



PROVINCIE FLEVOLAND

HOME

NIEUWS

Ga direct naar.....

Zwemwaterkaart
Flevoland

Verordeningen,
reglementen en
beleidsregels

Staten Informatie
Systeem

Besluitenlijst

Provinciale Producten
Catalogus

Vacatures

Basisrisicokaart
Flevoland

Burgers en beleid

De gebruiker aan het woord

Een onderzoek naar de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie Flevoland ten aanzien van de elektronische dienstverlening



Afstudeerscriptie

Nicky Gehla



Universiteit Twente
de ondernemende universiteit

De gebruiker aan het woord

Een onderzoek naar de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie Flevoland ten aanzien van de elektronische dienstverlening

Auteur: Nicky Gehla
Datum: 11 juli 2005

Afstudeerscriptie voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap,
Universiteit Twente, Enschede

In opdracht van de provincie Flevoland

Afstudeerbegeleiders:

Intern: Drs.O. Peters
Dr. W.E. Ebbers

Extern: Drs. C. Roem

Samenvatting

In het kader van de modernisering van de overheid streeft de provincie Flevoland er naar haar informatievoorziening en dienstverlening te verbeteren. Zij wil dit bereiken door via internet publieke informatie, producten en diensten effectief en efficiënt toegankelijk te maken voor burgers en bedrijven. Elektronische dienstverlening is echter pas succesvol als deze aansluit aan de wensen en behoeften van de gebruiker. In deze afstudeerscriptie wordt verslag gedaan van een onderzoek dat de wensen en behoeften inventariseert van diverse stakeholderorganisaties van de provincie Flevoland ten aanzien van de elektronische dienstverlening. In dit onderzoek stond de volgende probleemstelling centraal:

Hoe kan de Provincie Flevoland haar elektronische dienstverlening laten aansluiten op de wensen en behoeften van haar stakeholders?

Elektronische dienstverlening biedt diverse voordelen voor zowel burgers en bedrijven als de provincie. Burgers en bedrijven zijn niet meer afhankelijk van openingstijden en kunnen onafhankelijk van tijd en plaats gebruik maken van diensten van de overheid. De overheid kan daarnaast efficiënter en kostenbesparender haar werk doen.

Het bestaan van een medium garandeert echter niet het gebruik ervan. Om een informatiebehoefte te vervullen kunnen de stakeholders van de provincie gebruik maken van diverse media zoals de telefoon, e-mail, etc. Het succes van een medium is afhankelijk van de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt, en de toegankelijkheid van het medium. De mogelijkheden die een medium biedt, ook wel communicatiecapaciteiten genoemd, verschillen per medium.

In dit onderzoek staat de informatiebehoefte van de stakeholders van de provincie Flevoland centraal. De nadruk ligt daarbij op informatie die stakeholders via de internetsite willen raadplegen. Daarnaast werd onderzocht in welke mate de afstemming van de informatie en de mogelijkheden van het medium internet invloed heeft op het gebruik van de internetsite. Met behulp van de verkregen resultaten kan de afstemming van de informatie op de mogelijkheden die de internetsite biedt, worden geoptimaliseerd.

Ook de toegankelijkheid van een medium is bepalend voor het gebruik ervan. In dit onderzoek werden de volgende aspecten van toegankelijkheid betreffende de internetsite en de informatie onderzocht: fysieke toegankelijkheid, de vindbaarheid van de informatie, de begrijpelijkheid van de inhoud en de presentatiewijze van de informatie.

Om de onderzoeksvraag van een antwoord te kunnen voorzien, werden dertien Flevolandse stakeholderorganisaties benaderd voor een interview. Van elke organisatie werden één of twee medewerkers geïnterviewd.

Uit het onderzoek is gebleken dat de huidige dienstverlening van de provincie weliswaar positief wordt beoordeeld door de respondenten, maar niet meer aansluit aan hun wensen en behoeften. De dienstverlening via traditionele media is niet meer voldoende en ook de elektronische informatievoorziening en dienstverlening voldoet niet aan de wensen en eisen van de stakeholders van de provincie. Daardoor maken de stakeholderorganisaties weinig gebruik van de internetsite. Niet alleen het informatieaanbod speelt daarbij een rol. Ook de

toegankelijkheid van de internetsite, met name de vindbaarheid van de informatie, blijkt bepalend te zijn voor het gebruik van de internetsite.

De respondenten hebben verschillende wensen en behoeften ten aanzien van de elektronische dienstverlening. Zij willen informatie niet alleen op papier maar ook digitaal ter beschikking hebben. Daarnaast willen zij beschikken over informatie wanneer het hun uitkomt en niet afhankelijk zijn van medewerkers van de provincie.

Over het algemeen zijn organisaties geïnteresseerd in informatie die te maken heeft met hun werkveld, bijvoorbeeld zorg en welzijn, natuur en landschap of vervoer. Via de internetsite zou informatie moeten worden ontsloten aangaande kerngegevens (statistische en onderzoeksinformatie), subsidie en contactgegevens. Daarnaast willen zij op de internetsite informatie kunnen geraadpleegd over procedures en de status van plannen en projecten. Verder is er behoefte aan diensten en producten als ontheffingen en vergunningen en een archief. Voor de aanvraagprocedure is een beslisboom wenselijk. De respondenten verwachten daarnaast een hoger dienstverleningsniveau. Zo moet het mogelijk zijn om diverse publicaties zoals verslagen, rapporten, folders, brochures en formulieren voor het aanvragen van een product of dienst te downloaden of aan te vragen via de internetsite. Ten slotte willen respondenten inzicht hebben in welke informatie en documenten er zijn.

De provincie kan haar elektronische dienstverlening als volgt op de wensen en behoeften van haar stakeholders laten aansluiten:

1. De internetsite moet voorzien in de informatiebehoefte van de stakeholders. Met behulp van dit onderzoek is inzicht verkregen in de informatiebehoefte van een tweetal doelgroepen.
2. De toegankelijkheid van de internetsite en van de informatie op de internetsite moet worden verbeterd. Het gaat met name om de vindbaarheid van de informatie en de begrijpelijkheid van de inhoud, bijvoorbeeld het taalgebruik.
3. Het niveau van de dienstverlening moet worden verbeterd. Diensten en producten, met name het aanvragen van subsidie, vergunningen en ontheffingen, moeten geheel elektronisch worden afgehandeld. Daarnaast moeten alle publicaties kunnen worden gedownload of via de internetsite kunnen worden aangevraagd.
4. De internetsite moet meer interactie mogelijk maken. Door gebruik te maken van de internetsite en e-mail moet het voor de stakeholders mogelijk zijn om onmiddellijk bij iemand van de provincie terecht te kunnen voor informatie.

De belangrijkste aanbeveling voor de provincie Flevoland is om informatie, producten en diensten af te stemmen op de diverse doelgroepen. Elke doelgroep heeft andere wensen en behoeften. De dienstverlening dient daarop afgestemd te worden zodat deze voldoet aan de vraag van de doelgroep.

Daarnaast wordt aanbevolen informatie per thema aan te bieden waarbij binnen een thema onderscheid gemaakt kan worden tussen diverse soorten informatie, bijvoorbeeld actuele informatie, stabiele informatie, etc.

Management summary

In the course of the modernization of the government, the province Flevoland aims to improve its services. The province wants to achieve this by making public information, products and services more effectively and efficiently accessible to citizens and entrepreneurs by way of the Internet. Electronic services are, however, only successful if they fit the wishes and needs of the user. In this paper an account is given of a research at which core lies the gathering of information about the wishes and needs of several stakeholder organizations of the province Flevoland with regard to electronic services. In this research the following question will be answered:

How can the province Flevoland link up the electronic services with the wishes and needs of its shareholders?

Electronic services offer several advantages to citizens and businesses, as well as the province. They do not longer depend on opening hours and, consequently, they are able to make use of public services without regard of time and place. Furthermore, the government is able to do its work more efficiently and economic.

However, the existence of a medium does not guarantee the use of it. In order to fulfill the need for information, the stakeholders of the province Flevoland can use several media like the telephone, e-mail, etc. The success of a medium depends on its ability to match with the user's needs and its accessibility. Each medium offers different possibilities; they have there own media characteristics.

The central focus of this paper lies on the stakeholder's need for information. The stress was laid on the information that stakeholders want to consult when using the Internet. Furthermore, research was done on the extent that the regulation of information and the possibilities of Internet have influenced the use of internet sites. The results that have been obtained are able to match the information to the possibilities of the site.

The accessibility of a medium is also a defining quality for its usage. This paper has explored the following aspects of the accessibility with regard to the internet site and the information: the physical accessibility, the extent that information can be found, the intelligibility of the content and the way that information is presented.

In order to provide an answer to the thesis question, thirteen organizations of stakeholders in Flevoland were approached for an interview. Of each organization, one or two employees were interviewed.

Research showed that the current services of the province are positively rated by the respondents; however, these services do not longer correspond to their wishes and needs. Traditional services are no longer satisfactory. The same applies to the electronic services, which do not longer answer to the expectations. As a result, the stakeholder organizations make little use of the internet site. Not only the information plays an important part in this case; the accessibility of the internet site, especially the traceability of the information, also appears to determine the use of it.

Respondents have various wishes and needs with regard to the electronic services. They want to have information on paper as well as digitally at their

disposal. Furthermore, they want to have disposal of the information when it suits them, instead of depending on the employees of the province.

The organizations are generally interested in information that is linked up with their area of expertise, for example, health and care, nature and landscape and transportation. By way of the internet site, information should be gained with regard to the central data (statistical and research information), subsidy and personal data. Beside it, they want to consult the internet site for information about procedures and the status of plans and projects. Furthermore, there is a need for services like dispensations and licenses and an archive. The respondents expect besides a higher service level. There should be the opportunity to apply for accounts, reports, folders, brochures and forms, or to download or apply for services by way of the Internet. Finally, the respondents want to gain insight into the information and documents that are available.

The province can link up its electronic services to the wishes and needs of the stakeholders as follows:

1. The internet site should supply the wants for information. This paper has provided insight into the need for information of two target groups.
2. The accessibility of the internet site and the information on the site must be improved, especially the traceability of the information and the comprehensibility of the content, for example, language use.
3. The level of the services should be improved. Services and products, especially the application for subsidy, dispensations and licenses, should be entirely settled electronically. Furthermore, it should be possible to download every publication or apply for it by way of the Internet
4. The Internet site should enable more interaction. By using the Internet or e-mail, stakeholders must be able to get immediately in contact with someone from the province for information.

The most important recommendation for the province Flevoland is to match the information, products and services with the various target groups. Each target group has different needs and wishes. The services should be attuned to those in order to satisfy the demands of the specific group.

Furthermore, it is to be recommended to provide information by theme, whereby a distinction between various sorts of information within each theme can be made, for example, up-to-date information, stabile information, etc.

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	10
1.1	Aanleiding voor het onderzoek.....	11
1.2	Probleemstelling.....	12
1.3	Onderzoeksvragen	13
1.4	Belang onderzoek.....	13
1.5	Opbouw van dit rapport	14
2	Hoofdstuk 2 De elektronische overheid	15
2.1	De provincies	15
2.2	De provincie Flevoland	15
2.3	Klantgerichtheid binnen de overheid	20
2.4	Elektronische overheid	21
2.5	Provincies en ICT	24
2.6	Elektronische dienstverlening	25
2.7	Ontwikkelingsfasen e-governement	27
2.8	Vraag en aanbod elektronische diensten	28
2.9	Behoeftesonderzoek	31
3	Hoofdstuk 3 Literatuurverkenning.....	33
3.1	Inleiding	33
3.2	Mediakeuze theorieën	34
3.3	Informatiebehoefte en toegankelijkheid.....	39
3.4	Onderzoeksvragen	45
4	Hoofdstuk 4 Verzameling en verwerking van de gegevens	47
4.1	Onderzoeksopzet	47
4.2	Desk research	48
4.3	Interviews interne medewerkers.....	49
4.4	Interviews externe doelgroepen	49
4.5	Dataverzameling.....	55
4.6	Data-analyse	56
5	Hoofdstuk 5 Resultaten	57
5.1	Inleiding	57
5.2	Beschrijving van de onderzoekseenheden.....	57
5.3	Contactmomenten	58
5.4	Informatievoorziening	59
5.5	Informatiebehoefte.....	61
5.6	Toegankelijkheid.....	62
5.7	Informatiebehoefte internetsite	65
5.8	Extra internetdiensten.....	69
6	Hoofdstuk 6 Conclusie.....	72
6.1	Samenvatting en interpretatie van de resultaten.....	73
6.2	Beantwoording probleemstelling	84
7	Hoofdstuk 7 Discussie.....	87
7.1	Toepasbaarheid en bruikbaarheid resultaten.....	87
7.2	Generalisatie	88

7.3	Methode.....	88
7.4	Aanbevelingen verder onderzoek.....	90
8	Hoofdstuk 8 Aanbevelingen	91
8.1	Doelgroep en doelstelling van de internetsite	91
8.2	Informatieaanbod verbeteren	91
8.3	Toegankelijkheid internetsite verbeteren.....	92
8.4	Begrijpelijkheid van de inhoud.....	95
8.5	Niveau elektronische dienstverlening.....	96
8.6	Meer onderzoek.....	96
8.7	Informatievoorziening provincie Flevoland	96
9	Literatuur.....	97
10	Bijlage 1 Interview	101
10.1	Toelichting onderzoek.....	101
10.2	Introductie.....	101
10.3	Interviewschema	103
11	Bijlage 2 Beschrijving organisaties en respondenten	105
12	Bijlage 3 Doelgroep/informatie - matrix.....	111

Voorwoord

Aan de studie Toegepaste Communicatiewetenschap ben ik begonnen omdat ik mijn kennis op het gebied van nieuwe media en communicatie wilde verdiepen. Gedurende de opleiding kreeg ik steeds meer interesse in informatie- en communicatietechnologieën. Daarnaast werd mijn affiniteit met overheidsvraagstukken en –beleid steeds groter. Ik was dan ook erg enthousiast toen ik de afstudeeropdracht van de provincie Flevoland onder ogen kreeg. Het was de ideale opdracht om mijn interessegebieden nieuwe media en overheid te combineren.

Met veel plezier heb ik zes maanden bij de afdeling Bestuursondersteuning Advies en Communicatie aan de opdracht gewerkt. Ik kreeg vervolgens de mogelijkheid om voor acht maanden deel uit te maken van het projectteam Internet, dat het ontwerp en de bouw van de nieuwe internetsite moest realiseren. Zo kon ik de verkregen resultaten uit mijn onderzoek meteen in de praktijk toepassen.

Terugkijkend, heb ik een erg leuke en ook leerzame tijd gehad bij de provincie. Dit heb ik in grote mate te danken aan collega's van de provincie Flevoland. Mijn dank gaat ook uit naar mijn begeleiders van de UT, Oscar Peters en Wolfgang Ebbers voor hun begeleiding en steun. Daarnaast wil ik ook mijn familie en vrienden bedanken voor hun steun en geloof in mij. Loes, bedankt voor je opvrolijkende kaartjes en gezellige uren. Vrienden van Catan, bedankt voor alle bemoedigende mailtjes en de super gezellige avonden. Denise, wat zou ik zonder jou doen! En tot slot ook Roon, mijn steun en toeverlaat.

Nicky Gehla
Lelystad, 6 juli 2005

Inleiding

Sinds de jaren tachtig vindt bij de publieke organisaties een omslag plaats van aanbodgericht naar vraaggericht werken. De wensen en behoeften van de burger als klant staan hierbij centraal. Een van de veranderingen die er voor zorgt dat de klant oriëntatie belangrijk is, is een verwachting bij de mensen. De mondigheid van de burger neemt toe en hij verwacht dat, net als private organisaties, ook overheidsorganisaties sneller en beter op het individu toegespitste diensten kunnen leveren.

Om de kwaliteit van haar dienstverlening en bedrijfsvoering te verbeteren, heeft de overheid de afgelopen jaren diverse initiatieven ontplooid. Bij het merendeel van deze initiatieven lag de nadruk op het gebruik van informatie- en communicatietechnologieën. Meer en beter gebruik van ICT kan de kwaliteit van de publieke dienstverlening verbeteren. ICT maakt het mogelijk dat de informatieverstrekking aan en communicatie met burgers, bedrijven en andere overheden effectiever en efficiënter wordt. Dit heeft te maken met de snelheid waarmee gecommuniceerd kan worden en de verbeterde capaciteit waarmee informatie kan worden verwerkt. Het heeft ook te maken met het feit dat 24 uur per dag, ongeacht de plaats waar iemand zich bevindt, informatie kan worden ontsloten of transacties kunnen worden verricht (Bekkers, 2001).

De afgelopen jaren verschenen er diverse rapporten om de kwaliteit van de dienstverlening te verbeteren en het gebruik van ICT te stimuleren. In 1996 is het concept Overheidsloket 2000 (OL2000) door het programmabureau OL2000 van het Ministerie van VROM ontwikkeld dat de publieke dienstverleners de weg moet wijzen naar een vraaggerichte en geïntegreerde dienstverlening. Het uitgangspunt van OL2000 is dat de klant op één plaats een samenhangend pakket van overheidsdiensten op basis van specifieke vraagpatronen ontvangt. Een vraagpatroon is een samenhangend geheel van vragen die in een bepaalde situatie worden gesteld. Loketten moeten een afspiegeling zijn van dat vraagpatroon (Poelmans & Bekkers, 1999).

In aansluiting op OL2000 heeft het kabinet in 2003 het actieprogramma 'Andere overheid' opgesteld waarin in grote lijnen wordt aangegeven hoe de overheid zou moeten worden gemoderniseerd. Volgens het kabinet kent het functioneren van de overheid een aantal tekortkomingen. Hierdoor is de overheid genoodzaakt om te veranderen cq. te moderniseren. Het kabinet streeft er onder andere naar om via internet publieke informatie en publieke producten en diensten effectief en efficiënt toegankelijk te maken voor burgers (Programmabureau Andere Overheid, 2003).

Een van de hoofddoelstellingen uit het actieprogramma 'Andere Overheid' is dat in 2007 65% van de publieke dienstverlening (van rijk, provincies en gemeenten) via het internet moet worden afgehandeld. Andere doelstellingen hebben betrekking op het inzetten van internet om de transparantie van het beleid te vergroten en op het verbeteren van de toegankelijkheid van overheidsinformatie. Burgers en bedrijven moeten overheidsproducten, -diensten en -informatie eenvoudig en goed geordend op het internet kunnen vinden.

In het kader van de rijksdoelstellingen hebben de provincies zich tot doel gesteld om met behulp van internet meer transparantie en een betere dienstverlening te bieden. De elektronische dienstverlening van provincies is het thema dat in dit afstudeeronderzoek een centrale rol speelt.

1.1 Aanleiding voor het onderzoek

In het kader van de modernisering van de overheid is het verbeteren en verder uitbouwen van de elektronische dienstverlening tot één van speerpunten benoemd. Ook de provincie Flevoland, opdrachtgever van dit onderzoek, wil de komende jaren investeren in de kwaliteit van haar elektronische dienstverlening.

De provincie heeft zich ten doel gesteld om internet in te zetten als middel ter verbetering van de kwaliteit van haar elektronische dienstverlening. De huidige internetsite van de provincie Flevoland (www.flevoland.nl) is al 4 jaar in gebruik. Doordat de afgelopen jaren weinig is gedaan aan de uitbouw en ontwikkeling van de internetsite, sluit deze niet meer aan bij de wensen en behoeften van de hedendaagse gebruiker. De manier waarop de provincie gebruik maakt van internet is te veel aanbodgericht. Er moet dus een omslag worden gemaakt naar een vraaggerichte internetsite, zodat een klantgerichte dienstverlening gerealiseerd kan worden.

Een ander aandachtspunt is dat de provincie te weinig gebruik maakt van de mogelijkheden die internettechnologie te bieden heeft. De internetsite wordt voornamelijk ingezet voor het verspreiden van informatie; er vindt weinig tot geen interactie plaats met de doelgroepen.

Diverse onderzoeken bevestigen deze bevindingen. Uit onderzoek naar de kwaliteitsontwikkeling van overheidswebsites die in oktober-november 2004 in opdracht van Advies Overheid.nl werd uitgevoerd, blijkt dat de site van de provincie Flevoland in vergelijking met andere provinciale websites erg slecht scoort op punten die met dienstverlening te maken hebben (Advies Overheid.nl, 2005). Op zowel de breedte (hoeveelheid producten en diensten) als de diepte van de dienstverlening (niveau dienstverlening) is iets aan te merken. De internetsite van de provincie beschikt over een klein aanbod producten, bijvoorbeeld publicaties en formulieren, die kunnen worden gedownload.

Als aanvulling hierop moeten ook de bevindingen uit het rapport 'Publieke dienstverlening 65% elektronisch' (Advies Overheid.nl & Min BZK, 2004) worden genoemd. Daaruit blijkt dat de elektronische dienstverlening door de provincies aan zowel burgers als ook bedrijven achterloopt op die van gemeenten, waterschappen, politie en het Rijk. Het is duidelijk dat de provincie Flevoland een inhaalslag te maken heeft op het gebied van elektronische dienstverlening.

In opdracht van burger@overheid.nl is een onderzoek uitgevoerd naar de website van gemeenten en provincies. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat provincies niet (exact) weten hoeveel bezoekers zij hebben, waaruit dit publiek bestaat, wat het wil weten en waarom zij de website bezoeken. De provincies weten daardoor niet hoe zij hun beleid op het gebied van internet moeten afstemmen (Daadkracht, 2003). Door gebrek aan deze informatie is het voor provincies moeilijk om hun internetsite naar de wensen en behoeften van haar stakeholders in te richten.

Elektronische dienstverlening kan echter pas succesvol worden als de informatie en diensten die digitaal worden aangeboden, aansluiten op de wensen en behoeften van de gebruiker (Dialogic, 2001). Dit is ook het streven van de provincie Flevoland. Het doel van de provincie is om haar communicatie en elektronische dienstverlening te verbeteren door de inzet van een vraaggerichte internetsite. Hiervoor is het noodzakelijk dat de provincie inzicht heeft in de wensen en behoeften van haar stakeholders. Dit uitgangspunt vormt de aanleiding voor dit onderzoek.

De provincie Flevoland heeft geen helder beeld van wie behoefte heeft aan welke informatie van de provincie, via welke media deze externe partijen bepaalde informatie, diensten en producten willen ontvangen (via internet, extranet of anders) en of de informatie actief moet worden aangereikt of passief beschikbaar moet worden gesteld. Daarnaast is het voor de provincie onduidelijk hoe zij de gewenste informatie, producten en diensten via de internetsite moet ontsluiten. Kortom, het is onduidelijk wat de wensen en behoeften zijn van de stakeholders van de provincie ten aanzien van de elektronische dienstverlening. Daardoor is het voor de provincie niet duidelijk hoe zij haar elektronische dienstverlening vorm moet geven.

In deze scriptie wordt verslag gedaan van deze inventarisatie van de wensen en behoeften en worden aanbevelingen gedaan ter verbetering van de elektronische dienstverlening.

1.2 Probleemstelling

Om de elektronische dienstverlening van de provincie vraaggericht te kunnen inrichten, is het van belang inzicht te verkrijgen in de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie.

Dit leidt tot de volgende probleemstelling:

Hoe kan de Provincie Flevoland haar elektronische dienstverlening laten aansluiten op de wensen en behoeften van haar stakeholders?

Onder een stakeholder kan elk individu of groep worden verstaan die invloed kan uitoefenen op of invloed ondergaat van de acties, beslissingen, beleid, praktijken of doeleinden van een organisatie. De letterlijke vertaling van stakeholders is belanghebbenden.

Het doel van het onderzoek is inzicht krijgen in de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie Flevoland t.a.v. de elektronische dienstverlening. De wensen en behoeften van de stakeholders hebben betrekking op twee aspecten. Het eerste aspect heeft te maken met het aanbod van informatie, producten en diensten. Het tweede aspect heeft betrekking op de keuze en het gebruik van het medium internet, in dit geval de internetsite van de provincie Flevoland.

Om het kader van dit onderzoek te kunnen bepalen, worden de begrippen stakeholder en elektronische dienstverlening in hoofdstuk 2 nader uiteen gezet.

1.3 Onderzoeksvragen

Onderstaande vragen dienen als leidraad bij de beantwoording van de probleemstelling. Deze vragen wil de provincie Flevoland graag door middel van dit onderzoek beantwoord hebben. De vragen luiden als volgt:

1. Welke informatie verstrekt de provincie aan welke stakeholders? In welke vorm en met welke frequentie verstrekt de provincie deze informatie?
2. Welke informatie verwachten stakeholders van de provincie? In welke vorm en met welke frequentie verwacht men deze informatie?
3. Voldoet het huidige aanbod van informatie aan de wensen en behoeften van de stakeholders? Welke informatie moet op de internetsite worden aangeboden?
4. Wat zijn de wensen en behoeften van de stakeholders naar nieuwe diensten zoals een extranet, verrichten van transacties via internet en een gezamenlijke, regionale portal?

De beantwoording van de onderzoeksvragen leidt tot een antwoord op de probleemstelling. Hieruit vloeien verbeterpunten en aanbevelingen voort voor het ontsluiten van informatie, producten en diensten door middel van een vraaggerichte internetsite. Op basis van de resultaten kan de provincie gerichte inspanning leveren ter realisatie van een meer vraaggerichte elektronische dienstverlening.

Met behulp van de literatuurverkenning wordt geprobeerd meer te weten te komen over het medium internet. Er wordt geprobeerd inzicht te verkrijgen in de keuze en het gebruik van media, met name internet, als informatiebron. Hieruit moet blijken óf en hoe een vraaggerichte site kan leiden tot een succesvolle elektronische dienstverlening.

1.4 Belang onderzoek

De verbetering van de dienstverlening van de overheid staat hoog op de politieke agenda. 'De maatschappij heeft baat bij een transparantere overheid die de samenleving meer informatieve diensten kan bieden en kwalitatief hoogwaardige diensten kan leveren', aldus de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie in haar rapport 'In dienst van de democratie' (2001). Informatie- en communicatietechnologieën maken een transparantere overheid mogelijk, mits deze op een juiste manier worden ingezet. Daarvoor is het noodzakelijk om inzicht te hebben in de wensen en behoeften van klanten. Met behulp van de onderzoeksresultaten is het mogelijk om een internetsite te ontwikkelen die voorziet in de wensen en (informatie)behoeften van de klanten van de provincie Flevoland. Een dergelijke vraaggerichte site kan als instrument worden ingezet om het doel van de provincie Flevoland, de verbetering van de kwaliteit van de dienstverlening, te bereiken.

De aangedragen oplossingen zijn door het specifieke karakter van het onderzoek in eerste instantie alleen toepasbaar op de provincie Flevoland. Andere provincies

kunnen echter ook de uitkomsten van het onderzoek toepassen om hun informatievoorziening via internet te verbeteren.

Het onderzoek heeft daarnaast een wetenschappelijke insteek. Het doel daarvan is te achterhalen welke factoren en in welke mate deze factoren invloed hebben op het internetgebruik van doelgroepen van de provincie Flevoland. Met behulp van de literatuurverkenning worden de factoren bepaald die meegenomen worden in het onderzoek. Door de exploratieve aard van het onderzoek kunnen nieuwe factoren worden achterhaald die invloed hebben op de mediakeuze en het gebruik van internet door stakeholders van een overheidsorganisatie.

1.5 Opbouw van dit rapport

In dit rapport wordt verslag gedaan van het onderzoek naar de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie Flevoland met betrekking tot elektronische dienstverlening. In het eerstvolgende hoofdstuk wordt het kader aangegeven waarbinnen het onderzoek plaatsvindt. Daarbij wordt ingegaan op de in de inleiding geïntroduceerde begrippen stakeholder en elektronische dienstverlening en wordt een beeld geschetst van recente ontwikkelingen op het gebied van de elektronische overheid. In hoofdstuk 3 komt wordt verslag gedaan van de literatuurverkenning en in hoofdstuk 4 wordt de methode van onderzoek besproken. Vervolgens komen de resultaten van dit afstudeeronderzoek in hoofdstuk 5 aanbod en zullen in de daaropvolgende hoofdstukken de conclusie (hoofdstuk 6), discussie (hoofdstuk 7) en de aanbevelingen (hoofdstuk 8) worden besproken.

Hoofdstuk 2

De elektronische overheid

Om het kader aan te geven waarin het onderzoek plaatsvindt, worden in dit hoofdstuk de begrippen stakeholder (§ 2.2.2) en elektronische dienstverlening (§ 2.6) afgebakend. Daarnaast wordt ook ingegaan op de elektronische overheid en de ontwikkelingen daaromtrent (§ 2.4). In de daaropvolgende paragraaf (§ 2.5) komt de huidige stand van zaken bij de provincies betreffende ICT aan bod. In § 2.7 worden de ontwikkelingsfasen van e-governement besproken. Vervolgens wordt in § 2.8 vraag en aanbod van elektronische dienstverlening geanalyseerd en de noodzaak voor een verbetering van het aanbod verduidelijkt. Ten slotte wordt verslag gedaan van diverse onderzoeken naar de wensen en behoeften van verschillende doelgroepen ten aanzien van elektronische dienstverlening (§ 2.9). Eerst volgt echter een korte uitleg over de taken en verantwoordelijkheden van de provincie als bestuurslaag en de huidige informatievoorziening van de provincie Flevoland.

2.1 De provincies

De provincies vormen de bestuurslaag tussen het rijk en de gemeente. Ze doen het werk waarvoor het rijk 'te groot' en de gemeente 'te klein' is. Het provinciaal bestuur is actief op een breed terrein: ruimtelijke ordening, verkeer en vervoer, economie, agrarische zaken, milieu, recreatie, natuur en landschap, welzijn, cultuur, bestuurlijke organisatie, toezicht op waterschappen en op de financiën van de gemeente. Tot hun taken behoren bijvoorbeeld de aanleg van provinciale wegen en fietspaden, het subsidiëren van instellingen op het gebied van welzijn en cultuur, het verstrekken of weigeren van milieuvergunningen. De provincie is vaak een 'gebiedsgerichte regisseur' en werkt nauw samen met andere overheden (rijk, gemeenten, waterschappen), het bedrijfsleven, organisaties en instellingen.

2.2 De provincie Flevoland

Nederland is ingedeeld in twaalf provincies. De provincie Flevoland is de twaalfde en jongste provincie van Nederland; zij bestaat sinds 1 januari 1986. Flevoland heeft zes gemeenten: Lelystad, Almere, Dronten, Noordoostpolder, Urk en Zeewolde.

2.2.1 De huidige internetsite

De huidige internetsite van de provincie Flevoland (www.flevoland.nl) is sinds 2001 in gebruik. Deze wordt voornamelijk gebruikt om diverse doelgroepen van informatie te voorzien. Het gaat hierbij om bestaande informatie zoals beleidsrapporten en –nota's, reglementen, organogrammen, etc. die gedigitaliseerd en op de internetsite gepubliceerd wordt. Daarnaast wordt actuele informatie, zoals persberichten en wekelijkse besluitenlijsten op de internetsite geplaatst. Het gaat hierbij om eenrichtingsverkeer met statische informatie. Via de

site heeft de bezoeker geen contact met de organisatie, hooguit via het versturen van een e-mail voor het aanvragen van aanvullende informatie.

De content op de internetsite is ingedeeld in de volgende rubrieken:

- Nieuws
- Informatie
- Beleid
- Organisatie
- Europa
- Links

Nieuws

Onder de rubriek 'Nieuws' vallen persberichten, actuele informatie over werkzaamheden aan wegen en vaarwegen, besluitenlijsten Gedeputeerde Staten en andere actuele informatie.

Informatie

Onder 'Informatie' wordt informatie over uiteenlopende onderwerpen geplaatst. Het gaat om informatie over de provincie (geschiedenis, bezienswaardigheden, kerncijfers, gemeenten, etc.), contactgegevens, verordeningen en reglementen, rechtsbescherming, klachtenregeling, aanvragen van subsidie, aanbestedingen, etc.

Beleid

De bezoeker vindt onder 'Beleid' informatie over het provinciale beleid dat betrekking heeft op diverse terreinen, bijvoorbeeld wonen, zorg en welzijn, economie, natuur en landschap, etc.

Daarnaast zijn de jaarverslagen, begroting en het Staten Informatie Systeem onder deze rubriek te vinden.

Organisatie

Deze rubriek bevat informatie over de organisatie en het bestuur van de provincie.

Europa

De bezoeker vindt hier informatie over het verkrijgen van een bijdrage uit de verschillende Europese subsidieprogramma's.

Links

De pagina 'Links' bevat verwijzingen naar sites die met Flevoland te maken hebben.



Afbeelding 1: homepage van de huidige internetsite van de provincie Flevoland

2.2.2 De stakeholders van de provincie Flevoland

Tot de stakeholders van de provincie Flevoland behoren de eigen medewerkers, burgers, media, bedrijven, maatschappelijke instellingen en mede-overheden. In samenwerking met medewerkers van het cluster Communicatie zijn de volgende beschrijvingen van de diverse doelgroepen opgesteld¹.

Eigen medewerkers

Medewerkers van de provincie gebruiken de internetsite veelal om informatie zoals statistische informatie, nota's, rapportages, etc. te ontsluiten voor hun klanten. Daarnaast wordt deze gebruikt om persberichten en nieuws te lezen. Bij interactieve besluitvorming wordt de internetsite ingezet om bepaalde doelgroepen te consulteren over projecten, activiteiten, maar ook voorgenomen of vastgesteld beleid.

De burger

De burger heeft maar weinig rechtstreeks te maken met de provincie. Minder dan 10% van de provinciale dienstverlening richt zich rechtstreeks tot de burger. De burger ondervindt echter wel de gevolgen of resultaten van het provinciale beleid. Mede daarom is het van belang dat burgers op de hoogte zijn van het gevoerde beleid en weten hoe zij invloed daarop kunnen uitoefenen.

¹ Zie ook 'Conceptbeschrijving internet provincie Flevoland', 22 maart 2005 (intern document)

Er kan onderscheid worden gemaakt tussen burgers die inwoners zijn van Flevoland, burgers die niet in Flevoland wonen en jongeren.

Inwoners Flevoland

Per 1 januari 2004 telde de provincie Flevoland 360.100 inwoners. Inwoners van Flevoland kunnen eens in de vier jaar hun stem uitbrengen tijdens de verkiezingen van de Provinciale Staten. Daarnaast kunnen zij ook op andere manieren invloed uitoefenen op het provinciale beleid, bijvoorbeeld d.m.v. een burgerinitiatief of een provinciaal referendum.

Burgers buiten Flevoland

Mensen die niet in Flevoland wonen, kunnen wel op andere manieren te maken hebben met Flevoland. Zo is het mogelijk dat iemand via zijn werk verbonden is met Flevoland of dat mensen in Flevoland recreëren of vakantie houden.

Instellingen en mede-overheden

Deze groep wordt gekenmerkt door een beleidsuitvoerend karakter en de samenwerkingsrelatie die zij met de provincie heeft.

Een groot deel van het provinciale beleid wordt uitgevoerd door bijvoorbeeld de Flevolandse gemeenten, maar ook door belangenorganisaties. De provincie geeft het kader aan waarbinnen de organisaties moeten opereren en verstrekt tegelijkertijd financiële ondersteuning aan organisaties zodat zij bepaalde taken kunnen uitvoeren.

Een groot deel van het provinciale beleid komt tot stand door de samenwerking tussen de provincie en deze doelgroep. Beide partijen maken deel uit van diverse projectteams en hebben regelmatig overleg waarbij kennis, ideeën en ervaringen worden uitgewisseld. Daarnaast vervullen diverse organisaties een adviserende rol.

