

Het bezoek & de bezoekers van www.trimbos.nl

Een evaluatieonderzoek naar bezoek en waardering van de
website van het Trimbos-instituut aan de hand van het e-TAM model.



Het bezoek & de bezoekers van www.trimbos.nl.

Een evaluatieonderzoek naar bezoek en waardering van de website van het Trimbos-instituut aan de hand van het e-TAM model.

P. Schlingmann

Afstudeerscriptie voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap, Universiteit Twente, Enschede, in opdracht van het Trimbos-instituut, Utrecht.

14 April 2005

Begeleiders Universiteit Twente, Enschede:

Mw. Dr. C.H.C. Drossaert

Dhr. Drs. O. Peters

Begeleider Trimbos-instituut, Utrecht:

Mw. Drs. E. Meijnckens

Samenvatting

In het kader van het afstudeerproject aan de Universiteit Twente is in opdracht van het Trimbos-instituut een evaluatieonderzoek verricht naar de website van het instituut (www.trimbos.nl). Centraal staat de vraag wie welke onderdelen van de website (be)zoekt, hoe de website gewaardeerd wordt en welke aspecten samenhangen met het terugkomen van de bezoekers. Hierbij is gebruik gemaakt van het electronic Technology Acceptance Model (e-TAM) van Van der Heijden (2000) met enkele uitbreidingen.

Het onderzoek bestaat uit drie delen. Het eerste beslaat een online enquête die ingevuld is door 375 respondenten. Het tweede gedeelte bestaat uit een analyse van de log-files en tot slot een analyse van de abonnees op de notificatie van nieuwsbulletin per e-mail.

Uit het onderzoek is gebleken dat de helft van de bezoekers de website gebruikt voor professionele doeleinden en deze groep de website regelmatig bezoekt. De andere helft van de bezoekers gebruikt de website voor privé- en studiedoeleinden. Bezoekers uit deze laatste twee groepen bezoeken de website minder regelmatig. Van alle onderdelen van de website is de informatie over psychische stoornissen en drugs en verslaving het meest bezocht. Daarnaast is gebleken dat bezoekers vaak naar meerdere soorten informatie op zoek zijn (bijv. drugs in combinatie met psychische stoornissen). Aanbevolen wordt om de informatie uit verschillende onderdelen zoveel mogelijk te laten samenhangen en de website op beide soorten bezoekers te blijven richten. Tevens wordt aanbevolen het huidige onderscheid in 'algemene informatie' en 'informatie voor professionals' aan te passen naar een onderscheid dat beter aansluit bij de bezoekers.

De website heeft van de respondenten het rapportcijfer 7.5 gekregen. Ook de waardering voor de afzonderlijke aspecten 'kwaliteit van de informatie', 'nut', 'gebruiksvriendelijkheid' en 'aantrekkelijkheid' is hoog. Van deze aspecten is vooral de kwaliteit van de informatie van belang voor het terugkeren naar de website. Aanbevolen wordt daarom de kwaliteit van de informatie te waarborgen en te verbeteren. Hoewel men overwegend positief is over de verschillende aspecten, levert het onderzoek enkele concrete aanbevelingen voor verbeteringen op waaronder het uitbreiden van de hoeveelheid informatie, het verbeteren van de zoekmachine en het aanbrengen van meer kleuren op de website.

Het aangepaste e-TAM model blijkt in hoofdlijnen geldig voor de website en verklaart de intentie om de website te bezoeken voor 32% (door waargenomen nut en kwaliteit van de informatie). Vervolgonderzoek is nodig om duidelijkheid te krijgen in de andere beweegredenen van de bezoekers en mogelijke verschillen tussen de groepen bezoekers.

Summary

Within the scope of the final project at the University of Twente, www.trimbos.nl was subject to an evaluation study that has been conducted by order of Trimbos Institute. The main question is who visits which parts of the website, is it appreciated and which aspects are related to the comeback of the visitors. The electronic Technology Acceptance Model (e-TAM) by Van der Heijden (2000) is used with some modifications.

The study consist of three parts. The first part concerns an online survey which is filled in by 375 respondents. The second part concerns an analysis of the log-files and it is completed by an analysis of the subscribers to the notification of the news report by e-mail.

It turned out that half of the visitors are using the website for professional purposes. They are visiting the website frequently. The other half consist of visitors who are using the website for private or study purposes. These people don't visit the website on a regular basis. Of all items, information about psychological disorders and drugs and addiction are the most popular. Besides, it's clear that visitors are often interested in different kinds of information, like drugs in combination with psychological disorders. It's recommended to connect different kinds of information on the website and to stay focused on both kind of visitors. Also, it's recommended to adjust the current distinction between 'common information' and 'information for professionals' to something that better fits the different visitors.

The website was rated 7.5 (scale 1-10). The respondents also appreciated the separate aspects 'information quality', 'usefulness', 'ease of use' and 'attractiveness'. Of all these aspects, the information quality turned out to be an important aspect in predicting the comeback of the visitors. That's why it's recommended to guarantee and improve the quality of the information. Although the respondents are mainly positive, some specific recommendations for improvements can be made, like the extension of the amount of information, the improvement of the search engine and using some more colours on the website.

The adjusted e-TAM turned out to be valid in this case and the intention to revisit the website is explained for 32% (through the perceived usefulness and information quality). It's necessary for further research to cover the other motives for coming back to the website and making any differences between the different groups of visitors clear.

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Summary	4
Voorwoord	7
Inleiding.....	8
1 Trimbos-instituut	9
1.1 Missie en kerntaken.....	9
1.2 De organisatie	9
2 Website trimbos.nl.....	10
2.1 Inleiding	10
2.2 Uitgangspunten voor de website	10
2.2.1 Doelstellingen en doelgroepen	10
2.3 De homepage	11
2.4 Hoofdonderwerpen	12
2.4.1 Drugs en verslaving	12
2.4.2 Psychische stoornissen.....	12
2.4.3 De zorg.....	13
2.4.4 Het Trimbos-instituut.....	13
2.4.5 Onderwerpen op de homepage	13
2.5 Notificatie van Nieuwsflitsen.....	13
3 Evaluatie van de website.....	14
3.1 Inleiding	14
3.2 Uitgangspunten bij de evaluatie van websites	14
3.3 Technology Acceptance Model (TAM)	14
3.3.1 Toepassingen van het TAM model	16
3.3.2 Veranderingen aan het TAM model	16
3.3.3 E-TAM model	17
3.4 De evaluatie van de website van het Trimbos-instituut.....	18
3.5 Onderzoeksmodel	18
3.6 Onderzoeksvragen	19
4 Methoden.....	21
4.1 Inleiding	21
4.2 Analyse van de log-files.....	21
4.2.1 Inleiding	21
4.2.2 Procedure.....	21
4.3 Analyse van de abonnees op de notificatie.....	21
4.3.1 Inleiding	21
4.3.2 Procedure.....	22
4.4 Online vragenlijst	23
4.4.1 Doel	23
4.4.2 Respondenten	23
4.4.3 Ontwikkeling en inzet instrument	23
4.4.4 Opbouw van de vragenlijst.....	24
4.4.5 Analyse van de resultaten.....	26
5 Resultaten Log-file en Nieuwsflitsen analyse.....	27
5.1 Resultaten Log-file analyse	27
5.1.1 Inleiding	27
5.1.2 Herkomst van de bezoeker	27
5.1.3 Analyse van bezochte pagina's	28
5.1.4 Analyse van zoektermen.....	32
5.1.5 Conclusie.....	34

5.2	Resultaten Nieuwsflits analyse.....	34
5.2.1	In welke sectoren zijn de abonnees werkzaam?	34
5.2.2	Tot welke beroepsgroepen behoren de abonnees?	35
5.2.3	Conclusie.....	35
6	Resultaten online enquête.....	36
6.1	Respondenten	36
6.1.1	Inleiding	36
6.1.2	Karakteristieken van de respondenten	36
6.1.3	Sectoren en functies van professionals	37
6.1.4	Verdeling studenten	38
6.2	Regelmaat van het bezoek.....	38
6.2.1	Regelmaat van het bezoek	38
6.3	Redenen van het bezoek	39
6.3.1	Inleiding	39
6.3.2	Het zoeken naar informatie	42
6.4	Waardering van de website	43
6.4.1	Rapportcijfer	43
6.4.2	Waargenomen kwaliteit van de informatie	44
6.4.3	Waargenomen aantrekkelijkheid.....	45
6.4.4	Waargenomen gebruiksvriendelijkheid	47
6.4.5	Waargenomen nut.....	48
6.4.6	Waardering van de aspecten	49
6.5	Intentie tot herbezoek	51
6.6	Intentie tot hergebruik van de website.....	51
6.6.1	Inleiding	51
6.6.2	Intentie voor het gebruiken van de website	52
6.6.3	Het gebruik van de website.....	52
6.6.4	Waargenomen nut.....	53
6.6.5	Waargenomen kwaliteit van de informatie	53
7	Conclusie.....	55
7.1	Inleiding	55
7.2	Wie zijn de bezoekers van www.trimbos.nl?	55
7.3	Wat (be)zoeken de bezoekers op de website?	55
7.4	In welke mate waarderen de bezoekers de website?	56
7.5	Welke aspecten zorgen voor het terugkomen van de bezoeker?	57
7.6	Bruikbaarheid van het gehanteerde model, instrument en procedure	57
7.6.1	Aangepaste e-TAM model	57
7.6.2	Instrumenten	58
7.6.3	Procedure van de online enquête	58
7.7	Overzicht van aanbevelingen	59
	Bijlage I: Online enquête	60
	Bijlage II: Sitemap (ingekort)	62
	Referenties	64

Voorwoord

Ter afronding van mijn studie Toegepaste Communicatiewetenschap aan de Universiteit Twente heb ik deze scriptie geschreven. In aansluiting op mijn studierichting 'nieuwe media en communicatie' heb ik de opdracht tot het uitvoeren van een praktisch evaluatieonderzoek naar de website van het Trimbos-instituut met veel plezier gedaan. Tijdens mijn studie heeft het internet als communicatiemiddel steeds meer mijn belangstelling gewekt. Met deze scriptie heb ik volop de mogelijkheid gehad me met dit onderwerp bezig te houden.

Een woord van dank gaat uit naar de afstudeercommissie, Stans Drossaert en Oscar Peters, voor de goede begeleiding tijdens het afstuderen. Liesbeth Meijnckens wil ik bedanken voor de positieve samenwerking en begeleiding vanuit het Trimbos-instituut. Tevens wil ik alle andere 'Trimbossers' die mij op enigerlei wijze geholpen hebben, bedanken.

Utrecht, april 2005

Peter Schlingmann

Inleiding

De huidige website van het Trimbos-instituut, www.trimbos.nl, is sinds mei 2003 actief. Sinds de lancering is het aantal bezoeken naar de website stijgend. In november 2004 werd de website ongeveer 60.000 keer per maand bezocht en in februari 2005 ruim 77.000 keer.

Het feit dat de website vaak wordt bezocht en het bezoekersaantal stijgend is, geeft nog geen goed beeld over de waardering van deze bezoekers over de website. Zowel over deze waardering, als over de bezoekers zelf en de informatie die zij (be)zoeken, is weinig bekend.

Centraal in dit verslag staat dan ook de vraag wie de bezoekers zijn, wat zij (be)zoeken op de website en hoe zij deze website waarderen. Tevens is het de vraag hoe vaak zij op de website komen, en waarom zij de website eventueel vaker bezoeken.

Het doel van dit onderzoek was het uitvoeren van een evaluatie om antwoorden te krijgen op deze vragen en zodoende de website in 2006 te herzien.

Ten behoeve van deze evaluatie is gebruik gemaakt van verschillende onderzoeken. Ten eerste is er een online enquête op de website van het Trimbos-instituut uitgezet. Ter ondersteuning hiervan zijn de statistieken van de website geanalyseerd, zoals deze worden gegenereerd door specifieke (log)programma's. Tevens is er in dit onderzoek gekeken naar de leden van een nieuwsbrief, die sterk gerelateerd is aan de website.

De opbouw van dit onderzoeksverslag is als volgt. In hoofdstuk 1 wordt de organisatie achter de website in kwestie toegelicht. Vervolgens wordt in hoofdstuk 2 de opmaak en de inhoud van de website kort besproken. De ontwikkeling van het onderzoeksmodel en de hieruit voortvloeiende onderzoeksvragen worden in hoofdstuk 3 beschreven. De methoden voor de verschillende analyses worden in hoofdstuk 4 doorgenomen. Aansluitend zijn in hoofdstuk 5 de resultaten van de analyses met betrekking tot de log-files en de statistieken weergegeven. In hoofdstuk 6 zijn de resultaten van de online enquête opgenomen, waarna in hoofdstuk 7 de conclusies en aanbevelingen worden beschreven.

1 Trimbos-instituut

1.1 Missie en kerntaken

Het Trimbos-instituut is het landelijk kennisinstituut voor de geestelijke gezondheidszorg, de verslavingszorg en de maatschappelijke zorg. De missie van het instituut is: Kennis over geestelijke gezondheid creëren en doen toepassen in beleid en praktijk van de geestelijke gezondheidszorg, de verslavingszorg en de maatschappelijke zorg.

Het uiteindelijke doel is dat met die kennis preventie van psychische problemen mogelijk wordt, dat behandeling effectiever wordt en dat het beleid zich beter richt. Kortom, het doel van die kennis is de toepassing ervan om de kwaliteit van het leven van de individuele mens te bevorderen.¹

Dit doel is tot uitdrukking gebracht in een zestal kerntaken, die staan weergegeven in tabel 1:

Tabel 1 Kerntaken van het Trimbos-instituut*

1	Beleidsmakers, politici en professionals informeren over de geestelijke gezondheid van de Nederlandse bevolking
2	Monitoren en signaleren van psychische en verslavingsproblemen.
3	Onderzoek doen naar de organisatie, toegankelijkheid, kwaliteit en effectiviteit van preventie en hulpverlening.
4	Ontwikkelen van nieuwe methoden, protocollen, richtlijnen en programma's voor preventie, behandeling en organisatie van de zorg.
5	Cursussen en trainingen geven op het gebied van de geestelijke gezondheidszorg en de verslavingszorg, om hulpverleners te ondersteunen bij de verbetering van de kwaliteit van hun werk.
6	Voorlichting geven over psychische problemen en over alcohol en drugs.

* Overgenomen van www.trimbos.nl/default253.html (maart 2005)

In dit onderzoek spelen met name de eerste en laatste kerntaak een rol.

1.2 De organisatie

Het Trimbos-instituut is in 1996 ontstaan door een fusie van het Nederlands centrum Geestelijke volksgezondheid (NcGv) en het Nederlands Instituut voor Alcohol en Drugs (NIAD). De naam van dit instituut is ontleend aan een vooraanstaand psychiater, prof. dr. Kees Trimbos (1920-1988). Het Trimbos-instituut is gevestigd in Utrecht en biedt werk aan ongeveer 200 medewerkers.

Binnen de organisatie zijn 13 programma's te onderscheiden. Deze programma's richten zich gedurende langere tijd op een bepaald thema binnen de geestelijke gezondheidszorg (ggz), verslavingszorg of maatschappelijke opvang en doen onderzoek, ontwikkelen modelprogramma's en richtlijnen en ondersteunen de implementatie, zowel in de zorg als in de preventie. Op welke functie de meeste nadruk ligt (onderzoek/monitoring, ontwikkeling of implementatie) verschilt per programma. De inhoudelijk gerichte programma's worden bij hun werkzaamheden ondersteund door een aantal staffuncties en diensten. Eén van de diensten is het Informatiecentrum dat ondermeer verantwoordelijk is voor ontwikkeling en beheer van www.trimbos.nl.

¹ Overgenomen uit het Jaarverslag 2003

2 Website trimbos.nl

2.1 Inleiding

Internet is een belangrijk medium dat het Trimbos-instituut inzet voor het verwezenlijken van haar doelen. Het instituut beschikt over 15 verschillende (thema)websites. In dit onderzoek stond één website centraal, namelijk de overkoepelende en tevens meest bezochte website van het instituut: www.trimbos.nl. In paragraaf 2.2 worden de uitgangspunten voor deze website besproken, en in paragraaf 2.3 wordt een schets van de website gegeven. In paragraaf 2.4 is de inhoud van de website beschreven. Tot slot wordt in paragraaf 2.5 de Nieuwsflits beschreven.

2.2 Uitgangspunten voor de website

De basis voor www.trimbos.nl is vastgelegd in het 'Voorstel internettoepassingen' van de 'Stuurgroep Internet'. Hierin zijn onder andere de doelstellingen en de doelgroepen geformuleerd.

2.2.1 Doelstellingen en doelgroepen

Voor de ontwikkeling van de website is onderscheid gemaakt in het realiseren van korte en lange termijn doelstellingen. De korte termijn doelstellingen, die in dit onderzoek van belang zijn, zijn opgebouwd uit algemene doelstellingen, informatiedoelstellingen, communicatiedoelstellingen, integratiedoelstellingen en interne doelstellingen. Deze zijn als volgt geformuleerd:

Algemene doelstellingen

1. Ondersteunen van programma's bij de uitvoering van hun activiteiten.

Informatiedoelstellingen

2. Via www.trimbos.nl toegankelijk en vindbaar maken van beschikbare actuele, valide en betrouwbare kennis en informatie van het Trimbos-instituut over middelen, verslaving(szorg), geestelijke gezondheidszorg (ggz), maatschappelijke opvang, psychische stoornissen
3. Via www.trimbos.nl toegankelijk en vindbaar maken van informatie over organisatie, programma's, projecten, uitgaven (publicaties) en vacatures.
4. Verbeteren van de toegankelijkheid en het bereik van beschikbare kennis voor de verschillende doelgroepen.
5. Bieden van actuele informatie over ggz en verslavingszorg, waaronder beleidsinformatie uit feitenonderzoek over de verslavingszorg, middelengebruik, geestelijke gezondheidszorg en maatschappelijke opvang.

Communicatiedoelstellingen

6. Vergroten van de bekendheid van het Trimbos-instituut als kennisleverancier.

Integratiedoelstellingen

7. Aanwezige informatie op meerdere plaatsen ontsluiten (koppelen van inhoud aan websites).

Interne doelstellingen

8. Vergroten van inzicht in (elkaars) programma's en activiteiten bij management en medewerkers van het Trimbos-instituut.
9. Starten met de verankering van internet in de Trimbos-organisatie: internet als integraal onderdeel van beleid en activiteiten (waaronder het Uitgavenberaad).
10. Internetontwikkeling volgt beleidsontwikkeling: wijzigingen in het communicatiebeleid (bijvoorbeeld) worden direct doorvertaald naar de uitingen via internet.

In dit onderzoek spelen met name de informatiedoelstellingen een belangrijke rol.

De doelgroepen van de website zijn in het voorstel als volgt geformuleerd:

1. Cliënten, gebruikers (en aanverwant) en algemeen publiek.
2. Aanbieders van zorg en preventie (beroepsbeoefenaren, instellingen).
3. Beleidsmakers en Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS).
4. Wetenschappers, universiteiten, onderzoeksinstituten.
5. Sollicitanten.
6. Pers, studenten, maatschappelijke sectoren, algemene gezondheidszorg.

In dit onderzoek speelt met name de groep die de website voor zijn werk gebruikt (professionals) een belangrijke rol.

2.3 De homepage

De website van het Trimbos-instituut bevat informatie met betrekking tot de geestelijke gezondheidszorg en drugs. In Figuur 1 is een screenshot van de homepage weergegeven. De belangrijkste onderdelen van de website worden hieronder nader beschreven.



Figuur 1. De website van het Trimbos-instituut, www.trimbos.nl, bezocht op 5 november 2004.

Zoals op de meeste websites (Nielsen, 2004), is het logo van het Trimbos-instituut samen met de naam en een korte slogan geplaatst in de linker bovenhoek van de website. Rechts hiervan, in de rechter bovenhoek, zijn links van algemene aard geplaatst, waaronder een link naar de sitemap (zie bijlage II), contactgegevens en naar de (verkorte) engelse versie van de website. Ook zijn hier de links geplaatst naar andere websites van het Trimbos-instituut, een routebeschrijving, colofon, disclaimer en een printversie van de website.

Onder deze header wordt de hoofddeling van de website weergegeven met verschillende kleuren, voorzien van enkele illustraties. De website is ingedeeld in 'Drugs en verslaving' (rood), 'Psychische stoornissen' (groen), 'De zorg' (blauw) en 'Het Trimbos-instituut' (oranje). Deze onderwerpen worden in paragraaf 2.4 verder uitgewerkt.

Aan de linkerkant van het middelste gedeelte (met tekst) is ruimte voor een lijst met links. Deze links zijn afhankelijk van het door de bezoeker gekozen onderwerp (zie par. 2.4.5 voor een beschrijving van de links op de homepage). De achtergrondkleur van deze lijst met links hangt samen met de kleur van het gekozen onderwerp. Wanneer bijvoorbeeld gekozen wordt voor 'algemene informatie' van 'drugs en verslaving', dan verschijnt de bijbehorende lijst op een lichtrood gekleurde achtergrond.

In het midden onder de genoemde header is er ruimte voor de tekst. Hier verschijnt informatie, afhankelijk op welke onderwerpen de bezoeker klikt. Op de achtergrond van dit tekstgedeelte is een sterk vervaagde afbeelding geplaatst van een persoon.

Op de homepage staan rechts van de tekst drie lichtoranje vakjes. In de bovenste is er ruimte voor het zoeken op de website door middel van het invullen van zoekwoorden. In de onderste twee worden korte nieuwsberichten getoond. Met een klik op het betreffende vakje wordt het gehele nieuwsbericht getoond.

2.4 Hoofdonderwerpen

2.4.1 Drugs en verslaving

Het eerste hoofdonderwerp ('drugs en verslaving') is weergegeven met een vervaagde illustratie van enkele pillen voorzien van een rode gloed.

