigingsformulier](#) (PDF, 217 kB) en geldig legitimatiebewijs van de gemachtigde (als de aanvrager niet zelf komt).
- Geldt: het uittreksel betaalt u bij de aanvraag contant of per pin.

### Kosten

€ 10,20

Paspoort
Rijbewijs
Identiteitskaart
Uittreksel BRP
Uittreksel Burgerlijke Stand
Bewijs van in leven zijn
Verklaring omtrent gedrag

Gemeentehuis: Wilhelminaplein 1, 5711 EK Someren, Openingstijden

Milleustraat: Holberg 2, 5711 DE Someren, Openingstijden

T 0493 - 49 48 88, [gemeente@someren.nl](mailto:gemeente@someren.nl)

Colofon • Sitemap • Privacyverklaring • Proclaimer • Gemeentegids

**GEMEENTE Someren**

Voor inwoners Voor bedrijven Raad en college

Paspoort, rijbewijs Afval Wonen Geboorte, huwelijk Bouwen Meer ▾

Home > Voor inwoners > Wonen > Verhuizing

Lees voor ▶

### Online regelen

**VERHUIZING DOORGEVEN**

### Zie ook

Verhuizing (Rijksoverheid)

### Contact

Gemeente Someren  
Postbus 290  
5710 AG Someren  
T 0493 - 494 888

### Verhuizing

Als u verhuist naar of binnen de gemeente Someren moet u dit melden bij de gemeente. Dit is mogelijk vanaf vier weken voor de verhuizing tot vijf dagen na de verhuizing. U kunt uw verhuizing [direct online doorgeven](#) of bij de receptie in het gemeentehuis.

Verhuist u vanuit Someren naar een andere gemeente in Nederland? Dan meldt u dat bij uw nieuwe gemeente.

### Meenemen

- Kopie geldig legitimatiebewijs.

### Gezinsleden

Bent u gehuwd of hebt u een geregistreerd partnerschap? Dan kunt u ook voor uw partner de verhuizing doorgeven. Dit geldt ook voor inwonende kinderen. Als u samenwoont, zonder geregistreerd partnerschap, dan moet uw huisgenoot zelf de verhuizing aan ons melden. Kinderen vanaf 16 jaar en ouder kunnen ook zelf hun verhuizing doorgeven.

### Vertrek naar het buitenland

Als u langer dan 8 maanden aaneengesloten naar het buitenland vertrekt, dan moet u aangifte van emigratie doen. U maakt hiervoor een [afspraak bij de gemeente](#).

### 1e vestiging uit het buitenland

Komt u uit het buitenland en verhuist u (terug) naar Someren? Dan moet u dit binnen vijf werkdagen na de verhuizing melden. In een periode van 6 maanden moet u 4 maanden in Nederland verblijven. U maakt hiervoor een [afspraak bij de gemeente](#).

### Meer weten?

Neem dan contact op met het Klant Contact Centrum van de gemeente Someren, telefoonnummer (0493) 494 888.

Wijk- en dorpsraden
Verhuizing
Bestrijding plaagdieren
Melding maken
Riool verstopt
Als de sirene gaat
Stoken
AED's
Belastingen

Gemeentehuis: Wilhelminaplein 1, 5711 EK Someren, Openingstijden

Milleustraat: Holberg 2, 5711 DE Someren, Openingstijden

T 0493 - 49 48 88, [gemeente@someren.nl](mailto:gemeente@someren.nl)

Colofon • Sitemap • Privacyverklaring • Proclaimer • Gemeentegids

## Bijlage 8: Uitkomsten verdiepingsonderzoek - resultaten correlatietests

Er is een verdiepingsonderzoek gedaan naar de eventuele correlatie tussen het aantal digitale transacties van gemeenten in combinatie met een aantal variabelen. De conclusies van deze tests leest u in deze bijlage inclusief De resultaten tussen het aantal digitale transacties van gemeentewebsites en de laadsnelheid hiervan, het gemiddelde inkomen, de leeftijdscategorie en het opleidingsniveau.