Tot de overheden behoren de 6 Flevolandse gemeenten (Lelystad, Almere, Dronten, Noordoostpolder, Urk en Zeewolde), maar ook provincies, het rijk en de EU. Onder de semi-overheden vallen: Waterschap Zuiderzeeland, Rijkswaterstaat, etc.

Instellingen zijn in diverse maatschappelijke sectoren actief: zorg en welzijn, natuur en landschapsbeheer, landbouw, onderwijs, verkeer en vervoer, toerisme en recreatie, ondernemen en werken, etc.

Bedrijven

De provincie stelt kaders vast voor het bedrijfsleven, maakt beleid en vormt een schakel tussen ondernemers en het Rijk.

De relatie van de provincie met deze doelgroep wordt gekenmerkt door wederzijdse afhankelijkheid en samenwerking. Het bedrijfsleven is afhankelijk van de provincie voor wat betreft goede vestigingsvoorwaarden, soepele vergunningverlening, aantrekkelijke subsidies en een goed economisch klimaat. Voor een goede economische groei is de provincie afhankelijk van het bedrijfsleven. Het bedrijfsleven zorgt voor meer werkgelegenheid, meer kennis en meer voorzieningen.

Media

De media hebben voor de provincie als overheidsinstantie een voorkeurspositie: als de provincie haar inwoners op de hoogte wil brengen van nieuwe ontwikkelingen, richt zij zich in eerste instantie tot de media. Via de media bereikt de provincie een groot deel van de bevolking en mogelijk andere doelgroepen. Media zijn dus belangrijk omdat zij het voertuig zijn van onze boodschappen richting doelgroepen. Zij bepalen echter zelf wat het nieuws is. Er is dus duidelijk sprake van een afhankelijkheidsrelatie. Als de provincie de internetsite actiever inzet voor het verspreiden van nieuws en informatie, wordt zij onafhankelijker van de media.

De provincie maakt onderscheid tussen de volgende soorten media:

- pers c.q. geschreven/gedrukt: dagbladen, weekbladen, maandbladen, kwartaalbladen
- radio
- televisie
- internet en andere nieuwe media
- specifieke doelgroep media gericht op beroepsgroep, belangengroep
- media gericht op gedifferentieerde doelgroepen als mannen & vrouwen, oud en jong, arm&rijk

In opdracht van het ICT-Uitvoeringsorgaan (ICTU), een agentschap van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en de Vereniging voor Nederlandse Gemeenten, is onderzoek gedaan naar de elektronische dienstverlening van provincies. Er is onder andere geïnventariseerd welke doelgroep de meeste provinciale producten en diensten afneemt.

	Inwoners	Organisaties (bedrijven, maatschappelijke instellingen en verenigingen)	Overige overheden (Bijv. gemeenten)
Milieu, water en bodem	4,5%	36,4%	4,5%
Zorg & welzijn, Volksgezondheid en Jeugd		6,8%	6,8%
Cultuur en educatie		4,5%	2,3%
Recreatie en natuur	2,3%	4,5%	4,5%
Verkeer en vervoer		6,8%	2,3%
Bouwen, wonen en ruimtelijke ordening	2,3%	4,5%	2,3%
Economische zaken en landbouw		4,5%	
Totaal	9,1%	68%	22,7%

Tabel 1 : Doelgroepen waar de provinciale dienstverlening zich op richt (Liu, 2004)

De grootste groep afnemers van provinciale producten en diensten bestaat uit instellingen, bedrijven en mede-overheden. Bijna 90% van de provinciale dienstverlening richt zich op deze groep. Aangezien deze groep gezien de grootte

het meeste baat heeft bij een kwalitatief goede dienstverlening van de provincie, zal het onderzoek zich alleen op deze doelgroepen en de doelgroep media richten.

Het begrip stakeholder zal in dit onderzoek iets afwijken van de aan het begin van deze paragraaf genoemde definitie. Dit onderzoek richt zich op drie doelgroepen die deel uitmaken van de stakeholders van de provincie. Wanneer in de volgende hoofdstukken van dit rapport sprake is van stakeholders, wordt daarmee verwezen naar deze drie doelgroepen.

2.3 Klantgerichtheid binnen de overheid

Sinds de jaren tachtig is bij de overheid een verschuiving gaande van een werkwijze die aanbodgericht is en waarbij de focus op de interne organisatie ligt naar een meer vraaggerichte werkwijze met de nadruk op een klantgerichte uitvoering en dienstverlening. Er zijn drie maatschappelijke ontwikkelingen die vaak genoemd worden als belangrijke verklaring voor de aandacht voor klantgericht werken in de publieke sector (Aldeba & Van Bijlert, 2001).

Een veranderende verwachting bij de burger

De veranderende samenleving stelt hogere eisen aan de dienstverlening van de overheid en dwingt haar om zich klantgerichter op te stellen. De mondigheid van de burger neemt toe en hij verwacht dat, net als bij private organisaties, ook overheidsorganisaties sneller en beter op het individu toegespitste diensten kunnen leveren.

Een complexere omgeving vraagt om nieuwe vormen van sturing

Omdat centrale sturing onmogelijk is geworden, dienen overheden hun organisatie te stroomlijnen en nieuwe sturingsmechanismen en methoden voor een externe oriëntatie te ontwikkelen. De overheid is één van de partners in een netwerk geworden die invloed hebben op de omgeving. Daarnaast worden burgers steeds meer aangesproken op hun eigen verantwoordelijkheid.

Ander aanbod door gebruik van informatie- en communicatietechnologie

Recente ontwikkelingen op het gebied van informatie- en communicatietechnologie (ICT), zoals netwerktechnologie, internet en mobiele telefonie, maken nieuwe vormen van publieke dienstverlening mogelijk. Voorbeelden van dergelijke ontwikkelingen zijn geïntegreerde dienstverlening waarbij diverse zaken via internet afgehandeld kunnen worden (één loket-gedachte), pro-actieve dienstverlening waarbij het initiatief bij de overheid en niet bij de klant ligt (geen loket-gedachte), dienstverlening op maat (tailoring) en dienstverlening die op verschillende locaties toegankelijk is (multichanneling).

Met de komst van nieuwe informatie- en communicatietechnologie hebben publieke organisaties dus de mogelijkheid om hun werkprocessen in te richten met de klant als uitgangspunt. Onder de noemer van e-government zijn tal van projecten op het gebied van klantgericht werken met behulp van ICT in publieke organisaties van start gegaan.

2.4 Elektronische overheid

Elektronische overheid, ook e-government genoemd, is een zeer actueel onderwerp dat sterk in ontwikkeling is. Er verschijnen veel publicaties, er lopen diverse projecten en nieuwe initiatieven worden ontwikkeld. In dit hoofdstuk komen deze ontwikkelingen kort aan bod en wordt er stilgestaan bij recente literatuur over de elektronische overheid.

2.4.1 Wat is e-government?

E-government en met name elektronische dienstverlening door de overheid aan burgers en organisaties wordt een steeds belangrijker onderwerp. De gedachte achter de elektronische overheid is de versterking van de positie van de burger door dienstverlening op maat, toegankelijke informatie en interactieve beleidsvorming (Advies Overheid, 2001).

Van e-government bestaan diverse brede en smalle definities. Bouwman e.a. (2002) definiëren e-government als alle processen van informatieverwerking, communicatie en transactie die behoren bij de taken van de overheid (politiek en openbaar bestuur) en waarbij gebruikgemaakt wordt van ICT. In een onderzoeksrapport van Dialogic (2001) wordt e-government als verzamelnaam gebruikt voor allerlei diensten (informatie, communicatie en transactie) en processen (beleidsprocessen, besluitvorming en workflow) die de overheid afwikkelt via (open of gesloten) elektronische netwerken. Internettechnologie wordt daarin als beeldbepalend beschouwd. Vaak wordt e-government gelijkgesteld aan elektronische dienstverlening en het online beschikbaar stellen van informatie door overheden. Het gaat dan primair om de relatie tussen de overheid als producent van diensten en de burger als klant (Bekker & Thaens, 2002). E-government is echter meer dan elektronische dienstverlening van de overheid via internet. Volgens Gartner Research is e-government: 'the transformation of public sector internal and external relationships through Internet-enabled operations, information and communication technology to optimize service delivery, constituency participation and governance' (Gartner, 2000). Het gaat volgens Gartner dus om de transformatie van in- en externe relaties van overheidsorganisaties om dienstverlening, deelname aan het democratisch proces en openbaar bestuur te optimaliseren.

In grote lijnen richt e-government zich dus op drie clusters, waarbij de nadruk op het gebruik van ICT ligt om de bijbehorende doelstellingen te realiseren:

E-dienstverlening (of elektronische dienstverlening)

Het aanbieden van diensten en producten aan burgers en bedrijven via internet, bijvoorbeeld via een virtueel loket op het Internet.

E-democratie

Het verstrekken van informatie naar en het debatteren met de burger met behulp van internet, bijvoorbeeld door online stemmen en online consultatie van burgers.

E-governance (op elektronisch openbaar bestuur)

Het verbeteren van de interne bedrijfsvoering, bijvoorbeeld de kwaliteit van werkprocessen, met behulp van ICT om efficiencywinst te kunnen realiseren.

In deze scriptie staat de elektronische dienstverlening van de provincie Flevoland centraal. Alvorens dieper wordt ingegaan op dit thema, volgt eerst een korte beschrijving van recente ontwikkelingen op het gebied van elektronische overheid.

2.4.2 De modernisering van de overheid

Ontwikkelingen op het gebied van elektronische overheid zijn al enkele jaren aan de gang. In 1994 werd het eerste nationale ICT-actieprogramma geïntroduceerd: het Nationaal Actieplan Elektronische Snelwegen (NAP). Tevens introduceerde het Ministerie van Binnenlandse zaken in 1996 het OL2000-project - Overheidsloket 2000. Dit project moest de vraaggestuurde dienstverlening aan burgers en bedrijven stimuleren door de inzet van een elektronisch loket. Hierbij staat niet het aanbod van producten en diensten van de overheid centraal, maar de specifieke vraagpatronen van burgers en bedrijven, zoals vragen die te maken hebben met het aanvragen van een bouwvergunning. De kern van de OL-2000 gedachte is dat burgers en bedrijven zich maar tot één loket hoeven te wenden om informatie en diensten die vanuit hun perspectief bij elkaar horen, ook als één geheel van de overheid ontvangen. De doelstelling die aan het begin van de introductie van het programma werd geformuleerd, is het tot stand brengen van een landelijk dekkend netwerk van loketten (Poelmans, 2001):

- Waar burgers en bedrijven terecht kunnen voor publieke producten en diensten met maximaal één doorverwijzing;
- Die voor diensten waarbij geen menselijke tussenkomst nodig is, vierentwintig uur per dag bereikbaar zijn;
- Waar burgers en bedrijven zowel in levende lijve als elektronisch, zowel 'gekend' als anoniem informatie kunnen krijgen over wat hun rechten en plichten zijn;
- Waar mede door de inzet van informatie- en communicatietechnologie diensten snel, klantvriendelijk, zorgvuldig, geïntegreerd en in antwoord op gestelde vragen, verleend worden.

In 1998 introduceerde het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (Ministerie BZK) het Actieprogramma Elektronische Overheid. Het doel van dit programma was de ontwikkeling van een efficiëntere en effectievere overheid op de elektronische snelweg. Dit doel moest worden bereikt door het gebruik van ICT binnen een aantal uiteenlopende gebieden aan te moedigen. Het plan concentreerde zich op drie hoofdthema's, elk met zijn eigen doelstellingen (Kenniscentrum ELO, 2005):

1. Een goede elektronische toegankelijkheid van de overheid;
wat inhoudt dat zoveel mogelijk overheidsinformatie die van belang is voor burgers, bedrijven en instellingen op internet wordt geplaatst en gemakkelijk vindbaar is.
2. Een betere publieke dienstverlening;
behelst dat burgers en bedrijven op een zo eenvoudig mogelijke manier

gebruik kunnen maken van overheidsvoorzieningen en kunnen voldoen aan hun verplichtingen.

3. Een verbeterde interne bedrijfsvoering bij de rijksoverheid; de doelmatigheid, doeltreffendheid en de kwaliteit van werkprocessen wordt verbeterd door de inzet van ICT.

In 1999 kwam de regering met de nota 'De digitale Delta' waarin werd ingegaan op de vijf pijlers waarop onze toekomstige informatiesamenleving moet steunen. Het doel was het scheppen van een klimaat van flexibiliteit en aanpassingsvermogen, een klimaat dat verstarring en verkokering tegengaat en vernieuwing, creativiteit en samenwerking uitlokt.

In 2000 kwam minister Van Boxtel met de nota 'Contract met de toekomst' waarin onder andere de belofte werd gedaan om nog binnen de kabinetsperiode van Paars II 25% van alle overheidsdienstverlening online moet kunnen worden aangeboden. De nota betekende een begin van de praktische verwezenlijking van de elektronische overheid in Nederland (Kenniscentrum ELO, 2005).

Daarna volgden diverse andere nota's over de overheid en ICT van onder andere de commissie Wallage (commissie Toekomst overheidscommunicatie, uit 2001) en de commissie Docters van Leeuwen (Zenc, 2005).

In december 2002 introduceerde de regering het actieprogramma B4 – Beter Beleid voor Burgers en Bedrijf. Het programma was bedoeld om de prestaties van de overheid in zijn rol als wetgever, rechtshandhaver, markttoezichthouder, bestuurder en dienstverlener te verbeteren. Door de korte duur van de regeringsperiode van het toenmalige kabinet (87 dagen), kwam ook het programma B4 snel tot een einde (Kenniscentrum ELO, 2005).

In december 2003 presenteerde het kabinet Balkenende II het actieprogramma 'Andere overheid'. Het programma heeft betrekking op de periode 2003 - 2007 en heeft als doel de hele overheid te moderniseren door haar efficiënter en beter te laten werken. Om dit te bereiken zijn een viertal actielijnen opgesteld:

1. De overheid gaat haar dienstverlening aan de burger verbeteren;
2. De overheid gaat minder en anders regelen;
3. De rijksoverheid gaat zichzelf beter organiseren;
4. De rijksoverheid gaat haar relaties met provincies en gemeenten vernieuwen.

Een van de mogelijkheden om de kwaliteit van de publieke dienstverlening te verbeteren, is het verbeteren van de elektronische dienstverlening, met name aan burgers en bedrijven. In het programma 'Andere Overheid' heeft het kabinet als doelen geformuleerd:

1. 65 % van de publieke dienstverlening van Rijk, provincies en gemeenten vindt in 2007 plaats via het Internet;
2. eenmalige gegevensverstrekking; en

3. in 2007 is er een sluitend stelsel van persoonsnummers, zodat een veilig elektronisch verkeer tussen overheid en burgers of bedrijven mogelijk is.

De eerste successen zijn al geboekt. Voor 2003 is de doelstelling gesteld op minimaal 35% van de totale publieke dienstverlening via internet. Uit de meting die vanaf 2000 jaarlijks wordt herhaald blijkt dat er een gestage groei is van de beschikbare dienstverlening via internet. Uit de resultaten van de meting, uitgevoerd door het programmabureau Andere Overheid.nl, blijkt dat de doelstelling van 2003 ruimschots is behaald: 40,1% van de totale publieke dienstverlening aan burgers en 45% aan bedrijven kon in 2003 via het internet worden afgehandeld.

Er wordt verwacht dat de periode van sterke groei in de meeste sectoren nu op zijn einde loopt. De grens van relatief eenvoudige technische en frontoffice activiteiten zoals het online verstrekken van informatie over een dienst en een elektronisch aanvraagformulier dat de gebruiker kan versturen is in zicht (Advies overheid.nl & Ministerie BZK, 2004).

2.5 Provincies en ICT

2.5.1 Ambities e-provincies

In het kader van het actieprogramma 'Andere overheid' streven ook de provincies er naar om de programmadoelstellingen te realiseren. De provincies hebben gezamenlijk, met het Interprovinciaal overleg (IPO) als coördinator, een eigen programma opgesteld ter vernieuwing van de provincies.

Dit eigen programma is niet hiërarchisch ondergeschikt aan het programma van het rijk en wordt vanuit de eigen verantwoordelijkheid van de provincies opgezet (IPO, 2004).

Het IPO-programma 'Andere Overheid' kent een viertal projecten, te weten (IPO, 2004):

1. Verhelderen en uniformeren toezichtrelaties en positionering gedeconcentreerde rijksdiensten, gericht op het ontwerpen van een eenduidige organisatie van het verticale toezicht en het tegengaan van dubbel toezicht.
2. Deregulering en vermindering administratieve lasten, gericht op een substantiële vermindering van het aantal provinciale regels en de administratieve lasten.
3. Invoeren van een effectiviteitsmonitor, gericht op het zichtbaar maken van de beleidsprestaties van de twaalf provincies op een aantal relevante beleidsterreinen en het verzorgen van een jaarlijkse publicatie hierover.
4. Elektronische dienstverlening, gericht op het verbeteren van de publieke dienstverlening.

2.5.2 Huidige situatie

De huidige bereikbaarheid van de provincies op het web is maximaal: alle provincies hebben een website (Advies overheid.nl & Ministerie BZK, 2005).

Uit de meting van Andere overheid.nl is gebleken dat de elektronische dienstverlening van de provincies vanaf 2002 sterk is gegroeid. Uit tabel 2 blijkt dat de dienstverlening aan burgers sterk is gestegen en dat de dienstverlening aan bedrijven in 2003 een lichte stijging vertoont, maar in 2004 is gezakt. Gewogen met inwonersaantallen voor dienstverlening aan burgers en werkgelegenheidscijfers voor dienstverlening aan bedrijven komt het percentage elektronische dienstverlening in 2004 uit op respectievelijk 38,7 en 19,3 % (Advies overheid.nl & Ministerie BZK, 2005).

	0-meting (2000)	1-meting (2001)	2-meting (2002)	3-meting (2003)	4-meting (2004)
Voor burgers	0	0	22,8	30,1	38,7
Voor bedrijven	0	4,0	21,6	22,7	19,3

Tabel 2 Percentages elektronische dienstverlening provincies, gewogen naar inwoneraantal (burgers) / werkgelegenheid (bedrijven).

2.6 Elektronische dienstverlening

2.6.1 Dienstverlening algemeen

Poll (2001) geeft de volgende beschrijving van de typologie van diensten, waarmee ook de specifieke kenmerken van diensten duidelijk kunnen worden gemaakt:

- een dienst is immaterieel;
- er is rechtstreeks contact tussen klant en organisatie;
- de klant participeert in hoge mate in het dienstverleningsproces;
- diensten kennen een mix, zoals entourage en sfeer in plaats van merknaam en verpakking.

Een dienst is immaterieel

Een dienst is fysiek niet tastbaar. Een dienst is meer een ervaring of experience en niet zozeer een ding of een goed. Diensten zijn ook mentaal ondoorzichtig, in die zin dat klanten zich moeilijk een scherp beeld kunnen vormen van de dienst voor deze geleverd is. Vaak kan pas achteraf de kwaliteit van de dienst worden beoordeeld, waarbij bovendien geldt dat juist bij diensten de opvattingen over kwaliteit subjectief zijn.

Rechtstreeks contact tussen klant en organisatie

Diensten worden, in tegenstelling tot producten, niet eerst geproduceerd, opgeslagen of gedistribueerd. Op het moment dat een klant zich richt tot een dienstverlener, wordt de dienst geproduceerd.

De klant participeert in hoge mate in het dienstverleningsproces

Bij diensten staat de mens centraal. Zowel de dienstverlener als de klant spelen een belangrijke rol in het dienstverleningsproces. De dienstverlener is voor de wijze waarop de dienst zal worden verleend vaak afhankelijk van de informatie die de klant verstrekt. Vaak is er voor-, tijdens en/of na het leveringsproces van een

dienst interactie tussen de klant en de dienstverlener. De klant is in die zin mede bepalend voor wat de inhoud en de kwaliteit van de dienst zal zijn.

Diensten kennen een mix

Bij diensten is de entourage en de sfeer waarin de dienst wordt verleend van groot belang. Dit geldt met name voor commerciële dienstverleningsorganisaties. Daarnaast gaat het bij diensten om een vertrouwensrelatie tussen de klant en de dienstverlenende organisatie en om de houding van het personeel van de dienstverlenende organisatie. Van belang is verder hoe de klant door de organisatie wordt ontvangen of wordt benaderd.

2.6.2 Elektronische dienstverlening gedefinieerd

Het Programmabureau OL2000 definieert elektronische dienstverlening als het aanbieden van diensten en producten aan burgers en bedrijven via elektronische weg. Bijvoorbeeld via een virtueel loket op het Internet ².

In de praktijk van de elektronische overheid wordt vaak onderscheid gemaakt tussen de front-office en de back-office. De front-office heeft betrekking op de voorkant van de organisatie, daar waar het contact met de klant vooral plaatsvindt en waar de dienst en/of product wordt verleend. In de back-office, de achterkant van de organisatie, vindt de bedrijfsvoering van de organisatie plaats. Zowel de front- als de back-office processen worden tegenwoordig steeds meer ondersteund door ICT met als gevolg dat deze processen steeds meer geïntegreerd worden (Van Duivenboden, L. & Lips, M., 2001). Voorbeelden van elektronische frontoffices zijn websites, call-centers, informatiezuilen en geïntegreerde loketten.

Dergelijke elektronische loketten beperken zich vaak tot het aanbieden van bestaande, gedigitaliseerde informatie. Het enige voordeel dat dit soort loketten bieden is dat zij de toegankelijkheid van de informatie en de snelheid van de informatie verhogen (Van Duivenboden & Lips, 2002). Het aanvragen van vergunningen of het afhandelen van transacties is echter niet mogelijk. Juist daarmee zijn grote voordelen te behalen in de verbetering van de dienstverlening.

Een dergelijk hoog afhandelingsniveau van de dienstverlening vereist een volledige integratie van de front- en back-office. Dit betekent een stroomlijning van werkprocessen en onderlinge gegevensuitwisseling, veelal tussen meerdere backoffices. In de praktijk blijkt dit echter een tijdrovend en moeizaam proces te zijn voor veel overheidsorganisaties.

Een dergelijke integratie is ook voor de provincie Flevoland nog een stap te ver. Integratie met de backoffice is nog maar beperkt mogelijk bij de provincie omdat de daarvoor vereiste systemen, zoals een document management systeem, nog niet operationeel zijn. Dit onderzoek zal zich daarom voornamelijk richten op de inrichting van de frontoffice, in dit geval de internetsite van de provincie.

² Begrippenlijst OL2000, 9 december 2003,
www.elo.nl/elo/Images/begrippenlijst_OL2000_tcm70-23341.doc

2.6.3 Voordelen elektronische dienstverlening

Internet en informatie- en communicatietechnologie (ICT) kunnen in belangrijke mate bijdragen aan de verbetering van de publieke dienstverlening. Met behulp van deze nieuwe media zijn nieuwe vormen van contact mogelijk tussen de overheid en burgers en organisaties. Doordat burgers en organisaties informatie op websites kunnen opzoeken, vergunningen kunnen aanvragen of wijzigingen via de site kunnen doorgeven, kunnen deze zaken zonder tussenkomst van een ambtenaar worden afgehandeld. Burgers en bedrijven zijn op deze manier niet meer afhankelijk van openingstijden en kunnen onafhankelijk van tijd en plaats gebruik maken van diensten van de overheid. Deze ontwikkeling heeft echter niet alleen voordelen voor de burger en organisaties. De overheid kan op deze manier efficiënter en kostenbesparender haar werk doen. Door de ontsluiting van overheidsinformatie en een betere dienstverlening via internet, kan de overheid besparen op voorlichting. Voor steeds minder informatievragen zullen burgers en bedrijven contact opnemen met provincied medewerkers. Digitale communicatie kan ook veel papierwerk voorkomen (blz. 44, Zenc, 2005).

Uit onderzoek van Accenture is gebleken dat overheden in landen als Canada, Noorwegen, Ierland en de VS veel geld besparen door ontwikkelingen op het gebied van e-government en elektronische dienstverlening (Accenture, 2004). In welke mate zowel de overheid als burgers en bedrijven kunnen profiteren van de voordelen die ICT biedt, hangt af van de fase waarin de overheidsinstelling zich bevindt. Het Amerikaanse marktonderzoeksbureau Gartner heeft een model ontwikkeld dat de ontwikkeling beschrijft van een klassieke overheidsinstantie naar een e-Government-instantie. In de volgende paragrafen wordt verduidelijkt welke ontwikkelingsfasen van een internetsite er zijn en in welke ontwikkelingsfase de provincie Flevoland zich bevindt.

2.7 Ontwikkelingsfasen e-governement

Het groeipad van de ontwikkeling naar een daadwerkelijke elektronische overheid kan in vier fases worden verdeeld: informatiefase, interactiefase, transactiefase en integratiefase (Gartner, 2002; Koopman & Deenen, 2003, Hoogwout, 2003).

Fase 1: Informatiefase (Informatieverspreiding)

In deze fase staat het ter beschikking stellen van informatie door de overheidsinstelling centraal. De organisatie biedt via een internetsite diverse doelgroepen informatie aan. Het gaat hierbij om éénrichtingsverkeer. De bezoeker van de site kan geen feedback geven op de aangeboden informatie.

Fase 2: Interactiefase (Vraag en antwoord)

De interactiefase is gericht op het realiseren van een dialoog met de doelgroep. De bezoeker van de internetsite kan naast telefoon, post en persoonlijk contact ook gebruik maken van de mogelijkheden die internettechnologie te bieden heeft, zoals e-mail, een elektronisch formulier of een chat, om in contact te komen met de organisatie. Zo kan de burger een formulier downloaden, dit afdrucken en per post naar de bevoegde instantie sturen.

In strategisch opzicht wordt internet en e-mail een steeds belangrijker medium in de communicatie tussen de provinciale organisatie en burgers, overheden en

bedrijven. Daarom valt het beheer van de website onder het takenpakket van de afdeling communicatie/voorlichting en passen de doelstellingen rond de site binnen de kaders van het communicatiebeleid. Afdelingen worden wel in grote mate betrokken bij de samenstelling van de inhoud.

Fase 3: Transactiefase (Diensten en transactie)

Deze fase heeft betrekking op het aanbieden en verwerken van diensten en transacties via internet. Dat kan worden bereikt door enerzijds de koppeling van de internetsite aan bestaande interne systemen van de organisatie (backoffice) en anderzijds door de koppeling van aanverwante systemen van organisaties waar men mee samenwerkt om vragen van de gebruiker via één-loket af te kunnen handelen. De meest geavanceerde ontwikkeling hierbij is het volledig afhandelen van een vraag van een klant zonder tussenkomst van derden (ambtenaar). Zo kan bijvoorbeeld een burger of onderneming een formulier downloaden, invullen en door middel van een digitale handtekening ondertekenen. Het ingevulde en ondertekende formulier wordt daarna elektronisch verstuurd en direct opgenomen in de elektronische workflow van de instantie. De ambtenaar handelt in deze ontwikkelingsfase van de site bijvoorbeeld alleen nog zaken af die een persoonlijke benadering vereisen. Vragen van klanten kunnen op deze manier snel en efficiënt worden afgehandeld.

Fase 4: Integratiefase (Transformatiefase of Externe participatie)

Centraal in de integratiefase staat het stroomlijnen en uitvoeren van primaire bedrijfsprocessen op internet. In deze fase worden burgers – of anders gezegd ‘klanten’ – geïntegreerd in de beleidsvorming van de organisatie. De burger wordt vanaf het begin betrokken bij het beleidsvormingsproces.

Met behulp van het Gartner-model kan aangegeven worden in welke fase(n) de provincie Flevoland zich bevindt. De ontwikkeling van de internetsite van de provincie Flevoland bevindt zich in fase 2, de interactiefase. De bezoeker van de site kan, naast informatie raadplegen op de site, ook contact opnemen met de provincie om vragen te stellen en brochures aan te vragen door het sturen van een e-mail. Daarnaast kunnen brochures, formulieren en diverse nota's en rapportages gedownload worden. Aanvraagformulieren moeten echter per post worden opgestuurd naar de provincie.

2.8 Vraag en aanbod elektronische diensten

De provincie Flevoland is zich er bewust van dat, als zij de volgende stap wil maken naar fase 3, zij meer dienstverlening via de site plaatsvinden door het distribueren van informatie die van belang is voor burgers, bedrijven en overheden waarbij de nadruk ligt op een vraaggerichte invulling van de internetsite. Dit is van belang om te kunnen voldoen aan de wensen en eisen vanuit de maatschappij.

Steeds meer mensen hebben de mogelijkheid om gebruik te kunnen maken van online diensten. Onderzoeksgegevens van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) (2005) laten zien dat naast de toename van het aantal mensen dat beschikt over een PC met internetaansluiting ook het internetgebruik gestaag toeneemt. Het percentage Nederlanders dat thuis toegang heeft tot internet bedroeg 74 procent in 2004.

Volgens het CBS (2005) gebruikte in 2004 driekwart van de Nederlanders van 12 jaar en ouder regelmatig een computer. Dit kan thuis zijn geweest, op het werk, op school of elders. Gemiddeld zat de gebruiker 16 uur per week achter de computer. Dat is één uur langer dan in 2003 en twee uur langer dan in 2002.

Volgens gegevens van het SCP gebruikt 74 procent van de bevolking minstens eens per maand een PC, waarvan 49 procent dagelijks en 22 procent minstens een keer per week (SCP, 2004). Net als in 2003 was de internetter in 2004 gemiddeld 7 uur per week online (CBS, 2005). Voor de meesten is e-mailen en het zoeken naar specifieke informatie de gebruikelijke routine. Gezien de cijfers is het voor de overheid mogelijk om een grote groep mensen door middel van internet te bereiken. Door gebruik te maken van internet kan de overheid daarnaast in contact komen met burgers die zij moeilijk via andere kanalen kan bereiken.

Naast een toename van het internetgebruik, laten onderzoekscijfers van het CBS (2003) zien dat er in toenemende mate gebruik wordt gemaakt van online overheidsdiensten. 65 procent van de internetgebruikers maakte in 2003 gebruik van de elektronische overheid.

Websites die niet van overheidsinstellingen zijn, gebruiken burgers hoofdzakelijk voor: informatie zoeken (78%), vraag/opmerking versturen (57%), formulieren elektronisch invullen en via internet versturen (52%) en iets bestellen (51%). Activiteiten die op overheidswebsites worden ondernomen zijn: informatie zoeken (42%), formulieren downloaden en per post versturen (23%), een vraag of opmerking versturen (16%) en een formulier elektronisch invullen en via internet versturen (13%) (Dialogic, 2004).

Volgens de onderzoekers hebben de lagere percentages voor overheidswebsites verschillende oorzaken. Ten eerste zijn er minder websites van overheidsinstellingen dan van bedrijven, particulieren en maatschappelijke organisaties. Ten tweede heeft een groot deel van de internetpopulatie nog geen websites van overheidsinstellingen bezocht. Uit het jaarlijkse Government Online onderzoek van TNS blijkt dat in 2003 52% van de totale Nederlandse bevolking online diensten van een overheidsinstelling heeft gebruikt. Dat was in 2002 41% en in 2001 31%. Internationaal gezien stond Nederland in 2003 daarmee op de vijfde positie, achter Denemarken, Noorwegen, Finland en Singapore (TNS, 2003). Ten derde zijn veel websites van overheidsinstellingen nog niet uitgerust met toepassingen waarover commerciële websites vaak wel beschikken, bijvoorbeeld de aanvraag voor een product of dienst geheel elektronisch af te handelen (Dialogic, 2004).

Dat het gebruik van overheidswebsite zich beperkt tot het zoeken naar overheidsinformatie ligt niet aan de gebruiker zelf, maar is te wijten aan de beperkte elektronische dienstverlening. In februari 2003 konden gemiddeld 54 procent van de diensten online worden afgehandeld. Deze score ligt onder het EU-gemiddelde (60 procent). Recenter onderzoek, uitgevoerd door Capgemini in opdracht van de Europese Commissie (2005), laat eenzelfde beeld zien. Ten aanzien van volledig elektronisch afhandelbare dienstverlening blijft Nederland middenmotor met een 13^e plek op een totaal van 28 landen.

2.8.1 Huidig niveau elektronische dienstverlening

De overheid zelf onderscheidt binnen de elektronische dienstverlening een viertal niveaus:

Niveau 1: informatie

De internetsite biedt de volgende informatie over een dienst:

- omschrijving van de dienst
- informatie over te volgen procedures of regels.

Niveau 2: Formulier downloaden

De internetsite biedt de mogelijkheid om een aanvraagformulier te downloaden. Deze kan vervolgens worden uitgeprint en ingevuld per post worden verstuurd.

Niveau 3: Formulieren uploaden

De internetsite biedt de mogelijkheid om een aanvraagformulier online in te vullen en elektronisch te versturen, waarna de aanvraagprocedure in gang wordt gezet.

Niveau 4: Transactie

Na de elektronisch ingediende aanvraag door burger of bedrijf biedt de overheidsinstantie de mogelijkheid om het aangevraagde product of dienst elektronisch te ontvangen, danwel ontvangt de aanvrager elektronisch bericht dat zijn aanvraag behandeld is en het aangevraagde product of de dienst geleverd zal worden. De volledige procedure voor het verkrijgen van een product of dienst wordt elektronisch afgehandeld.

Onderstaande tabellen laten zien op welk niveau de totale elektronische dienstverlening van de overheid en de provinciale producten en diensten worden aangeboden. De meting, die door het programmabureau Advies overheid.nl is uitgevoerd, laat het niveau van de dienstverlening zien van 2004.

Niveau nul geeft aan dat het minimum aan informatie niet is gehaald. Dit betekent dat er geen publieke toegankelijke website of deze aan geen enkele van de criteria voor de vier niveaus voldoet.

	0	1	2	3	4
Burgers	14,4	52,2	16,3	4,1	13,0
Bedrijven	14,3	54,9	14,8	4,9	11,0

Tabel 3: Totaal % elektronische dienstverlening per niveau in 2004 (Advies overheid.nl & Ministerie BZK, 2005)

De cijfers uit de tabel laten zien dat meer dan de helft van de elektronische dienstverlening (52,2% respectievelijk 54,9%) zowel aan burgers als aan bedrijven niet verder komt dan niveau 1. Voor de provincies ziet de verdeling van de elektronische dienstverlening per niveau er als volgt uit.

	0	1	2	3	4
Burgers	30,00	43,33	11,67	3,33	11,67
Bedrijven	27,08	56,25	14,58	2,08	0,00

Tabel 4: Elektronische dienstverlening van de provincies per niveau in procenten (Advies overheid.nl & Ministerie BZK, 2005)

Uit tabel 4 valt af te lezen dat de elektronische dienstverlening van provincies aan bedrijven niet verder komt dan niveau 3, het downloaden van formulieren. Opvallend is dat 30% van de dienstverlening aan burgers en ruim 27% aan bedrijven niet het eerste niveau haalt. Meer dan de helft van de elektronische dienstverlening aan bedrijven bevindt zich op niveau 1. Niveau 4 wordt niet gehaald. Juist op dit niveau vallen grote voordelen te behalen voor zowel de aanbieder als de afnemer van producten en diensten. Met de ingebruikneming van de provinciale productencatalogus gedurende het jaar 2005 zal het digitale dienstverleningspercentage echter stijgen.

