

Klanten over de online communicatie van Agentschap BPR

- verslag van een kwalitatief onderzoek en een webenquête -

Amsterdam, september 2014
Projectnummer: 1648

drs. Eelke Westra
drs. Reynout van der Poel
drs. Wiljo Joris



Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	1
1.1	Achtergrond en doelstelling.....	1
1.2	Onderzoeksprobleemstelling.....	1
1.3	Onderzoeksmethode.....	1
1.4	Opzet en steekproef kwalitatief onderzoek.....	2
1.5	Opzet en steekproef kwantitatief onderzoek.....	3
1.6	Leeswijzer.....	3
	Deel 1: Kwalitatief onderzoek onder klanten van BPR.....	4
2	Informatiebehoefte en informatiebronnen.....	5
2.1	De stelsels waarmee men te maken heeft.....	5
2.2	Relevant bij alle stelsels: storings/informatie.....	5
2.3	BRP.....	5
2.4	Reisdocumenten.....	6
2.5	PIVA.....	7
2.6	BSN.....	8
2.6	BPR en andere informatiebronnen.....	8
3	Plaats van de BPR-site in de relatie met klanten.....	10
3.1	Belang website.....	10
3.2	Het BRP-contactcentrum.....	11
4	Inhoud BPR-website.....	12
4.1	Oordeel inhoud algemeen.....	12
4.3	De kwaliteit van de informatie.....	12
4.2	De hoeveelheid informatie/volledigheid.....	13
4.4	De actualiteit van de informatie.....	14
4.5	Begrijpelijkheid/taalgebruik.....	15
4.6	Hiaten en gewenste aanvullingen.....	15
5	Functionaliteit en vormgeving.....	17
5.1	Algemeen oordeel.....	17
5.2	Structuur website/navigatie.....	17
5.3	Zoekfunctie.....	19
5.5	De FAQ's.....	21
5.6	Vormgeving.....	23
5.7	Wat vooral behouden moet blijven.....	24
6	Toekomstige informatiebehoefte en communicatievormen.....	25
6.1	Actuele ontwikkelingen en nieuwe beleidsvelden.....	25
6.2	Behoeft aan aanvullende vormen van online communicatie.....	26

7	Conclusies en aanbevelingen	29
7.1	Samenvattende conclusies	29
7.2	Aanbevelingen	32
	Deel 2: Kwantitatief onderzoek onder bezoekers van de website.....	35
8	Online onderzoek	36
8.1	Inleiding	36
8.2	In welke hoedanigheid bezoekt men de site?	37
8.3	Frequentie van het bezoek.....	38
8.4	Kan men vinden wat men zoekt?	39
8.5	Overzichtelijkheid en inhoudelijke kwaliteit	40
8.6	Populariteit van onderwerpen	40
8.7	Vraag en Antwoord	41
8.8	Aantal bezochte pagina's	42
8.9	Zoekfunctie.....	43
8.10	Suggesties van bezoekers	43
8.11	Conclusies en aanbevelingen	44
	Bijlagen	45
	Bijlage 1: Gespreksleidraad kwalitatief onderzoek	46
	Bijlage 2: Online vragen.....	49

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en doelstelling

In opdracht van de Directie Communicatie van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft Ergo een onderzoek uitgevoerd ten behoeve van het agentschap Basisadministratie, Persoonsgegevens en Reisdocumenten (BPR). Onderwerp van onderzoek was de online communicatie van agentschap BPR.

Agentschap BPR is een baten-lastendienst die functioneert als de beheerorganisatie van de identiteitsinfrastructuur, een werkveld dat zowel beleidsmatig als technisch sterk in ontwikkeling is. Agentschap BPR levert persoonsgegevens en reisdocumenten en het beheer van de Basisregistratie Personen, het Burgerservicenummer en het reisdocumentstelsel is bij BPR ondergebracht.

BPR onderscheidt drie typen klanten:

- Gemeenten (afdeling burgerzaken/publiekszaken, baliemedewerkers)
- Afnemers zoals ziekenhuizen, politie, deurwaarders en verzekeraars
- Vertegenwoordigers van het Caribisch gebied

Om de online communicatie met bovenstaande doelgroepen waar mogelijk te verbeteren is BPR van plan in 2014 de inrichting en de vormgeving van de website aan te passen. Om inzichten te verwerven die richting kunnen geven aan de aanpassing van de website, heeft BPR door Ergo onderzoek laten uitvoeren onder klanten van het Agentschap. Het onderzoek heeft betrekking op inhoud en vormgeving van de website van BPR maar ook op een eventueel bestaande behoefte aan aanvullende vormen van online communicatie, zoals een online magazine, een 'extranet', een forum, informatie via Twitter, enz.

De doelstelling van het onderzoek is als volgt verwoord:

Input leveren voor de optimalisering van de online communicatie van agentschap BPR.

1.2 Onderzoeksprobleemstelling

De onderzoeksprobleemstelling is als volgt geformuleerd:

Hoe beoordelen de klanten van agentschap BPR de huidige website BPRBZK.nl?

Welke wensen hebben klanten ten aanzien van vorm en inhoud van de website en ten aanzien van mogelijke aanvullende vormen van online communicatie en welke informatiebehoeften liggen aan die wensen ten grondslag?

1.3 Onderzoeksmethode

BPR heeft behoefte aan diepgaand en gedetailleerd inzicht in de behoeften van de doelgroepen en het oordeel over de online communicatie van BPR. Daarom is kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder klanten die gebruik maken van de BPR-website. In aanvulling daarop is een on-site web-onderzoek uitgevoerd onder bezoekers van de website. De resultaten van dit onderzoek kunnen als een nulmeting dienen voor de evaluatie van de restyling van de website.

1.4 Opzet en steekproef kwalitatief onderzoek

Ergo heeft 32 telefonische diepte-interviews gehouden met klanten van Agentschap BPR. De gesprekken zijn gevoerd aan de hand van een gespreksleidraad waarin veel ruimte bestond voor dialoog en vervolgvragen. De gesprekken hebben gemiddeld circa 45 minuten geduurd.

De respondenten zijn geselecteerd uit het 'Wie-is-wie-bestand' van BPR en enkele aanvullende bestanden die door BPR zijn aangeleverd.

Doelgroepen

De interviews zijn als volgt verdeeld over de drie doelgroepen:

Gemeenten:	15 respondenten
Afnemers:	10 respondenten ¹
Caribisch Nederland:	7 respondenten

De interviews zijn wat betreft alle doelgroepen geografisch gespreid. Er zijn interviews gehouden met ongeveer evenveel 100.000+ gemeenten (waaronder twee G4) als kleinere gemeenten. De interviews met afnemers zijn gespreid over de verschillende afnemerscategorieën.

Functiegroepen en werkterreinen

Wat betreft functie is de onderzoeksgroep grofweg in drie (ongeveer even grote) groepen in te delen:

- Functionarissen die zich bezighouden met beleidszaken waaronder kwaliteitsbeleid. Het betreft onder meer directieleden, beleidsmedewerkers en kwaliteitsmedewerkers.
- Functionarissen die betrokken zijn bij de uitvoering, doorgaans op het niveau van aansturing en coördinatie, zoals teamleider front office Burgerzaken, senior medewerker Publiekscontacten, senior consultant Publiekszaken etc.
- Functionarissen die zich bezighouden met de technische kant en de beheersaspecten van processen, applicatiebeheerders, medewerkers functioneel beheer/gegevensbeheer, etc.

Veel respondenten hebben in hun werk te maken met meerdere stelsels. Hieronder is te zien hoeveel respondenten zich bezighouden met de verschillende stelsels.

BRP:	24 respondenten
Reisdocumenten:	20 respondenten
BSN:	15 respondenten
PIVA:	7 respondenten

Leeftijd en geslacht

De meeste respondenten zijn vijftig jaar of ouder. Verder bevat de steekproef dertigers en veertigers. De gemiddelde leeftijd is 49 jaar.

De steekproef bestaat uit 19 mannen en 13 vrouwen.

¹ Eén persoon staat zowel vermeld in het bestand met gemeenten als in het bestand met afnemers (als GABA, Gemeente Als Buitengemeentelijke Afnemer). Hij is hier (arbitrair) bij de afnemers meegeteld.

1.5 Opzet en steekproef kwantitatief onderzoek

Voor het kwantitatieve onderzoek is Ergo's onderzoeksinstrument voor online/on-site onderzoek, Click & Tell gebruikt. Click & Tell bestaat uit korte vraagschermen die op de website verschijnen en die men kan invullen zonder de betreffende site te verlaten. Er worden nooit meer dan 7-8 vragen aan dezelfde respondent gesteld en alle vragen zijn direct in beeld.

Doordat de bezoeker weet dat hij/zij begint aan een korte, overzichtelijke vragenlijst is de respons verhoudingsgewijs veel hoger dan bij de meeste andere webonderzoeken. Met Click & Tell worden tevens alle acties van de bezoekers op de site geregistreerd. Alle clicks, downloads en zoekwoorden in de zoekfunctie van de website worden geregistreerd, uiteraard binnen de grenzen die de huidige cookiewetgeving oplegt. De clicks van respondenten die een vraagscherm invullen, kunnen worden gekoppeld aan hun antwoorden.

De Click&Tell-schermen zijn op de BPR-site vertoond van medio juli tot eind augustus 2014. De vraagschermen zijn vertoond nadat een bezoeker 45 seconden op de website actief was. In totaal hebben 900 bezoekers van de website een vragenlijst ingevuld.

De belangrijkste kenmerken van de respondenten zijn te zien in onderstaand steekproefoverzicht.

Steekproefbeschrijving (N=900)

Doelgroep	%
Gemeenteambtenaar	58
GABA	1
Andere afnemer	11
Caribisch Nederland	1
Anders	29

1.6 Leeswijzer

In deel 1 worden de resultaten van het kwalitatieve onderzoek beschreven. Eerst wordt (in hoofdstuk 2) de informatiebehoefte van de klanten beschreven. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de rol die de website speelt in de relatie met BPR. Hoofdstuk 4 behandelt de inhoudelijke beoordeling van de BPR-site door de klanten. In hoofdstuk 5 komt het oordeel over de functionaliteit en de vormgeving van de website aan de orde. In hoofdstuk 6 wordt kort ingegaan op de toekomstige informatiebehoefte van de klanten en de behoefte aan aanvullende vormen van online communicatie. In hoofdstuk 7 wordt deel 1 afgesloten met conclusies die uit het kwalitatieve onderzoek kunnen worden getrokken en een aantal aanbevelingen en overwegingen ten aanzien van de toekomstige inrichting van de BPR-site.

In deel 2 worden de resultaten van het kwantitatieve onderzoek gepresenteerd.

Deel 1: Kwalitatief onderzoek onder klanten van BPR

2 Informatiebehoefte en informatiebronnen

2.1 De stelsels waarmee men te maken heeft

Driekwart van de respondenten heeft behoefte aan informatie over de BRP, bijna twee derde heeft behoefte aan informatie over Reisdocumenten (een deel heeft met beide hoofdthema's te maken). Vooral de vertegenwoordigers van Caribisch Nederland hebben met PIVA te maken. De meesten van hen geven echter aan dat ze geen toegang hebben tot PIVA-v omdat de verstrekkingen alleen vanuit Nederland worden geregeld en vertegenwoordigers van de Caribische eilanden alleen toegang hebben tot de gegevens van hun eigen eiland, niet tot die van andere eilanden.

Ongeveer een derde van de respondenten heeft te maken met (de uitgifte) van BSN-nummers.

2.2 Relevant bij alle stelsels: storingen/systeeminformatie

Een onderwerp dat voor alle stelsels relevant is, zijn storingen. Voor een substantieel deel van de doelgroep een belangrijk onderwerp te zijn. Vooral degenen die zich bezighouden met de technische en operationele kant van de processen, vinden de systeeminformatie op de BPR-site dan ook van groot belang. Het raadplegen van de systeeminformatie vormt vaak de eerste stap in het eliminatieproces bij het opsporen van de oorzaak van een storing. Zij kunnen hier vaststellen of de storing zich op landelijk niveau afspeelt - in welk geval zij binnen de eigen organisatie geen actie hoeven te ondernemen - of elders.

2.3 BRP

Procedures en veranderingen

Voor de correcte uitvoering van procedures in de eigen organisatie hebben gemeenten en afnemers behoefte aan informatie over de precieze stappen in procedures die zij moeten volgen en de wijze waarop zij persoonsgegevens moeten vastleggen. De informatiebehoefte doet zich voor wanneer er belangrijke veranderingen in de stelsels worden doorgevoerd, vaak als gevolg van wetwijzigingen. Zoals één van de respondenten het verwoord:

“De belangrijkste reden om informatie te verzamelen is dat er vanuit Den Haag een wijziging komt, en dat gebeurt nogal eens.”

Het gaat dan vooral om de gevolgen van de wijziging voor de gemeenten en de afnemers en in het bijzonder om de veranderde eisen die worden gesteld aan de procedures in hun organisatie. Voor een enkeling is ook informatie over de achterliggende gedachte van de wijziging van belang.

De belangrijkste veranderingen die op dit moment spelen en waarover men behoefte aan informatie heeft, zijn:

- De modernisering van de GBA/de overgang van GBA naar BRP en de gevolgen voor gemeenten en afnemers. Bij deze transitie is (op dit moment) het Logisch Ontwerp een belangrijk aandachtsgebied. Ook wijzigingen in de HUP worden genoemd als onderwerp waarover men informatie nodig heeft.

- De centralisering van de Registratie Niet Ingezetenen (RNI). Een belangrijke vraag is wat men wanneer moet doen. Een specifiek voorbeeld dat wordt genoemd is de te volgen handelswijze in geval van emigratie. De persoonsgegevens van de betreffende burger moeten dan gemigreerd worden van GBA naar RNI. De afnemer moet dan weten wat de hij/zij precies moet registreren in de RNI.
- Ook minder verstrekkende veranderingen kunnen leiden tot behoefte aan informatie, zoals wijzigingen in de landelijke tabellen (bijvoorbeeld naar aanleiding van gemeentelijke herindeling, gewijzigde naamgeving e.d.) of veranderingen in een tekst over geheimhouding.

Kwaliteitsmonitor

Sinds de driejaarlijkse audit vervangen is door de continue zelfevaluatie, hebben vooral functionarissen die verantwoordelijk zijn voor de kwaliteit van dienstverlening regelmatig behoefte aan informatie over de kwaliteitsmonitor. Ook bestaat er behoefte aan meer algemene informatie en nieuws over kwaliteitsbeheer.

Overige onderwerpen

Andere onderwerpen rond de BRP waarover klanten informatie zoeken, zijn:

- Nieuws en actuele ontwikkelingen
- Historische adresgegevens van cliënten (bijvoorbeeld wanneer die foutief te boek staan als: geëmigreerd)
- Onzekerheid over het in- of uitschrijven van personen (vaak leidend tot direct contact met BPR)
- Uittrekselverstrekking
- Autorisatie-aanvragen
- 'Spontane mutaties'
- Vergunningverlening en proces-verbalen (bijvoorbeeld over nationaliteitscontrole bij overtreding van vergunningsregels)
- Gedoogpunten

2.4 Reisdocumenten

Informatie over de **kwaliteitsmonitor** is het meest genoemde onderwerp waarover klanten rond het stelsel reisdocumenten informatie nodig hebben.

Verder is ook bij reisdocumenten de informatiebehoefte het grootst wanneer zich veranderingen voordoen. De belangrijkste onderwerpen waarover men informatie nodig heeft, zijn:

(Veranderingen in) wetgeving en procedures

Vooraf bij wetswijzigingen (Paspootwet) bestaat behoefte aan informatie over de consequenties daarvan voor de door gemeenten en afnemers te volgen procedures, zoals veranderingen in het afgifteproces.

“Wij willen bijvoorbeeld weten hoe we bepaalde regels moeten uitleggen.”