Wanneer er met de muis gewezen wordt naar de naam, verschijnt eronder een klein rood menu. In dit menu kan de bezoeker kiezen uit 'algemene informatie' en 'informatie voor professionals'. In figuur 2 is het menu weergegeven.



Figuur 2. Menu voor drugs en verslaving.

Onder 'algemene informatie' wordt informatie gegeven over drugs in het algemeen en verschillende drugs(soorten). Deze worden in de vorm van een verticale lijst links op de pagina opgesomd in alfabetische volgorde (van Alcohol tot en met XTC).

Achter elk drug verschuilt zich informatie over de werking, de risico's en hulp. Daarnaast wordt er nog algemene informatie ('in het kort'), aanvullende informatie ('en dan nog dit') en een colofon gegeven.

Wanneer gekozen wordt voor informatie voor professionals, verschijnt er een kortere lijst met drugs (onder andere alcohol, cocaïne en tabak). De lijst eindigt met informatie omtrent het drugsbeleid. Wanneer nu gekozen wordt voor een drug, komt er een lijst met diepgaande onderwerpen op de pagina. De laatste feiten en trends, het (problematisch) gebruik onder de bevolking en onder jongeren, de hulpvraag, sterfte en de effectiviteit van de behandeling worden hier aangeboden. Tevens komen hier de literatuurverwijzingen, gebruikte afkortingen, verklaring van de begrippen en bronnen en methodologie aan bod.

2.4.2 Psychische stoornissen

Het tweede hoofdonderwerp ('psychische stoornissen') wordt geïllustreerd met een vervaagd en van een groene gloed voorzien weefsel. Bij het aanwijzen van dit onderwerp verschijnt er ook een klein menu. Dit menu komt, behalve qua kleur en plaats, overeen met het menu van het eerste hoofdonderwerp. Ook hier kan de bezoeker kiezen voor 'algemene informatie' en 'informatie voor professionals'.

Achter de link schuilen een viertal onderwerpen ('ADHD', 'Borderline', 'Manisch depressieve stoornis' en 'Psychose') die alfabetisch zijn opgesomd in de lijst met links. Wanneer gekozen wordt voor één van deze links, komt er informatie beschikbaar over onder andere de oorzaken, diagnose, behandeling, medicijnen, de omgang met mensen met de stoornis en informatie voor de familie en betrokkenen. Tevens wordt er nog informatie gegeven omtrent andere organisaties, boeken en brochures.

De informatie voor professionals geeft 12 verschillende psychische stoornissen weer, gerangschikt op alfabetische volgorde. Enkele stoornissen zijn 'Anorexia nervosa', 'Bipolaire stoornis' en 'Obsessief-compulsieve stoornis'. Afhankelijk van de gekozen stoornis kan er informatie opgeroepen worden over de gevolgen, oorzaken, preventie, diagnostiek, behandelingen, methoden, zorg en literatuurverwijzingen.

2.4.3 De zorg

'De zorg' is het derde hoofdonderwerp. De bij dit onderwerp behorende kleur is blauw en de bijbehorende illustratie is ook blauw getint. Op dit plaatje is een vrouw te zien in een geïnteresseerde houding naar een ander (vervaagd) persoon. Bij het aanwijzen van dit onderwerp verschijnt er weer een zelfde menu, met het verschil dat hier alleen 'informatie voor professionals' wordt aangeboden. Op dit gedeelte van de website komen verschillende facetten van de zorg aan bod ('achtergronden (en ontwikkelingen) van het zorgcircuit' en 'een algemeen beeld van de geestelijke gezondheidszorg'), verschillende soorten van zorg ('forensische zorg', 'verslavingszorg' en 'maatschappelijke zorg') en doelgroepen van zorg ('volwassenen', 'kinderen en jeugd' en 'ouderen'). Van de genoemde onderwerpen kan vervolgens informatie worden opgeroepen.

2.4.4 Het Trimbos-instituut

Het laatste hoofdonderwerp betreft 'Het Trimbos-instituut'. In de kleur oranje is hierbij een gedeelte van een spinnenweb afgebeeld. Bij het aanwijzen van dit onderwerp, komt er een menu tevoorschijn met 'informatie over het instituut' en 'informatie over programma's'.

Wanneer gekozen wordt voor de eerste optie verschijnt de mogelijkheid verschillende informatie met betrekking tot het instituut te bekijken. Hierbij kan worden gekozen uit 'missie en kerntaken', 'medewerkers', 'organigram', 'jaarverslag' en 'geschiedenis'. Wanneer gekozen wordt voor 'medewerkers' kan er gezocht worden naar medewerkers op naam en naar afdeling of dienst.

Onder de link 'informatie over programma's' is informatie over de 13 programma's van het Instituut weergegeven. Per programma wordt naast informatie over het betreffende programma informatie gegeven over de bijbehorende projecten, producten en medewerkers.

2.4.5 Onderwerpen op de homepage

Bij binnenkomst op de website staan er links op de pagina enkele links, die verder op de site niet geplaatst zijn. De links 'persberichten' en 'actueel' bieden beiden actuele informatie aan (resp. persberichten en nieuws uit het bulletin Nieuwsflitsen, met de mogelijkheid tot aanmelding op de notificatie ervan). Daarnaast biedt dit gedeelte van de website toegang tot de projecten en producten van het Trimbos-instituut, de online catalogus van de bibliotheek, informatie over scholing en studiedagen, een agenda met onder andere data van congressen en symposia, informatie over kenniscentra uit de geestelijke gezondheidszorg, eventuele vacatures en links naar andere websites.

2.5 Notificatie van Nieuwsflitsen

Het Trimbos-instituut geeft een maandelijks bulletin uit genaamd Nieuwsflitsen. Dit bulletin bevat nieuws over recente onderzoeken, projecten, producten en ontwikkelingen van het Trimbos-instituut. Nieuwsflitsen is zowel op papier als in digitale vorm beschikbaar.

Met de uitgave van Nieuwsflitsen wordt geprobeerd de abonnees op de hoogte te houden van de laatste kennis op het gebied van geestelijke gezondheidszorg, verslavingszorg en maatschappelijke zorg. Tevens wordt er op deze manier bekendheid gegeven aan het Trimbos-instituut, haar activiteiten en aan de website. Nieuwsflitsen is gericht op professionals.

De digitale vorm van Nieuwsflitsen is op de website geplaatst onder het kopje 'actueel'. Tevens kan men zich op de website aanmelden voor het maandelijks ontvangen van een e-mail met daarin de nieuwsitems uit Nieuwsflitsen met koppelingen naar de betreffende items op de website. Het aantal mensen dat zich geabonneerd heeft op de maandelijkse notificatie per e-mail groeit met ongeveer 100 per maand en lag bij het schrijven van dit verslag in totaal op ruim 1700. Ten tijde van het onderzoek werd gewerkt aan een volwaardig E-zine. Dit is naar verwachting begin mei 2005 beschikbaar.

3 Evaluatie van de website

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de ontwikkeling van de onderzoeksvraag centraal. Daartoe is in paragraaf 3.2 eerst een overzicht van uitgangspunten bij een evaluatie van websites gegeven. Vervolgens zijn in paragraaf 3.3 het TAM model van Davis (1989) besproken en uitbreidingen hierop beschreven, die als basis dienen voor de evaluatie. In paragraaf 3.4 wordt ingegaan op de evaluatie en aansluitend in paragraaf 3.5 wordt het onderzoeksmodel besproken. In paragraaf 3.6 zijn de uiteindelijke onderzoeksvragen voor de evaluatie van de website van het Trimbos-instituut geformuleerd.

3.2 Uitgangspunten bij de evaluatie van websites

Het evalueren van een website heeft als doel deze optimaal afgestemd te houden op de wensen en verwachtingen van de bezoeker. Op grond van de uitkomsten van de evaluatie kunnen zo de juiste verbeteringen worden aangebracht (Van Driel, 2001).

De evaluatie kan op verschillende aspecten van een website gericht zijn. De Jong & Heuvelman (1999) onderscheiden hier de website als gebruikersinterface en de website als communicatiemiddel.

Bij de benadering van de website als gebruikersinterface staat de gebruiksvriendelijkheid van de website centraal. Het onderzoeken hiervan kan middels bestaande heuristieken en lijsten met richtlijnen, die ontwikkeld zijn in een poging om enige structuur aan te brengen. Voorbeelden van dergelijke lijsten zijn van Spyridakis (2000) en Vroom (2002). In deze lijsten zijn met name aspecten met betrekking tot de navigatie op de website, de duidelijkheid van de lay-out en de vindbaarheid van de website op het internet opgenomen. De verschillende soorten heuristieken zijn beschreven door De Jong & Van der Geest (2000).

Bij de benadering van een website als communicatiemiddel ligt de nadruk niet op de interface, maar op de geboden informatie en de presentatie daarvan. Bij een evaluatie vanuit dit uitgangspunt wordt er dus niet alleen gekeken naar de gebruiksvriendelijkheid, maar ook naar de gebruikers en de kwaliteit van de informatie (De Jong & Heuvelman, 1999). Het onderzoeken hiervan kan middels verschillende methoden. Schneider et al. (2001) onderscheiden methoden als online enquêtes, interviews, focus groups, log-file analyses en e-mail analyses. Een combinatie van deze methoden helpt volgens Wyman et al. (1997) bij het verkrijgen van een compleet beeld van de sterke en zwakke punten van de website.

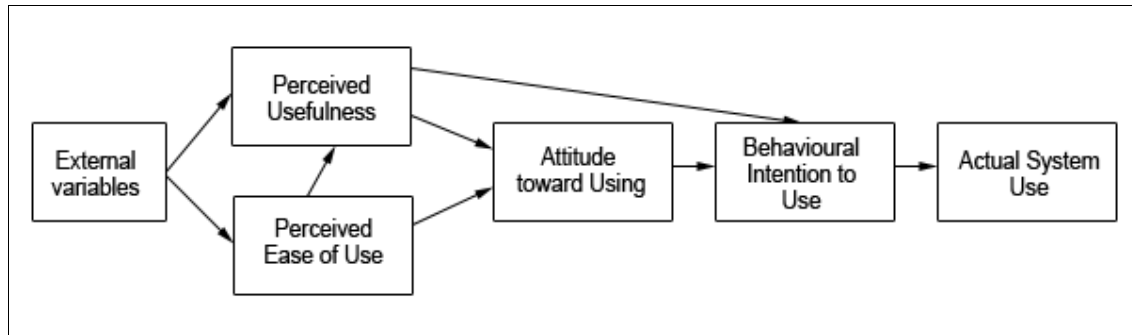
Naast de verschillende methoden voor het evalueren kan er worden gekozen tussen een benadering vanuit de expert of de gebruikers (Schneider et al., 2001). In het geval van een expertbenadering wordt de evaluatie uitgevoerd door experts (bijvoorbeeld webmasters of ontwikkelaars), die de website kritisch bekijken. In het geval van een gebruikersbenadering wordt de mening van gebruikers gevraagd. Deze gebruikers kunnen de doelgroep vertegenwoordigen.

Het is tevens aan deze gebruiker of de website ook daadwerkelijk gebruikt wordt en of hij ook blijft terugkomen. Om die reden staat de evaluatie niet op zichzelf, maar is de acceptatie door deze gebruiker van de website ook van belang. In de volgende paragraaf wordt ingegaan op het TAM model, dat inzicht geeft in de acceptatie van een systeem.

3.3 Technology Acceptance Model (TAM)

Met de ontwikkeling van het Technology Acceptance Model (TAM) door Davis (Davis, 1989 & Davis et al. 1989), is geprobeerd inzicht te krijgen in de acceptatie van elektronische informatiesystemen door potentiële gebruikers. Een elektronisch informatiesysteem wordt gedefinieerd als een systeem dat in staat is gegevens digitaal op te slaan en te indexeren, (eventueel) symbolisch te bewerken, en weer beschikbaar te maken. (De Jong & Joolingen, 2000).

Het doel van het TAM model is het kunnen voorspellen in hoeverre het informatiesysteem gebruikt zal gaan worden en dient tevens als praktisch instrument om dergelijke systemen te evalueren. De uitkomst van deze evaluatie kan de ontwikkelaars van informatiesystemen in staat stellen het systeem waar mogelijk te verbeteren om zodoende de acceptatie van de gebruikers te verhogen. Het model is in figuur 3 weergegeven.



Figuur 3. Het TAM model van Davis (1989)

Het model bouwt voort op de bekende causale ketting van beliefs -> attitude -> intention -> behaviour, die door de psychologen Fishbein en Ajzen (1975) is opgesteld. Dit model is beter bekend als de 'Theory of Reasoned Action' (TRA). Het TAM model bestaat uit vijf componenten, waartussen de relaties zijn gespecificeerd. De componenten moeten als volgt worden geïnterpreteerd.

Actuele gebruik van het systeem

De 'actual system use' staat voor het actuele gebruik van het systeem en wordt in dit model alleen beïnvloed door de gedragsintentie.

Gedragsintentie

De 'behavioural intention to use' staat voor de intentie van de gebruiker om het systeem te gaan gebruiken. Naarmate de intentie positiever is, is het waarschijnlijker dat de potentiële gebruiker het systeem ook daadwerkelijk gaat gebruiken.

Houding

De uiteindelijke houding (attitude) ten aanzien van het gebruiken van het systeem heeft invloed op de gedragsintentie om het systeem te gebruiken (behavioural intention to use). Wanneer er sprake is van een positieve houding van een persoon ten opzichte van het systeem, dan is het waarschijnlijk dat deze persoon het systeem ook wil gaan gebruiken.

Waargenomen nut

Onder 'perceived usefulness' verstaat Davis de mate waarin een persoon gelooft dat het gebruik van een bepaald systeem zijn of haar uitvoering van taken verbetert. Wanneer een gebruiker gelooft dat het systeem zijn of haar uitvoering van de taken verbetert, heeft dit een positieve invloed op de attitude van deze persoon om het systeem te gebruiken. Tevens heeft dit een positieve invloed op de gedragsintentie van deze persoon.

Waargenomen gebruiksvriendelijkheid

Davis definieert 'perceived ease of use' als de mate waarin een persoon gelooft dat het gebruik van een bepaald systeem geen moeite met zich meebrengt. Naast het waargenomen nut beïnvloedt deze component de attitude om het systeem te gebruiken. Indien de gebruiker een systeem als gebruiksvriendelijk ervaart, heeft dit een positieve invloed op de attitude van deze gebruiker ten aanzien van het gebruik van het systeem.

Tevens heeft het waargenomen gebruiksgemak volgens het model een positieve invloed op het waargenomen nut. Naarmate de gebruiker het systeem gebruiksvriendelijker vindt, zal dit een positief effect hebben op de mate waarin gelooft wordt dat het gebruik van nut is.

3.3.1 Toepassingen van het TAM model

Het TAM model is vele malen gebruikt bij het onderzoeken van de acceptatie van verschillende informatiesystemen. Volgens Hu et al. (1999) ligt de reden in het feit dat het model algemeen, beknopt en op ICT gericht is. Voor een grote diversiteit aan gebruikersgroepen en ICT-middelen kunnen verklaringen worden gegeven in diverse omgevingen. Hu voegt hieraan toe dat het model voorzien is van gevalideerde constructen (mede door het grote aantal gepubliceerde onderzoeken) waardoor zowel vervolg- als vergelijkende onderzoeken mogelijk zijn.

In eerste instantie is het TAM model vaak gebruikt bij het analyseren van de mogelijke acceptatie van gebruikers van computersystemen. Voorbeelden hiervan zijn Adams (1992) die de acceptatie van voicemail en e-mail onderzocht en voor beide systemen de resultaten van Davis et al. (1989) bevestigden. Karahanna et al. (1999) onderzocht de acceptatie van een besturingssysteem en concludeerde dat van het originele model alleen het waargenomen nut de attitude bepaalde.

Ook zijn er verscheidene voorbeelden in de literatuur waarbij dit model is toegepast op internet in het algemeen. Shih (2004b) onderzocht de acceptatie van het winkelen via internet en constateerde voor wat betreft het kopen van digitale en fysieke producten een verklaarde variantie van respectievelijk 35% en 42%. Liaw en Huang (2003) onderzochten het gebruik van zoekmachines op internet en Shih (2004a) onderzocht het gebruik van internet in Taiwan en bevestigde hiermee het model en concludeerde tevens dat het waargenomen nut de sterkste determinant voor de attitude is.

Naast de toepassing van het model op informatiesystemen en internet in het algemeen, is het ook gebruikt voor het evalueren van websites. Van der Heijden (2002) gebruikte in zijn onderzoek het TAM model bij de acceptatie van een portal en vond voor het actuele gebruik een verklaarde variantie van 31%. Henderson en Divett (2003) keken met behulp van het model naar de acceptatie van een online supermarkt en vond voor het gebruik ervan een verklaarde variantie van 15%. Selim (2002) richtte zich op cursus websites (voor het volgen van vakken) voor studenten en concludeerde dat het nut en de gebruiksvriendelijkheid sterke determinanten zijn voor het verklaren van het gebruik (83%).

Zie Legris et al. (2003) voor een overzicht van gebruikte systemen en programma's die geëvalueerd zijn met behulp van het TAM model.

3.3.2 Veranderingen aan het TAM model

In verscheidene onderzoeken (waaronder die in par 3.3.1) zijn vaak veranderingen aangebracht ten opzichte van het oorspronkelijke model. De intentie om het systeem te gebruiken wordt door de verschillende onderzoeken voor 30 tot 60% verklaard (Legris et al., 2003). Dit geeft aan dat er nog andere verklarende factoren moeten zijn die een rol kunnen spelen bij de acceptatie van een informatiesysteem. In het onderstaande worden enkele uitbreidingen uit eerdere onderzoeken besproken.

Waargenomen vreugde

Davis et al. (1992) constateerden dat de waargenomen vreugde ('perceived enjoyment') van invloed is op het gebruik van informatie systemen. Volgens Teo et al. (1999) is de waargenomen vreugde bij de gebruiker van invloed op het gebruik van het Internet in het algemeen. Van der Heijden (2000, 2003) concludeerde in zijn onderzoek naar het gebruik van een portal dat de waargenomen vreugde een positieve invloed heeft op zowel de houding naar de website als op de intentie voor het gebruiken ervan. Atkinson & Kydd (1997) toonden in een vergelijkend onderzoek echter aan, dat deze waargenomen vreugde niet altijd een (positieve) invloed op het gebruik heeft. Bij het onderzoek werd gekeken naar een website met een amuserend doel en studie gerelateerde doelen. Bij deze eerste soort was de rol van de vreugde wel significant, bij de tweede niet. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de invloed van de waargenomen vreugde afhankelijk is van de context.

Weglaten van de attitudecomponent

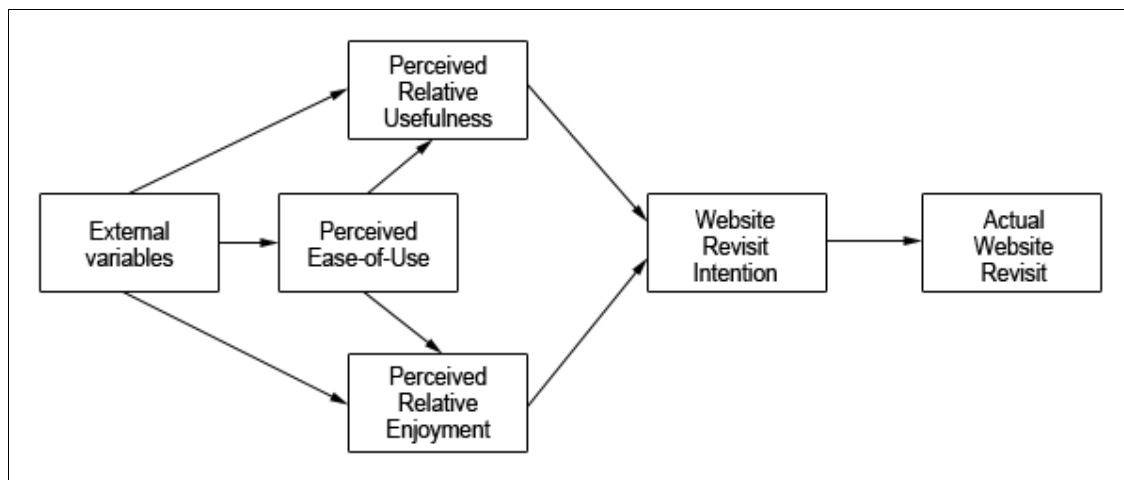
Davis et al. (1989) concludeerden al in hun onderzoek naar het TAM model dat de attitude geen betekenisvolle rol speelde in het bemiddelen van het waargenomen nut of de waargenomen gebruiksvriendelijkheid met de gebruiksententie. Dat was de reden voor vele onderzoekers om dit aspect niet mee te nemen in hun onderzoek. Legris (2004) concludeert in zijn onderzoek naar de verschillende op TAM gebaseerde onderzoeken, dat slechts 7 van de 22 onderzoeken zowel de attitude als de gedragsintentie meet en 10 van de 22 onderzoeken alleen de gedragsintentie meet.

Waargenomen geloofwaardigheid

De acceptatie van het bankieren via Internet probeerde Wang et al. (2003) in zijn onderzoek hiernaar tevens te verklaren met het construct 'perceived credibility'. Dit construct gaf de mate aan waarin de gebruikers in de veiligheid- en privacyaspecten van internet bankieren geloofden. Geconcludeerd werd dat dit construct van belang is (28% van de variantie werd hiermee verklaard). Luarn & Lin (2004) concludeerden dat het construct 'perceived credibility' ook bij de acceptatie van mobile banking systemen voor een belangrijk deel de acceptatie verklaard. Samenvattend kan gezegd worden dat veiligheids- en privacyaspecten bij online bankieren een belangrijk voorspeller zijn voor het uiteindelijke gebruik van dergelijke systemen.