Er kan geconcludeerd worden dat de overheid achterblijft wat betreft het aanbod van elektronische dienstverlening. De bevolking wil meer dan de overheid aanbiedt. Burgers verwachten daarnaast dat overheden een betere dienstverlening zouden moeten bieden dan bedrijven. Het is duidelijk dat overheden een inhaalslag moeten maken op het gebied van elektronische dienstverlening.

Voorwaarde voor een goede dienstverlening is een goede kennis van de behoeften van de klant. Onderzoek naar de wensen, behoeften en verwachtingen van klanten is daarbij noodzakelijk. Het is echter moeilijk om wensen en behoeften van klanten in kaart te brengen omdat zij niet goed in staat zijn om deze te verwoorden of te onderkennen.

2.9 Behoeftesonderzoek

De afgelopen jaren hebben diverse overheidsorganisaties en instellingen onderzoeken uitgevoerd naar de wensen en behoeften van verschillende doelgroepen ten aanzien van elektronische dienstverlening. Veel van deze onderzoeken richtten zich op burgers.

Vraaggerichte ontsluiting van overheidsinformatie bij de gemeente Amersfoort

De gemeente Amersfoort heeft onderzoek verricht naar mogelijkheden voor het innovatief en vraaggericht ontsluiten van overheidsinformatie met behulp van ICT. Door middel van interviews en een elektronische enquête via de internetsite van de gemeente werd de vraag naar informatie van de samenleving geïnterviewd. De conclusies die zijn getrokken over de informatiebehoefte zijn als volgt: de burgers zijn geïnteresseerd in zowel bestuurlijke als stedelijke informatie. Men zoekt daarbij vooral naar procedurele informatie, locaties, adressen, evenementen en uitgaan, beleid, historie en informatie over woon- en werkmogelijkheden. De bedrijven en instellingen toonden interesse in raadsinformatie, bestemmingsplannen en bereikbaarheid. Daarnaast zien zij voordelen in het aanbieden van informatie op maat.

Bij de ontsluiting van de informatie staat de vindbaarheid centraal. Deze kan worden vergroot door de toepassing van metadata.

Dialogic

Dialogic (2001) heeft onderzocht welke wensen, behoeften en verwachtingen er leven onder burgers over de elektronische dienstverlening van de overheid. Zo wil de burger snel en deskundig worden geholpen en steunt hij initiatieven voor het dichten van een digitale kloof en het ontwikkelen van pro-actieve, elektronische diensten. Daarnaast blijkt uit de resultaten dat respondenten met internettoegang doorgaans positiever zijn ten opzichte van een elektronische overheid dan respondenten zonder internettoegang. Er is weinig weerstand geconstateerd tegen de ontwikkeling van een elektronische overheid.

Gebruikersanalyse Geo-loket water provincie Flevoland

Bij de provincie Flevoland is onderzoek verricht naar de behoeften en randvoorwaarden van potentiële interne en externe gebruikers van het Geo-loket, waarbij ook duidelijk moest worden of er sprake is van een behoefte. Het onderzoek heeft zich gericht op een groot aantal partijen die betrokken zijn bij vooral het thema planvorming. Gemeenten, waterschappen, terreinbeheerders, en belangengroeperingen zijn in dit onderzoek betrokken. Door middel van interviews is hun behoefte aan het Geo-loket in kaart gebracht. Gebleken is dat de behoefte aan een dergelijk Geo-loket groot, maar ook divers van aard is. De behoeften lopen uiteen van sterk ad-hoc getint, gericht op kaartmateriaal, naar sterk structureel getint, gericht op gedetailleerde brongegevens. De vorm waarin deze gegevens gevraagd worden, varieert hierbij in gelijke mate.

Ondanks al deze initiatieven is er weinig vergelijkbaar onderzoek gedaan dat bruikbare data kan leveren voor dit afstudeeronderzoek. De bovengenoemde onderzoeken dienen in dit geval slechts als leidraad.

In dit afstudeeronderzoek worden de wensen en behoeften met betrekking tot elektronische dienstverlening van de stakeholders van de provincie Flevoland in kaart gebracht. Daarmee wordt niet alleen een bijdrage geleverd aan de verbetering van de elektronische dienstverlening van de provincie Flevoland maar ook aan behoeftenonderzoek van de elektronische overheid in het algemeen. Naast een aanvulling op bestaand onderzoek kunnen de verkregen resultaten en inzichten uit dit afstudeeronderzoek gebruikt worden voor vervolgonderzoek.

Hoofdstuk 3

Literatuurverkenning

In dit hoofdstuk wordt verslag gedaan van de literatuurverkenning voor dit onderzoek. Er zal eerst worden ingegaan op theorieën die mediakeuze en –gebruik kunnen verklaren (§ 3.2). Daarna volgen twee paragrafen die elk een factor belichten die invloed heeft op de mediakeuze en het mediagebruik en die centraal staan in dit onderzoek: informatiebehoefte (§ 3.3.1) en toegankelijkheid (§ 3.3.2). Ten slotte volgt een overzicht van de factoren die worden meegenomen in het onderzoek en worden de onderzoeksvragen gepresenteerd die uit de literatuurverkenning voortvloeien (§ 3.4).

3.1 Inleiding

De provincie Flevoland wil haar dienstverlening verbeteren met behulp van een vraaggerichte internetsite. Hiervoor is het van belang dat de provincie een beeld heeft van de wensen en behoeften van de doelgroep m.b.t. elektronische dienstverlening opdat duidelijk is welke informatie en diensten via internet beschikbaar moeten worden gesteld. Dit onderzoek zal antwoord geven op de vraag welke informatie en diensten de stakeholders van de provincie verwachten, in welke vorm en met welke frequentie. Daarnaast zal ook de huidige informatievoorziening van de provincie in kaart worden gebracht.

Er kunnen echter vraagtekens worden geplaatst bij de gedachte dat een internetsite die voorziet in de informatiebehoefte van de stakeholders, een verbetering betekent voor de dienstverlening van de provincie. Internet is bij uitstek een geschikt medium voor het verspreiden van en zoeken naar informatie. Uit onderzoek is gebleken dat internet voornamelijk wordt gebruikt voor het opzoeken van informatie en voor het versturen van e-mail (CBS, 2003).

Er bestaan echter veel media die gebruikt kunnen worden om informatie te zoeken. Het ene medium is hierbij succesvoller dan het andere. Het bestaan van het medium verklaart dus niet het gebruik ervan. Mensen hebben zelf de keuze om een bepaald medium wel of niet te gebruiken. Deze keuze wordt gemaakt door af te wegen welk medium geschikt is voor het vervullen van een bepaalde informatie- of communicatiebehoefte.

Dit geldt ook voor de stakeholders van de provincie Flevoland. Om de informatievoorziening en de dienstverlening via internet optimaal op de wensen en behoeften van de stakeholders te kunnen afstemmen, is het van belang om inzicht te verkrijgen in het gedrag van de stakeholders betreffende de mediakeuze.

De mediakeuze wordt door diverse factoren beïnvloed. Wanneer een informatiebehoefte ontstaat, zal een gebruiker verschillende alternatieven overwegen die een antwoord op de vraag kunnen geven. Mediakeuze heeft te maken met de specifieke beslissing van een individu om een medium te gebruiken in een bepaalde communicatiesituatie. Algemeen gebruik verwijst naar het breed

patroon van mediagebruik over een bepaalde tijd van een individu (Trevino, Webster & Stein, 2000). Het resultaat van de mediakeuze is het medium dat een persoon wil inzetten voor een bepaalde informatie- of communicatiebehoefte.

3.2 Mediakeuze theorieën

Er bestaan diverse theorieën die een handvat bieden voor het analyseren van mediakeuze en mediagebruik, zoals de *media richness theorie* en de *social presence theorie*. Het belangrijkste uitgangspunt van deze theorieën is het contingentieparadigma. In het contingentieparadigma wordt er van uit gegaan dat zaken die goed op elkaar afgestemd zijn (een goede 'match' of 'fit' hebben) effectief en efficiënt kunnen functioneren (Bouwman e.a., 2002). Verschillende afstemmingstheorieën, zoals de *media richness theorie* en de *social presence theorie* zijn gebaseerd op dit idee.

3.2.1 Media richness (MRT)

Bij zowel de *media richness theorie* als ook bij de *social presence theorie* ligt de nadruk op de mate waarop media verschillen in a) het overbruggen van beperkingen zoals tijd, locaties en afstand, b) het overbrengen van sociale, symbolische en non-verbale cues van de menselijke communicatie en c) het overbrengen van onduidelijke en dubbelzinnige informatie (Rice, 1993). Deze mogelijkheden zijn afhankelijk van de eigenschappen die een medium bezit.

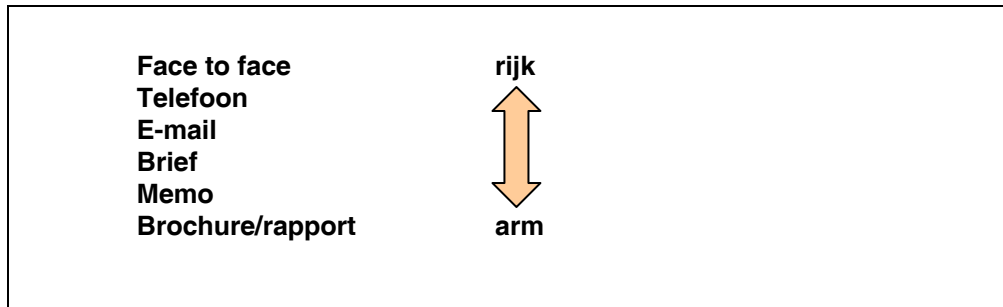
Dit sluit aan bij een belangrijk uitgangspunt van de *media richness theorie*. Volgens deze theorie kunnen media afhankelijk van hun communicatiecapaciteiten onderverdeeld worden in arme en rijke media. De rijkheid van een medium is afhankelijk van een viertal eigenschappen (Bouwman e.a., 2002):

1. de mogelijkheid tot directe feedback: de mogelijkheid om direct op een ontvangen boodschap te reageren;
2. gebruikt kanaal: de mogelijkheid om met behulp van natuurlijke taal een boodschap over te brengen;
3. aard van de bron: de mogelijkheid of een boodschap al dan niet persoonlijk van aard is door bijvoorbeeld het toevoegen van persoonlijke gevoelens;
4. rijkdom van de taal: de mogelijkheid om met behulp van meerdere cues (lichaamstaal, toon, gezichtsuitdrukking) een boodschap over te brengen.

Het aantal en soort eigenschappen dat een medium bezit, is bepalend voor de rijkheid van dit medium (Bouwman e.a., 2002). Volgens deze criteria is de rijkste manier van communiceren face-to-face communicatie: '*because it provides immediate feedback so that interpretation can be checked. Face-to-face also provides multiple cues via body language and tone of voice, and message content is expressed in natural language*' (Daft & Lengel, 1986). Het gaat er dus om dat face-to-face communicatie de mogelijkheid tot directe feedback biedt waardoor de zender van de boodschap meteen kan bepalen of de ontvanger de boodschap op de juiste manier begrijpt. Daarnaast biedt face-to-face communicatie de mogelijkheid om een boodschap met meerdere cues en via natuurlijke taal over te brengen. Daardoor is er minder ruimte voor vertekening en verkeerde interpretatie van de informatie. Over het algemeen zijn gesproken media zoals face-to-face en

de telefoon rijker dan geschreven media. Daarnaast zijn synchrone media (media die directe feedback geven) rijker dan asynchrone media.

Gebaseerd op deze criteria kunnen media gerangschikt worden van arm tot rijk (figuur 2). Tot het rijkste medium behoort face-to-face communicatie, gevolgd door telefoon, e-mail, brief en memo. Helemaal onder aan de lijst staan de armste media zoals een brochure of een rapport. De rijkheid van het World Wide Web (WWW) is afhankelijk van de wijze waarop een webpagina is vormgegeven (Bouwman e.a., 2002).



Figuur 2: Media verdeeld naar rijkheid

Volgens Van Dijk (2001) bezitten media nog andere communicatiecapaciteiten. Hij maakt hierbij onderscheid tussen oude en nieuwe media.

Onder oude media worden de telefoon, de krant en ander gedrukte media en face-to-face communicatie verstaan. Tot de nieuwe media kunnen internet, cd-rom, etc worden gerekend.

Nieuwe media worden gekenmerkt door de integratie van tele-, data- en massacommunicatie in één enkel medium. Deze integratie kan op de volgende niveaus plaatsvinden (Van Dijk, 2001):

- Infrastructuur, bijvoorbeeld het in elkaar schuiven van lijnen en apparatuur voor telefoon- en computer(data)verkeer;
- Transport, bijvoorbeeld het 'meeliften' van teletekst en internet op kabeltelevisie;
- Beheer, bijvoorbeeld als kabelbedrijven telefonie gaan beheren en telefoonbedrijven televisie;
- Diensten, bijvoorbeeld de vele informatie- en communicatiediensten op internet;
- Gegevenssoorten, het samenvoegen van geluid, data, tekst en beeld.

Van Dijk (2001) maakt onderscheid tussen de volgende negen communicatiecapaciteiten waarop oude en nieuwe media met elkaar vergeleken kunnen worden: snelheid, bereik, opslagcapaciteit, nauwkeurigheid, selectiviteit, interactiviteit, stimulusrijkdom, complexiteit en privacybescherming.

De *snelheid* waarmee over grote afstanden gecommuniceerd kan worden is een van de sterkste eigenschappen van de nieuwe media. Ook de telefoon heeft deze eigenschap.

Het potentiële en sociale *bereik* van de nieuwe media is zeer groot. In geografisch opzicht heeft een heel groot deel van de bevolking van Nederland, maar ook in de rest van de wereld aansluiting op internet. Het sociale bereik is echter veel minder

groot. Een groot deel van de wereldbevolking heeft nog nooit een telefoon aangeraakt en een nog kleinere minderheid is aangesloten op het internet.

Dankzij hun computerbasis hebben nieuwe media een zeer grote *opslagcapaciteit*. Deze capaciteit is laag in de face-to-face communicatie omdat dan alleen het menselijke geheugen wordt gebruikt. Daarnaast kan in nieuwe media veel meer inhoud worden opgeslagen dan in gedrukte media.

De *nauwkeurigheid* of exactheid van de overgedragen informatie is bij nieuwe media beter dan bij de telefoon en de face-to-face communicatie. Het is ook een voordeel van gedrukte media. De signalen van deze media kunnen maar op één manier worden geïnterpreteerd.

De *selectiviteit* van boodschappen en adressanten is tevens een sterke capaciteit van nieuwe media. Daarnaast is de telefoon een volledig selectief medium. Met deze media kunnen personen gericht worden benaderd.

De face-to-face communicatie biedt de hoogste mate aan *interactiviteit*.

Dit geldt ook voor *stimulusrijkdom*. Alle andere bestaande media zijn voor de menselijke zintuigen te arm.

Als gevolg van de laatste capaciteiten is *complexiteit* van activiteiten die men via een computernetwerk op afstand kan verrichten niet hoog. Dit is ook gebleken uit onderzoek van Rice (1993). Internet kan worden gebruikt voor contacten leggen en onderhouden, vragen stellen en informatie uitwisselen of afspraken maken. Voor complexe taken als het vormen van besluiten, onderhandelen, conflicten oplossen en uitwisselen van vertrouwelijke informatie wordt eerder gebruik gemaakt van face-to-face communicatie en de telefoon dan van online media.

Nieuwe media hebben een geringe *privacybescherming*. Bij face-to-face communicatie is het mogelijk om zich af te zonderen. Daarnaast wordt de telefoon als een tamelijk persoonlijk, privaat en veilig medium gezien.

Onderstaande tabel (tabel 5) biedt een overzicht van de communicatiecapaciteiten van oude en nieuwe media.

Activiteiten	Oude media			Nieuwe media
	<i>Face-to-face</i>	<i>Gedrukt</i>	<i>Telefoon</i>	
Snelheid	Laag	Laag	Hoog	Hoog
Bereik	Laag	Midden	Hoog	Laag / Midden
Opslagcapaciteit	Laag	Midden	Laag	Hoog
Nauwkeurigheid	Laag	Hoog	Laag	Hoog
Selectiviteit	Laag	Laag	Hoog	Midden
Interactiviteit	Hoog	Laag	Midden	Midden
Stimulusrijkdom	Hoog	Laag	Laag	Midden
Complexiteit	Hoog	Hoog	Midden	Midden
Privacybescherming	Hoog	Midden	Midden	Midden

Tabel 5: communicatiecapaciteiten oude en nieuwe media (vrij naar Van Dijk, 2001)

De *media richness theorie* heeft, naast de rijkheid van een medium, nog een ander belangrijk uitgangspunt. Van oorsprong is de MRT een (organisatie) theorie voor het verklaren van mediakeuzes van managers in een organisatie. Volgens de MRT maken effectieve managers rationele keuzes om een bepaald communicatiemedium af te stemmen op een specifieke taak en de mate van rijkheid die vereist is bij de taak (Trevino, Daft & Lengel, 1990).

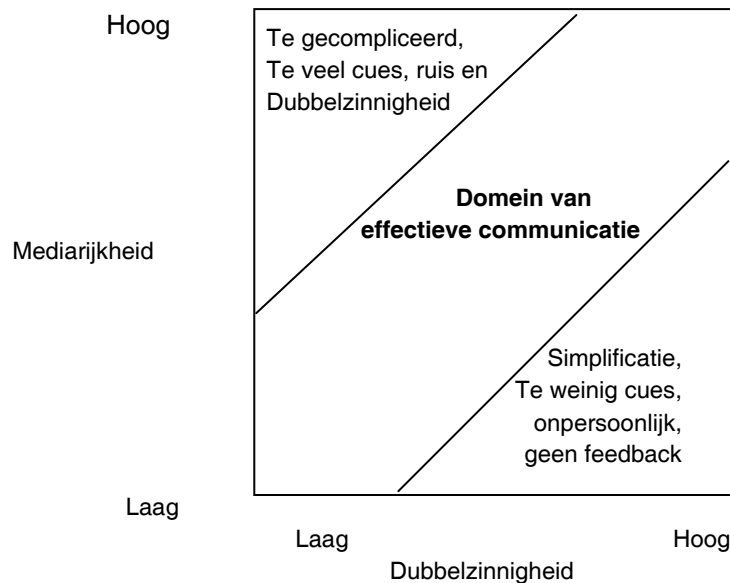
Het afstemmen van het communicatiemedium op de te verrichten taak of op de inhoud van de boodschap, leidt tot betere prestaties (Daft & Lengel, 1986; Daft, Lengel & Trevino, 1987). Een taak of de inhoud van een boodschap verschilt in de mate van onzekerheid (uncertainty) en dubbelzinnigheid (equivocality) die deze met zich mee brengt.

Het doel van communicatie is volgens de MRT het reduceren van onzekerheid en dubbelzinnigheid. Onzekerheid kan gereduceerd worden door het gericht verzamelen van extra informatie. Bij het begrip dubbelzinnigheid gaat het om een onduidelijke of dubbelzinnige situatie of een boodschap die voor meerdere (of tegenstrijdige) interpretaties vatbaar is (Bouwman e.a., 2002). Meer informatie toevoegen in een dubbelzinnige situatie kan de onduidelijkheid of dubbelzinnigheid laten toenemen omdat het steeds moeilijker wordt om uit een grote hoeveelheid informatie het juiste antwoord of de juiste oplossing te vinden. Bij het verminderen van de dubbelzinnigheid gaat het dus niet zozeer om de hoeveelheid informatie maar om het soort informatie (Van den Hooff, 1994).

Dubbelzinnigheid kan worden verminderd door het uitwisselen van meningen, door het probleem te bespreken en te definiëren en de onenigheid te verminderen om zo uiteindelijk tot een overeenstemming te komen (D'Ambra, Rice & O'Connor, 1998; Nöteberg, 2003; Webster & Trevino, 1995). Om dit te bereiken moet er gebruik worden gemaakt van rijke media zoals face to face. Deze rijke media bezitten veel van de al eerder genoemde communicatiecapaciteiten. Daardoor maken zij het voor gebruikers mogelijk om sneller te communiceren en beter tegenstrijdige en dubbelzinnige boodschappen en informatie te begrijpen. Gebaseerd op de media richness theorie kan er worden verwacht dat de meeste informatiezoekenden kiezen voor de rijke face-to-face communicatie voor het verkrijgen van complexe en dubbelzinnige informatie. Weinig mensen zullen voor de telefoon kiezen, en nog minder voor e-mail voor het vervullen van complexe informatiebehoeften.

Daar tegenover staat dat arme media beter geschikt zijn voor minder complexe informatiebehoeften. Rijke media zouden in dit geval, gezien hun eigenschappen, de persoon te veel informatie en overbodige boodschappen overbrengen.

Dit contingentieparadigma kan als volgt grafisch worden weergegeven (Bouwman, e.a., 2002):



Figuur 3: afstemming tussen dubbelzinnigheid en mediarijkheid (Contingentieparadigma)

Door de verschillen in eigenschappen van media kan worden verwacht dat de stakeholders van de provincie verschillende voorkeuren hebben voor een medium, afhankelijk van de taak die zij moeten verrichten of de informatiebehoefte die zij hebben. Welke media zij kiezen voor welk doel moet blijken uit het onderzoek.

3.2.2 Social Presence theorie (SPT)

De uitgangspunten van de MRT worden gesteund door de *social presence theorie*. In de theorie van *social presence* of sociale nabijheid gaat men ervan uit dat media verschillen in de mate waarin de gebruiker van het medium een ander individu kan waarnemen als psychologisch nabij (Short, Williams & Christie, 1976). Volgens de *social presence theorie* gaat het niet alleen om de woorden die gedurende de communicatie worden medegedeeld, maar ook om de hoeveelheid non-verbale en verbale cues en de communicatiecontext (Rice, 1993). Dit laatste is weer afhankelijk van de communicatiecapaciteiten van het medium, met name in hoeverre een medium interactief is en of het een privé of juist een publiek karakter heeft (Bouwman e.a., 2002).

De *social presence theorie* gebruikt dezelfde criteria als de *media richness theorie* voor het beoordelen van de communicatiecapaciteiten van een medium. Volgens de *social presence theorie* wordt een medium echter gekozen op basis van de mate aan sociale nabijheid die nodig is voor de communicatietaak. Zo biedt bijvoorbeeld face-to-face communicatie de meeste en een brochure de minste sociale nabijheid.

3.2.3 Kritiek op de media richness theorie

Diverse onderzoekers vonden weinig of geen steun voor de *media richness theorie*. Uit een aantal onderzoeken is gebleken dat managers in veel situaties een andere keuze voor een communicatiemedium hebben gemaakt dan voorspelt was door de MRT (Rice, 1992; Trevino, 1987). Volgens Dennis en Kinney (1998) verklaart MRT dan ook niet de mediakeuze maar het mediagebruik. De MRT voorspelt dus onder welke omstandigheden media het meest effectief zijn maar de theorie verklaart niet hoe managers media kiezen.

De kritiek van diverse onderzoekers richt zich op de media richness schaal. Volgens Rice (1993) en Bouwman (2002) is de media richness schaal te één dimensionaal omdat er een grote diversiteit aan soorten media is die gebruikt kunnen worden om een bepaalde informatiebehoefte te vervullen.

De kritiek wordt gesteund door het feit dat nieuwe media zoals e-mail andere capaciteiten bezitten dan de MRT beweert. E-mail is laag gerangschikt op de media richness schaal, vooral omdat het geen gevarieerde taal, meerdere cues en een persoonlijke boodschap kan overbrengen. Onderzoeksresultaten pleiten echter voor een hogere rijkheid van het medium omdat het hoog scoort op interactiviteit (El-Shinnawy & Markus, 1997). Zo is uit onderzoek gebleken dat media die laag scoren op sociale aanwezigheid of informatierijkdom, bijv. e-mail, veelvuldig gebruikt worden voor sociaal-emotionele communicatie. Zo gebruikten managers e-mail ook voor moeilijke en dubbelzinnige taken (Markus, 1994). De resultaten konden echter niet worden verklaard door de media richness theorie. Er zijn echter wel aanwijzingen dat sociale processen en invloeden bepalend zijn voor de adoptie en het gebruik van media. Dit geldt met name voor nieuwe media (Markus, 1994).

Diverse onderzoekers (zie Fulk e.a., 1990; Bouwman, 2002; Trevino e.a., 2000) zijn van mening dat de sociale context waarin handelingen plaatsvinden, niet buiten beschouwing moet worden gelaten. Mediumkenmerken en attitudes zijn voor een deel sociaal bepaald. Zo wordt mediumgebruik beïnvloed door meningen, gedrag en sociale normen. Ook Trevino beweert dat mediakeuze niet alleen te maken heeft met de dubbelzinnigheid van een te verzenden boodschap; uitgangspunten van de media richness theorie. Mediakeuze heeft ook te maken met de symbolische betekenis van een medium waarmee de boodschap wordt verstuurd, de afstand en attitude van de ontvanger van de boodschap en het aantal ontvangers van de boodschap (Trevino et al., 2000).

Het onderzoek moet achterhalen of deze factoren invloed hebben op de mediakeuze en –gebruik van de stakeholders en of er andere factoren zijn waarmee rekening moet worden gehouden.

3.3 Informatiebehoefte en toegankelijkheid

Naast de factoren uit de *media richness theorie* en de *social presence theorie* hebben nog andere factoren invloed op de mediakeuze en het mediagebruik.

In haar onderzoek legt Van de Wijngaert (1999) de nadruk op de samenhang tussen taak en technologie en op de samenhang tussen gebruiker en technologie. Het taak - technologie cluster heeft betrekking op de vraag die met een medium kan worden beantwoord, m.a.w. de informatiebehoefte. Het cluster gebruiker –

technologie heeft te maken met context. Het beschrijft aspecten van toegankelijkheid, bijv. fysiek, financieel, cognitief en affectief. Verder wordt gebruiksgemak beschouwd als een belangrijk kenmerk van mens/technologie interface dat de attitude van de gebruiker en het mediumgebruik beïnvloedt (Trevino, Webster en Stein, 2000).

Volgens Bouwman en Neijens (1991) wordt mediakeuze verklaard als een match tussen informatiebehoefte (d.w.z. de taak), (user) context en technologie (d.w.z. media). Om te weten te komen waarom personen een bepaald medium, gebruiken om een antwoord op hun vraag te kunnen vinden, moet er rekening worden gehouden met de kenmerken van de informatiebehoefte, de kenmerken van de persoon die een specifieke vraag stelt en de context waarin personen wel of niet (fysieke) toegang tot een medium hebben (Bouwman en Neijens, 1991; Van de Wijngaert, 1999).

3.3.1 Informatiebehoefte

Uit onderzoek is echter gebleken dat de kenmerken van de informatiebehoefte en de context van de gebruiker meer verklaren dan de kenmerken van de gebruiker (Bouwman en Neijens, 1991; Bouwman, 2002).

Ook volgens Van de Wijngaert (1999) beïnvloedt de informatiebehoefte van een persoon zijn mediakeuze. Informatiebehoefte wordt gekenmerkt door vier factoren: veranderlijkheid, uniekheid, interactiviteit en context (Van de Wijngaert, 1999; Bouwman, 2002).

Veranderlijkheid heeft te maken met de mate waarin informatie verandert. De informatie kan stabiel (bijvoorbeeld literatuurverwijzing) of veranderlijk (bijvoorbeeld nieuws) zijn.

Uniekheid heeft te maken met de vraag of de benodigde informatie algemeen van aard is of juist zeer specifiek? Gaat het bijvoorbeeld om een vraag die dagelijks voorkomt of is het een vraag die eenmalig wordt gesteld? Uniekheid heeft voornamelijk betrekking op de vraag of informatie makkelijk of moeilijk te verkrijgen is.

Interactie heeft te maken met de vraag of er alleen informatie nodig is of dat communicatie of transactie nodig is om aan de behoefte te voldoen.

Context refereert naar de context waarin een informatiebehoefte speelt, bijvoorbeeld thuis, op het werk, in een café of op de universiteit.

Een gebruiker kiest dus een medium om een bepaalde informatiebehoefte te bevredigen. Niet elk medium is echter geschikt om een vraag te beantwoorden. Een medium is geschikt als het een antwoord kan geven op een bepaalde vraag. Voor een medium geldt de vraag of een boodschap op een correcte manier wordt overgebracht. Voor informatiebehoefte geldt of het antwoord kan worden verkregen door het gebruik van een specifiek medium (Bouwman, 2002).

De geschiktheid van een medium hangt af van de gecompliceerdheid van de inhoud van de boodschap die met het medium moet worden overgebracht. Zoals al eerder ter sprake kwam in de media richness theorie heeft de gecompliceerdheid

van een boodschap te maken met dubbelzinnigheid. Zo wordt in het contingentieparadigma ervan uit gegaan dat een complexe en dubbelzinnige boodschap een rijk medium vereist.

Naast de afstemming van het medium en de boodschap is nog een andere factor bepalend voor de mediakeuze. Volgens Van de Wijngaert (1999) wordt het succes van een medium niet alleen bepaald door de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt, maar ook door de toegankelijkheid van het medium. In de volgende paragraaf wordt daar nader op ingegaan.

3.3.2 Toegankelijkheid

Zoals al eerder gezegd heeft naast informatiebehoefte ook de context waarin de gebruiker zich bevindt, m.a.w. factoren die de toegankelijkheid bepalen, invloed op de mediakeuze. Toegankelijkheid heeft betrekking op barrières die mensen moeten overkomen voordat zij gebruik kunnen maken van een medium (Bouwman, 2002). Er zijn diverse factoren die invloed hebben op toegankelijkheid. Ieder medium heeft voor iedere gebruiker een bepaalde graad van toegankelijkheid. Naarmate een medium toegankelijker is voor een gebruiker, is het waarschijnlijker dat hij het medium zal kiezen wanneer hij wordt geconfronteerd met een informatiebehoefte.

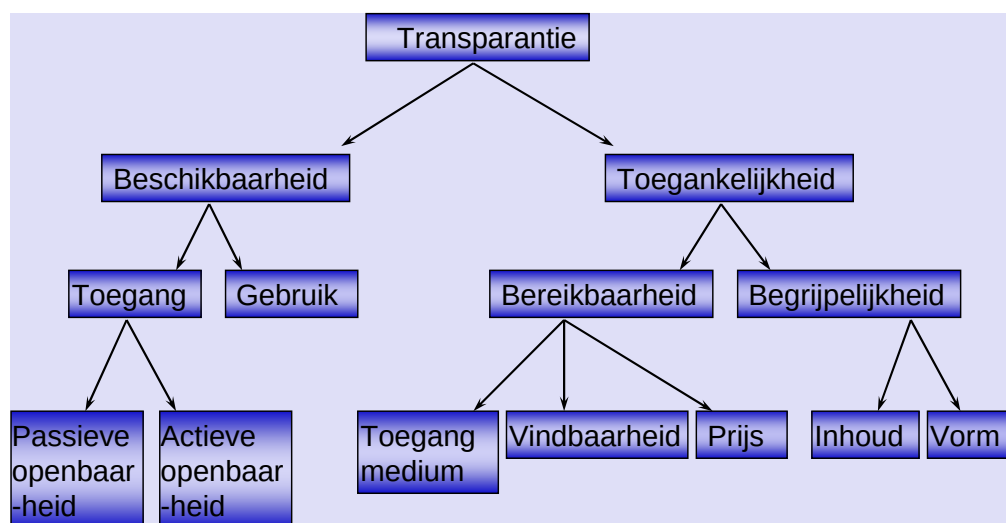
In dit onderzoek worden diverse vormen van toegankelijkheid onderscheiden. Naast de toegankelijkheid van het medium, speelt ook de toegankelijkheid van de informatie een rol bij het gebruik van een medium, in dit geval de internetsite van de provincie Flevoland.

Transparantie overheidscommunicatie

Het belang van een toegankelijke internetsite is groot voor de provincie Flevoland. De informatievoorziening van de provincie moet voldoen aan de eisen die worden gesteld in de Wet openbaarheid van bestuur (WOB). Zo is in artikel 8.2 van de WOB sprake van toegankelijkheid in de vorm van het verschaffen van (overheids)informatie in begrijpelijke vorm, op zodanige wijze, dat belanghebbenden en belangstellende burgers zoveel mogelijk worden bereikt. Overheidsinformatie kan het beste worden omschreven als alle informatie (documenten en gegevensbestanden) die door de overheid, in opdracht van de overheid en/of op kosten van de overheid worden verzameld en/of geproduceerd (Van Gompel, 2002).

Basis voor een transparante elektronische informatievoorziening zijn toegankelijkheid en beschikbaarheid van de informatie (Van Gompel, 2002).

Figuur 4 geeft de belangrijkste aspecten van transparantie weer.



Figuur 4: Transparante overheidsinformatie (Van Gompel, 2002)

Beschikbaarheid

De beschikbaarheid van informatie is het directe resultaat van het (wettelijk) verlenen van toegang. Het is afhankelijk van de overheid in welke mate, op welke wijze en onder welke voorwaarden zij informatie ter beschikking stelt aan het publiek. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen informatieverstrekking op verzoek (passieve openbaarheid) en op eigen initiatief (actieve openbaarheid).

De beschikbaarheid van overheidsinformatie omvat ook het gebruik dat men mag maken van de informatie (De Vries, 2001).

Toegankelijkheid

Toegankelijkheid van informatie betekent dat de informatie laagdrempelig beschikbaar is en kan geraadpleegd worden met een minimum aan inspanning. Toegankelijkheid is een voorwaarde om burgers te bereiken of om met bepaalde informatie specifieke doelgroepen te bereiken.

Baten & Van der Starre (1996) benoemen in hun rapportage een vijftal aspecten dat bepalend is voor de elektronische toegankelijkheid van overheidsinformatie, en die weer vallen onder twee hoofdaspecten: begrijpelijkheid en bereikbaarheid. Als het gaat om de begrijpelijkheid van overheidsinformatie spelen inhoud en presentatiewijze een rol.

De begrijpelijkheid van overheidsinformatie houdt in:

1. *Begrijpelijke inhoud*
De overheid moet er zorg voor dragen dat haar informatie toegankelijk, leesbaar en begrijpelijk is.

2. *Begrijpelijke presentatiewijze*

De presentatiewijze kan invloed hebben op de geschiktheid van de informatie voor raadpleging. Dit is afhankelijk van:

- a. de vorm van toegang tot de informatie en het medium dat gebruikt wordt om de informatie te bereiken (zie ook 'Toegang tot het medium');
- b. de presentatievorm, de mens-machine interface, de opmaak, de stijl, etc.

De bereikbaarheid van de informatie wordt beïnvloed door de toegang tot het medium of de drager van de informatie, de vindbaarheid en de prijs. In de volgende paragraaf worden diverse aspecten van toegankelijkheid uiteengezet.

Bij toegankelijkheid gaat het erom dat de burger met relatief geringe inspanning van informatiediensten gebruik kan maken. Een eerste en ook noodzakelijke voorwaarde voor toegankelijkheid is de toegang tot een medium welke betrekking heeft op de fysieke toegang tot de juiste apparatuur (Dijstelbloem & De Beer, 2003; Bouwman, 2000). Wil iemand informatie opzoeken op internet, moet hij beschikken over een computer met internetaansluiting en over de nodige software. Ook de context speelt een rol bij de toegang tot een medium. Het is een belangrijk verschil of iemand directe toegang heeft of afhankelijk is van een computer op een andere werkplek van een collega.

Mede door het stimuleringsbeleid van de overheid vormt de fysieke toegankelijkheid echter nauwelijks nog een belemmering. Steeds meer mensen zijn in het bezit van een computer met internetaansluiting of hebben elders, bijv. in bibliotheken of andere openbare ruimtes, toegang tot internet (zie § 2.8). Het beschikken over fysieke toegang is echter nog geen voldoende voorwaarde om van toegankelijkheid te kunnen spreken. Toegankelijkheid is ook van andere factoren afhankelijk (Bouwman, Van Cuilenburg en Nouwens, 1996).

