



De digitale wegen van Beuningen

***Onderzoek naar de kwaliteit van gemeentelijke websites vanuit
het perspectief van de gebruikers***

Afstudeerscriptie voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap,
Universiteit Twente, Enschede

Wenche Oomes

S0134341

Universiteit Twente

Toegepaste Communicatiewetenschap

Enschede 2007

De digitale wegen van Beuningen

***Onderzoek naar de kwaliteit van gemeentelijke websites vanuit
het perspectief van de gebruikers***

Afstudeerscriptie voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap,
Universiteit Twente, Enschede

Uitgevoerd door:

Ing. W. Oomes
Student Toegepaste Communicatiewetenschap
Universiteit Twente, Enschede
Studentnummer: 0134341
E-mail: wenche@home.nl

In opdracht van:

Gemeente Beuningen
Drs. E.J. Bosch

Begeleiding:

1^{ste} begeleider:

Dr. T.M. van der Geest, Toegepaste Communicatiewetenschap.
Universiteit Twente, Enschede.

2^{de} begeleider:

Drs. W.J. Pieterse, Toegepaste Communicatiewetenschap. Universiteit
Twente, Enschede.

Enschede

Augustus 2007

VOORWOORD

‘De laatste loodjes wegen het zwaarst’ volgens het spreekwoord. Hier voor u ligt mijn afstudeerscriptie van mijn opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap. Een studie die ik bij de Radboud Universiteit in Nijmegen begonnen ben. Daar heb ik mijn Bachelordiploma behaald. Vervolgens heb ik mijn Masterprogramma gevolgd aan de Universiteit Twente in Enschede.

Deze scriptie vormt het einde van mijn studie. Een moment waar ik lang naar toe geleefd heb. Mijn afstudeeropdracht bij de gemeente Beuningen was een weg met bergen en dalen. Tijdens mijn afstudeeropdracht heb ik herhaaldelijk ondervonden dat de laatste loodjes inderdaad het zwaarst wegen. Toch ben ik zeer trots en tevreden met het resultaat. Ik heb nu genoeg tijd aan mijn studie besteed. Het is nu tijd om er een punt achter te zetten. Het echte leven gaat voor mij beginnen. Toch wil ik van deze gelegenheid gebruik maken om een aantal mensen te bedanken.

Mijn dank gaat ten eerste uit naar de gemeente Beuningen. Zonder de gemeente Beuningen was dit onderzoek er niet geweest. Ik ben zeer dankbaar voor het vertrouwen en de vrijheid die ik gekregen heb om dit onderzoek te kunnen uitvoeren. Mijn begeleiders Jolanda Bosch en Aukje Banda hebben in die periode altijd klaar gestaan voor vragen, suggesties en faciliteiten die nodig waren voor de uitvoering van het onderzoek.

Vanuit de Universiteit heb ik veel steun gekregen van mijn begeleidster Thea van der Geest. Ik heb op punten gestaan de handdoek in de ring te gooien maar je wist me er toch weer van te overtuigen even door te zetten. Ook de leden van de afstudeerkring, Ivo Stokkermans en Marjolein Schuring, wil ik bedanken voor hun feedback, gezelligheid, motiverende woorden en gastvrijheid. Tot slot wil ik mijn tweede begeleider Willem Pieterse bedanken voor de laatste adviezen en inzichten om mijn onderzoek te verbeteren.

Zonder respondenten zou er geen onderzoek mogelijk zijn. Mijn dank gaat uit naar alle mensen die bereid waren mee te werken aan het onderzoek. En Last but not least wil ik mijn familie en vrienden bedanken. Hun geduld, motiverende woorden, begrip en luisterend oor waren van onschatbare waarde. Zonder jullie was dit nooit gelukt!