3.3.3 E-TAM model

De veranderingen op basis van het TAM model zijn door Van der Heijden (2000) opgenomen in een aangepast model, genaamd e-TAM. Het e-TAM model is in tegenstelling tot het oorspronkelijk TAM model niet gericht op alle informatiesystemen, maar slechts op één bepaald soort, namelijk websites. Het doel van dit model is het kunnen verklaren waarom gebruikers terugkeren naar een bepaalde website. In figuur 4 is het model van Van der Heijden weergegeven.



Figuur 4. Het e-TAM model van Van der Heijden (2000)

Het model heeft een grote mate van overeenkomst met het TAM model. De oorspronkelijke naamgeving van de componenten zijn aangepast aan de context van websites. Zo is 'actual system use' hernoemd naar 'actual website revisit' en 'behaviour intention to use' hernoemd naar 'website revisit intention'.

De component 'Perceived usefulness' is hernoemd tot 'Perceived Relative Usefulness', om te benadrukken dat er concurrentie is tussen websites.

De waargenomen gebruiksvriendelijkheid heeft volgens het e-TAM model geen directe invloed op de gedragsintentie, maar alleen op het waargenomen nut en de waargenomen vreugde. Dit naar aanleiding van het onderzoek van Adams (1992) en Davis et al. (1989), waaruit blijkt dat er geen significante relatie is tussen de waargenomen gebruiksvriendelijkheid en de gedragsintentie.

3.4 De evaluatie van de website van het Trimbos-instituut

Voor de evaluatie van de website van het Trimbos-instituut is het e-TAM model als basis gebruikt. Echter, enkele aanpassingen lijken in dit geval waardevol. Zo is de kwaliteit van de informatie en de mate van aantrekkelijkheid van de website onderwerp van evaluatieonderzoek en kunnen deze aspecten bijdragen aan de acceptatie van de website door de bezoekers. Met name de kwaliteit van de informatie speelt gezien de functie van het Trimbos-instituut als kennisinstituut een belangrijke rol. Zowel de kwaliteit van de informatie als de aantrekkelijkheid van de website zijn in eerder onderzoek al naar voren gekomen en zullen nader worden toegelicht.

Waargenomen kwaliteit van de informatie

Zoals eerder gesteld, is bij een evaluatie van een website als communicatiemiddel de kwaliteit van de informatie van belang (De Jong & Heuvelman, 1999) en moet hierbij met name worden gedacht aan de betrouwbaarheid, relevantie en objectiviteit van de tekst. Ook voor wat betreft de acceptatie van informatiesystemen kan de kwaliteit van de informatie bepalend zijn, zo blijkt uit onderzoeken van Ahn (2004) en Shih (2004b).

Uit het recente onderzoek van Ahn et al. (2004) is gebleken dat de kwaliteit van de informatie een belangrijk aspect is. Dit construct mat de mate waarin de bezoekers de waargenomen kwaliteit van de informatie waardeerden, met items over begrijpelijkheid, volledigheid en betrouwbaarheid van de informatie. In dit onderzoek naar de acceptatie van online 'winkelcentra' kwam naar voren dat de kwaliteit van de informatie een grote invloed had op het waargenomen nut ($\beta = 0,3$) en gebruiksvriendelijkheid ($\beta = 0,2$).

Ook Shih (2004b) heeft in zijn onderzoek naar de acceptatie van het winkelen op internet (e-shopping) gekeken welke rol de kwaliteit van de informatie speelde. De kwaliteit van de informatie werd gemeten met items over de nauwkeurigheid, volledigheid, begrijpelijkheid, geschiktheid en beschikbaarheid van de informatie. Uit de resultaten bleek dat de kwaliteit van de informatie een belangrijke rol speelde bij de acceptatie van het kopen van fysieke producten op internet ($\beta = 0,3$).

Waargenomen aantrekkelijkheid

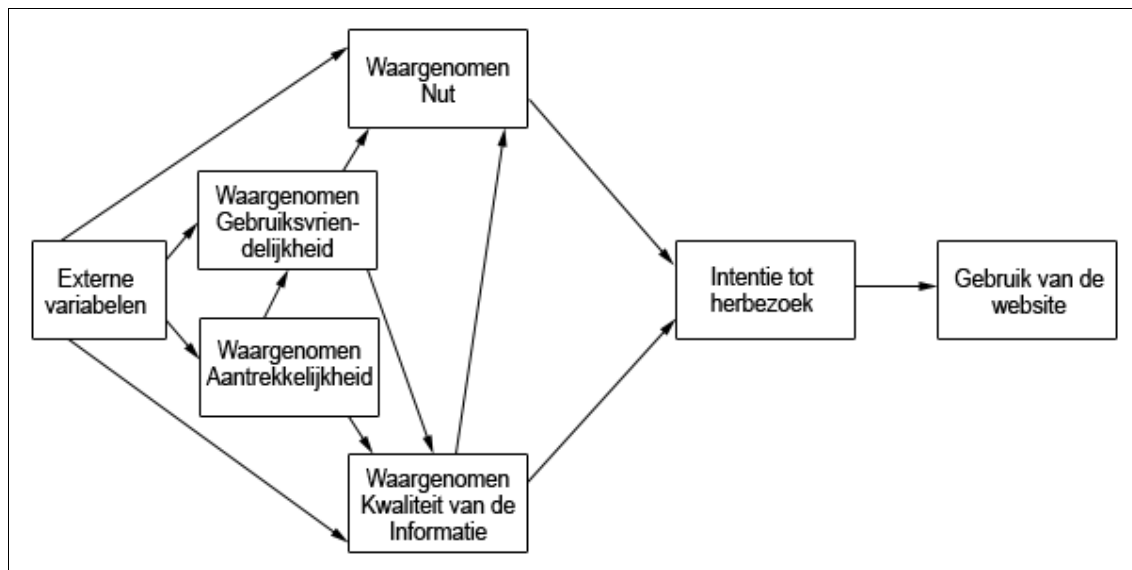
Bij de evaluatie van websites is de vormgeving van een website een vaak voorkomend aspect, zo blijkt uit onderzoek van Roos (2002) en Kim (1999). Beiden hebben de criteria die gesteld zijn in de bestaande literatuur naar het evalueren van websites met gezondheidsgerelateerde informatie onderzocht. Uitkomst van dit onderzoek is dat deze criteria niet alleen betrekking hebben op de gebruiksvriendelijkheid en de informatie, maar ook op de aantrekkelijkheid van de website.

Uit onderzoek van Tractinsky (2000) is gebleken dat de aantrekkelijkheid van een informatiesysteem samenhangt met het oordeel over de gebruiksvriendelijkheid van het systeem. Gebruikers die het systeem mooier vinden, zijn sneller geneigd het systeem als gebruiksvriendelijk te zien. De waargenomen aantrekkelijkheid van een website kan dus een rol spelen bij het gebruik ervan.

3.5 Onderzoeksmodel

In het evaluatieonderzoek naar de website van het Trimbos-instituut, zal het model dat weergegeven is in figuur 5 als uitgangspunt dienen. Het model is gebaseerd op het e-TAM model van Van der Heijden (2003), waarbij de component 'waargenomen vreugde' is vervangen door 'waargenomen aantrekkelijkheid' als voorspeller voor de intentie om de website nog een keer te bezoeken. Dit gezien het feit dat in het geval van trimbos.nl het niet waarschijnlijk is dat vreugde een rol zal spelen.

Gezien het informatieve doel van de website is de component 'waargenomen kwaliteit van de informatie' toegevoegd. Deze component verklaart mogelijk het nut voor het gebruiken van de website.



Figuur 5. Onderzoeksmodel

3.6 Onderzoeksvragen

Met de gestelde opdracht vanuit het Trimbos-instituut en de resultaten uit de literatuurstudie, is gekomen tot de volgende vraagstelling.

Wie (be)zoekt welke onderdelen van de website van het Trimbos-instituut (www.trimbos.nl), in hoeverre wordt de website gewaardeerd en welke aspecten zorgen voor het terugkomen van de bezoekers?

Deze vraag zal worden beantwoord middels de volgende deelvragen:

1. Wie zijn de bezoekers van www.trimbos.nl en hoe zijn zij op de website gekomen?

Met deze deelvraag wordt beoogd de bezoekers in kaart te brengen: Karakteristieken van de personen, de wijze waarop zij de website gevonden hebben en de bezoekfrequentie.

2. Welke onderdelen (be)zoeken de bezoekers op de website?

Voor het beantwoorden van deze deelvraag zal worden onderzocht welke informatie de bezoekers op de website raadplegen en welke informatie zij zoeken. Tevens zal worden gekeken naar welke informatie de bezoekers op de website verwachten.

3. Wat is de waardering van deze bezoekers?

Deze vraag is erop gericht duidelijkheid te geven over de waardering van de website (totaaloordeel). Daarnaast zal worden onderzocht wat de bezoekers vinden van de kwaliteit van de informatie, gebruiksvriendelijkheid, vormgeving en nuttigheid van de website.

4. Welke van deze aspecten zorgen voor het terugkomen van de bezoeker?

Voor het beantwoorden van deze deelvraag dient onderzocht te worden welke van de bij deelvraag 3 genoemde soorten waarderingen van doorslag zijn voor de acceptatie van de website.

5. In welke mate zijn het gehanteerde model, instrument en procedure bruikbaar gebleken voor het beantwoorden van de vraagstelling.

Voor het eventueel herhalen van dit onderzoek of delen hiervan, moet inzicht worden verkregen in de bruikbaarheid van het gehanteerde model, instrument en procedure.

4 Methoden

4.1 Inleiding

Het onderzoek is in drie verschillende deelonderzoeken opgedeeld. Het eerste bestaat uit een korte analyse van de log-files zoals deze worden bijgehouden door de webserver. Dit is uitgewerkt in paragraaf 4.2.

Het tweede deelonderzoek beslaat een analyse van de abonnees op de notificaties van de Nieuwsflitsen. Hierbij is een indeling gemaakt in de sector waarin deze abonnees werkzaam waren en hun functie. Een uitwerking hiervan is gegeven in paragraaf 4.3.

In paragraaf 4.4 is het hoofdonderzoek beschreven. Dit onderzoek bestaat uit een online vragenlijst.

4.2 Analyse van de log-files

4.2.1 Inleiding

Het analyseren van de bezoekers met behulp van de log-files is in dit onderzoek met name gericht op het verkrijgen van informatie over het aantal bezoekers die (onderdelen van) de website hebben bezocht, de herkomst van deze bezoekers en de door hen eventueel gebruikte zoektermen.

De analyse is gebaseerd op de gegevens verzameld door Sitestat. Sitestat is een professioneel programma, dat ontwikkeld is door de firma Nedstat en geïntegreerd is op www.trimbos.nl. Met behulp van dit programma kan inzicht worden verkregen in statistieken aangaande de bezoeken aan de website en gebruikte zoektermen. Deze zoektermen zijn ingevuld in externe zoekmachines (bijvoorbeeld Google) op het internet.

4.2.2 Procedure

Gedurende één maand (november 2004) is er middels Sitestat informatie verkregen over de herkomst van de bezoekers² en het aantal bezoeken op (onderdelen van) de website³.

In deze maand is de website ongeveer 63.000 keer bezocht. Hoeveel unieke bezoekers hier verantwoordelijk voor waren is niet precies te zeggen, gezien het feit dat een bezoeker de website meerdere keren bezocht kan hebben.

Gedurende twee maanden (12 oktober t/m 12 december) is tevens informatie verkregen over de gebruikte zoekwoorden die geleid hebben tot een bezoek aan de website. De analyse heeft zowel betrekking op de populairste zoektermen als op alle zoektermen uit deze periode.

4.3 Analyse van de abonnees op de notificatie

4.3.1 Inleiding

Het analyseren van de abonnees op de notificatie van Nieuwsflitsen is gericht op het verkrijgen van meer informatie over de verschillende functies en sectoren waar deze abonnees werkzaam zijn.

De analyse is gebaseerd op de gegevens zoals die zijn opgeslagen in een database. Deze gegevens zijn bij aanmelding op de notificatie door de abonnees zelf vrijwillig verstrekt en bestaan uit een e-mailadres, geslacht, naam, organisatie en functie. Op de website is vermeld dat alle velden verplicht moeten worden ingevuld voor het verkrijgen van de notificatie.

² Verkregen middels de optie 'Pageviews, bezoeken, bezoekers per land' in Sitestat.

³ Verkregen middels de optie 'Boomstructuur voor bezoeken' in Sitestat.

Met deze analyse werd geprobeerd inzicht te krijgen in de gebruikers. Hierbij kon een beeld verkregen worden van de verhouding tussen mannen en vrouwen, van de professies van de ontvangers en tevens het domein waar zij werkzaam in zijn.

4.3.2 Procedure

Op 15 oktober 2004 waren er 1275 mensen geabonneerd op deze notificatie. Vier abonnees hadden aangegeven voor het Trimbos-instituut werkzaam te zijn en derhalve niet meegenomen in deze analyse.

Deze resterende abonnees zijn vervolgens ingedeeld naar sector en functie. Hierbij is gebruik gemaakt van de indeling zoals deze is gehanteerd in een externe analyse door het bureau Flying Publishers (2004). Deze indeling is weergegeven in tabel 2.

Tabel 2
Indeling van de sectoren

Segment	Organisatie	Functionarissen
1. Beleidsmakers	Gemeenten en provincies, Ministeries VWS, Justitie en BiZa, sociale zaken	1. Beleidsambtenaren in de GGZ en verslavingszorg en maatschappelijke zorg, Beleidsambtenaren in de GGZ, verslavingszorg en Mz
2. Aanbieders in de zorg & preventie	GGZ instellingen incl. koepelorganisaties als GGN	2. Management incl. staf en voorlichting
	Professionals VZ, GGZ en MZ.	3. Psychiaters, psychologen/pedagogen, therapeuten
		4. (Psychiatrisch) verpleegkundigen en SPV-ers
		5. Preventiewerkers
	Overigen	6. Overige professionals (SPH, act.begeleiders, bewegingstherapeuten, maatschappelijk werkers)
3. Vragers naar zorg	Relevante Patiëntenorganisaties en overige belangenorganisaties zoals de consumentenbond Individuele cliënten en hun familie	7. Huisartsen/bedrijfsartsen
		8. Management, afdelingen communicatie
4. Wetenschap & Onderwijs	Universiteiten, HBO's onderzoekscentra, instellingen	9. Stroomlijn gebonden
	Basisonderwijs en voortgezet onderwijs	10. Wetenschappelijk onderzoekers op het gebied van GGZ en verslavingszorg maatschappelijke zorg, incl promovendi 11. Studenten
5. Pers	Landelijke algemene media (radio, TV, dagbladen en opinieweekbladen), vak- en wetenschappelijke tijdschriften, Publieksmedia op het gebied van gezondheidszorg	12. Schooldirecties en scholieren
		13. Journalisten met GGZ, vz en mz in portefeuille, Eindredacties
6. Farmaceuten	Farmaceutische industrie van merkartikelen	14. (Commercieel) management, onderzoekers, beslissers onderzoekssubsidie
7. Zorgverzekeraars	Zorgverzekeraars	15. Management, medici, Accountmanagers, beleidsmedewerkers

Bij de analyse van de abonnees kreeg elk 2 nummers toegewezen. Het eerste nummer (1 t/m 7) gaf aan in welke sector iemand werkzaam was. Het tweede nummer (1 t/m 15) had betrekking op de functie binnen deze sector.

Wanneer niet meteen duidelijk was in welke sector een organisatie thuishoorde, is geprobeerd deze via het internet alsnog te lokaliseren door middel van de domeinnaam uit het gegeven e-mailadres. In het geval dit nog steeds geen duidelijkheid opleverde, werd deze in de categorie overig geplaatst. Sectoren die niet in de aangehouden verdeling (tabel 2) konden worden geplaatst, werden ook in eerste instantie onder 'overig' gegroepeerd.

Abonnees waarvan het op basis van de ingevulde gegevens niet duidelijk was in welke groepen deze ingedeeld zouden moeten worden, werden toegewezen aan de 'restgroep', genaamd 'onbekend'. Indien zou blijken dat de aangehouden indeling niet voldeed, konden er aan de hand van de gegevens nieuwe groepen gemaakt worden.

4.4 Online vragenlijst

4.4.1 Doel

Het eerste doel van de online enquête is het onderzoeken wie de bezoekers van de website zijn. Hierbij waren het geslacht, de leeftijd, het beroep, de organisatie en hoe vaak de website bezocht wordt van belang. Daarnaast was het zaak te onderzoeken welke reden de bezoeker had voor het bezoek aan de website. Naast de informatie over de bezoeker was de enquête gericht op het verkrijgen van de waarderingen over de aspecten van het aangepaste e-TAM model. Tot slot was de bedoeling duidelijkheid te verkrijgen over de algemene houding ten aanzien van de website en de intentie om de website weer te bezoeken.

4.4.2 Respondenten

De website werd ten tijde van het onderzoek ongeveer 60.000 keer per maand bezocht. Uitgaande van een responsepercentage van 5% zouden binnen enkele weken mogelijk 1.000 respondenten geteld kunnen worden. Er is geen voorselectie gemaakt, dus iedere bezoeker had de mogelijkheid om de enquête (eventueel meerdere keren) in te vullen.

4.4.3 Ontwikkeling en inzet instrument

De online enquête is opgemaakt in de vorm van een website (pop-up) met behulp van HTML en CGI. De antwoorden op de enquête werden opgeslagen in een tekstbestand (puntkomma gescheiden) om vervolgens met statistische programma's verwerkt te kunnen worden.

In het eerste scherm van de enquête werd het belang van het invullen voor de bezoeker kenbaar gemaakt: Door het invullen van de enquête kon de website verbeterd en aangepast worden aan de eisen en wensen van de bezoeker. Dit met als doel de bezoeker te motiveren om de vragenlijst in te vullen.

Voor wat betreft de vormgeving van de pop-up, is getracht deze zoveel mogelijk aan te laten sluiten bij de huisstijl van het Trimbos-instituut en haar website. Daarnaast is geprobeerd de pop-up aantrekkelijk en overzichtelijk eruit te laten zien.

Voor wat betreft de gebruiksvriendelijkheid is in het ontwerp de nadruk gelegd op de navigatie door de vragenlijst. Zo was het mogelijk om 'verder' en 'terug' te gaan door de vragenlijst en werd op iedere pagina duidelijk hoeveel pagina's de respondent moest doorlopen tot het eind en op welke pagina hij zich nu bevond. Door middel van de indeling in pagina's is er voorkomen dat de respondent moet scrollen om de volgende vragen in te kunnen vullen.

Iedere bezoeker van de website trimbos.nl kreeg bij het bezoeken van de website een pop-up venster te zien met daarin een uitnodiging tot het invullen van de online enquête. Deze enquête kon vrijwillig ingevuld worden door iedere bezoeker. Zodoende was de kans op veel respons zo groot mogelijk, maar om irritatie van terugkerende bezoekers te voorkomen was het zaak deze enquête over een niet te lange periode te laten verschijnen.

Voordat de online enquête op de website van het Trimbos-instituut was geplaatst, is er een pretest gehouden onder enkele mensen die behoren tot de doelgroep van de website. Pas na enkele aanpassingen op grond van punten die naar voren zijn gekomen in deze pretest, werd de enquête gepresenteerd bij een bezoek aan de homepagina van het Trimbos-instituut.

4.4.4 Opbouw van de vragenlijst

In deze paragraaf zal de vragenlijst zoals die is opgesteld bij aanvang van het online onderzoek besproken worden. Een compleet overzicht van alle vragen is terug te vinden in bijlage I van dit onderzoeksverslag.

Profiel van de bezoekers

De vragenlijst startte met een de vraag naar de achtergrond van waaruit de respondent nu de website bezocht (werk/privé/studie). Indien de respondent antwoordde dit vanuit zijn werk te doen, werd vervolgens gevraagd naar zowel de functie als de organisatie. Indien de respondent antwoordde vanuit zijn studie de website te bezoeken, werd gevraagd naar de betreffende opleiding.

Regelmaat en intentie van bezoek

Vervolgens is gevraagd naar de frequentie van de bezoeken. De respondent kon hierbij aangeven dat de website voor het eerst werd bezocht. Tevens kon er gekozen worden voor één keer per maand of minder vaak, twee tot drie keer per maand, vier keer per maand of vaker. Verder is gevraagd of de bezoeker van plan was de website op korte termijn weer te bezoeken.

Reden van het bezoek

Tevens is gevraagd naar de reden van het bezoek aan de website van het Trimbos-instituut. Hierbij kon de respondent aangeven of hij op zoek was naar informatie, zich wilde aanmelden voor een studiedag of scholing, de bibliotheekcatalogus wilde raadplegen of publicaties (of onderzoeksresultaten) wilde bestellen of downloaden. Hierbij konden meerdere antwoorden worden gekozen, omdat een bezoek meerdere redenen kan hebben. Naast de omschreven diensten zijn er verschillende soorten van informatie opgesomd waarnaar de respondent eventueel op zoek was. Deze soorten van informatie betreffen inhoudelijke informatie (informatie over drugs, psychische aandoeningen, zorg, etc), actuele informatie (nieuwsberichten), informatie over het Trimbos-instituut (informatie over medewerkers, contactmogelijkheden, vacatures, etc) en informatie over het Maandblad Geestelijke volksgezondheid (MGv). In figuur 6 is het enquêtevenster met de vraag naar de reden van het bezoek weergegeven.