De toegankelijkheid van een medium is ook een kwestie van vaardigheden en ontsluiting. Om gebruik te kunnen maken van de mogelijkheden van internet, dient men over bepaalde vaardigheden te beschikken. Het gaat dan in de eerste plaats om de bediening van de computerapparatuur en het gebruik van de vereiste programma's, zoals browsers (Dijstelbloem & Van Beer, 2003; ook van Dijk!!). Volgens Bouwman (2000) maakt dit aspect deel uit van de affectieve toegankelijkheid. De gebruiker moet bepaalde vaardigheden bezitten om met een systeem te kunnen werken. Hierbij is ook de gebruiksvriendelijkheid van een systeem bepalend voor de affectieve toegankelijkheid. Daarnaast gaat het erom of de aard van het medium aansluit bij de leefwereld van de gebruiker. Zo hangt het gebruik van een medium af van de kennis en het gedrag van de gebruiker. Iemand die gewend is om voor allerlei zaken de telefoon te gebruiken, zal minder snel voor een ander medium kiezen (zie ook social influence model, Fulk 1990).

Het gebruik van een medium is ook afhankelijk van de vaardigheden van de gebruiker om de geschiktheid van een medium voor een bepaalde taak te kunnen beoordelen, maar ook om zinvol gebruik te maken van de informatie die men op internet vindt, bijvoorbeeld door waardevolle informatie te scheiden van waardeloze informatie en deze in een specifieke context toe te passen (Dijstelbloem & Van Beer, 2003).

Een andere voorwaarde voor toegankelijkheid is de ontsluiting van de aangeboden informatie. Door de enorme expansie van internet wordt het vinden van bruikbare informatie steeds moeilijker (Dijstelbloem & Van Beer, 2003). Dit aspect komt terug in het schema van Van Gompel et al. (2002). Hij stelt dat de bereikbaarheid van de informatie, een aspect van de toegankelijkheid, naast de toegang tot het medium en de prijs wordt bepaald door de vindbaarheid van de informatie.

Vindbaarheid wordt gekenmerkt door een drietal aspecten:

- a. je moet weten dat de informatie bestaat;
- b. je moet weten waar, wanneer en hoe de informatie te vinden is; Het helpen zoeken naar overheidsinformatie is te beschouwen als een taak, die voortvloeit uit de plicht van de overheid om belanghebbenden en belangstellende burgers zoveel mogelijk te bereiken (zie ook artikel 8.2 WOB).
- c. je moet je weg kunnen vinden in de informatie. Er bestaan al diverse zoekmachines die de zoektocht naar bepaalde informatie vergemakkelijken. Deze ontwikkeling roept echter andere problemen op. Zoekmachines en portals maken de ontsluiting van informatie op internet mogelijk, maar beperken deze ook. Doordat zoekmachines pagina's weergeven die veel bezocht zijn, kunnen zij niet als neutrale filter worden beschouwd.

Baten & Van der Starre (1996) noemen daarnaast de prijs, m.a.w. de kosten of de prijs (voor het raadplegen) van de informatie, bepalend voor de toegankelijkheid van informatie. Aan het opvragen en raadplegen van overheidsinformatie zijn over het algemeen geen kosten verbonden. Daarom wordt dit aspect buiten beschouwing gelaten.

3.3.3 Conclusie

Op basis van de literatuurverkenning kan geconcludeerd worden dat de informatie op de internetsite van de provincie goed afgestemd moet zijn op de mogelijkheden die internet biedt. Daarnaast moet de internetsite toegankelijk zijn. Dit onderzoek zal daarover meer duidelijkheid geven. De nadruk van dit onderzoek zal liggen op de informatiebehoefte van de doelgroepen van de provincie en de toegankelijkheid van gebruikte media, in het bijzonder de provinciale internetsite. Er zal worden onderzocht in welke mate het succes van de provinciale internetsite door de afstemming van de informatie en het medium en de toegankelijkheid van het medium wordt bepaald. Mocht blijken dat deze factoren invloed hebben op het gebruik van de huidige internetsite, zal bij de inrichting van de internetsite rekening moeten worden gehouden met deze factoren.

Als de informatiebehoefte van de doelgroepen bekend is bij de provincie, kan de informatievoorziening en elektronische dienstverlening van de provincie afgestemd worden op deze informatiebehoefte. Hierbij wordt rekening gehouden met de mediakeuze van de doelgroep. Voor de inrichting van de internetsite geldt dat wanneer de informatiebehoefte bekend is, bepaald kan worden welke informatie geschikt is voor het ontsluiten via de internetsite.

Een andere belangrijke factor in dit onderzoek is de toegankelijkheid van een medium, aangezien deze ook van invloed is op het succes van een medium.

Hierbij spelen een aantal aspecten van toegankelijkheid een rol die in de literatuurverkenning aan bod kwamen.

3.4 Onderzoeksvragen

Zoals al aan het begin van dit onderzoeksverslag is gezegd, wordt met behulp van dit onderzoek geprobeerd een antwoord te geven op de volgende probleemstelling:

Hoe kan de provincie Flevoland haar elektronische dienstverlening laten aansluiten op de wensen en behoeften van haar stakeholders?

Met de beantwoording van deze probleemstelling is het mogelijk de elektronische dienstverlening te verbeteren door de ontsluiting van informatie, producten en diensten met behulp van een toegankelijke en vraaggerichte internetsite.

Er zijn een aantal vragen opgesteld die dienen als leidraad bij de beantwoording van de probleemstelling. Een aantal van deze vragen wil de provincie Flevoland graag door middel van dit onderzoek beantwoord hebben. De vragen luiden als volgt:

1. Wie zijn de betreffende stakeholders?
2. Welke informatie verstrekt de provincie aan welke stakeholders? In welke vorm en met welke frequentie verstrekt de provincie deze informatie?
3. Welke informatie verwachten stakeholders van de provincie? In welke vorm en met welke frequentie verwacht men deze informatie?
4. Voldoet het huidige aanbod van informatie aan de wensen en behoeften van de stakeholders?
5. Welke behoefte hebben stakeholders aan een extranet en een gezamenlijke, regionale portal en op welke manier?

Uit de literatuurverkenning is gebleken dat in dit onderzoek rekening moet worden gehouden met een aantal factoren dat invloed heeft op de mediakeuze en het mediagebruik van de stakeholders. Onderstaande tabel biedt een overzicht van de factoren die worden meegenomen in dit onderzoek:

Theoretische variabele	Ruwe variabele	Variabele
Toegankelijkheid	Bereikbaarheid	Fysieke toegankelijkheid
		Vindbaarheid van de informatie
	Begrijpelijkheid	Heldere en begrijpelijke inhoud
		Gebruikersvriendelijke presentatiewijze
Informatiebehoefte	Soorten informatie	Veranderlijkheid
		Uniekheid
		Interactiviteit

Tabel 6: overzicht onderzoeksfactoren

Op basis van de verkregen inzichten uit de literatuurverkenning worden bovenstaande onderzoeksvragen aangevuld met vragen die mede op basis van de literatuurverkenning zijn opgesteld. Zo is uit de literatuurverkenning gebleken dat media verschillen in het soort en aantal eigenschappen dat zij bezitten. Afhankelijk van deze eigenschappen worden zij voor verschillende taken gebruikt. Door de verschillende eigenschappen van media kan worden verwacht dat de stakeholders van de provincie verschillende voorkeuren hebben voor een medium, afhankelijk van de taak die zij moeten verrichten of de informatiebehoefte die zij hebben. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

6. Welk medium kiezen stakeholders voor welk soort informatie en welke factoren spelen hierbij een rol?

De beantwoording van deze vraag biedt nieuwe inzichten in het gedrag van de stakeholders ten aanzien van mediakeuze en –gebruik. Hierdoor is het mogelijk om de informatievoorziening en dienstverlening optimaal op de voorkeur van de stakeholders af te stemmen.

Wil de provincie haar elektronische dienstverlening verbeteren, is het niet voldoende om de internetsite af te stemmen op de informatiebehoefte van de doelgroep. Uit de literatuurverkenning is gebleken dat het succes van een medium wordt bepaald door de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt. Daarnaast speelt ook de toegankelijkheid van het medium een rol. Dit betekent dat het medium dat een stakeholder kiest, afhankelijk is van zowel de informatiebehoefte die hij heeft als de mogelijkheden die het medium biedt om de gewenste informatie te verkrijgen of om een vraag mee te beantwoorden. Als een medium succesvol wil zijn, moet er een goede ‘match’ bestaan tussen de vraag waarmee een gebruiker bij een medium komt en het antwoord dat een medium biedt. De vraag waar in dit onderzoek wordt geprobeerd een antwoord op te geven is of er een goede ‘match’ is tussen de vragen (informatiebehoefte) van de stakeholders en het antwoord dat de internetsite biedt. Hoe kan deze afstemming verder worden verbeterd zodat bijgedragen kan worden aan het succes van het medium?

Aangezien ook de toegankelijkheid van een medium bepalend is voor het succes van een medium, zal dit onderzoek zich ook richten op de toegankelijkheid van de internetsite. Als bekend is in welke mate de toegankelijkheid invloed heeft op het succes van de internetsite en welke aspecten van toegankelijkheid daarbij een rol spelen, kan met behulp van de onderzoeksresultaten de toegankelijkheid worden verbeterd.

Met behulp van de antwoorden op de volgende aanvullende onderzoeksvragen kan zowel de afstemming van de informatie en de mogelijkheden van de internetsite als de toegankelijkheid van de internetsite worden verbeterd:

1. In welke mate wordt het succes van de provinciale internetsite bepaald door de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt, en de toegankelijkheid van het medium?
2. Hoe moet de internetsite worden ingericht en hoe kan deze worden ingezet voor de elektronische dienstverlening van de provincie?

In het volgende hoofdstuk wordt beschreven hoe de verzameling van gegevens is opgezet om bovenstaande vragen te kunnen beantwoorden.

Hoofdstuk 4

Verzameling en verwerking van de gegevens

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de gebruikte onderzoeksmethode. Eerst zullen de onderzoeksopzet en de gebruikte instrumenten worden beschreven. Vervolgens zal het onderzoek, dat uit drie fasen bestaat, per fase worden besproken waarbij ook de respondenten aan bod zullen komen. Ten slotte wordt ingegaan op de dataverzameling en –analyse.

4.1 Onderzoeksopzet

Dit onderzoek is verkennend van aard. Daarnaast kan het worden beschouwd als een case study, bestaande uit meerdere casussen (stakeholderorganisaties). Om inzicht te verkrijgen in de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie Flevoland ten aanzien van elektronische dienstverlening is daarom gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode. In kwalitatief onderzoek staan beschrijving en interpretatie van de problemen in de onderzoekssituatie voorop. Voor het onderzoek is het van belang om gegevens te verkrijgen die betrekking hebben op de aard, de waarde en de eigenschappen van bovengenoemde onderwerpen. De hoeveelheid, de omvang, de frequentie of de mate van voorkomen van iets, kenmerken van kwantitatief onderzoek, zijn niet relevant voor dit onderzoek.

Kwalitatief onderzoek is er in veel soorten en maten. Voor dit onderzoek is gekozen voor een interview. Interviews zijn een geschikte onderzoeksmethode om explorerend onderzoek te doen (Swanborn, 1994). Met behulp van een interview kan snel uitgebreide informatie verkregen worden en bestaat de mogelijkheid om door te vragen als daartoe aanleiding bestaat. Het doel van doorvragen is om aan meer informatie van de respondent te komen waardoor dubbelzinnigheid, vaagheid en contradictie verminderd kan worden (Hargie & Tourish, 2000). Daarnaast kunnen open interviews onbekende informatie opleveren. Zo kan de geïnterviewde bijvoorbeeld iets ter sprake brengen wat tot dan toe niet bekend was bij de onderzoeker. Zo wordt in dit onderzoek bijvoorbeeld geprobeerd nieuwe factoren te achterhalen die invloed hebben op het gebruik en de keuze van media van de stakeholders van de provincie Flevoland.

Er bestaan verschillende soorten open interviews waarvan de vorm uiteenloopt tussen gestructureerd en ongestructureerd. Voor dit onderzoek is gekozen voor een half-gestructureerd interview waarbij gebruik wordt gemaakt van zowel gesloten vragen met een vaste formulering als open vragen met de mogelijkheid om door te vragen.

Aan een interview zijn verschillende nadelen verbonden:

- Mensen zijn zich niet altijd bewust van hun kennis, gedrag, opinie of attitude;
- Het kost veel tijd om de informatie te verzamelen door middel van de interviews en om de resultaten uit te werken;
- Sociale wenselijkheid wat inhoudt dat mensen zich graag van hun beste kant willen laten zien en een antwoord geven, waarvan zij verwachten dat het aan de norm voldoet of aan de verwachtingen van de interviewer.

Aan het begin van dit onderzoek was er weinig informatie beschikbaar over de te interviewen organisaties en over de mogelijke wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie. Daardoor was het niet duidelijk hoe de inhoud van de interviews eruit zou komen te zien. Om meer informatie te verkrijgen over de wensen en behoeften van de stakeholders, werd gebruik gemaakt van meerdere instrumenten. Het onderzoek bestaat uit de volgende drie fasen:

Fase 1	Desk research	• literatuurstudie om informatie te verkrijgen over mogelijke wensen en behoeften ten aanzien van de informatie en het medium internet • factoren achterhalen die invloed hebben op mediagebruik
Fase 2	Interviews interne medewerkers	• inventariseren mogelijke wensen en behoeftes van klanten van de betreffende afdelingen; • achterhalen welke organisaties en medewerkers van deze organisaties benaderd kunnen worden voor de interviews
Fase 3	Interviews externe doelgroepen	• inventariseren wensen en behoeften aan de vraagkant • achterhalen motieven mediagebruik

4.2 Desk research

Het vooronderzoek bestaat uit fase 1 en 2. Met behulp van desk research wordt inzicht verkregen in de mogelijke wensen en behoeften van de stakeholders. Er wordt ingegaan op de mogelijke informatiebehoefte en factoren die invloed hebben op het mediagebruik. De verkregen informatie wordt gebruikt voor het samenstellen van de interviews en de beantwoording van de probleemstelling. Uit de literatuurverkenning is gebleken dat toegankelijkheid invloed kan hebben op de mediakeuze en het mediagebruik van de stakeholders. Toegankelijkheid bestaat uit de volgende aspecten:

Bereikbaarheid

- Fysieke toegankelijkheid
- Vindbaarheid van de informatie

Begrijpelijkheid

- Heldere en begrijpelijke inhoud
- Gebruikersvriendelijke presentatiewijze

Deze aspecten worden gebruikt voor de operationalisering van een deel van de interviewvragen van de externe doelgroepen.

4.3 Interviews interne medewerkers

De desk research werd aangevuld met interviews met interne medewerkers. Deze interviews dienden ervoor om mogelijke wensen en behoeftes van klanten van de betreffende afdelingen te inventariseren. Daarnaast konden de medewerkers advies geven over welke organisaties het meest geschikt zijn voor het onderzoek en wie binnen deze organisatie benaderd kan worden voor het interview.

Respondenten

Met een medewerker van de afdeling Communicatie werd besproken wie binnen de provincie benaderd kon worden voor het interview. Als richtlijn diende een lijst met organisaties en instellingen die in aanmerking kwamen voor deelname aan het onderzoek. De organisaties waren verdeeld per beleidsterrein, bijv. zorg en welzijn, water en milieu, etc. Op basis van deze lijst kon in overleg met de betreffende beleidsmedewerker een selectie worden gemaakt van organisaties en in sommige gevallen ook van medewerkers binnen deze organisaties die uiteindelijk benaderd zouden worden voor een interview.

Daarnaast werden de volgende vragen gesteld om meer informatie te verkrijgen over de geselecteerde organisaties:

1. Wie zijn de betreffende organisaties en instellingen en wat doen zij?
2. Wat is hun relatie met de provincie?
3. Hoe vindt de informatie-uitwisseling op dit moment plaats? Welke media en communicatiemiddelen worden gebruikt?
4. Welke mogelijke wensen en behoeften hebben deze organisaties ten aanzien van de dienstverlening van de provincie?

Een deel van de verkregen resultaten werd gebruikt voor de operationalisering van de interviewvragen van de externe doelgroepen.

4.4 Interviews externe doelgroepen

In fase 3, de interviews met externe doelgroepen, werden de wensen en behoeften aan de vraagkant geïnterviewd. Het gaat hierbij om welke informatiebehoefte de stakeholders hebben en welke factoren invloed hebben op het mediagebruik. Zo wordt bijvoorbeeld geprobeerd te achterhalen welk medium voor welk soort informatie wordt gekozen en welke informatie de stakeholders via de internetsite willen raadplegen.

Het hoofddoel van de interviews is het verzamelen van informatie, opdat inzicht kan worden verkregen in de wensen en behoeften van de stakeholders ten aanzien van de elektronische dienstverlening van de provincie. Daarnaast wordt beoogd factoren te achterhalen die invloed hebben op het mediagebruik van de stakeholders.

Respondenten

Tot de doelgroep van dit onderzoek behoren alle stakeholders van de provincie Flevoland. Omdat het hierbij om een uitermate diverse en grote groep gaat, was het niet mogelijk om alle stakeholders te benaderen voor dit onderzoek. Aangezien bijna negentig procent van de dienstverlening van de provincie zich richt op instellingen, mede-overheden en bedrijven, is ervoor gekozen om alleen deze groep en media te betrekken bij dit onderzoek. Bij de selectie van de respondenten werd rekening gehouden met een aantal criteria en voorwaarden.

De provincie is actief op een breed terrein: ruimtelijke ordening, verkeer en vervoer, economie, agrarische zaken, milieu, recreatie, natuur en landschap, welzijn, cultuur, bestuurlijke organisatie, etc. Voor al deze sectoren biedt zij producten en diensten aan. Om een zo breed mogelijk beeld te krijgen van de wensen en behoeften van de diverse doelgroepen van elektronische dienstverlening, is ervoor gekozen om van elke beleidssector minstens één instelling, mede-overheid of bedrijf te betrekken bij het onderzoek.

Er zijn de volgende elf sectoren te onderscheiden: gemeenten, wonen, verkeer en vervoer, milieu en water, veiligheid, onderwijs en kennisinstituten, zorg en welzijn, landbouw en natuurbeheer, toerisme en recreatie, ondernemen en werken. Media werden als een aparte doelgroep gehanteerd.

Doordat sommige sectoren meer producten en diensten hebben dan andere en de provincie daardoor met een grotere groep stakeholders te maken heeft, werden voor deze sectoren meer dan één organisatie betrokken bij het onderzoek. Dit gold voor de sectoren veiligheid, onderwijs en kennisinstituten, zorg en welzijn, toerisme en recreatie, ondernemen en werken en gemeenten.

Uiteindelijk is ervoor gekozen om achttien organisaties te benaderen voor het onderzoek. Dit had te maken met het beperkte tijdsbestek waarbinnen de interviews moesten worden afgenomen en de resultaten moesten zijn verwerkt. Daarnaast werd dit aantal als voldoende beschouwd om genoeg gegevens te kunnen verzamelen om een betrouwbaar en volledig antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvragen. Door de spreiding van de geselecteerde organisaties over de beleidssectoren en het soort gekozen organisaties, bieden de onderzoeksresultaten voldoende informatie om de probleemstelling te kunnen beantwoorden.

Bij de selectie van de organisaties lag de nadruk op de samenwerkingsrelatie die de provincie heeft met de betreffende organisatie en de mate van verantwoordelijkheid bij de totstandkoming en uitvoering van provinciaal beleid. Gekozen werd voor organisaties die relatief vaak contact hebben met de provincie en veel gebruik maken van de producten en diensten van de provincie. De selectie vond plaats in nauw overleg met beleidsmedewerkers van een van bovengenoemde sectoren. Doordat zij dagelijks te maken hebben met organisaties van één van de doelgroepen, konden zij het beste beoordelen welke organisatie het beste aan de selectie-eisen voldeed.

Aangezien het niet mogelijk was om alle medewerkers van elke betrokken organisatie te interviewen, moest er een afgewogen keuze worden gemaakt tussen organisatiemedewerkers die geïnterviewd konden worden. Tijdens het overleg met beleidsmedewerkers van de provincie werd ook besproken welke persoon binnen de organisatie benaderd kon worden voor het interview. Bij de selectie werd gelet op de functie en de kennis die iemand heeft van de dagelijkse gang van zaken binnen de organisatie. Hoe meer de persoon afwist van het reilen en zeilen binnen de organisatie en hoe groter zijn overzicht van dagelijkse werkzaamheden, hoe geschikter degene zou zijn voor het onderzoek.

Bij kleine organisaties met weinig medewerkers kwam de directeur of iemand met een vergelijkbare functie in aanmerking voor het onderzoek. Bij grote organisaties werd contact opgenomen met de afdeling Communicatie die iemand binnen de organisatie aanwees die veel contact had met de provincie Flevoland of daar inzicht in had.

De respondenten zijn telefonisch benaderd. Tijdens dit eerste gesprek werd het doel en het belang van het onderzoek uitgelegd. Daarnaast werd aan de betreffende persoon gevraagd zijn medewerking te verlenen. Van de 19 benaderde organisaties gaven Waterschap Zuiderzeeland en Stichting Stadspromotie Almere te kennen niet aan het onderzoek mee te willen werken, omdat zij te weinig te maken hebben met de provincie en/of geen gebruik te maken van de internetsite. Nog eens twee organisaties (Gemeente Zeewolde en Politie Flevoland) en een bedrijf reageerden niet op herhaalde verzoeken om mee te doen aan het onderzoek.

Wanneer de benaderde persoon aangaf mee te willen werken aan het onderzoek, werd een afspraak gemaakt voor het interview. Om te voorkomen dat de respondenten onnodig veel tijd moeten investeren in het onderzoek, werden de interviews op de werklocatie van de betreffende persoon gehouden.

Uiteindelijk werd van elk beleidsterrein, behalve milieu en water, minstens één organisatie bij het onderzoek betrokken. De volgende veertien organisaties hebben hun medewerking verleend:

Beleidsterrein	Organisatie
Gemeenten	Gemeente Almere
Wonen	Oost Flevoland Woondiensten
Verkeer en vervoer	Connexxion
Veiligheid	Hulpverleningdienst Flevoland
Onderwijs en kennisinstituten	ROC Flevoland Christelijke Agrarische Hogeschool Dronten (CAH)
Zorg en welzijn	Axion Sport Service Flevoland
Landbouw en natuurbeheer	Flevo-landschap
Toerisme en recreatie	Flevolands Bureau voor Toerisme (FBT)
Ondernemen en werken	Kamer van Koophandel VNO-NCW
Media	Omroep Flevoland FlevoPost

Tabel 7: Betrokken organisaties per beleidssector

4.4.1 Het interview

In deze paragraaf komt de constructie van de interviewvragen aan bod.

Bij een enquête of vragenlijst vormen de te stellen vragen de operationalisaties van de te meten variabelen (Swanborn, 1994). De onderzoeksvragen en de lijst met variabelen dienen als uitgangspunt voor de op te stellen interviewvragen. Voor het opstellen van een deel van de interviewvragen werden variabelen gebruikt die afkomstig zijn uit de literatuurverkenning over informatiebehoefte en de toegankelijkheid van een medium die in deze afstudeerscriptie al eerder aan bod kwam. Elk van deze variabele wordt via één of meerdere vragen geoperationaliseerd.

In de volgende paragraaf worden deze variabelen en begrippen uiteengezet en duidelijk gemaakt welke vragen er uit voortvloeien. De complete vragenlijst is als bijlage toegevoegd aan dit onderzoeksverslag (zie bijlage 1 Interviewschema).

A Situatiegegevens geïnterviewde

Het eerste deel van het interview bestond uit vragen die inzicht moesten geven in de situatie van de geïnterviewden en de organisatie. Zo werd aan de geïnterviewde gevraagd om een korte omschrijving van zijn of haar functie te geven (vraag 1) zodat duidelijk is in hoeverre degene inzicht heeft in de dagelijkse gang van zaken binnen de organisatie en in welke mate de uitspraken representatief zijn voor de organisatie. Daarnaast werden vragen gesteld over de organisatie zelf (vraag 2 en 3) om een beeld te krijgen van de organisatie en het soort relatie dat de organisatie met de provincie heeft. Ook werd er geïnformeerd naar de rol van de provincie binnen de organisatie (vraag 4). Met behulp van de verkregen resultaten is het mogelijk de wensen en behoeften betreffende elektronische dienstverlening en de informatiebehoefte te verklaren. Zo kan er worden gekeken of het soort organisatie en haar taakstelling bepalend is voor de wensen en behoeften ten aanzien van elektronische dienstverlening.

B Contactmomenten

Het tweede deel van de vragenlijst had als doel de contactmomenten waaraan een informatiebehoefte ten grondslag lag te analyseren. Vraag 5 werd gesteld om te achterhalen of de informatievoorziening naar bepaalde doelgroepen wel voldoende is of te verbeteren valt. Klanten van de geïnterviewde organisaties behoren tenslotte ook tot de stakeholders van de provincie. Ook hun wensen en behoeften zijn van belang voor de provincie. De resultaten kunnen tevens worden gebruikt om antwoord te geven op onderzoeksvraag 4.

Daarnaast was het de bedoeling een beeld te verkrijgen van de frequentie en het soort contact tussen de betreffende organisatie en de provincie Flevoland (vraag 6 en 7). De verkregen resultaten geven een beeld van de samenwerkingsrelatie en de communicatie tussen beide partijen.

Het meest van belang is de aanleiding voor het opnemen van contact met de provincie (vraag 8). Deze vraag achterhaalt de redenen en motieven voor het opnemen van contact met de provincie. Analyse van de gegevens moet uitwijzen welke informatiebehoefte ten grondslag lag aan het contactmoment. Met behulp van de gegevens over de informatiebehoefte kan onderzoeksvraag 3 worden beantwoord.

C Informatievoorziening

De vragen over de informatievoorziening van deel C moesten verduidelijken in welke mate de stakeholders tevreden zijn met de huidige informatievoorziening van de provincie Flevoland (vraag 9 en 11). De verkregen gegevens kunnen worden gebruikt om onderzoeksvraag 4 te beantwoorden.

Daarnaast werd geïnformeerd naar welke communicatiemiddelen voor welke taken en doeleinden door de provincie worden gebruikt (vraag 10). De antwoordmogelijkheden waren e-mail, internet, telefoon, nieuwsbrief en overleg/bezoek. Het was mogelijk om meerdere antwoorden te geven. De antwoorden worden gebruikt om een beeld te krijgen van de informatievoorziening van de provincie Flevoland. Tevens kan een deel van de onderzoeksvraag 2 ('...in welke vorm verstrekt de provincie informatie?') van een antwoord worden voorzien.

D Informatiebehoefte

Met behulp van de vragen van deel D werd geprobeerd inzicht te verkrijgen in de informatiebehoefte van de stakeholders. Het doel was te achterhalen van welke informatie, producten en diensten de organisatie gebruik maakt (vraag 12). Met behulp van de gegevens kan onderzoeksvraag 2 voor een groot deel worden beantwoord. Zo kan worden bepaald welke informatie aan welke stakeholder wordt verstrekt en met welke frequentie. Op basis van de gegevens kan een beeld worden geschetst van de informatiebehoefte van de stakeholders. Dit biedt de mogelijkheid om te bekijken welke informatie aangeboden kan worden via de website.

Voor het meten van de informatiebehoefte worden een viertal indicatoren gebruikt (Boekenooog & Stokking, 1991):

- De behoefte die men noemt op de vraag;
- De situatie die men wenselijk acht;
- De situatie die men minimaal noodzakelijk vindt;
- De situatie (verandering, ontwikkeling) die men verwacht.

Om zoveel mogelijk wensen en behoeften van de stakeholders in kaart te brengen, is gekozen voor een open vraag. De geïnterviewde wordt op deze manier niet beperkt in zijn antwoordmogelijkheden. Daarnaast wordt verwacht dat de informatiebehoefte per organisatie veel zal verschillen omdat de verschillen tussen de organisaties ook groot zijn. Uit praktisch oogpunt en uit gebrek aan tijd en informatie was het niet mogelijk om van tevoren een opsomming te maken van informatie, producten en diensten waar mogelijk een behoefte aan zou kunnen zijn.

E Toegankelijkheid

Naast de informatiebehoefte van de stakeholders lag de nadruk van dit onderzoek op de toegankelijkheid van de website en van de content. Bij toegankelijkheid gaat het erom dat de burger met relatief geringe inspanning van informatiediensten gebruik kan maken.

Eén van de onderzoeksvragen luidt: 'In welke mate wordt het succes van de provinciale internetsite bepaald door de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt, en de toegankelijkheid van het medium?' (onderzoeksvraag 7). Met behulp van de vragen uit onderdeel E werd bepaald hoe toegankelijk de huidige internetsite van de provincie is en in welke mate de aspecten van toegankelijkheid invloed hebben op het gebruik ervan.

Uit de literatuurverkenning is gebleken dat toegankelijkheid een aspect van transparantie is. Transparantie is afhankelijk van twee aspecten: bereikbaarheid en begrijpelijkheid van de informatie (Van Gompel, Steyaert & Roe, 2002).

Om de bereikbaarheid van de informatie te bepalen werden er vragen gesteld over de fysieke toegankelijkheid (vraag 13) en werd er gevraagd naar de mening over de vindbaarheid van de gewenste informatie (vraag 15). Door het stellen van de vraag 'Hebben medewerkers continu beschikking over een computer met internetaansluiting?' werd de fysieke toegankelijkheid bepaald.

Om gegevens te achterhalen over de vindbaarheid van informatie op de internetsite werd de vraag gesteld 'Wat vindt u van de vindbaarheid van de gewenste informatie?'. Bij deze vraag hoorden drie subvragen die te maken hadden met de drie aspecten die bepalend zijn voor de vindbaarheid (vraag 15a, b en c).

Vraag 16 werd gesteld om meer te weten te komen over het zoekgedrag van de geïnterviewde tijdens het gebruik van de provinciale site. Daarnaast werd doorgevraagd naar de reden voor deze manier van zoeken om gegevens te verkrijgen over de vindbaarheid van de informatie op de internetsite. De resultaten kunnen worden gebruikt voor de herinrichting van de internetsite.

Om te achterhalen of de internetsite van de provincie wordt gebruikt als informatiebron, werd vraag 14 gesteld. De verkregen gegevens kunnen worden gebruikt om onderzoeksvraag 6 te kunnen beantwoorden. Door de frequentie van het gebruik van de internetsite te achterhalen, kan de voorkeur van de organisaties voor een medium worden bepaald.

De begrijpelijkheid werd bepaald door de geïnterviewden te vragen of zij de inhoud helder en begrijpelijk vinden (vraag 17) en of de informatie op een begrijpelijke en gebruiksvriendelijke manier is gepresenteerd (18). De gegevens worden gebruikt om de toegankelijkheid van de internetsite te bepalen. Tevens kan onderzoeksvraag 7 van een antwoord worden voorzien.

Vraag 19 informeerde naar een aspect van de internetsite waar de respondent het meest en het minst tevreden mee is. Hiermee wordt een beeld geschetst van de aspecten die voor verbetering vatbaar zijn en waar de doelgroep waarde aan hecht. De wensen en behoeften ten aanzien van de elektronische dienstverlening worden duidelijker.

F Informatiebehoefte internetsite

De vragen van dit gedeelte gaan specifiek over de elektronische dienstverlening van de provincie. Aan de geïnterviewden werd gevraagd in welke mate zij tevreden zijn met de informatievoorziening (vraag 20). Deze gegevens maken het mogelijk een antwoord, dat zich specifiek richt op elektronische dienstverlening, te geven op onderzoeksvraag 4.

Vraag 21 had betrekking op de aanleiding van een bezoek aan de internetsite om zo meer te weten te komen over de motieven van de stakeholders om gebruik te maken van de internetsite en om inzicht te verkrijgen in de informatiebehoefte van de stakeholders. Net als bij vraag 8 werd geprobeerd de redenen en motieven voor een bezoek aan de internetsite te achterhalen. Analyse van de gegevens moet

uitwijzen welke informatiebehoefte ten grondslag lag aan het raadplegen van de internetsite en waarom de respondent gekozen heeft voor dit medium. Daarnaast werd gevraagd van welke informatie op de internetsite de organisatie gebruik maakt (vraag 22 en 23). De resultaten geven een duidelijk beeld van de informatiebehoefte van de organisaties betreffende elektronische te raadplegen informatie, producten en diensten. De gegevens worden gebruikt bij de beantwoording van onderzoeksvraag 2.

Ten slotte werd aan de organisaties gevraagd welke informatie zij graag op de internetsite zouden willen raadplegen (vraag 24). Met behulp van deze gegevens kan een deel van onderzoeksvraag 3 worden beantwoord, namelijk welke informatie de provincie op de internetsite moet aanbieden. De antwoorden op deze vraag kunnen worden gebruikt voor het herinrichten van de internetsite en dus ter verbetering van de elektronische dienstverlening. De gegevens bieden tevens een beeld van de soorten informatie die geschikt worden bevonden voor het medium internet. Dit laatste blijkt ook uit de antwoorden van vraag 21, 22 en 23. De resultaten zullen gecategoriseerd en vergeleken worden met de onderzoeksresultaten van Van de Wijngaert (1999). De soorten informatie die geschikt zijn voor elektronische dienstverlening kunnen worden uitgebreid met informatie, producten en diensten die tot nu toe alleen via traditionele media beschikbaar zijn.

G Extra internetdiensten

In het laatste deel van het interview waren, op verzoek van de provincie Flevoland, vragen opgenomen die betrekking hadden op de toekomstige ontwikkeling van de website. Zo kwamen de wensen met betrekking tot transactiemogelijkheden via de website (vraag 25), de mogelijke portaalfunctie van de provinciale site (vraag 26) en de behoefte aan een extranet aan bod (vraag 27). Dit waren onderwerpen waar de provincie graag helderheid over wilde hebben.

4.5 Dataverzameling

De interviews werden vanaf begin juni tot en met eind juli 2004 afgenomen. Nadat er telefonisch een afspraak werd gemaakt, werden de interviewvragen per e-mail opgestuurd, zodat de respondenten zich konden voorbereiden op het interview. Dit was noodzakelijk voor vragen die betrekking hadden op de hele organisatie. Voor het geval de respondenten deze vragen niet konden beantwoorden, kregen zij op deze manier de mogelijkheid om navraag te doen binnen de organisatie om het juiste antwoord te achterhalen.

De interviews begonnen met een introductie over de plannen van de provincie om een nieuwe internetsite te ontwikkelen ter verbetering van de dienstverlening, gevolgd door een korte uitleg over het doel en het belang van het onderzoek. Vervolgens werd ingegaan op de inhoud en het verloop van het interview en werd de respondent geïnformeerd over de verwachte duur van het interview. Ook werd vermeld dat de antwoorden anoniem zouden worden verwerkt. Ten slotte werd aan de respondent toestemming gevraagd om bandopnames te maken en werd geïnformeerd of hij/zij nog vragen had.

Elke respondent gaf toestemming om het gesprek op te nemen op band. De interviews duurden tussen de drie kwartier en anderhalf uur.

