

Online kanaalkeuzes en -voorkeuren van Hagenaars



Online kanaalkeuzes- en voorkeuren van Hagenaars

Datum 10 juli 2015
Versie 1.0

Uitgever Universiteit Twente
Center for e-Government Studies
<http://www.cfes.nl>

Met subsidie van

Publicatie titel Online kanaalkeuzes- en voorkeuren van Hagenaars
Publicatiejaar 2015
Publicatietype Onderzoeksrapport

Auteurs Prof. dr. Wolfgang Ebbers
Marloes Jansen, Msc

Correspondentie Wolfgang Ebbers
E-mail W.E.Ebbers@utwente.nl

APA Referentie Ebbers, W.E. en Jansen, M.G.M (2015) *Online kanaalkeuzes- en voorkeuren van Hagenaars* Enschede: Universiteit Twente.

Inhoudsopgave

1 Selectie en representativiteit van respondenten	2
1.2 Representativiteit.....	4
2 Werkelijke kanaalkeuze	6
2.2 Initiatief van meest recente contact met de gemeente.....	8
2.3 Modi diensten	9
4 Waardering online hoofdkanaal	11
Verdiepingsslag 1: Respondenten die de website een paar keer per jaar bezoeken	16
Verdiepingsslag 2: Respondenten die een onvoldoende geven	19
5 Bekendheid en gebruik mobiele apps Den Haag	21
6 Gebruik en behoefte aan contact met de gemeente via sociale media	24
6.1 Gebruikers van sociale media voor contact met gemeente	24
6.2 Niet-gebruikers van sociale media voor contact met gemeente	27
7 Persoonlijke gegevens en DigiD	28
7.2 DigiD	29
8 Neiging voor het online kanaal	30
8.1 Digitale informatie- en navigatievaardigheden	30
8.2 Mobiele digitale vaardigheden.....	31
8.3 Internetervaring	32
9 Voorspellers van het online kanaal	33
9.2 Resultaten.....	35
10 Doelgroepen	42
10.2 Doelgroep bezoekers	44
Referenties	46

1 Selectie en representativiteit van respondenten

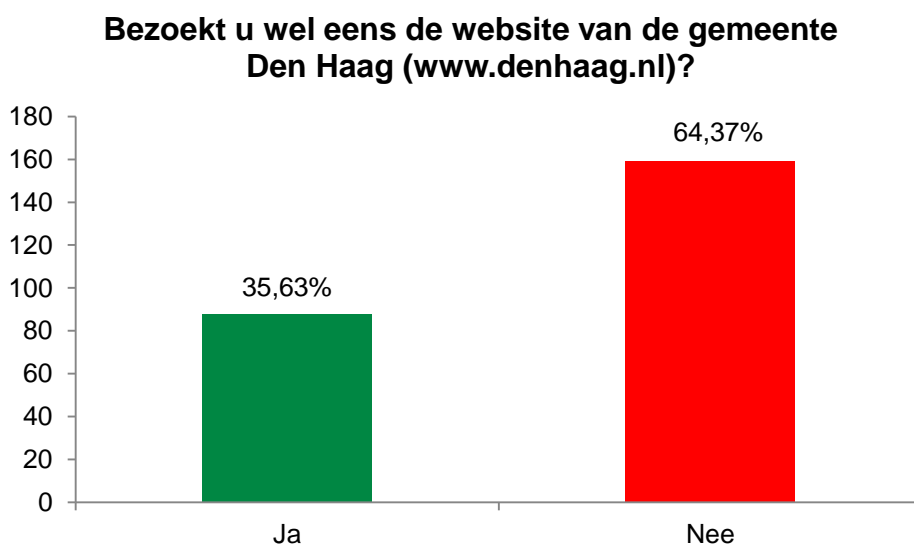
In dit onderzoek willen we uitspraken kunnen doen over de online kanaalkeuzes- en voorkeuren van de inwoners van de gemeente Den Haag (de populatie). Om dergelijke uitspraken te kunnen doen hebben we een steekproef getrokken. De belangrijkste vraag daarbij is of deze steekproef een juiste afspiegeling vormt van de gehele populatie. Met andere woorden, kunnen we onze bevindingen generaliseren naar alle inwoners van de gemeente Den Haag? Dit hoofdstuk geeft een antwoord op deze vraag. Eerst bespreken we de wijze waarop de respondenten zijn geselecteerd om deel te nemen aan de enquête. Vervolgens bespreken we de representativiteit en persoonskenmerken van de respondenten die daadwerkelijk deelnamen aan de enquête en vergelijken we deze gegevens met die van inwoners van Den Haag.

1.1 Selectie

Het verzamelen van reacties is uitgevoerd door het online onderzoeksbureau PanelClix. Zij hebben een random steekproef getrokken uit hun panel en de enquête naar 3700 mensen verstuurd. Hierbij is gericht geworven op panelleden die in de gemeente Den Haag wonen. In aanvulling daarop is geworven op panelleden die buiten de gemeente Den Haag wonen in een straal van 15 km², die wel eens de gemeentewebsite van Den Haag hebben bezocht.

Doordat er een online enquête is gehouden, konden mensen die niet online te bereiken zijn, niet meegenomen worden. Dit betekent dat bevindingen in deze rapportage niet gegeneraliseerd kunnen worden naar mensen die niet online zijn, de zogenoemde digibeten.

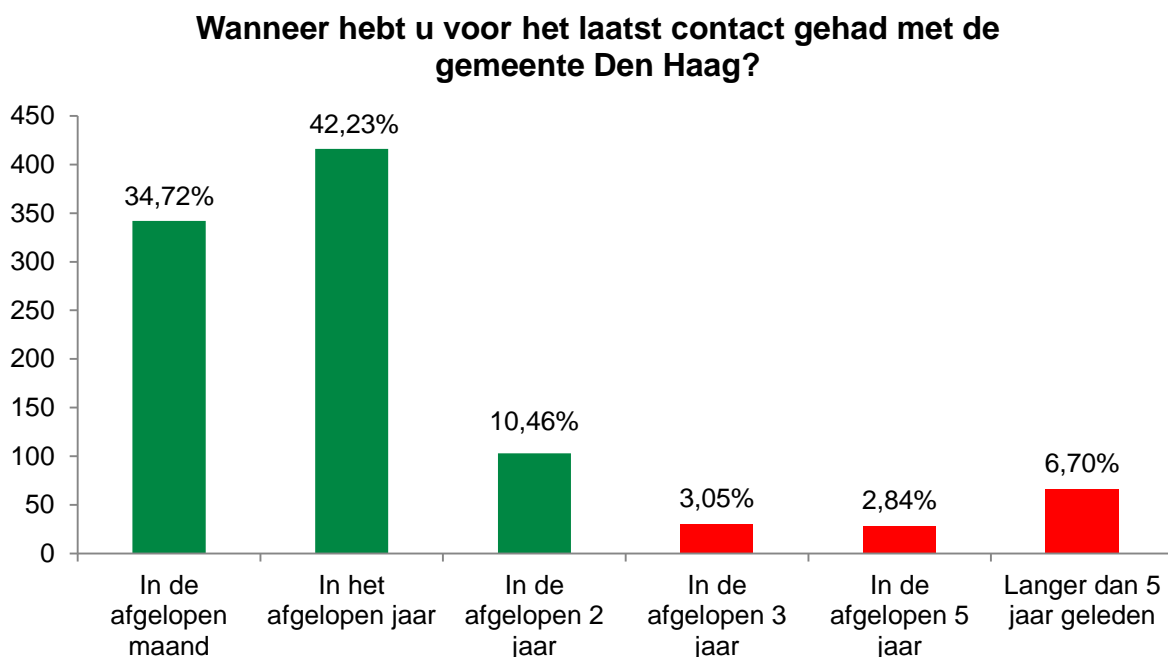
Voordat mensen konden deelnemen aan de enquête moesten zij eerst een aantal selectievragen beantwoorden. De eerste selectievraag stelde of de respondent in de gemeente Den Haag woont. Hieruit bleek dat 909 respondenten wel in de gemeente woonden en 248 niet. Respondenten die niet in de gemeente Den Haag woonden, werden doorgestuurd naar de vraag of zij wel eens de website van de gemeente Den Haag bezochten. In figuur 1 zijn deze antwoorden op deze vraag weergegeven.



Figuur 1. Selectievraag websitebezoek, voorgelegd aan niet-inwoners van de gemeente Den Haag (n = 274)

Diegenen die aangaven niet in de gemeente Den Haag te wonen en niet wel eens de gemeentewebsite van Den Haag bezocht te hebben, werden uitgesloten van verdere deelname aan de enquête. In totaal waren dit 159 personen.

Vervolgens werden alle respondenten uit de enquête een volgende selectievraag voorgelegd over wanneer men voor het laatst contact had met de gemeente Den Haag. De verdeling van de responses op deze vraag staan weergegeven in figuur 2.



Figuur 2. Selectievraag meest recente contact, voorgelegd aan inwoners van de gemeente Den Haag (n = 985)

We wilden graag alleen mensen deel laten nemen aan de enquête die in de afgelopen twee jaar contact hebben gehad met de gemeente. Voor respondenten waarbij het langer dan twee jaar geleden is dat zij contact hadden met de gemeente is het lastig om betrouwbare uitspraken te doen over hun ervaringen met de online dienstverlening. Daarom zijn de mensen waarbij het meest recente contact langer geleden was dan twee jaar geleden uitgesloten van verdere deelname aan de enquête. Uit de antwoorden op deze vraag bleek dat voor 30 inwoners van Den Haag het meest recente contact met de gemeente plaatsvond in de afgelopen drie jaar, voor 28 inwoners in de afgelopen vijf jaar en voor 66 inwoners was het langer dan vijf jaar geleden.

Na beantwoording van de selectievragen (inwoner Den Haag, website bezocht en wanneer meest recente contact) bleven er 873 respondenten over om verder deel te nemen aan de enquête. Hiervan hebben 94 respondenten de enquête niet volledig ingevuld. Na verwijdering van deze respondenten zijn in totaal **779** (waarvan 712 inwoners, 67 niet-inwoners) meegenomen in de verdere analyses. De representativiteit van Haagse respondenten beschrijven we in de volgende paragraaf.

1.2 Representativiteit

Om te kijken of onze steekproef representatief is voor alle inwoners van de gemeente Den Haag hebben we de persoonsgegevens over leeftijd, geslacht, opleiding en werksituatie van de respondenten vergeleken met de gegevens over de inwoners van Den Haag. Deze vergelijking is weergegeven in tabel 1.

	Haagse respondenten (n=712) %	Den Haag in cijfers* %
Leeftijdsgroep		
15 t/m 19 jaar	0,8**	5,3
20 t/m 44 jaar	44,8	38,3
45 t/m 64 jaar	39,2	25,0
65 t/m 79 jaar	13,6	10,0
80 jaar en ouder	0,7	3,8
Geslacht		
Mannen	45,4	49,4
Vrouwen	53,5	50,6
Hoogst genoten opleiding		
Geen opleiding/basisonderwijs	2,8	7
Lager onderwijs	15,6	15
Middelbaar onderwijs	40,4	33
Hoger onderwijs	40,0	45
Niet ingevuld	1,1	-
Werksituatie		
Baan	52,7	48
Op zoek naar werk/ uitkering	13,5	12
Overig	33,9	40

Tabel 1: Demografische gegevens van de respondenten in percentages (n = 712).
 * Den Haag in Cijfers gegevens over inwoners gemeente Den Haag, op 10-03-2015, bron: www.denhaag.nl. ** Het percentage in de leeftijdsgroep 15 t/m 19 jaar is aanzienlijk lager, aangezien het respondenten 18 jaar of ouder moesten zijn om deel te mogen nemen aan de enquête

Als we de kenmerken van de respondenten vergelijken met de gehele populatie, dan kunnen we concluderen dat de deelnemers redelijk representatief zijn. We zien dat de invullers met middelbaar onderwijs als hoogst genoten opleiding iets oververtegenwoordigd is. Een opvallend resultaat, omdat in de meeste onderzoeken vaak hoger opgeleiden oververtegenwoordigd zijn, omdat zij over het algemeen vaker bereid zijn mee te doen aan onderzoeken. Ook zijn de oudere burgers iets oververtegenwoordigd in dit onderzoek. Dit is te verklaren door de selectievragen, waarbij de eis gesteld werd dat men in de afgelopen twee jaar contact heeft gehad met de gemeente. Het blijkt namelijk dat oudere burgers vaker contact hebben met de gemeente (van der Geest, 2014).