Trimbos-instituut online enquête - Microsoft Internet Explorer

Trimbos-instituut
Netherlands Institute of Mental Health and Addiction

Web-enquête 3/10

3. Wat is nu de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Het zoeken van informatie over:
 - ☐ Drugs en verslaving
 - ☐ Psychische stoornissen en behandelingen
 - ☐ Zorg en beleid
 - ☐ Actualiteiten (nieuwsberichten / persberichten)
 - ☐ Het Trimbos-instituut
 - ☐ Medewerkers van het Trimbos-instituut
 - ☐ Contactmogelijkheden van het Trimbos-instituut
 - ☐ Lopende projecten van het Trimbos-instituut
 - ☐ Scholing of studiedag van het Trimbos-instituut
 - ☐ Producten / publicaties van het Trimbos-instituut
 - ☐ Vacatures van het Trimbos-instituut
 - ☐ Maandblad Geestelijke volksgezondheid (MGv)
- ☐ Aanmelden voor scholing of studiedag
- ☐ Raadplegen van de bibliotheekcatalogus
- ☐ Bestellen of downloaden van publicaties / onderzoeksresultaten
- ☐ Anders, namelijk:

Vorige Volgende

Figuur 6. Screenshot van vraag 3 ('Wat is nu de reden van uw bezoek?') uit de online enquête

Kwaliteit van de informatie

Het oordeel van de bezoekers over de kwaliteit van de informatie werd gemeten met vijf stellingen: De informatie op www.trimbos.nl is: (1) Actueel, (2) Interessant, (3) Volledig, (4) Betrouwbaar en (5) Begrijpelijk. Op deze stellingen moest worden gereageerd middels een vijfpunts Likert-schaal, lopend van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens. De schaalscore is berekend door het middelen van de antwoorden. De Cronbach Alpha coëfficiënt is 0,86. Aansluitend is er middels een open vraag gevraagd naar suggesties ter verbetering van de informatie op de website.

Aantrekkelijkheid van de website

Het oordeel van de bezoekers over de aantrekkelijkheid van de website is gemeten met vier stellingen: De website ziet er (1) aantrekkelijk, (2) overzichtelijk, (3) uitnodigend en (4) professioneel uit. Deze stellingen moesten worden beoordeeld met behulp van een vijfpuntsschaal lopend van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens. De schaalscore is berekend door het middelen van de antwoorden. De Cronbach Alpha coëfficiënt is 0,86. Na de stellingen volgde één open vraag, waarin naar suggesties ter verbeteringen van de aantrekkelijkheid van de website werd gevraagd.

Gebruiksvriendelijkheid

Het oordeel van de bezoekers over de gebruiksvriendelijkheid van de website werd gemeten met vier stellingen: (1) De website is duidelijk ingedeeld, (2) de informatie op de website is gemakkelijk te vinden, (3) de website verschijnt snel op het scherm en (4) de website is gemakkelijk in het gebruik. Deze stellingen moesten worden beoordeeld met behulp van een vijfpuntsschaal lopend van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens. De schaalscore is berekend door het middelen van de antwoorden. De Cronbach Alpha coëfficiënt is 0,84. Aansluitend was er één open vraag, waarbij naar suggesties voor het gebruiksvriendelijker maken van de website gevraagd werd.

Nut van de website

Het oordeel van de bezoekers over het nut werd gemeten met twee stellingen die luiden als volgt: (1) Het gebruik van de website is nuttig en (2) het gebruik van de website ondersteunt mij bij mijn taken. Op beide stellingen moest worden geantwoord met behulp van een vijfpuntsschaal lopend van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens. De schaalscore is berekend door het middelen van de antwoorden. De Cronbach Alpha coëfficiënt is 0,78.

Intentie ten aanzien van herbezoek

De intentie van de bezoeker om te terug te keren naar de website van het Trimbos-instituut werd gemeten met één stelling, die luidde als volgt: 'Ik ben van plan deze website op korte termijn weer te bezoeken'. Geantwoord moest worden door middel van de vijfpuntsschaal, lopend van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens.

Rapportcijfer

Voor het meten van de attitude is gebruik gemaakt van een rapportcijfer. Gevraagd werd de website een cijfer te geven, lopend van 1 tot en met 10. Vervolgens is met behulp van een open vraag de ruimte geboden om suggesties voor het uitbreiden en/of verbeteren van de website te melden.

Persoonlijke vragen

Om nog beter een indruk te krijgen van de bezoekers is er gevraagd naar de leeftijd, het geslacht en de hoogst voltooide opleiding. Tot slot was er de mogelijkheid opmerkingen over de vragenlijst kenbaar te maken.

Alle stellingen die moesten worden ingevuld door het aanvinken van een antwoord op de vijfpuntsschaal waren verplicht in te vullen. Indien de respondent een vraag vergeten was of om een andere reden niet ingevuld had, werd hierop geattendeerd. De stelling moest alsnog worden ingevuld alvorens er verder kon worden gegaan met de vragenlijst. Op alle andere meerkeuze vragen werd er tevens op deze manier gecontroleerd met als uitzondering hierop de vraag naar de reden van het bezoek.

4.4.5 Analyse van de resultaten

Bij de analyse van de constructen uit het onderzoeksmodel, is gekeken naar significante verschillen tussen de drie groepen respondenten, namelijk professionele- en privé-gebruikers en studenten. Voor het vinden van significante verschillen tussen de groepen zijn ANOVA toetsen gebruikt. Wanneer deze test een geldig verschil tussen de groepen aangaf, is het verschil achteraf nader onderzocht met posthoc Bonferroni toetsen.

Om het model te toetsen werd in eerste instantie gekeken naar de Pearson correlatie coëfficiënten tussen de aspecten van het onderzoeksmodel. Vervolgens werden enkele regressieanalyses uitgevoerd met de gedragsintentie en het gebruik van de website als afhankelijke variabelen. Dit is zowel voor de totale groep als voor de groepen afzonderlijk gedaan.

5 Resultaten Log-file en Nieuwsflitsen analyse

5.1 Resultaten Log-file analyse

5.1.1 Inleiding

Uit de log-files blijkt dat in de maand november de website ruim 64.000 keer bezocht is. In deze periode zijn er ruim 400.000 pageviews geteld (ongeveer 6,5 pagina per bezoek). Rond twee uur in de middag werd de website gemiddeld het drukst bezocht (met ongeveer 7.000 bezoeken) en een bezoek aan de website duurde gemiddeld 7 minuten.

Een nadere analyse van de log-files bestaat uit drie delen. Het eerste deel betreft de herkomst van de bezoeker, zowel geografisch als 'virtueel' gezien. De resultaten hiervan worden besproken in paragraaf 5.1.2. Per onderdeel van de website zullen vervolgens in paragraaf 5.1.3 het aantal bezoeken worden weergegeven. In paragraaf 5.1.4 is de analyse van de zoekwoorden die geleidt hebben tot een bezoek aan de website opgenomen.

5.1.2 Herkomst van de bezoeker

Land

De website van het Trimbos-instituut is ten tijde van het onderzoek bezocht vanuit vele landen over de hele wereld. In tabel 3 zijn de landen weergegeven van waaruit de meeste bezoeken zijn gekomen. Ruim 82% van het aantal bezoeken blijkt vanuit Nederland te komen en bijna 13% uit België.

Tabel 3
Het aantal bezoeken per land

Land	Freq.	%
Nederland	56.551	82,9
België	8.731	12,8
Verenigde Staten	810	1,2
Duitsland	370	0,5
Verenigd Koninkrijk	259	0,4
Overig	1.517	2,2
Totaal ⁴	68.232	100,0

Verwijzende websites

Bezoekers van de website kunnen op verschillende manieren op de website gekomen zijn. Ten eerste is het mogelijk dat de bezoeker direct naar de website is gegaan door middel van bijvoorbeeld het intypen van de domeinnaam of het aanklikken in de lijst met bookmarks. Daarnaast is het mogelijk dat aan het bezoek een andere website vooraf ging en deze verwijst naar de website van het Trimbos-instituut. Hierbij kan worden gedacht aan verschillende soorten website zoals zogenaamde 'portals', zoekmachines of aan andere websites met aan het Trimbos gerelateerde onderwerpen. Ten tijde van het onderzoek ging bijna 7.500 keer aan het bezoek een andere website vooraf. Dit komt neer op 12% van het totaal aantal bezoeken. In tabel 4 is een overzicht gegeven van de verschillende soorten refferers.

⁴ Het totaal aantal bezoeken is hoger dan het eerder vermelde aantal van ruim 63.000, vanwege het feit dat er bij dit onderdeel noodgedwongen enkele thema-websites (Drugstest, De gezonde school en genotmiddelen en uitgaan en drugs) zijn meegeteld. Het gedeelde content management systeem ligt hieraan ten grondslag.

Tabel 4
Het aantal bezoeken naar soort referer

Referrer	Freq.	%
Zonder referer (Favorieten, URL, E-mail)	55.529	88,1
Zoekmachine	4.160	6,6
Intranet	357	0,6
Overige referers (Portals, Website van andere instellingen, etc)	2.979	4,7
Totaal	63.025	100,0

5.1.3 Analyse van bezochte pagina's

Bij de analyse van de website is dezelfde indeling aangehouden, als bij de beschrijving van de website in hoofdstuk 2. De website is onderscheiden in 5 onderdelen, namelijk (1) de homepage, (2) drugs en verslaving, (3) psychische stoornissen, (4) de zorg en (5) het Trimbos-instituut. In tabel 4 zijn deze onderdelen weergegeven en aangevuld met een getal dat staat voor het aantal keren dat het onderdeel bezocht is. Tevens is het totale aantal bezoeken vermeld voor zowel de Nederlandse als de Engelse versie van de website. Deze getallen (resp. 63.025 en 765) kunnen niet worden verkregen door het optellen van de onderdelen. De reden hiervan is dat het bezoeken van meerdere onderdelen tijdens één bezoek, slechts als één bezoek wordt geteld bij het betreffende hoofdonderdeel. Wanneer een bezoeker bijvoorbeeld zowel een pagina over 'Schizofrenie' als over 'Dementie' bezoekt, wordt dit geregistreerd als zijnde één bezoek aan het onderdeel 'Psychische stoornissen'.⁵

Tabel 5
Het aantal bezoeken per onderdeel van de website

Onderdeel	Freq.	%	Onderdeel	Freq.	%
Nederlandse website	63.025		Engelse website	765	
Homepage	26.838	42,3	NDM/Focal point	437	57,1
Psychische stoornissen	16.903	26,8	About the Trimbos-institute	177	23,1
Drugs en verslaving	15.957	25,3			
Het Trimbos-instituut	6.355	10,1			
De zorg	5.043	8,0			

Uit de resultaten blijkt, dat de homepage van de website het meest bezocht is. Een belangrijke verklaring hiervoor is dat ruim een kwart⁶ van de bezoekers 'binnenkwamen' op deze pagina. Verder blijkt dat de onderdelen 'Psychische stoornissen' en 'Drugs en verslaving' het meest bezocht werden. De engelse versie van de website bevat weinig informatie en werd in verhouding met de Nederlandse versie weinig bezocht. De rest van de genoemde aantallen in dit hoofdstuk zullen daarom betrekking hebben op de bezochte pagina's uit het Nederlandse gedeelte van de website.

Homepage & header

Enkele onderdelen van de homepage werden opvallend veel bezocht. Het gehele overzicht is geordend in tabel 6. Het gedeelte van de website met actuele informatie die toegang biedt tot het nieuwsoverzicht en Nieuwsflitsen, werd net als het onderdeel 'Scholing en studiedagen' het meest bezocht.

⁵ Tijdens de analyse is een probleem met de telling van het aantal bezoeken naar voren gekomen. De optelling van afzonderlijke subdirectories blijkt niet te kloppen met het aantal bezoeken aan de betreffende directory. Hiervan is sprake indien de tellernaam van de pagina overeenkomt met de tellernaam van de subdirectory.

⁶ Ruim 16.000 keer werd het bezoek gestart op de homepage. Dit getal is verkregen middels de optie 'Binnenkomstpagina's' in Sitestat.

Tabel 6
Het aantal bezoeken aan de onderdelen op de homepage

Onderdeel	Freq.	%
Homepage	26.838	
Actueel	7.634	28,4
Scholing en studiedagen	6.710	25,0
Persberichten	5.381	20,0
Producten	3.651	13,6
Projecten	2.170	8,1
Vacatures	2.057	7,7
Kenniscentra GGZ	1.941	7,2
Bibliotheek	1.451	5,4
Maandblad MGv	1.378	5,1
Agenda	747	2,8
Links	608	2,3

De links die op iedere pagina aan de rechterbovenkant in de header van de website zijn weergegeven, zijn gerangschikt in tabel 7. Hieruit blijkt dat de link naar de zoekfunctie de populairste link in de header van de website was. De sitemap, die ook bedoeld is voor het vinden van informatie op de website, werd ook geregeld bezocht. Opgemerkt moet worden dat de in deze header geplaatste links overal op de website worden vermeld en dus vanaf iedere pagina bereikbaar zijn. Vanwege dit feit zijn de percentages zijn achterwege gelaten.

Tabel 7
Het aantal bezoeken aan de onderwerpen uit de header

Pagina	Freq.
Zoeken	4.801
Contact	824
Sitemap	688
Route	262
Ti-sites	133
Colofon	71
Disclaimer	40

Drugs & verslaving

In totaal werden de pagina's over drugs en verslaving 15.957 keer bezocht. Dit komt neer op 25,3% van het totaal aantal bezoeken. In tabel 8 is een overzicht gegeven van het aantal bezoeken aan onderwerpen binnen dit onderdeel.

In het onderdeel 'Drugs en verslaving' werden de pagina's behorende tot de algemene informatie ruim twee keer zoveel bezocht dan die van de informatie voor professionals.

Voor wat betreft de algemene informatie over drugs en verslaving werden de pagina's 'Over drugs', 'Alcohol' en 'Hasj en weed' het meest geraadpleegd. Bij de informatie voor professionals waren dit 'Alcohol', 'Drugsbeleid' en 'Cannabis'.

Tabel 8
Het aantal bezoeken aan de onderwerpen van het onderdeel 'Drugs en verslaving'

Pagina	Freq.	%	Pagina	Freq.	%
Algemene informatie	11.014		Informatie voor professionals	4.763	
Over drugs (algemene informatie)	3.073	27,9	Alcohol	1.340	28,1
Alcohol	2.745	24,9	Drugsbeleid	1.100	23,1
Hasj en weed	2.127	19,3	Cannabis	968	20,3
XTC	1.454	13,2	Cocaïne	797	16,7
Cocaïne	1.417	12,9	Ecstasy en Amfetamine	520	10,9
Heroïne	857	7,8	GHB	430	9,0
Speed	767	7,0	Opiaten	422	8,9
GHB	695	6,3	Tabak	362	7,6
Paddo's	616	5,6	PMA	199	4,2
Slaap- en kalmeringsmiddelen	606	5,5			
Poppers	595	5,4			
Tabak	563	5,1			
Ecodrugs, smartproducts en smartdrugs	561	5,1			
Cafeïne	495	4,5			
Tripmiddelen	463	4,2			
Lachgas	383	3,5			
Khat	380	3,5			
Ketamine	377	3,4			
Opiaten	368	3,3			
Herbals en efedrine	345	3,1			

Psychische stoornissen

In totaal werden de pagina's over psychische stoornissen 16.903 keer bezocht. Dit komt neer op 26,8% van het totaal aantal bezoeken. In tabel 9 is een overzicht gegeven van het aantal bezoeken aan onderwerpen binnen dit onderdeel.

In het onderdeel 'psychische stoornissen' werden de pagina's behorende tot de algemene informatie meer bezocht dan die van de informatie voor professionals. Het verschil in het aantal bezoeken in deze categorie tussen algemene informatie en informatie voor professionals was relatief gezien niet groot.

Van de algemene informatie uit het onderdeel 'Psychische stoornissen' werden de pagina's over 'borderline' en 'psychose' het meest bezocht. Van de pagina's gericht op professionals werden 'depressie', 'schizofrenie' en 'anorexia nervosa' het meest bezocht.

Tabel 9
Het aantal bezoeken aan de onderwerpen van het onderdeel 'Psychische stoornissen'

Pagina	Freq.	%	Pagina	Freq.	%
Algemene informatie	8.798		Informatie voor professionals	7.545	
Borderline	4.027	45,8	Depressie	1.396	18,5
Psychose	2.945	33,5	Schizofrenie	1.353	17,9
ADHD	1.748	19,9	Anorexia nervosa	1.268	16,8
Manisch-depressieve stoornis	1.340	15,2	Dementie	995	13,2
			ADHD	889	11,8
			Dysthymie	885	11,7
			Bipolaire stoornis	491	6,5
			Gegeneraliseerde angststoornis	482	6,4
			Sociale fobie	446	5,9
			Obsessief compulsieve stoornis	418	5,5
			Paniekstoornis	384	5,1
			Boulimia nervosa	355	4,7

De zorg

Het onderdeel 'de zorg' werd 5.043 keer bezocht. Dit komt neer op 8,0% van het totaal aantal bezoeken. De onderwerpen uit dit onderdeel zijn weergegeven in tabel 10.

Het onderdeel is alleen gericht op professionals en was over alle onderdelen gezien het minst aantal keren bezocht (tabel 5). De pagina's die dit onderdeel kende, werden allen redelijk goed bezocht en echte uitschieters qua bezoekersaantallen zijn er niet.

Tabel 10
Het aantal bezoeken aan de onderwerpen van het onderdeel 'De zorg'

Pagina	Freq.	%
Informatie voor professionals	4.444	
Achtergronden	795	17,8
Maatschappelijke zorg	659	14,8
Kinderen en jeugd	636	14,3
Verslavingszorg	626	14,1
Forensische zorg	566	12,7
Ouderen	522	11,7
Algemeen beeld GGZ	489	11,0
Volwassenen	429	9,7
Preventie	399	9,0

Trimbos-instituut

Het onderdeel 'Trimbos-instituut' werd 6.355 bezocht. Dit is 10,1% van het totaal aantal bezoeken aan de website. De informatie over het Trimbos-instituut is op de website verdeeld in twee categorieën, namelijk over het instituut en over programma's (zie tabel 11). Dit laatste onderdeel werd aanzienlijk meer bezocht volgens Sitestat. Met name de programma's 'Nationale Drug Monitor & Focal Point', 'Ouderen' en 'Vroegsignalering' zijn het meest geraadpleegd. Met uitzondering van het programma 'Internationalisering' zijn de overige programma's redelijk vaak bekeken.

Voor wat betreft het onderdeel met informatie over het instituut zelf, werden de pagina's met informatie over de medewerkers en de missie en kerntaken frequent geraadpleegd.

Tabel 11
Het aantal bezoeken aan de onderwerpen van het onderdeel 'Trimbos-instituut'

Pagina	Freq.	%	Pagina	Freq.	%
Informatie over het instituut	891		Informatie over programma's	4.968	
Medewerkers	502	56,3	NDM & Focal point*	1.058	21,3
Missie en kerntaken	456	51,2	Ouderen	904	18,2
Organigram	312	35,9	Vroegsignalering	767	15,4
Geschiedenis	174	19,5	Middelengebruik jongeren	482	9,7
Jaarverslag	115	12,9	Nat. monitor geestelijke gezondheid	399	8,0
			Landelijke steunfunctie preventie	359	7,2
			Diagnostiek en behandeling	296	6,0
			Organisatie en beleid	282	5,7
			Reïntegratie	275	5,5
			Opvang en maatschappelijk zorg	270	5,4
			Epidemiologie	142	2,9
			Internationalisering	74	1,5

* Het aantal bezoeken van dit programma is gemeten in de periode januari 2005.

Onderdelen van de website

In tabel 12 is een overzicht gegeven van de meest bezochte onderdelen van de website. Na de homepage worden de onderdelen met informatie over drugs en verslaving en psychische stoornissen het meest bezocht.

Tabel 12
Overzicht van de meest bezochte onderdelen van de website

Onderdeel	Freq.
Homepage	26.838
Drugs en verslaving – algemene informatie	11.014
Psychische stoornissen – algemene informatie	8.798
Psychische stoornissen – informatie voor professionals	7.545
Actueel	7.634
Scholing en studiedagen	6.710
Trimbos instituut – informatie over programma's	5.968
Persberichten	5.381
Zoeken	4.801
Drugs en verslaving – informatie voor professionals	4.763
De zorg – informatie voor professionals	4.444

5.1.4 Analyse van zoektermen

De zoektermen die in deze paragraaf geanalyseerd worden, zijn door bezoekers ingevuld in externe zoekmachines en hebben geleid tot een bezoek aan de website. In tabel 13 zijn de meest gebruikte externe zoekmachines weergegeven. Uit de tabel valt af te lezen dat drie zoekmachines verantwoordelijk zijn voor meer dan 95% van alle zoekopdrachten die geleid hebben tot een bezoek aan de website van het Trimbos-instituut. Van deze drie is Google met bijna 80% veruit de belangrijkste.

Tabel 13
Aantal bezoeken per zoekmachine

Zoekmachine (adres)	Freq.	%
Google (www.google.nl)	6.328	79,9
MSN (www.msn.nl)	768	9,7
Ilse (www.else.be)	491	6,2
Overig	335	4,2
Totaal	7.922	100,0

Tabel 14 geeft de meest voorkomende zoektermen weer. In ruim tweederde van de gevallen is een bezoek gebracht op basis van het invullen van (een onderdeel van) de naam van het instituut. In 6% van de gevallen lag een al dan niet bestaande domeinnaam hieraan ten grondslag. Naast de termen die refereren aan de (domein)naam van het instituut zijn er regelmatig zoektermen met succes gebruikt die betrekking hebben op de kennis van het instituut. Termen als 'drugs', 'verslavingszorg', 'drugs en verslaving', 'informatie over drugs' en 'verslaving' blijken regelmatig te leiden tot de website van het Trimbos-instituut.