Bij het afnemen van het interview werd de volgorde van de vragen zo veel mogelijk aangehouden. Er werd echter getracht de respondent zo veel mogelijk te laten vertellen over zijn wensen en behoeften ten aanzien van de elektronische dienstverlening om mogelijke latente behoeftes en onbekende factoren te achterhalen. Om de probleemstelling van een antwoord te kunnen voorzien was het daarnaast van belang om gedurende het interview alle vragen aan bod te laten komen. De verkregen antwoorden konden door de opzet van het interview met elkaar worden vergeleken en gecategoriseerd.

Omdat het interview werd opgenomen op band, was het niet noodzakelijk om aantekeningen te maken gedurende het interview. Deze methode versoepelt het verloop van het interview en maakt het voor de ondervrager mogelijk om zich te richten op de antwoorden en het doorvragen (Swanborn, 1994).

Alle interviews, met uitzondering van één (VNO-NCW), verliepen naar tevredenheid. Dat ene interview leverde geen bruikbare resultaten op doordat de te interviewen persoon niet was voorbereid op en onvoldoende medewerking verleende aan het interview. De dertien andere interviews leverden wel voor het onderzoek bruikbare en relevante informatie op.

4.6 Data-analyse

De interviews werden meteen na afname met behulp van de bandopname uitgewerkt. Dit hield in dat alle interviews per vraag werden uitgetypt. De uitwerking van het interview werd ter goedkeuring naar de geïnterviewde opgestuurd. Zes respondenten maakten gebruik van deze mogelijkheid. Eventuele op- en aanmerkingen werden toegevoegd aan de interviewresultaten. De Kamer van Koophandel had vooral opmerkingen over de formulering van een bepaald antwoord. Andere opmerkingen werden toegevoegd om een antwoord aan te vullen of te verduidelijken.

De resultaten van het onderzoek werden per interviewvraag bekeken en geanalyseerd. Frequenties van bepaalde antwoorden, bijv. over de informatiebehoefte, werden bepaald door turven.

De informatiebehoefte werd per product en dienst gecategoriseerd door begrippen en gegevens die gezamenlijke kenmerken vertoonden, te combineren. De categorieën zijn in kaart gebracht met behulp van een overzicht van de informatiebehoefte per organisatie (Zie bijlage 3).

Hoofdstuk 5

Resultaten

5.1 Inleiding

In het volgende hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. De resultaten komen voort uit oriënterende gesprekken met medewerkers van de provincie Flevoland en uit de interviews met diverse organisaties die regelmatig contact hebben met de provinciale organisatie. Met behulp van deze resultaten kan inzicht worden verkregen in de wensen en behoeften van de stakeholders ten aanzien van de elektronische dienstverlening.

De resultaten zullen per onderdeel van het interviewschema worden gepresenteerd. Allereerst zal een beschrijving worden gegeven van de onderzoekseenheden (§ 5.2). Daarna wordt achtereenvolgens ingegaan op de contactmomenten tussen de betrokken organisaties en instellingen en de provincie (§ 5.3), de informatievoorziening van de provincie (§ 5.4) en de informatiebehoefte van de stakeholders (§ 5.5). Vervolgens worden de resultaten betreffende de onderzochte vier aspecten van toegankelijkheid gepresenteerd (§ 5.6), gevolgd door de informatiebehoefte ten aanzien van de internetsite (§ 5.7). Ten slotte komen de wensen en behoeften aan bod met betrekking tot nieuwe internetdiensten zoals transacties, een portal en extranet (§ 5.8).

5.2 Beschrijving van de onderzoekseenheden

Bij de selectie van de te interviewen medewerker van de geselecteerde organisatie of instelling werd gelet op de functie en kennis die degene heeft van de dagelijkse gang van zaken binnen de organisatie. Hoe groter het inzicht van de medewerker in de dagelijkse werkzaamheden, hoe geschikter degene is voor het onderzoek. In de meeste gevallen wisten provinciale medewerkers wie benaderd kon worden voor het onderzoek. In de andere gevallen wees de betrokken organisatie de meest geschikte en beschikbare medewerker aan. Bij kleinere organisaties en instellingen (< 60 medewerkers) werd de directeur geïnterviewd. Bij organisaties met meer dan 60 medewerkers werd een communicatie- of beleidsmedewerker geïnterviewd. De interviews van de Kamer van Koophandel en de FlevoPost werden afgenomen bij twee personen tegelijkertijd. In totaal werden vier directeurs of directieleden, drie communicatiemedewerkers / -adviseurs, twee journalisten en zes beleidsadviseurs of projectadviseurs/-managers geïnterviewd (zie ook bijlage 2).

Om structuur aan te kunnen brengen in de onderzoeksgegevens, is er gekeken naar de rollen die de betrokken organisaties hebben ten opzichte van de provincie Flevoland. Onderstaand schema geeft een overzicht van de wijze waarop de organisaties verdeeld zijn over verschillende rollen.

	Beleids- vorming, Onderzoek & analyse	Beleids- vorming, kader- stelling	Belangen- behartiging	Toetsing	Handhaving & vergunning verlening	Uitvoering	Beheer
ROC Flevoland						X	
Christelijke Agrarische Hogeschool						X	
Axion	X		X			X	
Sport Service Flevoland	X		X			X	
Flevo- landschap			X			X	X
Flevolands Bureau voor toerisme	X		X			X	
Kamer van Koophandel	X		X			X	
Gemeente Almere	X	X		X	X	X	X
Hulpverlening- dienst Flevoland	X					X	X
Connexxion						X	
Oost Flevoland Woon- diensten						X	X
Omroep Flevoland						X	
FlevoPost						X	

Tabel 8: Rollen in beleidsvormingsproces

5.3 Contactmomenten

Deel B had als doel de contactmomenten waaraan een informatiebehoefte ten grondslag lag te analyseren. De nadruk lag hierbij op de frequentie en de aanleiding voor een contactmoment.

Aanspreekpunt

Acht respondenten gaven aan dat hun organisatie weleens als aanspreekpunt te worden gebruikt voor zaken die eigenlijk tot de verantwoordelijkheden van de provincie behoren. Bij de gemeente Almere gaat het om wettelijk vastgelegde bepalingen. Zo dienen provinciale middelen via de gemeente te worden aangevraagd. In andere gevallen gaat het om onduidelijkheden omtrent de verantwoordelijkheden en taken van de provincie bij het grote publiek. De organisaties worden benaderd om uitleg te geven over procedures van de provincie en om advies te verstrekken over het aanvragen van subsidie bij de

provincie. Op het gebied van openbaar vervoer weten reizigers niet bij wie welke verantwoordelijkheden liggen. Daardoor moet het vervoersbedrijf Connexxion vaak klachten afhandelen over zaken die onder de verantwoordelijkheid vallen van de provincie.

Burgers en organisaties die weinig met de provincie te maken hebben, weten veelal niet hoe de overheidsorganisatie in elkaar zit en welke taken en verantwoordelijkheden deze heeft. Daarnaast zijn andere organisaties vaak zichtbaarder en staan zij dicht bij de burger waardoor zij vaak als aanspreekpunt worden gebruikt.

Frequentie contact

Uit de interviews is gebleken dat de frequentie waarmee de organisaties contact hebben met de provincie per organisatie verschilt. De twee nieuwsmedia, Omroep Flevoland en FlevoPost, hebben meerdere keren, soms wel dagelijks contact met de provincie. De informatie heeft in dit geval betrekking op persberichten of toelichting op bepaalde (politieke) ontwikkelingen. De nieuwswaarde van de informatie speelt een belangrijke rol waardoor (een aantal keren) dagelijks contact wordt opgenomen met de provincie om op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkelingen en gebeurtenissen.

Bij organisaties die participeren in projecten van de provincie (Christelijke Agrarische Hogeschool, Kamer van Koophandel, Hulpverleningsdienst Flevoland, Sport Service Flevoland) is de frequentie van het verstrekken of uitwisselen van inhoudelijke informatie afhankelijk van de projecten zelf. Met uitzondering van SSF konden de betrokkenen van deze organisaties geen nauwkeurige uitspraken doen. SSF gaf aan door de samenwerking aan projecten wekelijks contact te hebben met provinciale medewerkers.

De respondent van de gemeente Almere heeft meerdere keren per dag contact met de provincie voor het verkrijgen van specifieke en inhoudelijke informatie, bijvoorbeeld met betrekking tot subsidieregelingen, aanvragen of het vragen om uitstel. Oost Flevoland Woondiensten heeft 1 á 2 keer per maand contact met een provinciale medewerker over subsidieregelingen, onderwerpen die met het sociaal debat te maken hebben en ruimtelijke ordeningsprocedures. Connexxion heeft in verband met het lopende contract 1 keer in de zes weken overleg met de provincie. Daarnaast zijn er tussendoor nog meerdere contactmomenten, in de vorm van vergaderingen, welke vaak formeel zijn vastgelegd. Voor de respondent van het ROC was het niet mogelijk om precies te zeggen hoe vaak er contact is met de provincie. Er zijn diverse contacten op verschillende niveaus van de organisatie. Het FBT gaf aan minstens 1 keer per week contact te hebben met de provincie om zaken af te stemmen of om vragen te stellen over standpunten van de provincie.

5.4 Informatievoorziening

De vragen over de informatievoorziening van deel C hadden betrekking op de tevredenheid over de informatievoorziening van de provincie Flevoland en de communicatiemiddelen die daarvoor worden gebruikt.

Tevredenheid

Alle geïnterviewden zijn positief over de informatievoorziening van de provincie Flevoland. Veel informatie waar de betreffende organisaties behoefte aan hebben, wordt opgestuurd zonder dat zij er om hoeven te vragen. In het geval dat organisaties wel eens andersoortige of meer specifieke, inhoudelijke informatie nodig hebben, nemen zij zelf contact op met de provincie. Vaak met een vaste contactpersoon, waarover elke betrokken organisatie beschikt.

Organisaties worden goed op de hoogte gehouden door de provincie, maar geven ook aan dat zij er niet op zitten te wachten om een stortvloed van informatie over zich heen te krijgen.

Het FBT merkte op:

‘De huidige informatievoorziening is in feite informatievoorziening, zoals die door de provincie wordt aangeboden. Sterk aanbodgericht.’

Het gevolg van deze informatievoorziening is dat organisaties niet alleen alle informatie krijgen die zij nodig hebben, maar ook overbodige informatie ontvangen waar organisaties niets aan hebben. Volgens het FBT ontbreekt vaak de tijd om alles door te lezen. SSF merkte echter op:

‘Liever te veel informatie dan te weinig. Het is belangrijk om goed op de hoogte te blijven’.

Organisaties die een nauwe samenwerkingsrelatie hebben met de provincie, wisselen vaak informatie met elkaar uit. De KvK zei:

‘Als partners ben je goed op de hoogte van alles’.

Communicatiemiddelen

Veel informatie wordt door de provincie opgestuurd naar de betreffende organisaties zonder dat zij er om hoeven te vragen. Het gaat hierbij om informatie over beleid, subsidie, nieuws of onderzoeken. De provincie verstrekt deze informatie in de vorm van gedrukte verslagen en rapporten die worden opgestuurd per post, brieven, e-mails en persberichten. E-mail en de telefoon worden daarnaast gebruikt om elkaar op de hoogte te houden of om snel antwoord te krijgen op een vraag. E-mail wordt verder nog gebruikt voor het opsturen van rapporten en verslagen. Brieven worden gebruikt voor het versturen van documenten die een handtekening en stempel vereisen. Persberichten worden per fax verstuurd naar de media en de KvK en bovendien gepubliceerd op de internetsite. Bovengenoemde informatie wordt door de meerderheid van de respondenten ook op de internetsite van de provincie geraadpleegd.

Verder krijgen organisaties veel informatie tijdens bijeenkomsten en overlegmomenten. Dit is met name het geval als een organisatie en de provincie Flevoland samen aan een project werken. De geïnterviewde organisaties hebben een nauwe samenwerkingsrelatie met de provincie waardoor beide partijen elkaar goed op de hoogte houden. Soms, zoals in het geval van Connexxion, zijn zij gebonden aan contracten die verplichtingen bevatten over de mate van informatie-uitwisselingen.

5.5 Informatiebehoefte

Met behulp van de vragen van deel D werd geprobeerd inzicht te verkrijgen in de informatiebehoefte van de stakeholders.

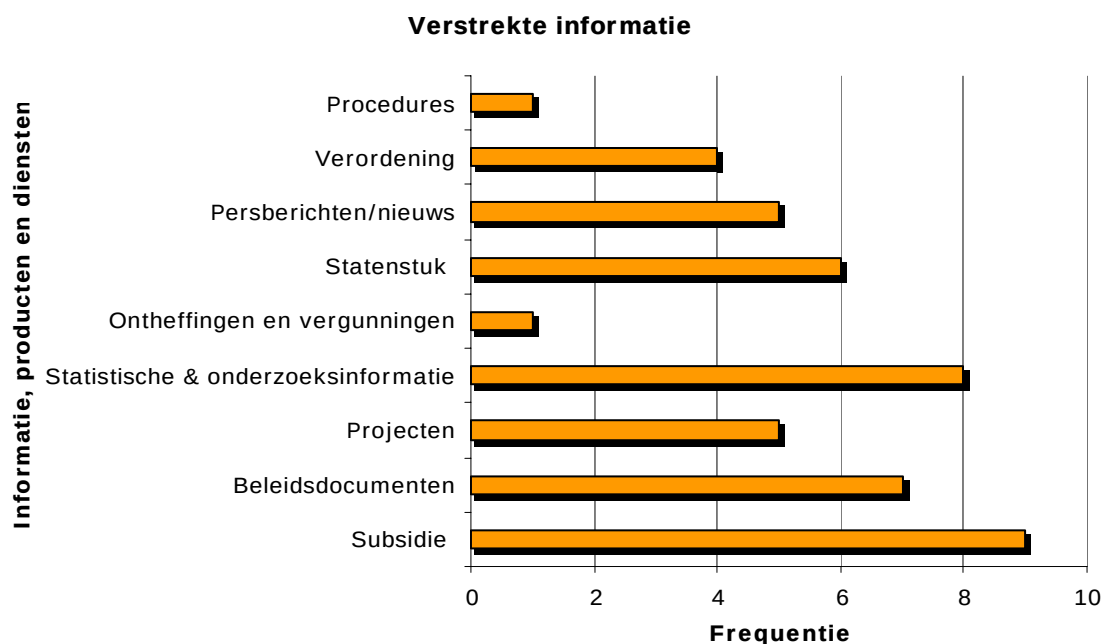
Algemene bevindingen

Organisaties verwachten een pro-actief informatiebeleid van de provincie. Bijvoorbeeld als subsidies beschikbaar zijn voor bepaalde projecten, wordt van de provincie verwacht dat zij de organisaties die daarvoor in aanmerking komen, ervan op de hoogte brengt.

Over het algemeen heeft de informatie die door de provincie wordt verstrekt aan de respondenten betrekking op de sector waarin de organisaties werkzaam zijn. Het Flevolands Bureau voor Toerisme (FBT) ontvangt bijvoorbeeld alle informatie die het onderwerp toerisme raken. Dit is voor alle respondenten van toepassing.

De gemeente Almere, de Kamer van Koophandel (KvK), Flevo-Landschap en de Christelijke Agrarische Hogeschool hebben nauwe samenwerkingsverbanden met de provincie en participeren in diverse projecten. Zij gaven aan dat de provincie veelal informatie verstrekt die specifiek en inhoudelijk van aard is. Dergelijke informatie heeft betrekking op lopende projecten, toelichting op regelingen en criteria. De betrokken organisaties krijgen deze informatie tijdens bijeenkomsten en overlegmomenten of via de telefoon.

Uit de interviews is tevens gebleken dat de respondenten behoefte hebben aan bepaalde standaardinformatie. Om een beeld te geven van de informatie waar het meeste behoefte aan is, werden alle soorten informatie die door de respondenten werden genoemd gecategoriseerd en opgeteld. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de soorten informatie die door de respondenten werden genoemd. Het aantal genoemde soorten informatie verschilde hierbij per respondent.



Figuur 5: frequentie verstreckte informatie per product

Uit de grafiek blijkt dat informatie over subsidie (9x), vastgesteld beleid zoals beleidsdocumenten en –stukken (7x) en statistieken & onderzoek (8x) het meest wordt verstreckt aan de respondenten. Bij subsidie moet worden gedacht aan regelingen, criteria en beschikbare financiële bijdrages. Verder is er behoefte aan statenstukken (6x) zoals GS-besluiten, verslagen van commissievergaderingen, etc. Daarnaast zijn organisaties geïnteresseerd in informatie over lopende of geplande projecten (5x), nieuws (5x), verordeningen en reglementen (4x), procedures (1x) en ontheffingen en vergunningen (1x).

Omdat elke organisatie een andere rol en verschillende verantwoordelijkheden heeft, heeft elke organisatie haar eigen specifieke wensen en behoeften met betrekking tot de informatievoorziening van de provincie. In bijlage 3 is een overzicht van de informatiebehoefte per organisatie te vinden.

5.6 Toegankelijkheid

Fysieke toegankelijkheid

Een eerste en ook noodzakelijke voorwaarde voor toegankelijkheid is de fysieke toegang tot informatie. De toegang tot een medium heeft betrekking op de fysieke toegang tot de juiste apparatuur. Wil iemand informatie opzoeken op internet, moet hij beschikken over een computer met internetaansluiting en over de nodige software. Ook de context speelt een rol bij de toegang tot een medium. Het is een belangrijk verschil als iemand directe toegang heeft of afhankelijk is van een computer op een andere werkplek van een collega.

Uit de interviews is gebleken dat alle organisaties beschikken over een internetaansluiting en dat alle medewerkers van de betrokken organisaties toegang

hebben tot een computer met internetaansluiting. De fysieke toegankelijkheid vormt dus geen belemmering in het gebruik van de website.

Vindbaarheid

Bij het online toegankelijk maken van informatie speelt vindbaarheid een rol. Vindbaarheid wordt gekenmerkt door een drietal aspecten:

- a. je moet weten dat de informatie bestaat,
- b. je moet weten waar, wanneer en hoe de informatie te vinden is, Het helpen zoeken naar overheidsinformatie is te beschouwen als een taak, die voortvloeit uit de plicht van de overheid om belanghebbenden en belangstellende burgers zoveel mogelijk te bereiken (zie ook artikel 8.2 Wet Openbaarheid van Bestuur).
- c. je moet je weg kunnen vinden in de informatie. Er bestaan al diverse zoekmachines die de zoektocht naar bepaalde informatie vergemakkelijken.

Over het algemeen is bij de geïnterviewden bekend welke informatie op de site te raadplegen is. Omdat elke organisatie alleen het deel van de site gebruikt dat voor hen relevante informatie bevat, weten zij niet welke informatie op andere delen van de site te vinden is.

De meerderheid van de organisaties gaf daarnaast te kennen dat het niet altijd duidelijk is waar de informatie op de site staat en hoe zij informatie op de site kunnen vinden. Velen vinden de vindbaarheid van de informatie voor verbetering vatbaar. De website is op dit moment organisatiegericht, d.w.z. dat de opbouw van de site een weerspiegeling is van de provinciale organisatie. Op een organisatiegerichte site is het voor de gebruiker erg moeilijk te achterhalen waar de juiste informatie staat. De gebruiker van de site moet zelf achterhalen bij welk organisatieonderdeel hij de gewenste informatie kan vinden (Leenes & Schaake, 2000). Dit vereist een goede kennis van de organisatie. Een veelgehoorde opmerking was dan ook dat men als gebruiker kennis van zaken moet hebben wat de provincie doet en hoe de structuur van de provincie in elkaar zit om de informatie te kunnen vinden.

‘Omdat medewerkers weten hoe internet en het provinciehuis werken, weten zij hoe zij de informatie op de site kunnen vinden.’

Daarnaast zijn de begrippen en de namen van onderwerpen voor velen nietszeggend. Het is onduidelijk welke informatie erachter te vinden is. Verder moet er te veel worden doorgeklikt en zijn de zoekmogelijkheden onduidelijk.

In veel gevallen wordt er gebruik gemaakt van de zoekmachine. Deze geeft echter niet altijd de juiste resultaten. Een goede zoekmachine zou wezenlijk bijdragen aan de verbetering van de vindbaarheid. Een geïnterviewde gaf aan dat de meest actuele resultaten als eerste te zien moeten zijn.

Uiteindelijk weet men bepaalde informatie ook te vinden, omdat men leert met de site te werken. Voor gebruikers die sporadisch de site bezoeken of voor mensen die voor het eerst op de site terecht komen, zal de vindbaarheid echter een grote belemmering blijven.

Drie geïnterviewden gaven aan dat zij weinig moeite hebben om de gewenste informatie te vinden. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat zij vaak gebruik maken van de website. De personen die moeite hebben met het vinden van informatie gaven aan minder frequent gebruik te maken van de site.

Met behulp van een kwantitatief onderzoek zou men kunnen nagaan of er een verband is tussen de mogelijkheid om informatie te kunnen vinden en de frequentie van het gebruik van de website.

Begrijpelijkheid van de inhoud

De overheid moet ervoor zorgdragen dat haar informatie toegankelijk, leesbaar en begrijpelijk is.

Over het algemeen wordt de inhoud van de website en alle informatie die daarop te vinden is als begrijpelijk, duidelijk en helder ervaren. Men is het echter met elkaar eens dat gebruikers thuis moeten zijn in het taalgebruik omdat het ambtelijke taal is. Voor buitenstaanders zal het moeilijk zijn om er iets van te begrijpen. Als de provincie de doorsnee burger wil bereiken, moet het taalgebruik veranderen en helder en toegankelijk moeten worden.

Een geïnterviewde merkte echter op:

‘Ambtelijke taal is inherent aan de organisatie, het is de tone-of-voice van de organisatie. Een ander taalgebruik zou niet passen bij het beeld dat mensen van de provincie hebben. Afhankelijk van het soort informatie zou er een tussenweg moeten worden gevonden.’

Het is dus van belang om de informatie op de site op de doelgroep af te stemmen.

Begrijpelijkheid van de presentatiewijze

De presentatiewijze kan invloed hebben op de geschiktheid van de informatie voor raadpleging. Dit is afhankelijk van:

- a. de vorm van toegang tot de informatie en het medium dat gebruikt wordt om de informatie te bereiken (zie ook ‘Toegang tot het medium’);
- b. de presentatievorm, de mens-machine interface, de opmaak, de stijl, etc.

De meerderheid vindt de presentatiewijze duidelijk. Het lettertype is groot genoeg en de internetsite is voldoende contrastrijk.

De overzichtelijkheid van waar de gebruiker zich bevindt op de internetsite is door het gebruik van verschillende kleuren voor elk onderdeel (Organisatie, Europa, etc.) goed.

Er was echter ook negatief commentaar op de internetsite. Zo wordt deze als erg saai en te vol ervaren. Voor één geïnterviewde was de saaiheid van de internetsite zelfs reden genoeg om er geen gebruik meer van te maken.

De website wordt ook als minder aantrekkelijk ervaren omdat hij traditioneel is en een standaard opbouw heeft. Ook qua vormgeving moet de site aantrekkelijker, inzichtelijker en interessanter worden. Dit kan worden bereikt door meer beeldmateriaal op de site te plaatsen, bijvoorbeeld foto's over Flevoland.

‘Ambtenaren en medewerkers van organisaties kijken er toch wel op vaak vanuit hun professie, maar de burger van Flevoland zal de site niet aantrekkelijk vinden.’

Één geïnterviewde vond dat de stukken tekst soms te lang zijn en dat het lijkt of de tekst niet geschreven is voor het web maar één op één overgezet is. De tekst op de website zou meer gestroomlijnd moeten zijn, meer tussenkoppen moeten bevatten, etc.

5.7 Informatiebehoefte internetsite

De vragen van deel F richtten zich specifiek op de elektronische dienstverlening van de provincie. Het eerste deel gaat over de tevredenheid van de stakeholders ten aanzien van de huidige elektronische dienstverlening. Daarna wordt ingegaan op het gebruik van de internetsite en de wensen en behoeften met betrekking tot het informatieaanbod van de internetsite.

Tevredenheid huidige elektronische dienstverlening

Vijf respondenten gaven aan tevreden te zijn met het informatieaanbod op de internetsite. Er is veel informatie op te vinden. De respondent van Flevo-Landschap merkte echter op, dat er veel informatie op staat die al bekend is bij de organisatie. Daarnaast zou het informatieaanbod uitgebreid moeten worden. Een andere respondent (Gemeente Almere) meende dat hij geen verwachtingen heeft betreffende het informatieaanbod, omdat zijn voorkeur uitgaat naar de telefoon.

Andere respondenten waren minder positief over het informatieaanbod. Zo maakt de respondent van Connexxion en het ROC weinig gebruik van de internetsite, omdat deze niet voldoet aan de informatiebehoefte. Het informatieaanbod is te aanbodgericht en bevat nauwelijks informatie die ook voor de burger interessant zou zijn en die laat zien wat er in Flevoland wordt aangeboden (CAH, FBT).

Gebruik internetsite

De respondenten raadplegen de internetsite voor diverse informatie. Veel informatie heeft betrekking op het werkveld waarin zij werkzaam zijn. Zo is Sport Service Flevoland vooral geïnteresseerd in ontwikkelingen op het gebied van sport en voor het Flevolands Bureau voor Toerisme is informatie over recreatie en toerisme van belang. De meeste informatie die op de internetsite wordt geraadpleegd heeft betrekking op subsidie (5x), gevolgd door verordeningen (4x), waaronder ook subsidieregelingen, en statenstukken. Daarnaast wordt algemene informatie (3x) over de provinciale organisatie, bijvoorbeeld contactgegevens, op de internetsite opgezocht. Verder wordt gebruik gemaakt van linken (3x), het archief (1x) de mogelijkheid om aanvraagformulieren te downloaden (1x) en wordt informatie opgezocht over nieuws (2x), kerncijfers (1x) en beleid (1).

De internetsite wordt door Omroep Flevoland en FlevoPost veelal gebruikt om algemene informatie of achtergrondinformatie over de provincie op te zoeken. FBT en FlevoPost raadplegen daarnaast actuele informatie op de site, bijvoorbeeld persberichten / nieuws, het Staten Informatie Systeem en zwemwaterinformatie. Als een aanbesteding eraan komt, gebruikt Connexxion de site voor het raadplegen van actuele informatie zoals GS-besluiten. Verder maakt de respondent weinig gebruik van de internetsite. Internet wordt niet als belangrijkste medium gezien om informatie uit te wisselen. Persoonlijk contact is belangrijker voor de samenwerking tussen Connexxion en de provincie.

Voor stukken van commissievergaderingen en aanvraagformulieren maakt FBT gebruik van de mogelijkheid om deze te downloaden omdat dit sneller en

toegankelijker is. Daarnaast is de organisatie niet afhankelijk van iemand die de gewenste informatie moet aanleveren.

De respondent van Axion maakt gebruik van de internetsite wanneer hij denkt dat er informatie op staat, waar hij iets aan heeft of wanneer hij iets kan vinden dat hij nodig heeft. Als hij gebruik maakt van internet, komt hij sneller aan informatie dan via andere media.

De internetsite van de provincie wordt door SSF en FBT ook als 'portaal' gebruikt. Zij maken gebruik van de linken naar websites van Europese, landelijke en Flevolandse instellingen en organisaties dus informatie van derden. De provinciale internetsite wijst hen op het bestaan van andere informatie.

De respondent van de gemeente Almere gebruikt de internetsite vaak om anderen te wijzen op het bestaan van bepaalde informatie en waar deze te vinden is. Informatie kan door het gebruik van internet makkelijk worden gedeeld met derden en op deze manier kan de informatie verder worden verspreid.

De respondenten hebben veel informatie in de vorm van rapporten en verslagen in hun bezit. Wanneer zij deze nodig hebben en er niet over beschikken doordat zij het verslag niet kunnen vinden of deze niet opgestuurd kregen, gaan de respondenten naar de internetsite om het betreffende verslag te downloaden. Indien bepaalde informatie zoals beleidsnota's en verslagen niet zou worden opgestuurd per post, zou de respondent van CAH deze opzoeken op de internetsite van de provincie. Hierbij merkte zij op:

'Het is even wennen, want voor het werk wordt er weinig gebruik gemaakt van internet.'

Er kan echter geconcludeerd worden dat de internetsite weinig wordt gebruikt door de respondenten.

Informatiebehoefte internetsite

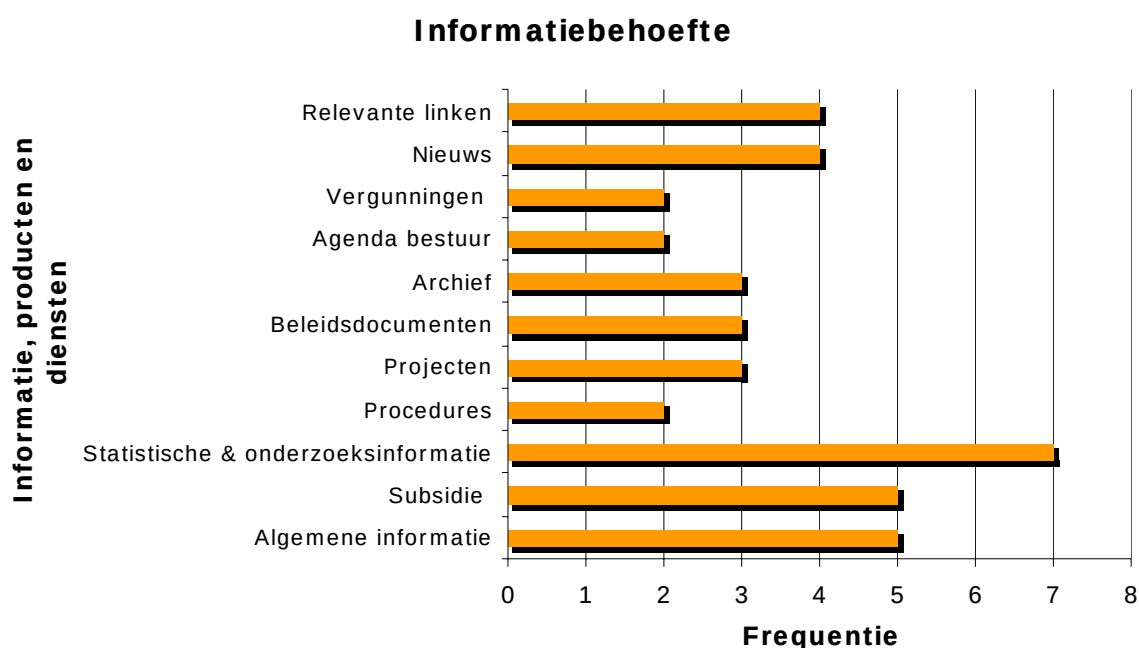
Ondanks het feit dat de provincie veel informatie via diverse kanalen aan organisaties verstrekt, blijkt er een duidelijke behoefte te zijn aan bepaalde informatie die via de internetsite zou moeten worden ontsloten. Aangegeven wordt dat er in ieder geval behoefte is aan informatie aangaande statistische & onderzoeksinformatie, subsidie en contactgegevens. Concreet zou het informatieaanbod van de huidige internetsite met de volgende informatie moeten worden uitgebreid:

Informatiesoort	Beschrijving
Algemene informatie	Adressen en telefoonnummers van provinciale medewerkers (smoelenboek), informatie over wie bij welke afdeling werkt, gedeputeerde en hun portefeuille en achtergrondinformatie over de provincie.
Subsidie	Onder subsidie vallen inhoudelijke regelingen, duidelijke criteria, Europese subsidies en gefinancierde projecten uit het verleden.
Statistische & onderzoeksinformatie	Hieronder vallen kerngegevens, demografische ontwikkelingen en woningbehoefte en onderzoeksgegevens.
Procedures	Ruimtelijke ordeningsprocedures (art. 19), aanvraagprocedures van producten en diensten

Projecten	Onder projecten vallen plannen en status van projecten, voortgang van projecten, projecten die in samenwerking met de provincie plaatsvinden, etc.
Publicaties	Tot de publicaties behoren onderzoeksrapporten, beleidsnota's, folders en brochures, maar ook beleidsdocumenten zoals beleidsstukken en –plannen. Voorbeelden van beleidsnota's zijn: BART, meerjaren uitvoeringsprogramma, omgevingsplan, nota landbouwbeleid, etc.
Archief	Oude, niet meer actuele informatie
Agenda bestuur	Hiertoe behoort agenda van staten en college, activiteiten van Commissaris van de koningin en gedeputeerden.
Ontheffingen en vergunningen	Milieuvergunningen, etc.
Nieuws	Persberichten en actuele informatie. Voorbeelden zijn (planning) wegwerkzaamheden, wegstremmingen, aanbestedingen, zwemwaterinformatie, etc. Kan ook beschikbaar worden gesteld in de vorm van een nieuwsbrief.
Linken	Linken naar bestuurlijke organisaties, landelijke en Flevolandse instellingen en organisaties, etc.

Tabel 9: Informatiebehoefte internetsite

Onderstaand figuur geeft aan hoe vaak deze soorten informatie door de verschillende respondenten is genoemd.



Figuur 6: frequentie informatiebehoefte m.b.t. de internetsite per soort informatie, product of dienst

Statistische en onderzoeksinformatie

Zoals uit de grafiek af te lezen valt, is er het meeste behoefte aan om statistische en onderzoeksinformatie via de internetsite te raadplegen. Met deze informatie kunnen de betreffende organisaties en instellingen hun eigen producten verbeteren, hun eigen beleid beter afstemmen op de behoeften van hun klanten of plannen opstellen.

Subsidie

De respondenten zijn erg geïnteresseerd in informatie over subsidie. Zij hebben vooral behoefte aan een overzicht van alle beschikbare subsidies. Daarnaast willen zij duidelijke informatie over inhoudelijke regelingen en selectiecriteria. Het moet voor geïnteresseerden makkelijker worden gemaakt om te achterhalen of men in aanmerking komt voor de betreffende subsidie. Dit is mogelijk door gebruik te maken van een beslisboom. De aanvrager wordt met behulp van gerichte vragen makkelijk en efficiënt door de aanvraag geleid. Enkele respondenten zouden het aanvragen van subsidie geheel elektronisch willen afhandelen. Dit levert gebruiksgemak en tijdbesparing op. Verder wil men graag weten wat de status van de ingediende aanvraag is. Dit zou ook via de internetsite inzichtelijk gemaakt moeten worden.

Algemene informatie

De respondenten willen graag contactgegevens zoals telefoonnummers en namen van medewerkers snel en makkelijk kunnen achterhalen, het liefst via de internetsite. Hierdoor kunnen zij snel en makkelijk de juiste provinciale medewerker benaderen.

Linken

De respondenten maken dankbaar gebruik van de linken die op de huidige internetsite staan. Graag zien zij een uitbreiding ervan, zodat zij nog beter op de hoogte zijn van instanties en organisaties die er zijn en hoe zij deze kunnen bereiken.

Nieuws

Men heeft veel interesse in nieuws en actuele informatie. De site zou uitgebreid nieuws moeten bevatten over diverse Flevolandse onderwerpen. Daarnaast is er interesse in een elektronische nieuwsbrief, waarvoor men zich kan opgeven.

Archief

De respondenten hebben behoefte aan een archief, waar zij oude informatie en artikelen kunnen raadplegen.

Publicaties

Respondenten hebben behoefte aan beleidsnota's, rapporten, folders en brochures. Zij willen deze producten kunnen downloaden van de internetsite. Over het algemeen heeft men dergelijke informatie in het bezit. Het gebeurt echter wel

eens dat men de betreffende informatie niet kan vinden of dat een rapport of folder bij een medewerker in de bureaulade is verdwenen. In een dergelijke situatie wil men de gewenste informatie snel op de internetsite kunnen opzoeken en downloaden of via internet kunnen aanvragen. De snelle en makkelijke beschikbaarheid levert tijdswinst op.