### Conclusie

1. Er is een verband tussen het aantal digitale transacties van verschillende producten op gemeentewebsites en (1) het aandeel jongere en oudere inwoners en (2) het percentage laagopgeleiden in deze gemeenten.
2. Er is geen verband tussen het aantal digitale transacties van verschillende producten op gemeentewebsites en (3) het gemiddelde inkomen van inwoners van deze gemeente en (4) de gemiddelde laadsnelheid van de websites van deze gemeenten.

### Het aandeel ouderen woonachtig in de gemeente en het aantal digitale transacties m.b.t. verhuizing digitaal doorgeven, een uittreksel BRP online aanvragen en een melding openbare ruimte doen, correleert negatief.

Van de drie type transacties die zijn getoetst, is bij alle drie een significante correlatie waargenomen. Dit verband wijst op een relatie tussen het aantal ouderen in een gemeenten en het aantal digitale transacties. Dit verband kan door verschillende dingen veroorzaakt worden. Zo zou het kunnen dat ouderen geen toegang hebben tot een computer of minder digivaardig zijn en hierdoor balie of telefonische dienstverlening van gemeenten prefereren. Het negatieve verband dat is gevonden tussen het aantal digitale transacties en het % inwoners tussen de 65 en 80 verklaart, specifiek bij Uittreksel BRP, 20% van de variantie.

### Het aandeel jongeren in een gemeente en het aantal digitale transacties m.b.t. verhuizing digitaal doorgeven en uittreksel BRP online aanvragen correleert positief.

Er is een verband tussen het aantal digitale transacties van verschillende producten en het % oudere en jongere inwoners van een gemeente. Voor zowel het digitaal doorgeven van een verhuizing als het aanvragen van een uittreksel BRP via de website is er een positief significant verband gevonden met het % inwoners tussen de 15 en 25. De correlatie tussen jongere inwoners en het aantal digitale transacties verklaard echter maar een klein deel van de variantie. Dit verband is niet waargenomen met betrekking tot het online melden.

### Het aandeel laag opleidingsniveau van inwoners correleert negatief met het aantal digitale transacties m.b.t. verhuizing digitaal doorgeven.

Er is een negatieve correlatie tussen het aantal digitale transacties voor verhuizing en het % mensen met een lage opleiding. Dit zou erop kunnen duiden dat mensen met een laag opleidingsniveau minder digivaardig zijn. Ook dit verband verklaard echter maar een klein deel van de variantie.

### Geen correlatie tussen digitale transacties en gemiddeld inkomensniveau inwoners gemeente en de gemiddelde laadsnelheid van betreffende gemeentewebsite.

Er is geen correlatie tussen het aantal digitale transacties en het gemiddelde inkomen van de inwoners van de gemeente. Ook de gemiddelde laadsnelheid van een website correleert niet met het aantal digitale transacties.



## Variabelen

Om inzicht te krijgen in mogelijke verbanden tussen het aantal digitale transacties en verschillende demografische en website variabelen, zijn de variabelen zoals beschreven in tabel 5 onderzocht.

Tabel 8: Overzicht van de gebruikte digitale producten, demografische en website variabelen en de bron.

Aantal digitale transacties / 1000 inwoners in mei 2014*	Variabelen	Bron variabelen
<b>1. Melding openbare ruimte doorgeven</b>  <b>2. Verhuizing doorgeven</b>  <b>3. Uittreksel BRP aanvragen</b>	% inwoners met leeftijd 15-25	CBS, 2014
	% inwoners met leeftijd 65-80	CBS, 2014
	% inwoners met laag opleidingsniveau	CBS, 2011/2013
	Gemiddeld gestandaardiseerd inkomen particuliere huishoudens	CBS, 2012
	Gemiddelde laadsnelheid website	Google Analytics, periode 1 mei 2014- 31 mei 2014

\*Het aantal digitale transacties van de automatische incasso is niet getest, aangezien deze data niet voldeed aan de voorwaarde van de statistische toets.