Tabel 14
Het aantal zoektermen dat leidde tot een bezoek aan www.trimbos.nl (gemeten over twee maanden)

Gebruikte zoektermen	Aantal	%
trimbos	2.848	36,0
trimbos instituut	1.933	24,4
trimbosinstituut	448	5,7
www.trimbos.nl	336	4,2
drugs	268	3,4
trimbos-instituut	258	3,3
verslavingszorg	258	3,3
trimbos.nl	83	1,0
www.trimbos-instituut.nl	52	0,7
kalender 2004	36	0,5
Trimbos institute	32	0,5
instituut	32	0,5
Trimbos Utrecht	26	0,3
drugs en verslaving	23	0,3
www.drugsinfolijn.nl	23	0,3
geestelijke gezondheidszorg	23	0,3
preventie programma	22	0,3
verslavingszorg utrecht	21	0,3
trimbos instituut utrecht	20	0,3
Sociaal en maatschappelijk werk	16	0,2
trimbos insituut	16	0,2
informatie over drugs	14	0,2
verslaving	14	0,2
nl	13	0,2
preventie programma kinderen	13	0,2
Overig	1.094	13,8
Totaal	7.922	100,6

Uit nadere analyse van de in totaal 1094 'overige zoektermen' blijkt dat meer dan de helft van deze zoektermen (52%) betrekking heeft op de expertise van het instituut, bijvoorbeeld 'amfetamine', 'bmi kinderen' en 'informatie drugs'. Bij ruim een derde (37%) kan worden afgeleid dat men bekend is met het instituut blijkend uit termen als 'www.trimbos.nl', 'trimbos instituut drugs' en 'anorexia utrecht'. De naamsbekendheid van het Instituut speelt hierbij een belangrijke rol.

5.1.5 Conclusie

De pagina's behorende tot de onderdelen 'drugs en verslaving' en 'psychische stoornissen' worden afgezien van de rubrieken op de homepage het meest geraadpleegd. De pagina's behorende tot de onderdelen 'de zorg' en 'Trimbos-instituut' worden aanzienlijk minder vaak bezocht, maar toch nog in 8 tot 10% van de gevallen.

Daarnaast blijkt dat de pagina's met informatie gericht op de professionals minder worden geraadpleegd dan de pagina's met algemene informatie.

Uit de analyse van de zoektermen blijkt dat er voornamelijk gezocht wordt met (delen) van de (domein)naam van het Trimbos-instituut. Mede gezien het feit dat de website veel bezocht wordt door het intypen van het internetadres, kan geconcludeerd worden dat de naamsbekendheid groot is. De bijdrage van de zoekmachines aan het aantal bezoeken is gering, slechts aan 6,6% van de bezoeken ging een bezoek aan een zoekmachine vooraf.

5.2 Resultaten Nieuwsflits analyse

Op 15 oktober waren er 1275 mensen geabonneerd op de nieuwsbrief. Vier abonnees waren medewerker van het Trimbos-instituut en zijn in deze analyse derhalve niet meegenomen. Van de resterende abonnees (1271) heeft bij aanmelding op de nieuwsbrief 42,6% aangegeven te behoren tot het mannelijke en 57,4% tot het vrouwelijke geslacht.

5.2.1 In welke sectoren zijn de abonnees werkzaam?

Wanneer gekeken wordt naar het segment waar de abonnees werkzaam waren, was ruim de helft (59,7%) werkzaam in een organisatie die zorg aanbiedt, zogenaamde 'aanbieders van zorg'. Enkele voorbeelden van deze organisaties zijn GGD- en GGZ-instellingen, psychiatrische instellingen, ziekenhuizen en verschillende zorgverlenende stichtingen.

Het tweede segment, namelijk 'wetenschap, onderwijs en kenniscentra', had wat betreft het aantal abonnees een aanzienlijk minder groot aandeel, namelijk 13,8%. De derde en vierde sector waren de pers en de organisaties die vragen naar zorg (voornamelijk patiëntenorganisaties). De sectoren 'pers' en 'vragers naar zorg' hadden een aandeel van respectievelijk 6,2% en 6,0% van het totaal. Beleidsmakers, zorgverzekeraars en farmaceuten hadden een aandeel van minder dan 5 procent. Het overzicht is gerangschikt naar aandeel en weergegeven in tabel 15.

Tabel 15
Overzicht van het aantal abonnees naar sector (n=1271)

Sector	Freq.	%
Aanbieders van zorg	759	59,7
Wetenschap, onderwijs en kenniscentra	176	13,8
Pers	79	6,2
Vragers naar zorg	76	6,0
Beleidsmakers	61	4,8
Zorgverzekeraars	7	0,6
Farmaceuten	3	0,2
Overig	110	8,7
Totaal	1271	100,0

Naast de onderscheiden groepen kwam een aanzienlijk deel terecht in de categorie 'overig' (8,7%). Bij nadere analyse hiervan (zie tabel 16), bleek deze groep voor een deel te bestaan uit adviesbureaus en politiediensten. Bijna de helft van het aantal 'overige abonnees' (4,1% van alle abonnees) was werkzaam bij een adviesbureau. Bijna 1% van het totaal aantal abonnees was werkzaam bij de politie.

Tabel 16
Overzicht van het aantal niet eerdere ingedeelde abonnees (n=110)

Overige segmenten	Freq.	%
Adviesbureaus	52	4,1
Politie	12	0,9
Stichtingen	6	0,5
Onbekend	41	3,2
Totaal	110	8,7

5.2.2 Tot welke beroepsgroepen behoren de abonnees?

Naast de indeling in sectoren is er ook gekeken naar de indeling van de abonnees in beroepsgroepen. (zie tabel 17). Veruit de meeste abonnees behoorden tot de groep 'management van aanbieders van zorg' (21%). Hiertoe behoren zowel directieleden als stafleden. Ruim 12% van de abonnees kon ingedeeld worden in de categorie 'overige hulpverlenende professionals'. Deze categorie bestaat voornamelijk uit maatschappelijk werkers en sociaal psychische hulpverleners. Bijna één op de tien abonnees was werkzaam als wetenschapper.

Tabel 17
De verdeling van de abonnees over de beroepsgroepen (n=1271)

Beroepsgroepen	Freq.	%
Management aanbieders van zorg	267	21,0
Overige hulpverlenende professionals	157	12,4
Wetenschappers	125	9,8
Verpleegkundigen	121	9,5
Psychiaters, psychologen/pedagogen, therapeuten	97	7,6
Pers	89	7,0
Studenten	72	5,7
Beleidsmakers	68	5,4
Preventiewerkers	67	5,3
Individuele cliënten	52	4,1
Management cliëntenorganisatie	32	2,5
Medewerkers basis- & voortgezet onderwijs	20	1,6
(Huis)artsen	17	1,3
Medewerkers zorgverzekeraars	7	0,6
Farmaceuten	3	0,2
Overig	77	6,1
Totaal	1271	100,0

5.2.3 Conclusie

De meeste leden op de notificatie van de nieuwsflits zijn werkzaam binnen de sector 'aanbieders van zorg'. Wanneer gekeken wordt naar de functies van de leden blijkt dat ruim een vijfde in het management werkt of hier werkzaam voor is.

6 Resultaten online enquête

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de online enquête besproken. Hierbij zal eerst in worden gegaan op karakteristieken van de respondenten (par. 6.1). Vervolgens zal in paragraaf 6.2 worden ingegaan op de mogelijke redenen van de respondenten voor het bezoeken van de website. Hierna zullen de resultaten met betrekking tot de regelmaat en intentie van de bezoeken worden besproken (par. 6.3). Aansluitend komt de waardering van de respondenten voor de website naar voren in paragraaf 6.4. Tot slot zal worden gekeken naar mogelijke oorzaken voor het terugkeren naar de website (par. 6.5).

6.1 Respondenten

6.1.1 Inleiding

De enquête kon worden ingevuld in de periode van maandag 6 december tot en met woensdag 22 december. Deze periode besloeg 17 dagen, waaronder 2 volledige weekenden.

De website is, volgens de rapportage van Sitestat, in deze periode 41.765 keer bezocht. Bij 80,1% van de bezoeken aan de website is de pop-up niet verschenen. De reden hiervoor is in veel gevallen de aanwezigheid van programma's die pop-ups blokkeren en het bezoeken van de website anders dan via de homepage. Volgens de statistieken van de webserver is de online enquête in deze periode 8.320 keer voorgelegd. De vragenlijst is door 375 bezoekers compleet ingevuld. Dit komt neer op een responsepercentage van 5%.

Van alle respondenten gaven zes mensen aan voor het Trimbos-instituut werkzaam te zijn. De antwoorden van deze respondenten zijn niet van de anderen gescheiden en meegenomen in de analyses.

6.1.2 Karakteristieken van de respondenten

Bijna de helft van het aantal respondenten gaf aan dat de aanleiding van het bezoek aan de website in zijn of haar werk lag. Voor de andere helft van de respondenten lag deze in privé- (25%) en studieaangelegenheden (30%). In tabel 18 is een overzicht opgenomen van de respondenten. Bij de verwerking van de verdere resultaten zal deze onderverdeling terugkomen.

Tabel 18
Achtergrond van het bezoek (n=375)

Reden	Freq.	%
Werk	172	45,9
Privé	92	24,5
Studie	111	29,6
Totaal aantal respondenten	375	100,0

Bijna tweederde van de respondenten was vrouw. Bij de professionele respondenten werd ongeveer dezelfde verhouding geconstateerd, echter bij de studenten lag het percentage vrouwen aanzienlijk hoger. Zie tabel 19 voor de resultaten uitgesplitst naar achtergrond.

De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 33,1 jaar (SD. = 12,6). De gemiddelde leeftijd tussen de verschillende groepen varieerde van 22,6 jaar (SD. = 7,5) van studenten tot 38,4 jaar (SD. = 10,8) van professionals. Privé-gebruikers waren met een gemiddelde van 35,8 (SD.=13,1) iets jonger dan de professionals. In tabel 19 zijn de respondenten naar leeftijdklasse en achtergrond ingedeeld.

Voor wat betreft de hoogst genoten opleiding tussen de drie groepen respondenten zijn enkele verschillen waargenomen. Van de professionals had meer dan 85% een diploma op HBO-niveau of hoger in het bezit. Bij studenten en privé-gebruikers lag dit percentage respectievelijk op 43% en 44%. Verder was meer dan één op de tien studenten nog scholier of zat nog op de basisschool. Over alle

groepen gezien was het aandeel van respondenten die het LBO/VBO hebben afgerond het kleinst met iets meer dan 1%.

Tabel 19
Karakteristieken van de respondenten naar groep (n=375)

		Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Geslacht	Man	63	36,6	39	42,4	26	23,4	128	34,1
	Vrouw	109	63,4	53	57,6	85	76,6	247	65,9
Leeftijd	≤ 20	1	0,6	6	6,5	49	44,1	56	14,9
	21-30	53	30,8	29	31,5	50	45,0	132	35,2
	31-40	39	22,7	26	28,3	5	4,5	70	18,7
	41-50	53	30,8	16	17,4	7	6,3	76	20,3
	51-60	24	14,0	11	12,0	0	0,0	35	9,3
	≥ 61	2	1,2	4	4,3	0	0,0	6	1,6
Hoogst voltooide opleiding	Basisonderwijs	0	0,0	3	3,3	13	11,7	16	4,3
	LBO/VBO	0	0,0	3	3,3	2	1,8	5	1,3
	MBO	11	6,4	36	39,1	17	15,3	64	17,1
	HAVO/VWO	11	6,4	9	9,8	31	27,9	51	13,6
	HBO	75	43,6	25	27,2	36	32,4	136	36,3
	WO	75	43,6	16	17,4	12	10,8	103	27,5

6.1.3 Sectoren en functies van professionals

Bijna driekwart van de professionals kon aan de hand van hun organisatie worden ingedeeld in de sector 'aanbieders van zorg'. Het aantal respondenten behorende tot de sector, 'wetenschap, onderwijs & kenniscentra' lag veel lager (17%). In dit onderzoek kwamen geen respondenten die werkzaam waren in de sectoren 'pers' en 'farmaceuten' naar voren. Dit in tegenstelling tot de verdeling in sectoren van abonnees op de nieuwsbrief van het Trimbos-instituut (zie par. 5.2.1). De complete verdeling is weergegeven in tabel 20.

Tabel 20
Indeling van de professionele respondenten naar sector (n=172)

Sector	Freq.	%
Aanbieders van zorg	125	72,7
Wetenschap, onderwijs & kenniscentra	29	16,9
Beleidsmakers	6	3,5
Adviesbureaus	3	1,7
Vragers naar zorg	2	1,2
Politie	1	0,6
Zorgverzekeraars	1	0,6
Overig	5	2,9
Totaal	172	100,1

Wanneer er gekeken wordt naar functies van de respondenten die de website voor hun werk gebruikten (tabel 21), blijkt dat een kwart werkzaam is als professionele hulpverlener. Deze professionals zijn, evenals de op één na grootste groep ('management aanbieders van zorg'), voor het grootste deel verantwoordelijk voor het aantal respondenten in de sector 'aanbieders van zorg'.

Tabel 21
Indeling van de professionele respondenten naar functie (n=172)

Functie	Freq.	%
Professionele hulpverleners*	42	24,4
Management aanbieders van zorg	25	14,5
Wetenschappers	22	12,8
Preventiewerkers	19	11,0
(Psychiatrisch) verpleegkundigen en SPV-ers	17	9,9
Psychiaters, psychologen/pedagogen, therapeuten	16	9,3
Beleidsmakers	13	7,6
Medewerkers basis- & voortgezet onderwijs	7	4,1
(Huis)Artsen	4	2,3
Management vragers naar zorg	2	1,2
Overige	5	2,9
Totaal	172	100,0

* bestaande uit maatschappelijk werkers, sociaal psychische hulpverleners, begeleiders, bewegingstherapeuten, groepswerkers, stagiaires en overige hulpverleners.

6.1.4 Verdeling studenten

Indien de respondent aangaf de website voor zijn studie te bezoeken, is vervolgens gevraagd naar de opleiding die op dat moment gevolgd werd. De gegeven opleidingen zijn gecategoriseerd naar niveau en weergegeven in tabel 22. Ongeveer de helft van de studenten volgde ten tijde van het onderzoek een studie op HBO- of academisch (WO) niveau. De studenten ingedeeld op het HBO-niveau volgden voornamelijk de studies HBO-v en SPH.

Tabel 22
Indeling van de studentrespondenten naar niveau van huidige opleiding (n=111)

	Freq.	%
Basisonderwijs	2	1,8
LBO/VBO	4	3,6
MBO	15	13,5
HAVO/VWO	13	11,7
HBO	40	36,0
WO	18	16,2
Niet bekend	19	17,1
Totaal	111	100,0

6.2 Regelmaat van het bezoek

6.2.1 Regelmaat van het bezoek

Uit tabel 23 valt af te lezen dat ongeveer de helft van de respondenten (56%) de website al eerder had bezocht. De regelmaat van het bezoek verschilt sterk: Bijna een kwart van de professionals bezoekt de website vier of meer keer per maand en bij de privé-gebruikers en studenten ligt dit percentage op respectievelijk 3% en 9%.

Tabel 23
Regelmaat van de bezoeken naar groep (n=375)

Regelmaat	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
1e keer	41	23,8	67	73,6	56	50,9	164	43,7
≤ 1x per maand	58	33,7	17	18,7	25	22,7	100	26,7
2-3x per maand	33	19,2	4	4,4	19	17,3	56	14,9
≥ 4x per maand	40	23,3	3	3,3	10	9,1	53	14,1
Totaal	172	100,0	91	98,9	110	99,1	373	100,0

Tabel 24 geeft de intentie van de bezoekers uitgezet naar de twee grootste sectoren weer. Hierin valt af te lezen dat er geen significant verschil is tussen de sectoren wat betreft de intentie van de bezoekers.

Tabel 24
Regelmaat van de bezoeken van professionals werkzaam in de twee grootste sectoren (n=154)

	Aanbieders van zorg (n = 125)		Wetenschap, onderwijs & kenniscentra (n = 29)	
	Freq.	%	Freq.	%
1e keer	25	20,0	7	24,1
≤ 1x per maand	45	36,0	9	31,0
2-3x per maand	24	19,2	6	20,7
≥ 4x per maand	31	24,8	7	24,1
Totaal	125	100,0	29	100,0

6.3 Redenen van het bezoek

6.3.1 Inleiding

Uit tabel 25 valt af te lezen welke redenen de respondenten, gesplitst naar achtergrond van het bezoek, opgaven voor hun bezoek. Hieruit blijkt dat informatie zoeken voor alle groepen de belangrijkste reden was. In paragraaf 6.3.2 zijn de verschillende soorten informatie waarnaar gezocht werd nader uitgewerkt.

Tevens moet worden opgemerkt dat de totale percentages voor zowel professionele gebruikers, privé-gebruikers als studenten aanzienlijk meer dan 100% zijn. Dit is mogelijk doordat in de enquête meerdere antwoorden konden worden aangevinkt. De professionele gebruikers hadden in totaal de meeste redenen aangegeven, gevolgd door de studenten.

Tabel 25
Reden voor het bezoek naar de groepen (n=375)

Reden van het bezoek	Werk (n=172)		Privé (n=91)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Informatie zoeken	159	92,4	86	94,5	108	97,3	353	94,1
Bestellen of downloaden van publicaties / onderzoeksresultaten	47	27,3	5	5,5	14	12,6	66	17,6
Raadplegen van de bibliotheekcatalogus	25	14,5	4	4,4	9	8,1	38	10,1
Aanmelden voor scholing of studiedag	3	1,7	2	2,2	0	0,0	5	1,3
Anders,...	17	9,9	12	13,2	8	7,2	37	9,9
Totaal aantal redenen	251	145,8	109	119,8	139	125,2	499	133,0

Tien procent van de respondenten gaf een andere reden aan. Deze zijn uitgesplitst weergegeven in tabel 26. Uit de tabel blijkt dat de meeste respondenten op zoek zijn naar informatie, waarvan enkele naar een combinatie van verschillende onderwerpen bijvoorbeeld verslaving met zorg, diagnose psychiater met verslavingsziekte en ADHD met verslavingen. Zes respondenten gaven aan uit interesse te komen of zich te willen oriënteren.

Tabel 26
Opgegeven overige redenen voor het bezoek gesplitst naar groep

Groep	Reden van bezoek
<i>Informatie zoeken</i>	
Prof.	- Informatie voor het ondersteunen van een leerling die te maken heeft met een verslaafde ouder. - Ik ben op zoek naar informatie over dubbele diagnose (psychiatr. & verslavingsziekte). - Informatie over tendens informatiecentrum. - informatie over cocaine vervuild met atropine. - Via dugsinfo.nl kwam ik hier terecht, op zoek naar een e-mailadres om iets te melden over die site. Normaal gesproken kijk ik naar cijfers over gebruik of middeleninfo. - stand van zaken jeugd thermometer. - ggz thermometer. - specifiek over behandelen via internet omdat ik de stichting valk ga helpen met hun website en ik een onderzoek van Trimbos zag over jellinek en online therapie.
Privé	- informatie ADHD. - vervuilde coke en info over gedoogbeleid. - vraag informatie aan voor de school waar ik als ouderraad inzit en deze school gaat een project doen over drank, drugs, en roken, vanaf 2005 doe ik samen met nog een vrouw van de ouderraad de leerlingen inlichten over drank, drugs, en roken. - ADD en verslavingen in de media. - Alcoholverslaving. - psychische problemen onze zoon na plotselinge scheiding van deze zoon.
Studie	- informatie over verslaving aan medicijnen. - informatie voor ons project. - voorlichting over cocaïne. - ik wil graag getallen weten over hoeveel mensen verslaafd zijn, welke leeftijd de meesten hebben. - Bovenstaande vinkjes gaan over het zoeken van informatie over alcohol, het alcoholbeleid en het alcoholgebruik in Nederland. - Sociale fobie. - hoe je een workshop organiseert (inhoud).
<i>Interesse / oriëntering</i>	
Prof.	- verkenning, ben net werkzaam als arts verslaving.
Privé	- gewoon ff checke. - interesse. - nieuwsgierig, toeval. - Ik ben me aan het oriënteren op instellingen in de geestelijke gezondheidszorg. - voorbereiding op het sollicitatiegesprek (verslavingszorg).
<i>Bestellen</i>	
Prof.	- leermiddelen bestellen.
<i>Overig</i>	
Prof.	- Onderzoeken of NL20 in de marketingmix kan worden opgenomen. - Spelling van de naam van het instituut. - Zoeken naar mogelijkheden onderzoek behandelingen van onze Stichting. - meedoen aan dit onderzoek. - afgerond project.
Privé	- Tijdens een bezoek aan Diagnostisch Centrum kreeg ik een folder over "Kleur je leven" in handen. Ik WILDE de vragenlijst invullen, maar na gebruikersnaam en wachtwoord, kon ik niet verder komen bij www.kleurjelevenonderzoek.nl. Daarna ging ik naar deze site, om te bezien, of wellicht hierop meer info te vinden is. Werd meteen met deze vragenlijst geconfronteerd.
Studie	- stage.

6.3.2 Het zoeken naar informatie

Uit de vorige paragraaf bleek dat informatie zoeken de belangrijkste reden voor een bezoek aan de website is. In tabel 27 worden de verschillende soorten van informatie weergegeven. Net als bij de verschillende redenen voor het bezoeken van de website, blijkt ook bij deze vraag dat de respondenten op zoek zijn naar meerdere soorten informatie. Met name professionals en studenten zijn groepen waar dit het sterkst voor geldt.

Meer dan de helft van het totale aantal respondenten geeft aan op zoek te zijn naar informatie over drugs en verslaving. Deze informatie wordt door de studenten en privé-gebruikers relatief meer genoemd dan door de professionals (resp. 65%, 59% en 49%).

Na informatie over drugs en verslaving zijn de respondenten het meest op zoek naar informatie over psychische stoornissen en behandelingen. Vooral de professionele gebruikers geven aan naar deze informatie op zoek te zijn (42,4%). Ook informatie met betrekking tot actualiteiten is bij deze groep aanzienlijk populairder dan bij de privé-gebruikers en studenten.

Minder dan 5% van alle respondenten geeft aan op zoek te zijn naar informatie omtrent contactmogelijkheden, het Maandblad Geestelijke volksgezondheid of over medewerkers van het Trimbos-instituut.