Daarnaast hebben respondenten aangegeven welk land hun geboorteland is en in welke taal zij het liefst met de gemeente communiceren. Deze resultaten staan samengevat in tabel 2.

Persoonskenmerk	Percentage
In Nederland geboren	81,25
NL voorkeurstaal contact met gemeente	97,80

Tabel 2. Geboorteland en voorkeurstaal om met gemeente te communiceren van Haagse respondenten (n = 712)

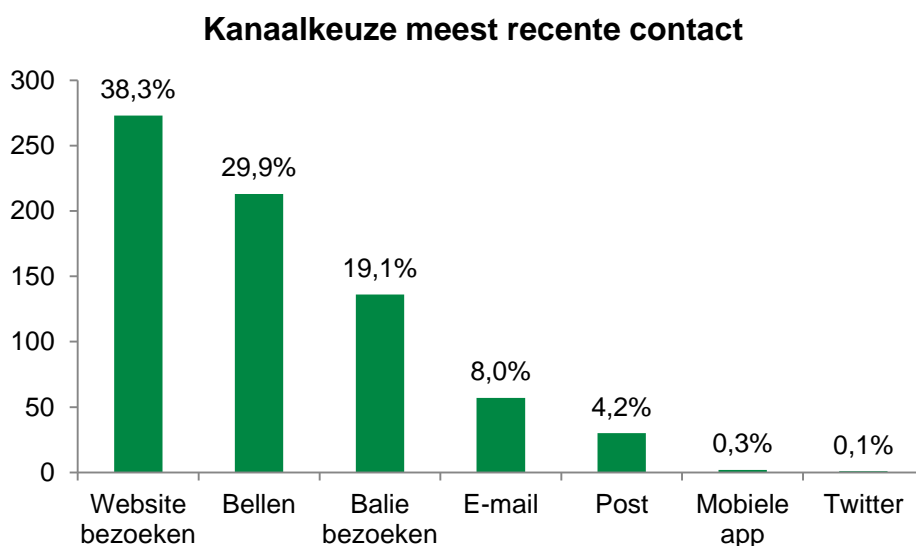
Vaststelling van de etniciteit blijkt problematisch in de praktijk. De gemeente Den Haag hanteert de volgende criteria om de etniciteit vast te stellen: het geboorteland van de persoon zelf, geboorteland van de moeder en van de vader. Als we deze criteria hanteren voor de Haagse respondenten, dan zien we dat 63% van de steekproef in Nederland is geboren, evenals de moeder en de vader. In de populatie (inwoners gemeente Den Haag) ligt dit percentage op 50,5%. Deze groep is dus oververtegenwoordigd in onze steekproef, een fenomeen dat we vaak zien in online enquêtes.

2 Werkelijke kanaalkeuze

Dit hoofdstuk beschrijft de werkelijke kanaalkeuze van de respondenten in het verleden, van het meest recente contact met de gemeente. Vervolgens gaan we dieper in op de waardering van het digitale hoofdkanaal: de gemeentewebsite. Daarna bespreken we de bekendheid en het gebruik van mobiele apps van de gemeente Den Haag. We sluiten af met het bespreken van het gebruik en de behoefte vanuit burgers aan contact met de gemeente via sociale media. We hebben het in dit hoofdstuk steeds over de Haagse respondenten (n = 712).

2.1 Kanaalkeuze en productcategorie meest recente contact met de gemeente

Aan de respondenten zijn een aantal vragen voorgelegd over het meest recente contact met de gemeente Den Haag. Allereerst werd gevraagd via welk kanaal men toen contact had. In figuur 3 is de kanaalkeuze van het meest recente contact weergegeven.



Figuur 3. Kanaalkeuze van Haagse respondenten bij meest recente contact met de gemeente (n = 712)

Uit bovenstaand figuur blijkt dat de website het vaakst gebruikt is (door 38 % van de respondenten), bij het meest recente contact. Na de website scoort bellen het hoogst, 29,9 % van de respondenten gebeld heeft. Daarna volgt de balie met 19,1 %. E-mail en post worden in mindere mate gebruikt en apps en Twitter worden nauwelijks gebruikt. De overige sociale media werden helemaal niet gebruikt door de respondenten.

We moeten hier wel bij vermelden dat bovenstaande gegevens vertekend kunnen zijn door de meetmethode; een online vragenlijst. Hierdoor zijn mensen die niet online te bereiken zijn niet meegenomen in de analyses. Daardoor kan het zijn dat het online kanaal in werkelijkheid minder vaak gekozen wordt dan onze data suggereert.

Naast kanaalkeuze hebben we respondenten gevraagd wat het onderwerp was van het meest recente contact, oftewel de productcategorie. In tabel 3 staan de antwoorden op deze vraag weergegeven.

Productcategorie	Aantal	%
Paspoort, identificatie of visum	165	23,2
Afval	71	10,0
Parkeren (bijv. parkeervergunning, parkeerbeheer, parkeerprobleem)	70	9,8
Belastingen	46	6,5
Bijstand en uitkering	43	6,0
Rijbewijs	40	5,6
Verhuizing	39	5,5
Melding openbare ruimte	31	4,4
Uitreksels GBA of bevolkingsregister	30	4,2
Verklaringen (zoals huwelijk of geboorte)	30	4,2
Ooievaarsregelingen	25	3,5
Zwemmen	11	1,5
Vergunningen	8	1,1
Bereikbaarheid stadhuis/stadsdeelkantoren	7	1,0
Subsidies	6	0,8
Evenementen in Den Haag	2	0,3
Immigratie en naturalisatie	2	0,3
Overig	86	12,1
Totaal	712	100

Tabel 3. Onderwerp meest recente contact met de gemeente (n = 712)

We zien uit bovenstaande tabel dat het de productcategorie paspoort, identificatie of visum het verreweg het meest populair is (23,2 %). Andere populaire productcategorieën zijn afval en parkeren, gevolgd door belastingen, bijstand/uitkering en rijbewijzen. Minder populaire productcategorieën onder de respondenten zijn subsidies, evenementen in Den Haag en immigratie/naturalisatie.

Door te vragen naar kanaalkeuze van het meest recente contact en over welk productcategorie dit ging, kunnen we kanaalkeuze afzetten tegen de verschillende productcategorieën. We kunnen dan zien voor welke kanalen men voor bepaalde productcategorieën gebruikt. Dit is weergegeven in tabel 4 op de volgende pagina.

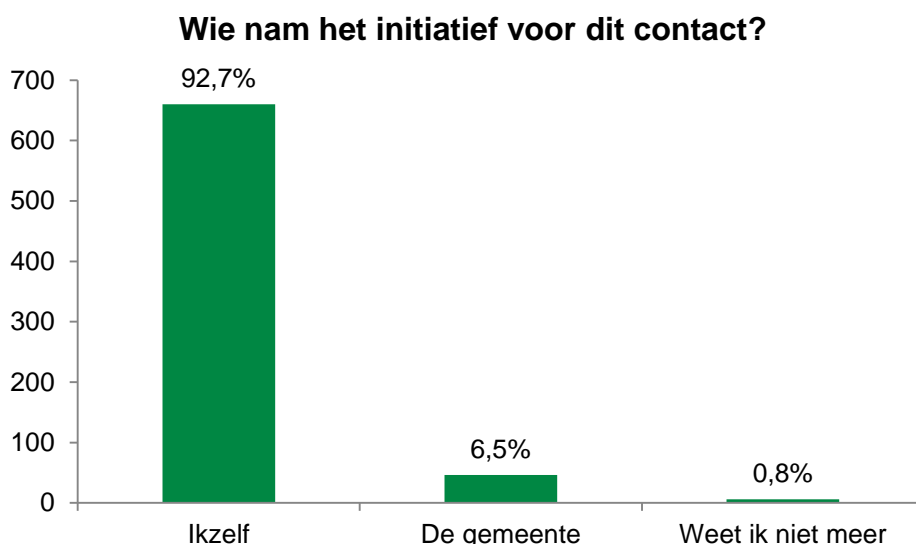
Productcategorie/Kanaal	Bellen	Balie	Website
Paspoort, identificatie of visum	23	46	83
Afval	33	1	29
Parkeren (bijv. parkeervergunning, parkeerbeheer, parkeerprobleem)	20	7	36
Belastingen	19	2	19
Bijstand en uitkering	20	6	11
Rijbewijs	5	15	17
Verhuizing	11	13	13
Melding openbare ruimte	13	1	9
Uitreksels GBA of bevolkingsregister	8	12	6
Verklaringen (zoals huwelijk of geboorte)	6	9	12

Tabel 4. Productcategorie (10 meest populaire) afgezet tegen de drie meest populaire kanalen (n = 712)

In tabel 4 is te zien welk kanaal men kiest bij een bepaalde productcategorie. Omwille van de overzichtelijkheid hebben we ons beperkt tot de top 10 productcategorieën en top 3 kanalen. De statistische analyses laten zien dat een bepaalde productcategorie significant samenhangt met het gekozen kanaal bij het meest recente contact.

2.2 Initiatief van meest recente contact met de gemeente

Van het meest recente contact weten we ook of de burger of de gemeente het initiatief nam. Dit is weergegeven in figuur 4.



Figuur 4. Initiatief voor meest recente contact met de gemeente (n = 712)

We zien dat bijna alle respondenten het initiatief namen bij het meest recente contact (92,7 %). Ook zien we dat maar heel weinig respondenten niet meer wisten wie het initiatief nam voor dit contact (0,8 %).

2.3 Modi diensten

In wetenschappelijke literatuur over kanaalkeuze wordt gesuggereerd dat wat burgers in het kanaal aan het doen zijn, sterk samenhangt met in welke modus zij zijn. Er worden drie verschillende modi onderscheiden: consultatie, registratie, transactie (Ebbers, et al., 2007). Zelf hebben we daar nog voortgangsvragen aan toegevoegd.

In tabel 5 is te zien hoe we deze modi in het huidige onderzoek hebben geoperationaliseerd.

Modi	Item(s) in vragenlijst
Consultatie	Ik was op zoek naar informatie Ik wilde weten hoe ik iets moest doorgeven of aanvragen
Registratie	Ik maakte een afspraak Ik vroeg iets aan of gaf iets door
Voortgang	Ik wilde graag weten hoe het met een aanvraag of melding stond
Transactie	Ik was iets aan het betalen

Tabel 5. De vier modi en bijbehorende items zoals bevraagd in de enquête

Aan respondenten is gevraagd waarvoor zij contact hadden tijdens het meest recente contact met de gemeente. Dit zijn de items zoals weergegeven in tabel 5. De antwoorden op deze vraag zijn weergegeven in figuur 5.



Figuur 5. Modi waarvoor men contact opnam met de gemeente, $n = 712$

In de verdere analyses hebben we deze items teruggebracht naar de vier modi zoals beschreven in tabel 5.

Het huidige onderzoek gaf de gelegenheid om suggesties in de wetenschappelijke literatuur over de samenhang tussen modi en kanaalkeuze, empirisch te toetsen. In tabel 6 zijn de verschillende modi afgezet tegen kanaalkeuzes.

Modi / Kanaal	Balie	Bellen	Website	E-mail
Consultatie	47	83	68	17
Registratie	54	78	170	22
Voortgang	5	19	13	4
Transactie	3	7	7	4

Tabel 6. Modi en kanaalkeuze. De kanalen post, mobiele apps, Facebook, Twitter en overige zijn niet meegenomen in de analyses vanwege de kleine aantallen per kanaal

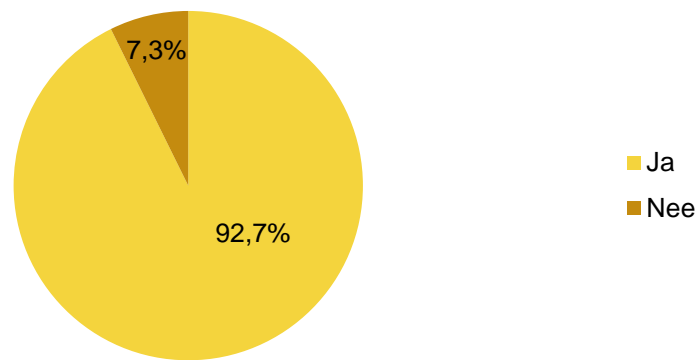
In bovenstaande tabel kunnen we al zien dat dat bepaalde kanalen bij bepaalde modi vaker gekozen worden. Uit de statistische analyses blijkt ook dat de modus waarbinnen een burger interacteert met een organisatie, inderdaad significant samenhangt met de kanaalkeuze. We zien dat dit met name bij registratie het geval is. Wanneer mensen een afspraak maken of iets door moeten geven (registreren) doen zij dat met name via de website.