## Gebruikte tests

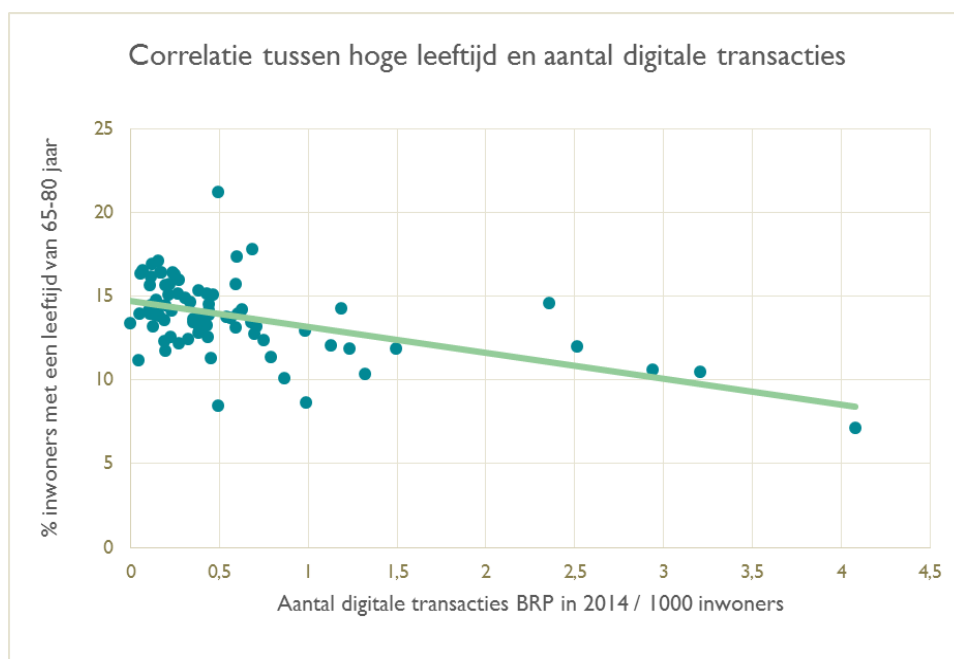
Het aantal digitale transacties is statistisch onderzocht met behulp van een Spearman's rho op een significant verband met de in de tabel opgesomde variabelen.

## Resultaten

### Correlatie tussen het aantal digitale transacties en leeftijdscategorie jong of oud

Er is een significant verband gevonden tussen het % inwoners met de leeftijd 65-80 en het aantal digitale transacties voor het doorgeven van een melding, een verhuizing en het aanvragen van een BRP (zie tabel 9). Bij een hoger % inwoners met een leeftijd tussen de 65 en 80 wordt er een lager aantal digitale transacties gevonden (zie figuur 19). Dit verband verklaart 20% van de variantie.

Ook is er een significant positief verband gevonden tussen het % inwoners met de leeftijd 15-25 en het aantal digitale transacties voor verhuizing en BRP (zie tabel 9). De variantie die dit verband verklaart, is echter niet hoog (respectievelijk 5,3% en 5,1%).



Figuur 19: Correlatie tussen het % inwoners met een leeftijd tussen de 65-80 jaar en het aantal digitale transacties voor het aanvragen van een BRP in 2014 per 1000 inwoners. Deze correlatie verklaard 19.98% van de variantie.

#### Correlatie tussen aantal digitale transacties en percentage laag opleidingsniveau

Naast leeftijd heeft ook opleidingsniveau een verband met het aantal digitale transacties van verhuizing. Bij een hoger percentage inwoners met een laag opleidingsniveau worden er minder digitale transacties gevonden. Dit verband verklaard 8.1% van de variantie (zie tabel 9).

#### Correlatie tussen aantal digitale transacties en gemiddelde laadsnelheid website en het gemiddelde inkomen van particuliere huishoudens.

Er is geen significant verband gevonden tussen het aantal digitale transacties en de gemiddelde laadsnelheid van de website. Ook is er geen verband gevonden tussen de digitale transacties en het gemiddelde inkomen van particuliere huishoudens in een gemeenten (zie overzichtstabel statistiek verdieping).

Tabel 9: Significante uitkomsten van de Spearman's rho correlatie. N geeft het aantal datapunten weer en de P waarde het statistische resultaat. Het % verklaarde variantie is berekend als het x2 van de correlatie coëfficiënt.