“Het gaat vaak over wat we moeten doen om aan de wetgeving te voldoen of over het uitvoeren van wijzigingen in procedures. Welke formulieren moeten we invullen?”

Veranderingen in de geldigheidsduur en in de echtheidskenmerken van paspoorten (zoals de vingerafdruk) zijn concrete aandachtspunten waarover informatie gewenst wordt. Eén respondent geeft aan ook behoefte te hebben aan ondersteuning bij het wegwijs maken van de medewerkers na wijzigingen in procedures.

Door één respondent wordt opgemerkt dat inconsistenties in de wetgeving aanleiding kunnen zijn voor een informatievraag.

“Soms staan onderdelen van wetten haaks op elkaar, dan moet je met het agentschap in de weer om te zien hoe je verder moet. Tenaamstelling van documenten is daar een voorbeeld van.”

Fraude en paspoortsignalering

Het thema fraudebestrijding lijkt zich te mogen verheugen in stijgende belangstelling. Vragen die aan de orde zijn rond (het vermoeden van) fraude en de bestrijding ervan, zijn:

- Wat te doen bij vermoeden van fraude?
- Hoe om te gaan met veelvermissers?
- Is een persoon terug te vinden in het Register Paspoortsignalering?
- Welke formulieren heb ik nodig bij paspoortsignalering?

De aanpassing van de vermissingsverklaring wordt als specifieke aanleiding genoemd voor het zoeken naar informatie.

Overige onderwerpen

Andere, incidenteel genoemde onderwerpen zijn:

- Instructiefilmpjes voor burgers
- Aanvraagstations biometrie (rechtstreeks contact met BPR)
- Aankondigingen regiobijeenkomsten

2.5 PIVA

Het PIVA-stelsel wordt vooral gebruikt door de vertegenwoordigers van Caribisch Nederland. Allereerst moet worden opgemerkt dat het PIVA-stelsel volgens veel vertegenwoordigers van Caribisch Nederland nog in de kinderschoenen staat. Dit bleek al bij het uitnodigen van respondenten; verschillende functionarissen gaven aan de website nog niet gebruikt te hebben omdat PIVA bij hun organisatie nog niet operationeel was.

“PIVA moet hier nog geïmplementeerd en uitgerold worden; we zijn nog in de offertefase.”

“PIVA is net vanuit Den Haag in de steigers gezet; we hebben nog nauwelijks naar de website gekeken.”

In de interviews met vertegenwoordigers van Caribisch Nederland wordt dit beeld bevestigd. De gebruikers lijken nog onwennig en de informatiebehoefte lijkt basaal. Er zijn twee hoofdthema's te onderscheiden:

Toegang tot gegevens

Het verkrijgen van autorisatie om ook gegevens van andere eilanden in te zien is een belangrijk strijdpunt. Enkele respondenten klagen hiervoor geen autorisatie te kunnen krijgen. Een ander zoekt informatie over hoe deze autorisatie te krijgen.

Het gebruik van het PIVA-systeem

Wie intussen wel actief en (geautoriseerd) gebruiker is heeft vooral behoefte aan instructies voor het gebruik van PIVA. Daarbij zijn verstrekkingen volgens sommige gebruikers (nog) niet aan de orde omdat die vanuit Den Haag plaatsvinden. Een respondent merkt op dat het in deze fase nodig is om het gebruik van PIVA te stimuleren en dat functionarissen van organisaties in het Caribisch gebied daartoe nog *“een zetje moeten krijgen”*. Zo weet niet iedereen dat er slechts één keer autorisatie hoeft te worden aangevraagd waarna men onbeperkt toegang tot het systeem heeft. Informatie over de grondbeginselen van PIVA kan daarbij helpen.

Incidenteel worden storingsmeldingen over PIVA als onderwerp genoemd.

2.6 BSN

De betrokkenheid bij BSN is veelal tamelijk beperkt en de daarmee samenhangende informatiebehoefte is navenant. Vaak heeft men alleen te maken met de uitgifte van BSN-nummers en meldt men zich bij BPR als de voorraad nummers op is. Meer specifieke onderwerpen zijn:

- Wat te doen bij dubbele BSN-nummers?
- De BSN-berichtenvoorziening op de BPR-site
- Historische gegevens van klanten
- Registratie Niet-Ingezetenen

2.6 BPR en andere informatiebronnen

Voor informatie over vrijwel alle onderwerpen wordt BPR, en in het bijzonder de BPR-website gebruikt maar veel respondenten gebruiken daarnaast ook andere informatiebronnen. Vaak wordt eerst de BPR-site geraadpleegd en als men daar niet vindt wat men zoekt, een andere bron. Maar vaak ook weet men vrij goed wat men waar (het makkelijkst) kan vinden. Wanneer men op zoek is naar actualiteiten, praktijkvoorbeelden en interpretatie van (nieuwe) wetgeving gebruikt men nogal eens de NVVB-site of het Handboek Amsterdam. Ook de Kennisbank Burgerzaken wordt door veel BPR-klanten gebruikt onder meer voor actuele wetgeving en voor praktische informatie en formulieren.

De belangrijkste bronnen en de onderwerpen waarvoor ze worden gebruikt, worden in het hierna volgende overzicht beschreven.

Andere informatiebronnen dan BPR

Bron	Vooral gebruikt voor:
De NVVB-site	<ul style="list-style-type: none"> • Praktijkvoorbeelden en interpretatie van wetgeving (er worden bijvoorbeeld vragen van gemeenten verzameld en beantwoord) • Beslisbomen • Leges, wetwijzigingen, burgerlijke stand • Actuele zaken (NVVB-site publiceert bepaalde berichten vaak eerder dan BPR in reactie op vragen van gemeenten)
Kennisbank Burgerzaken (Reed Business Media)	<ul style="list-style-type: none"> • Actualisering wetgeving • Burgerlijke stand, nationaliteitsrecht, verkiezingswetgeving • Contactgegevens gemeenten en ambassades • Info over praktische zaken, bijvoorbeeld bij naturalisatie of verandering van geslachtsnaam • (Model)formulieren
Handboek Amsterdam	<ul style="list-style-type: none"> • Praktijkvoorbeelden • Werkinstructies • Wetwijzigingen (worden automatisch gemaild) • Nieuws over wijzigingen, bijvoorbeeld in Logisch Ontwerp of HUP. <p><i>“Handboek Amsterdam heeft het nieuws vaak net iets eerder maar ik check het later wel op de BPR-site.”</i></p>
VNG-site	<ul style="list-style-type: none"> • Modelverordeningen
Rijksoverheid.nl	<ul style="list-style-type: none"> • Wetgeving
Overheid.nl	<ul style="list-style-type: none"> • Wetsteksten
MGBA-site/OperatieBRP.nl	<ul style="list-style-type: none"> • Informatie over de transitie van GBA naar BRP <p><i>“Het is niet zo handig dat dit een aparte site is.”</i></p>
CompeT&T	<ul style="list-style-type: none"> • Is toeleverancier van afnemers die vaak veel operationele zaken afhandelt en de afnemers informeert over actuele zaken.
Adviesbureau Burgerzaken (gelieerd aan NVVB)	<ul style="list-style-type: none"> • Specifieke vragen, bijvoorbeeld over de opname van gegevens op persoonslijsten
Google	<ul style="list-style-type: none"> • Onder andere voor het snel opzoeken van antwoorden op vragen van cliënten aan de balie (bijvoorbeeld of een paspoortnummer een O of een 0 heeft)
IND	<ul style="list-style-type: none"> • Bij twijfel over de nationaliteit van een cliënt
De Dutch ID-app (van BZK)	<ul style="list-style-type: none"> • Controle echtheidskenmerken reisdocumenten

Nieuwsbrieven

Zowel voor BPR als voor andere bronnen, zoals NVVB en Handboek Amsterdam, geldt dat een deel van de respondenten belang hecht aan nieuwsbrieven die ze van de betreffende organisaties ontvangen. Ze worden daarmee geattendeerd op actualiteiten en veranderingen zoals wetwijzigingen. Voor sommigen is de nieuwsbrief zelfs de belangrijkste bron van informatie, voor anderen is het vooral een signaal om de website te bezoeken. Overigens blijken niet alle relaties - zeker niet alle afnemers - zich bewust van het bestaan van een BPR-nieuwsbrief. Enkelen geven spontaan te kennen dat zij prijs zouden stellen op een nieuwsbrief of een vergelijkbare vorm van attendering op nieuwe zaken.

3 Plaats van de BPR-site in de relatie met klanten

3.1 Belang website

Voor de meeste respondenten is de website van BPR het belangrijkste en meest gebruikte communicatiemiddel in de relatie met het agentschap. Vooral functionarissen bij **gemeenten** dichten de website een centrale plaats toe in de informatievoorziening en de communicatie met BPR. Ruim de helft van de respondenten gebruikt de website regelmatig, variërend van dagelijks tot minimaal één keer per week. Ook voor sommige minder frequente gebruikers is de website de belangrijkste schakel met BPR.

“Het is het centrale communicatiemiddel. Je gaat alleen bellen als je er niet uitkomt.”

“De site is het primaire communicatiemiddel en is belangrijk voor nieuwsberichten.”

“De website is belangrijk, vooral bij storingen.”

In sommige gevallen wordt de website in combinatie met de nieuwsbrief gebruikt. De gebruikers worden op interessante nieuwe informatie geattendeerd en klikken op de link in de nieuwsbrief voor nadere details.

Een kleinere groep – met over het algemeen meer intensieve persoonlijke contacten met BPR en andere partijen in het veld - ziet de website meer als aanvullende informatiebron.

“Ik zie het als aanvulling op het vooroverleg van het gebruikersoverleg waar ik deel van uitmaak. Daar hoor ik het meeste nieuws al eerder. Op de website kan ik het nieuws nog eens nakijken.”

“Het is belangrijke bron, maar we hebben ook andere bronnen zoals de werkgroepen en de helpdesk.”

Voor een flink aantal **afnemers** geldt dat de website vaak van minder groot belang is, vaak omdat een belangrijk deel van de werkprocessen is uitbesteed aan een externe partij. Al tijdens het uitnodigen van respondenten voor het onderzoek bleek dat veel afnemers gebruik maken van Compet&T². Soms betekent dit dat zij in het geheel geen gebruik maken van de BPR-website, soms dat ze de website wel gebruiken, maar dat die minder cruciaal is voor de werkprocessen dan bij de gemeenten.

“De website is niet cruciaal, wel handig, bijvoorbeeld als je de meest actuele versie van een formulier zoekt. Dat houdt BPR goed bij.”

Vertegenwoordigers van **Caribisch Nederland** denken heel verschillend over het belang van de BPR-site. Voor sommigen is de website cruciaal, voor anderen meer aanvullend.

“De website is heel belangrijk. Voor mij is het echt een kennisbank, mijn houvast.”

“Ik haal er essentiële documenten vandaan, bijvoorbeeld de matrix met de verschillen tussen PIVA en GBA of het logisch ontwerp GBA.”

“De website vormt een belangrijke ondersteuning voor mijn werk, maar ik krijg wel directe aansturing uit Nederland.”

“Ik heb een accountmanager bij BPR in Den Haag en die is voor mij belangrijker dan de website.”

² Veel afnemers die werden uitgenodigd hebben niet aan het onderzoek deelgenomen omdat ze meenden over de relatie met BPR en in het bijzonder over de BPR-website weinig te kunnen zeggen.

3.2 Het contactcentrum

Naast de website kunnen klanten ook het contactcentrum benaderen met vragen. Bijna twee derde van de respondenten benadert het contactcentrum wel eens. Voor de meesten van hen ligt de frequentie van de contacten tussen 1 en 4 keer per jaar. Een bescheiden minderheid van de respondenten heeft minimaal eens per maand contact met het contactcentrum, een enkeling zelfs meerdere keren per week. Enkele respondenten blijken het contactcentrum niet te kennen.

In de meeste gevallen raadpleegt men eerst de website en benadert men het contactcentrum als men de gevraagde informatie daar niet of niet snel genoeg kan vinden. In sommige gevallen weten klanten bij voorbaat echter al dat ze beter het contactcentrum kunnen bellen of mailen. Klanten benaderen het contactcentrum bijvoorbeeld vaak bij meer complexe zaken en bij specifieke, individuele gevallen. Zeker bij urgente gevallen 'slaat men de website vaak over', bijvoorbeeld als men een dringende vraag van een klant aan de balie moet beantwoorden, als men het register paspoortsignalering wil raadplegen of wanneer het vermoeden bestaat dat er iets niet in orde is.

“De ouders van een kind zijn uit elkaar en hebben mot. Nu wil een kind een (nieuw) paspoort hebben en is de ouder die het 'oude' reisdocument van het kind in het bezit heeft niet bereid dit in te leveren. Wat moet de gemeente dan doen?”

“Er stond hier laatst iemand aan de balie met een paspoort dat volgens Interpol 'vermist' was. In dat geval neem ik contact op met contactcentrum.”

Ook meer complexe vragen over beleidgerelateerde zaken kunnen aanleiding zijn om het contactcentrum te benaderen, bijvoorbeeld meer ingewikkelde vragen over de kwaliteitsmonitor.

“Ik heb ze onlangs een vraag gesteld over een tabelletje waar wel al percentages in stonden terwijl de normen nog vastgesteld moeten worden. Het is dan niet duidelijk of we nu wel of niet van die percentages uit kunnen gaan. Het antwoord op die vraag is niet zo simpel.”

“Ik bel de helpdesk met vragen over de interpretatie van wetgeving waar we na bezoek van de website niet uitkomen.”

Incidenteel belt men het contactcentrum met vragen over een storing.

“Als ze sneller op de site zetten wat er aan de hand is, zou dat heel wat telefoontjes schelen.”

Soms belt men het contactcentrum om te achterhalen wie men bij BPR moet benaderen over een bepaald onderwerp. Andere redenen voor contact met het contactcentrum zijn:

- Foutmeldingen vanuit de landelijke database (die volgens een respondent niet altijd kloppen)
- Het melden van inconsequente schrijfwijze in de landelijke tabellen
- Het aanvragen van codes voor nieuwe paspoorten
- Behoeftte aan informatie over bezwaarprocedures (die men op de site niet kan vinden)

4 Inhoud BPR-website

4.1 Oordeel inhoud algemeen

De inhoud van de www.bprbzk.nl wordt over het algemeen gunstig beoordeeld. De inhoud van de site krijgt een 7,5 als gemiddeld rapportcijfer. Het valt op dat het gemiddelde rapportcijfer voor alle drie de doelgroepen gelijk is. Verreweg de meeste respondenten geven een 7 of een 8, enkelen een 6 of een 9. Niemand geeft een cijfer lager dan 6.

Uit de toelichtingen blijkt dat de klanten over het algemeen goed uit de voeten kunnen met de informatie die zij op de site vinden. Veel respondenten prijzen de grote hoeveelheid informatie die op de site te vinden is. De respondenten vinden de informatie bovendien duidelijk, ook doordat die per hoofdonderwerp geordend is.

“Heel duidelijk en er staat heel veel informatie op de website. Alles wat ik nodig heb, kan ik er vinden.”

Dit neemt niet weg dat er ook verbeterpunten zijn. In de hierna volgende paragrafen komt het oordeel over respectievelijk de kwaliteit, de volledigheid en de actualiteit aan de orde waarbij zowel de sterke punten als de verbeterpunten worden beschreven.

4.3 De kwaliteit van de informatie

De kwaliteit van de informatie op de BPR-site is volgens verreweg de meeste respondenten hoog. De informatie is volgens hen duidelijk en correct of wordt eenvoudigweg verondersteld correct te zijn.

“Er staat wat er moet staan en er staan geen dingen die er niet zouden moeten staan.”

“Geen klachten; ik heb nog geen bewijs van onjuistheden gezien.”

“Ik raadpleeg de site omdat ik bevestiging wil van wat wij doen, als BPR iets zegt dan vertrouw je daar helemaal op en dat geldt ook voor de site.”