4 Waardering online hoofdkanaal

In dit hoofdstuk brengen we in kaart hoe inwoners van de gemeente Den Haag de gemeentewebsite beoordelen. Vervolgens brengen we twee verdiepingsslagen aan. Ten eerste gaan we dieper in op de waardering van de groep mensen die de website een paar keer per jaar bezoekt. Ten tweede kijken we naar de waardering van de groep mensen die een onvoldoende gaf voor de gemeente website.

Voordat we respondenten een aantal vragen voorlegden hebben we hen de vraag gesteld of zij in de afgelopen twee jaar de website van de gemeente Den Haag wel eens bezocht hebben. In figuur 6 zijn de antwoorden op deze vraag weergegeven.

Afgelopen 2 jaar de website van de gemeente Den Haag bezocht

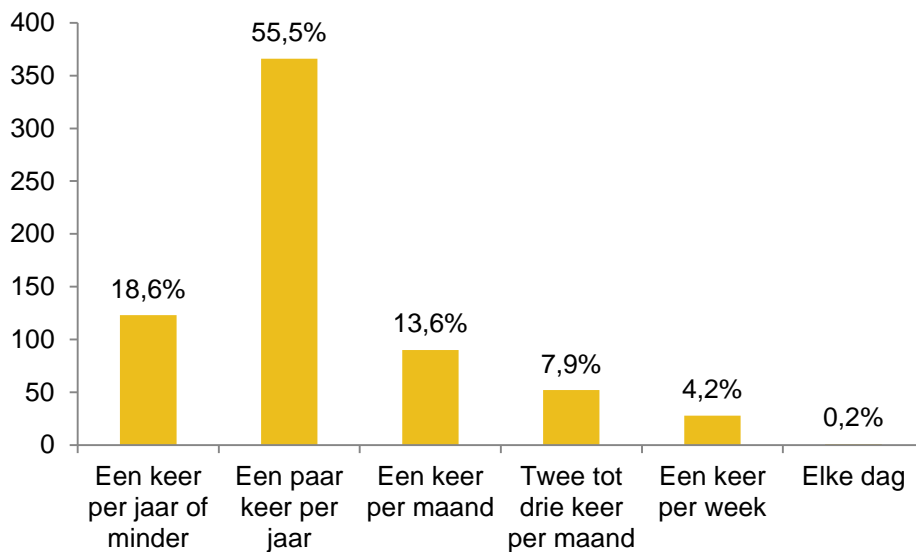


Figuur 6, gebruik gemeentewebsite in afgelopen 2 jaar (n = 712)

Zoals in figuur 6 te zien is, hebben de meeste inwoners van de gemeente de website in de afgelopen twee jaar wel eens bezocht (92,7%).

De respondenten die de website de afgelopen twee jaar wel eens bezocht hadden (n = 660), kregen een aantal vragen voorgelegd over de website. De respondenten die de website niet in de afgelopen twee jaar bezochten hebben sloegen deze set met vragen over. We hebben deze ontwerpkeuze gemaakt, omdat de antwoorden van deze respondenten waarschijnlijk niet betrouwbaar zouden zijn.

Vervolgens hebben we gevraagd hoe vaak men de gemeentewebsite bezoekt. De verdeling van de antwoorden zijn weergegeven in figuur 7.



Figuur 7. Frequentie bezoek website (n = 660)

We zien dat de meerderheid van de respondenten (55,5%) de website een paar keer per jaar bezoekt. Ook zien we dat weinig mensen de website vaker dan één keer per maand bezoekt (12,3% bij elkaar).

Daarnaast moesten de deelnemers een algemeen rapportcijfer geven voor de dienstverlening op de website van de gemeente Den Haag. Er werd expliciet bij vermeld dat bedoeld werd op alle keren dat men de website bezocht, niet alleen de meest recente keer. In tabel 7 zijn de gemiddelde cijfers weergegeven, uitgesplitst naar het oordeel van de inwoners van Den Haag en de bezoekers.

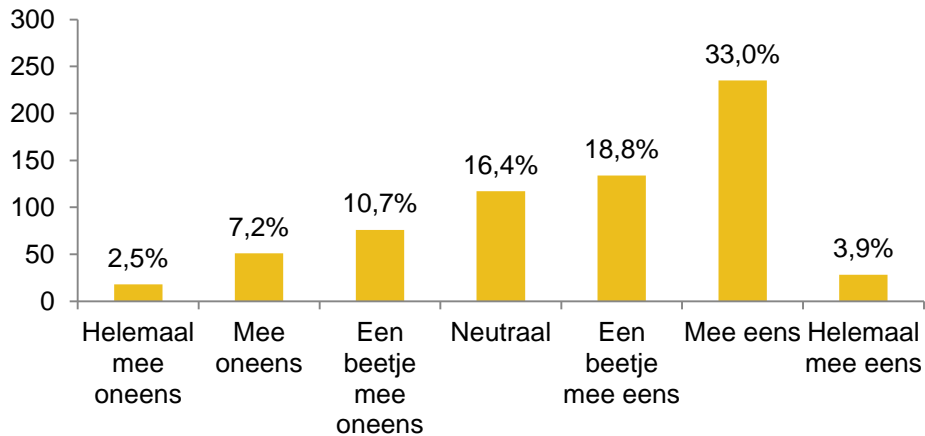
	Gemiddelde	Mediaan
Rapportcijfer website van inwoners Den Haag	7,00	7,00
Rapportcijfer website van bezoekers	7,16	7,00

Tabel 7. Rapportcijfers voor de gemeentewebsite Den Haag van inwoners en bezoekers

In bovenstaande tabel zien we dat de inwoners van de gemeente Den Haag de dienstverlening op de website gemiddeld een 7 geven. Het rapportcijfer dat bezoekers aan de gemeentewebsite geven ligt net iets hoger, namelijk een 7,16.

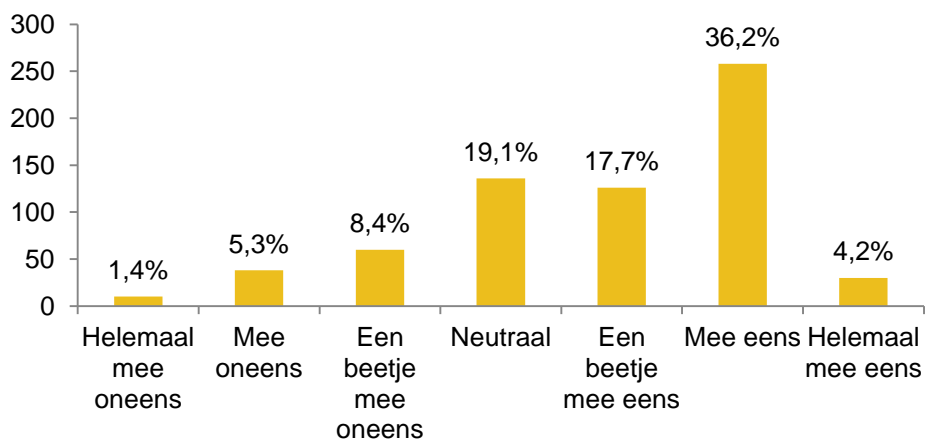
Naast een holistisch cijfer over de website te geven, is respondenten ook gevraagd een oordeel te vellen over de gebruiksvriendelijkheid van de website. In figuur 8 t/m 12 zijn de verdelingen van de antwoorden op een vijftal stellingen weergegeven. In tabel 8 worden de gemiddelde antwoorden op deze stellingen overzichtelijk weergegeven.

Op de website kon ik gemakkelijk vinden wat ik zocht



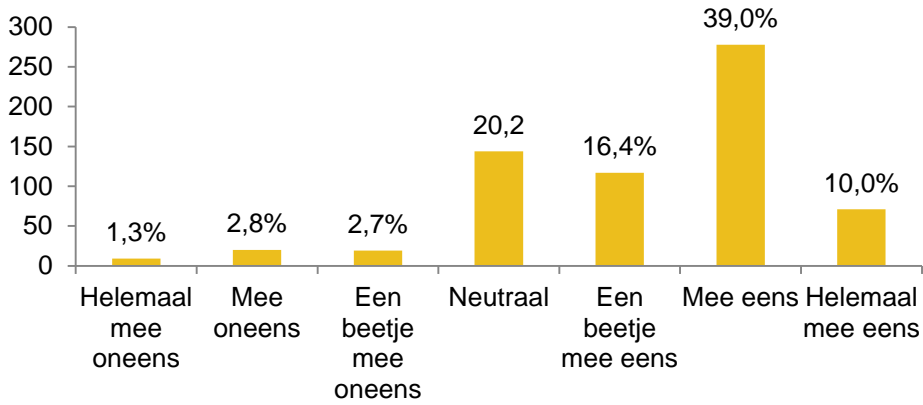
Figuur 8. Verdeling van antwoordresponses op de stelling 'Op de website kon ik gemakkelijk vinden wat ik zocht' (n = 659)

Ik vond de website gemakkelijk om te gebruiken



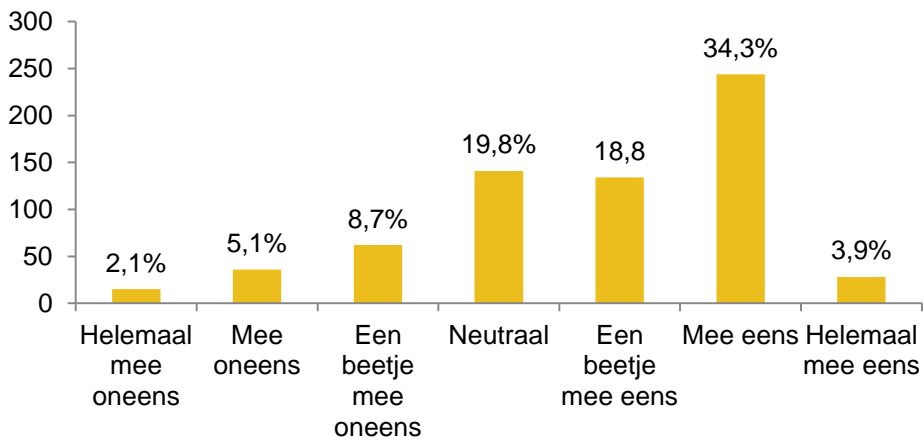
Figuur 9. Verdeling van antwoordresponses op de stelling 'Ik vond de website gemakkelijk om te gebruiken' (n = 658)

De volgende keer, in een vergelijkbare situatie, bezoek ik weer de website van de gemeente



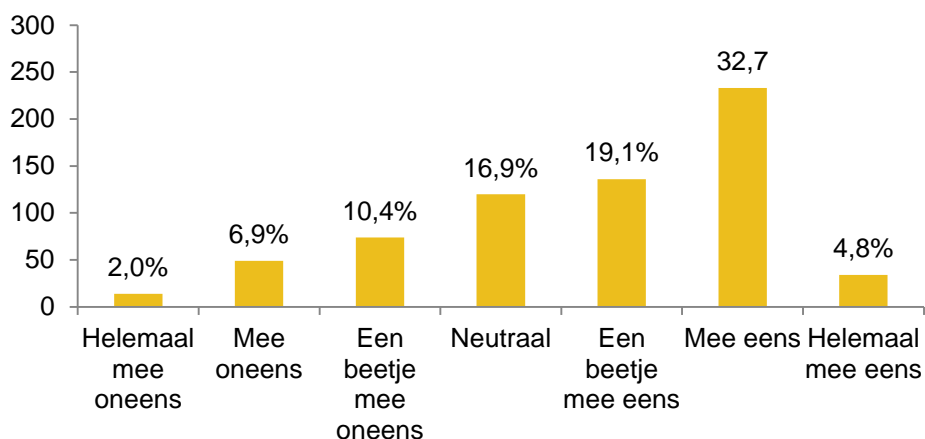
Figuur 10. Verdeling van antwoordresponses op de stelling 'De volgende keer, in een vergelijkbare situatie, bezoek ik weer de website van de gemeente' (n = 658)

Ik vond de website prettig om te gebruiken



Figuur 11. Verdeling van antwoordresponses op de stelling 'Ik vond de website prettig om te gebruiken' (n = 660)

Het kostte me weinig moeite om mijn doel via de website te bereiken



Figuur 12. Verdeling van antwoordresponses op de stelling 'Het kostte me weinig moeite om mijn doel via de website te bereiken' (n = 660)

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Op de website kon ik gemakkelijk vinden wat ik zocht	4,69	5,00	1,49
Ik vond de website gemakkelijk om te gebruiken	4,86	5,00	1,38
De volgende keer, in een vergelijkbare situatie, bezoek ik weer de website van de gemeente	5,22	6,00	1,28
Ik vond de website prettig om te gebruiken	4,80	5,00	1,34
Het kostte me weinig moeite om mijn doel via de website te bereiken	4,74	5,00	1,46
Samengevoegd	4,86	5,00	1,28

Tabel 8. Oordeel over gebruiksvriendelijkheid van de gemeentewebsite, gemiddelde, mediaan en standaard deviatie per stelling, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 7 = helemaal mee eens (n = 660)

Uit bovenstaande figuren blijkt dat de respondenten het meestal met de stellingen eens waren, waarmee zij aangaven redelijk tevreden te zijn over de verschillende gebruiksvriendelijkheidsaspecten. Uit de tabel blijkt dat men voor het gehele construct 'gebruiksvriendelijkheid' gemiddeld een 4,86 toekent, op een schaal van 7. Hieruit kunnen we concluderen dat men redelijk tevreden is over de gebruiksvriendelijkheid van de gemeentewebsite.