Product	Variabele	N	Correlatie coëfficiënt	p waarde	% verklaarde variantie
<b>Melding</b>	% inwoners met leeftijd 65-80	64	-0.250	0.047	6.25
	% inwoners met leeftijd 15-25	78	0.231	0.042	5.34
<b>Verhuizing</b>	% inwoners met leeftijd 65-80	78	-0.304	0.007	9.24
	% inwoners met een lage opleiding	72	-0.284	0.016	8.07
<b>BRP</b>	% inwoners met leeftijd 15-25	78	0.227	0.045	5.15
	% inwoners met leeftijd 65-80	78	-0.447	0.000	19.98

## Bijlage 9: Digitale vragenlijst voor gemeenten met een toptakenwebsite

### Dienstverleningsgegevens – aantal digitale diensten

#### 1. Hoeveel digitale diensten\* biedt de website van uw gemeente op dit moment aan?

**\* Wat is de definitie van een digitale dienst?**

Een dienstverleningsproces dat in zijn geheel af te ronden is door uw websitebezoekers op de website van uw gemeente. Veelal een webformulier.

*Voorbeelden:*

- Het doorgeven van een verhuizing
- Een melding openbare ruimte
- Het maken van een afspraak
- Het wijzen/aanvragen van een automatische incasso voor de gemeentelijke belastingen

**Wat valt buiten deze definitie?**

- Externe diensten zoals Omgevingsloket.nl en Mobile Apps zoals de Buiten Beter app
- PDF formulieren

**Hoe tel ik het aantal diensten?**

Een automatische incasso voor de gemeentelijke belastingen is aan te vragen of te wijzigen. U telt in dit geval het dienstverleningsproces automatische incasso voor de gemeentelijke belastingen als één proces. De subdiensten binnen een overkoepelend dienstverleningsproces telt u dus niet los mee.

Een akte uit de burgerlijke stand aanvragen is één dienstverleningsproces. De subdiensten zoals geboorteakte, geboorteregister, huwelijksakte, huwelijksregister, overlijdensakte of echtscheidingsakte rekent u niet als losse diensten.

**Hoe maak ik het aantal diensten inzichtelijk?**

Het aantal digitale diensten kunt u veelal inzichtelijk krijgen via uw CMS systeem of door het bestuderen van de Uniforme Producten Lijst en na te gaan hoeveel digitale diensten online worden aangeboden.

#### 2. Welke digitale dienstverleningsprocessen zijn dit?

We ontvangen graag een opsomming van deze digitale dienstverleningsprocessen.

## Dienstverleningsgegevens – aantal digitale transacties

### Definitie digitale transactie

- Digitale transacties zijn transacties die in zijn geheel op de website zijn afgerond door de webgebruiker.

### Wat is geen afgeronde digitale transactie?

- Een ontvangen e-mail met een verzoek van een inwoner/burger.
- Gedownloade / ingevulde / opgestuurde PDF formulieren.

3. *Wat was het aantal volledig afgeronde digitale transacties op de website van uw gemeente in de maand mei 2013 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 1)*

4. *Wat was het aantal volledig afgeronde digitale transacties op de website van uw gemeente in de maand mei 2014 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 1)*

Tabel 1	Mei 2013	Mei 2014
Verhuizing doorgeven		
Melding openbare ruimte		
Aanvragen uittreksel BRP (voorheen GBA)		
Aanvragen Akte / uittreksel uit de Burgerlijke Stand		
Afspraak maken (burgerzaken)		
Melding gevonden of verloren voorwerpen		
Aanvragen / wijzigen automatische incasso van de gemeentelijke belastingen		

### Extra uitleg bij: Afspraak maken (burgerzaken)

Bij afspraak maken ontvangen we graag het aantal gemaakte afspraken omtrent burgerzaken (zoals onder andere het aanvragen / verlengen van een paspoort, rijbewijs en ID-kaart).