“Je gaat ervan uit dat het klopt.”

Eén respondent merkt spontaan op dat BPR beter dan in het verleden signalen van klanten oppikt waarmee de site inhoudelijk kan worden verbeterd.

“Alles wordt goed vermeld en als we in het regionaal of landelijk overleg ergens tegen aanlopen, dan pakken ze dat goed op en verbeteren ze de boel. Ze luisteren veel beter de laatste jaren.”

Specifieke sterke inhoudelijke punten van de BPR-site die naar voren komen, zijn:

- Nieuwe wetgeving en praktische doorverwijzingen
- Het kunnen volgen van de totstandkoming van de wetgeving, ook door de memories van toelichting
- Informatie over het wel of niet vermelden van een einddatum op een document

Een minder sterk punt dat incidenteel wordt genoemd, is de duiding van (nieuwe) wetgeving. Volgens enkele klanten zou BPR beter kunnen helpen bij de implementatie van wetgeving door duidelijker aan te geven hoe die door organisaties moet worden geïnterpreteerd. Een respondent uit Caribisch Nederland zou graag zien dat BPR informatie van verschillende overheidsinstanties over hetzelfde onderwerp bundelt op de site.

“Meer interpretatie geven van beleidsaspecten zou toegevoegde waarde hebben.”

“Nu is het zo dat Justitie iets zegt over reisdocumenten, de IND iets zegt en BZK iets zegt. Dat moet ik allemaal bij elkaar scharrelen en dan uitzoeken wat de gevolgen zijn voor onze organisatie. Het zou mij een hoop werk schelen wanneer BPR al die losse berichten zou kunnen bundelen op hun site.”

4.2 De hoeveelheid informatie/volledigheid

De meeste klanten hebben de indruk dat de informatie zeer volledig is, zij missen althans geen relevante informatie. Sommigen gaan er eenvoudigweg van uit dat alle essentiële informatie op de site gevonden kan worden.

“Echt alles wat voor mij van belang is, staat er op.”

“Het is een vrij volledig naslagwerk.”

“Ik ga ervan uit dat ik alles dat er echt toe doet, moet vinden op de site. Anders gezegd: als je het niet vindt, dan is het er niet.”

Sommige respondenten noemen in hun toelichting concrete onderwerpen waarover op de site ruim voldoende informatie te vinden is.

“Als ik iets zoek over echtheidskenmerken van een paspoort, dan staat het erop. Als ik iets zoek over paspoortsignalering, dan staat het er op. Gewoon heel goed.”

“Ook verslagen van belangrijke werkgroepen staan er op.”

“Voor mijn doel is het prima, ik kan alles vinden over PIVA, ik wil basale informatie over PIVA en die is er gewoon op de site.”

Toch zijn hier en daar ook kritische geluiden te horen over ontbrekende informatie. Twee vertegenwoordigers van Caribisch Nederland merken op dat er betrekkelijk weinig informatie over PIVA op de site te vinden is. Eén van hen noemt als concreet voorbeeld dat slechts voor één van de twee vormen van autorisatie voor PIVA een formulier op de site staat. Andere informatie die gemist wordt, betreft de modernisering GBA die in gemeenten in 2018 moet zijn afgerond. Een respondent zegt het raar te vinden dat daarover niets op de BPR-site te vinden. Waarschijnlijk is deze respondent niet bekend met de site www.operatiebrp.nl. Zijn kritiek sluit aan bij de eerder vermelde opmerking van een andere respondent dat www.operatiebrp.nl en www.bprzk.nl beter zouden kunnen worden samengevoegd.

Andere onderwerpen waarover men op de BPR-site onvoldoende informatie zegt te vinden, zijn:

- Wat te doen bij dubbele BSN-nummers?
- Procesbeschrijvingen en instructies voor medewerkers
- De kwaliteitsbrochures waar BPR volgens een respondent mee is gestopt

4.4 De actualiteit van de informatie

De meeste respondenten vinden dat BPR snel is met het verwerken van nieuwe informatie en dat de BPR-site daardoor goed up-to-date is. Dit blijkt vaak al uit de berichtgeving over recente zaken op de homepage. Sommige respondenten geven concrete voorbeelden waaruit blijkt dat de website actueel is.

“Kijk maar naar de rubriek 'Uitgelicht' op de homepage. Dat zijn allemaal heel recente kwesties.”

“Dat blijkt bijvoorbeeld uit de onlangs aangepaste informatie over wijziging van geslacht. Dat is recente informatie.”

“Bijeenkomsten worden ruim van te voren op de website aangekondigd.”

“Het verslag van het PIVA-platform van juni staat er nu [31 juli 2014] al op.”³

Eén respondent vindt dat de actualiteit van de informatie op de site sinds vorig jaar sterk is verbeterd. Een ander merkt op dat de BPR-nieuwsbrief in combinatie met de website ervoor zorgt dat zij goed op de hoogte blijft.

Kritische opmerkingen

Hoewel het oordeel van de meeste klanten gunstig is, heeft een substantiële groep klanten kritiek of ten minste twijfels wat betreft de actualiteit van de informatie op de site. Soms gaat het dan om informatie die in de ogen van klanten cruciaal is voor de primaire processen.

“Het gaat soms erg traag. Voorbeeld is de BRP die op 6 januari 2014 is ingevoerd. Dan zie je pas op het allerlaatste moment op de site dat het de definitieve versie is, terwijl wij er eigenlijk direct mee aan de slag moeten als gemeente.”

“Ik vind dat het Logisch Ontwerp 3.9 eerder op de site had moeten staan.”

“Dat kan wel eens iets beter, met name de storingsmeldingen.”

Soms ook heeft men kritiek op de BPR-site omdat men de informatie uit een andere bron al (beduidend) eerder heeft verkregen.

“Als er bijvoorbeeld iets is uitgesteld rond het Logisch Ontwerp, hoor ik dat in het vooroverleg maar dan duurt het wel een paar weken voordat het ook op de site staat. Dat kan wel beter.”

In een aantal gevallen blijkt vooral **onzekerheid over de actualiteit** een pijnpunt. Men weet soms niet of een bepaald document de meest actuele informatie bevat over regelgeving en/of procedures. Het achterhalen van de geldigheid van de informatie vormt dan een struikelblok, ook omdat daar vaak geen tijd voor is.

“Dat kan wel beter aangegeven worden. Soms weet je niet dat iets veranderd is, of je verkeert erover in onzekerheid.”

“Er kan duidelijker worden aangegeven wat nu van belang is. Medewerkers moeten vaak lang zoeken naar de actuele procedures en dat is lastig. Er wordt veel van hen gevraagd, bijvoorbeeld dat ze identiteitsfraude onderkennen. Dan wil je zoveel mogelijk oogcontact met klanten aan de balie hebben, en zo min mogelijk op een computerscherm hoeven kijken.”

Alleen al de schijn dat informatie verouderd is, kan bij gebruikers twijfels veroorzaken over de actualiteit van de website. Bij documenten van een wat oudere datum vragen gebrui-

³ Ironisch genoeg merkt een andere vertegenwoordiger van Caribisch Nederland juist op dat de website volgens hem enigszins achter loopt omdat het betreffende verslag nog niet op de site stond ten tijde van het interview. Hij werd echter geïnterviewd op de dag dat het verslag op de BPR-site verscheen: 28 juli.

kers zich soms af of de daarin beschreven regels en procedures nog van toepassing zijn of niet. Een 'houdbaarheidsdatum' bij de documenten ontbreekt.

“De verwijzing naar de SOAP-procedure (BRP/GBA/direct naar) brengt je bij een document uit 2009; dat lijkt me gedateerd maar misschien is het nog van toepassing.”

Er wordt onder meer voor gepleit dat BPR de documenten regelmatig controleert om vast te stellen of de informatie nog van toepassing is en dan vermeldt wanneer dit voor het laatst gebeurd is. Op die manier krijgt de gebruiker meer zicht op de actualiteit van de informatie. Een andere suggestie is om alle documenten met verouderde informatie apart te zetten in een digitaal archief op de site.

4.5 Begrijpelijkheid/taalgebruik

Over het algemeen zijn de klanten tevreden over het taalgebruik en de begrijpelijkheid van de informatie. De teksten worden als kort, helder, goed geschreven en *“niet te technisch”* gekwalificeerd. Soms vindt men de taal enigszins ambtelijk, maar zeker als men het jargon beheerst, zijn de teksten voldoende toegankelijk. Volgens één respondent is het taalgebruik de laatste tijd duidelijk verbeterd.

“Het is over het algemeen goed leesbaar, gezien de inhoud. Beginners hebben er wel eens moeite mee, maar ik ken het jargon nu wel.”

“Ik denk dat het voor ambtenaren goed te volgen is.”

“Het is geen Jip-en-Janneke-taal maar ook niet te ingewikkeld.”

“De taal is helderder en praktischer geworden.”

Enkele respondenten zeggen wel dat zij - als leidinggevend - de informatie moeten 'vertalen' voor collega's die zij aansturen, maar zij geven tegelijkertijd aan dat ook als hun taak te zien.

Twee respondenten hebben kritische kanttekeningen of verbeteringsuggesties met betrekking tot het taalgebruik.

“Er staan soms spellingsfouten en taalfouten in teksten. Dat vind ik wel vreemd als je wilt uitstralen dat je de kwaliteit van de basisadministratie hoog wilt houden.”

“Minder afkortingen gebruiken zou wel goed zijn.”

4.6 Hiaten en gewenste aanvullingen

De meeste respondenten kunnen in de BPR-site geen echte hiaten vinden. De site is volgens hen behoorlijk compleet. Een minderheid wenst wel aanvullingen. Een respondent suggereert om meer nieuwsberichten uit het veld op de site te zetten. De accountmanagers van BPR zouden hiertoe een bron kunnen zijn. Zij zouden relevante praktijkvoorbeelden kunnen aanleveren. Dit sluit aan bij de eerder opgetekende behoefte van klanten aan meer praktijkgerichte informatie die bij de implementatie van regelgeving nuttig kan zijn. Een andere bron van relevante praktijkvoorbeelden die BPR zou kunnen benutten om in te spelen op wat er in het veld leeft, is LinkedIn.

“Ze zouden de Burgerzaken-community op LinkedIn moeten volgen, daar relevante thema's uit moeten halen en daarover op de BPR-site hun visie en duiding moeten geven.”

Andere wensen zijn vooral praktisch van aard, variërend van procesinstructies voor balie-medewerkers en andere gemeentefunctionarissen, beslisbomen (in de stijl van Reed Business Media), kwaliteitsbrochures (waar BPR volgens een respondent mee gestopt is), en een 'incidententool'.

“Ik vind dat er een soort online incidententool moet komen waarop klanten kunnen inloggen en dat er voor zorgt dat vragen door BPR verdeeld worden intern en dan snel beantwoord kunnen worden.”

Een gemeentemedewerker heeft behoefte aan een historisch archief op de website.

“Het zou goed zijn als er een apart archief is voor historische feiten, bijvoorbeeld over de GBA. Het gebeurt soms zelfs dat ik de oorspronkelijke tekst van wetsartikel 2a uit 1892 nodig heb.”

Cariben

Volgens enkele organisaties in het Caribisch gebied is er nog veel onduidelijkheid over PIVA(-V). Het gaat dan om de manier waarop autorisatie kan worden verkregen maar ook om de kosten van een abonnement. Het ontbreken van informatie hierover op de BPR-site wordt door hen als een gemis gezien.

Ten slotte merkt een vertegenwoordiger van Caribisch Nederland op dat niet alle medewerkers in de Cariben Nederlands spreken. Hij pleit daarom voor een Engelstalige versie van de voor hen relevante informatie op de BPR-site.

5 Functionaliteit en vormgeving

5.1 Algemeen oordeel

De respondenten beoordelen de functionaliteit van de BPR-site met het gemiddeld rapportcijfer 7,3 (één onvoldoende), de vormgeving met een 7,1 (geen onvoldoendes).

5.2 Structuur website/navigatie

Over de structuur van de site zijn de klanten over het algemeen tevreden. Zij weten doorgaans goed hun weg te vinden, vaak door een combinatie van menunavigatie en zoekfunctie. De blauwe balk met de hoofdonderwerpen speelt daarin een belangrijke rol maar ook de andere wegen die de gebruiker vanaf de homepage naar de informatie leiden worden gewaardeerd.

“Het ziet er overzichtelijk uit.”

“Alle relevante informatie staat overzichtelijk op de homepage, dus de onderwerpen in de horizontale blauwe balk en dan het onderdeel 'onderwerpen' en 'vragen en antwoorden'. Het is in één oogopslag duidelijk waar je moet zijn.”

“Ik vind de structuur van de site prettig, er zijn veel mogelijkheden om te navigeren. Er is veel informatie op de homepage om 'naar binnen te prikken'.”

De meeste respondenten gebruiken eerst de menu's om te navigeren en gaan pas over op de zoekfunctie in de voorkomende gevallen dat zij op die manier de informatie niet kunnen vinden. De zoekfunctie vormt dan meestal een adequate aanvulling op de navigatie.

“De combinatie van menu en zoekfunctie werkt goed.”

Een belangrijke factor bij het oordeel over de site is dat men aan de huidige opzet en layout gewend is. Men is dan ook huiverig voor al te grote veranderingen.

“Ik weet waar alles staat, ik ken die sites van de overheid wel, ik ben er wel handig in geworden.”

“Ik wandel precies naar de plekken waar ik wezen wil, maar dat komt ook omdat ik al zo lang met deze materie bezig ben.”

Kritische kanttekeningen

De homepage wordt door een substantiële groep behoorlijk **vol en druk** gevonden. Volgens sommigen komt dat onder meer omdat er nogal wat doublures op de homepage voorkomen. Waar de een het positief vindt dat er meerdere 'ingangen zijn' vinden anderen dit storend. Zij willen graag via één duidelijke entree bij hun onderwerp komen. Enkelen doen de suggestie al op de homepage informatie per onderwerp te groeperen.

“Er staat wel erg veel informatie op de homepage. Soms moet je dus lang zoeken.”

“Je hebt een blauwe horizontale balk met onderwerpen en dan heb je ook nog de verticale rij met Onderwerpen en Uitgelicht en Systeem informatie. Die informatie overlapt elkaar te veel en dat is verwarrend. Je ziet nu Logisch Ontwerp 3.9 bij Onderwerpen staan maar je ziet dan bij uitgelicht ook weer staan: Uitstel Logisch Ontwerp 3.9.”

De **status van de elementen** op de homepage is volgens sommigen niet duidelijk. Er is een rubriek 'Uitgelicht' maar ook Nieuws en Onderwerpen zijn selecties. Dit leidt bij sommigen tot onduidelijkheid omdat nergens vermeld wordt dat het selecties betreft van de onderwerpen en berichten. Daardoor is niet geheel duidelijk hoe deze elementen in verhouding staan tot de rest van de website en welke informatie er nog meer is. Een respondent suggereert om alleen de echt actuele zaken op de homepage te vermelden en daarnaast per stelsel de betreffende pagina een link naar een nieuwsarchief te plaatsen.

"De homepage bevat wel veel verschillende categorieën die iets 'uitlichten'. Zet de veelgestelde vragen in de bovenbalk."

"Uitgelicht en Actueel? Waarom niet alles onder actueel, dat schept meer ruimte en maakt homepage minder vol."

Sommigen vinden dat er in het algemeen **veel clicks nodig** zijn voordat de informatie gevonden is of zelfs maar duidelijk is dat de informatie op de site te vinden is.

"Je zou na 3 keer klikken toch op de pagina moeten zijn waar je overzicht hebt over welke informatie er is, en of wat je zoekt daarbij is."

Op de onderwerppagina's worden de verschillende categorieën voorafgegaan door **pijltjes**. Dit is volgens een respondent onduidelijk. *"Zitten er achter een pijltje nog andere items verborgen of niet?"* Het verwarrende is dat sommige pijltjes clickbaar zijn (waarna een aantal nieuwe items uitklapt) en andere niet. Deze klant wijst ook op de onnodige herhaling van het hoofdonderwerp. BRP staat al in het tabblad en bovenaan in de linker kolom. Direct daaronder staat dan ook nog eens Basisregistratie Personen als item.