Verdiepingslag 1: Respondenten die de website een paar keer per jaar bezoeken

In deze eerste verdiepingslag kijken we naar de groep die de website een paar keer per jaar bezoekt. In de frequentiecijfers van het websitebezoek zagen we dat vooral deze groep van belang is voor de gemeente, aangezien het gaat om de meerderheid van de personen. Dit zijn 366 personen (55,5% van het totale aantal respondenten).

In de eerste instantie willen we graag weten wie deze respondenten zijn. Daarom kijken we eerst naar wat hun persoonlijke kenmerken zijn en zetten we deze gegevens af tegen de Haagse respondenten. Deze vergelijking is weergegeven in tabel 9.

Leeftijdsgroep	Bezoekt website een paar keer per jaar (n=366) %	Haagse respondenten (n=712) %
15 t/m 19 jaar	0	0,8**
20 t/m 44 jaar	37,4	44,8
45 t/m 64 jaar	43,5	39,2
65 t/m 79 jaar	17,7	13,6
80 jaar en ouder	0,6	0,7
Geslacht		
Mannen	45,4	45,4
Vrouwen	53,8	53,5
Opleiding		
Geen opleiding/basison onderwijs	2,2	2,8
Lager onderwijs	11,7	15,6
Middelbaar onderwijs	39,9	40,4
Hoger onderwijs	45,4	40,0

Tabel 9. Persoonskenmerken van respondenten die de website een paar keer per jaar bezoekt (n = 366) afgezet tegen de groep Haagse respondenten (n = 712)

Uit bovenstaande tabel blijkt dat deze groep niet veel afwijkt van dan de hele steekproef. Wel zien we dat het aantal personen in de leeftijdscategorieën 45 t/m 64 jaar en 65 t/m 79 jaar iets hoger ligt. Ook de groep die lager onderwijs heeft genoten is iets groter.

Waar we voornamelijk in geïnteresseerd zijn, is het oordeel over de gemeentewebsite van de mensen die de website een paar keer per jaar bezoekt. Het blijkt dat het gemiddelde rapportcijfer dat zij geven een 6,84 is (mediaan = 7,00, standaard deviatie = 1,22). Uit de analyses kunnen we concluderen dat dit cijfer significant lager is dan het cijfer dat de andere respondenten geven. Als we echter kijken naar

de scores die deze groep respondenten geeft aan de gebruiksvriendelijkheid van de website, dan zien we weinig verschil met de gehele groep respondenten, zie tabel 9.

We hebben een aantal aanvullende analyses uitgevoerd om een verklaring te vinden voor dit opvallende resultaat. Waarom geeft een bepaalde groep burgers een lager waarderingcijfer aan de website, maar geeft men vergelijkbare cijfers aan de gebruiksvriendelijkheid van de website? Uit deze aanvullende analyses blijkt dat het waarderingcijfer voor 'slechts' 40% verklaard wordt door de gebruiksvriendelijkheidsscores. Dit betekent dus dat wat men vindt van de gebruiksvriendelijkheid invloed heeft op wat voor waarderingcijfer men voor de website geeft, maar dat ook nog andere factoren invloed hebben. Andere factoren die we uit de data kunnen halen die een invloed hebben zijn opleiding (hoe hoger de opleiding, hoe lager het cijfer) en frequentie dat men de website bezoekt (hoe vaker men de website bezoekt, hoe hoger de waarderingsscore). Echter kan onze data niet meer dan 55 - 60% van het waarderingcijfer voorspellen. Dit betekent dat andere factoren het overige deel van de waardering bepalen.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Op de website kon ik gemakkelijk vinden wat ik zocht	4,65	5,00	1,47
Ik vond de website gemakkelijk om te gebruiken	4,83	5,00	1,36
De volgende keer, in een vergelijkbare situatie, bezoek ik weer de website van de gemeente	5,24	6,00	1,27
Ik vond de website prettig om te gebruiken	4,79	5,00	1,36
Het kostte me weinig moeite om mijn doel via de website te bereiken	4,71	5,00	1,43
Samengevoegd	4,85	5,00	1,26

Tabel 10. Waardering van de gemeentewebsite, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 7 = helemaal mee eens. Van respondenten die in de afgelopen twee jaar de website bezocht hebben (n = 366)

Van deze groep respondenten die de website een paar keer per jaar bezoekt (n = 366) heeft 44,26 % bij het meest recente contact voor de website gekozen (n = 162). De gebruiksvriendelijkheidscijfers die deze groep geeft aan de website staan weergegeven in tabel 11.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Op de website kon ik gemakkelijk vinden wat ik zocht	4,93	5,00	1,37
Ik vond de website gemakkelijk om te gebruiken	5,09	6,00	1,26
De volgende keer, in een vergelijkbare situatie, bezoek ik weer de website van de gemeente	5,48	6,00	1,15
Ik vond de website prettig om te gebruiken	5,01	5,00	1,26
Het kostte me weinig moeite om mijn doel via de website te bereiken	4,95	5,00	1,35
Samengevoegd	5,09	5,40	1,18

Tabel 11. Waardering van de gemeentewebsite, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 7 = helemaal mee eens. Van respondenten die in de afgelopen twee jaar de website bezocht hebben en die bij het meest recente contact voor de website gekozen hebben (n = 162)

Wat betreft het onderwerp van het meest recente contact van deze groep respondenten die de website gemiddeld een paar keer per jaar bezoekt én voor de website heeft gekozen bij het meest recente contact (n = 162), is dat voor een groot deel paspoort, identificatie of visum (35,8 %), gevolgd door parkeren (16,7 %) en afval (12,8%).

In tabel 12 is te zien wat deze respondenten (n = 162) aan het doen waren tijdens hun meest recente contact met gemeente.

Modi	Percentage
Registratie	69,03
Consultatie	23,87
Voortgang	4,52
Transactie	2,58

Tabel 12. Modi van de groep respondenten die de website een paar keer per jaar bezoekt, waarbij het meest recente contact de website was (n = 162)

Verdiepingslag 2: Respondenten die een onvoldoende geven

In deze tweede verdiepingslag kijken we naar de respondenten die een onvoldoende gaven aan de gemeentewebsite. Als we kijken naar de verdeling van de rapportcijfers, zien we dat 10,3 % van de inwoners een onvoldoende (lager dan een 6) geeft, dit zijn 68 personen. In tabel 13 zijn hun persoonlijke kenmerken weergegeven en afgezet tegen de gehele steekproef.

Leeftijdsgroep	Geeft een onvoldoende aan de website (n=68) %	Haagse respondenten (n=712) %
15 t/m 19 jaar	0	0,8
20 t/m 44 jaar	47,8	44,8
45 t/m 64 jaar	43,3	39,2
65 t/m 79 jaar	7,5	13,6
80 jaar en ouder	1,5	0,7
Geslacht		
Mannen	50,7	45,4
Vrouwen	49,3	53,5
Opleiding		
Geen opleiding/basisonderwijs	4,5	2,8
Lager onderwijs	16,4	15,6
Middelbaar onderwijs	34,3	40,4
Hoger onderwijs	44,8	40,0

Tabel 13. Persoonskenmerken van respondenten die de website een onvoldoende geven (n = 68)

We zien in bovenstaande tabel dat in deze groep die een onvoldoende geeft, meer mensen zitten die hoger onderwijs genoten hebben dan de gehele steekproef. Dit komt overeen met een eerder genoemd resultaat, dat hoe hoger men is opgeleid, hoe lager waarderingcijfer men geeft.

We willen graag weten wat deze groep respondenten van de gebruiksvriendelijkheid van de website vindt. De scores hiervan zijn weergegeven in tabel 13.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Op de website kon ik gemakkelijk vinden wat ik zocht	2,79	3,00	1,23
Ik vond de website gemakkelijk om te gebruiken	3,12	3,00	1,24
De volgende keer, in een vergelijkbare situatie, bezoek ik weer de website van de gemeente	3,66	4,00	1,42
Ik vond de website prettig om te gebruiken	3,01	3,00	1,32
Het kostte me weinig moeite om mijn doel via de website te bereiken	3,10	3,00	1,41
Samengevoegd	3,14	3,00	1,07

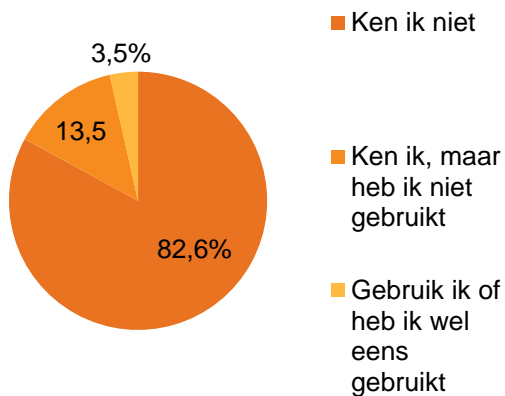
Tabel 14. Waardering van de gemeentewebsite, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 7 = helemaal mee eens. Van respondenten die een onvoldoende aan de website geven (n = 68)

Uit tabel 14 blijkt dat deze groep mensen de gebruiksvriendelijkheid lager waarden dan de overige respondenten. Zij geven vooral aan dat zij op de website niet gemakkelijk konden vinden wat zij zochten.

5 Bekendheid en gebruik mobiele apps Den Haag

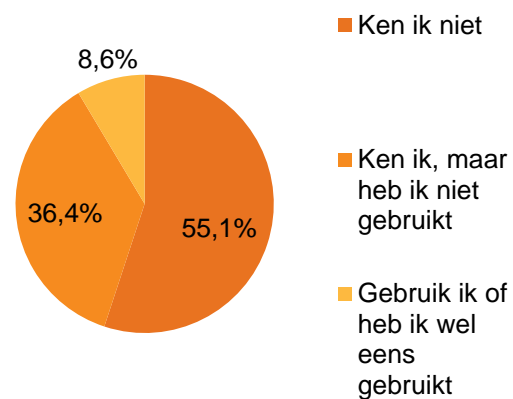
De gemeente Den Haag zet een aantal mobiele apps in voor haar burgers. De respondenten kregen een negental van deze mobiele apps van de gemeente Den Haag voorgelegd. Daarvan moesten zij per app aangeven of zij: (1) gebruiken of wel eens gebruikt hebben, (2) kennen, maar niet gebruikt hebben, of (3) niet kennen. De resultaten zijn weergegeven in figuur 13 t/m 21.