Wanneer deze producten op internet staan, kunnen respondenten ook anderen wijzen op het bestaan van deze informatie.

Verder willen respondenten graag een duidelijk overzicht van alle bestaande publicaties.

Projecten

Respondenten hebben behoefte aan informatie over de status, voortgang en plannen van projecten. Het gaat met name om projecten die de provincie uitvoert, wel of niet in samenwerking met diverse stakeholders. Men wil op deze manier op de hoogte blijven van ontwikkelingen.

Procedures

Men wil graag inzicht hebben in procedures zoals ruimtelijke ordeningsprocedures (art. 19) en aanvraagprocedures van producten en diensten. De respondent van OWF merkte op:

‘Er moet duidelijk worden gemaakt hoe lang iets duurt en hoe iets in elkaar zit.’

Dit geldt voor alle producten en diensten van de provincie, maar in het bijzonder voor subsidies en vergunningen.

Vergunningen en ontheffingen

De respondenten willen graag weten welke vergunningen en ontheffingen er zijn en welke voor hun van toepassing zijn. Voor de aanvraagprocedure is een beslisboom wenselijk. Bovendien wil men graag informatie over de status van de aanvraag via de internetsite kunnen raadplegen.

Agenda bestuur

Respondenten vinden het van belang om te weten wanneer belangrijke bestuursvergaderingen zijn zodat zij deze data kunnen vrijhouden. Zij willen betrokken zijn bij het politieke gebeuren. De agenda zou gekoppeld moeten worden aan verslagen of een weblog over de activiteiten van de bestuurders. Op deze manier komt de bezoeker van de internetsite, met name burgers, meer te weten over het werk van bestuurders. Ook de site wordt door toevoeging van deze informatie interessanter.

5.8 Extra internetdiensten

Transactie

De geïnterviewden staan erg positief tegenover het verrichten van transacties via de elektronische snelweg. Door het invullen en verzenden van elektronische formulieren zouden aanvragen efficiënter en sneller afgehandeld kunnen worden. Het is echter afhankelijk van de organisatie of zij gebruik van deze mogelijkheid

zullen maken. Een aantal organisaties heeft er geen baat bij en zal er ook geen gebruik van maken, omdat er geen zaken zijn die regelmatig terugkeren of die geschikt zouden kunnen zijn voor elektronische verwerking.

Velen vonden het aanvragen van subsidies uitermate geschikt voor elektronische transactiemogelijkheden. Een enkeling maakte daar nu al veel gebruik van. Bij het aanvragen van subsidie met behulp van een elektronisch formulier, kan de aanvrager nadrukkelijker op regelingen, voorwaarden en valkuilen worden gewezen. Hij kan stap voor stap door de subsidieaanvraag worden geleid door op het juiste antwoord te klikken of gegevens in te vullen en kan meteen zien of hij in aanmerking komt voor de betreffende subsidie. Nu moeten aanvragers zelf de voorwaarden doorlezen en zelf concluderen of zij wel of niet in aanmerking komen. Als beperking wordt de digitale handtekening gezien. Niet elke organisatie beschikt over de mogelijkheden om handtekeningen in te scannen die gebruikt kunnen worden voor elektronische formulieren.

De organisaties stellen echter een aantal voorwaarden aan het gebruik van elektronische formulieren en aanvragen. Ten eerste moet het hele aanvraag- en verwerkingstraject via internet afgehandeld moeten worden. Zo meende een geïnterviewde:

'Als het moet worden uitgeprint om het alsnog via de reguliere kanalen in te dienen, heeft het geen toegevoegde waarde.'

Het verzonden elektronische formulier zou meteen moeten worden verwerkt en er zou een ontvangstbevestiging moeten worden verstuurd.

Ten tweede moet het formulier in een versie te downloaden zijn die voor iedereen te openen en te gebruiken is. Organisaties zitten er niet op te wachten om elk jaar hun programma's te upgraden.

Daarnaast moet het mogelijk zijn om een formulier dat tot de helft is ingevuld, op te slaan om er later mee verder te kunnen werken.

Portal

Een grote meerderheid gaf aan, voorstander te zijn van een portal. Een portal zou een optimale manier zijn om de hoeveelheid informatie die betrekking heeft op Flevoland, te ontsluiten. Opvallend was dat de meeste geïnterviewden voornamelijk de burger als primaire doelgroep voor een portal beschouwden en in mindere mate de eigen organisatie. Veel organisaties gaven echter te kennen veel gebruik te maken van de links die nu op de provinciale site staan. Één geïnterviewde zou zelfs meer gebruik maken van de site als deze meer links zou bevatten.

Een veelgenoemd argument is dat www.flevoland.nl voor veel mensen een beginpunt is voor hun zoektocht naar informatie over Flevoland. Zij krijgen nu beleidsstukken en informatie over de provinciale organisatie te zien; informatie waar velen niet in geïnteresseerd zullen zijn. Wat wel interessant is voor burgers en ondernemers is informatie over wonen, werken, recreëren en ondernemen, maar ook over natuur, milieu, gemeenten en waterschappen. Kortom allerlei informatie over zaken waar de burger belang bij heeft. Mensen van buiten en binnen Flevoland moet duidelijk worden gemaakt wat er te doen is in Flevoland en waar zij voor bepaalde dingen terecht kunnen.

Voor een ondernemer zou het interessant zijn als hij op het onderdeel 'ondernemen' klikt dat een één loket-functie heeft, waar hij alle informatie vindt die

hij nodig heeft. Het betreft dan informatie over de provincie, gemeenten, Syntens, Kamer van Koophandel, etc.

'De provincie is een intermediair en om deze functie goed te vervullen, kan zij doorlinken naar bepaalde informatie.'

Daarnaast zouden de relaties van organisaties in Flevoland die zich bezig houden met het uitvoeren van beleid, meer aan het licht gebracht kunnen worden en zou er meer aandacht besteed kunnen worden aan projecten die plaatsvinden.

Er werden echter ook bedenkingen geuit. Het is de vraag of een portal tot de verantwoordelijkheden van de provincie behoort. Er moet goed worden gekeken of de activiteiten betrekking hebben op de beleidsterreinen van de provincie.

'Zo is het Flevolandse Bureau voor Toerisme (FBT) verantwoordelijk voor toeristische informatie. De taak van de provincie bestaat uit het creëren van randvoorwaarden die het voor het FBT mogelijk moeten maken om de betreffende informatie te ontsluiten. Hetzelfde geldt voor het vervoer. De provincie moet geen vertrektijden op de site plaatsen maar wel duidelijk maken welke rol zij heeft met betrekking tot het streekvervoer.'

Aangezien het voor de provincie onmogelijk is om alle informatie die betrekking heeft op Flevoland op de site te zetten, zou een site die links bevat naar relevante informatie uitkomst kunnen bieden. Op deze manier is het mogelijk om de bezoeker uitgebreide informatie aan te bieden die up-to-date is.

Extranet

De meeste respondenten gaven als antwoord op de vraag of zij behoefte hebben aan een extranet, dat zij niet weten waarvoor zij het zouden kunnen gebruiken. Daarnaast werd ook geantwoord dat er weinig stukken worden uitgewisseld waardoor een extranet niet interessant is en dat e-mail voor dergelijke zaken prima werkt. Daardoor heeft een extranet geen toegevoegde waarde voor hun. Niet iedereen staat er echter afwijzend tegenover. De respondent van FBT gaf aan dat zijn organisatie samen met de provincie er mee bezig is om een dergelijke applicatie op te zetten. De respondent van SSF gaf aan er geïnteresseerd in te zijn. Er worden nu veel stukken ontvangen en verstuurd per e-mail. Het gaat hierbij om 1 á 2 rapporten per maand. De respondent merkte op dat een extranet misschien voor medewerkers van de provincie handig en een efficiënte manier van werken zou zijn. Daarnaast zou beter gewerkt kunnen worden met verschillende versies van documenten.

Hoofdstuk 6

Conclusie

In dit hoofdstuk wordt getracht op basis van de onderzoeksresultaten de probleemstelling van dit onderzoek te beantwoorden. De probleemstelling luidt als volgt:

Hoe kan de Provincie Flevoland haar elektronische dienstverlening laten aansluiten op de wensen en behoeften van haar stakeholders?

Dit onderzoek had tot doel inzicht te verschaffen in de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie Flevoland t.a.v. de elektronische dienstverlening. Met betrekking tot de wensen en behoeften van de stakeholders lag de nadruk op de informatiebehoefte en de keuze en het gebruik van het medium internet, in dit geval de internetsite van de provincie Flevoland.

Door het informatieaanbod, producten en diensten af te stemmen op de wensen en behoeften van de stakeholders, kan de provincie Flevoland de kwaliteit van haar elektronische dienstverlening verbeteren.

Tot de stakeholders van de provincie behoren diverse doelgroepen: de eigen medewerkers, burgers, media, instellingen, bedrijven en mede-overheden. Aangezien bijna negentig procent van de dienstverlening van de provincie zich richt op bedrijven, instellingen en mede-overheden is ervoor gekozen om alleen deze groep en media te betrekken bij dit onderzoek. Indien er dus sprake is van stakeholders worden in dit onderzoek deze drie doelgroepen bedoeld.

In dit hoofdstuk komt eerst de samenvatting en de interpretatie van de resultaten (§ 6.1) aan bod waarbij de onderzoeksvragen achtereenvolgens worden beantwoord. Daarbij zal soms ter verduidelijking van en als aanvulling op de resultaten worden ingegaan op relevante wetenschappelijke literatuur en onderzoeksresultaten.

In § 6.2 wordt met behulp van de verkregen onderzoeksresultaten een antwoord gegeven op de probleemstelling.

6.1 Samenvatting en interpretatie van de resultaten

6.1.1 Onderzoeksvraag 1: Welke informatie verstrekt de provincie aan welke stakeholders? In welke vorm en met welke frequentie verstrekt de provincie deze informatie?

De provincie is actief op verschillende beleidssectoren en heeft daardoor te maken met organisaties en instellingen die uiteenlopende informatiebehoeftes hebben. De informatie die de provincie verstrekt aan de ondervraagde instellingen, mede-overheden en bedrijven is dien ten gevolge erg divers en verschilt per doelgroep. De frequentie waarmee de provincie informatie verstrekt, verschilt per doelgroep.

Over het algemeen heeft de informatie die door de provincie wordt verstrekt aan de respondenten betrekking op de sector of het werkveld waarin de organisatie werkzaam is. De provincie verstrekt informatie die specifiek en inhoudelijk van aard is aan organisaties, waarmee zij nauwe samenwerkingsverbanden heeft en die participeren in een project. Dergelijke informatie heeft betrekking op lopende projecten, toelichting op regelingen en criteria. De betrokken organisaties krijgen deze informatie tijdens bijeenkomsten en overlegmomenten of via de telefoon. Deze bevindingen komen overeen met de onderzoeksresultaten van Rice (1993). Hij onderzocht de geschiktheid van communicatiemediën (face to face, telefoon, vergadering, desktop video, voicemail, tekst en e-mail) voor de volgende activiteiten: uitwisselen van informatie, onderhandelen, iemand leren kennen, vragen stellen, contact houden, uitwisselen van tijdelijke informatie, ideeën ontwikkelen, conflicten oplossen, vormen van besluiten en vertrouwelijke informatie uitwisselen. Voor complexe taken als het vormen van besluiten, onderhandelen, conflicten oplossen en uitwisselen van vertrouwelijke informatie wordt eerder gebruik gemaakt van face-to-face communicatie en de telefoon dan van online media. Bij de genoemde taken gaat het om activiteiten die vaak voorkomen tijdens projecten.

De frequentie van het verstrekken of uitwisselen van inhoudelijke informatie aan organisaties die participeren in projecten van de provincie is afhankelijk van de projecten zelf. Media hebben belang bij actuele en specifieke informatie, waardoor zij dagelijks contact hebben met provinciale medewerkers.

Naast inhoudelijke en specifieke informatie verstrekt de provincie veel informatie over subsidies, vastgesteld beleid en statistieken & onderzoek (zie ook tabel 10). Bij subsidie moet worden gedacht aan regelingen, criteria en beschikbare financiële bijdrages. Verder is er behoefte aan statenstukken zoals GS-besluiten, verslagen van commissievergaderingen, etc. Daarnaast zijn organisaties geïnteresseerd in informatie over lopende of geplande projecten, nieuws, verordeningen en reglementen, procedures en ontheffingen en vergunningen.

De stakeholders waarderen het dat de provincie deze informatie op een pro-actieve manier verstrekt. De informatie wordt verstrekt in de vorm van gedrukte media (verslagen en rapporten), brieven, e-mail, persberichten en internet.

Informatie	Frequentie	Vorm
Procedures	1	Telefoon; internetsite
Verordeningen	4	Fax; internetsite
Persberichten / nieuws	5	Internetsite
Statenstukken	6	Internetsite
Ontheffingen & vergunningen	1	Internetsite
Statistische en onderzoeksinformatie	8	Internetsite, gedrukte media, e-mail
Projecten	5	Overleggen en bijeenkomsten (face-to-face communicatie)
Beleidsinformatie	7	Gedrukte media; e-mail; internetsite
Subsidie	9	Internetsite
Algemene informatie	3	Internetsite

Tabel 10.: overzicht verstrekte informatie per frequentie en vorm (medium)

6.1.2 Onderzoeksvraag 2: Voldoet het huidige aanbod van informatie en de huidige elektronische dienstverlening aan de wensen en behoeften van de stakeholders?

Alle geïnterviewden zijn positief over de informatievoorziening en de dienstverlening van de provincie Flevoland, omdat zij veel gewenste informatie opgestuurd krijgen zonder dat zij er om hoeven te vragen. Indien zij andersoortige of specifieke informatie nodig hebben, nemen zij zelf contact op met een provinciale medewerker. De respondenten gaven aan altijd bij iemand van de provincie terecht te kunnen met vragen.

Er zit echter een nadeel aan de informatievoorziening van de provincie. Deze is erg aanbodgericht waardoor de organisaties veel overbodige informatie ontvangen. Voor de respondenten is dit echter een acceptabele bijkomstigheid.

Uit de interviewresultaten blijkt dat het aanbod van informatie via de traditionele media niet voldoende is. De respondenten zijn bekend met de voordelen die internettechnologie met zich meebrengt, bijvoorbeeld onafhankelijk van tijd, plaats en personen toegang hebben tot bepaalde informatie en het geheel afhandelen van een dienst via internet. Daardoor hebben zij bepaalde verwachtingen en behoeften ten opzichte van de elektronische dienstverlening van de provincie. De respondenten willen informatie niet alleen op papier, maar ook digitaal ter beschikking hebben.

Daarnaast willen zij beschikken over informatie wanneer het hun uitkomt en niet afhankelijk zijn van medewerkers van de provincie. Door de inzet van internettechnologie kan aan deze wensen en behoeften tegemoet worden

gekomen, mits het informatieaanbod afgestemd is op de informatiebehoefte van de doelgroepen van de provincie.

Met de huidige elektronische dienstverlening is dit echter niet het geval. Het informatieaanbod van de internetsite sluit niet goed aan bij de wensen en behoeften van de gebruiker. Dit is voor veel organisaties een reden om geen gebruik te maken van de internetsite van de provincie.

Er kan geconcludeerd worden dat zowel het informatieaanbod via traditionele kanalen als ook de elektronische dienstverlening te aanbodgericht is en onvoldoende aansluit op de wensen en behoeften van de doelgroepen van de provincie.

In de volgende paragraaf komen wensen aan bod betreffende producten en diensten die via internetsite zouden moeten worden ontsloten.

6.1.3 Onderzoeksvraag 3: Welke informatie verwachten de stakeholders van de provincie? Welke informatie zou via de internetsite moeten worden ontsloten?

Organisaties verwachten een pro-actief informatiebeleid van de provincie. De provincie voldoet in grote mate aan deze wens, doordat zij veel informatie opstuurt zonder dat organisaties erom hoeven te vragen.

Over het algemeen zijn organisaties geïnteresseerd in informatie die te maken heeft met hun werkveld, bijvoorbeeld zorg en welzijn, natuur en landschap of vervoer. Om aan deze informatiebehoefte te voldoen zou de informatie die vanuit de provincie wordt verstrekt, per beleidsthema moeten worden aangeboden. Dit heeft ook consequenties voor het aanbod van informatie, producten en diensten op de internetsite. Door informatie die behoort bij een bepaald beleidsthema op één plaats aan te bieden, kunnen geïnteresseerden snel en gemakkelijk de gewenste informatie verkrijgen.

Uit de bevindingen van dit onderzoek blijkt dat de dienstverlening via de traditionele kanalen niet voldoende is. Ondanks het feit dat de provincie veel informatie via diverse kanalen aan organisaties verstrekt, blijkt er een duidelijke behoefte te zijn aan bepaalde informatie die via de internetsite zou moeten worden ontsloten. Aangegeven wordt dat er behoefte is aan informatie aangaande kerngegevens (statistische en onderzoeksinformatie), subsidie en contactgegevens (algemene informatie).

Daarnaast willen zij op de internetsite informatie kunnen raadplegen over procedures en de status van plannen en projecten. Dergelijke informatie staat niet op de internetsite terwijl er grote behoefte aan is.

Verder is er behoefte aan diensten en producten als ontheffingen en vergunningen en een archief. De respondenten willen graag weten welke vergunningen en ontheffingen er zijn en welke voor hun van toepassing zijn. Voor de aanvraagprocedure is een beslisboom wenselijk. Bovendien wil men graag informatie over de status van de aanvraag via de internetsite kunnen raadplegen.

Informatie, producten en diensten	Frequentie
Algemene informatie	5
Subsidie	5
Statistische & onderzoeksinformatie	7
Procedures	2
Projecten	3
Publicaties	3
Archief	3
Agenda bestuur	2
Ontheffingen en vergunningen	2
Nieuws	4
Linken	4

Tabel 11: overzicht informatiebehoefte t.a.v. de internetsite

De respondenten verwachten daarnaast een hoger dienstverleningsniveau. Zo moet het mogelijk zijn om diverse publicaties zoals verslagen, rapporten, folders, brochures en formulieren voor het aanvragen van een product of dienst te downloaden of aanvragen via de internetsite. Ten slotte willen respondenten inzicht hebben in welke informatie en documenten er zijn.

6.1.4 **Onderzoeksvraag 4: Welke behoefte hebben stakeholders aan extra elektronische diensten zoals een extranet, transactie via internet en een gezamenlijke, regionaal portaal en op welke manier?**

Portal

Gezien het grote aantal respondenten dat pleit voor een Flevolands portal op internet, kan geconcludeerd worden dat er grote behoefte is aan een portal. Het wordt gezien als de optimale manier om de hoeveelheid informatie over Flevoland te ontsluiten.

Ondanks het feit dat veel organisaties gebruik zouden maken van een portal, zien de meeste respondenten de burger als primaire doelgroep van de portal. Deze zou informatie moeten bieden over wonen, werken, recreëren en ondernemen, maar ook over natuur, milieu, gemeenten en waterschappen. Kortom, allerlei zaken waar de burger belang bij heeft en in geïnteresseerd is. Dit geldt voor zowel inwoners van Flevoland als ook burgers van buiten Flevoland. Mensen van binnen en buiten Flevoland zouden de portal moeten gebruiken voor het vergaren van informatie over wat er te doen is in Flevoland en waar zij voor bepaalde zaken terecht kunnen. De huidige internetsite biedt nauwelijks dergelijke informatie voor burgers. En dat terwijl voor veel mensen www.flevoland.nl het beginpunt zal zijn voor hun zoektocht naar informatie over de jongste provincie van Nederland.

Aangezien het voor de provincie onmogelijk is om alle informatie die betrekking heeft op Flevoland op de site te zetten, zou een site die links bevat naar relevante

informatie uitkomst kunnen bieden. Op deze manier is het mogelijk om de bezoeker uitgebreide informatie aan te bieden die up-to-date is.

Transacties

De geïnterviewden staan erg positief tegenover het verrichten van transacties via internet. Het is echter afhankelijk van de organisatie of zij daar gebruik van zal maken. Een aantal organisaties heeft er geen baat bij en zal er ook geen gebruik van maken omdat er geen zaken zijn die regelmatig terugkeren of die geschikt zouden kunnen zijn voor elektronische verwerking.

Velen vonden het aanvragen van subsidies uitermate geschikt voor elektronische transactiemogelijkheden. Een enkeling maakte daar nu al veel gebruik van. Bij het aanvragen van subsidie met behulp van een elektronisch formulier, kan de aanvrager nadrukkelijker op regelingen, voorwaarden en valkuilen worden gewezen. Hij kan stap voor stap door de subsidieaanvraag worden geleid door op het juiste antwoord te klikken of gegevens in te vullen en kan meteen zien of hij in aanmerking komt voor de betreffende subsidie. Nu moeten aanvragers zelf de voorwaarden doorlezen en zelf concluderen of zij wel of niet in aanmerking komen.

Als beperking wordt de digitale handtekening gezien. Niet elke organisatie beschikt over de mogelijkheden om handtekeningen in te scannen die gebruikt kunnen worden voor elektronische formulieren.

De organisaties stellen echter een aantal voorwaarden aan het gebruik van elektronische formulieren en aanvragen. Ten eerste moet het hele aanvraag- en verwerkingstraject via de elektronische snelweg afgehandeld moeten worden. Zo meende een geïnterviewde:

'Als het moet worden uitgeprint om het alsnog via de reguliere kanalen in te dienen, heeft het geen toegevoegde waarde.'

Het verzonden elektronische formulier zou meteen moeten worden verwerkt en er zou een ontvangstbevestiging moeten worden verstuurd.

Ten tweede moet het formulier in een versie te downloaden zijn die voor iedereen te openen en te gebruiken is. Organisaties zitten er niet op te wachten om elk jaar hun programma's te upgraden.

Daarnaast moet het mogelijk zijn om een formulier dat tot de helft is ingevuld, op te slaan om er later mee verder te kunnen werken.

Door het invullen en verzenden van elektronische formulieren zouden aanvragen efficiënter en sneller afgehandeld kunnen worden, mits natuurlijk de backoffice aangepast is aan het interactieve werkproces.

Extranet

Met uitzondering van SSF en FBT gaven alle respondenten te kennen geen behoefte te hebben aan een extranet. Zij gebruiken e-mail als er stukken moeten worden uitgewisseld. Daarnaast weten zij niet waarvoor zij een extranet zouden kunnen gebruiken.

6.1.5 Onderzoeksvraag 5: Welk medium kiezen stakeholders voor welk soort informatie of voor welke taak en welke factoren spelen hierbij een rol?

Respondenten kiezen in eerste instantie de gedrukte media (verslagen en rapporten) om de benodigde informatie te raadplegen. Indien de respondenten de verslagen of rapporten niet ter beschikking of bij de hand hebben, zoeken zij de betreffende informatie op de internetsite op en downloaden deze als dit mogelijk is. Op deze manier komen zij snel en gemakkelijk aan de gewenste informatie.

Er werden een aantal redenen genoemd die de voorkeur voor gedrukte media verklaren. Ten eerste wordt het als niet prettig ervaren om lange teksten op het beeldscherm te moeten lezen. Digitale documenten worden vaak uitgeprint omdat lezen vanaf papier makkelijker is dan van het scherm. Ten tweede kunnen op papieren versies aantekeningen worden gemaakt. Ten slotte gaf men aan dat papieren rapporten en verslagen handiger zijn als naslagwerk, omdat deze makkelijker bewaard en gearhiveerd kunnen worden.

In dit geval zou de internetsite uitkomst bieden. In plaats van informatie alleen via e-mail te versturen of als aanvulling erop, zouden rapporten en verslagen meteen op internet moeten worden geplaatst. Op deze manier hebben organisaties te allen tijde toegang tot de gewenste informatie. Een voorwaarde is echter dat de informatie op de internetsite in grote mate toegankelijk is voor de bezoeker. In hoofdstuk 8 worden aanbevelingen gedaan voor de inrichting van de internetsite, zodat deze zo toegankelijk mogelijk is.

Naast de mogelijkheid om documenten te downloaden bestaat ook de wens om de hard copy van een document te kunnen blijven aanvragen bij de betreffende afdeling. De distributie van producten en diensten moet zich niet beperken tot één kanaal, bijvoorbeeld internet, maar moet via meerdere kanalen plaatsvinden.

Brieven

Brieven worden gebruikt voor officiële en formele zaken. Zolang het noodzakelijk is om documenten met handtekening en stempel uit te wisselen, zal gebruik worden gemaakt van dit medium.

Telefoon

Voor het verkrijgen van specifieke en inhoudelijke informatie (unieke informatie) kiezen organisatiemedewerkers voor de telefoon. Het gaat hierbij om het krijgen van een antwoord op een vraag of de mening of het standpunt van de provincie over een bepaald onderwerp. De voorkeur gaat uit naar de telefoon omdat respondenten de gewenste informatie sneller verkrijgen en een concreet antwoord krijgen op hun vraag.

De respondent wil niet alleen snel maar ook makkelijk aan de gewenste informatie komen. Zij willen niet lang hoeven zoeken. Gebruiksgemak is dus ook van belang voor een kwalitatief goede elektronische dienstverlening. Wil de provincie de kwaliteit van haar dienstverlening verbeteren, moet de informatie makkelijk en snel vindbaar zijn op de internetsite. Daarnaast moet duidelijk gemaakt worden welke

informatie de bezoeker wel en niet kan vinden op de internetsite. Daardoor wordt de bezoeker onnodig zoeken bespaard.

Naast de snelheid van het verkrijgen van de gewenste informatie, concreetheid van de informatie en gebruiksgemak kwam een andere factoren naar voren die bepalend blijkt te zijn voor het gebruik van en de keuze voor de telefoon, namelijk gewenning en gewoontes betreffende het gebruik van de telefoon. Deze factor is terug te vinden in de social influence theorie. Volgens deze theorie hebben gewoontes en gewenning een sterke invloed op het gebruik van een medium. Iemand die gewend is om voor bepaalde zaken de telefoon te gebruiken, zal minder snel een ander medium kiezen (Fulk e.a., 1990; Bouwman, 1991).

Uit de onderzoeksresultaten is tevens gebleken dat zowel medewerkers van de provincie als ook medewerkers van de betrokken organisaties het belangrijk vinden om persoonlijke contacten te onderhouden. Daarvoor maken zij eerder gebruik van de telefoon om de persoon die de gewenste informatie kan verstrekken persoonlijk te kunnen spreken dan van media als internet en e-mail.

Deze bevindingen komen overeen met de onderzoeksresultaten van Rice (1993). De telefoon werd het meest geschikt bevonden voor het onderhouden van contact en het uitwisselen van tijdelijke informatie omdat asynchrone communicatie over lange afstanden mogelijk is. Ook uit ander onderzoek blijkt dat e-mail, face to face communicatie en de telefoon worden gebruikt voor het onderhouden van relaties (Flanagin & Metzger, 2001). In hoeverre de geschiktheid van het medium voor deze taak een rol speelt is niet onderzocht in dit onderzoek. Daardoor kunnen er geen uitspraken worden gedaan die het gebruik van de telefoon voor het onderhouden van contacten kunnen verklaren.

Een mogelijke verklaring voor de voorkeur van de respondenten om de telefoon te gebruiken voor het onderhouden van persoonlijke contacten, kan worden gevonden met behulp van de media richness theorie. Volgens deze theorie is de telefoon een rijk medium omdat het hoog scoort als het gaat om communicatiecapaciteiten.

Als nadeel van de telefoon wordt ervaren dat de betreffende persoon die men telefonisch wil spreken, niet altijd bereikbaar is. Aan de keuze en gebruik van de telefoon zijn verwachtingen verbonden. Men wil snel informatie krijgen van een bepaalde persoon. Er wordt gekozen voor de telefoon omdat men weet dat de gewenste informatie snel te verkrijgen is. Indien men de informatie niet krijgt omdat de betreffende persoon niet te bereiken is, wordt er aan het gebruik van de telefoon negatieve associaties verbonden. Daarnaast is het niet altijd duidelijk bij wie men telefonisch terecht kan voor bepaalde informatie. Door gebruik te maken van internet kan de gewenste informatie sneller geraadpleegd worden.

E-mail

E-mail wordt voornamelijk gebruikt om elkaar op de hoogte te houden of om antwoord te krijgen op een vraag. E-mail wordt tevens gebruikt voor het opsturen van rapporten en verslagen. De e-mail heeft als voordeel dat de zender van de informatie of boodschap gericht een bepaalde persoon kan benaderen (Van de Wijngaert, 1999). Uit het onderzoek is helaas niet gebleken of dit de reden is dat organisaties gebruik maken van dit medium.

Face-to-face communicatie

Face-to-face communicatie (bijeenkomsten en overlegmomenten) wordt met name gebruikt om specifieke en inhoudelijke informatie uit te wisselen. Het gaat hierbij om complexe informatie waarvoor een rijk medium vereist is.

Internetsite

De internetsite wordt gebruikt om algemene informatie of achtergrondinformatie over de provincie op te zoeken. Daarnaast wordt op de internetsite actuele informatie, zoals persberichten / nieuws, het Staten Informatie Systeem en zwemwaterinformatie, geraadpleegd. Internet wordt niet als belangrijkste medium gezien om informatie uit te wisselen of te verkrijgen. Daarnaast is persoonlijk contact belangrijk voor de samenwerking tussen de doelgroepen en de provincie. Hiervoor is internet minder geschikt dan face-to-face communicatie en de telefoon. Hieruit blijkt dat de prioriteit van motieven die leiden tot de keuze of gebruik van een medium van belang is. Iemand kan nieuwe media uitermate geschikt vinden om bijvoorbeeld informatie uit te wisselen. Zodra echter andere belangen in het spel zijn, zoals contacten onderhouden, wordt er gekozen voor een ander medium. De prioriteit verschilt per organisatie of persoon.

Indien het mogelijk is worden documenten gedownload van de internetsite omdat dit sneller en toegankelijker is dan via andere media. Daarnaast is de organisatie niet afhankelijk van iemand die de gewenste informatie moet aanleveren.

Een andere reden om gebruik te maken van de internetsite is dat informatie makkelijk kan worden gedeeld met derden en verder worden verspreid. De provincie kan daardoor meer mensen bereiken met haar dienstverlening.

Medium	Soort informatie of taak	Argumenten voor of tegen keuze en gebruik medium
Brief	Voor officiële en formele zaken	• Handtekening en stempel garanderen authenticiteit
Telefoon	Voor het verkrijgen van specifieke en inhoudelijke informatie, bijv. het antwoord op een vraag (unieke informatie) Onderhouden van contacten	<i>Voor:</i> • Informatie wordt snel verkregen • Concreetheid van de informatie • Gebruiksgemak • Gewenning en gewoontes <i>Tegen:</i> • Persoon die wordt gebeld is niet altijd bereikbaar • Geen duidelijkheid over bij wie men telefonisch terecht kan
E-mail	Elkaar op de hoogte houden Antwoord krijgen op een vraag Opsturen van rapporten en verslagen	-
Face-to-face	Uitwisselen van specifieke en inhoudelijke informatie	-
Internetsite	Verkrijgen van algemene informatie en achtergrondinformatie Verkrijgen van actuele informatie Documenten downloaden	• Snelheid van het verkrijgen van informatie • Toegankelijk medium • Niet afhankelijk van personen • Informatie kan makkelijk worden verspreid en gedeeld met derden

Tabel 12: overzicht gebruik per medium en beargumentatie mediagebruik en –keuze

6.1.6 Onderzoeksvraag 6: In welke mate wordt het succes van de provinciale internetsite bepaald door de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt, en de toegankelijkheid van het medium?

Afstemming informatie en mogelijkheden medium

Uit de bevindingen van de interviews is gebleken dat de meerderheid van de respondenten weinig gebruik maakt van de internetsite van de provincie. Hiervoor zijn verschillende oorzaken aan te wijzen. Één daarvan heeft te maken met de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt. Volgens Van Dijk (2001) hebben media bepaalde mogelijkheden en beperkingen, ook wel communicatiecapaciteiten genoemd. Oude en nieuwe media kunnen op de volgende acht communicatiecapaciteiten met elkaar worden vergeleken: snelheid, bereik, opslagcapaciteit, nauwkeurigheid, selectiviteit, interactiviteit, stimulusrijkdom, complexiteit en privacybescherming.

De snelheid waarmee over grote afstanden gecommuniceerd kan worden is een van de sterkste eigenschappen van de nieuw media. Voor enkele respondenten is

dit een reden om gebruik te maken van de internetsite. Zij kunnen op deze manier snel en makkelijk de gewenste informatie verkrijgen. De telefoon ook deze capaciteit. Dit is terug te zien in de onderzoeksresultaten. De meerderheid van de respondenten gebruikt de telefoon als zij snel in het bezit willen komen van bepaalde informatie. Het voordeel van de internetsite tegenover de telefoon is dat respondenten niet afhankelijk zijn van openingstijden of medewerkers om informatie te verkrijgen of transacties te verrichten.

Het bereik van nieuwe media is ook groot. Zoals uit het onderzoek is gebleken beschikken alle respondenten over een pc met internetaansluiting. Ook onder burgers is het aantal personen dat thuis beschikt over een internetaansluiting erg hoog. Uit het onderzoek is gebleken dat enkele respondenten anderen wijzen op informatie die op de internetsite staat. Dankzij deze eigenschap van internet kunnen meer mensen beschikken over informatie van de provincie.

Een ander sterk punt van nieuwe media zoals internet is de opslagcapaciteit. In digitale media kan, dankzij de grote opslagcapaciteit van nieuwe media, veel meer inhoud worden opgeslagen dan in gedrukte media. Indien de grote hoeveelheid informatie op de internetsite makkelijk vindbaar is, zullen meer mensen de internetsite als een soort naslagwerk gebruiken om de gewenste informatie te verkrijgen.

De informatievoorziening en dienstverlening via internet heeft echter ook beperkingen. Uit het onderzoek is gebleken dat er behoefte is aan specifieke en inhoudelijke informatie. Dergelijke informatie kan niet worden verspreid via de internetsite. Volgens de media richness theorie zijn face-to-face communicatie en de telefoon veel beter in staat complexe en inhoudelijke informatie over te brengen omdat, deze media grotere communicatiecapaciteiten hebben. Volgens Van Dijk (2001) gaat het hierbij om interactiviteit, stimulusrijkdom en complexiteit. Alleen face-to-face communicatie voldoet aan de hoogste vorm van interactiviteit. De huidige internetsite van de provincie haalt niet eens het tweede niveau van interactiviteit, namelijk synchroniciteit. Face-to-face communicatie blinkt ook uit in stimulusrijkdom. Het is een rijker communicatiemiddel dan de internetsite. Als gevolg van de twee laatste capaciteiten is de complexiteit van de activiteiten die via een computernetwerk op afstand kan worden verricht niet hoog (Van Dijk, 2001). Dit is ook gebleken uit onderzoek van Rice (1993). Internet kan worden gebruikt voor contacten leggen en onderhouden, vragen stellen en informatie uitwisselen of afspraken maken. Voor complexe taken als het vormen van besluiten, onderhandelen, conflicten oplossen en uitwisselen van vertrouwelijke informatie wordt eerder gebruik gemaakt van face-to-face communicatie en de telefoon dan van online media.

Uit onderzoek van Van de Wijngaert (1999) is gebleken dat internet voornamelijk wordt gebruikt voor stabiele en veranderlijke informatie, algemene informatie en voor informatie waarvoor weinig interactie nodig is. Voorbeelden van stabiele informatie zijn: achtergrondinformatie, richtlijnen subsidieaanvraag, beleidsinformatie, etc.