"Dat is toch hetzelfde als BRP".



Andere, incidenteel genoemde kritiekpunten op de structuur van de website zijn:

- De optie Uitgebreid Zoeken valt onvoldoende op
- De thema's in de onderwerpenlijst op de pagina Reisdocumenten zijn onvoldoende relevant. De betreffende respondent (Caribisch Nederland) mist bijvoorbeeld een kopje 'Kamervragen' en een (doorbladerbare) HUP.
- De website past zich qua ontwerp niet aan een tablet aan: *"Ik zit met twee grijze balken aan de zijkant, dat is niet prettig en moet anders kunnen."*
- De tekstregels van de onderwerpen zijn soms erg lang, *"Ze mogen wel meer met blokken werken die je aan kan klikken."*

Ergo merkt nog op:

Wanneer een gebruiker op de homepage op 'Reisdocumenten' clickt en vervolgens in de linker kolom op 'Paspoort en Nederlandse Identiteitskaart model 2014' clickt, verlaat hij (bijna ongemerkt) het tabblad Reisdocumenten en bevindt hij zich in tabblad Brochures. Dit zou tot verwarring kunnen leiden als de gebruiker daarna weer andere items over reisdocumenten wil aanclicken. Die zijn met het veranderen van tabblad verdwenen

The image shows two screenshots of a website interface. The top screenshot shows the 'Reisdocumenten' tab selected in the navigation bar. A red box highlights the left sidebar menu, with a red arrow pointing to 'Paspoort en Nederlandse identiteitskaart model 2014'. Another red arrow points from this menu item to the 'Brochures' tab in the bottom screenshot. The bottom screenshot shows the 'Brochures' tab selected, and the page content has changed to 'Model 2014 paspoort en Nederlandse identiteitskaart'. A red box highlights the sidebar menu, with a red arrow pointing to 'Brochures reisdocumenten'.

5.3 Zoekfunctie

Drie kwart van de respondenten gebruikt de zoekfunctie. Voor de meesten geldt dat men eerst via de menu's naar de informatie probeert te navigeren. Pas als dat niet lukt, gebruiken zij de zoekfunctie. Enkele respondenten gebruiken (bijna) altijd de zoekfunctie (en dus niet de menu's). Een kwart van de respondenten gebruikt ofwel alleen de menu's ofwel Google, waarmee ze meteen op de juiste pagina belanden.

Desgevraagd blijken de meeste gebruikers van de zoekfunctie de eenvoudige versie te gebruiken. De meningen over de zoekfunctie lopen sterk uiteen. Er is een groep tevreden gebruikers die met de zoekfunctie vinden wat zij via de menu's niet direct vinden. Sommigen nemen aan dat wanneer zij iets met de zoekfunctie niet vinden, "het er ook wel niet zal zijn". Ook de 'exclusieve' zoekfunctiegebruikers zijn redelijk tevreden.

Een even grote groep gebruikers vindt echter dat de zoekfunctie matig functioneert. De kritiek richt zich onder meer op **het grote aantal resultaten** dat zoektermen (of combinaties daarvan) opleveren.

"Als ik bijvoorbeeld intik 'vermissing reisdocumenten', krijg ik heel erg veel hits, ik zie dan door het bos de bomen niet meer." (Caribisch Nederland)

"Je krijgt vaak veel hits bij het intikken van een zoekterm, of je krijgt helemaal niets."

Soms noemt een gebruiker een voorbeeld dat volgens hem of haar tot geen enkel resultaat leidt. Dit blijkt in werkelijkheid niet altijd te kloppen. Dit zou kunnen duiden op spelfouten in de gebruikte zoekterm(en). Een respondent noemt “*initiële vulling BSN*” als voorbeeld van een zoekterm die niet tot resultaat leidt, terwijl dat (met de juiste spelling) tot een groot aantal resultaten leidt. Een correctiefunctie zoals Google hanteert (“*Bedoelde u?*”) zou dit kunnen oplossen.

Meerdere gebruikers van de zoekfunctie hebben kritiek op wijze waarop de resultaten geordend worden. De resultaten worden standaard geordend naar relevantie, een weinig doorzichtig criterium, dat niet altijd tot het gewenste resultaat leidt. Men ziet door de standaardordening op relevantie vaak verouderde resultaten bovenaan staan. Dat kan weer als gevolg hebben dat de gebruikers denken dat de site (of de zoekfunctie) onvoldoende bijgewerkt is of dat men lang moeten bladeren door pagina's met resultaten om het gezochte document te vinden. De keuze om te sorteren op relevantie of op datum valt niet iedereen op, waarschijnlijk ook omdat die pas te zien is wanneer de eerste zoekresultaten verschijnen.

Homepage



zoek

Sitemap Uitgebreid zoeken

Soms heeft men ten onrechte de indruk dat standaard op datum gesorteerd wordt doordat 'datum' geaccentueerd wordt wanneer relevantie als sorteersleutel wordt gebruikt.

Resultatenpagina



[Home](#)

Zoekresultaten

Zoekterm:

1108 resultaten gesorteerd op: [datum](#) / relevantie

Er wordt door een aantal respondenten voor gepleit om datum als standaardcriterium te hanteren.

Uitgebreid zoeken

Slechts enkelen gebruiken (ook) de functie Uitgebreid Zoeken, meestal naar tevredenheid, zij het met een enkele kanttekening.

“Uitstekend, al is me niet helemaal duidelijk of die termen waar je uit kan kiezen nou veranderen als je een ander documenttype kiest.”

Voor een deel is het geringe gebruik van Uitgebreid Zoeken te verklaren door onbekendheid met die functie.

“Die uitgebreide variant is niet erg prominent in beeld en was mij nog niet opgevallen.”

Er zijn echter ook klanten die bewust de eenvoudige variant gebruiken, Zij gebruiken de zoekfunctie alleen wanneer zij geen idee hebben waar het gezochte zich zal bevinden (“... anders zou ik het via de menu’s wel vinden”). Het gebruik van categorieën of trefwoorden heeft dan volgens hen weinig zin. Een andere reden om Uitgebreid Zoeken niet te gebruiken is de angst dat het gebruik van trefwoorden relevante informatie zou kunnen uitsluiten.

“Trefwoorden sluiten zaken ook uit als je ernaast zit”.

Een respondent merkt op dat ze liever zou zien dat het aantal trefwoorden kleiner wordt wanneer je een bepaalde categorie selecteert. Trefwoorden niet relevant zijn voor de betreffende categorie zouden dan uit beeld moeten verdwijnen. Ook zou ze liever sorteren aan de hand van categorieën dan categorieën uitsluiten.

Ergo: al met al lijkt de verfijning naar categorie en trefwoorden voor deze groep zijn doel enigszins voorbij te schieten.

De zoekpagina Landelijke Tabellen

De zoekpagina voor de landelijke autorisatietabel art. 35 wordt door een minderheid van de respondenten gebruikt. De tabellen zijn voor sommige respondenten niet relevant. Enkele anderen die de tabellen wel gebruiken, geven aan dat deze zijn opgenomen in het eigen softwaresysteem. Ze hebben daar dus de BPR-site niet voor nodig. Verder blijkt dat een deel van de gebruikers die de tabellen gebruiken, de zoekpagina niet te kennen.

“Ik heb de tabellen niet hard nodig. Ze zitten ook in onze eigen software. Ik check alleen wel eens of de afnemersindicatie up-to-date is.”

De meeste respondenten die de zoekpagina gebruiken, kunnen de pagina makkelijk vinden en zijn tevreden over de functionaliteit ervan.

“Jazeker ken ik die en ik vind die handig in het gebruik.”

5.5 De FAQ's

De respondenten is gevraagd of zij de veelgestelde vragen over voor hen relevante onderwerpen goed kunnen vinden op de site. Sommige respondenten benoemen overigens ook spontaan al de (vindbaarheid van) FAQ's als pijnpunt. De rubriek Vraag en Antwoord blijkt op meerdere vlakken voor verbetering vatbaar te zijn.

De weg naar de FAQ's loopt (schijnbaar) dood

De weg naar de (volledige lijst met) veelgestelde vragen lijkt het best bewaarde geheim van de BPR-site te zijn. De meeste respondenten komen nooit verder dan de vragen die op de homepage staan en vinden daar soms wel maar vaak ook niet de antwoorden op vragen die voor hen relevant zijn. Veel respondenten denken dat dit de enige veelgestelde vragen zijn die beantwoord worden, waarschijnlijk ook omdat nergens een aanwijzing te zien is dat er elders op de site nog meer vragen beantwoord worden. Slechts enkele respondenten weten Vraag en Antwoord per onderwerp te vinden, in één geval omdat de betreffende klant er een keer bij toeval terecht kwam en de plek onthield.

“Hoe vind ik die dan?”

“Vraag en Antwoord op de homepage is niet clickbaar. Ik zou niet weten hoe andere FAQ's te vinden. Ik kijk wel eens op de sitemap maar daar staat het ook niet.”

“Nee, ik zoek er wel eens naar. Het zou handig zijn als er vragen stonden die andere gemeenten hebben gesteld. Je krijgt dan misschien ook antwoord op je eigen vragen.”

Sommige respondenten zoeken wel eens naar andere vragen en antwoorden dan die op de home page vermeld staan, vermoeden soms wel dat ze er zijn, maar blijken zelden in staat er naartoe te navigeren. Tijdens de interviews is aan respondenten gevraagd op de site te zoeken naar meer uitgebreide en onderwerpspecifieke FAQ's. Men klikt dan op een hoofdonderwerp en loopt vervolgens onmiddellijk vast. Vrijwel niemand zoekt de veelgestelde vragen namelijk achter het item 'Informatiebank'. Wanneer de interviewer de respondent wijst op deze 'vindplaats', is de reactie steevast dat deze term de lading niet dekt.

“Daar verwacht ik juridische teksten, geen vraag en antwoord.”

Op de vraag hoe BPR de FAQ's het best zou kunnen organiseren en positioneren op de site, komen twee types reacties:

- Een deel van de gebruikers gaat het liefst eerst naar het hoofdonderwerp en verwacht daar meteen FAQ's in de onderwerpenlijst te zien staan. Op die manier komen ze alleen bij de vragen over het betreffende hoofdonderwerp gaan, eventueel nog onderverdeeld naar deelonderwerpen.
- Andere gebruikers zien het liefst een directe link in de blauwe balk op de homepage. Na het klikken daarop verwachten zij vervolgens de vragen en antwoorden per hoofdonderwerp uitgesplitst te zien.

De term Vraag en Antwoord is wat oubollig en weinig pakkend

Niet alleen de term Informatiebank leidt tot verwarring, ook Vraag en Antwoord draagt niet bij aan de vindbaarheid van de FAQ's en wordt door sommigen bovendien nogal oubollig gevonden.

“Noem het gewoon FAQ's. Die term kent iedereen.”

De FAQ's vragen zijn of lijken gedateerd

Wanneer de respondenten met hulp van de interviewer bij de FAQ's zijn aangekomen, is het eerste dat een aantal van hen opvalt dat de vragen gedateerd zijn. Dat hoeft overigens niet altijd zo te zijn, maar omdat de vragen niet op datum gesorteerd zijn, lijkt het wel zo. Als men verder kijkt ziet men soms ook recentere documenten en merkt dan op dat het handiger zou zijn om op datum te sorteren.

Eén respondent die zegt regelmatig de veelgestelde vragen in de informatiebank te bekijken merkt op dat die vragen veel vaker verversd zouden moeten worden.

Overigens wekt het feit dat de datum doorgaans (alleen) bij het deelonderwerp wordt geplaatst - al dan niet terecht - de indruk dat alle veelgestelde vragen over dit deelonderwerp op die datum geplaatst zijn en daarna nooit meer geactualiseerd zijn.

Ergo merkt in aanvulling op het voorgaande ten aanzien van de FAQ's nog op dat een aanduiding (onder Reisdocumenten) als ...

▼ Informatiebank

Vraag en antwoord

> Juridisch

Kennisbank | 22-06-2007

... waarbij de achterliggende informatie van veel recentere datum is ...

Reisdocumenten

FAQ / Veelgestelde vraag | 07-10-2008

Wijzigingen reisdocumenten per 20 januari en 9 maart 2014

FAQ / Veelgestelde vraag | 27-01-2014

Register Paspoortsignaleringen (RPS)

FAQ / Veelgestelde vraag | 18-09-2012

Zelfevaluatie Reisdocumenten

FAQ / Veelgestelde vraag | 11-02-2014

... niet bijdraagt aan een beeld van een goed geactualiseerde rubriek.

Hetzelfde fenomeen doet zich overigens voor bij de andere onderdelen van de informatiebank: de achterliggende documenten zijn vaak veel recent dan de datumaanduiding bij het onderwerp doet vermoeden. Het nalopen en aanpassen van deze aanduidingen lijkt een 'quick win'.

Inhoudelijke verbeterpunten

Het is lastig om vast te stellen in hoeverre de FAQ's inhoudelijk aan de verwachtingen voldoen omdat bijna geen van de respondenten de meer uitgebreide vorm ervan heeft gezien. Oordelen over de FAQ's zijn dan ook veelal gebaseerd op de FAQ's op de homepage. Die zijn voor sommigen overigens voldoende maar voor de meeste anderen te beperkt. Anders dan de reeds genoemde wens tot versere, meer actuele vragen wordt alleen het ontbreken van een aparte sectie voor het Caribisch gebied genoemd (*"Het is te veel gericht op Nederland."*)

5.6 Vormgeving

Hoewel de klanten zelden echt enthousiast zijn over de vormgeving van de BPR-site wordt hebben zij er ook weinig klachten over. De vormgeving is volgens hen weinig opwindend maar daar heeft men doorgaans ook geen behoefte aan. Bovendien realiseren de meeste klanten zich dat BPR moet opereren binnen de Rijkshuisstijl.

"Rustig, niet te opvallend, duidelijk."

"Het is een standaard overheidssite, niet modern, dat hoeft ook niet."

"De vormgeving is wel goed. Het zou wat flitsender kunnen, maar dat hoeft eigenlijk niet."

Een aantal respondenten benadrukt het te waarderen dat de BPR-site geen bewegende elementen heeft die de bezoeker kunnen afleiden.

"Het is eenvoudige website, er zijn geen plaatjes of allerlei verspringende dingen waar je erg onrustig van wordt."

Toch kan de site volgens sommigen wel wat meer “sjeu” gebruiken en wat meer onderscheidend kunnen zijn ten opzichte van andere overheidssites.

“De site kan wel wat hipper, aantrekkelijker gemaakt worden.”

“Ik begrijp wel dat de rijksoverheid een en ander wil stroomlijnen maar ik vind het te veel eenheidsworst. Die uniformiteit leidt soms tot verwarring.”

Enkele respondenten zijn niet te spreken over het gebruikte lettertype op de site. Een paar klanten vinden de letters te klein. Een ander meent te zien dat het lettertype op de homepage niet steeds hetzelfde is waardoor de pagina onrustig oogt en minder prettig leest.

“Het lettertype is vrij klein, een beetje friemelig.”

“Is het lettertype af en toe anders?”

Ten slotte merken sommige gebruikers op dat de BPR-site beter kan worden afgestemd op de gangbare beeldschermen.

“Iedereen heeft een breed beeldscherm tegenwoordig, en dan zit je naar zo'n smal strookje tekst te kijken met allemaal wit er om heen.”

5.7 Wat vooral behouden moet blijven

Op de vraag wat op de site ook na de restyling vooral behouden moet blijven, zegt een aantal respondenten dat vooral de structuur van de site en vooral de indeling naar hoofdthema's (de stelsels) intact moeten blijven. Ook de inhoud in het algemeen en de uitgebreidheid van de informatie zouden behouden moeten blijven. Veel klanten zien meer in het algemeen het liefst niet te veel verandering in de site; men is tevreden en ziet geen aanleiding voor grote vernieuwingen.