Naar toen



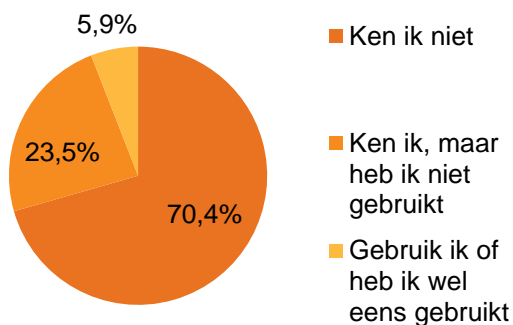
Figuur 13. Bekendheid 'Naar toen' (n = 712)

VVV Den Haag



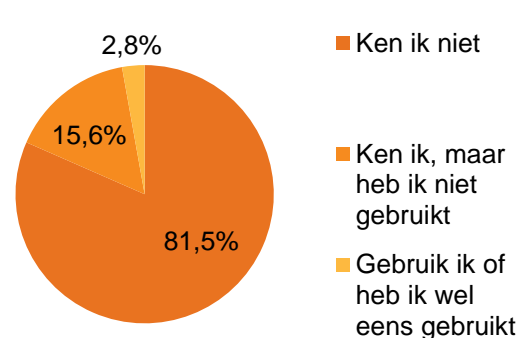
Figuur 14. Bekendheid 'VVV Den Haag' (n = 712)

Mobiele stadsgids Den Haag



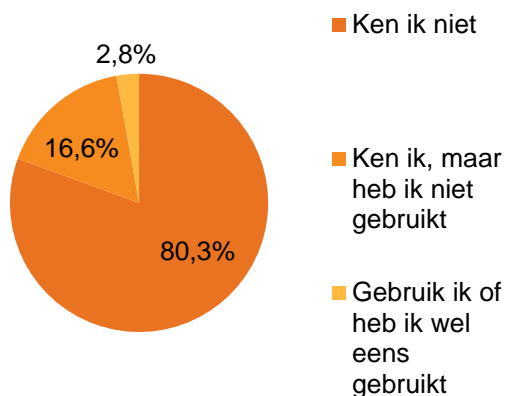
Figuur 15. Bekendheid 'Mobiele stadsgids' (n = 710)

De gemeente Den Haag Trainees



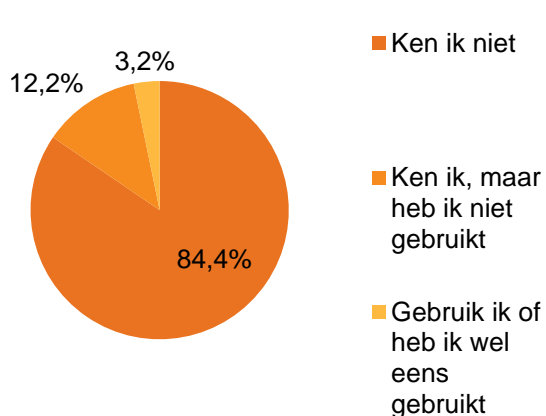
Figuur 16. Bekendheid Trainees (n = 712)

Den Haag Raad



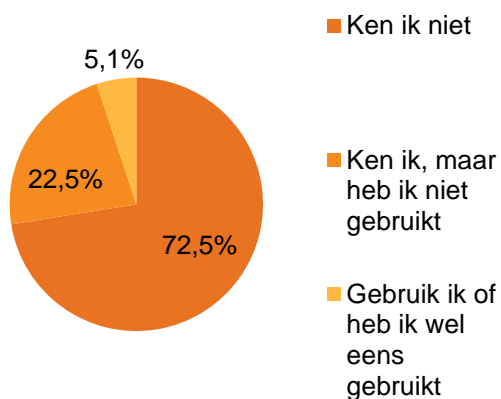
Figuur 17. Bekendheid Den Haag raad (n = 712)

WeHague



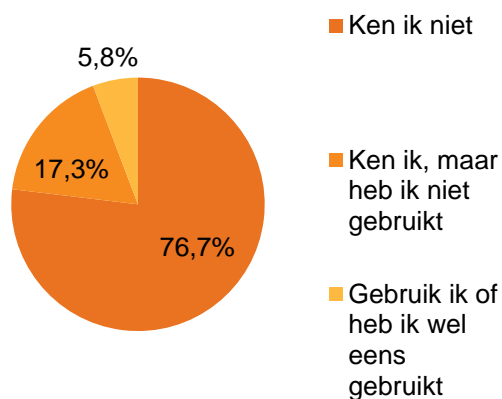
Figuur 18. Bekendheid WeHague (n = 711)

Scholenwijzer



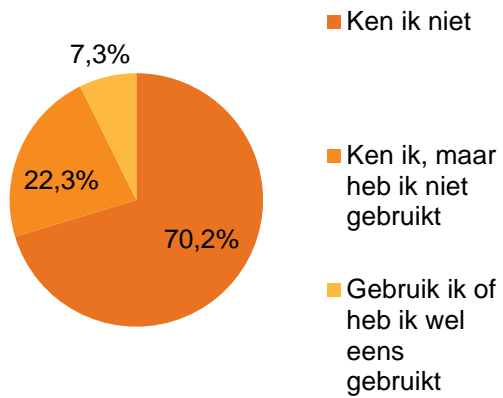
Figuur 19. Bekendheid Scholenwijzer (n = 712)

Mijn Haagse Meldingen



Figuur 20. Bekendheid Meldingen (n = 712)

Omgevingsalert



Figuren 21. Bekendheid Omgevingsalert (n = 712).

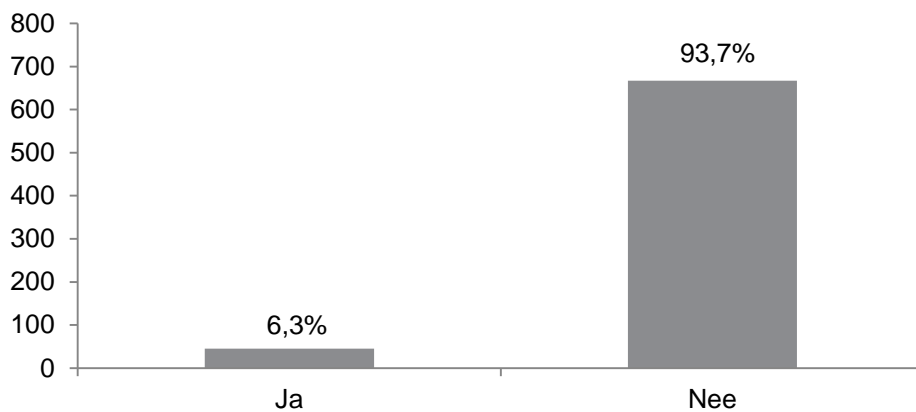
Uit bovenstaande figuren kan geconcludeerd worden dat maar een klein aantal van de respondenten wel eens de apps gebruikt of heeft gebruikt. De meeste respondenten kennen de mobiele apps echter niet.

6 Gebruik en behoefte aan contact met de gemeente via sociale media

Dit hoofdstuk gaat in op het actuele gebruik en de behoefte van Haagse respondenten om met de gemeente te communiceren via sociale media. Eerst beschrijven we de groep respondenten die wel eens communiceert met de gemeente via sociale media. Daarna beschrijven we de groep respondenten die nog geen contact heeft gehad met de gemeente via sociale media. Van deze laatste groep beschrijven we hun potentiële behoeften via sociale media.

In figuur 22 is weergegeven hoeveel respondenten wel eens contact hebben gehad met de gemeente via sociale media of niet.

Contact met de gemeente via sociale media (zoals Twitter en Facebook)



Figuur 22. Inwoners van Den Haag die contact gehad hadden met de gemeente via sociale media (n = 712)

Hieruit blijkt dat maar een klein percentage (6,3%) wel eens contact heeft gehad met de gemeente. We zullen eerst deze groep respondenten beschrijven.

6.1 Gebruikers van sociale media voor contact met gemeente

Zoals te zien is in bovenstaande staafdiagram, heeft maar een klein aantal respondenten (n = 45) wel eens contact gehad met de gemeente via sociale media. Dit vormt een relatief kleine groep mensen, maar zij kunnen wel beschouwd worden als de 'early adopters' van sociale media met de gemeente. Aan deze respondenten is een set met stellingen voorgelegd voor welke zaken zij graag contact hebben met de gemeente via sociale media. Het doel van deze resultaten is niet om uitspraken te doen over de gehele populatie (inwoners van gemeente Den Haag), maar wel kunnen wel waardevolle indicaties bieden voor een visie waarin sociale media een rol spelen.

Voor het gemak noemen we deze groep respondenten 'early adopters'. Ten eerste is het interessant om te kijken wie deze early adopters eigenlijk zijn, oftewel wat zijn hun persoonlijke kenmerken? In tabel 15 zijn deze kenmerken samengevat, afgezet tegen de gegevens van de steekproef.

Leeftijdsgroep	Early adopters sociale media (n=45) %	Haagse respondenten (n=712) %
15 t/m 19 jaar	0	0,8**
20 t/m 44 jaar	62,2	44,8
45 t/m 64 jaar	24,5	39,2
65 t/m 79 jaar	11,1	13,6
80 jaar en ouder	0	0,7
Geslacht		
Mannen	64,4	45,4
Vrouwen	33,3	53,5
Opleiding		
Geen opleiding/basison derwijs	0	2,8
Lager onderwijs	15,6	15,6
Middelbaar onderwijs	46,7	40,4
Hoger onderwijs	35,6	40,0

Tabel 15. Persoonskenmerken early adopters sociale media (n = 45) afgezet tegen de Haagse respondenten (n = 712)

Uit de tabel blijkt dat de early adopters vooral mensen zijn in de leeftijdscategorie 20 t/m 44 jaar. Dit percentage (62,2) ligt veel hoger dan dat van de steekproef (44,8). Verder zien we dat in deze groep meer mannen zitten en dat zij vaker middelbaar onderwijs genoten hebben.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Ik stel graag vragen aan de gemeente via sociale media, zoals Twitter of Facebook	4,71	5,00	1,41
Ik wil graag contact met de gemeente via WhatsApp	4,64	5,00	1,46
Ik gebruik graag Twitter of Facebook om meldingen aan de gemeente door te geven	4,73	5,00	1,34
Ik vind het prettig om via Facebook of Twitter over leuke acties van de gemeente te horen	5,31	6,00	1,06
Ik gebruik graag Facebook of Twitter om over voor mij belangrijke zaken met de gemeente mee te denken	4,89	5,00	1,35
Mocht er ooit een noodsituatie in de stad zijn, wil ik graag via sociale media op de hoogte blijven	5,45	6,00	1,25
Samengevoegd	4,94	5,00	1,02

Tabel 16. contact gemeente via sociale media, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 7 = helemaal mee eens (n = 45)

Uit bovenstaande tabel blijkt dat deze groep met de alle stellingen vooral eens zijn. Met name voor leuke acties over de gemeente en een noodsituatie in de stad wil men graag contact met de gemeente.

6.2 Niet-gebruikers van sociale media voor contact met gemeente

In totaal heeft 93,7% van de respondenten geen contact gehad met de gemeente via sociale media,. Dit zijn 667 personen. Deze groep is wel groot genoeg om uitspraken te doen die we kunnen generaliseren. Aan hen hebben we een aantal stellingen voorgelegd waarvan ze moesten aangeven in hoeverre zij het ermee eens waren. Hiermee meten we de behoefte aan contact via sociale media voor een bepaald aantal zaken. De gemiddelden en medianen van de antwoordresponses op deze stellingen zijn samengevat in tabel 17.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Ik zou graag vragen stellen aan de gemeente via sociale media, zoals Twitter of Facebook	2,86	2,00	1,56
Ik zou graag contact hebben met de gemeente via WhatsApp	3,04	3,00	1,66
Ik zou graag Twitter of Facebook gebruiken om meldingen aan de gemeente door te geven	2,85	2,00	1,61
Ik zou het prettig vinden om via Facebook of Twitter of leuke acties van de gemeente te horen	3,26	4,00	1,72
Ik zou graag Facebook of Twitter gebruiken om over voor mij belangrijke zaken met de gemeente mee te	2,93	3,00	1,61
Mocht er ooit een noodsituatie in de stad zijn, zou ik graag via sociale media op de hoogte willen blijven	4,12	4,00	1,87
Samengevoegd	3,17	3,33	1,38

Tabel 17. Behoefte aan contact gemeente via sociale media, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal mee oneens en 7 = helemaal mee eens (n = 667)

We zien uit tabel 17 dat men over het algemeen aangeeft geen behoefte te hebben aan contact met de gemeente via sociale media. Twee zaken springen eruit waarbij men aangeeft iets meer behoefte te hebben aan sociale media. Men lijkt iets meer behoefte te hebben aan contact via sociale media als het gaat om leuke acties van de gemeente en als het gaat om een noodsituatie in de stad.

7 Persoonlijke gegevens en DigiD

Aan respondenten zijn een aantal stellingen voorgelegd over hun attitude ten opzichte van hun persoonlijke gegevens en ten opzichte van het gebruik van DigiD. Deze resultaten hiervan staan in dit hoofdstuk beschreven.