Tabel 27
Informatiebehoefte onder de groepen (n=375)

Informatie over..	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Drugs en verslaving	84	48,8	54	58,7	72	64,9	210	56,0
Psychische stoornissen en behandelingen	73	42,4	29	31,5	42	37,8	144	38,3
Actualiteiten (nieuws- & persberichten)	53	30,8	15	16,3	27	24,3	95	25,3
Zorg en beleid	41	23,8	11	12,0	28	25,2	80	21,3
Producten/publicaties van het Ti	57	33,1	4	4,3	10	9,0	71	18,9
Lopende projecten van het Ti	41	23,8	9	9,8	10	9,0	60	16,0
Trimbos-instituut	22	12,8	10	10,9	19	17,1	51	13,6
Scholing of studiedag van het Ti	22	12,8	3	3,3	1	0,9	26	6,9
Vacatures van het Ti	12	7,0	6	6,5	4	3,6	22	5,9
Contactmogelijkheden van het Ti	9	5,2	2	2,2	6	5,4	17	4,5
Maandblad Geestelijke volksgezondheid (MGv)	10	5,8	1	1,1	6	5,4	17	4,5
Medewerkers van het Ti	7	4,1	1	1,1	4	3,6	12	3,2
Totaal	431	250,4	145	157,7	229	206,2	805	214,4

Tabel 28 geeft inzicht in de meest voorkomende combinaties van soorten informatie waar de respondenten aangaven naar op zoek te zijn. Ruim de helft van de respondenten die op zoek zijn naar informatie over psychische stoornissen, gaven aan tevens op zoek te zijn naar informatie over drugs en verslaving. Met name het onderdeel 'zorg en beleid' werd vaak in combinatie met andere onderdelen aangegeven, waaronder samen met psychische stoornissen (66%) en drugs en verslaving (58%).

Tabel 28
Meest voorkomende combinaties van informatiebehoefte van respondenten naar onderdeel

Onderdeel	In combinatie met	Freq.	%
Drugs en verslaving (n=210)	Psychische stoornissen	77	36,7
	Actualiteiten	51	24,3
	Zorg en beleid	46	21,9
	Producten en publicaties van het T-i	29	13,8
	Het Trimbos-instituut	26	12,4
	Lopende projecten van het T-i	25	11,9
Psychische stoornissen (n=144)	Drugs en verslaving	77	53,5
	Zorg en beleid	53	36,8
	Actualiteiten	43	29,9
	Producten en publicaties van het T-i	30	20,8
	Lopende projecten van het T-i	28	19,4
	Het Trimbos-instituut	18	12,5
Zorg en beleid (n=80)	Psychische stoornissen	53	66,3
	Drugs en verslaving	46	57,5
	Actualiteiten	32	40,0
	Lopende projecten van het T-i	27	33,8
	Producten en publicaties van het T-i	22	27,5
	Het Trimbos-instituut	14	17,5
	Scholing of studiedag van het T-i	11	13,8
Trimbos-instituut (n=51)	Drugs en verslaving	26	51,0
	Actualiteiten	18	35,3
	Psychische stoornissen	18	35,3
	Lopende projecten van het T-i	15	29,4
	Producten en publicaties van het T-i	14	27,5
	Zorg en beleid	14	27,5
	Vacatures van het T-i	9	17,6
	Contactmogelijkheden	8	15,7

6.4 Waardering van de website

6.4.1 Rapportcijfer

De waardering van de respondenten van de website is in de vragenlijst gemeten door middel van een rapportcijfer. Het gemiddelde rapportcijfer dat werd gegeven is een 7,5. Ruim de helft van alle respondenten kende het cijfer 8 of hoger toe aan de website en er werd door niemand een cijfer lager dan een 5 gegeven. In tabel 29 zijn de cijfers weergegeven.

Tabel 29
Overzicht van de rapportcijfers gesplitst naar groep

Rapportcijfer	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
5	3	1,7	1	1,1	3	2,7	7	1,9
6	23	13,4	12	13,3	8	7,2	43	11,5
7	60	34,9	31	34,4	35	31,5	126	33,8
8	76	44,2	38	42,2	54	48,6	168	45,0
9	10	5,8	7	7,8	9	8,1	26	7,0
10	0	0,0	1	1,1	2	1,8	3	0,8
M (SD)	7,4	(0,9)	7,5	(0,9)	7,6	(0,9)	7,5	(0,9)

6.4.2 Waargenomen kwaliteit van de informatie

De waargenomen kwaliteit van de informatie is opgebouwd uit scores voor actualiteit, mate van interesses, volledigheid, betrouwbaarheid en begrijpelijkheid. In tabel 30 zijn deze scores weergegeven en tevens uitgesplitst naar groep.

Tabel 30
Items van het aspect 'waargenomen kwaliteit van de informatie' uitgesplitst naar groep (n=375)

Items	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
De informatie op www.trimbos.nl is actueel. (1-5)	3,9	0,7	3,7	0,8	3,9	0,7	3,9	0,7 ^a
De informatie op www.trimbos.nl is interessant. (1-5)	4,1	0,7	3,9	0,9	4,1	0,8	4,0	0,8
De informatie op www.trimbos.nl is volledig. (1-5)	3,4	0,7	3,4	0,8	3,7	0,7	3,5	0,7 ^{b,c}
De informatie op www.trimbos.nl is betrouwbaar. (1-5)	3,9	0,7	3,7	0,9	4,0	0,8	3,9	0,8 ^c
De informatie op www.trimbos.nl is begrijpelijk. (1-5)	4,1	0,7	3,9	0,9	4,1	0,8	4,0	0,8
Totaalscore waargenomen kwaliteit van de informatie	3,9	0,5	3,7	0,7	4,0	,05	3,9	0,6 ^c

^a Significant verschil tussen werk en privé ($p < 0,05$)

^b Significant verschil tussen werk en studie ($p < 0,05$)

^c Significant verschil tussen privé en studie ($p < 0,05$)

Uit tabel 30 valt af te lezen dat de kwaliteit van de informatie door de respondenten positief wordt gewaardeerd. Een uitzondering op de verschillende aspecten van de kwaliteit vormt de waargenomen volledigheid van de informatie, deze werd namelijk minder positief beoordeeld.

In het algemeen waren de professionals en de studenten wat positiever over de kwaliteit van de informatie dan de mensen die de website voor privé doeleinden bezochten. Een uitzondering hierop betrof het oordeel over de volledigheid van de informatie. Op dit punt waren professionals en privé-gebruikers wat minder positief dan de studenten.

In tabel 31 is een overzicht gegeven van belangrijkste van de in totaal 34 gemaakte opmerkingen met betrekking tot het verbeteren van de kwaliteit van de informatie, gegroepeerd naar onderwerp. 23 opmerkingen betroffen op enige manier de volledigheid van de informatie. Twee respondenten merkten op dat er meer informatie met betrekking tot het buitenland aan de website moet worden toegevoegd. Tien mensen gaven aan geen opmerking te kunnen maken in verband met het voorleggen van de enquête voorafgaand aan het bezoek. Tot slot gaven vijf respondenten aan tevreden te zijn met de huidige informatie of geen suggesties voor verbeteringen te hebben.

Tabel 31
Hoe kan de kwaliteit van de informatie verbeterd worden?

Groep	Opmerking
<i>Volledigheid van de informatie</i>	
Prof.	- meer info over medicatie soorten. - Graag meer info over o.a. implementatie van projecten in het land en de kosten. - Meer informatie voor internationale bezoekers of info die je kan sturen naar buitenlanders als persbericht in uitgegeven moet hij ook in het weekend op site te vinden zijn. - Meer informatie mbt ziektebeelden. - Ik mis informatie over verslaving aan medicatie. - Door deze actueel te houden. Laatste ontwikkelingen mis ik betreffende het onderwerp dat ik zocht. - ik zocht eigenlijk een overzicht waarin alle harddrugs vermeld staan en wat voor schadelijke gevolgen dat heeft en welke lichamelijke effecten het gebruik heeft, zodat je alles naast elkaar hebt. - Informatie per e-mail verzenden, bijv. Nieuwsbrief Tussen de lijnen en andere nieuwsbrieven.
Privé	- berichten uit het buitenland. - Nog meer informatie over drugsgebruik, en herkennen van drugsgebruikers, en de gevolgen, en het omgaan met verslaafden. Meer informatie! - Ik heb meegemaakt dat mijn ex man van alcoholverslaving overging naar drugsverslaving, nu heb ik bij tactus geleerd dat dat wel vaker voorkomt, maar het word niet vaak beschreven, dat vind ik jammer. - ik mis info voor directe fam. over wanneer je aan de bel moet trekken voor een opname in een GGZ - het zou voor veel mensen interessant zijn om "eigen ervaringen" op de site te plaatsen. Zowel "goede" als slechte ervaringen dan. - Links naar hulpadressen in de diverse provincies, zodat je nog direkter hulp kunt zoeken, in de zin van gezinsleden en familie die met verslaving geconfronteerd worden.
Studie	- meer uitleg. - meer informatie over onbekende verslavingsvormen. - Meer informatie over kenmerken van verslaafden. - meer thema's nog meer informatie van de thema's interessante linken erbij. - meer informatie. - misschien iets meer en makkelijker voor de jongere bezoekers. - Zorg voor volledige rapporten op internet. Wanneer je snel iets nodig hebt en verdieping wilt staat er te weinig op de site. - Ik vind jullie site erg goed. Ik heb er veel aan gehad gedurende een werkstuk dat ik voor school moest maken. Nog bedankt daarvoor! Maar één heel klein dingetje misschien, Wat ik niet heb kunnen vinden zijn de resultaten van een therapie, terwijl dat toch erg hulpvol zou zijn voor de mensen die een verslaving hebben. Zij weten op deze manier of deze therapie voor hoeveel procent van de mensen helpt. Dat kan voor hen de doorslag zijn. - misschien iets duidelijker aangeven. - koppeling aan internationale sites en onderzoek -ontwikkelen databank.
<i>Overig</i>	
Prof.	- meer mogelijkheid tot directe toegang. - vooral de toeleiding tot de informatie kan beter. Ik merk dat de homepage niet erg uitnodigend om eens verder te kijken. Het is niet duidelijk dat/wat je nog kunt vinden. Zou een nieuwsbrief/alertservice (conform Medscape b.v.) niet handig zijn om mensen te stimuleren de site herhaaldelijk te bezoeken? - Afbakenen/beperken tot verslavingszorg en ggz. - Korte zinnen.
Privé	- nee, prima zo. Alleen jammer dat je voor veel moet betalen. - Door mensen vanuit verschillende invalshoeken laten meedenken.

6.4.3 Waargenomen aantrekkelijkheid

Bij het meten van de waargenomen aantrekkelijkheid van de website is gevraagd of deze aantrekkelijk, overzichtelijk, uitnodigend en professioneel is. In tabel 32 zijn de scores op deze vragen weergegeven en uitgesplitst naar groep.

Tabel 32
Items van het aspect 'waargenomen aantrekkelijkheid' uitgesplitst naar groep (n=375)

Items	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
De website ziet er aantrekkelijk uit. (1-5)	3,6	0,8	3,6	0,8	3,8	0,8	3,7	0,8
De website ziet er overzichtelijk uit. (1-5)	3,8	0,8	3,9	0,7	4,0	0,7	3,9	0,8
De website ziet er uitnodigend uit. (1-5)	3,5	0,9	3,6	0,8	3,7	0,7	3,6	0,8
De website ziet er professioneel uit. (1-5)	4,0	0,6	3,9	0,7	4,0	0,6	4,0	0,6
Totaalscore waargenomen aantrekkelijkheid	3,7	0,7	3,8	0,6	3,9	0,6	3,8	0,6

Uit de tabel kan worden afgelezen dat de respondenten erg positief zijn over de vormgeving van de website. Men vindt de website veelal professioneel, overzichtelijk, aantrekkelijk en in iets mindere mate uitnodigend. Hierbij zijn geen significante verschillen tussen de groepen waargenomen.

In tabel 33 is een overzicht gegeven van de belangrijkste van de in totaal 26 opmerkingen die respondenten hebben gemaakt aangaande de vormgeving. De opmerkingen over de vormgeving van de website beslaan veelal de kleuren en illustraties. Door 6 respondenten wordt opgemerkt dat het kleurgebruik op de website verbeterd kan worden. Vier respondenten gaven expliciet aan geen suggesties ter verbetering van de vormgeving te hebben.

Tabel 33
Hoe zou de aantrekkelijkheid van de website verbeterd kunnen worden.

Groep	Opmerking
<i>Vormgeving</i>	
Prof.	- Kleuren aanpassen, afbeeldingen, lettertype, het oogt wat saai. - een paar fellere kleuren meer. - Kan qua vormgeving beter m.i. - Ander lettertype. Geen missie-statement als binnenkomer. Per hoofdstuk een teaser, actueel thema of geactualiseerde info, met doorklik-mogelijkheid. Een rol spelen als portal naar andere websites. - tekst minder dicht op elkaar, meer ruimte tussen regels. - overzichtelijker, ik moet steeds teveel zoeken.
Studie	- de kleur roze trekt mij niet zo. - meer kleur/ geluid - meer kleuren en illustraties. - De linkerzijde van de home-page is een beetje aan de kleurloze kant. Als u een lichte, maar duidelijk kleur hieraan zou toevoegen zou dat een stuk overzichtelijker zijn omdat zo mensen weten dat dat keuze onderwerpen zijn. - laat delen van het instituut zien d.m.v. een foto rondleiding.
<i>Overig</i>	
Prof.	- Op homepage erg veel keuze opties, maar indeling onder programma's beetje onduidelijk. - overzichtelijkere homepage.geen onderscheid maken tussen publieksinfo en info voor professionals (is een vage en onduidelijke scheiding).
Privé	- ik vind de vraag niet van toepassing.het gaat om de informatie - De site moet er niet zozeer aantrekkelijk uitzien, maar heel erg duidelijk en uitnodigend, met eventueel een chatroom of iets dergelijks, waar mensen die huiverig zijn anoniem over de problemen kunnen praten. - Omdat internet een "ongeduldig" medium is zou ik hier en daar proberen wat beeldmateriaal in te zetten en eventueel soms e.e.a. meer visualiseren.

6.4.4 Waargenomen gebruiksvriendelijkheid

De gebruiksvriendelijkheid werd gemeten met de items betreffende de indeling, vindbaarheid, snelheid en gebruiksgemak. De antwoorden op deze items zijn weergegeven in tabel 34.

Tabel 34

Items van het aspect 'waargenomen gebruiksvriendelijkheid' uitgesplitst naar groep (n=375)

Items	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
De website is duidelijk ingedeeld. (1-5)	3,7	0,8	3,8	0,6	3,9	0,6	3,8	0,7 ^a
De informatie op de website is gemakkelijk te vinden. (1-5)	3,6	0,9	3,8	0,7	3,8	0,6	3,7	0,8 ^a
De website verschijnt snel op het scherm. (1-5)	4,0	0,8	4,0	0,7	4,1	0,7	4,0	0,7
De website is gemakkelijk in het gebruik. (1-5)	3,7	0,8	3,8	0,7	4,0	0,6	3,8	0,7 ^a
Totaalscore waargenomen gebruiksvriendelijkheid	3,7	0,7	3,8	0,6	3,9	0,5	3,8	0,6 ^a

^a Significant verschil tussen werk en studie ($p < 0,05$)

Uit de tabel valt af te lezen dat de respondenten positief zijn over de gebruiksvriendelijkheid van de website. Tussen de groepen is hier een significant verschil waargenomen: De professionals waren minder positief dan de studenten. Dit verschil is tevens op de items duidelijkheid, vindbaarheid van de informatie en gemakkelijheid in het gebruik naar voren gekomen. Over alle groepen gezien, waren de respondenten heeft meest positief over de snelheid van de website.

Tabel 35 geeft een overzicht van de belangrijkste van de in totaal 25 opmerkingen aangaande de gebruiksvriendelijkheid van de website. De opmerkingen hadden betrekking op de vindbaarheid van de informatie. Vijf respondenten gaven aan geen suggesties te hebben.

Tabel 35
Hoe kan de gebruiksvriendelijkheid van de website verbeterd worden?

Groep	Opmerking
<i>Vindbaarheid van de informatie</i>	
Prof.	- Ik kan vaak iets niet vinden, terwijl ik weet dat het ergens staat. - invoer van een zoekpagina op alfabet. - betere zoekmachine, zoeken op Bijv. KOPP of KIPIZIVERO geeft geen gewenst resultaat. - zoekmachine verbeteren: krijg niet altijd de gewenste 'hits' op een trefwoord. - Soms is het moeilijk als je het product al weet terug te vinden op de website, m.a.w. de zoekmachine werkt niet optimaal of categorieën niet altijd even duidelijk. een recentelijk voorbeeld is coffeeshop hier kom je via een omweg. - Duidelijker waar welke informatie te vinden is. - Soms laat de informatie zich wat moeilijk vinden, maar persoonlijk denk ik dat dat aan mij, de gebruiker ligt. - soms is de informatie moeilijk te vinden, grote menu's structuur van de site is niet altijd duidelijk. - Neen, ik kan mijn weg en de informatie wel vinden. - Nee, ik kan alles makkelijk vinden.
Privé	- Ik krijg niet te zien, waarnaar ik zoek.
Studie	- een zoekfunctie misschien. - 'zoekmachine' verbeteren. - overzichtelijker.
<i>Overig</i>	
Prof.	- ik kan niet vergelijken. - De beschrijving in 'hoofdstukken' is op zich correct, maar erg 'droog'. Ik zelf vinde een titel als 'Psychische stoornissen' zo beknopt, dat ik denk dat de informatie ook wel beknopt zal zijn, en ik dus niet eens ga kijken! - traag.
Privé	- Soms wat kort en bondiger taalgebruik, maar vooral wat meer beeldmateriaal.

6.4.5 Waargenomen nut

Het waargenomen nut is in dit onderzoek gemeten met behulp van twee items, namelijk een item betreffende het nut van de website en een item aangaande de ondersteuning van de website bij taken. In tabel 36 zijn de scores hierop weergegeven, gesplitst naar groep.

Tabel 36
Items van het aspect 'waargenomen nut' uitgesplitst naar groep

Items	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Het gebruik van de website is nuttig. (1-5)	4,2	0,7	4,0	0,7	4,1	0,6	4,1	0,7
Het gebruik van de website ondersteunt mij bij mijn taken. (1-5)	4,0	0,8	3,7	0,8	4,0	0,8	3,9	0,8 ^{a,b}
Totaalscore waargenomen nut	4,1	0,7	3,8	0,7	4,1	0,7	4,0	0,7 ^{a,b}

^a Significant verschil tussen privé en werk ($p < 0,05$)

^b Significant verschil tussen privé en studie ($p < 0,05$)

Uit de tabel is af te lezen dat de respondenten de website nuttig vinden. Hierbij is een significant verschil waargenomen tussen de groepen: Privé-gebruikers beoordelen dit minder positief dan professionele en studenten. Dit verschil wordt met name veroorzaakt door het item over de ondersteuning bij taken, waar hetzelfde verschil significant naar voren kwam. Mogelijk heeft de formulering van de vraag naar de taken bij privé-gebruikers tot onduidelijkheden geleid.

6.4.6 Waardering van de aspecten

In tabel 37 is een overzicht gegeven van de totale scores op de aspecten en uitgesplitst naar groep. Hieruit blijkt dat iedere groep de waargenomen aantrekkelijkheid en waargenomen gebruiksvriendelijkheid gelijk waardeert en de andere twee constructen hoger waardeert. Een uitzondering hierop vormt de waardering van de kwaliteit van de informatie door privé-gebruikers.

Tabel 37
Overzicht constructgegevens gesplitst naar groep

e-TAM aspect	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Waargenomen kwaliteit van de informatie. (1-5)	3,9	0,5	3,7	0,7	4,0	0,5	3,9	0,6 ^a
Waargenomen aantrekkelijkheid. (1-5)	3,7	0,7	3,8	0,6	3,9	0,6	3,8	0,6
Waargenomen gebruiksvriendelijkheid. (1-5)	3,7	0,7	3,8	0,6	3,9	0,5	3,8	0,6 ^b
Waargenomen nut. (1-5)	4,1	0,7	3,8	0,7	4,1	0,7	4,0	0,7 ^{a,c}
Totaalscore aspecten	3,9	0,5	3,8	0,5	4,0	0,5	3,9	0,5

^a Significant verschil tussen privé en studie ($p < 0,05$)

^b Significant verschil tussen werk en studie ($p < 0,05$)

^c Significant verschil tussen privé en werk ($p < 0,05$)

In tabel 38 zijn tot slot belangrijkste van de in totaal 35 opmerkingen weergegeven, die de respondenten hebben gemaakt bij het vragen naar eventuele uitbreidingen en verbeteringen van de website. Deze hebben voornamelijk betrekking op de inhoud en de vormgeving van de website.

Tabel 38
Hoe kan de website in het algemeen worden verbeterd?