“De hoofdstructuur met onderverdeling BRP, reisdocumenten en BSN is goed. Vooral zo houden!”

“Ze moeten die blauwe balk met daarin actueel, BRP, reisdocumenten, brochures en dergelijke op de homepage handhaven. Erg makkelijk.”

“Er is niet iets specifiek dat ik zou willen behouden, de site functioneert als geheel gewoon goed.”

“Laat de hele site zoals deze nu is.”

Specifieke onderdelen van de site die meerdere respondenten expliciet zouden willen behouden zijn vooral de **stelselinformatie** inclusief de melding: 'bijgewerkt tot' (“Op de homepage houden!”) en daarnaast ook de **formulieren en brochures** (voor het publiek) en de **doorverwijzingen** (zoals: 'Zie ook' (bij PIVA) en 'Direct naar').

Incidenteel worden genoemd:

- FAQ's (maar wel op een andere plaats)
- De top 10 van belangrijke onderwerpen (maar aan de linker- of rechterkant: “Daar in het midden zweeft het te veel.”)
- De rubriek 'Uitgelicht'
- Landelijke tabellen
- Informatie over fraudebestrijding

Verder worden af en toe meer vanzelfsprekende, generieke zaken genoemd zoals “wet- en regelgeving”, “de programmawijzigingen” en “GBA-informatie”.

6 Toekomstige informatiebehoefte en communicatievormen

6.1 Actuele ontwikkelingen en nieuwe beleidsvelden

De respondenten is gevraagd welke ontwikkelingen en mogelijke nieuwe beleidsvelden zij zien die van invloed zouden kunnen zijn op de toekomstige informatiebehoefte van hun organisatie. Veel klanten merken allereerst op dat dit vooral van de Rijksoverheid afhangt. Die bepaalt immers het beleid en gemeenten en afnemers volgen. Dit gezegd hebbend noemen sommige klanten een aantal terreinen die in de nabije toekomst hoog op de agenda staan. Het gaat dan veelal om overgangprocessen die al in gang zijn gezet maar nog niet geheel zijn afgerond.

Transitie GBA-BRP

Vooraf de modernisering van de GBA ofwel de transitie van GBA naar BRP wordt regelmatig genoemd als een relevante ontwikkeling. Rond die transitie willen klanten graag op de hoogte worden gehouden van het laatste nieuws, de planning en de implementatie. Een gemeentefunctionaris wil bijvoorbeeld weten op welke manier gemeenten gebruik kunnen maken van elkaars gegevens in de overgangssituatie waarin de registratie van persoonsgegevens nog niet locatie-onafhankelijk is. Het gaat dan zowel om informatie over de aansluiting van de afzonderlijke systemen van de verschillende gemeenten als over het privacy-aspect van gegevensuitwisseling.

“BPR kan daarbij helpen door aan te geven wat je wel en wat niet onderling kan regelen.”

Meer in het algemeen geldt dat bij grote wijzigingen in wetgeving - en de daaruit voortvloeiende veranderingen in procedures - er nogal wat gevraagd wordt van de uitvoerende organisaties. Een gemeentefunctionaris pleit ervoor dat gemeenten eerder geïnformeerd worden over deze veranderingen en daarmee meer tijd krijgen om grote transformaties voor te bereiden.

“Bij wetwijzigingen is de communicatie richting gemeenten vaak heel kort voordat de feitelijk implementatie daar moet plaatsvinden. Via de sociale media komen vaak al zaken naar buiten waarover de medewerkers bij gemeenten nog niet geïnformeerd zijn en waar de systemen nog niet klaar voor zijn. Ik pleit dringend voor meer aanlooptijd.”

Fraudebestrijding

Ook het bestrijden van documentfraude is volgens sommigen een actueel onderwerp. Volgens sommigen dient het onderwerp in een bredere context te worden gezien dan de gemeente-inschrijvingen. Dat betekent ook dat informatie over documentfraude in een afgeschermd omgeving moet kunnen worden uitgewisseld. Gesuggereerd wordt dat BPR in die behoefte voorziet.

Fraudebestrijding stelt nieuwe eisen aan de vaardigheden van balie medewerkers bij gemeenten. Het opleidingsniveau van baliepersoneel sluit hier onvoldoende bij aan. BPR kan gemeenten helpen door aandacht te besteden aan bijscholing, niet alleen door middel van instructiemateriaal maar ook door het opstellen van circulaire. Die vormen voor de afdelingshoofden en leidinggevenden die verantwoordelijk zijn voor de aansturing van baliepersoneel een breekijzer om bij hun superieuren budget te verwerven voor bijscholingscursussen.

De RNI-transitie

Enkele respondenten zien de invoering van de Registratie Niet-Ingezetenen als de volgende grote transitie. Ook voor de invoering van de RNI geldt dat van de medewerkers meer gevraagd wordt dan ze gewend zijn. Van BPR wordt verwacht dat het de medewerkers daarbij (op de website) ondersteunt.

“Medewerkers moeten meer en bredere informatie gaan gebruiken. Dat betekent dat er hogere eisen worden gesteld aan de snelheid waarmee ze dingen kunnen opzoeken. BPR kan helpen met goede instructie over hoe om te gaan met de website en hoe zaken te vinden over verschillende onderwerpen.”

Incidenteel genoemde ontwikkelingen

Thema's die incidenteel genoemd worden, zijn:

- Koppelingen van applicaties
- Het verkrijgen van een afnemersindicatie
- Het nieuwe Logisch Ontwerp
- De verhouding tussen Nederland en Europa wanneer het gaat om persoonsgegevens.
- Zelfevaluatie

6.2 Behoeftte aan aanvullende vormen van online communicatie

De respondenten is een aantal mogelijke vormen van online communicatie voorgelegd met de vraag of die voor hen een nuttige aanvulling op de BPR-site zouden kunnen zijn.

Extranet

Ongeveer een derde van de respondenten vindt een extranet een nuttige toevoeging, ongeveer de helft vindt een extranet niet zinvol, de rest heeft er geen mening over.

Voor sommige voorstanders geldt dat een extranet een belangrijke aanvulling zou zijn die in een werkelijke behoefte zou voorzien. Het biedt de mogelijkheid om individuele gegevens uit te wisselen met andere partijen zonder dat gegevens hoeven te worden geanonimiseerd. Voor anderen is het minder essentieel maar niettemin welkom.

“Voor BRP is dat een nuttige toevoeging. Nu moeten we bij het mailen alle persoonsgegevens gaan afschermen, dat is natuurlijk heel onhandig, want daar gaat het om.”

“Dat is geen verkeerd idee ... voor een beperkte groep specialisten. Je zou dat extranet dan thematisch moeten indelen. Een goed voorbeeld is informatie-uitwisseling over veelvermissers.”

“Wij lakken soms personalia met Tipp-Ex weg en scannen dan het document omdat we per mail niets mogen doorsturen dat herkenbaar is. Dat is toch niet van deze tijd. Als we persoonlijke details konden doorsturen in een gesloten systeem, zou dat wel een heel stuk plezieriger zijn.”

“Soms valt de telefoon hier weg en dan zou dit handig zijn.”

Degenen die een extranet niet zinvol vinden, wijzen op de grote hoeveelheid informatie die zij al krijgen en op de andere mogelijkheden om vertrouwelijke informatie uit te wisselen.

“Yammer is hier afgekeurd vanwege de veelheid aan informatie. Je vergeet het een met het ander. En het kan ook via de mail.”

“Een extranet is niet nodig. Privacygevoelige zaken gaan via de speciale terugmeldvoorziening.”

“Ik heb ook Berichtenverkeer en verder bel ik wel.”

Online forum

Een online forum kan op enthousiasme rekenen bij minder dan een kwart van de respondenten. (Digitale) intervisie met collega's in het veld wordt door de voorstanders als waardevol gezien omdat het kan helpen bij het oplossen van problemen die men tegenkomt. Sommigen wijzen onder meer op de vele vragen die in de Burgerzaken-community op LinkedIn worden gesteld om de behoefte aan een online forum aan te tonen. Omdat niet iedereen LinkedIn gebruikt, zou een BPR-forum een nuttige toevoeging zijn.

“Goed idee. Je kunt dan problemen uitwisselen en oplossingen.”

“Ik kom via LinkedIn veel vragen tegen van collega's over allerlei zaken rond de BRP. Er is dus een behoefte aan een online forum. Het zou goed zijn als BPR zo iets zou faciliteren. Bijkomend voordeel is dat BPR dan ook beter weet wat er speelt bij hun afnemers.”

De andere klanten zien weinig toegevoegde waarde in een online forum. Men is bang voor “information overload” of zegt er toch geen gebruik van te zullen maken omdat daarvoor de tijd ontbreekt. Sommigen vinden dat de LinkedIn-community al afdoende in de behoefte aan informatie-uitwisseling voorziet en dat BPR dat niet moet gaan kopiëren. Een bijkomend argument is dat op een forum ook BPR onderwerp van gesprek moet kunnen zijn en dat de BPR-site daarvoor niet de gepaste omgeving is.

“Ik heb daar slechte ervaringen mee. Mensen gaan heel veel dingen roepen waar niemand iets aan heeft, veel ruis dus.”

“Op LinkedIn hebben we zo'n groep en dat werkt eigenlijk heel aardig, daar moet je niet een tweede naast gaan zetten.”

“Een forum moet zeker niet via het ministerie lopen. We moeten het ook over hen kunnen hebben en dat moet dan niet op een forum dat ze zelf beheren. LinkedIn is daar prima voor.”

Online magazine

Over het nut van een online magazine lopen de meningen uiteen. Er is een groep die een online magazine onder voorwaarden wel een goed idee vinden hoewel het niet als een essentiële toevoeging wordt gezien. Voorwaarden zijn dat dublures met andere communicatievormen worden voorkomen, dat het magazine werkelijk nieuws bevat, dat het voldoende pakkend is en dat klanten steeds worden geattendeerd op nieuwe edities.

“Dat zou ik best aardig vinden, maar dan moet je het wel leuk zien te maken.”

“Wijzen op ontwikkelingen waar we rekening mee moeten gaan houden, kan nuttig zijn, maar ze moeten er dan wel steeds op attenderen.”

Anderen zien weinig in een online magazine. Zij zeggen al genoeg informatie te krijgen via nieuwsbrieven en de website. Sommigen lezen bovendien niet graag van een scherm. Meerdere respondenten met een uitvoerende functie veronderstellen dat een online magazine mogelijk voor beleidsmensen interessant zou kunnen zijn, maar niet voor hen.

“Dat is misschien wel handig voor beleidsmakers maar ik ben er zelf veel te druk voor.”

Twitter

Communicatie via Twitter kan op weinig bijval rekenen. Weliswaar zouden enkele respondenten een Twitter-account voor storingsinformatie toejuichen, bijvoorbeeld omdat men niet altijd achter een computer zit.

“Goed idee, dan weet je meteen waar het probleem zit.”

De meeste respondenten (en de functionarissen aan wie zij leiding geven) gebruiken echter geen Twitter en hebben er soms zelfs een hekel aan. Een BPR-tweet zou bovendien te snel verdwijnen in de grote hoeveelheid andere berichten die via Twitter worden verstuurd. Daarbij komt nog bij dat een tweet om te attenderen op storingsinformatie onnodig wordt gevonden omdat de storing zelf al voor die attentering zorgt.

“Daar word ik niet door getriggerd. Het verdwijnt in de grote massa van berichten.”

“Twitter voegt niets toe. Als er een storing is ga je automatisch meteen kijken op de site.”

“Het heeft eigenlijk alleen meerwaarde wanneer de tweet sneller is dan de vermelding op de website.”

Voor informatie over de basisregistratie is Twitter volgens een respondent ongeschikt omdat die omringd is met veiligheidsmaatregelen.

Leeftijd zou een rol kunnen spelen bij de afwijzing van het medium Twitter. De gemiddelde leeftijd van de onderzoeksgroep ligt op 49 jaar en ruim de helft is boven de vijftig. Het valt echter op dat er ook onder de relatief jonge respondenten (35-40 jaar) weinig enthousiasme voor BPR-informatie via Twitter te bespeuren is.

7 Conclusies en aanbevelingen

In opdracht van het ministerie van BZK heeft Ergo kwalitatief onderzoek gedaan naar de tevredenheid van klanten van Agentschap BPR over de online communicatie van het agentschap. Doel van het onderzoek was om input te leveren voor de optimalisering van de online communicatie van BPR. Hiertoe zijn 32 telefonische diepte-interviews gehouden onder gemeenten (15), afnemers (10) en vertegenwoordigers van Caribisch Nederland (7) die gebruik maken van de diensten van BPR. De interviews duurden gemiddeld 45 minuten en zijn uitgevoerd tussen eind juni en medio augustus 2014.

De onderzoeksgroep is in te delen in drie groepen:

- Klanten die zich bezighouden met beleidszaken
- Klanten die zich vooral bezighouden met (aansturing) van de uitvoering van het registratieproces.
- Klanten die zich vooral bezighouden met de beheersaspecten van de registratie van persoonsgegevens

Sommige respondenten houden zich ofwel bezig met BRP ofwel met Reisdocumenten, anderen werken met beide stelsels. BSN speelt doorgaans een ondergeschikte rol. PIVA is voor minder dan een kwart van de respondenten (vooral uit Caribisch Nederland) relevant.

Hieronder worden de belangrijkste conclusies uit het onderzoek beschreven en worden aanbevelingen en overwegingen gepresenteerd.

7.1 Samenvattende conclusies

Informatiebehoefte en informatiebronnen

- De informatiebehoefte rond de **BRP** richt zich vooral op de wijziging in procedures als gevolg van wetwijzigingen. De gevolgen voor gemeenten en afnemers van de modernisering van de GBA en de centralisering van de RNI zijn belangrijke informatie-thema's.
- Ook voor **reisdocumenten** geldt dat veranderingen in de wetgeving de belangrijkste aanleiding zijn voor het zoeken van informatie en ook hier gaat het vooral om uitleg over de consequenties van de veranderingen voor de klanten. Men wil weten hoe procedures moeten worden aangepast en zoekt ondersteuning bij het instrueren van de eigen medewerkers over de nieuwe gang van zaken. Een ander belangrijk onderwerp waarover men informatie nodig heeft is de aanpak van fraude en paspoortsignalering.
- Het **PIVA**-stelsel staat in de ogen van vertegenwoordigers van Caribisch Nederland nog in de kinderschoenen. Dit leidt ertoe dat de informatiebehoefte over PIVA nog tamelijk basaal is. Men wil weten hoe men toegang (autorisatie) kan krijgen en heeft behoefte aan informatie over de grondbeginselen van PIVA en instructie over het gebruik van het systeem. Er lijkt behoefte te zijn aan het stimuleren (door BPR) van het nu nog beperkte gebruik van PIVA.
- BPR en in het bijzonder de website vormt voor alle onderwerpen een belangrijke informatiebron. Daarnaast maakt men vooral gebruik van de NVVB-site, de Kennisbank Burgerzaken (Reed Business Media), het Handboek Amsterdam en de VNG. Voor afnemers is vooral de toeleverancier Compet&T een belangrijke informatiebron. Naast de websites vormen ook nieuwsbrieven van BRP en andere organisaties een belangrijk medium.