7.1 Persoonlijke gegevens

We hebben respondenten drie stellingen voorgelegd over hun persoonlijke gegevens. Hun gemiddelde antwoorden zijn in tabel 18 weergegeven.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Ik wil op ieder moment van de dag mijn persoonlijke gegevens bij de gemeente kunnen inzien en als dat nodig is wil ik ze kunnen verbeteren	3,67	4,00	1,00
Ik vertrouw de overheid als het gaat om het veilig omgaan met mijn persoonlijke gegevens	3,19	3,00	1,00
Het is goed dat de overheid mijn persoonlijke gegevens gebruikt om haar dienstverlening op mij aan te passen	3,20	3,00	0,96

Tabel 18. Behoeftte aan contact gemeente via sociale media, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal niet op mij van toepassing en 5 = helemaal op mij van toepassing (n = 712)

We zien dat men op de stellingen net boven het midden scoort. Dit geldt zowel voor het inzien en verbeteren van persoonlijke gegevens, het vertrouwen van de overheid in het veilig omgaan met deze gegevens en het er mee eens zijn dat de overheid deze gegevens gebruikt om dienstverlening te personaliseren.

7.2 DigiD

Ook hebben we respondenten twee stellingen voorgelegd over het gebruik van DigiD. Deze stellingen staan weergegeven in tabel 19.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Ik gebruik liever geen DigiD op mijn computer	2,31	2,00	1,13
Ik gebruik liever geen DigiD op mijn mobiel	3,34	3,00	1,44

Tabel 19. Behoeftte aan contact gemeente via sociale media, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal niet op mij van toepassing en 5 = helemaal op mij van toepassing (n = 712)

De antwoorden suggereren dat men over het algemeen geen problemen heeft met het gebruiken van DigiD op de computer. Men geeft aan meer moeite te hebben met het gebruik van DigiD op een mobiel. We moeten er wel bij vermelden dat deze data met enige voorzichtigheid moet worden geïnterpreteerd, omdat het in de vraagstelling om een dubbele ontkenning gaat. Verder zegt het antwoord niet, of het een vertrouwenskwestie is of een gebruiksvriendelijkheidskwestie waarom men DigiD liever niet gebruikt. Uit eerder onderzoek (v.d. Geest, 2010) weten we echter dat gebruiksvriendelijkheid een grotere (drempel)rol speelt dan vertrouwen bij het gebruik van DigiD.

8 Neiging voor het online kanaal

We willen graag weten hoe digitaal vaardig onze respondenten in het algemeen zijn. Zo kunnen we in het volgende hoofdstuk kijken of digitale vaardigheid een voorspeller is van het digitale kanaal bij de gemeente. We hebben ons gericht op twee verschillende digitale vaardigheden: informatie- en navigatievaardigheden en mobiele vaardigheden. Dit hebben we gedaan op basis van het rapport 'Internet Skills' van Van Deursen, Helsper en Eynon (2013). Deze auteurs hebben een set met vragen ontwikkeld waarmee internetvaardigheden in een enquête gemeten kunnen worden.

8.1 Digitale informatie- en navigatievaardigheden

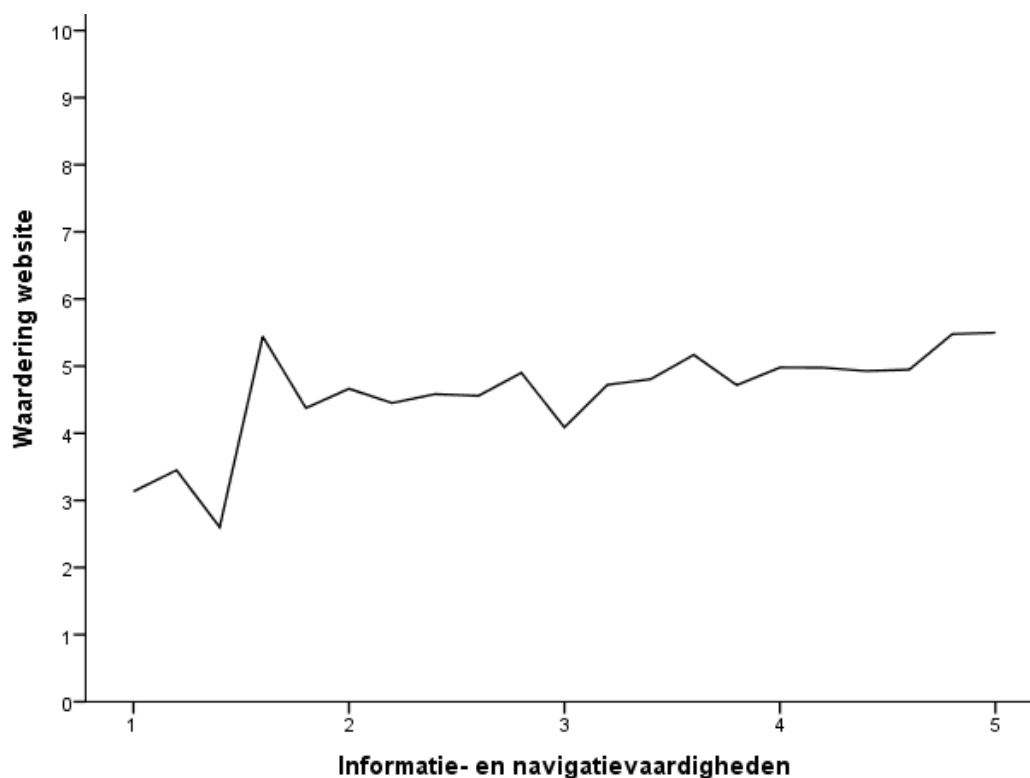
Bij digitale informatie- en navigatievaardigheden gaat het om hoe goed iemand is in het zoeken en selecteren van informatie online. Om dit te kunnen meten van de Haagse respondenten hebben we hen een aantal stellingen voorgelegd waarbij zij henzelf moesten beoordelen. Uit onderzoek blijkt dat deze zelfgerapporteerde responses een goede weerspiegeling geven van de werkelijke vaardigheden (Van Deursen, et al., 2013). In tabel 20 zijn de gemiddelde scores weergegeven.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Ik vind het moeilijk om te besluiten wat de beste zoekwoorden zijn	3,91	5,00	1,16
Ik vind het moeilijk een website die ik eerder bezocht terug te vinden	4,02	5,00	1,18
Ik vind informatie zoeken op internet vermoeiend	3,93	5,00	1,21
Soms zit ik op een website zonder dat ik weet hoe ik er kwam	3,65	5,00	1,26
Ik vind de manier waarop veel websites zijn ontworpen verwarrend	3,31	5,00	1,17
Samengevoegd	3,76	4,00	0,93

Tabel 20. $n = 712$. Digitale informatiezoekvaardigheden, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal waar en 5 = helemaal niet waar, waarbij een hogere score betere vaardigheden aangeeft

In de tabel zien we dat de gemiddelde scores hoog liggen van de Haagse respondenten. De gemiddelde score van informatie- en navigatievaardigheden van de Nederlandse bevolking ligt op 3,66 (Van Deursen, Helpser & Eynon, 2014). De inwoners van Den Haag scoren dus net iets hoger op deze vaardigheid (3,76), maar niet veel.

Daarnaast is de relatie tussen informatie- en navigatievaardigheden en de waardering van het online kanaal onderzocht. Uit de statistische analyses blijkt dat hoe hoger de informatie- en navigatievaardigheden van mensen zijn, hoe hoger zij de website waarderen. Andersom geredeneerd: hoe lager deze digitale vaardigheden zijn, hoe lager zij de website waarderen. Deze relatie is gevisualiseerd in figuur 23.



Figuur 23. Relatie tussen informatie- en navigatievaardigheden en waardering website.
 Note. Uit de regressie-analyse bleek deze relatie significant te zijn ($\beta = .261$, $p < .001$).

8.2 Mobiele digitale vaardigheden

Mobiele digitale vaardigheden zeggen iets over hoe goed men is in het gebruiken van mobiele apparaten. Ook hiervoor moesten de respondenten zichzelf beoordelen op een aantal stellingen. Hun antwoorden zijn in tabel 21 weergegeven.

	Gemiddelde	Mediaan	Standaard deviatie
Ik weet hoe ik Apps kan installeren op een mobiel apparaat	3,90	5,00	1,41
Ik kan Wi-Fi op mijn mobiel apparaat aanzetten en uitzetten	4,15	5,00	1,33
Ik weet hoe ik de kosten van mobiele Apps kan bijhouden	3,32	3,00	1,46
Samengevoegd	3,79	4,00	1,18

Tabel 21. Mobiele digitale vaardigheden, gemiddelde en mediaan per stelling, waarbij 1 = helemaal niet waar en 5 = helemaal waar, waarbij een hogere score betere vaardigheden aangeeft, $n = 712$.

De gemiddelde score van mobiele digitale vaardigheden van de Nederlandse bevolking ligt op 3,98 (Van Deursen, Helpser & Eynon, 2014). De inwoners van Den Haag scoren dus gemiddeld iets lager dan het landelijk gemiddelde, namelijk 3,79. Dit is echter een klein verschil.

8.3 Internetervaring

De internetervaring geeft aan hoe vaak iemand bepaalde activiteiten uitvoert op het internet. Dit is gemeten door van zes online activiteiten te vragen of en hoe vaak men deze uitvoert. Voorbeelden van online activiteiten zijn het gebruik van sociale media, online bankieren en inloggen op verschillende 'mijn omgevingen'. Voor elke activiteit is vastgelegd hoe vaak iemand deze moet ondernemen om een punt te scoren op de schaal van internetervaring.

De respondenten scoren een punt voor internetervaring als ze internet met de aangegeven frequentie gebruiken voor de volgende tien online activiteiten:

- Wekelijks of vaker: informatie zoeken via zoekmachines, online bankieren en sociale media gebruiken.
- Maandelijks of vaker: inloggen op 'Mijn Omgeving'
- Jaarlijks of vaker: inloggen met DigiD en overheidsinformatie opzoeken

Op deze manier konden respondenten een score behalen tussen de 0 en 6. Als een respondent 0, 1 of 2 scoort op de internetschaal spreken we van beperkte internetervaring. Bij een score van 3 of 4 spreken we van gemiddelde ervaring en bij een score van 5 of 6 spreken we van ruime internetervaring. De verdeling van respondenten in deze drie categoriën is weergegeven in tabel 22.

	Respondenten %
Beperkte internetervaring	6,3
Gemiddelde internetervaring	24,6
Ruime internetervaring	69,1

Tabel 22. Verdeling internetervaring Haagse respondenten, n = 712

9 Voorspellers van het online kanaal

In de vorige hoofdstukken hebben we vooral gekeken naar de werkelijke kanaalkeuzes van burgers. In dit hoofdstuk willen we ons niet richten op de werkelijke keuzes, maar op kanaalvoorkeuren en voorspellers van het online kanaal. Door een semi-experimentele onderzoeksmethode in te zetten zijn we in staat uitspraken te kunnen doen over voorkeuren en voorspellers. We zullen eerst deze onderzoeksmethode toelichten en vervolgens de resultaten bespreken.

9.1 Meetmethode: vignetonderzoek

We hebben onderzocht hoe waarschijnlijk het is dat een burger gebruikmaakt van een bepaald kanaal bij een bepaalde dienst in relatie tot verschillende taak- en situatiekenmerken. Hiervoor hebben we in dit onderzoek de volgende variabelen gemanipuleerd: dienst, urgentie, processtap en locatie. In onderstaande tabel is te zien hoe deze variabelen zijn geconcretiseerd. We hebben respondenten verschillende vignetten voorgelegd. Dit zijn verschillende scenario's, of verhaaltjes, waarna gevraagd werd hoe waarschijnlijk het zou zijn dat er voor een bepaald kanaal gekozen zou worden in die specifieke situatie. In de vignetten werden bepaalde manipulaties aangebracht. Dat wil zeggen, bepaalde variabelen werden systematisch gevarieerd.

Zoals in de tabel op de volgende pagina te zien is, zijn negen verschillende soorten diensten die voorgelegd worden aan de respondent. Aan de respondenten zijn acht variabelen voorgelegd, waarbij alleen ondernemers het vignet voor de dienst omgevingsvergunning te zien kregen. Zij kregen dan één van de andere diensten niet te zien.