### Dienstverleningsgegevens – aantal balietransacties

5. Wat was het aantal afgenomen producten / diensten aan de balie in mei 2013 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 2)
6. Wat was het aantal afgenomen producten / diensten aan de balie in mei 2014 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 2)

Tabel 2	Mei 2013	Mei 2014
Verhuizing doorgeven		
Akte / uittreksel uit de burgerlijke stand		
Uittreksel BRP (voorheen GBA)		

### Dienstverleningsgegevens – telefonische dienstverlening

7. Wat was het aantal meldingen openbare ruimte en gemaakte afspraken via de telefoon in mei 2013? (zie tabel 3)
8. Wat was het aantal meldingen openbare ruimte en gemaakte afspraken via de telefoon in mei 2014? (zie tabel 3)

Tabel 3	Mei 2013	Mei 2014
Melding openbare ruimte		
Afspraak maken (burgerzaken)		

## Webpagina's

Een website van een gemeente bevat vaak informatie voortkomend uit Wet openbaarheid van bestuur (Wob). De Wob zorgt ervoor dat burgers inzicht hebben in het overheidshandelen en dat zij kunnen deelnemen aan de democratie en overheidsbesluitvorming.

De agenda van de raadsvergadering is een voorbeeld van gepubliceerde informatie op de website van de gemeente in het kader van de Wob. We noemen dit type informatie in dit onderzoek: statische informatie.

Het plaatsen van deze informatie op uw website kost medewerkers van de gemeente weinig tot geen tijd. De agenda is reeds geschreven en het publiceren op de website is snel gedaan. Vervolgens blijft deze informatie beschikbaar en heeft geen beheer nodig.

Informatie met dit karakter is onder andere: bekendmakingen, verordeningen, raadsbesluiten.

*9. Is het aantal pagina's met statische informatie op de huidige toptakenwebsite van uw gemeente lager dan in de situatie vóór de toptakenwebsite?*

- Ja
- Nee
- Het aantal pagina's is gelijk gebleven

Naast statische informatie bevat de website van de gemeente pagina's die worden geschreven en beheerd. Deze pagina's hebben een redactioneel karakter.

*10. Is het aantal pagina's met een redactioneel karakter op de toptakenwebsite lager dan in de situatie vóór de toptakenwebsite?*

- Ja
- Nee
- Het aantal pagina's is gelijk gebleven

*11. Heeft de overgang naar een toptakenwebsite geleid tot een wijziging in het aantal FTE\* dat werkt aan de pagina's met een redactioneel karakter?*

- Nee, er is geen wijziging geweest
- Ja, minder FTE maar het verschil is beperkt
- Ja, het aantal FTE is met meer dan 20% gedaald
- Ja, meer FTE maar het verschil is beperkt
- Ja, het aantal FTE is met meer dan 20% gestegen

\* Werkt er minder dan 1 FTE aan pagina's met een redactioneel karakter? Een daling van 0,8 naar 0,5 FTE is eveneens een daling.

### Publicatie van type webpagina's

12. *Publiceert uw gemeente [bekendmakingen] op de website van de gemeente?*

- Ja (ga door naar vraag 13)
- Nee

13. *Verwijdert uw gemeente [bekendmakingen] na een bepaalde periode?*

- Ja (ga door naar vraag 14)
- Nee

14. *Binnen welke termijn verwijdert uw gemeente normaalgesproken [bekendmakingen] van de website?*

- < 0,5 jaar
- 0,5 tot 1 jaar
- 1 tot 2 jaar
- 2 tot 3 jaar
- 3 tot 4 jaar
- 4 tot 5 jaar
- > 5 jaar

#### **Belangrijk**

Bovenstaande vragen set herhalen we voor verordeningen, bestemmingsplannen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunningen.

### Productdienstencatalogus

15. *Biedt uw gemeente op dit moment een productdienstencatalogus (PDC) aan op de website van de gemeente?*

- Ja (ga door naar vraag 16)
- Nee (ga door naar vraag 17)

16. *Hoeveel producten / diensten biedt uw gemeente via de productdienstencatalogus (PDC) aan op de website van de gemeente?*

Aantal:

## Afspraak maken

17. *Gebruiken uw (KCC) medewerkers de afsprakenplanner van uw website voor het inplannen van afspraken die telefonisch en/of aan de balie worden gemaakt?*

- Ja
- Nee
- Onze gemeente heeft geen online afsprakenplanner

18. *Is het maken van een afspraak voor dienstverlening aan de balie (met betrekking tot burgerzaken) bij uw gemeente verplicht gesteld?*