De plaats van de website in de relatie met BRP

- De meeste klanten, vooral bij gemeenten, dichten de website een cruciale plaats toe in de relatie met BPR. De site vormt het centrale communicatiemiddel dat soms wordt aangevuld met persoonlijke contacten, al dan niet via het klantcontactcentrum. Voor een kleinere groep klanten is het juist andersom; persoonlijke contacten met relatie-managers en andere BRP-ers (ook in overlegbijeenkomsten) staan voorop, de website vormt een aanvullende schakel.
- Nogal wat afnemers hebben een meer beperkte relatie met BPR omdat zij een groot deel van hun werkprocessen hebben uitbesteed aan externe partijen als Compet&T. Het belang dat zij aan de BPR-website hechten, is navenant geringer.
- Het belang van de site voor de vertegenwoordigers van Caribisch Nederland loopt sterk uiteen. Voor sommigen is de site van cruciaal belang als kennisbank, anderen gebruiken de site nauwelijks en leunen vooral op persoonlijke contacten met BPR in Den Haag.

De inhoud van de BPR-site

- Over de inhoud van de website zijn de klanten doorgaans gunstig gestemd. Gemiddeld geeft men als rapportcijfer een 7,5. Er is veel informatie op de site te vinden en die informatie is meestal duidelijk, correct, van kwalitatief hoog niveau, begrijpelijk (voor insiders) en redelijk actueel. Bovendien lijkt BPR beter dan in het verleden gevoelig voor signalen van klanten, wat de kwaliteit van de website ten goede komt.
- Niettegenstaande het voorgaande is er ook kritiek. Nieuwe wetgeving zou op de BPR-site beter geduid kunnen worden ten behoeve van de implementatie ervan bij afnemers. Onder meer instructies voor medewerkers zouden de afnemers hierbij helpen.
- Een ander kritiekpunt komt vooral uit Caribisch Nederland. Er wordt volgens sommigen te weinig aandacht besteed aan de PIVA. Bovendien zou men - met het oog op de niet-Nederlandstalige medewerkers - graag een Engelse versie van de informatie voor de Cariben zien.
- Hoewel velen de actualiteit van de BPR-site gunstig beoordelen, oogst de site op dit punt de meeste kritiek. Informatie die cruciaal is voor de werkprocessen van gemeenten en afnemers, zoals het Logisch Ontwerp GBA 3.9, verschijnt volgens sommigen van hen pas laat op de site. Voor anderen is onzekerheid of zaken nog van toepassing zijn - omdat dit niet wordt aangegeven - een probleem. Als men op de site een document vindt van weinig recente datum waarvan niet duidelijk is of het anno nu nog van kracht is, voedt dit de twijfel over de actualiteit van de site.
- Enkele respondenten menen dat BPR de site inhoudelijk nog zou kunnen verbeteren door de discussies op het Burgerzakenforum van LinkedIn te volgen en daarop in te spelen bij de informatievoorziening op de website. BPR zou de regelgeving en de praktische uitvoering ervan kunnen duiden op vooral die punten waarover - gezien de forumdiscussies - onduidelijkheden bestaan.

Functionaliteit en vormgeving

- Ook de functionaliteit (gemiddeld rapportcijfer 7,3) van de BPR-site wordt vrij gunstig beoordeeld. De structuur van de site is duidelijk onder andere door de hoofdingeling op 'de blauwe balk' en men heeft in het algemeen weinig moeite de weg naar de gezochte informatie te vinden, meestal via de menu's en zo nodig via de zoekfunctie.
- Een belangrijke vaststelling is dat men aan de opzet van de website gewend is en dus huiverig is voor grote veranderingen. Men pleit vooral voor behoud van de hoofdingeling van de menu's.

- De systeeminformatie op de homepage wordt als een zeer waardevolle rubriek gezien, vooral door de klanten met een technische of een beheersfunctie.
- Ondanks de vrij gunstige waardering worden ook bij de functionaliteit een aantal kritische kanttekeningen geplaatst. De belangrijkste zijn:
 - De volle en daardoor drukke homepage.
 - De onduidelijke status van de elementen op de homepage. Er wordt erg veel 'uitgelicht' op de homepage, ook bij de rubrieken Nieuws en Onderwerpen, maar er wordt niet aangeduid dat het hier om selecties gaat. Daardoor is onduidelijk hoe de rubrieken op de homepage zich verhouden tot de informatie op de andere pagina's.
 - De doublures die ontstaan doordat in verschillende rubrieken op de homepage elkaar deels overlappende selecties uit de totale informatie (onderwerpen, nieuws, uitgelicht) worden getoond.
 - De zoekfunctie. Hier geldt de kritiek vooral het grote aantal hits en de ordening van de resultaten op 'relevantie'. Het gebruik van dit zoekcriterium levert vaak juist gedateerde en daardoor irrelevante informatie op. Er wordt voor gepleit 'datum' als standaard zoekcriterium te hanteren. De functie uitgebreid zoeken is soms onbekend maar lijkt ook zijn doel voorbij te schieten. Men weet vaak geen categorie of trefwoord te kiezen of men vreest dat het aanklikken van categorieën en trefwoorden zal leiden tot (ongewenste) uitsluitingen.
- De status van de rubriek Vraag en Antwoord is onduidelijk. De meeste klanten weten niet dat dit slechts een selectie van FAQ's is en weten de FAQ's per onderwerp niet te vinden. Vrijwel niemand zoekt deze bij het item 'Informatiebank'. Het is een vlag die de lading niet dekt. De klanten zouden de FAQ's liever als item in de blauwe balk zien met daarachter een indeling per onderwerp, of als apart item in de onderwerpenlijst van elk stelsel.
- De vormgeving krijgt van de klanten gemiddeld een 7,1, wordt enigszins saai en weinig flitsend gevonden maar zonder dat men hier echt moeite mee heeft. Sterker nog, het wordt gewaardeerd dat de website geen al te flitsende en bewegende elementen bevat. Men begrijpt bovendien dat de Rijkshuisstijl beperkingen met zich meebrengt. Niettemin pleiten sommigen voor iets meer 'sjeu' en onderscheidend karakter binnen de gestelde grenzen.

Toekomstige informatiebehoefte en nieuwe vormen van online communicatie

- Veel klanten kunnen weinig zeggen over nieuwe beleidsterreinen of ontwikkelingen omdat de Rijksoverheid de 'spelbepaler' is en zij naar eigen zeggen 'volgers' zijn. Toch worden enkele thema's genoemd die in de nabije toekomst hoog op de agenda staan: de in gang zijnde transitie GBA-BRP, fraudebestrijding en de toekomstige centralisering van de RNI. Voor alle terreinen, maar zeker voor fraudebestrijding geldt dat deze ontwikkelingen leiden tot behoefte aan ondersteuning bij de instructie van (balië)personeel. Aan hen worden eisen gesteld waaraan zij met hun bestaande opleiding en vaardigheden onvoldoende kunnen voldoen.
- Over enkele besproken uitbreidingen van de online communicatie lopen de meningen van de klanten meestal uiteen. Een extranet en een online forum worden door een substantiële minderheid van de klanten waardevol gevonden maar de rest van hen ziet de toegevoegde waarde er niet van. Een online magazine kan onder een deel van de klanten op enige belangstelling rekenen maar zonder dat zij het als een essentieel medium zien en alleen op voorwaarde dat er werkelijk interessante en nieuwe informatie in wordt gepubliceerd die men niet al via andere wegen ontvangt.

- Twitter wordt als medium door de meeste klanten ongeschikt en te vluchtig gevonden. Als middel om te attenderen op storingsinformatie is het overbodig; de storing zelf zorgt ervoor dat men de website bekijkt om na te gaan of er een landelijke storing is of dat men die in andere (waaronder de eigen) systemen moet zoeken.

7.2 Aanbevelingen

Op basis van het onderzoek geeft Ergo de volgende aanbevelingen in overweging:

Houden:

- Men is over de inhoud en de inrichting van de huidige BPR-site behoorlijk tevreden. Gebruikers weten in het algemeen goed waar zij welke informatie kunnen vinden en zijn gewend van de site. Het strekt tot aanbeveling de opbouw en logica van de huidige BPR-site niet teveel overhoop te gooien en de hoofdindeling in de blauwe balk, als belangrijk startpunt voor de navigatie, te handhaven.
- De rustige vormgeving en vooral het ontbreken van flitsende, bewegende elementen die de aandacht kunnen afleiden, wordt gezien als een sterk punt van de site. Vooral zo houden, is ons advies.
- De volledige systeeminformatie op de homepage is voor een substantieel deel van de doelgroep een cruciaal onderdeel van de website en wordt in de huidige vorm gunstig gewaardeerd. Handhaven is dus het devies.
- Ook behoudenswaardig zijn de directe links naar vaak gezochte onderwerpen en formuleren. Die blijken in een behoefte te voorzien doordat ze de navigatie versnellen.

Verbeteren:

- Zorg voor een minder volle en daardoor minder drukke homepage en probeer al te veel overlap tussen de verschillende elementen te voorkomen. Op de huidige homepage wordt erg veel 'voorgeselecteerd'. De vraag is of dat altijd wenselijk is maar het lijkt ons in ieder geval verstandig om helderheid te verschaffen over de (selectieve) status van de items op de homepage, al is het maar door onderaan de lijst een link te plaatsen als 'alle nieuws over BRP, 'alle nieuws over reisdocumenten' enzovoort. Er is dan minder gevaar dat de homepage-elementen in het luchtledige komen te hangen.
- Streef ernaar dat de gebruiker met zo min mogelijk clicks bij de juiste pagina terecht komt of in ieder geval bij een overzichtspagina waarop duidelijk wordt dat hetgeen de gebruiker zoekt op de site voorhanden (en nabij) is. Soms weet men niet of wat men zoekt wel op de site staat en men wil daarover graag zo snel mogelijk duidelijkheid.
- Afgezien van de selectie van vragen en antwoorden op de homepage, zitten de FAQ's nu per hoofdthema verstopt achter 'informatiebank' en daar verwacht niemand ze. Vaak denkt men daardoor dat de FAQ's op de homepage alle vragen zijn die worden beantwoord en daar staat lang niet altijd de vraag bij die op dat moment relevant is. Er worden twee suggesties gedaan:
 1. Zet ze als zelfstandig, direct zichtbaar item in de onderwerpenlijst onder het hoofdthema. Dit heeft als voordeel dat meteen op de homepage duidelijk zichtbaar is dat de rubriek bestaat. Bovendien vallen niet alle vragen en antwoorden altijd onder een hoofdonderwerp. FAQ's over meer algemene onderwerpen kunnen zo ook onder hun eigen noemer geplaatst worden en - los van de stelsels - ontsloten worden.
 2. Maak een apart tabblad FAQ (ook onder die naam!) en geef de gebruiker op de eerstvolgende pagina de keuze om op een hoofdthema of onderwerp te clicken waarmee hij bij de FAQ's over dat onderwerp komt.

Ergo stelt voor beide wensen in te willigen, zodat gebruikers zowel vanaf de homepage als vanaf de stelselpagina's op een logische en makkelijke wijze naar de relevante FAQ's kunnen navigeren. Op de FAQ-pagina van de hoofdonderwerpen kan een link geplaatst worden naar de pagina met het overzicht van alle FAQ's. De lijst met FAQ's op de homepage kan vervallen waardoor er ook meer rust ontstaat op de homepage.

- Er is onder klanten behoefte aan meer duiding van wetgeving en de gevolgen ervan voor gemeenten en afnemers. Op LinkedIn worden in het Burgerzakenforum onderwerpen besproken die professionals op het terrein van persoonsgegevens bezighouden. BPR zou deze discussies (als community-lid) kunnen volgen om actuele issues waar gemeenten mee worstelen, te inventariseren. Daarnaast kunnen relatiemanagers als 'ogen en oren' van BPR een belangrijke spelen bij het opsporen van zaken die spelen bij klanten. De belangrijkste thema's rond regelgeving en implementatie kunnen op de BPR-site besproken en geduid worden, bijvoorbeeld in de FAQ's.
- De zoekfunctie is voor verbetering vatbaar. Ergo zou willen aanbevelen op dit moment niet zozeer te investeren in verbetering van de weinig gebruikte functie uitgebreid zoeken maar de nadruk te leggen op de basale aspecten van de eenvoudige zoekfunctie. Gebruikers denken vaak dat de zoekfunctie gedateerde resultaten oplevert doordat het bovenste zoekresultaat nogal eens van een oudere datum is. Maak van datum het standaard sorteercriterium. Zorg er verder voor dat ondubbelzinnig duidelijk is welk criterium gehanteerd wordt; in de huidige lay-out wordt het criterium dat niet gebruikt wordt geaccentueerd en dat leidt bij sommigen tot verwarring.
- Meer in het algemeen is het verstandig de datumaanduidingen nog eens goed na te lopen. Gebruikers van de site willen weten of de op de site gevonden informatie nog wel van toepassing is. Het valt sterk te overwegen bij de (deel)onderwerpen niet de datum van invoer te vermelden maar de (regelmatig aangepaste) datum van de laatste wijziging of toevoeging of de datum dat de antwoorden voor het laatst op juistheid gecontroleerd zijn. Een datum van invoer is nuttig bij afzonderlijke items en documenten. Het is dan wel aan te bevelen die items op datum te sorteren.
- Klanten begrijpen dat het toepassen van de rijkshuisstijl onvermijdelijk is en hebben bovendien geen behoefte aan een 'flitsende' site. Niettemin zou BPR kunnen overwegen om - binnen de gestelde beperkingen - de website niets meer 'BPR-gezicht' te geven ter onderscheiding van de sites van andere rijksonderdelen.
- Gebruikers die beschikken over een breedbeeldscherm, zien aan de zijkanten van hun scherm relatief veel ongebruikte ruimte. Het is aan te bevelen daar bij de restyling rekening mee te houden en te zorgen voor responsive design.

Toevoegen:

- Er is behoefte aan integratie van relevante informatie uit meerdere (overheids)bronnen. BPR zou informatie van andere overheidsinstanties over het registreren van persoonsgegevens kunnen bundelen en die op de website kunnen ontsluiten.
- Een terugkerend thema in de gesprekken is de vaststelling van gemeenten dat balie-medewerkers bij Burgerzaken onvoldoende toegerust zijn op de nieuwe taken waarvoor zij zich geplaatst zien. Vooral de RNI en fraudebestrijding zijn terreinen waar de kennis van balie-medewerkers momenteel door gebrek aan opleiding tekortschiet. Het zou goed zijn te inventariseren op welke terreinen balie-medewerkers bijscholing nodig hebben en vervolgens gemeenten hiertoe tips en handreikingen aan te bieden. Dit kan in de vorm van geschreven informatie maar ook in de vorm van instructiefilmpjes.

- De klanten in Caribisch Nederland hebben vaak nog weinig interesse in de website maar er is volgens sommigen ook nog weinig voor hen te vinden. Te overwegen valt een apart hoofdonderwerp Cariben (of PIVA) in de blauwe balk te creëren. Ook valt te overwegen om voor Caribisch Nederland relevante informatie in het Engels te vertalen.
- Afnemers blijken vaak minder goed op de hoogte van de online informatie die BPR te bieden heeft. Zo kent men vaak de nieuwsbrief niet. Te overwegen valt alle afnemers een e-mail of nieuwsbrief te sturen waarin uiteengezet wordt welke informatie BPR via de website en de nieuwsbrief te bieden heeft en waarin BPR hen uitnodigt zich te abonneren op de nieuwsbrief.

Ten slotte

Tijdens de interviews ontdekten klanten soms verbeteringen en vernieuwingen van de site waarvan ze vóór het onderzoek nog geen weet hadden. Het is belangrijk de site niet alleen te verbeteren en te vernieuwen maar ook te vertellen dat je dat hebt gedaan, zowel in nieuwsbrieven als op de site zelf. Men kan de voordelen van verbeteringen en toevoegingen immers pas ervaren wanneer men ervan weet. Bovendien straalt het goed af op BPR.

Deel 2: Kwantitatief onderzoek onder bezoekers van de website

8 Online onderzoek

8.1 Inleiding

Tussen 21 juli en 26 augustus is op de website een online vraagscherm getoond aan bezoekers, die minstens 45 seconden op de site waren. Het scherm werd als het ware 'over de website' heen gelegd.

Wilt u ons helpen deze website te verbeteren door deze 6 vragen te beantwoorden?