Voorbeelden van veranderlijke informatie zijn: wegwerkzaamheden, besluiten, nieuws, zwemwaterinformatie, status van projecten en aanvragen, etc. Algemene informatie heeft betrekking op namen van medewerkers, telefoonnummers, taken van afdelingen, achtergrondinformatie, kerngetallen en statistieken, beleidsnota's etc. Bij informatie waarvoor weinig tot geen interactiviteit vereist is, gaat het om informatie waarvoor geen nadere uitleg vereist is. De informatie spreekt voor zich. Voorbeelden zijn namen van medewerkers, telefoonnummers, vergaderdata en –agenda's, kerncijfers, etc.

Veel van deze informatie, bijvoorbeeld wegwerkzaamheden, besluiten en taken en telefoonnummers van afdelingen is op de internetsite te vinden en wordt ook door de stakeholders geraadpleegd. Andere informatie die ook geschikt is voor internet, zoals kerngetallen en statistieken, status en plannen van projecten en aanvragen, procedures, etc., daarentegen niet of nauwelijks. Juist aan deze informatie is grote behoefte. Veel stakeholders gaven aan, deze informatie te willen raadplegen op de internetsite. Doordat het huidige informatieaanbod op de internetsite niet voldoet aan deze wensen, maken de stakeholders weinig gebruik van de internetsite.

Soorten informatie geschikt voor internet	Voorbeelden informatie
Stabiele informatie	achtergrondinformatie, richtlijnen subsidieaanvraag, beleidsinformatie
Veranderlijke informatie	wegwerkzaamheden, besluiten, nieuws, zwemwaterinformatie, status van projecten en aanvragen
Algemene informatie	van medewerkers, telefoonnummers, taken van afdelingen, achtergrondinformatie, kerngetallen en statistieken, beleidsnota's
Weinig tot geen interactiviteit	namen van medewerkers, telefoonnummers, vergaderdata en –agenda's, kerncijfers

Tabel 13: Geschikte informatie voor de internetsite

Er kan geconcludeerd worden dat het informatieaanbod op de internetsite niet voldoet aan de behoeften van de gebruiker. Daarnaast wordt er onvoldoende gebruik gemaakt van de mogelijkheden die internet te bieden heeft zoals de koppeling met back-office systemen om inzicht te geven in de status van projecten en aanvragen (tracking & tracing) of een beslisboom, zodat de bezoeker door het beantwoorden van een aantal vragen weet of hij in aanmerking komt voor een subsidie of ontheffing.

Toegankelijkheid

Naast de afstemming van de informatie en de mogelijkheden die het medium biedt, werd ook gekeken naar de mate waarop de toegankelijkheid van het medium invloed heeft op het succes daarvan. In dit onderzoek werden de volgende vier aspecten van toegankelijkheid onderzocht: fysieke toegankelijkheid van het medium internet, de vindbaarheid van de informatie op de internetsite, de begrijpelijkheid van de inhoud en de presentatiewijze van de inhoud van de internetsite.

Uit het onderzoek is gebleken dat de fysieke toegankelijkheid geen belemmering vormt voor het gebruik van de website. Elke organisatiemedewerker beschikt over een pc met internetaansluiting.

De begrijpelijkheid van de informatie wordt als helder en duidelijk bevonden. Voor burgers zou het taalgebruik echter aangepast moeten worden. Ook de presentatiewijze van de informatie is duidelijk. De internetsite wordt echter als saai

ervaren. Daarnaast zijn sommige stukken tekst te lang, wat niet bevorderlijk is voor de leesbaarheid.

De vindbaarheid is echter wel een probleem. Het is moeilijk en tijdrovend om informatie op de site te vinden omdat het niet altijd duidelijk is waar de informatie op de site staat en hoe je als gebruikers van de site informatie op de site kunt vinden. Begrippen en namen van rubrieken zijn onduidelijk waardoor gebruikers niet weten welke informatie erachter te vinden is. Daarnaast moeten zij te vaak klikken om bij de gewenste informatie te komen. Veel mensen maken gebruik van de zoekmachine om bepaalde informatie op te zoeken. De zoekmachine van de website geeft echter vaak onjuiste of onvoldoende resultaten.

Voor de meerderheid van de ondervraagden bleek de vindbaarheid van de informatie op de internetsite een groot obstakel te zijn met als gevolg dat zij weinig gebruik maken van de internetsite. De toegankelijkheid, met name het aspect vindbaarheid, bepaalt dus in grote mate het gebruik van de internetsite.

Er waren echter drie geïnterviewden die aangaven weinig moeite te hebben om de gewenste informatie op de internetsite te vinden. Uit de resultaten is ook gebleken dat zij vaak gebruik maken van de site. Daarentegen gaven de personen die moeite hebben met het vinden van de gewenste informatie aan minder frequent gebruik te maken van de site.

Er lijkt een verband te zijn tussen het vinden van de gewenste informatie op de site en de frequentie van het gebruik van de site. Dit verband kan echter door de aard van het onderzoek niet statistisch worden aangetoond. Het vermoeden wordt gesteund door resultaten van het onderzoek van Van de Wijngaert (1999). Uit haar onderzoek is gebleken dat mensen die zeggen dat er veel ervaring vereist is voor het gebruik van een bepaald medium, het gebruik van dit medium moeilijk vinden.

Al met al kan de volgende conclusie worden getrokken: doordat organisatiemedewerkers moeite hebben met het vinden van informatie op de site en doordat zij van mening zijn via andere wegen en middelen aan de gewenste informatie te komen, maken zij weinig gebruik van de internetsite.

Als organisaties sneller en makkelijker via de internetsite de gewenste informatie kunnen verkrijgen, zullen zij dit medium naar verwachting vaker gebruiken en minder snel een beroep doen op provincie-medewerkers. Een informatieve en toegankelijke internetsite levert tijdswinst op voor beide partijen.

6.2 Beantwoording probleemstelling

Met behulp van de onderzoeksresultaten kan de probleemstelling van dit onderzoek worden beantwoord. De probleemstelling luidt als volgt:

Hoe kan de Provincie Flevoland haar elektronische dienstverlening laten aansluiten op de wensen en behoeften van haar stakeholders?

Uit het onderzoek is gebleken dat de huidige dienstverlening van de provincie weliswaar positief wordt beoordeeld door de respondenten, maar niet meer aansluit aan hun wensen en behoeften. De dienstverlening via traditionele media is niet meer voldoende en ook de elektronische informatievoorziening en

dienstverlening voldoet niet aan de wensen en eisen van de stakeholders van de provincie. Zij hebben hogere verwachtingen en stellen hogere eisen aan de kwaliteit van de provinciale dienstverlening. Zo willen zij meer en betere informatievoorziening en dienstverlening via internet. Om aan deze verwachtingen en eisen te voldoen, moet de provincie haar elektronische dienstverlening beter laten aansluiten op de vraag. Hoe zij dit kan bereiken wordt in de rest van dit hoofdstuk verduidelijkt.

De provincie kan haar elektronische dienstverlening als volgt op de wensen en behoeften van haar stakeholders laten aansluiten:

1. Doordat de internetsite niet aansluit aan de informatiebehoefte van de respondenten, maken zij nauwelijks gebruik van de internetsite. Daarnaast stuurt de provincie veel informatie in de vorm van rapporten en verslagen op naar de stakeholderorganisaties waardoor zij de internetsite niet hoeven te raadplegen. Zij hebben immers de gewenste informatie in hun bezit. Deze vorm van informatievoorziening wordt door sommige respondenten als te aanbodgericht ervaren. Zij ontvangen op deze manier niet alleen de gewenste informatie, maar ook veel overbodige informatie. Met behulp van internet kan de informatievoorziening en dienstverlening van de provincie worden verbeterd. Hiervoor is het van belang dat de internetsite van de provincie voorziet in de informatiebehoefte van de stakeholders. Met behulp van dit onderzoek is inzicht verkregen in de informatiebehoefte van een drietal doelgroepen. Hierbij moet rekening worden gehouden met het soort informatie. Niet elke informatie, bijvoorbeeld complexe en inhoudelijke informatie, is geschikt voor ontsluiting via de internetsite. Daarentegen kan stabiele, veranderlijke en algemene informatie en informatie waarvoor weinig tot geen interactie nodig is, wel via de internetsite worden ontsloten. Dergelijke informatie kan op de huidige internetsite worden geraadpleegd, maar zou moeten worden uitgebreid met informatie waarvan uit dit onderzoek is gebleken dat stakeholderorganisaties daar behoefte aan hebben.
Daarnaast dient de informatie ook afgestemd te worden op de diverse doelgroepen van de provincie. Burgers hebben een andere informatiebehoefte dan bedrijven of instellingen.
2. Uit het onderzoek is gebleken dat de toegankelijkheid van de internetsite en van de informatie op de internetsite invloed hebben op het gebruik van dit medium. Veel respondenten gaven aan geen of nauwelijks gebruik te maken van de provinciale internetsite omdat deze slecht toegankelijk is. Het gaat hierbij voornamelijk om de vindbaarheid van de informatie en de begrijpelijkheid van de inhoud, bijvoorbeeld het taalgebruik. De vindbaarheid kan worden verbeterd door duidelijk en overzichtelijk aan te geven waar en hoe de gebruiker de gewenste informatie op de internetsite kan vinden. Dit is mogelijk door een voor de gebruiker logische indeling van de content, een duidelijke en veelzeggende benaming en een goede zoekmachine. Door de toegankelijkheid van de internetsite en informatie op de internetsite te verbeteren, kan worden bijgedragen aan de verbetering van de kwaliteit van de elektronische dienstverlening van de provincie.
3. de provincie Flevoland kan in grote mate aan de behoeften van haar stakeholders voldoen, als zij het niveau van de elektronische dienstverlening verbeterd. De respondenten staan uitermate positief tegenover het verrichten van transacties via internet. De meesten vonden het aanvragen

van subsidies geschikt voor de elektronische dienstverlening. Als groot voordeel wordt gezien, dat de aanvrager stap voor stap door de subsidieaanvraag wordt geleid waarbij hij meteen kan zien of hij in aanmerking komt voor de betreffende subsidie. Deze procedure kan ook toegepast worden voor het aanvragen van vergunningen, ontheffingen, etc. Het downloaden van formulieren dat vervolgens moet worden opgestuurd per post heeft geen toegevoegde waarde voor stakeholders. Diensten en producten, met name het aanvragen van subsidie, vergunningen en ontheffingen, moeten geheel elektronisch kunnen worden afgehandeld. Daarnaast moeten alle publicaties kunnen worden gedownload of via de internetsite kunnen worden aangevraagd.

4. De internetsite moet meer interactie mogelijk maken. Door gebruik te maken van de internetsite en e-mail moet het voor de stakeholders mogelijk zijn om onmiddellijk bij iemand van de provincie terecht te kunnen voor informatie. Hiervoor is het noodzakelijk dat op de internetsite duidelijk wordt aangegeven voor welke zaken de stakeholders bij welke provinciale medewerker terecht kunnen. Daarnaast moet de medewerker direct benaderd kunnen worden, via de telefoon of e-mail. De medewerker dient er vervolgens zorg voor te dragen dat de klant snel en adequaat wordt geholpen.

Op basis van de beantwoorde probleemstelling worden in hoofdstuk 8 aanbevelingen gedaan die preciezer ingaan op de vraag hoe de provincie Flevoland haar dienstverlening kan verbeteren.

Hoofdstuk 7

Discussie

In dit hoofdstuk wordt kritisch gekeken naar de verkregen onderzoeksresultaten waarbij de toepasbaarheid en de bruikbaarheid van de resultaten (§ 7.1) en de generalisatie zal worden besproken (§ 7.2). Vervolgens zal gereflecteerd worden op de methode van onderzoek (§ 7.3) en zullen er aanbevelingen worden gedaan voor verder onderzoek (§ 7.4).

7.1 Toepasbaarheid en bruikbaarheid resultaten

Op basis van de verkregen data kon een adequaat antwoord worden gegeven op de onderzoeksvragen en de probleemstelling van dit onderzoek. Er moeten echter een aantal kanttekeningen worden geplaatst bij de verkregen resultaten.

De beantwoording van de onderzoeksvragen en de probleemstelling had vollediger kunnen zijn als meer bedrijven en ook burgers betrokken waren geweest bij het onderzoek. In dat geval hadden de resultaten een completer beeld gegeven van de informatiebehoefte van de stakeholders van de provincie Flevoland. In verband met het beperkte tijdsbestek, de lage medewerkingsbereidheid en de ondervertegenwoordiging van bedrijven bij de voorselectie, werden alleen de mede-overheden, instellingen en twee bedrijven betrokken bij het onderzoek. Deze doelgroepen nemen echter bijna 90% van de provinciale producten en diensten af. Dit betekent dus dat de elektronische dienstverlening aan een hele grote groep klanten van de provincie met behulp van de onderzoeksresultaten verbeterd kan worden.

De meeste organisaties werken al jaren samen met de provincie waardoor zij aan een bepaalde werkwijze zijn gewend. Veel respondenten zullen nog niet bekend zijn met of gewend zijn aan elektronische dienstverlening. Zij zullen daardoor minder kennis en ervaring hebben met de mogelijkheden die elektronische dienstverlening biedt, waardoor zij in beperkte mate in staat zijn wensen en behoeften ten aanzien van deze nieuwe vorm van dienstverlening te bepalen. Bij het beantwoorden van de vragen zal dus de mate van bekendheid met elektronische dienstverlening een rol hebben gespeeld.

Een ander discussiepunt is de achterhaalde informatiebehoefte van de organisaties. Sommige producten en diensten werden door meerdere respondenten genoemd. De hoge frequentie betekent echter niet dat er meer behoefte is aan deze producten en diensten. Het is mogelijk dat sommige respondenten niet alle producten en diensten noemen waar gebruik van wordt gemaakt of behoefte aan is maar alleen die die frequent en regelmatig worden afgenomen. Daar tegenover staat dat sommigen wel alle producten en diensten noemen waar gebruik van wordt gemaakt of behoefte aan is. Er moet dus rekening worden gehouden met het feit dat er bij de respondenten verschil is in de perceptie van de grootte van de behoefte naar informatie, producten en diensten.

De respondenten hebben daarnaast niet aangegeven welke van de genoemde producten en diensten de hoogste prioriteit heeft. Aangezien de prioriteit vooral bij grotere organisaties per afdeling zal verschillen, is het niet mogelijk aan te geven aan welke producten en diensten het meest behoefte is. Om dit te achterhalen zal de frequentie van de afname van producten en diensten in kaart moeten worden gebracht. Dit vereist dus een intern onderzoek.

Een andere oorzaak die het verschil in genoemde aantallen producten en diensten per respondent kan verklaren, is dat sommige personen beter in staat zijn om behoeften te herkennen en te benoemen dan anderen. Ook de motivatie om deel te nemen aan dit behoeftenonderzoek zal invloed hebben gehad op het aantal genoemde producten en diensten.

Uit het onderzoek is gebleken dat niet alleen de informatiebehoefte een rol speelt bij de keuze en het gebruik van een medium. Ook de behoefte om contacten te onderhouden heeft een grote invloed op de mediakeuze en het –gebruik van de respondenten. In dit geval moet er rekening mee worden gehouden dat desondanks de elektronische dienstverlening aan de wensen en behoeften van de stakeholders voldoet, de stakeholders van de provincie de telefoon boven de internetsite verkiezen om de gewenste informatie te verkrijgen. Door gebruik te maken van de telefoon kunnen organisaties zowel de gewenste informatie verkrijgen als contacten onderhouden met medewerkers van de provincie.

Daarnaast spelen bij de respondenten ook de snelheid waarmee informatie kan worden verkregen, de concreetheid van de informatie, gebruiksgemak en gewenning en gewoontes een rol bij de keuze en het gebruik van een medium. In welke mate andere factoren, bijvoorbeeld ervaringen met een medium uit het verleden, vaardigheden van de gebruiker en sociale invloeden, bepalend zijn voor het mediagebruik van de respondenten is niet duidelijk en zal nader moeten worden onderzocht.

7.2 Generalisatie

Er is voorzichtigheid geboden met het generaliseren van de resultaten. Aangezien de resultaten zijn verkregen met behulp van interviews, een kwalitatieve onderzoeksmethode, kunnen er geen algemene conclusies worden getrokken die voor alle stakeholders gelden. Daarnaast vormen de bij het onderzoek betrokken organisaties geen homogene groep met als gevolg dat de bevindingen per organisatie verschillen. Een onderwijsinstelling heeft bijvoorbeeld andere wensen en behoeften dan een organisatie die zich richt op het behoud van de natuurgebieden in Flevoland. De interviewresultaten van bijvoorbeeld de onderwijsinstelling zullen echter in grote mate representatief zijn voor andere organisaties die in deze sector werkzaam zijn.

Aangezien ten minste één organisatie per beleidssector werd betrokken bij het onderzoek, geven de bevindingen een enigszins compleet beeld van de wensen en behoeften van de stakeholders van de provincie.

7.3 Methode

In dit onderzoek vormt de operationalisering van een aantal interviewvragen een punt van discussie. Niet alle vragen waren gebaseerd op factoren uit de theorie.

De vragen waren echter wel van belang om inzicht te verkrijgen in de wensen en behoeften van de stakeholders ten aanzien van de elektronische dienstverlening van de provincie. Met behulp van deze vragen werd informatie verkregen waarmee de probleemstelling van een antwoord kon worden voorzien.

Ook de operationalisering van de vragen waaraan theoretische factoren ten grondslag hebben gelegen, moet worden genoemd. Uit de literatuurverkenning is gebleken dat diverse aspecten van toegankelijkheid invloed hebben op het gebruik van een medium. Deze aspecten werden op een directe manier gevraagd aan de respondenten. Tevens zijn de aspecten die onder begrijpelijkheid en bereikbaarheid vallen nog niet eerder toegepast binnen een onderzoek naar mediumgebruik. Deze aspecten, die hun oorsprong hebben in de bestuurskunde, zijn echter van grote waarde geweest voor het onderzoek. Er is gebleken dat deze aspecten invloed hebben op het gebruik van de internetsite. Voor toekomstig onderzoek naar de toegankelijkheid van internetsites wordt aanbevolen gebruik te maken van deze aspecten om de toegankelijkheid van de informatie op de internetsite en de invloed daarvan op het gebruik van het medium te meten.

Ook naar een andere factor uit de literatuurverkenning, de informatiebehoefte, is op een directe manier gevraagd. De verschillende soorten informatie die Van de Wijngaert (1999) in haar onderzoek noemt, zijn pas tijdens de data-analyse toegepast.

Een andere kanttekening moet worden geplaatst bij de selectiemethode van de organisaties en respondenten. Voor het onderzoek werd een selectie steekproef getrokken. Dit betekent dat niet iedereen evenveel kans heeft om in de steekproef te vallen. Er werden organisaties gekozen die door een nauwe samenwerkingsrelatie veel contact hebben met de provincie en veel gebruik maken van de producten en diensten van de provincie. Doordat zij veel gebruik maken van de dienstverlening kunnen zij voor veel producten en diensten aangeven wat de knel- en verbeterpunten zijn.

Een nadeel van deze selectiemethode is dat organisaties die weinig gebruik maken van de dienstverlening van de provincie worden uitgesloten. Er moet worden opgemerkt dat deze organisaties andere wensen en behoeften zouden kunnen hebben ten aanzien van de elektronische dienstverlening. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk dat zij liever een medewerker van de provincie persoonlijk spreken dan dat zij gebruik zullen maken van de internetsite. Zij zijn immers minder bekend met de gang van zaken, waardoor zij meer uitleg of begeleiding nodig hebben.

Bij de selectie van de te interviewen medewerker werd zoveel mogelijk gelet op de functie en de kennis die degene heeft van de dagelijkse gang van zaken binnen de organisatie. Desondanks kan er discrepantie bestaan van de behoeften van het individu en van de organisatie als geheel waarvan de persoon deel uitmaakt. Zo is het mogelijk dat de respondent onvoldoende onderscheid maakt tussen persoonlijke wensen en behoeften van de organisatie.

Daarnaast was het voor de respondent niet altijd mogelijk om representatieve antwoorden te geven die van toepassing zijn op de hele organisatie. De resultaten van de interviews die met een medewerker van een kleine organisatie (tot 30 medewerkers) zijn gehouden zijn redelijk representatief voor de hele organisatie. Door het relatief kleine aantal medewerkers heeft de geïnterviewde een goed beeld van hun wensen en behoeften en het gebruik van de site. Bij een grote organisatie zoals de gemeente Almere (meer dan 1000 medewerkers) is het niet

mogelijk om door middel van een interview de wensen en behoeften van de gehele organisatie in kaart te brengen. De resultaten zullen daardoor een eenzijdig beeld van de informatiebehoefte en de wensen en behoeften betreffende de dienstverlening van de provincie geven.

7.4 Aanbevelingen verder onderzoek

Organisaties die een nauwe samenwerkingsrelatie hebben, hebben vaker contact met de provincie dan organisaties die een dergelijke relatie niet hebben. Er zou onderzocht kunnen worden of zij ook significant meer gebruik maken van de telefoon om informatie te verkrijgen. Hierbij moet ook gekeken worden naar het soort informatie dat verkregen wordt of de taak die wordt verricht.

Ook zou onderzocht kunnen worden in welke mate een verbetering van de kwaliteit van de elektronische dienstverlening bijdraagt aan het vergroten van de tevredenheid van de stakeholders over de dienstverlening van de provincie.

Toekomstig onderzoek zal zich ook op de interne medewerkers moeten richten. Dergelijke grote en ingrijpende veranderingen als het elektronisch afhandelen van producten en diensten kan op weerstand stuiten bij provinciale medewerkers. Er zou onderzocht moeten worden hoe medewerkers staan tegenover elektronische dienstverlening. Vinden zij dat het elektronisch afhandelen van producten en diensten een bijdrage kan leveren om hun eigen werk efficiënter en effectiever te verrichten? Speelt elektronische dienstverlening in op de wensen en behoeften van hun klanten? Welke bezwaren hebben zij ten aanzien van elektronische dienstverlening en waar zien zij kansen?

Er zou meer inzicht moeten worden verkregen in de motieven van diverse doelgroepen van de overheid om gebruik te maken van elektronische dienstverlening en welke factoren daarbij een rol spelen. Wanneer maken de doelgroepen van de provincie en andere overheidsorganisaties gebruik van de elektronisch aangeboden informatie, producten en diensten en waarom? Welke doelgroepen maken gebruik van elektronische dienstverlening? Waarom maken deze doelgroepen wel of niet gebruik van elektronische dienstverlening? De antwoorden op deze vragen kunnen bijdragen aan de verbetering van de acceptatie en het gebruik van informatie, producten en diensten die elektronisch worden ontsloten.

Hoofdstuk 8

Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden aanbevelingen gedaan voor de verbetering van de kwaliteit van de elektronische dienstverlening van de provincie Flevoland die met name gericht zijn op het ontsluiten van informatie via een vraaggerichte en toegankelijke internetsite.

8.1 Doelgroep en doelstelling van de internetsite

Zoals al eerder aangegeven, is uit het onderzoek gebleken dat organisaties om diverse redenen weinig gebruik maken van de internetsite van de provincie Flevoland. Als één van de oorzaken voor deze ongewenste situatie is de vanuit de aanbodgerichte invulling van de site aan te wijzen. Het informatieaanbod is vanuit het denken en de organisatie van de provincie geordend en gestructureerd en is nauwelijks afgestemd op de wensen en behoeften van de stakeholders. Het gevolg is dat burgers en organisaties niet de gewenste informatie op de site kunnen vinden, zich niet aangesproken voelen en het daardoor massaal laten afweten.

Hier komt bij dat er binnen de provinciale organisatie onduidelijkheid bestaat over de doelgroep waarop men zich met de internetsite wil richten en wat men wil nastreven met behulp van de internetsite. Om de content van de internetsite te kunnen afstemmen op de doelgroep, moet eerst duidelijk zijn wie de doelgroepen zijn en wat de provincie met de internetsite wil bereiken bij de betreffende doelgroepen. Voordat met de bouw van de internetsite kan worden begonnen, is het van groot belang de doelgroepen van de internetsite en de doelstellingen voor de inzet van de internetsite nader te bepalen.

8.2 Informatieaanbod verbeteren

De provincie kan haar elektronische informatievoorziening en dienstverlening beter laten aansluiten aan de wensen en behoeften van de stakeholders als zij de volgende informatie, producten en diensten aanbiedt op haar internetsite:

Algemene informatie	Adressen en telefoonnummers van provinciale medewerkers (smoelenboek), informatie over wie bij welke afdeling werkt, gedeputeerde en hun portefeuille en achtergrondinformatie over de provincie.
Subsidie	Onder subsidie vallen inhoudelijke regelingen, duidelijke criteria, Europese subsidies en gefinancierde projecten uit het verleden.
Statistische &	Hieronder vallen kerngegevens, demografische

Onderzoeksinformatie	ontwikkelingen en woningbehoefte en onderzoeksgegevens.
Procedures	Ruimtelijke ordeningsprocedures (art. 19), aanvraagprocedures van producten en diensten.
Projecten	Onder projecten vallen plannen en status van projecten, voortgang van projecten, projecten die in samenwerking met de provincie plaatsvinden, etc.
Publicaties	Tot de publicaties behoren onderzoeksrapporten, beleidsnota's, folders en brochures, maar ook beleidsdocumenten zoals beleidsstukken en – plannen.
Archief Agenda bestuur	Oude, niet meer actuele informatie Hiertoe behoort agenda van staten en college, activiteiten van Commissaris van de koningin en gedeputeerden.
Ontheffingen en Vergunningen	Milieuvergunningen, etc.
Nieuws	Persberichten en actuele informatie. Voorbeelden zijn (planning) wegwerkzaamheden, wegstremmingen, aanbestedingen, zwemwaterinformatie, etc. Deze informatie zou ook beschikbaar kunnen worden gesteld in de vorm van een nieuwsbrief.
Linken	Linken naar bestuurlijke organisaties, landelijke en Flevolandse instellingen en organisaties, etc.

De provincie zou ook informatie via de internetsite moeten ontsluiten over de status van aanvragen betreffende subsidies, vergunningen, etc. Hiervoor zou gebruik kunnen worden gemaakt van een tracing en tracking systeem. Daarnaast moet via de internetsite inzichtelijk worden gemaakt welke publicaties er zijn. Deze zouden te downloaden moeten zijn of aan te vragen zijn via de internetsite.

8.3 Toegankelijkheid internetsite verbeteren

De vindbaarheid van de informatie op de internetsite bleek voor de meeste respondenten een probleem te zijn. Deze kan worden verbeterd door:

1. Een betere zoekmachine die nauwkeurigere en relevantere resultaten toont;
2. Een qua opbouw en structuur overzichtelijker en logischer navigatiemenu;
3. Het informatieaanbod af te stemmen op de vraag van de stakeholders.

De bezoeker moet de gewenste informatie via het navigatiemenu in weinig muiskliks kunnen vinden.

8.3.1 Clustering van de informatie

Wat betreft de structurering zijn er diverse mogelijkheden om informatie aan te bieden.

De huidige website van de provincie is sterk aanbodgericht en heeft een informatiestructuur die een afspiegeling is van de organisatie. Voor de bezoeker van de internetsite is het makkelijker als de informatie en de diensten op de website gestructureerd zijn vanuit de vraag, situatie of wensen van de gebruiker, dus de burgers en organisaties. De informatie en diensten kunnen op diverse manieren worden aangeboden. In het programma OL2000 worden drie manieren van clustering van informatie en diensten onderscheiden:

1. Clustering vanuit de probleemsituatie afnemer

Bij dit clusterprincipe staat een (maatschappelijk) probleem of onderwerp centraal. Het cluster bestaat uit producten en diensten die betrekking hebben op een duidelijk herkenbaar probleemveld of domein. Voorbeelden van een dergelijk probleemcluster zijn 'Zorg en Welzijn' en 'Milieu'.

2. Clustering vanuit een doelgroep

Een tweede manier van clusteren is die rond doelgroep of cliëntcategorie. Een doelgroeploket biedt alle diensten en producten aan die voor de betrokken doelgroep van belang zijn. Voorbeelden zijn een ouderenloket, ondernemersloket, jongerenloket etc. De dienstverlening kan worden afgestemd op de specifieke omstandigheden en wensen van de doelgroep.

3. Clustering vanuit de aard van de dienst

Bij deze vorm van clusteren gaat het om clustering volgens de aard van het product of de dienst. Een voorbeeld is een subsidieloket voor alle soorten subsidieaanvragen.

Uit het onderzoek kwam naar voren dat de respondenten voornamelijk in één bepaald beleidsthema geïnteresseerd zijn. Op basis van deze resultaten en de ervaringen binnen OL2000 pilots kan geconcludeerd worden dat de informatie en de diensten van de provincie Flevoland op basis van het clusterprincipe 'probleemsituatie afnemer' op de site gepresenteerd zou moeten worden. Een cluster zou uit een verzameling producten en diensten moeten bestaan die betrekking hebben op een duidelijk herkenbaar probleemgebied of domein. Op deze manier is het onderwerp of probleemgebied voor de bezoeker herkenbaar en is het voor hem duidelijk bij welk loket hij moet zijn.

Ondanks het feit dat de ervaringen met dit clusterprincipe binnen de OL2000 pilots erg positief waren, kent ook deze vorm van clustering zijn problemen. Zo kan het clusteren naar probleemgebieden leiden tot doublures in het dienstenpakket. Bepaalde informatie en diensten passen namelijk in verschillende 'probleemloketten'. Om burgers en organisaties echter optimaal van dienst te kunnen zijn, moeten bepaalde diensten en producten binnen verschillende loketten

worden aangeboden. De burgers en organisaties zijn ten slotte het uitgangspunt en niet de aanbieder. Doublures in de frontoffice zijn dus vanuit dit oogpunt acceptabel. De mate van overlap is overigens over het algemeen lager dan bij clustering vanuit de doelgroep.

De clustering vanuit probleemsituaties kan worden aangevuld door clustering vanuit de aard van de dienst. Het is interessant voor burgers en organisaties die weinig kennis hebben van beschikbare concrete producten op bepaalde gebieden, maar er wel een vage notie van hebben dat zij behoefte hebben aan dienstverlening op een bepaald gebied. Dit clusteringprincipe is voor een beperkt aantal domeinen bruikbaar omdat het voor veel onderwerpen de vraag is of burgers en organisaties op deze manier naar de overheid kijken. Clustering volgens dit principe betekent ook dat diensten worden gesplitst die eigenlijk bij elkaar horen. Een loket 'subsidie' kan iemand erop wijzen dat subsidie voor een zonnecollector mogelijk is. Dat daarvoor een vergunning nodig is, valt weer onder het loket 'vergunningen'. Met het oog op een klantgerichte dienstverlening zou dergelijke informatie gezamenlijk moeten worden aangeboden. Dit heeft echter ook weer tot gevolg dat er doublures ontstaan.

8.3.2 Informatieaanbod

Respondenten zijn geïnteresseerd in diverse soorten informatie. Deze soorten informatie worden gekenmerkt door veranderlijkheid, uniekheid en interactie. Om aan de vraag van de respondenten te voldoen, zouden deze soorten informatie per beleidsthema moeten worden aangeboden. De bezoeker van de internetsite zou dus op één pagina toegang moeten hebben tot diverse soorten informatie. Onderstaand figuur maakt duidelijk hoe de informatie aangeboden zou moeten worden.

 PROVINCIE FLEVOLAND	BRANDING	
NAVIGATIE	ALGEMENE INFORMATIE / BELEIDSGEGEVENS / ACTUELE INFORMATIE	PERS-BERICHTEN/ RELEVANTE INFO EN LINKS / DOWNLOADS (NOTA'S)/ AGENDA / ETC.

8.3.3 De juiste informatie via het juiste medium

Niet alle soorten informatie zijn geschikt voor internet. Voor het uitwisselen of verkrijgen van specifieke en inhoudelijke informatie en informatie waarvoor interactie vereist is, gaat de voorkeur van de respondenten uit naar andere communicatiemiddelen (face-to-face en telefoon). Stabiele en veranderlijke informatie, algemene informatie en informatie waarvoor interactie nodig is, is wel geschikt voor internet. Voorbeelden van stabiele informatie zijn: achtergrondinformatie, richtlijnen subsidieaanvraag, beleidsinformatie, etc. Voorbeelden van veranderlijke informatie zijn: wegwerkzaamheden, besluiten, nieuws, zwemwaterinformatie, status van projecten en aanvragen, etc. Algemene informatie heeft betrekking op namen van medewerkers, telefoonnummers, taken van afdelingen, achtergrondinformatie, kerngetallen en statistieken, beleidsnota's etc. Bij informatie waarvoor weinig tot geen interactiviteit vereist is, gaat het om informatie waarvoor geen nadere uitleg vereist is. De informatie spreekt voor zich. Voorbeelden zijn gegevens over medewerkers, telefoonnummers, vergaderdata en -agenda's, kerncijfers, etc.

Daarnaast wordt internet door de respondenten als niet geschikt bevonden voor het onderhouden van contacten, iets waar stakeholders veel waarde aan hechten. Dit stelt bepaalde eisen aan de dienstverlening van de provincie. Deze mag zich in de toekomst niet beperken tot internet maar moet via meerdere kanalen verlopen. De internetsite moet dus als aanvulling op de bestaande communicatiemiddelen worden gezien. De voordelen en mogelijkheden die internettechnologie te bieden heeft moet optimaal worden gebruikt.

8.3.4 Meerdere ingangen

Bezoekers van de internetsite bekijken veelal maar een beperkt aantal pagina's. Om voor hun de vindbaarheid van informatie te vergroten, moet deze via meerdere pagina's toegankelijk worden gemaakt. Dit is mogelijk door op meerdere pagina's naar relevante informatie te verwijzen.

8.4 Begrijpelijkheid van de inhoud

8.4.1 Taalgebruik afstemmen op doelgroep

Om de begrijpelijkheid van de inhoud te verbeteren, zou het taalgebruik moeten worden afgestemd op de verschillende doelgroepen van de provincie. Zo kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van duidelijke en korte woorden, woorden die frequent voorkomen in het hedendaagse taalgebruik en zou jargon en ambtelijk taalgebruik vermeden kunnen worden.

8.4.2 Benaming

Begrippen en benamingen op de internetsite moeten duidelijk en begrijpelijk zijn voor de bezoeker. Dit geldt vooral voor de menustructuur, de titel van webpagina's en linken. Het moet duidelijk zijn welke informatie de bezoeker kan vinden achter de begrippen en namen.

8.5 Niveau elektronische dienstverlening

Voor de stakeholders ligt de toegevoegde waarde van de elektronische dienstverlening in het geheel elektronisch afhandelen van een product of dienst. Zij zijn positief over de mogelijkheid om aanvraagformulieren te downloaden maar vinden het jammer dat zij deze vervolgens moeten opsturen per post. Zij weten dat op dienstverleningsniveau meer mogelijk is. Zij hebben daardoor hogere verwachtingen ten aanzien van de elektronische dienstverlening van de provincie. De provincie moet er naar streven om bijvoorbeeld subsidies geheel elektronisch af te handelen.

Verder zouden meer publicaties op de internetsite moeten worden aangeboden die tevens kunnen worden gedownload of via de internetsite aangevraagd kunnen worden.