- Ja (ga door naar vraag 19)
- Nee (einde vragenlijst)

19. *Sinds wanneer is dit bij uw gemeente verplicht?*

Datum [dag, maand, jaartal]



## Bijlage 10: Digitale vragenlijst voor gemeenten met een niet-toptakenwebsite

### Dienstverleningsgegevens – aantal digitale diensten

1. Hoeveel digitale diensten\* biedt de website van uw gemeente op dit moment aan?

#### \* Wat is de definitie van een digitale dienst?

Een dienstverleningsproces dat in zijn geheel af te ronden is door uw websitebezoekers op de website van uw gemeente. Veelal een webformulier. *Voorbeelden:*

- Het doorgeven van een verhuizing
- Een melding openbare ruimte
- Het maken van een afspraak
- Het wijzen/aanvragen van een automatische incasso voor de gemeentelijke belastingen

#### Wat valt buiten deze definitie?

Externe diensten zoals Omgevingsloket.nl en Mobile Apps zoals de Buiten Beter app  
PDF formulieren

#### Hoe tel ik het aantal diensten?

Een automatische incasso voor de gemeentelijke belastingen is aan te vragen of te wijzigen. U telt in dit geval het dienstverleningsproces automatische incasso voor de gemeentelijke belastingen als één proces. De subdiensten binnen een overkoepelend dienstverleningsproces telt u dus niet los mee. Een akte uit de burgerlijke stand aanvragen is één dienstverleningsproces. De subdiensten zoals geboorteakte, geboorteregister, huwelijksakte, huwelijksregister, overlijdensakte of echtscheidingsakte rekent u niet als losse diensten.

#### Hoe maak ik het aantal diensten inzichtelijk?

Het aantal digitale diensten kunt u veelal inzichtelijk krijgen via uw CMS systeem of door het bestuderen van de Uniforme Producten Lijst en na te gaan hoeveel digitale diensten online worden aangeboden.

2. Welke digitale dienstverleningsprocessen zijn dit?

We ontvangen graag een opsomming van deze digitale dienstverleningsprocessen.

## Dienstverleningsgegevens – aantal digitale transacties

### Definitie digitale transactie

- Digitale transacties zijn transacties die in zijn geheel op de website zijn afgerond door de webgebruiker.

### Wat is geen afgeronde digitale transactie?

- Een ontvangen e-mail met een verzoek van een inwoner/burger.
- Gedownloade / ingevulde / opgestuurde PDF formulieren.

3. *Wat was het aantal volledig afgeronde digitale transacties op de website van uw gemeente in de maand mei 2013 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 1)*
4. *Wat was het aantal volledig afgeronde digitale transacties op de website van uw gemeente in de maand mei 2014 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 1)*

Tabel 1	Mei 2013	Mei 2014
Verhuizing doorgeven		
Melding openbare ruimte		
Aanvragen uittreksel BRP (voorheen GBA)		
Aanvragen Akte / uittreksel uit de Burgerlijke Stand		
Afspraak maken (burgerzaken)		
Melding gevonden of verloren voorwerpen		
Aanvragen / wijzigen automatische incasso van de gemeentelijke belastingen		

### Extra uitleg bij: Afspraak maken (burgerzaken)

Bij afspraak maken ontvangen we graag het aantal gemaakte afspraken omtrent burgerzaken (zoals onder andere het aanvragen / verlengen van een paspoort, rijbewijs en ID-kaart).

## Dienstverleningsgegevens – aantal balietransacties

5. *Wat was het aantal afgenomen producten / diensten aan de balie in mei 2013 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 2)*
6. *Wat was het aantal afgenomen producten / diensten aan de balie in mei 2014 met betrekking tot onderstaande producten / diensten? (zie tabel 2)*

Tabel 2	Mei 2013	Mei 2014
Verhuizing doorgeven		
Akte / uittreksel uit de burgerlijke stand		
Uittreksel BRP (voorheen GBA)		

### Dienstverleningsgegevens – telefonische dienstverlening

7. *Wat was het aantal meldingen openbare ruimte en gemaakte afspraken via de telefoon in mei 2013? (zie tabel 3)*
8. *Wat was het aantal meldingen openbare ruimte en gemaakte afspraken via de telefoon in mei 2014? (zie tabel 3)*