In welke hoedanigheid bezoekt u vandaag deze website?

Als vertegenwoordiger van een gemeente
 Als vertegenwoordiger van een Gemeente Als Buitengemeentelijke Afnemer (GABA)
 Als vertegenwoordiger van een andere afnemer van BPR
 Als vertegenwoordiger van een organisatie in Caribisch Nederland
 Anders

Indien anders: wilt u toelichten in welke hoedanigheid u vandaag deze site bezoekt?

Hoe vaak bezoekt u deze website doorgaans?

Minstens één keer per week
 Ongeveer eens per 2 weken
 Ongeveer eens per maand
 Minder vaak dan één keer per maand
 Dit is de eerste keer dat ik de website bezoek

Er staan veelgestelde vragen en antwoorden op de homepage maar ook in de informatiebank van de drie hoofdonderwerpen (BRP, Reisdocumenten, BSN). Was dit u bekend?

Ja
 Nee

Vindt u een rubriek met veelgestelde vragen over afzonderlijke onderwerpen nuttig?

Ja
 Nee
 Weet niet / geen mening

Op welke punten zou deze website verbeterd kunnen worden?

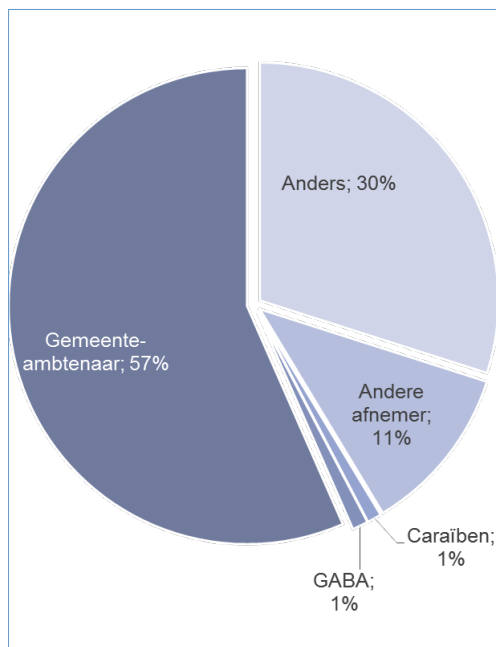
Met behulp van cookies werd er voor gezorgd dat een terugkerende bezoeker niet meerdere malen met een vraagscherm geconfronteerd werd. Aan het onderzoek hebben 956 personen meegedaan. Het responsepercentage bedroeg 9%. Dit percentage is het aantal bezoekers dat één of meer vragen heeft ingevuld, gedeeld door het totaal aantal bezoekers dat op het vraagscherm gereageerd heeft (door rechtsboven het scherm weg te klikken of door vragen te beantwoorden en op 'verzend' klikken).

Over de volgende onderwerpen zijn vragen voorgelegd (per bezoeker niet meer dan 6):

- Hoedanigheid waarin men de site bezoekt
- Hoe vaak men de site bezoekt
- Naar welke informatie men op zoek is
- Kwaliteit van de informatie (rapportcijfer)
- Overzichtelijkheid (rapportcijfer)
- Hoe moeilijk/makkelijk het is om informatie te vinden
- Veelgestelde vragen op de site
- Mogelijke punten ter verbetering

8.2 In welke hoedanigheid bezoekt men de site?

In de inleiding van dit rapport is al meegedeeld hoe groot de verschillende categorieën bezoekers van de site zijn. In de grafiek hieronder wordt dat nog eens weergegeven.



De categorie “Anders” is opvallend groot, zo groot dat we gedurende een bepaalde periode de vraag hebben laten meelopen hoe men zichzelf zou omschrijven als men voor de categorie “Anders” had gekozen. Uit de antwoorden blijkt dat een substantieel deel van het bezoek op de website (12% van het totale bezoek) uit burgers bestaat.

De categorie “Anders” bestaat verder uit softwareleveranciers (4% van het totaal) en werknemers van de rijksoverheid of van semi-overheden (6% van het totaal). Bij de laatste categorie komen ook personen voor die strikt genomen ook bij “andere afnemers” geplaatst zouden kunnen worden. Verder is er nog een groep van 7% die niet onder één van de genoemde categorieën is

onder te brengen.

Uitgelicht: de burgers

Dat 12% van het sitebezoek uit burgers bestaat is een opvallend resultaat. De site is immers niet voor burgers bedoeld. Voorbeelden van uitspraken van deze burgers zijn:

“Ik ga een nieuwe pasfoto voor mijn paspoort laten maken.”

“Ik wil wten hoeveel paspoorten je mag hebben?”

“Ben een ouder van een in het buitenland wonend kind.”

“Wil een BSN nummer voor mijn kinderen aanvragen.”

“Wil weten waar mijn BSN op het paspoort staat.”

In het Click&Tell-systeem worden niet alleen de antwoorden van de respondenten weggeschreven, maar is ook af te lezen wat zij precies gedaan hebben op de site en hoe zij zijn binnengekomen. Uit de clickpaden van de burgers blijkt dat ze, bijna zonder uitzondering, beginnen op een pagina met het woord “reisdocument” in de titel. Slechts in uitzonderlijke gevallen beginnen de burgers op de homepage van www.bprbzk.nl

Een kleine verkenning in Google leert dat het woord “paspoort” en allerlei varianten daarop, rechtstreeks naar www.rijksoverheid.nl leiden, maar dat het losse woord “reisdocument” zorgt voor bezoek aan www.bprbzk.nl. Adword-advertenties gebaseerd op het woord “reisdocument” zouden dit verkeer gedeeltelijk in goede banen kunnen leiden, dat wil zeggen: naar www.rijksoverheid.nl loodsen. Voor het meervoud van dit woord, “reisdocumenten”, gebeurt dit al.

Analyse van de ‘referrers’ (de pagina’s waarop men doorgelinkt wordt naar www.bprbzk.nl) leert dat de helft van de burgers via Google op de site komt en dat

ongeveer een derde via [rijksoverheid.nl](http://www.rijksoverheid.nl) binnenkomt. Het eerste wijkt niet veel af van het percentage onder het totale publiek van www.bprbzk.nl. Het tweede wel. Rijksoverheid.nl zorgt onder burgers voor drie maal zoveel bezoekers (31%) als onder het totaal van het bezoek van www.bprbzk.nl (10%).

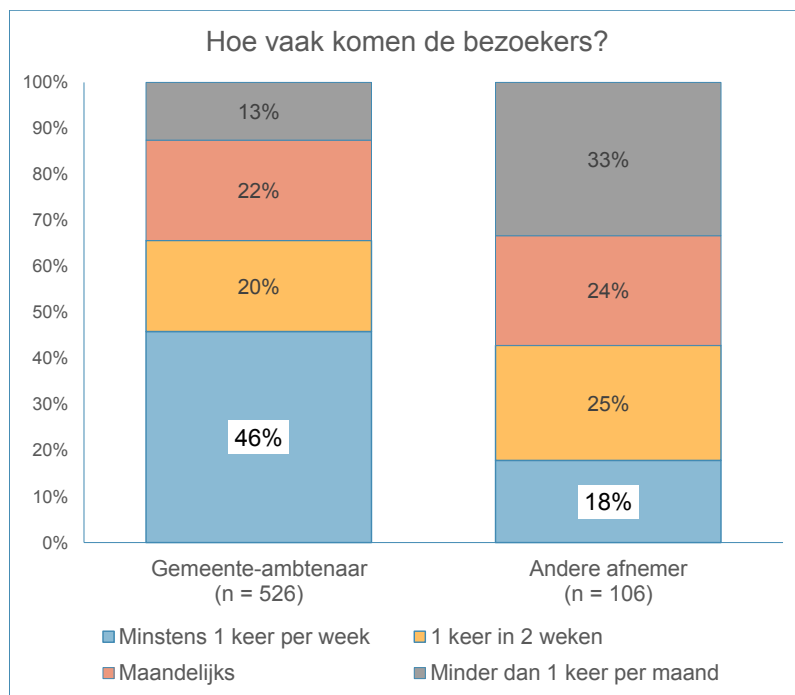
Dit komt vooral door verwijzende pagina's als:

- <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/paspoort-en-identificatie/kosten-paspoorten-en-identiteitskaarten>
- <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/persoonsgegevens/vraag-en-antwoord/wat-is-de-registratie-niet-ingezetenen-rni.html>
- <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/paspoort-en-identificatie/kosten-paspoorten-en-identiteitskaarten>

Pagina's als deze op www.rijksoverheid.nl sturen de bezoekers voor nadere informatie door naar www.bprbzk.nl.

8.3 Frequentie van het bezoek

De meerderheid van de bezoekers komt regelmatig naar de site. Onder de gemeente-ambtenaren komt bijna de helft één of meerdere malen per week. De volgende grafiek toont onder bezoekers die met enige regelmaat komen, hoe vaak dat is. Bezoekers die voor de eerste keer de site bezoeken (18% van het totaal aantal respondenten) zijn bewust buiten de grafiek gelaten.



Van de totale groep respondenten (exclusief degenen die op het moment van het onderzoek voor het eerst kwamen), bezoekt 38% de website minstens één keer per week.

8.4 Kan men vinden wat men zoekt?

De volgende vraag is voorgelegd: *Hoe moeilijk of makkelijk kunt u (doorgaans) vinden wat u zoekt?*

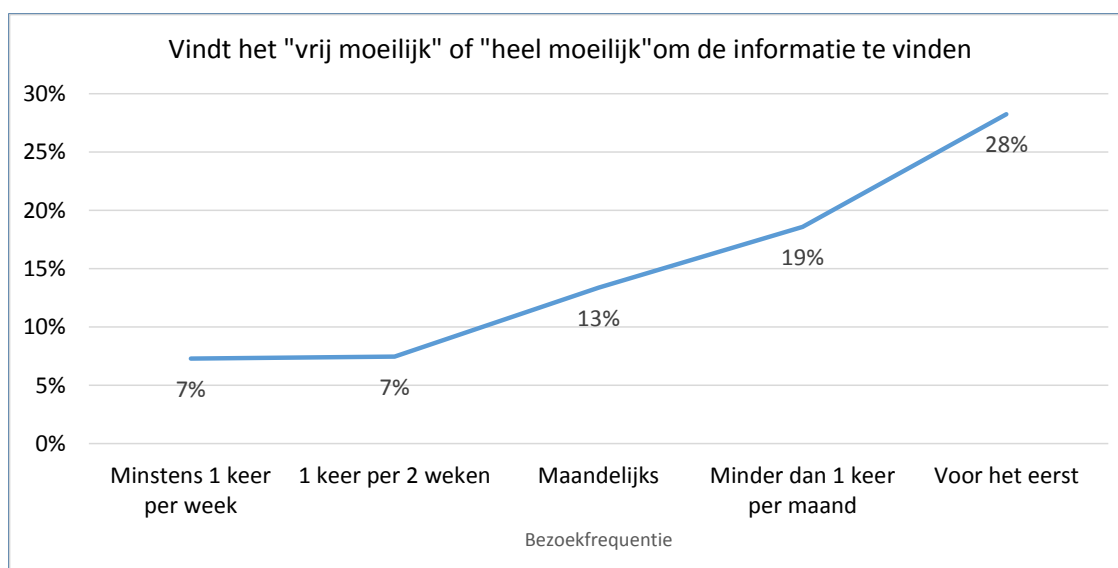
Het vinden van informatie is ...

	Gemeenteambtenaar	Afnemer (excl. GABA)	Anders
Heel makkelijk	10%	13%	8%
Vrij makkelijk	49%	45%	35%
Er tussenin	31%	29%	31%
Vrij Moeilijk	8%	7%	16%
Heel moeilijk	2%	6%	10%
Totaal	100%	100%	100%
Aantal antwoorden	515	102	274

Gemeenteambtenaren en afnemers weten goed hun weg te vinden op de website. Dit hangt natuurlijk ook samen met het regelmatig bezoeken van de site. De personen die onder "Anders" gerangschikt zijn, hebben er iets meer moeite mee: 26% vindt het 'vrij moeilijk' of 'heel moeilijk' om te vinden wat men zoekt. Voor een website met dermate veel (complexe) informatie zijn dit gunstige resultaten.

Zoals te verwachten op een website die niet voor burgers is bestemd, is het percentage dat relatief moeilijk zijn weg vindt op de site het hoogst onder deze bezoekersgroep (33%).

In hoeverre men het moeilijk of makkelijk vindt om zijn weg te vinden, hangt sterk samen met de bezoekfrequentie, zoals onderstaande grafiek laat zien.



8.5 Overzichtelijkheid en inhoudelijke kwaliteit

Aan de hand van rapportcijfers zijn twee aspecten van de website beoordeeld: overzichtelijkheid en inhoudelijke kwaliteit. Ook hier zien we een verschil tussen de gemeenteambtenaren en de afnemers enerzijds, en de categorie “Anders” anderzijds.

Twee aspecten van de website

	Gemeente-ambtenaar	Afnemer (excl. GABA)	Anders
overzichtelijkheid	7,2	7,1	6,5
inhoudelijke kwaliteit	7,5	7,3	6,8
Aantal antwoorden	520	104	258

Vooraf onder gemeenteambtenaren is de score voor de inhoudelijke kwaliteit hoog (7,5).

8.6 Populariteit van onderwerpen

Met behulp van een open vraag is in kaart gebracht voor welke onderwerpen men de site bezocht: “Naar welke informatie bent u op zoek op deze website?” De antwoorden op deze open vraag zijn door de onderzoekers in categorieën verdeeld.

Onderwerpen waarvoor men naar de website komt (spontaan)

	Allen	Gemeenteambtenaren
Reisdocumenten/paspoort(register)	12%	14%
HUP	9%	14%
BRP	9%	11%
RNI	8%	7%
GBA	6%	3%
(C-)formulieren	6%	10%
BSN	5%	1%
Nieuws, actualiteit	5%	5%
Land/nationaliteitscodes	5%	1%
Kwaliteitsmonitor/zelfevaluatie	4%	6%
Logisch Ontwerp	3%	3%

Wanneer we kijken naar de onderdelen van de website (Home, Actueel, BRP enzovoort) en naar de aantallen pagina's die daarbinnen geraadpleegd worden, zien we dat deze aantallen de informatie uit de vorige tabel min of meer bevestigen.



Onderdelen van de website (percentages van het totaal aantal bekeken pagina's)

	Allen	Gemeenteambtenaren
/BRP(/)	45%	40%
/Reisdocumenten(/)	19%	20%
Home	10%	14%
/Zoekresultaten(/)	9%	10%
/Actueel(/)	3%	5%
/Brochures(/)	2%	1%
/Organisatie(/)	1%	1%
/BSN(/)	2%	1%

BRP lijkt hier op het eerste gezicht een veel grotere categorie dan in de vorige tabel, maar onderwerpen als HUP, RNI, en GBA moeten bij BRP meegeteld worden. Kijken we naar dit geheel, dan zien we dat de cijfers in dezelfde orde van grootte liggen.

Bij de groep 'Andere Afnemers van BPR' beslaan de BPR-pagina's 62% van alle bekeken pagina's op de site.

8.7 Vraag en Antwoord

Van alle bekeken pagina's is 5% een pagina met informatie in de vorm van 'vraag-antwoord'.

Ten tijde van het onderzoek stonden veelgestelde vragen over BRP, Reisdocumenten en BSN gerangschikt onder de kop "Informatiebank" bij elk van deze onderwerpen. Dit bleek bij veel gebruikers niet bekend. Bezoekers komen via allerlei wegen bij de vraag-antwoordteksten, maar slechts zelden via navigatie met de volgende stappen:

Home → BRP → Informatiebank → Vraag en Antwoord (3% van alle bekeken vraag-antwoordpagina's over BRP)

Home → Reisdocumenten → Informatiebank → Vraag en Antwoord (6% van alle bekeken vraag-antwoordpagina's over reisdocumenten)

Op de vraag: "Vindt u een rubriek met veelgestelde vragen over afzonderlijke onderwerpen nuttig?" zegt 79% van de gemeenteambtenaren "ja". (Bij de 'andere afnemers' is dat 65% en bij de overigen 56%).