Een voorbeeld van een scenario is:

*“Stel, uw **paspoort** is gestolen en u moet een nieuwe aanvragen. U wilt **haast** maken, want u hebt een reis naar het buitenland geboekt en uw vliegtuig vertrekt volgende week al. U hebt al uitgezocht wat u hier allemaal voor moet doen en wilt nu uw **aanvraag indienen**. Op dit moment zit u in de **tram**.”*

De manipulaties zijn in het donkerblauw dikgedrukt weergegeven. In de enquête waren deze manipulaties echter niet vetgedrukt of in een andere kleur weergegeven. In het voorbeeldvignet gelden de volgende manipulaties:

- Dienst: Reisdocumenten
- Urgentie: Wel urgent
- Processtap: Registratie
- Locatie: Onderweg

De vijf kanalen in dit onderzoek waren website bezoeken via computer, website bezoeken via tablet, website bezoeken via smartphone, balie bezoeken of bellen.

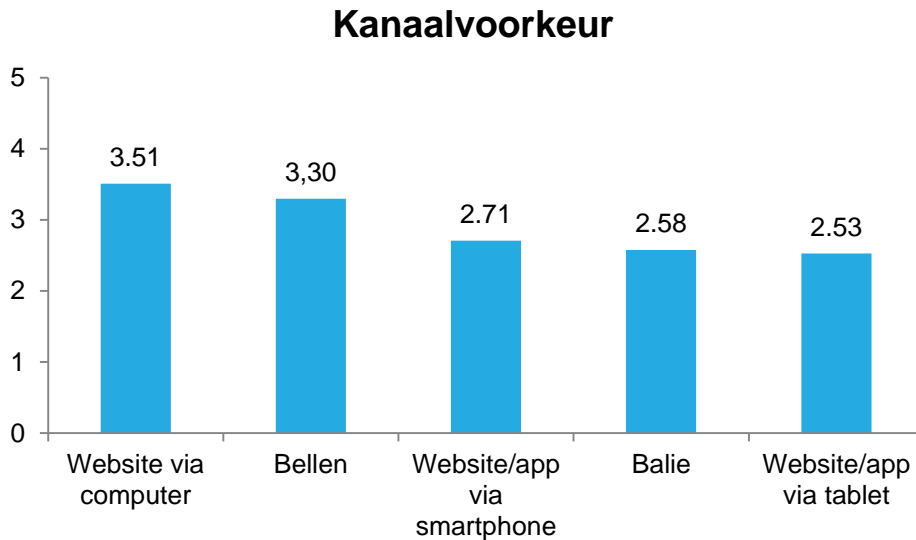
Door de gevarieerde situaties aan grote groepen mensen voor te leggen, kunnen we zien in hoeverre de vijf manipulaties voorspellers zijn van kanaalvoorkeuren. We kunnen dus ook zien wat voorspellers zijn van de online kanalen.

Manipulaties	Alternatieven	Uitwerking
Dienst	0 Omgevingsvergunning (voor ondernemers)	Reclamebord op stoep plaatsen
	1 Melding openbare ruimte	Melding kapotte lantaarnpaal
	2 Evenementen	Prinsjesdag
	3 Parkeren	Parkeervergunning
	4 WMO	Hulp in de huishouding
	5 Verhuizen	Verhuizing van binnen de gemeente doorgeven
	6 Reisdocumenten	Paspoort gestolen
	7 Zwemmen	Abonnement voor vrijzwemmen
Urgentie	8 Afval	Bouw- en sloopafval af laten ophalen
	1 Urgent	Er is haast geboden
Processtappen	2 Niet urgent	Er is geen haast geboden
	1 Oriënteren	U wilt weten welke stappen u hiervoor moet doorlopen.
	2 Registratie	U hebt al uitgezocht welke stappen u hiervoor moet doorlopen en wilt nu uw
Locatie	3 Statusvraag	U hebt nog niet gehoord hoe u het met uw aanvraag staat. U wilt daarom
	1 Thuis	U bent op dit moment thuis.
	2 Onderweg	U zit op dit moment in de tram.
	3 Op het werk	U bent op dit moment op uw kantoor.

Tabel 22. Manipulaties in de vignetten, met bijbehorende alternatieven en de uitwerking in de scenario's

9.2 Resultaten

Ten eerste willen we graag weten welke kanalen over het algemeen de voorkeur van burgers genieten, ongeacht de omstandigheden. Deze voorkeuren zijn in figuur 22 weergegeven.



Figuur 24. Kanaalvoorkeur ongeacht situatie- of taakkenmerken, de score geeft aan hoe waarschijnlijk een respondent het kanaal kiest, waarbij 1 = zeer onwaarschijnlijk en 5 = zeer waarschijnlijk (n = 779).

In bovenstaande figuur zien we dat over het algemeen, ongeacht situatie- of taakkenmerken, de burger de voorkeur geeft aan het bezoeken van de website via computer (3,51 op een schaal van 5). Vervolgens geniet bellen de voorkeur (3,30), gevolgd door het website/app via de smartphone (2,71) en de balie (2,58). De voorkeur voor het bezoeken van een website of het gebruiken van een app via een tablet is het minst populair (2,53).

Daarnaast was het doel van het vignetonderzoek om te kijken wat voorspellers zijn van verschillende kanalen. In de volgende tabellen zijn de voorspellers weergegeven van de website via computer (tabel 23), website/app via tablet (tabel 24), website/app via smartphone (tabel 25), de balie (tabel 26) en van bellen (tabel 27).

Variabelen	Voorspeller voor computer?	Uitleg
Complexiteit	Ja	Hoe moeilijker, hoe minder waarschijnlijk men kiest voor de computer
Urgentie	Ja	Bij een urgente kwestie kiest men minder waarschijnlijk voor de computer
Processtap: Oriëntatie	Ja	Als men aan het oriënteren is, is het waarschijnlijker dat men kiest voor de computer
Processtap: Registratie	Nee	Of men aan het registreren is heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de computer kiest
Processtap: Statusvraag	Ja	Als men een statusvraag heeft, is het minder waarschijnlijk dat men kiest voor de computer
Locatie	Ja	Als men onderweg is, is het het onwaarschijnlijkst dat men de computer gebruikt
Dienst	Ja	Met name bij verhuizen, parkeren en zwemmen kiest men waarschijnlijker voor de balie
Mobiele internetvaardigheden	Ja	Hoe betere mobiele internetvaardigheden, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de computer
Informatie- en navigatievaardigheden	Ja	Hoe betere informatie-en navigatievaardigheden, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de computer
Internetervaring	Ja	Hoe meer internetervaring, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de computer
Waardering website	Ja	Hoe hoger men de website waardeert, hoe waarschijnlijker het is dat men voor de computer kiest
Behoeftte aan persoonlijk contact	Ja	Hoe meer behoefte men heeft aan persoonlijk contact, hoe minder waarschijnlijk men de computer kiest
Geslacht	Ja	Mannen kiezen waarschijnlijker voor de computer
Leeftijd	Ja	Hoe ouder men is, hoe waarschijnlijker men kiest voor de computer
Opleiding	Ja	Hoe hoger men is opgeleid, hoe waarschijnlijker men kiest voor de computer

Tabel 23. Voorspellers van het gebruiken van de computer.

Variabelen	Voorspeller voor tablet?	Uitleg
Complexiteit	Ja	Niet duidelijk
Urgentie	Ja	Bij een urgente kwestie kiest men minder waarschijnlijk voor de tablet
Processtap: Oriëntatie	Nee	Of men aan het oriënteren is heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de tablet kiest
Processtap: Registratie	Nee	Of men aan het registreren is heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de tablet kiest
Processtap: Statusvraag	Nee	Of men aan een statusvraag heeft, heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de tablet kiest
Locatie	Ja	Men kiest zowel voor de tablet als men thuis is, onderweg of op kantoor
Dienst	Niet duidelijk	Niet duidelijk
Mobiele internetvaardigheden	Ja	Hoe betere mobiele internetvaardigheden, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de tablet
Informatie- en navigatievaardigheden	Ja	Hoe meer informatie- en navigatievaardigheden, hoe onwaarschijnlijker men kiest voor de tablet
Internetervaring	Ja	Hoe meer internetervaring, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de tablet
Waardering website	Ja	Hoe hoger men de website waardeert, hoe onwaarschijnlijker het is dat men voor de smartphone kiest
Behoeftte aan persoonlijk contact	Ja	Hoe meer behoefte men heeft aan persoonlijk contact, hoe minder waarschijnlijk men de tablet kiest
Geslacht	Ja	Mannen kiezen waarschijnlijker de tablet
Leeftijd	Ja	Hoe jonger men is, hoe waarschijnlijker het is dat men de tablet kiest
Opleiding	Ja	Hoe lager men opgeleid is, hoe waarschijnlijker het is dat men de tablet kiest

Tabel 24. Voorspellers van het gebruiken van de tablet.

Variabelen	Voorspeller voor smartphone?	Uitleg
Complexiteit	Ja	Niet duidelijk
Urgentie	Nee	Of een kwestie urgent is, heeft geen invloed of men kiest voor de smartphone
Processtap: Oriëntatie	Nee	Of men aan het oriënteren is heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de tablet kiest
Processtap: Registratie	Ja	Als men aan het registreren is, kiest men waarschijnlijker voor de smartphone
Processtap: Statusvraag	Nee	Of men aan een statusvraag heeft, heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de smartphone kiest
Locatie	Ja	Men kiest voor de smartphone waar men ook is, maar vooral als men onderweg is
Dienst	Ja	Niet duidelijk
Mobiele internetvaardigheden	Ja	Hoe betere mobiele internetvaardigheden, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de smartphone
Informatie- en navigatievaardigheden	Ja	Hoe betere informatie- en navigatievaardigheden, hoe minder waarschijnlijk men voor de smartphone kiest
Internetervaring	Ja	Hoe meer internetervaring, hoe waarschijnlijker het is dat men kiest voor de smartphone
Waardering website	Ja	Hoe hoger men de website waardeert, hoe waarschijnlijker het is dat men voor de smartphone kiest
Behoeftte aan persoonlijk contact	Ja	Hoe meer behoefte men heeft aan persoonlijk contact, hoe minder waarschijnlijk men de smartphone kiest
Geslacht	Ja	Mannen kiezen waarschijnlijker voor de smartphone
Leeftijd	Ja	Hoe jonger men is, hoe waarschijnlijker men kiest voor de smartphone
Opleiding	Nee	Opleiding heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de smartphone kiest

Tabel 25. Voorspellers van het gebruiken van de smartphone.

Variabelen	Voorspeller voor balie?	Uitleg
Complexiteit	Ja	Hoe complexer, hoe waarschijnlijker men voor de balie kiest
Urgentie	Ja	In een urgente situatie is het waarschijnlijker dat men voor de balie kiest
Processtap: Oriëntatie	Ja	Als men aan het oriënteren is, is het onwaarschijnlijker dat men voor de balie kiest
Processtap: Registratie	Nee	Of men aan het registreren is heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men de tablet kiest
Processtap: Statusvraag	Ja	Als men een statusvraag heeft, is het onwaarschijnlijker dat men voor de balie kiest
Locatie	Ja	Onduidelijk
Dienst	Ja	Voor diensten als melding openbare ruimte en evenementen is het minder waarschijnlijk dat men de balie bezoekt
Mobiele internetvaardigheden	Nee	Mobiele internetvaardigheden hebben geen invloed op hoe waarschijnlijk het is dat iemand de balie kiest
Informatie- en navigatievaardigheden	Ja	Hoe betere informatie- en navigatievaardigheden, hoe minder snel men voor de balie kiest
Internetervaring	Ja	Hoe meer internetervaring, hoe minder waarschijnlijk men kiest voor de balie
Behoefte aan persoonlijk contact	Ja	Ja, hoe meer behoefte aan persoonlijk contact, hoe waarschijnlijker men kiest voor de balie
Behoefte aan persoonlijk contact	Ja	Hoe meer behoefte men heeft aan persoonlijk contact, hoe waarschijnlijker men de balie bezoekt
Geslacht	Ja	Vrouwen kiezen waarschijnlijker voor de balie
Leeftijd	Onduidelijk	Onduidelijk
Opleiding	Ja	Hoe lager men is opgeleid, hoe waarschijnlijker men kiest voor de balie

Tabel 26. Voorspellers van het bezoeken van de balie.