Groep	Opmerking
<i>Inhoud</i>	
Prof.	- Informatie over medicatie en medicatieverslaving. - Meer info voor professionals over drugs en verslaving dan alleen NDM gegevens. - epidemiologische gegevens zijn nu teveel gesplitst naar diagnosegroepen, het totaal voor alle doelgroepen is gemakkelijk. - Engelse informatie veel uitgebreider. Actuele info (persberichten en bijeenkomsten) veel beter bij elkaar en upto date. - Ik zou graag meer willen weten over klinische symptomen bij drugsgebruik. - Ik merk dat ik, hoewel ik vaker iets zoek op de website, slechts een beperkt beeld van de website heb. Ik kom alleen heel gericht zoeken. waarschijnlijk weet ik niet eens wat ik aan de website zou kunnen hebben. Probeer de mensen te verleiden om verder te snuffelen. B.v. actuele thema's die mensen aanbelangen op de homepage te plaatsen. - op dit moment heb ik niet alle tijd, maar ik zie zo niet de combinatie tussen stoornissen en drugsgebruik.
Privé	- verbetering zou zijn meer voorlichting om erger te voorkomen als iemand in een psychose zit en graag meer suggesties hoe je met psychotische jongeren kunt communiceren met de bedoeling dat een tijdelijk opname (soms) eigenlijk toch beter is. - Wellicht is het een idee om niet alleen vanuit de zorg/behandelaar te spreken maar hier en daar ervaringsdeskundigen aan het woord te laten.
Studie	- downloaden pdf bestanden van rapporten en onderzoeken. - wat meer over aantallen van verslaafden. - interactieve rondleiding. - meer linken meer thema's meer info bij de thema's. - Meldpunt "onzuivere" drugs integraal opnemen op de site. DWZ publieksmeldingen op nieuw in te richten forum plaatsen. - meer informatie.
<i>Vormgeving / Gebruiksvriendelijkheid</i>	
Prof.	- Nieuwsbrief per e-mail versturen zodat deze in de mail box kan blijven zitten. Op het werk is geen aansluiting op internet dus geen nieuwsbrief. - ziet er prachtig uit, maar inladen (via netwerk) gebeurt erg langzaam. - de traagheid werkt demotiverend, ik breek eerder af met zoeken.
Privé	- kleur en meer in omliggende blokken zetten. - Overzichtelijker maken. - Wat grotere letters, zodat de belangrijke zaken wat meer in het oog springen.
<i>Overig</i>	
Studie	- Mijn antwoord op vraag 11 is niet negatief bedoeld, maar ik heb na dit werkstuk deze site niet meer nodig.

6.5 Intentie tot herbezoek

Bijna driekwart van de respondenten achtte het (zeer) waarschijnlijk dat zij op korte termijn de website nogmaals zouden bezoeken. Vooral de professionals waren dit in grote mate van plan (zie tabel 39).

Tabel 39
Intentie tot herbezoek gesplitst naar groep (n=375)

Intentie	Werk (n=172)		Privé (n=92)		Studie (n=111)		Totaal (n=375)	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Zeer onwaarschijnlijk	0	0,0	1	1,1	3	2,7	4	1,1
Onwaarschijnlijk	5	2,9	5	5,4	9	8,1	19	5,1
Niet onwaarschijnlijk/ waarschijnlijk	23	13,4	21	22,8	30	27,0	74	19,7
Waarschijnlijk	96	55,8	50	54,3	50	45,0	196	52,3
Zeer waarschijnlijk	48	27,9	15	16,3	19	17,1	82	21,9

In tabel 40 zijn de regelmaat van de bezoeken uitgezet naar de twee grootste sectoren. Uit deze tabel blijkt dat beide sectoren niet verschillen van de regelmaat waarmee ze bezocht worden (zie tabel 24).

Tabel 40
Intentie van de bezoekers die werkzaam zijn in de twee grootste sectoren (n=154)

	Aanbieders van zorg (n = 125)		Wetenschap, onderwijs & kenniscentra (n = 29)	
	Freq.	%	Freq.	%
Zeer onwaarschijnlijk	0	0,0	0	0,0
Onwaarschijnlijk	3	2,4	2	6,9
Niet onwaarschijnlijk/ waarschijnlijk	16	12,8	3	10,3
Waarschijnlijk	70	56,0	17	58,6
Zeer waarschijnlijk	36	28,8	7	24,1
Totaal	125	100,0	29	100,0

6.6 Intentie tot hergebruik van de website

6.6.1 Inleiding

De samenhang tussen de onderdelen van het aangepaste e-TAM model die het gebruik van de website mogelijk verklaren, is in tabel 41 weergegeven. De intentie om de website te herbezoeken hangt significant en sterk samen met het oordeel over de kwaliteit van de informatie en het waargenomen nut, maar niet met de waargenomen gebruiksvriendelijkheid en aantrekkelijkheid.

Tevens blijkt dat er een grote samenhang is tussen zowel het waargenomen nut en de waargenomen kwaliteit van de informatie als tussen de waargenomen aantrekkelijkheid en de waargenomen gebruiksvriendelijkheid.

Tabel 41
Correlatie tussen de aspecten

Aspect	1	2	3	4	5	6
1. Kwaliteit van de informatie	1					
2. Aantrekkelijkheid	0,54*	1				
3. Gebruiksvriendelijkheid	0,51*	0,63*	1			
4. Nut	0,60*	0,42*	0,39*	1		
5. Intentie om weer te bezoeken	0,42*	0,20*	0,19*	0,52*	1	
6. Regelmaat van de bezoeken	0,21*	0,07	-0,04	0,30*	0,39*	1

* Correlatie is significant ($p < 0,01$)(tweezijdig).

6.6.2 Intentie voor het gebruiken van de website

Om na te gaan in hoeverre de variabelen uit het e-TAM model gezamenlijk de intentie kunnen voorspellen, is een regressieanalyse uitgevoerd. Hierin werden de intentie tot herbezoek als afhankelijke variabele en de variabelen uit het e-TAM model als voorspellers gesteld. In tabel 42 zijn de resultaten hiervan voor alle respondenten en voor de professionals weergegeven. Privé-gebruikers en studenten zijn hier achterwege gelaten omdat dit aantal respondenten niet voldoende was en binnen het Trimbos-instituut de nadruk ligt op het bereiken van professionele gebruikers. Respondenten die de website voor het eerst bezochten zijn hierbij achterwege gelaten, vanwege het feit dat de enquête al voor het bezoek is voorgelegd.

Tabel 42
Regressieanalyses (stepwise) per groep van de intentie tot herbezoek als afhankelijke variabele

Model	Construct	β^a	t	p	R^2	F	p (model)
Totaal (n=211)							
1	Waarg. nut	,53	8,91	< 0,001	,28	79,39	< 0,001
2	Waarg. nut	,39	5,67	< 0,001			
	Waarg. kwaliteit van de informatie	,24	3,48	0,001	,32	47,89	< 0,001
Prof. (n=131)							
1	Waarg. nut	,63	9,19	< 0,001	,40	84,44	< 0,001

Onafhankelijke variabelen meegenomen in de analyse: waargenomen nut, waargenomen kwaliteit van de informatie, waargenomen gebruiksvriendelijkheid, waargenomen aantrekkelijkheid.

^a gestandaardiseerde β coëfficiënt

Uit de tabel blijkt dat de intentie van de gebruikers voor bijna één derde (32%) wordt verklaard door het waargenomen nut en de waargenomen kwaliteit van de informatie. In het geval van de professionals is 40% verklaard door het waargenomen nut.

6.6.3 Het gebruik van de website

Om na te gaan in hoeverre het gebruik van de website voorspeld kan worden door de andere aspecten uit het e-TAM model, is een regressieanalyse uitgevoerd. Hierbij is het gebruik van de website de afhankelijke variabele en de zijn andere aspecten uit het model de voorspellers. In tabel 43 zijn de resultaten hiervan weergegeven.

Tabel 43
Regressieanalyses (stepwise) per groep met gebruik van de website als afhankelijke variabele

Model	Construct	β^a	t	p	R ²	F	p (model)
Totaal (n=211)							
1	Intentie	,40	6,27	< 0,001	,16	39,27	< 0,001
Prof. (n=131)							
1	Intentie	,46	5,85	< 0,001	,21	34,18	< 0,001

Onafhankelijke variabelen meegenomen in de analyse: waargenomen nut, waargenomen kwaliteit van de informatie, waargenomen gebruiksvriendelijkheid, waargenomen aantrekkelijkheid.

^a gestandaardiseerde β coëfficiënt

Uit de tabel kan worden afgelezen dat het gebruik voor 16% verklaard kan worden met de intentie tot herbezoek. Voor wat betreft de professionals ligt dit percentage nog iets hoger, namelijk 21%. Ook bij deze analyse zijn privé-gebruikers, studenten en respondenten die voor het eerst de website bezochten achterwege gelaten.

6.6.4 Waargenomen nut

Om na te gaan in hoeverre het waargenomen nut kan worden voorspeld door de andere aspecten uit het e-TAM model, is een regressieanalyse met het waargenomen nut als afhankelijke variabele uitgevoerd. In tabel 44 zijn de resultaten van deze analyse weergegeven.

Tabel 44
Regressieanalyses (stepwise) van het waargenomen nut als afhankelijke variabele

Model	Construct	β^a	t	p	R ²	F	p (model)
Totaal (n=211)							
1	Waarg. kwaliteit van de informatie	0,56	9,66	< 0,001	,31	93,22	< 0,001
Prof. (n=131)							
1	Waarg. kwaliteit van de informatie	0,58	7,98	< 0,001	0,33	63,59	< 0,001

Onafhankelijke variabelen meegenomen in de analyse: waargenomen kwaliteit van de informatie, waargenomen gebruiksvriendelijkheid, waargenomen aantrekkelijkheid.

^a gestandaardiseerde β coëfficiënt

Uit tabel 44 kan worden afgelezen dat het waargenomen nut voor 31% verklaard kan worden door de waargenomen kwaliteit van de informatie. Voor wat betreft de professionele respondenten ligt dit percentage op 33%.

6.6.5 Waargenomen kwaliteit van de informatie

Om na te gaan in hoeverre de kwaliteit van de informatie voorspeld kan worden, is een regressieanalyse uitgevoerd. Hierbij zijn de kwaliteit van de informatie als afhankelijke variabele en de overige aspecten uit het e-TAM model als voorspellers gesteld. De resultaten hiervan zijn weergegeven in tabel 45.

Tabel 45
Regressieanalyses (stepwise) per groep van waargenomen kwaliteit van de informatie als afhankelijke variabele

Model	Construct	β^a	t	p	R ²	F	p (model)
Totaal (n=211)							
1	Waarg. aantrekkelijkheid	0,57	10,08	< 0,001	0,33	101,52	< 0,001
2	Waarg. aantrekkelijkheid	0,41	7,37	< 0,001			
	Waarg. nut	0,39	6,88	< 0,001	0,45	85,70	< 0,001
3	Waarg. aantrekkelijkheid	0,29	4,17	< 0,001			
	Waarg. nut	0,36	6,40	< 0,001			
	Waarg. gebruiksvriendelijkheid	0,21	3,01	0,003	0,47	62,38	< 0,001
Prof. (n=131)							
1	Waarg. nut	0,58	7,98	< 0,001	0,33	63,69	< 0,001
2	Waarg. nut	0,41	5,94	< 0,001			
	Waarg. aantrekkelijkheid	0,41	5,93	< 0,001	0,47	57,82	< 0,001

Onafhankelijke variabelen meegenomen in de analyse: waargenomen nut, waargenomen gebruiksvriendelijkheid, waargenomen aantrekkelijkheid.

^a gestandaardiseerde β coëfficiënt

Uit tabel blijkt dat de waargenomen kwaliteit van de informatie voor bijna de helft verklaard kan worden door de waargenomen aantrekkelijkheid, nut en gebruiksvriendelijkheid (model 3). Voor wat betreft de professionals blijkt dat de kwaliteit van de informatie voor 47% verklaard wordt door het waargenomen nut en aantrekkelijkheid..

7 Conclusie

7.1 Inleiding

In dit rapport is verslag gedaan van een evaluatie van de website van het Trimbos-instituut. De hoofdvraag hierbij luidde:

Wie (be)zoekt welke onderdelen van de website van het Trimbos-instituut (www.trimbos.nl), in hoeverre wordt de website gewaardeerd en welke aspecten zorgen voor het terugkomen van de bezoekers?

In dit hoofdstuk worden per deelvraag de conclusies, aanbevelingen en discussiepunten beschreven.

7.2 Wie zijn de bezoekers van www.trimbos.nl?

De voornaamste doelgroep van het Trimbos-instituut zijn de professionals. Bijna alle abonnees op de notificatie behoren tot deze groep en de website blijkt voor bijna de helft door deze doelgroep bezocht te worden. Echter, de andere helft van de bezoekers bestaat uit privé-gebruikers (24%) en studenten (30%). Hoewel de gehanteerde methode enkele beperkingen met zich meebrengt met betrekking tot de representativiteit (zie par. 7.5), is het aannemelijk dat de respondenten en de verdeling een acceptabele weerspiegeling vormen van de bezoekers van de website.

Dit wordt ondersteund door het feit dat de indeling van de groep professionals in sectoren in grote mate overeenkomt met de indeling van de abonnees op de notificatie van Nieuwsflitsen. Afwijkingen hierop zijn de groepen pers en vertegenwoordigers van zorgvragers: Geen van de professionele respondenten is werkzaam bij de pers en een aanzienlijk kleiner deel is werkzaam als vertegenwoordiger.

Ondanks dat de helft van de respondenten behoorde tot de professionals wordt de algemene informatie op de website volgens de log-files aanzienlijk meer bezocht dan de informatie gericht op professionals (zie par. 7.3). Gezien het feit dat alle groepen gericht informatie zoeken en de kwaliteit van de beschikbare informatie positief waarderen (zie par. 7.4), wordt aanbevolen de website op beide soorten publiek te blijven richten en informatie voor zowel professionals als voor algemeen publiek op de website beschikbaar te stellen. Van belang hierbij is het feit dat onder privé-gebruikers de behoefte bestaat aan informatie over drugs en verslaving en psychische stoornissen in de relationele sfeer. Privé-gebruikers die naar dergelijke informatie op zoek zijn, dienen duidelijk te worden geïnformeerd of doorverwezen te worden naar andere instanties.

7.3 Wat (be)zoeken de bezoekers op de website?

In overeenstemming met de doelstellingen (par. 2.2.1) blijkt uit zowel de online enquête als de logfile-analyse dat de meeste bezoekers op zoek zijn naar informatie over psychische stoornissen, drugs en verslaving en actualiteiten. Dit geldt voor zowel de professionals als voor privé-gebruikers en studenten. Aanbevolen wordt daarom de nadruk te blijven leggen op het verstrekken van actuele informatie over psychische stoornissen en drugs en verslaving. Ook uit de analyse van de zoektermen blijkt dat een aanzienlijk deel van de zoektermen gerelateerd zijn aan de onderwerpen 'drugs en verslaving' en 'psychische stoornissen'. Tevens werden niet bestaande domeinnamen als zoektermen ingevoerd, zoals bijvoorbeeld www.trimbos-instituut. Aanbevolen wordt dergelijke afleidingen van de originele domeinnaam trimbos.nl ook te registreren en te laten verwijzen naar de website. Ten tijde van het onderzoek is deze aanbeveling reeds overgenomen.

Uit de analyse van de log-files blijkt tevens dat algemene informatie meer bezocht wordt dan de informatie gericht op professionals. Het is niet bekend in welke mate de algemene informatie door professionals wordt bezocht en de professionele informatie door privé-gebruikers en studenten. Geconcludeerd kan worden dat het huidige onderscheid in professionele en algemene informatie op

de website niet aansluit bij de verschillende groepen bezoekers. Aanbevolen wordt een structuur te hanteren die niet gericht is op het soort bezoeker maar op de verschillende onderwerpen.

Uit de enquête blijkt verder dat de respondenten vaak op zoek zijn naar informatie uit verschillende onderdelen van de website. Met name de vraag naar informatie over drugs en verslaving in combinatie met psychische stoornissen komt veelvuldig voor. Ook in de opmerkingen van de respondenten kwam vaak de vraag naar gecombineerde informatie naar voren. Aanbevolen wordt daarom meer samenhang aan te brengen aan de verschillende onderdelen van de website. Op de huidige website zijn de verschillende onderwerpen gescheiden van elkaar, maar tussen deze onderdelen zouden de nodige linken gelegd kunnen worden.

In de doelstellingen van de website (par. 2.2.1) staat met name de functie van het verstrekken van informatie centraal. In dit onderzoek is echter gebleken dat naast het zoeken van informatie de redenen voor het bezoeken van de website lagen in het bestellen of downloaden van publicaties of onderzoeksresultaten. Bijna een derde van de professionele respondenten gaf aan de website hier voor te bezoeken. Aanbevolen wordt daarom deze reden voor het bezoek toe te voegen aan de doelstellingen en deze functie een centralere rol te laten spelen op de website.

Aanbevolen wordt om publicaties die op de website niet kunnen worden gekocht of worden gedownload, maar wel beschikbaar zijn in de bibliotheek van het instituut door middel van een link naar de betreffende publicatie in de bibliotheekcatalogus te laten verwijzen. Hiermee wordt de bezoeker de mogelijkheid geboden om te beschikken over de gewenste informatie. Tevens wordt hiermee een impuls gegeven aan het relatief kleine aantal bezoekers dat de online bibliotheekcatalogus gebruikt.

7.4 In welke mate waarderen de bezoekers de website?

De website als geheel is door de respondenten van de enquête gewaardeerd met een rapportcijfer 7,5. Op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) t/m 5 (helemaal mee eens) is de waardering gemeten van de kwaliteit van de informatie (3,9), aantrekkelijkheid (3,8), gebruiksvriendelijkheid (3,8) en nut (4,0). De volgende aanbevelingen hebben betrekking op het verbeteren van deze aspecten.

Kwaliteit van de informatie

Opvallend voor wat betreft de kwaliteit van de informatie is de waardering van de volledigheid van de informatie. Deze werd aanzienlijk lager gewaardeerd door zowel de professionals (3,4) als de privé-gebruikers (3,4) op een schaal van 1 t/m 5. Tevens is de ruimte voor opmerkingen veelvuldig gebruikt voor het vragen om meer informatie. Aanbevolen wordt om meer informatie op de website te plaatsen. Enkele genoemde suggesties voor het uitbreiden van de informatie betreffen het geven van meer informatie met betrekking tot het buitenland en informatie over medicatie. Onder de privé-gebruikers werd enkele keren de suggestie gedaan om meer informatie omtrent verslaving en psychische stoornissen binnen de relationele sfeer (familie) te geven. Voor het uitbreiden van de informatie dient nader per doelgroep te worden onderzocht welke soorten informatie toegevoegd moeten worden. Mogelijk kan er via bijvoorbeeld interviews meer duidelijkheid worden verkregen.

Aantrekkelijkheid

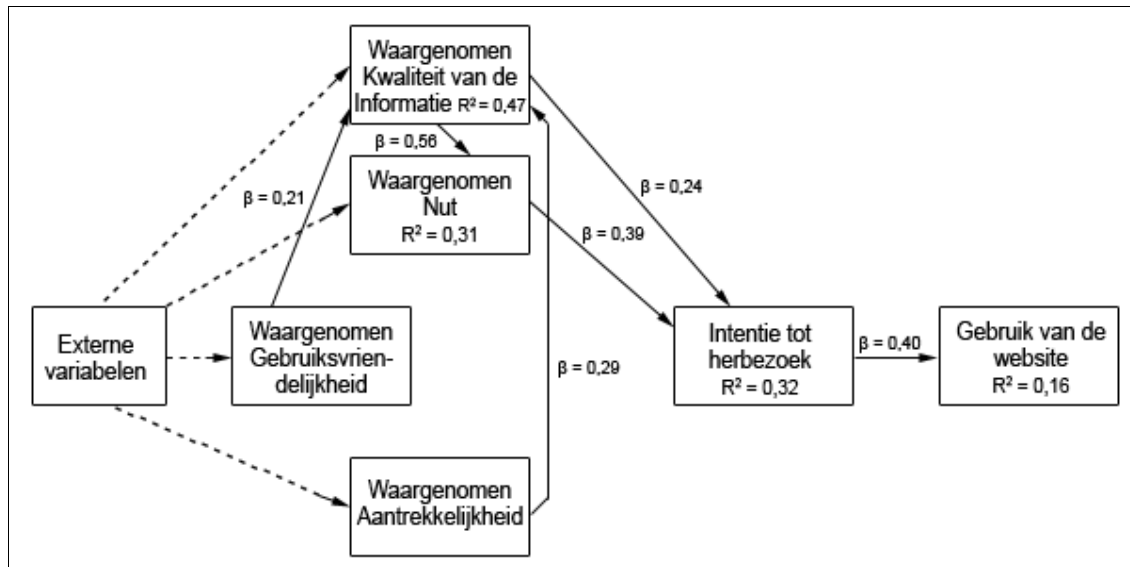
Gezien de huidige waardering van de aantrekkelijkheid van de website, lijkt het niet noodzakelijk hieraan veel aandacht te besteden. Desondanks is er door verscheidene respondenten van de online enquête verklaard dat de website kleurloos is. Aanbevolen wordt daarom de website van meer kleuren te voorzien.

Gebruiksvriendelijkheid

Wat betreft de gebruiksvriendelijkheid van de website zijn er relatief veel opmerkingen gemaakt over de zoekmachine op de website. Deze levert vaak niet de gewenste resultaten op en maakt het zoeken op de website niet eenvoudiger. Gezien er in de informatiedoelstellingen (par. 2.2.1) onder andere de nadruk ligt op het toegankelijk en vindbaar maken van informatie (doelstelling 2,3 en 4) en de zoekfunctie volgens de log-file analyse een vaak bezocht onderdeel is, dient de zoekfunctie op de website verbeterd te worden.

7.5 Welke aspecten zorgen voor het terugkomen van de bezoeker?

Veel respondenten zijn zeker van plan nog een keer terug te komen naar de website. Deze intentie tot herbezoek van de website wordt voor een aanzienlijk deel verklaard door de waargenomen kwaliteit van de informatie en het waargenomen nut (32%). Het gebruik van de website wordt voor 16% verklaard door de intentie van de bezoekers tot herbezoek. De verklaring voor het gebruik van trimbos.nl is weergegeven in figuur 7.



Figuur 7. Verklaring van het gebruik van de website.

Geconcludeerd kan worden dat de intentie voor het bezoeken van de website voor een belangrijk deel samenhangt met de mate waarin de bezoeker de kwaliteit van de informatie beoordeelt en deze van nut is bij zijn of haar werkzaamheden. De gebruiksvriendelijkheid en aantrekkelijkheid van de website blijken niet direct van invloed te zijn op het gebruik van de website, maar alleen voor een beperkt deel op de waardering van de kwaliteit van de informatie. Gezien de geringe invloed van deze aspecten op het gebruik en de hoge waardering van de respondenten hiervoor, dient niet op verbetering van deze aspecten de nadruk te worden gelegd. Aanbevolen wordt in overeenstemming met de informatiedoelstellingen van de website gericht te zijn op het waarborgen en verbeteren van de kwaliteit van de informatie.