Tabel 3	Mei 2013	Mei 2014
Melding openbare ruimte		
Afspraak maken (burgerzaken)		

### Publicatie van type webpagina's

7. *Publiceert uw gemeente [bekendmakingen] op de website van de gemeente?*
- Ja (ga door naar vraag 8)
  - Nee (ga door naar vraag 10)
8. *Verwijdert uw gemeente [bekendmakingen] na een bepaalde periode?*
- Ja (ga door naar vraag 9)
  - Nee (ga door naar vraag 10)
9. *Binnen welke termijn verwijdert uw gemeente normaalgesproken [bekendmakingen] van de website?*
- < 0,5 jaar
  - 0,5 tot 1 jaar
  - 1 tot 2 jaar
  - 2 tot 3 jaar
  - 3 tot 4 jaar
  - 4 tot 5 jaar
  - > 5 jaar

#### **Belangrijk**

Bovenstaande vragen set herhalen we voor verordeningen, bestemmingsplannen, bestuurlijke stukken en omgevingsvergunningen.

### Productdienstencatalogus

10. *Biedt uw gemeente op dit moment een productdienstencatalogus (PDC) aan op de website van de gemeente?*

- Ja (ga door naar vraag 11)
- Nee (ga door naar vraag 12)

11. *Hoeveel producten / diensten biedt uw gemeente via de productdienstencatalogus (PDC) aan op de website van de gemeente?*

Aantal:

### Afspraak maken

12. *Gebruiken uw (KCC) medewerkers de afsprakenplanner van uw website voor het inplannen van afspraken die telefonisch en/of aan de balie worden gemaakt?*

- Ja
- Nee
- Onze gemeente heeft geen online afsprakenplanner

13. *Is het maken van een afspraak voor dienstverlening aan de balie (met betrekking tot burgerzaken) bij uw gemeente verplicht gesteld?*

- Ja (ga door naar vraag 14)
- Nee (ga door naar vraag 15)

14. *Sinds wanneer is dit bij uw gemeente verplicht?*

Datum [dag, maand, jaartal]

### Nieuwe website

15. *Heeft uw gemeente in de periode van 1 januari 2013 t/m juni 2014 een nieuwe website gelanceerd?*

16. *Op welke datum is de vernieuwde website gelanceerd ('live' gaan)?*

Datum [dag, maand, jaartal]

## Bijlage 11: Overzicht benutte databron per gemeente met een toptakenwebsite

Dit is de volledige lijst van gemeenten die deel (wilden) nemen. Per gemeente is aangegeven welke databron is benut voor de dataverzameling. Dit kan voor variërende hypothesen zijn geweest.

Gemeenten met een Toptakenwebsite	Databronnen		
	Deskresearch	Webstatistieken	Vragenlijst (dienstverleningsgegevens)
Aa en Hunze		X	
Alphen aan den Rijn	X	X	X
Asten	X	X	X
Barendrecht	X		X
Best	X	X	X
Capelle aan den IJssel	X	X	X
Deventer	X	X	
Druten	X		X
Gouda	X	X	X
Haarlem	X		X
Hillegom	X	X	X
Hilvarenbeek	X		X
Hof van Twente	X		X
Houten	X	X	X
Huizen	X	X	X
Loon op Zand	X	X	X
Montferland	X	X	X
Oegstgeest	X	X	X
Simpelveld	X		
Someren	X	X	X
Stichtse Vecht	X	X	X
Sûdwest-Fryslân	X	X	X
Tilburg	X	X	X
Veere	X	X	X
Vianen	X	X	X
Vught	X		X
Westland	X	X	X
Zeewolde	X	X	X
Zuidhorn	X	X	X
<b>Totaal</b>	<b>28</b>	<b>22</b>	<b>26</b>

## Bijlage 12: Overzicht benutte databron per gemeente met een niet-toptakenwebsite

Dit is de volledige lijst van gemeenten die deel (wilden) nemen. Per gemeente is aangeven welke databron is benut voor de dataverzameling. Dit kan voor elke hypothesen variëren.