Variabelen	Voorspeller voor bellen?	Uitleg
Complexiteit	Ja	Hoe complexer, hoe waarschijnlijk het is dat men belt
Urgentie	Ja	Als een situatie urgent is, is het waarschijnlijker dat men belt
Processtap: Oriëntatie	Ja	Als men aan het oriënteren is, is het waarschijnlijker dat men belt
Processtap: Registratie	Nee	Of men aan het registreren is heeft geen invloed op de waarschijnlijkheid of men belt
Processtap: Statusvraag	Ja	Als men een statusvraag heeft, is het waarschijnlijker dat men belt
Locatie	Ja	Als men onderweg is, is het onwaarschijnlijker dat men belt
Dienst	Ja	Onduidelijk
Mobiele internetvaardigheden	Nee	Mobiele internetvaardigheden hebben geen invloed op hoe waarschijnlijk het is dat iemand belt
Informatie- en navigatievaardigheden	Nee	Informatie- en navigatievaardigheden hebben geen invloed op hoe waarschijnlijk het is dat iemand belt
Internetervaring	Nee	Hoe ervaren iemand is op het internet heeft geen invloed op of iemand belt
Behoeftte aan persoonlijk contact	Ja	Hoe meer behoefte men heeft aan persoonlijk contact, hoe waarschijnlijker men belt
Geslacht	Ja	Vrouwen bellen waarschijnlijker
Leeftijd	Ja	Hoe ouder men is, hoe waarschijnlijker men belt
Opleiding	Ja	Hoe lager men opgeleid is, hoe waarschijnlijker men belt

Tabel 27. Voorspellers van het telefonische kanaal.

In de tabellen 23 t/m 27 kunnen we zien wat voorspellers zijn van de verschillende kanalen. We zien bijvoorbeeld dat als iets complexer wordt, de voorkeur voor de computer afneemt en de voorkeur voor traditionele kanalen, zoals bellen en de balie, toenemen. Ook voor urgentie geldt dat hoe naarmate iets urgenter wordt, de voorkeur voor de online kanalen afneemt en de voorkeur voor bellen en balie toenemen.

Ook de verschillende modi lijken invloed te hebben op kanaalvoorkeur. Zo zien we dat als iemand aan het oriënteren is, de waarschijnlijkheid groter wordt dat men kiest om de computer te gebruiken of om te bellen. Bij een statusvraag wordt de waarschijnlijkheid dat men belt ook groter, maar de waarschijnlijkheid dat men de computer gebruikt kleiner.

Daarnaast hebben ook internetvaardigheden en internetervaring over het algemeen invloed op de online kanalen, met name de computer. Hoe meer internetvaardigheden en internetervaring, hoe waarschijnlijker men de computer gebruikt.

Verder blijkt dat de behoefte aan persoonlijk contact van mensen invloed heeft op kanaalvoorkeur. Hoe groter de behoefte van iemand is aan persoonlijk contact, hoe minder snel hij de online kanalen wilt gebruiken en hoe waarschijnlijker men wilt bellen of de balie wilt bezoeken.

Tot slot zien we dat persoonskenmerken voorspellers zijn van kanaalvoorkeur. Zo blijkt dat mannen vaker voor de voorkeur geven aan de online kanalen, terwijl vrouwen vaker de voorkeur geven aan de traditionele kanalen. Ook leeftijd speelt een rol. Namelijk, hoe jonger men is, hoe waarschijnlijker men de voorkeur geeft aan de smartphone en tablet. Terwijl hoe ouder men is, hoe waarschijnlijker men de voorkeur geeft aan de computer of aan bellen. Het opleidingsniveau speelt ook een rol op kanaalvoorkeur. Hoe hoger men is opgeleid, hoe sterker de voorkeur voor de computer. Daarentegen, hoe lager men is opgeleid, hoe sterker de voorkeur voor tablet, balie en bellen.

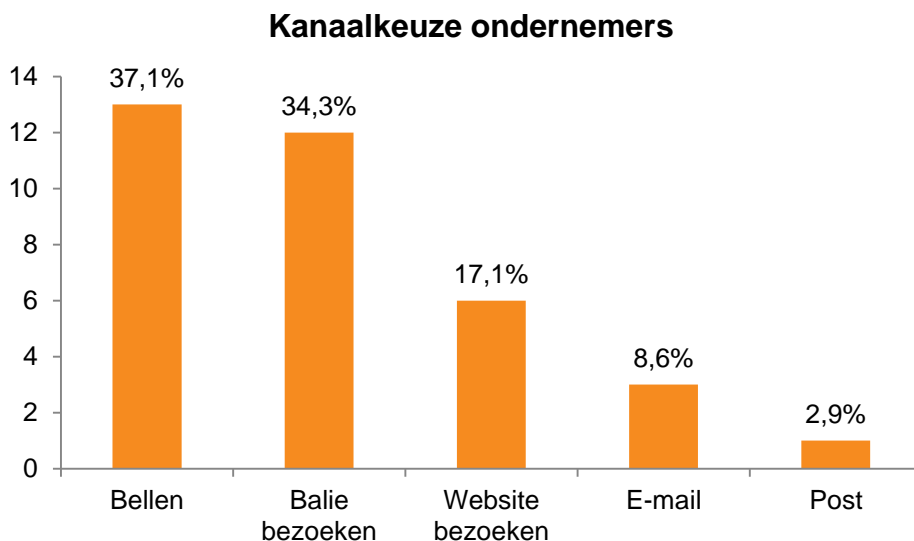
10 Doelgroepen

De gemeente heeft allerlei verschillende doelgroepen, bijvoorbeeld ondernemers, bezoekers van de stad, expats en migranten. Het is interessant om te kijken naar wat de verschillende kanaalkeuzes en kanaalvoorkeuren zijn van deze verschillende doelgroepen. In onze enquête kunnen we deze doelgroepen onderscheiden, maar een aantal groepen blijken te klein om zinvolle uitspraken te kunnen doen. Het gaat hier om de groepen expats en migranten. Ten eerste, aantal expats ligt waarschijnlijk erg laag. Als we kijken naar de voorkeurstaal om met de gemeente te communiceren, dan heeft minder dan 1% van de mensen aangegeven liever in een andere taal dan Nederlands te communiceren. De oorzaak hiervan is zelfselectie; het is een Nederlandstalige vragenlijst, dus mensen die liever in een andere taal dan Nederlands communiceren (zoals vaak bij expats of migranten), zullen de vragenlijst niet zo snel invullen. Het gevolg is dat we weinig over de doelgroep expats kunnen zeggen in deze rapportage. Over de doelgroepen ondernemers en bezoekers van de stad kunnen wel indicaties gegeven worden. Deze beschrijven we in dit hoofdstuk.

10.1 Doelgroep ondernemers

In totaal hebben 35 ondernemers, zelfstandigen en eigen bazen (vanaf nu 'ondernemers'), de vragenlijst ingevuld. Dit aantal is te laag om uitspraken over hun kanaalkeuze en kanaalvoorkeur te generaliseren naar alle ondernemers in Den Haag. De resultaten kunnen wel een indicatie geven van hun keuzes en voorkeuren.

Allereerst kunnen we kijken naar de werkelijke kanaalkeuze van ondernemers tijdens hun meest recente contact met de gemeente Den Haag. In figuur 24 is hun werkelijke kanaalkeuze weergegeven van hun meest recente contact.



Figuur 25. Kanaalkeuze ondernemers bij meest recente contact met de gemeente (n = 35).

In figuur 24 zien we dat ondernemers het vaakst ervoor hebben gekozen om te bellen. Vervolgens hebben de meeste ondernemers gekozen voor de balie te bezoeken, gevolgd door de website. De minste ondernemers kozen om te e-mailen of voor post.

Ten tweede kunnen we kijken naar de kanaalvoorkeur van de ondernemers, op basis van de vignetten. Met het totale aantal van 35 ondernemers kunnen we geen statistische analyses uitvoeren op de verschillende situatiekenmerken, zoals urgentie en locatie. We kunnen wel kijken naar wat hun algemene kanaalvoorkeur is, ongeacht de situatiekenmerken. Hierbij moet bij vermeld worden, dat ook deze resultaten voorzichtigheid geïnterpreteerd moeten worden, omdat ook deze resultaten mogelijk niet voor de gehele populatie (alle ondernemers in Den Haag) geldt.

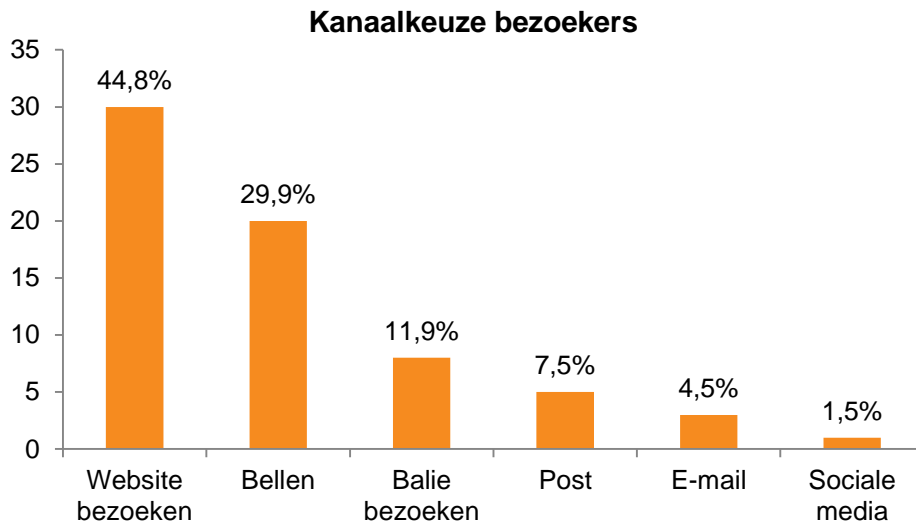
	Gemiddelde
Bellen	3,55
Computer	3,53
Balie	2,95
Smartphone	2,78
Tablet	2,53

Tabel 28. Kanaalvoorkeur van ondernemers, waarbij 1 = zeer onwaarschijnlijk en 5 = zeer waarschijnlijk dat men kiest voor een bepaald kanaal (n = 35)

Uit tabel 28 blijkt dat bellen de algemene voorkeur is van ondernemers. Dit stemt overeen met hun werkelijke kanaalkeuze, zoals afgeleid uit figuur 24. Op de tweede plaats staat echter de computer. Dit stemt niet overeen met hun werkelijke kanaalkeuze, want dat is de balie.

10.2 Doelgroep bezoekers

In totaal hebben 67 bezoekers de vragenlijst ingevuld. Dit zijn mensen die niet in de gemeente Den Haag wonen, maar die wel eens de website van de Den Haag bezocht hebben.



Figuur 26. Kanaalkeuze bezoekers bij meest recente contact met de gemeente (n = 67)

Uit figuur 25 blijkt dat bezoekers het vaakst voor de website gekozen hebben bij het meest recente contact met de gemeente, gevolgd door te bellen en de balie te bezoeken.

Dankzij het vignetonderzoek kunnen we ook hun kanaalvoorkeuren achterhalen. Evenals voor de doelgroep ondernemers geldt hier dat met het totale aantal van 67 bezoekers we geen statistische analyses kunnen uitvoeren op de verschillende situatietekenen. We kunnen wel kijken naar wat hun algemene kanaalvoorkeur is, ongeacht de situatietekenen. Ook hierbij moet bij vermeld worden, dat ook deze resultaten voorzichtigheid geïnterpreteerd moeten worden, omdat het om een klein aantal bezoekers gaat.

	Gemiddelde
Computer	3,59
Bellen	3,32
Smartphone	2,92
Tablet	2,83
Balie	2,48

Tabel 28. Kanaalvoorkeur van bezoekers, waarbij 1 = zeer onwaarschijnlijk en 5 = zeer waarschijnlijk dat men kiest voor een bepaald kanaal (n = 35)

De gegevens uit tabel 28 suggereren dat bezoekers de grootste voorkeur hebben voor de computer, gevolgd door bellen. Deze voorkeuren stemmen overeen met hun werkelijke kanaalkeuze. De balie geniet echter minder de voorkeur dan daadwerkelijk wordt gebruikt.

Referenties

Deursen, van, A.J.A.M., Helsper, E.J. & Eynon, R. (2014). Measuring Digital Skills. From Digital Skills to Tangible Outcomes project report.

Ebbers, Pieterse & Noordman (2008) Electronic government rethinking channel management strategies, *Government Information Quarterly*, 25 181–201

Geest, Th. van der (2014) *De kanalen van Amsterdam*. Enschede: Universiteit Twente.

Geest, Th. van der & Beldad, A. (2010). *Citizens' trust in Dutch e-Government and DigiD*. Enschede: Universiteit Twente.