Wanneer alleen gekeken wordt naar de groep van de professionals, blijkt dat alleen het waargenomen nut van invloed is op de intentie tot herbezoeken. Zowel de groep privé-gebruikers als studenten die de website al eerder hebben bezocht is te klein voor het trekken van significante conclusies. Nader onderzoek met meer respondenten kan de representativiteit van deze groepen verbeteren.

7.6 Bruikbaarheid van het gehanteerde model, instrument en procedure

7.6.1 Aangepaste e-TAM model

Het aangepaste e-TAM model blijkt in hoofdlijnen geldig voor trimbos.nl. Met dit model wordt 32% van de intentie om de website te gebruiken en 16% van het uiteindelijke gebruik van de website, verklaard (zie fig. 7). Bij de verklaring van beide aspecten luidt de conclusie dat er nog andere verklaringen zijn. Aanbevolen wordt nader te onderzoeken wat de beweegredenen zijn voor zowel de intentie voor het gebruik en het gebruiken van de website. Mogelijk zijn deze beweegredenen van belang voor het vernieuwen of verbeteren van de huidige website.

Met de toevoeging van de component 'waargenomen kwaliteit van de informatie' wordt de intentie om de website te bezoeken met 4% meer verklaard. Tevens blijkt dit aspect een belangrijke indirecte voorspeller voor de intentie tot herbezoek via het waargenomen nut. Geconcludeerd kan worden dat

het aspect voor wat betreft de acceptatie van trimbos.nl een waardevolle aanvulling is. Aanbevolen wordt daarom bij vervolgonderzoek naar websites waarbij informatie een belangrijke rol speelt, zoals bij kenniscentra onder andere het geval is, dit aspect mee te nemen in het onderzoek.

Het aspect 'waargenomen aantrekkelijkheid' is in dit onderzoek in de plaats gekomen voor het aspect 'waargenomen vreugde' uit het oorspronkelijke e-TAM model. Gebleken is dat dit aspect sterk samenhangt met de 'waargenomen gebruiksvriendelijkheid' en niet direct van invloed is op de intentie tot het herbezoeken van de website. Aanbevolen wordt daarom naast aantrekkelijkheid ook het oorspronkelijke aspect van waargenomen vreugde voortaan mee te nemen in het onderzoek naast het aspect van aantrekkelijkheid. Mogelijk is de waargenomen vreugde wel direct, significant en sterk van invloed op de intentie tot het herbezoeken van een website van een kenniscentrum.

7.6.2 Instrumenten

Analyse van de log-files

Bij de interpretatie van de gerapporteerde getallen in de analyse van de log-files staat de verhouding tussen getallen centraal. Het vergelijken van de getallen onderling en over verschillende perioden geeft meer inzicht in de bezoeken aan de onderdelen van de website. Aanbevolen wordt daarom deze analyse op andere momenten te herhalen, om zodoende verschillen en mogelijke trends te kunnen registreren.

Tijdens de analyse van de log-files is een onduidelijkheid met betrekking tot de afkomst van de bezoekers naar voren gekomen. Van de in totaal 63.000 bezoeken, zijn er 47.000 gestart op een achterliggende pagina en een aanzienlijk kleiner deel (16.000) op de homepage. Voor een groot deel van de bezoeken die gestart zijn op een achterliggende pagina, is het niet duidelijk hoe de bezoekers op de betreffende pagina's terecht zijn gekomen. Aanbevolen wordt daarom nader te onderzoeken hoe de bezoekers op de website zijn gekomen en in hoeverre de gegevens van sitestat kloppen.

Op moment van het onderzoek was het technisch nog niet mogelijk via de log-files een overzicht van de zoektermen die ingevuld zijn op de website te verkrijgen. Aanbevolen wordt deze mogelijkheid in te bouwen, zodat deze informatie meer duidelijkheid biedt over de gebruikte zoekwoorden en de door de bezoeker gewenste informatie.

Online enquête

Met de inzet van de online enquête is er binnen korte tijd relatief veel informatie over en van de bezoekers van de website beschikbaar gekomen. Gezien de hoeveelheid verkregen informatie en de representativiteit hiervan lijkt het niet noodzakelijk de enquête op korte termijn nogmaals af te nemen. Op langere termijn kan het (bijvoorbeeld jaarlijks) inzetten van het instrument inzicht geven in mogelijke trends in het bezoek en de bezoekers van trimbos.nl.

7.6.3 Procedure van de online enquête

De online enquête verscheen meteen bij een bezoek aan de website in de vorm van een pop-up. Twee belangrijke beperkingen zijn hierbij naar voren gekomen.

Ten eerste is het gebruik van een pop-up weinig effectief gezien op veel browsers standaard een pop-up blokkering actief is. Dit zorgt ervoor dat veel bezoekers de enquête niet te zien krijgen. Vanwege de praktische haalbaarheid is in dit onderzoek bewust gekozen voor de inzet van deze techniek. Een andere optie is het gebruik van Flash of layers (DIV tags). Bij deze technieken kunnen er 'pop-ups' worden gemaakt binnen één venster en wordt deze zodoende niet geblokkeerd. Een andere methode zou kunnen zijn dat bezoekers op de website een link naar de enquête kunnen aanklikken.

Ten tweede wekt een enquête bij het eerste bezoek aan een website irritatie en mogelijk minder representatieve resultaten voor respondenten die de website voor het eerst bezoeken. In dit onderzoek was er vanwege technische redenen geen andere optie voorhanden, maar uit de opmerkingen van de respondenten blijkt dat het als irritant en onlogisch wordt ervaren. Aanbevolen wordt om bij een vervolgonderzoek te onderzoeken welke technische mogelijkheden geïmplementeerd kunnen worden die het mogelijk maken een enquête na afloop van het bezoek te tonen.

Tevens kan in vervolgonderzoek geprobeerd worden het responsepercentage (5%) te verbeteren. Volgens een vergelijkend onderzoek van Cook e.a. (2000) kan het gemiddelde responsepercentage van online enquêtes 20% halen. Om een dergelijke percentage te halen is het van belang de bezoeker vaak wordt herinnerd aan de enquête.

7.7 Overzicht van aanbevelingen

De aanbevelingen voor het Trimbos-instituut zijn samengevat en puntsgewijs weergegeven:

1. Blijf de website op beide soorten publiek richten en stel informatie voor zowel professionals als voor algemeen publiek op de website beschikbaar. Hierbij moet de rol van privé-gebruiker duidelijker worden: Zij dienen duidelijk te worden geïnformeerd of doorverwezen te worden naar andere instanties.
2. Hanteer een andere structuur van de informatie in plaats van de huidige verdeling in professionele en algemene informatie op de website, gezien deze niet aansluit bij de verschillende groepen bezoekers. Aanbevolen wordt een structuur te hanteren die niet gericht is op het soort bezoeker maar op de verschillende onderwerpen.
3. Breng meer samenhang aan tussen de verschillende onderdelen van de website. In de huidige situatie zijn de verschillende onderwerpen als drugs en verslaving en psychische stoornissen gescheiden van elkaar. Met name deze onderdelen moet meer met elkaar in verband worden gebracht.
4. Voeg de functie van downloaden en bestellen van publicaties en onderzoeksresultaten toe aan de doelstellingen en laat deze een centralere rol spelen op de website, zodat de website beter aansluit bij de grote groep bezoekers die de website voor deze rede bezoekt. Publicaties die op de website niet kunnen worden gekocht of worden gedownload, maar wel kunnen worden geleend in de bibliotheek van het Trimbos-instituut zouden door middel van een link naar de betreffende publicatie in de bibliotheekcatalogus moeten verwijzen. Hiermee wordt de bezoeker de mogelijkheid geboden om te beschikken over de gewenste informatie. De bibliotheek biedt zodoende meer ondersteuning aan de bezoeker.
5. Verstrek meer informatie op de website. Door de bezoekers zijn suggesties gedaan voor informatie over medicatie, gegevens met betrekking tot het buitenland en meer informatie omtrent verslaving en psychische stoornissen binnen de relationele sfeer. Nader onderzoek onder de verschillende doelgroepen is nodig voor het verkrijgen van een beter beeld van de gewenste informatie.
6. Breng wat meer kleur aan op de website, zodat het geheel minder kleurloos overkomt.
7. Verbeter de veel bezochte zoekmachine op de website zodat deze betere resultaten weergeeft en de beschikbare informatie conform de doelstellingen, beter toegankelijk en vindbaar wordt.
8. Blijft gericht op het waarborgen en verbeteren van de kwaliteit van de informatie, gezien dit aspect een belangrijke rol speelt bij de intentie tot het herbezoeken van de website. De aantrekkelijkheid en gebruiksvriendelijkheid zijn hierbij niet direct van invloed.
9. De analyse van de log-file zou periodiek herhaald kunnen worden, voor het verkrijgen van inzicht in mogelijke trends met betrekking tot de bezoeken van de verschillende onderdelen. Ook het herhalen van een enquête op langere termijn (bijvoorbeeld 2 jaar) kan inzicht geven in de ontwikkelingen van de bezoekers rond de website. Tevens kan het inzetten van online enquêtes op de andere (thema)websites van het Trimbos-instituut belangrijke informatie over de bezoekers en hun waardering opleveren.
10. Registreer domeinnamen die afgeleid zijn van de naam van het instituut, zoals bijvoorbeeld www.trimbosinstituut.nl en www.trimbos-instituut.nl. Ten tijde van het onderzoek is deze aanbeveling reeds overgenomen.

Bijlage I: Online enquête

Begeleidend schrijven

Geachte bezoeker,

Graag willen we u als bezoeker van www.trimbos.nl een aantal vragen stellen. Met deze informatie kunnen wij de website zo goed mogelijk toespitsen op de wensen en behoeften van de bezoekers. Het invullen van deze vragenlijst zal ongeveer 10 minuten van uw tijd in beslag nemen.

De enquête wordt uitgevoerd door het Trimbos-instituut in samenwerking met de Universiteit Twente. Alle door u verstrekte gegevens in deze enquête zullen niet aan derden worden verstrekt. Voor meer informatie over deze enquête kunt u e-mailen naar: pschlingmann@trimbos.nl.

Om naar de vragenlijst te gaan, kunt u klikken op 'Volgende' (onderaan deze pagina).
Graag willen we u alvast bedanken voor uw medewerking.

- Profiel van de bezoekers:

Vanuit welke achtergrond bezoekt u nu deze website?

- ☐ Werk,
 - Bij welke organisatie bent u werkzaam? (open)
 - Welke functie bekleedt u? (open)
- ☐ Privé
- ☐ Studie,
 - Welke opleiding volgt u nu? (open)

- Actuele gebruik van de website:

Met welke regelmaat heeft u de afgelopen 6 maanden deze website bezocht?

- ☐ Dit is de eerste keer.
- ☐ 1 keer per maand of minder vaak.
- ☐ 2-3 keer per maand.
- ☐ 4 keer per maand of vaker

Wat is nu de reden van uw bezoek? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Het zoeken van informatie over:
 - ☐ Drugs en verslaving
 - ☐ Psychische stoornissen en behandelingen
 - ☐ Zorg en beleid
 - ☐ Kenniscentra GGZ / Links.
 - ☐ Actuele informatie (nieuwsberichten / persberichten)
 - ☐ Het Trimbos-instituut
 - ☐ Medewerkers van het Trimbos-instituut
 - ☐ Contactmogelijkheden van het Trimbos-instituut
 - ☐ Lopende projecten van het Trimbos-instituut
 - ☐ Vacatures van het Trimbos-instituut
 - ☐ Het maandblad MGv
- ☐ Het aanmelden voor scholing en studiedagen
- ☐ Het raadplegen van de bibliotheekcatalogus
- ☐ Het bestellen of downloaden van publicaties / onderzoeksresultaten
- ☐ Anders, namelijk: (open)

Hierna volgende enkele uitspraken over de website van het Trimbos-instituut. U kunt achter de uitspraak aangeven in welke mate u het hiermee eens bent.

(antwoordmogelijkheden: 'helemaal mee oneens', 'mee oneens', 'niet oneens/niet eens', 'mee eens', 'helemaal mee eens'.)

- Waargenomen kwaliteit van de informatie:

De informatie op www.trimbos.nl is:

Actueel (lees: niet verouderd).

Interessant.

Volledig.

Betrouwbaar.

Begrijpelijk.

Heeft u een suggestie hoe de kwaliteit van de informatie op de website verbeterd kan worden? (open)

- Waargenomen aantrekkelijkheid:

De website ziet er

Aantrekkelijk uit.

Overzichtelijk uit.

Uitnodigend uit.

Professioneel uit.

Heeft u een suggestie hoe de website er aantrekkelijker uit kan zien? (open)

- Waargenomen gebruiksvriendelijkheid:

De website is duidelijk ingedeeld.

De informatie op de website is gemakkelijk te vinden.

De website verschijnt snel op het scherm.

De website is gemakkelijk in het gebruik.

Heeft u een suggestie hoe de website gebruiksvriendelijker gemaakt kan worden? (open)

- Waargenomen nut:

Het gebruik van de website is nuttig.

Het gebruik van de website ondersteunt mij bij mijn taken.

- Intentie:

Ik ben van plan deze website op korte termijn weer te bezoeken.

- Rapportcijfer:

Welk rapportcijfer zou u willen geven aan deze website?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10

Heeft u een suggestie voor uitbreidingen en/of verbeteringen van de website? (open)

- Profiel van de bezoekers (vervolg):

Wat is uw leeftijd?

Wat is uw geslacht? (man/vrouw)

Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- ☐ Basisonderwijs
- ☐ Lager- of voorbereidend beroepsonderwijs (LBO/VBO)
- ☐ Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- ☐ Voortgezet onderwijs (HAVO/VWO)
- ☐ Hoger beroepsonderwijs (HBO)
- ☐ Wetenschappelijk onderwijs (WO)

- Algemene opmerkingen/vragen

Heeft u nog opmerkingen over deze vragenlijst? (open)

Slotpagina:

Bedankt voor het invullen van de vragenlijst.

Indien u nog vragen of opmerkingen heeft omtrent deze enquête, kunt u e-mailen naar: pschlingmann@trimbos.nl.

Nieuwsbrief Trimbos-instituut

Graag willen wij u attenderen op de maandelijkse (gratis) nieuwsbrief van het Trimbos-instituut: Nieuwsflitsen. Nieuwsflitsen voorzien mensen die betrokken zijn bij de GGZ en verslavingszorg kort en bondig van informatie over activiteiten, diensten, producten en resultaten van het Trimbos-instituut.

Klik hier om u aan te melden.

Bijlage II: Sitemap (ingekort)

- Trimbos-instituut: Homepage
 - Actueel
 - Projecten
 - Projecten
 - Producten
 - Agenda
 - Scholing en studiedagen
 - Maandblad MGv: Maandblad Geestelijke volksgezondheid
 - Persberichten
 - Bibliotheek
 - Kenniscentra GGz
 - Vacatures
 - Links
- Drugs en verslaving: Algemene informatie
 - Over drugs
 - Alcohol
 - Cafeïne
 - Cocaïne
 - Ecodrugs, smartproducts en smartdrugs
 - GHB
 - Hasj en Weed
 - Herbals en efedrine
 - Heroïne
 - Ketamine
 - Khat
 - Lachgas
 - Opiaten
 - Paddo's
 - Poppers
 - Slaap- en kalmeringsmiddelen
 - Speed
 - Tabak
 - Tripmiddelen
 - XTC
- Drugs en verslaving: Informatie voor professionals
 - Alcohol
 - Cannabis
 - Cocaïne
 - Opiaten
 - Ecstasy en amfetamine
 - Tabak
 - GHB
 - PMA
 - Drugsbeleid
- Psychische stoornissen: Algemene informatie
 - ADHD
 - Borderline
 - Manisch-depressieve stoornis
 - Psychose
- Psychische stoornissen: Informatie voor professionals
 - ADHD
 - Anorexia nervosa
 - Bipolaire stoornis
 - Boulimia nervosa
 - Dementie
 - Depressie
 - Dysthymie

- Generaliseerde angststoornis
- Obsessief-compulsieve stoornis
- Paniekstoornis
- Schizofrenie
- Sociale fobie
- De zorg: Informatie voor professionals
 - Achtergronden
 - Algemeen beeld ggz
 - Volwassenen
 - Kinderen en jeugd
 - Ouderen
 - Forensische zorg
 - Verslavingszorg
 - Preventie
 - Maatschappelijke zorg
- Het Trimbos-instituut: Informatie over het instituut
 - Medewerkers
- Het Trimbos-instituut: Informatie over programma's
 - Diagnostiek en behandeling
 - Epidemiologie
 - Internationalisering
 - Landelijke Steunfunctie Preventie
 - Middelengebruik Jongeren
 - Nationale Drug Monitor & Focal Point
 - Nationale Monitor Geestelijke Gezondheid
 - Opvang en Maatschappelijke Zorg
 - Organisatie en Beleid
 - Ouderen
 - Programma's & Richtlijnen
 - Reïntegratie
 - Vroegsignalering

Referenties

Wetenschappelijke publicaties

Adams, D.A., Nelson, R.R., & Todd P.A. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication. *MIS Quarterly* 2, pp. 227–247.

Ahn, T., Ryu, S., Han, I. (2004). The impact of the online and offline features on the user acceptance of Internet shopping malls. *Electronic Commerce Research and Applications* 3, pp. 405–420.

Atkinson, M.A., Kydd, C. (1997) Individual characteristics associated with World Wide Web use: an empirical study of playfulness and motivation. *Data base for advances in information systems* 28. pp. 53-62.

Cook, C., Heath, F. & Thompson, R. (2000). A meta-analysis of response rates in web or Internet-based surveys. *Educational and Psychological Measurement* 60, pp. 821-836.

Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 3, pp. 318–340.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw P.R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science* 35, pp. 983-1003.

Driel, H. van (2001). Digitaal communiceren. *Amsterdam: Boom*.

Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.

Geest, Th. M. van der (2001). *Web site design is communication design*. Amsterdam: Benjamins.

Heijden, H. van der. (2000). E-Tam: A revision of the Technology Acceptance Model to explain website revisits. Research memorandum 0029. Free University Amsterdam, Faculty of Economics, Business Administration and Econometrics.

Heijden, H van der (2003). Factors influencing the usage of websites: the case of a generic portal in The Netherlands. *Information & Management* 40, pp. 541–549.

Henderson, R., Divett M.J.(2003). Perceived usefulness, ease of use and electronic supermarket use. *International Journal of Human-Computer Studies* 59, pp 383-395.

Hu, P.J.H. et al. (1999). Examining technology acceptance model using physician acceptance of telemedicine technology. *Journal of Management Information Systems* 16, pp. 91-112.

De Jong, M., Geest, Th. M. van der. (2000). Characterizing Web heuristics. *Technical Communication* 47, 311-326.

Jong, M. D. T. de, Heuvelman, A. (1999). De formatieve evaluatie van voorlichtingssites op het World Wide Web. In A. A. van Ruler (Red.). *Jaarboek Onderzoek Communicatiemanagement 1999*. Alphen aan de Rijn: Samsom. pp. 117-135.

Karahanna, E., Straub, D.W. (1999). Information technology adoption across time: A cross-sectional comparison of pre-adoption and post-adoption beliefs. *MIS Quarterly* 23, pp. 183-213.

Kim, P. et al. (1999). Published criteria for evaluating health related web sites: review. *British Medical Journal* 318. pp. 647-649.

Legris, P., Ingham, J., Colletette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management* 40, pp. 191-204.

- Liaw, S.S., Huang, H.M., (2003). An investigation of user attitudes toward search engines as an information retrieval tool. *Computers in Human Behavior* 19, pp 751-765.
- Luarn, P., Lin H.H., (2004). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior, In Press*.
- Roos, M., Brouwer H.J., Assendelf, W.J.J. (2002). Beoordelingscriteria voor websites met gezondheidsinformatie. *Huisarts & Wetenschap* 45, pp. 290-293.
- Schneider, S.J. et al. (2001). Evaluating a Federal Health-Related Web Site: A Multimethod Perspective on Mediacare.gov. In: *The Internet and Health Communication*. Rice, R.E., Katz, J.E. (Red.) Londen: Sage Publications.
- Selim, H.M. (2002). An empirical investigation of student acceptance of course websites. *Computers & Education* 40, pp 343-360.
- Shih, H.P., (2004a). An Extended technology acceptance model of Internet utilization behaviour. *Information & Management* 41, pp 719-729.
- Shih, H.P., (2004b). An empirical study on predicting user acceptance of e-shopping on the Web. *Information & Management* 41, pp. 351-368.
- Spyridakis, J.H. (2000). Guidelines for authoring comprehensible web pages and evaluating their succes. *Technical Communication* 47, pp. 359-382.
- Teo, T.S.H., Lim, V.K.G., Lai, R.Y.C. (1999). Intrinsic and extrinsic motivation in Internet usage. *International Journal of Management Science* 27, pp 25-37.
- Tractinsky, N., Katz, A.S., Ikar, D.(2000). What is beautiful is usable. *Interacting with Computers* 13, pp. 127-145.
- Vroom, B. (2002). *Checklist voor goede websites*. Deventer: Kluwer.
- Wyman, S.K., McClure, C.R., Beachboard, J.C. (1997). Quality criteria for evaluating information resources and services available form federal web sites. In: C. Schwartz & M. Rorvig (Red.). *Proceedings of the 60th annual meeting of the American Society for Information Science* 34. Silver Spring, MD: Author.
- Wang Y.S. et al. (2003). Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management* 14, pp. 501-519.

Interne publicaties en artikelen

- Trimbos Instituut (2004). *Jaarverslag 2003*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Stuurgroep Internet. (2003). *Voorstel Internet toepassingen voor het Trimbos-instituut, Analyse en definitie*. Intern document.
- Flying Publishers (2004). *Kwalitatief onderzoek onder eindgebruikers van informatie*. Intern document.