8.8 Aantal bezochte pagina's

Bij de verschillende doelgroepen die de vragen in het vraagscherm hebben beantwoord, is het aantal pagina's dat men in één sessie bekijkt, ongeveer gelijk.

Aantal pagina's per sessie

	Gemiddeld aantal pagina's per sessie
Hoedanigheid	
Gemeentebtenaar	6,1
Andere afnemer	4,8
Caraïben	5,1
GABA	6,3
Anders	5,8
Totaal	5,8

Het aantal pagina's per sessie onder respondenten is hoger dan het aantal pagina's onder het publiek als geheel, dat ligt namelijk op 2,5. De verklaring hiervoor ligt in het moment waarop de vragen getoond zijn, namelijk 45 seconden na de start van de sessie. Dit aantal seconden is gekozen om aan een goede inschatting van het profiel van de bezoekers te kunnen maken, zonder de bezoekers onaangenaam snel na binnenkomst met een vraagscherm te confronteren.⁴

Dit impliceert wel dat de 'snelle bezoekers', bijvoorbeeld personen die even de systeeminformatie komen checken, minder vaak in het onderzoek terecht zijn gekomen.

Uitgelicht: bezoeken waarin niet meer dan één pagina bekeken wordt

Omdat er vrij veel bezoeken zijn waarin waar maar één pagina bekeken wordt (62% van alle sessies) zijn we nader gaan analyseren om welke pagina's het dan meestal gaat en via welke weg deze bezoekers op de site zijn gekomen.

In de bezoeken waarin maar één pagina bekeken wordt, komt de pagina met systeeminformatie het meest voor (18,4% van de bezoeken met één pagina). De home page, die ook systeeminformatie bevat, is een goede tweede (17,7 % van de bezoeken met één pagina). Kortom, een belangrijk deel van de sessies met één pagina is waarschijnlijk een succesvol bezoek aan de site: men checkt even de systeeminformatie en heeft op dat moment geen andere informatie nodig. In de overige pagina's is weinig clustering te ontdekken. De andere 'één-pagina-bezoeken' spelen zich af op maar liefst 2.340 verschillende pagina's.

In twee derde van de gevallen blijkt men via een zoekopdracht in google op één van deze pagina's terecht gekomen te zijn. 12% komt via Rijksoverheid.nl tot het 'één-pagina-bezoek'. Twitter speelt geen rol van betekenis bij deze bezoeken (1%).

⁴ Zou het vraagscherm veel later getoond worden, dan ontstaat een afwijking in het bezoekersprofiel: personen die snel vinden wat ze zoeken, komen niet in het onderzoek terecht en personen die juist moeite hebben met het vinden van de informatie op de website raken oververtegenwoordigd.

8.9 Zoekfunctie

De zoekfunctie wordt gebruikt in 6% van alle bezoeken; het uitgebreid zoeken in niet meer dan 0,4% van alle bezoeken. Onder de groep bezoekers die het vraagscherm heeft ingevuld, zijn deze percentages beduidend groter. Dat hangt samen met de tijdsduur en het aantal bekeken pagina's; beide liggen hoger onder de respondenten dan onder groep bezoekers als geheel.

Van de respondenten (minstens 45 seconden op de site) gebruikt 17% de zoekfunctie; 1% gebruikt het uitgebreid zoeken. Er zijn verschillen tussen de diverse rollen waarin men de site bezoekt. Van de gemeenteambtenaren gebruikt 19% de zoekfunctie, van de afnemers is dat 10%. Het aantal burgers dat de zoekfunctie gebruikt, ligt daar tussenin: 15%.

'HUP', 'RNI', en 'eisen pasfoto' zijn de drie meest gebruikte zoektermen.

8.10 Suggesties van bezoekers

Het meest voorkomende antwoord op de vraag naar suggesties voor verbetering van de site is dat men geen suggesties heeft, omdat men door het regelmatig gebruik van de site goed de weg heeft leren vinden.

Suggesties die door anderen gedaan worden, zijn:

- Verbeter de zoekfunctie, onder andere door meer recente informatie bovenaan te zetten
- Zorg voor 'vraag en antwoord' per onderwerp
- Maak de homepage minder vol en druk.
- Maak een apart gebied voor burgers die informatie zoeken.

Met uitzondering van het laatste, zijn dit geluiden die ook in het kwalitatieve onderzoek te horen waren. Individuele, vermeldenswaardige suggesties zijn:

"Alle uitgaande algemene brieven en stukken opnemen. Ik kan nu niet altijd alles digitaal terug vinden, wat wel de makkelijkste manier zou zijn."

"Alle afkortingen zouden uitgelegd moeten worden."

"Vanuit de site van de belastingdienst word ik doorgelinkt naar jullie, de informatie mag dan wel beter aansluiten en niet dat ik mijn zoektocht bij jullie opnieuw moet beginnen."

"U stuurt soms een link die na enkele weken niet meer werkt, dat maakt het lastig zoeken."

"Ik zou steekwoorden willen kunnen selecteren die het resultaat verfijnen, als ik zelf steekwoorden verzin, weet ik niet of ik de goed heb."

"Ik kan nergens vinden of men voor Sint Maarten een ID-kaart of een paspoort nodig heeft, die informatie zou toch ergens moeten staan."

8.11 Conclusies en aanbevelingen

De resultaten van het kwantitatieve onderzoek sluiten goed aan bij die van het kwalitatieve onderzoek. De site wordt vooral gebruikt door een groep bezoekers die de site regelmatig raadpleegt en goed de weg weet te vinden. De waardering voor inhoud en overzichtelijkheid is, net als in het kwalitatieve onderzoek, positief. Ook het kwantitatieve onderzoek leidt dan ook tot de aanbeveling om de structuur van de site bij de op handen zijnde restyling niet te veel overhoop te halen.

Andere aanbevelingen uit het kwalitatieve onderzoek, die door het kwantitatieve onderzoek ondersteund worden, zijn: het creëren van een betere plaats voor de veelgestelde vragen en het geven van meer prioriteit aan recente documenten in de zoekfunctie.

Registratie van het gedrag van bezoekers laat zien dat het “uitgebreid zoeken” momenteel slechts sporadisch een functie vervult. Het lijkt verstandiger om bij de verdere ontwikkeling van de site te investeren in het optimaliseren van de eenvoudige zoekfunctie, dan om veel tijd en geld te spenderen aan de module ‘uitgebreid zoeken’.

Het kwantitatieve onderzoek laat zien dat, onbedoeld, een substantieel deel van het publiek uit burgers bestaat. Deze burgers komen vooral op de site omdat ze op zoek zijn naar informatie over reisdocumenten. Wanneer het Agentschap de burgers bij voorkeur naar Rijksoverheid.nl ziet gaan, dan is het aan te raden om met de beheerders van deze site in overleg te treden. Een doordacht Adword-beleid, vooral gericht op de informatie met betrekking tot reisdocumenten, in combinatie met het kritisch nalopen van de links die naar bprbzk.nl verwijzen, kunnen goed sturend werken.

Bijlagen

Bijlage 1: Gespreksleidraad kwalitatief onderzoek

Goede middag/morgen, enige tijd geleden hebben wij een afspraak met u gemaakt voor een interview over de online communicatie van het Agentschap BPR. Kunt u op uw computer de website van Agentschap BPR vast openen. Het gesprek zal ongeveer 25-30 minuten duren. Uw antwoorden worden vertrouwelijk behandeld.

Achtergrond en relatie met BPR

- Kunt u kort uw functie en uw taken beschrijven?
- Op welke manier(en) heeft u met agentschap BPR te maken? Met welk type functionarissen)
- Hoe zou u uw relatie met BPR beschrijven?

Informatiebehoefte en informatiebronnen

- Heeft u in uw functie vooral behoefte aan informatie over de BRP, over reisdocumenten of over PIVA-V, over andere stelsels (BSN, overige)? (MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)
- Over welke onderwerpen en welk soort informatie gaat het dan? Welke nog meer? (Bijvoorbeeld: Persoonsgegevens: Basisregistratie Personen, Registratie Niet-Ingezetenen, Kwaliteit BRP. Reisdocumenten: Nieuw model paspoort, Echtheidskenmerken, Basis- en Verificatieregister).
- Gebruikt u ook andere bronnen voor informatie over de BRP, reisdocumenten of PIVA-V? Zo ja, welke?
 - BRP
 - Reisdocumenten
 - PIVA-V
 - BSN
 - Overige, nl:
- Bij welke onderwerpen gebruikt u de BPR-website en bij welke gebruikt u andere bronnen?
- BIJ GEBRUIK ANDERE BRONNEN: Waarom zoekt u die informatie daar en niet op de BPR-site?

Gebruik van en oordeel over de inhoud van de website

INT: Vraag respondent of de homepage van de website zichtbaar is op zijn/haar computer:

- Welke rol speelt de website van BPR in de communicatie met BPR? Krijgt u informatie van BPR vooral via de website of op andere manieren? Welke andere manieren?
- Hoe vaak maakt u gebruik van de website?
- Op wat voor apparaat(en) gebruikt u de website?
- Op welke manier bezoekt u de website? (via de homepage, bookmarks van bepaalde pagina's, met zoekopdrachten in Google)
- Zoekt u de informatie meestal via de menu's of via de zoekmachine? Zoekmachine: gebruikt u de optie: uitgebreid zoeken?
- Waar bent u vooral naar op zoek op de website?
- Kunt u in de regel goed vinden wat u zoekt?
- Welk soort informatie kunt u niet of moeilijk vinden? Wat nog meer?
- In welke vorm en op welke plaats zou BPR die informatie moeten aanbieden?
- Bekijkt u de systeem-informatie op de website (menu aan de rechterkant)? Zo ja: Is die informatie duidelijk?

- Weet u de FAQ's bij de voor u relevante onderwerpen te vinden te vinden? En wat vindt u er inhoudelijk van? (evt. zoekopdracht)
- Hoe tevreden bent u in het algemeen over de inhoud van de website van BPR? Kunt u dit met een rapportcijfer van 1 t/m 10 aangeven en dit toelichten.
- Hoe beoordeelt u website wat betreft:
 - De kwaliteit van de geboden informatie? Toelichting en voorbeelden
 - De volledigheid van de informatie? Toelichting en voorbeelden
 - De actualiteit van de informatie? Toelichting en voorbeelden
 - De begrijpelijkheid van de informatie? Toelichting en voorbeelden
- Wat zijn wat u betreft de belangrijkste hiaten in de inhoud van de BPR-site?
- Welke inhoudelijke verbeteringen wenst u wat betreft de inhoud van de website?
- Wat is goed en moet vooral blijven op de website?

Oordeel over vormgeving en functionaliteit

- Hoe tevreden bent u over de vormgeving van de website? Kunt u dit met een rapportcijfer van 1 t/m 10 aangeven en dit kort toelichten.
- Hoe tevreden bent u over de functionaliteit van de website in het algemeen? (De wijze waarop bezoekers kunnen navigeren en zoeken naar de gezochte informatie) Kunt u dit met een rapportcijfer van 1 t/m 10 aangeven en dit kort toelichten.
- INT: Vraag respondent bij de volgende vraag voorbeelden van eventuele probleemgebieden aan te wijzen op de website en navigeer met de respondent mee.

Hoe beoordeelt u de website (en waarom) wat betreft:

- Structuur/overzichtelijkheid
- Vindbaarheid (ook van achterliggende documenten)
- Begrijpelijkheid/taalgebruik
- Gebruiksvriendelijkheid
- De kwaliteit van de zoekfunctie van de site. Als respondent dit gebruikt: Wat vindt u van uitgebreid zoeken?
- ALLEEN BRP: Kent u de zoekpagina van de landelijke tabellen. Kunt u die goed vinden? Vindt u die handig in het gebruik?

Zoekopdracht

- Kunt u een voorbeeld geven van een onderwerp dat in uw werk relevant is en dat u op de website van BPR moeilijk kunt vinden? Kunt u uitleggen op welke manier u deze informatie op de BPR-site zou zoeken. (INT: laat respondent zoeken op de site en vertellen wat hij doet; navigeer mee en probeer vast te stellen waar respondent vastloopt)
- Wat zijn uw belangrijkste wensen of suggesties ter verbetering van de functionaliteit van de BPR-website?

Het contactcentrum van Agentschap BPR

- Heeft u wel eens gebruik gemaakt van het contactcentrum van Agentschap BPR?
- Hoe vaak gebeurt dat ongeveer?
- Belt u meestal of neemt u via e-mail contact op met het contactcentrum?
- Wat is meestal de aanleiding om het contactcentrum te bellen? Raadpleegt u meestal eerst de website voordat u belt of belt u alleen met een bepaald type vragen?

Toekomst

- Zijn er bij uw organisatie in de toekomst beleidsveranderingen of nieuwe aandachtsgebieden te verwachten die leiden tot behoefte aan nieuwe vormen van informatie rond de BRP/reisdocumenten? (bijv. fraudebestrijding)
- Wat verwacht u van BPR in dat verband?
- Bestaat er bij uw organisatie behoefte aan aanvullende vormen van online communicatie, zoals: (INT: check of het gaat om need-to-know of nice-to-know informatie)
 - Een extranet (een met een wachtwoord afgeschermd domein op de website waar ook vertrouwelijke informatie kan worden uitgewisseld)
 - Een online forum waar u met anderen ervaringen kunnen uitwisselen
 - Een digitaal prikbord
 - Een online magazine met nieuws en achtergronden van beleid (laat eventueel respondent naar de online Defensiekrant surfen ter illustratie)
 - Informatie via Twitter (bijv. een apart Twitter-account met informatie rondom storingen van systemen)
- Heeft u nog andere wensen of suggestie aan BPR ter verbetering van de online dienstverlening?
- Mag ik u ten slotte vragen wat uw leeftijd is?
..... jaar
Geslacht:
M/V

Hartelijk dank voor u medewerking!

Bijlage 2: Online vragen

Hieronder staan de vragen die online zijn voorgelegd. Er is gewerkt met verschillende subsets, waardoor één bezoeker niet meer dan 6 van de onderstaande vragen voorgelegd kreeg.

Introductietekst, afhankelijke van het aantal gestelde vragen ✕

In welke hoedanigheid bezoekt u vandaag deze website?

Als vertegenwoordiger van een gemeente
 Als vertegenwoordiger van een Gemeente Als Buitengemeentelijke Afnemer (GABA)
 Als vertegenwoordiger van een andere afnemer van BPR
 Als vertegenwoordiger van een organisatie in Caribisch Nederland
 Anders

Indien anders: wilt u toelichten in welke hoedanigheid u vandaag deze site bezoekt?

Hoe vaak bezoekt u deze website doorgaans?

Minstens één keer per week
 Ongeveer eens per 2 weken
 Ongeveer eens per maand
 Minder vaak dan één keer per maand
 Dit is de eerste keer dat ik de website bezoek

Naar welke informatie bent u op zoek op deze website?

Welk rapportcijfer zou u geven voor de inhoudelijke kwaliteit van de informatie?

Welk rapportcijfer zou u geven voor de overzichtelijkheid van deze site?

Hoe moeilijk of makkelijk kunt u (doorgaans) vinden wat u zoekt?

Heel moeilijk
 Vrij moeilijk
 Er tussenin
 Vrij makkelijk
 Heel makkelijk


Er staan veelgestelde vragen en antwoorden op de homepage maar ook in de informatiebank van de drie hoofdonderwerpen (BRP, Reisdocumenten, BSN). Was dit u bekend?

Ja
 Nee

Vindt u een rubriek met veelgestelde vragen over afzonderlijke onderwerpen nuttig?

Ja
 Nee
 Weet niet / geen mening

Op welke punten zou deze website verbeterd kunnen worden?

 **Verzend**