Gemeenten met een niet-toptakenwebsite	Databronnen		
	Deskresearch	Webstatistieken	Vragenlijst (dienstverleningsgegevens)
Achtkarspelen	X	X	X
Albrandswaard			
Alkmaar	X		X
Almelo			
Almere	X	X	X
Ameland			
Amersfoort			
Amsterdam		X	
Apeldoorn	X	X	X
Arnhem	X	X	X
Bedum			
Bellingwedde	X	X	
Bergeijk	X		X
Bergen Noord-Holland	X		X
Bergen op Zoom	X	X	
Berkelland	X	X	X
Bernheze	X	X	X
Beuningen	X	X	X
Beverwijk	X	X	X
Binnenmaas		X	
Bodegraven-Reeuwijk			
Borne			
Borsele	X		X
Boxtel	X	X	X
Bussum		X	X
Castricum	X		X
Dalfsen	X		
De Bilt	X		
De Friese Meren	X	X	X
De Marne	X	X	X
Delft	X	X	X
Den Helder			
Ede		X	X
Eemsmond			

Eersel			
Eindhoven	X		X
Enkhuizen	X	X	X
Enschede	X	X	X
Epe			X
Ermelo			
Ferwerderadiel			
Geertruidenberg	X	X	
Groesbeek			
Groningen	X	X	X
Grootegast			X
Haaksbergen	X	X	X
Haaren	X	X	X
Haarlemmermeer		X	X
Halderberge			X
Harderwijk			
Heerde	X		
Heerenveen	X	X	X
Heerhugowaard	X	X	X
Hellendoorn			X
Helmond		X	
Het Bildt			
Heumen	X		X
Heusden	X	X	X
Hilversum		X	
Hollands Kroon	X		X
Horst aan de Maas	X		
Kampen		X	X
Katwijk		X	
Korendijk		X	
Krimpen aan den IJssel	X	X	
Lansingerland		X	
Leerdam	X		
Leeuwarden	X		
Leeuwarderadiel			
Leiden	X		X
Leidschendam-Voorburg		X	
Leudal			
Leusden	X	X	X
Lingewaard	X	X	X
Lopik			
Maasdriel	X		X
Maasgouw	X		

Marum	X		
Medemblik	X	X	X
Menameradiel			
Meppel	X		X
Middelburg		X	
Midden-Delfland			
Millingen			
Mook en Middelaar		X	
Naarden		X	
Nieuwegein		X	
Nieuwkoop			X
Nijkerk	X	X	X
Nijmegen			X
Noordenveld		X	
Nuenen	X		
Oisterwijk	X	X	X
Oldambt			
Oldenzaal	X		X
Olst-Wijhe			
Oosterhout NB	X		
Opsterland	X		
Oud-Beijerland	X	X	X
Overbetuwe	X		X
Peel en Maas	X		X
Purmerend			
Raalte		X	
Roermond		X	
Roosendaal			X
Rotterdam		X	
Rucphen	X	X	X
Schagen			
Schiedam	X		X
Schijndel	X		X
s-Hertogenbosch			
Sint Oedenrode		X	
Sint-Michielsgestel	X	X	X
Sittard-Geleen	X	X	
Son en Breugel	X	X	
Stadskanaal	X	X	X
Staphorst			
Steenbergen		X	
Strijen		X	
Tytsjerksteradiel		X	X



Terneuzen		X	
Teylingen		X	
Ubbergen			
Uden		X	
Uithoorn	X	X	X
Utrecht			
Utrechtse Heuvelrug	X	X	X
Valkenswaard	X		
Veenendaal	X	X	X
Veldhoven		X	
Venlo			X
Venray	X		X
Vlaardingen			
Vlagtwedde	X	X	
Vlissingen	X		X
Waalre	X		X
Werkendam		X	
Westerveld		X	
Wijchen	X	X	X
Winsum			X
Winterswijk		X	
Woerden		X	
Woudenberg	X	X	X
Zaltbommel	X	X	X
Zeist		X	X
Zoetermeer			
Zutphen	X	X	X
Zwartewaterland			X
Zwolle	X	X	X
<b>Totaal</b>	<b>75</b>	<b>78</b>	<b>72</b>