8.6 Meer onderzoek

In dit onderzoek werd de informatiebehoefte van burgers en voor een groot gedeelte van bedrijven buiten beschouwing gelaten. Over de informatiebehoefte van deze doelgroepen is nauwelijks iets bekend. De provincie zou onderzoek moeten doen naar de wensen en behoeften van deze doelgroep ten aanzien van de elektronische dienstverlening.

Een andere manier om meer te weten te komen over de bezoeker van de internetsite (betreffende zijn informatiebehoefte, zoekgedrag, gebruik internetsite, etc.) zou gebruik moeten worden gemaakt van een statistieken teller, bijv. NedStat.

8.7 Informatievoorziening provincie Flevoland

Uit het onderzoek is gebleken dat de stakeholders veel overbodige informatie opgestuurd krijgen door de provincie. Een oplossing hiervoor kan de internetsite en e-mail bieden. In plaats van de rapporten en verslagen op te sturen per post, zouden deze gepubliceerd moeten worden op internet. Indien dit niet mogelijk is, moet er op de site of via e-mail worden gewezen op het bestaan van deze informatie. De stakeholders van de provincie kunnen op de internetsite zelf een selectie maken uit het informatieaanbod en de benodigde informatie desgewenst downloaden of via de internetsite aanvragen. In het laatste geval wordt de informatie alsnog opgestuurd.

Om tegemoet te komen aan de wens van de stakeholders naar een pro-actieve informatievoorziening van de provincie, kan de provincie haar stakeholders met behulp van e-mail wijzen op bepaalde informatie, bijvoorbeeld beleidsdocumenten, beschikbare subsidies, etc.

De informatievoorziening wordt op deze manier efficiënter zonder dat deze in kwaliteit achteruit gaat.

Literatuur

Accenture (2004). *eGovernment leadership: High performance, maximum value*.

Advies Overheid.nl (2005). *Overheid.nl Monitor 2004/2005. Prestaties van de elektronische overheid gemeten*. Den Haag: Advies Overheid.nl.

Advies Overheid.nl & Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (2005). *Publieke dienstverlening 65% elektronisch. Viermeting van de elektronische dienstverlening van de overheid in 2004*. Den Haag: Advies Overheid.nl.

Aldeba, H. & Van Bijlert, J. (2001). Oude klanten verwachten inspanningen, nieuwe klanten verwachten resultaten. In: Van Duivenboden H. & Lips, M. (2001) (red.). *Klantgericht werken in de publieke sector; Inrichting van de elektronische overheid*. Utrecht: Uitgeverij Lemma BV.

Baten, I. & Van der Starre, G. (1996). *Elektronische toegankelijkheid van de overheidsinformatie*. Rapportage aan het parlement van het Rathenau Instituut. Amsterdam: Cramwinckel, 1996, R16.

Bekkers, V.J.J.M (2001). De strategische positionering van e-government. In: Van Duivenboden H. & Lips, M. (2001) (red.). *Klantgericht werken in de publieke sector; Inrichting van de elektronische overheid*. Utrecht: Uitgeverij Lemma BV.

Bekkers, V.J.J.M & Thaens, M.(2002). E-government op een kruispunt van wegen. *Bestuurskunde* 11 (8).

Boekenoogen, M.S. & Stokking, K.M. (1991). *Methoden van behoeftenonderzoek*. Utrecht: ISOR, afdeling Onderwijsonderzoek Rijksuniversiteit Utrecht.

Bos, E., Kuiper, D. & Van Woerkum, C. (1999). *Communicatie en innovatie*. Alphen aan den Rijn: Samsom.

Bouwman, H., Van Cuilenburg, J., Neijens, P. & Nouwens, J. (1996). 'Leuker kunnen we het niet maken, wel makkelijker'. In: I. Baten & G. van der Starre (red.) (1996). *Elektronische toegankelijkheid van overheidsinformatie*. Den Haag: Rathenau Instituut.

Bouwman, H., Van Dijk, J., Van den Hoff, B. & Van de Wijngaert, L. (2002). *ICT in organisaties*. Amsterdam: Boom.

Bouwman, H. & Neijens, P. (1991). Een meta-analyse van Videotex-literatuur: een aanzet tot een acceptatiemodel voor de consumentenmarkt. *Massacommunicatie* (2), pp. 134-148.

Bouwman, H. & Van de Wijngaert (2002). Content en context: an exploration of the basic characteristics of information needs. *New media & society* 4 (3), pp. 329-353.

CapGemini (2005), *Online availability of public services*.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2003). *De digitale economie 2003*. Voorburg/Heerlen: CBS.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2005). *Snelle opmars breedbandinternet in Webmagazin*.
<http://www.cbs.nl>

Clampitt, P. G. (2000). The questionnaire approach. In: O. Hargie & D. Tourish (Eds.), *Handbook of communication audits for organisation*. London: Routledge, pp. 45-65.

Commissie Toekomst Overheidscommunicatie (2001). *In dienst van de democratie*.

Daadkracht (2003). *Achter de internetsite*. Zoetermeer: Daadkracht: Advies en managementdienst.

Daft, R.L. & Lengel, R.H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science* 32 (5).

D'Ambra, J., Rice R.E. & O'Connor, M. (1998). Computer-mediated communication and media preference: an investigation of the dimensionality of perceived task equivocality and media richness. *Behaviour & Information technology* 17 (3), pp. 164-174.

Dialogic (2001). *E-government: de vraagkant aan bod. Een inventarisatie van de wensen en verwachtingen van burgers over de elektronische overheid*. Utrecht: Dialogic.

Dialogic (2004). *Burgers aan bod. Elektronische dienstverlening in het perspectief van de vraagzijde*. Utrecht: Dialogic.

Dijstelbloem, H. & De Beer, P. (2003). Een kwestie van selectie: de overheid en de informatievoorziening via internet. *Beleid en maatschappij* (30)4.

Fulk, J. Schmitz & C. Steinfield (1990) *A social influence model of technology use, Organisations and communication technology*. Newbury Park, CA: Sage. pp. 117-40.

Gartner Group. *The Four Phases of E-Government in the Public Sector Market*. Research Brief, 28 August 2000, pp. 2-3.

Gartner (2000). Western Europe Government Sector: IT Solution Opportunities. In: Van Duivenboden, H.P.M. & Lips, A.M.B. (red.) (2001), *Klantgericht werken in de publieke sector; Inrichting van de elektronische overheid*, Utrecht: Uitgeverij Lemma BV, pp. 20.

Hoogwout, M. (2003). Grenzen aan e-government: groeimodellen perspectief. *IT-monitor nr. 10*, pp. 10-13.

IPO (2004). *Plan van aanpak gezamenlijke provincies en IPO Programma Ander Overheid*. IPO-publicatienummer 232.

Kenniscentrum Elektronische overheid (ELO) (2005). *E-Government in Nederland: een beknopte geschiedenis*.
<http://www.elo.nl>.

Koopman, M. & Deenen, P. (2003). Evolutie in internetstrategie. *Banking Review* 2003 april, pp. 58-61.

Leenes, R. & Schaake, J. (2000). *OLE2000: A study of question and demand. Information Infrastructure and policy*. IOS Press.

Lui, W. (2004). *De elektronische provincie. Een verkennend onderzoek naar e-dienstverlening en e-participatie binnen de provincie*. Doctoraalscriptie, Universiteit van Tilburg.

Markus, M.L. (1994). Electronic mail as the medium of managerial choice. *Organisational science* 5 (4), pp. 502-527.

Poelmans, M.J. (2001). OL2000 is nog maar het begin. In: Van Duivenboden, H.P.M. & Lips, A.M.B. (red.) (2001). *Klantgericht werken in de publieke sector; Inrichting van de elektronische overheid*. Utrecht: Uitgeverij Lemma BV, pp. 103.

Poelmans, M.J. & Bekkers, V.J.J.M. (1999). Vraaggerichte sturing en virtuele lokette. Publieke dienstverlening via internet. *Bestuurskunde* 8 (5), pp. 182-188.

Programmabureau Andere Overheid (2003). *Actieprogramma 'Andere Overheid'*.
<http://www.andereoverheid.nl/NR/rdonlyres/D96EB655-CD49-4343-B673-C9B1A54CA601/0/actieprogrammaandereoverheid.pdf>

Poll, J.E. (2001). *Marketing zonder winstoogmerk*. Utrecht: Uitgeverij Lemma.

Raad voor het openbaar bestuur (1998). *Dienen en verdienen met ICT*. Den Haag: ROB.

Rice, R.E. (1992). Task analyzability, Use of new media, and effectiveness: an multi-site exploration of media richness. *Organization science* 3 (4).

Rice, R.E. (1993). Media appropriateness. Using social presence theory to compare traditional and new organizational media. *Human Communication Research* 19 (4), pp. 451-484.

Sociaal cultureel planbureau (2004). *In het zicht van de toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*. Den Haag: SCP.

Swanborn, P.G. (1994). *Methoden van social-wetenschappelijk onderzoek*. Meppel: Boom.

Trevino L.K., Daft, R.L. & Lengel, R.H. (1990). Understanding managers media choices. A symbolic interactionist perspective. In: J. Fulk & C. Steinfield (Red.) *Organisations and communication technology*. Newbury Park, CA: Sage

Van de Wijngaerd, L. (1999) *Matching Media: information need and new media choice*. Enschede: Telematica Instituut.

Van Duivenboden, L. & Lips, M. (2001) Klantgericht werken in de publieke sector: introductie. In: Van Duivenboden, H.P.M. & Lips, A.M.B. (red.) (2001). *Klantgericht werken in de publieke sector; Inrichting van de elektronische overheid*. Utrecht: Uitgeverij Lemma BV, pp. 18.

Van Duivenboden, H.P.M. en Lips, A.M.B. (2002). De burger aan bod. Elektronische dienstverlening vanuit het perspectief van de burger. *Bestuurskunde* 11 (8).

Van Duivenboden, H.P.M. en Lips, A.M.B. (2002). CRM in de publieke sector: naar een klantgerichte elektronische overheid. *Holland Management Review* 19 (86).

Van Gompel, R., Steyaert, J. & Roe, Keith (2002). Transparante overheidsinformatie als democratisch en economisch goed. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 30 (4).

Vries, M. de (2001). *Met elektronische overheidsinformatie het nieuwe millennium in: Hoe het is, hoe het was en hoe het worden moet*. Den Haag: Rathenau Instituut.

Webster, J. & Trevino, L.K. (1995). Rational and social theories as complementary explanations of communication media choices: Two policy capturing studies. *Academic Management Journal* 38, pp.1544-1572.

Zenc (2005). *Morgen begint vandaag: voorbereiding op de andere overheid*. In opdracht van ICTU: programma e-provincies. Den Haag: Zenc.

Bijlage 1 Interview

10.1 Toelichting onderzoek

De veranderende samenleving en ontwikkelingen op het gebied van informatie- en communicatietechnologieën (ICT) stellen steeds hoger eisen aan de dienstverlening van de overheid. Om aan de eisen te voldoen dient de overheid zich klantgerichter op te stellen. Een belangrijk kenmerk van deze ontwikkeling is de verandering van een aanbodgerichte naar een vraaggerichte organisatie.

De Provincie Flevoland is op dit moment bezig om op verschillende manieren invulling te geven aan klantgerichtheid, onder andere met behulp van Internet. Dit medium maakt het mogelijk om zowel de dienstverlening als de informatievoorziening en toegankelijkheid van overheidsinformatie te verbeteren. De Internetsite van de Provincie Flevoland maakt echter nog te weinig gebruik van de mogelijkheden die Internet te bieden heeft. Om daar verandering in te brengen zijn de afdelingen BACO en I&A een onderzoek gestart om de wensen en behoeften van de stakeholders van de provinciale organisatie te inventariseren. Dit onderzoek houdt in dat er medewerkers van een aantal organisaties geïnterviewd worden over bijvoorbeeld de waardering voor de huidige site en welke informatie en diensten u en medewerkers van uw organisatie op de website zouden willen zien. Met behulp van de resultaten wordt de inhoud en de informatiestructuur van de website aangepast, wat zal resulteren in een betere dienstverlening en informatievoorziening van de Provincie Flevoland.

10.2 Introductie

Voorstellen

Ik ben medewerker van de communicatieafdeling die samen met de afdeling I&A dit onderzoek is gestart. Wij hebben ongeveer 15 organisaties gevraagd om mee te werken aan dit onderzoek, allemaal organisaties die op de een of andere manier te maken hebben met de Provincie Flevoland.

Voordat ik u heb benaderd, heb ik een gesprek gehad met een collega waar uw organisatie veel contact mee heeft om te inventariseren welke informatie intern aanwezig is.

Doel onderzoek: Inzicht verkrijgen in de tevredenheid van de huidige informatievoorziening van de Provincie o.a. via Internet en de wensen en behoeften ten aanzien van de elektronische informatievoorziening en dienstverlening.

De vragen hebben dus betrekking op de informatievoorziening en informatiebehoefte.

Vragen of respondent wel zo veel mogelijk antwoord geeft dat betrekking heeft op de organisatie.

Het interview **opnemen** op band. Toestemming.

Interview wordt uitgetikt en de resultaten worden samengevat. Deze samenvatting wordt opgestuurd zodat er op gereageerd kan worden. Deze **nagekeken versie** wordt gebruikt voor het onderzoeksrapport.

Gegevens en resultaten worden **vertrouwelijk** behandeld.

Onderzoeksrapport verschijnt eind augustus. U wordt op de hoogte gebracht als het openbaar wordt gemaakt.

Duur: 45-60 min

Heeft respondent nog vragen? Zo nee, start.

10.3 Interviewschema

10.3.1 Introductie

- toelichting onderzoek (doel, opzet)
- toelichting interview
-

A Situatiegegevens geïnterviewde

4. Wat is uw functie binnen de organisatie?
5. Wat is de doelstelling van uw organisatie?
6. Wat is de rol van uw organisatie t.o.v. haar leden/klanten?
7. Welke rol speelt de provincie in de dagelijkse gang van zaken bij de organisatie?

B Contactmomenten

8. Wordt uw organisatie als aanspreekpunt gebruikt voor zaken die tot de werkzaamheden van de provincie behoren? Zo ja > om toelichting vragen
9. Hoe vaak hebt u contact met de provincie?
... x per dag ... x per week ...x per maand
10. Heeft uw organisatie een vaste contactpersoon bij de provincie?
ja nee altijd de zelfde verschillende
11. Wat zijn de redenen voor het opnemen van contact met de provincie?

C Informatievoorziening algemeen

12. Is uw organisatie tevreden over de informatievoorziening van de provincie?
13. Welke communicatiemiddelen gebruikt de provincie om uw organisatie te informeren?
e-mail – Internet – telefoon – bedrijfsblad – (nieuws)brief – overleg/bezoek
14. Weet u waar u bij de provincie terecht kunt met vragen?

D Informatiebehoefte

15. Welke informatie of diensten vraagt uw organisatie van de provincie? Met welke frequentie?
(Wet- en regelgeving, bijv. verordeningen, uitvoeringsbesluiten en ontheffingen; bestuurlijke informatie, *bijv. agenda met aankondigingen, activiteiten of evenementen*)

E Toegankelijkheid

16. Hebben medewerkers continue beschikking over een computer met Internetaansluiting?
17. Maakt uw organisatie gebruik van de internetsite van de Provincie Flevoland? Hoe vaak?
18. Wat vindt u van de vindbaarheid van de gewenste informatie?

- a. Weet u welke informatie op de site raadpleegbaar is?
 - b. Weet u waar de informatie op de site staat?
 - c. Weet u hoe u de gewenste informatie op de site kunt vinden?
19. Op welke manier zoekt u naar informatie op de site?
zoekmachine – menugestuurd – sneeuwbalmethode - bladeren
20. Is de aangeboden informatie m.b.t. de inhoud helder en begrijpelijk?
21. Is de aangeboden informatie op een begrijpelijke en gebruikersvriendelijke manier gepresenteerd?
22. Met welk aspect van de site bent u het meest tevreden? Met welk aspect het minst?

F Informatiebehoefte internetsite

23. Bent u tevreden met het informatieaanbod van de site?
24. Wat is de aanleiding voor een bezoek aan de site?
25. Voor welke informatie raadpleegt u de site?
subsidie/klacht/zwemwater/klacht/namen en telefoonnummers/bezwaarschrift/ ...
26. Maakt uw organisatie gebruik van de mogelijkheden om publicaties, rapporten en formulieren te downloaden?
nooit – soms – regelmatig - altijd
27. U noemde eerder welke informatie en diensten van de provincie uw organisatie van de provincie vraagt. Welke informatie en diensten zou u via de Internetsite aangeboden willen krijgen?

G Extra Internetdiensten

28. De volgende stap in de ontwikkeling van de dienstverlening via Internet is het verrichten van transacties (voorbeeld elektronisch formulier). Denkt u dat uw organisatie in de toekomst daar gebruik van zal maken?
29. Vindt u dat de provincie informatie van stakeholders en andere organisaties dient te ontsluiten via de site flevoland.nl (portaalfunctie)?
30. Heeft uw organisatie bij de samenwerking met de provincie behoefte aan een extranet?

10.3.2 Afsluiting

- Bedanken voor de medewerking
- Informeren over beschikbaarheid voor aanvullende informatie of onderzoek

Bijlage 2

Beschrijving organisaties en respondenten

Gemeente Almere

Flevoland bestaat uit zes gemeenten: Lelystad, Almere, Dronten, Noordoostpolder, Urk en Zeewolde. Almere is met ruim 176 000 inwoners de grootste gemeente van Flevoland. Gemeten naar inwonertal is Almere de achtste stad van Nederland. De bestaande planning voorziet in een aanwas tot minimaal 250.000 inwoners.

Een groot deel van het beleid van de provincie wordt uitgevoerd door de gemeenten.

De gemeente Almere is erg gericht op Amsterdam, Noord-Holland en 't Gooi en. Er spelen dus drie provincies een rol in de dagelijkse gang van zaken. Op diverse beleidsterreinen, zoals zorg en welzijn, speelt de provincie een coördinerende rol.

Kamer van Koophandel Flevoland

Nederland is onderverdeeld in 21 Kamer van Koophandel regio's. De kamers van koophandel voeren enkele van die wetten uit. De kamers van koophandel bevorderen daarom het economische reilen en zeilen van de regio voor alle ondernemingen. De eerste hoofdtaak van de Kamer van Koophandel is het uitvoeren van een aantal economische wetten. Voorlichting is de tweede hoofdtaak van de Kamer van Koophandel. De derde belangrijke taak van de kamer is overheidsadvisering en stimulering van de regionale economie.

De Kamer van Koophandel Flevoland heeft in totaal 43 medewerkers.

Er zijn veel contacten tussen de KvK en de provincie op zowel bestuurlijk als ambtelijk niveau. Deze kunnen ook een projectmatig karakter hebben. Er zijn verschillende relaties met afdelingen van de provincie.

Als het gaat om het stimuleren van de regio dan doet de provincie dat ook vanuit haar eigen positie.

Axion

De naam van Axion staat voor Advies, Innovatie en Ondersteuning, de letter x wijst op de verbinding met de andere taken zoals Deskundigheidsbevordering, Kwaliteitsverbetering en een Integrale aanpak. Axion is een provinciale steunfunctie op het brede terrein van welzijn. Naast welzijn heeft Axion een relatie met wonen, zorg, wonen, onderwijs, veiligheid, milieuzaken en internationale samenwerking. Samen met organisaties en gemeenten werkt Axion aan kwaliteitsverbetering van de Flevolandse samenleving. De organisatie zet zich in voor een stimulerend, veilig en sociaal leefklimaat voor alle burgers. Bijzondere aandacht is daarbij voor mensen in een minder gunstige situatie.

Axion is een tweedelijnsorganisatie waar mensen met verschillende deskundigheden en achtergronden werken. Axion adviseert en ondersteunt gemeenten en lokale welzijnsorganisaties bij het uitvoeren van hun werk.

De Provincie Flevoland geeft het kader aan in de welzijnsnota waarbinnen Axion moet opereren. Daarnaast subsidieert zij Axion voor periodiek vast te stellen activiteiten en projecten, die worden bepaald op basis van de vraag van de klant, het beleidsplan van de provincie, het landelijk welzijnsbeleid en eigen inzichten.

Oost Flevoland Woondiensten (OFW)

Oost Flevoland Woondiensten (OFW) is een woningcorporatie en de enige sociale verhuurder in de gemeente Dronten. De organisatie bezit ongeveer 4.400 woningen en heeft zo'n 10.000 huurders. Een derde van de woningen in de gemeente Dronten behoort daarmee tot het bezit van de woningcorporatie. De organisatiedoelstelling van OFW is woningen bouwen voor mensen die zwak op de woningmarkt staan.

De werkorganisatie wordt geleid door een managementteam, dat bestaat uit de directeur, de managers Wonen, Middelen en Projecten. De directeur is eindverantwoordelijk voor het goed functioneren van de werkorganisatie. Een belangrijke taak van de directeur is ook het onderhouden van externe contacten met de marktpartijen, waaronder met name de gemeente Dronten.

De rol van de provincie ten aanzien van OFW is divers. OFW heeft te maken met ruimtelijke orderingsprocedures. Deze lopen in eerste instantie via de gemeente, maar voor een deel ook via de provincie. Het omgevingsplan heeft invloed op het aantal woningen dat binnen de gemeente gebouwd mag worden. De provincie wil een bepaald beleid realiseren op een aantal terreinen, bijv. ouderen- en jongerenbeleid, sociaal debat, jeugdzorg. Op deze terreinen komen de provincie en OFW elkaar tegen. Daarnaast verstrekt de provincie een subsidie aan OFW voor een aantal zaken.

Connexxion

Connexxion is marktleider in het collectief personenvervoer over de weg. Naast het vervoer over de weg verzorgt Connexxion nog diverse andere diensten, zoals vervoer over water, speciale ParkShuttles en railvervoer.

Connexxion is opgebouwd uit de volgende divisies:

- Connexxion Openbaar Vervoer
- Connexxion Taxi Services
- Connexxion Tours

Samen met opdrachtgevers inventariseert en analyseert Connexxion de behoefte aan openbaar vervoer. Op basis daarvan adviseert Connexxion over de routes en de haltes.

Provincie Flevoland is een opdrachtgever van Connexxion. Het vervoersbedrijf heeft een contract met de provincie om het openbaar vervoer in bepaalde delen van de provincie uit te voeren. In dit verband moet Connexxion verantwoording afleggen aan de provincie.

Connexxion heeft op dit moment twee contracten met de provincie.

Hulpverleningsdienst Flevoland

De Hulpverleningsdienst Flevoland bestaat uit drie bedrijfsonderdelen:

- GGD (Gemeenschappelijke Gezondheidsdienst)
- RIO (Regionaal Indicatieorgaan)
- BRA (Brandweer, Rampenbestrijding en Ambulancezorg)
-

De GGD bewaakt en bevordert de gezondheid van de inwoners van Flevoland.

RIO Flevoland houdt zich bezig met advisering en indicatiestelling op het gebied van voorzieningen en wonen. Het RIO heeft als doel het geven van adviezen en indicaties op een deskundige, integrale, objectieve en onafhankelijke wijze.

De BRA bestaat uit de afdeling Regionale Brandweer Flevoland, de Ambulancedienst, de afdeling Geneeskundige Hulpverlening bij Ongevallen en Rampen (GHOR), de Regionale Alarmcentrale / Meldkamer Ambulancezorg en de afdeling Forensische Geneeskunde.

Het betreft de parate organisatie van de Hulpverleningsdienst Flevoland, welke dag en nacht klaar staat om de inwoners van Flevoland ten dienste te zijn. Binnen de BRA zijn circa 150 mensen werkzaam.

Op het gebied van de acute hulpverlening is de provincie degene die plant waar de ambulances staan. De provincie speelt daarnaast een rol bij de organisatie van de rampenbestrijding.

De HVDF adviseert de provincie op de betreffende beleidsterreinen en doet samen met de provincie cyclisch en thematisch onderzoek.

ROC Flevoland

ROC Flevoland (Regionaal Opleidingen Centrum Flevoland) biedt voltijd en deeltijd onderwijs voor iedereen vanaf 16 jaar. Daarnaast heeft ROC Flevoland een uitgebreid cursusprogramma voor Nederlands- en anderstalige volwassenen en voor jongeren.

ROC onderhoudt met de provincie diverse contacten. Het beleid van de provincie richt zich op scholing en onderwijs en ROC is een van de spelers op dit gebied. ROC wordt dus betrokken bij ontwikkelingen m.b.t. het onderwijs in Flevoland.

CAH

De studies van de CAH Dronten staan in het teken van een beroepsgericht training op het brede terrein van de voedselketen en de natuurlijke leefomgeving. Het Groenhorst College is een groene MBO met twaalf vestigingen in Midden-Nederland. De CAH Dronten en het Groenhorst College zijn op bestuurlijk niveau gefuseerd in de AERES Groep.

In eerste instantie leidt de hogeschool jongeren op voor een hbo-diploma in de agrarische sector. De hogeschool richt zich met haar activiteiten ook op internationale jongeren. Daarnaast worden er avondopleidingen verzorgd voor mensen die zich verder willen ontwikkelen en een hbo-diploma willen behalen. De hogeschool streeft er dus naar om allerlei doelgroepen op te leiden voor een hbo-diploma.

Ten tweede wil de hogeschool haar kennis, producten en diensten aan de markt aanbieden. Dit kan op zowel commerciële basis als op idealistische basis. Om dit te bereiken is Agrotransfer opgericht.

CAH heeft veel contact gehad met de provincie toen er sprake was van samenwerking met de Hogeschool Windesheim in Zwolle om samen producten, diensten en onderwijs aan te bieden in Flevoland. De provincie heeft in het hele traject een rol gespeeld. CAH is een van de weinige aanbieders van onderwijs op hbo-niveau waardoor de hogeschool ook veel contact met gedeputeerden over dergelijke zaken heeft.

Verder maakt de hogeschool deel uit van het Kenniscentrum Flevoland. De provincie heeft veel meegedacht over de opzet van het Agrarische kenniscentrum en wordt nu opnieuw gevraagd om mee te denken. Het gaat met name om het delen van ideeën. Daarnaast financiert de provincie diverse projecten, bijv. de inventarisatie op het gebied van studies voor watermanagement of bijdrages voor Dimitrov.

Sport Service Flevoland

Sport Service Flevoland is een non-profit organisatie die zich al 15 jaar inzet voor de sport in Flevoland. Hun doel is een goed sportklimaat met sterke sportverenigingen in Flevoland, waarin veel en verantwoord sporten de normaalste zaak is voor jong en oud, allochtoon en autochtoon, valide en invalide.

Tot de doelgroep behoren de sportverenigingen in Flevoland en het losse individu dat wil sporten en wil weten waar hij dat kan doen. SSF is servicegericht, verstrekt informatie, biedt ondersteuning waar dat gewenst is en soms ook ongewenst omdat sommigen niet weten dat ze ondersteund moeten worden.

De belangrijkste taken van Sport Service Flevoland zijn:

- Sportstimulering en sportpromotie
- Deskundigheidsbevordering
- Beleidsadvisering
- Informatie en voorlichting

SSF voert het provinciaal sportbeleid uit. De provincie zet het kader en SSF zorgt voor de inhoudelijke invulling. De organisatie zorgt ervoor dat iedereen in Flevoland kan sporten en stimuleert mensen om te gaan sporten. Er worden randvoorwaarden gecreëerd dat mensen in hun woonomgeving kunnen sporten en dan ook de sport kunnen beoefenen die zij willen. Daarnaast wordt ervoor gezorgd dat de verenigingen dusdanig zijn toegerust dat het ook op een verantwoorde manier gebeurt. SSF voert vele projecten uit in samenwerking of in opdracht van partners; NISB, Provincie Flevoland, IOS, gemeenten Flevoland (Almere, Dronten, Lelystad, NOP, Urk, Zeewolde), NOC*NSF en AXION.

Flevo-landschap

Het Flevo-landschap is sinds 1986 de particuliere natuurbeschermingsorganisatie voor de provincie Flevoland. Zij maakt deel uit van de twaalf Provinciale Landschappen.

Het voornaamste doel van Het Flevo-landschap is het beheren, verwerven en ontwikkelen van natuurgebieden, bossen en landschapselementen die wat betreft natuur of cultuurhistorie karakteristiek zijn voor Flevoland. Het Flevo-landschap

heeft inmiddels bijna 4.500 hectare in haar bezit. De belangrijkste en bekendste gebieden zijn de Lepelaarplassen bij Almere, Schokland en Natuurpark Lelystad.

Het Flevo-landschap wil mensen bewust maken van het belang van natuurbehoud en doet dat met name in Natuurpark Lelystad. Die betrokkenheid bij de natuur wordt gerealiseerd door middel van bijzondere excursies en arrangementen.

Tot de doelgroep behoren de politiek en de pers. Dit zijn de zakelijkere contacten; sponsoring en financiële vrienden. Daarnaast behoren Flevolandse en begunstigers (ruim 8.500) tot de doelgroep. Scholen zijn ook een belangrijke doelgroep. Zo wordt er geprobeerd om via scholen en kinderfeestjes contact te krijgen met de gezinnen die er achter zitten. Groenrelaties (Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, IVN, landschapsbeheer) zijn partner en relaties. Daarnaast richt men zich ook op dagjesmensen van het natuurpark.

De Provincie Flevoland speelt een grote rol in de dagelijkse gang van zaken. Flevo-landschap krijgt financiële ondersteuning bij veel taken die de organisatie uitvoert. Daarnaast heeft de ondersteuning van de Provincie betrekking op kennis, ervaring, etc. Voor bepaalde projecten is er regelmatig overleg nodig.

De organisatie kan zelfstandig opereren; het is een zelfstandige stichting. Zij is wel verantwoording verschuldigd aan financiële partners.

Flevolands Bureau voor Toerisme

Het Flevolands Bureau voor Toerisme is een marketingorganisatie met als doel Flevoland te vermarkten en onder de aandacht te brengen als bestemming voor een vakantie of een dagje uit. Haar kerntaken zijn onderzoek & effectmeting, relatiebeheer, productontwikkeling en promotie & pers. Het Flevolands Bureau voor Toerisme maakt onderdeel uit van de Stichting VVV Flevoland, waartoe ook de 7 VVV en VVV/ANWB winkels in Flevoland behoren.

FBT heeft verschillende doelgroepen: enerzijds de potentiële recreant van buiten de regio Flevoland en anderzijds de lokale inwoner / bevolking.

FBT is een intermediair tussen overheid en bedrijven en organiseert zelf activiteiten. FBT vervult dan een uitvoerende rol.

De relatie tussen provincie en FBT is een subsidierelatie. De provincie formuleert randvoorwaarden en richtlijnen.

Omroep Flevoland

Omroep Flevoland informeert de inwoners van Flevoland over wat zich in de provincie afspeelt. Via radio, televisie, tekst-tv, teletekst en internet wordt informatie verspreid over nieuws, achtergronden, cultuur en sport uit Flevoland. De omroep is daarnaast de officiële rampenzender van Flevoland.

De omroep wordt voor een deel gefinancierd door de provincie. Het is een publieke omroep dus hij krijgt publieke gelden. In de provincie Flevoland verblijven, vergeleken met andere provincie, niet zo veel inwoners wat betekent dat de omroep een aanvulling heeft gekregen van de provincie Flevoland. Met dit bedrag kan er radio en televisie worden gemaakt.

Daarnaast heeft de omroep dagelijks contact met de Provincie Flevoland met betrekking tot alle informatie die er wordt vergaard, met name nieuws.

FlevoPost

FlevoPost is een provinciaal nieuwsblad en een uitgave van Boom Courantenuitgeverij B.V.. De krant streeft ernaar om mensen op de hoogte te brengen van wat er te doen is in Flevoland. Daarnaast vervult FlevoPost de functie van nieuwsblad door mensen te informeren over lokaal en regionaal nieuws.

Voor de Provincie Flevoland is de FlevoPost een belangrijk medium dat gebruikt wordt om de inwoners van Flevoland te informeren.

Het blad heeft een oplage van 86.000 en richt zich op iedere inwoner van Flevoland, zowel jongeren als ouderen. Een aantal doelgroepen hebben eigen rubrieken en pagina's in de krant.

De Provincie Flevoland heeft een belangrijke rol in de dagelijkse gang van zaken van de krant. Het is een kaderstellende instantie. Gegeven dit feit is het van belang om inwoners van Flevoland te informeren over wat de Provincie doet. De rol van de provincie in de dagelijkse gang van zaken bij de FlevoPost is niet groter dan die van andere vergelijkbare instanties als gemeenten, politie, justitie, e.d.

Voor de Provincie zelf is de FlevoPost een belangrijk medium om de mensen in Flevoland te bereiken.

Geïnterviewde personen

Organisatie	Functie
ROC Flevoland	Stafdienst Onderwijsontwikkeling & Kwaliteitszorg
Christelijke Agrarische Hogeschool	Directeur avondopleidingen en internationaal werk directielid Agrotansfer
Axion	Directeur
Sport Service Flevoland	Programmamanager
Flevo-landschap	Hoofd communicatie
Flevolands Bureau voor toerisme	Directeur
Kamer van Koophandel	Hoofd afdeling PR, communicatie en marketing Adviseur regiostimulering
Gemeente Almere	Project Adviseur EZ. Coördinator EPD
Hulpverleningsdienst Flevoland	Beleidsadviseur voor gemeenten en de provincie (voormalige directeur GGD)
Connexion	Regiomanager reizigersadvies
Oost Flevoland Woondiensten	Directeur
Omroep Flevoland	Hoofd interne en externe betrekkingen
FlevoPost	Journalist / Redacteur Journalist / Redacteur

Bijlage 3 Doelgroep/informatie - matrix

Doelgroep	Type informatie														
	Algemene informatie (contact-gegevens medewerkers, smoelenboek, etc.)	Subsidie (regelingen, criteria, EU, gefinancierde projecten uit verleden)	Beleidsnota's, -regels, -stukken en -plannen; verordeningen	Projecten (status en plannen)	Besluiten	Statistische Informatie/ Demografische gegevens	Procedures	Politieke agenda's	Ontheffingen en vergunningen	Staten-commissies (verslagen, vergaderingen)	Pers-berichten	Onderzoeks-rapporten	Archief	Links	Nieuws (-brief met abonnement, knipselkrant)
Oost Flevoland Woon-diensten		EU-subsidies		Wegen en spoorlijnen		Demografische ontwikkelingen, woning-behoefte	Art. 19, ruimtelijke ordening								
Connexxion				Wegen & verkeer		Opbouw gemeenten									
Hulpverlening-dienst Flevoland						Sociale kaart									
ROC Flevoland							Studenten, bedrijfs-leven								
Christelijke Agrarische Hogeschool Dronten (CAH)	Hoe informatie verkregen kan worden		Landbouw, onderwijs												
Axion															

	Algemene informatie (contactgegevens medewerkers, smoelenboek, etc.)	Subsidie (regelingen, criteria, EU, gefinancierde projecten uit verleden)	Beleidsnota's, -regels, -stukken en -plannen; verordeningen	Projecten (status en plannen)	Besluiten	Statistische Informatie / Demografische gegevens	Procedures	Politieke agenda's	Ontheffingen en vergunningen	Staten-commissie (verslagen, vergaderingen)	Persberichten	Onderzoeksrapporten	Archief	Links	Nieuws (-brief met abonnement, knipselkrant)
Sport Service Flevoland		Sport	Sport												
Flevo-landschap														Natuur- en recreatieve organisaties	
Flevolands Bureau voor Toerisme (FBT)						Vestigings-locaties voor toeristische ondernemingen									
Omroep Flevoland															
Flevopost															
Kamer van Koophandel															
Gemeente Almere															



= sterke informatiebehoefte



= geen of minder sterke informatiebehoefte