Wenche Oomes
Rosmalen, augustus 2007

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	6
Summary	7
1 Inleiding	8
1.1 Achtergrond	8
1.1.1 <i>Wat is e-overheid?</i>	8
1.1.2 <i>Beleid e-overheid</i>	9
1.1.3 <i>Beleid in de praktijk</i>	11
1.2 Aanleiding onderzoek	12
1.2.1 <i>De gemeente Beuningen</i>	12
1.2.2 <i>Kwaliteit gemeentelijke websites</i>	14
1.3 Onderzoeksdoel en onderzoeksvragen	14
1.4 Leeswijzer	15
2 Theorie	16
2.1 Gebruiker als actieve ontvanger	16
2.1.1 <i>Het 'ontvangersgecentreerd' model</i>	16
2.1.2 <i>Wat is elektronische dienstverlening</i>	17
2.1.2 <i>Informatiebehoefte</i>	18
2.1.3 <i>Information Seeking Approach</i>	18
2.2 Bereik	20
2.2.1 <i>Voorwaarden voor gebruik</i>	21
2.2.2 <i>Persoonskenmerken</i>	22
2.3 De publieke sector	22
2.4 Evaluatiemethoden voor gemeentelijke website	24
2.4.1 <i>Technische evaluatie</i>	24
2.4.2 <i>Expertgerichte evaluatie</i>	26
2.4.3 <i>Gebruikersgerichte evaluatie</i>	27
2.5 Kwaliteitscriteria	29
2.5.1 <i>Het eQual-model</i>	29
2.6 Overzicht vraagstellingen	31
3 Methode	34
3.1 Deelonderzoek 1: Bereiksonderzoek	34
3.1.1 <i>Respondenten</i>	34
3.1.2 <i>Instrument</i>	34
3.1.3 <i>Procedure</i>	35
3.2 Deelonderzoek 2: Evaluatie- en behoefteonderzoek	35
3.2.1 <i>Respondenten</i>	35
3.2.2 <i>Instrument</i>	35
3.2.3 <i>Procedure</i>	37
3.3 Responsverantwoording	38
3.3.1 <i>Deelonderzoek 1: Bereiksonderzoek</i>	38
3.3.2 <i>Deelonderzoek 2: Evaluatie- en behoefteonderzoek</i>	39
3.4 Dataverwerking	39
3.5 Betrouwbaarheid kwaliteitscriteria	39

4	Analyse / Resultaten	41
4.1	Deelonderzoek 1: Bereik website Beuningen	41
4.1.1	<i>Karakteristieken respondenten</i>	41
4.1.2	<i>De website van de gemeente Beuningen</i>	43
4.1.3	<i>Bekendheid van de website van Beuningen</i>	44
4.1.4	<i>Wie bezoekt de website van Beuningen</i>	46
4.2	Deelonderzoek 2	48
4.2.1	<i>Karakteristieken respondenten</i>	48
4.2.2	<i>Evaluatie van de website</i>	51
4.2.2.1	<i>Kwaliteitscriteria</i>	54
4.2.3	<i>Wensen en behoeften van de gebruiker</i>	56
5	Conclusie en discussie	61
5.1	Conclusies van het onderzoek	61
5.1.1	<i>Bereik van de website van de gemeente Beuningen</i>	61
5.1.2	<i>De gebruiker aan bod</i>	64
5.1.2.1	<i>Gebruikers positief over de kwaliteit van de website</i>	64
5.1.2.2	<i>De buitensporige behoeften van de gebruiker</i>	66
5.1.2.3	<i>Aanbevelingen Beuningen</i>	68
5.2	Discussie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek	69
	Literatuurlijst	71
Bijlagen	1: Organisatieschema gemeente Beuningen	75
	2: Telefoonscript telefonische vragenlijst	76
	3: Schriftelijke vragenlijst	78
	4: Tabellen met scores per item	88
	5: Tabellen met scores kwaliteitscriteria per groepen	89

SAMENVATTING

In dit onderzoek is de kwaliteit van de website van de gemeente Beuningen gemeten vanuit het perspectief van de gebruiker. Ten eerste is er getracht te achterhalen wat het bereik van de website van de gemeente Beuningen is onder zijn inwoners en of bekendheid samenhangt met geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Ten tweede is de website van de gemeente geëvalueerd op functionaliteit, gebruiksvriendelijkheid, vormgeving en informatieaanbod door gebruikers. Vervolgens is er achterhaald wat de wensen en behoeften zijn van gebruikers op het gebied van informatie, producten & diensten en participatie via de website. Om antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen zijn er twee deelonderzoeken uitgevoerd onder de inwoners van Beuningen en de gebruikers van de website.

Uit het onderzoek blijkt dat 76,5% van de respondenten bekend is met de website van de gemeente Beuningen. Van die 76,5% heeft 64,7% de website wel eens bezocht. Er is geen verband tussen geslacht en de bekendheid en het gebruik van de website. Er is een negatief verband tussen leeftijd en de bekendheid en het gebruik van de website. En er is een positief verband tussen opleidingsniveau en de bekendheid en het gebruik van de website.

Voor de evaluatie is een nieuw meetinstrument ontwikkeld. Dit meetinstrument meet de kwaliteit van een gemeentelijke website op basis van vier dimensies. De vier dimensies zijn functionaliteit, gebruiksvriendelijkheid, vormgeving en inhoud. Bij de evaluatie scoorde de website van de gemeente Beuningen op alle criteria ruim voldoende. De gebruikers zijn over het algemeen tevreden over de website en geven gemiddeld een 7,2 voor de website.

Daarnaast is onderzocht wat de behoeften en wensen van deze gebruikers zijn. Alle 19 geselecteerde informatie-onderwerpen vonden de respondenten nuttig om op de website terug te kunnen vinden. Ook alle 20 voorgeselecteerde producten & diensten vonden de respondenten nuttig om te kunnen regelen of afhandelen via de website. Bovendien gaf 56,9% van de respondenten aan graag te kunnen participeren via de website. Bij voorkeur door middel van het online insturen van reactieformulieren.

De website wordt vooral als aanvullend contactkanaal gezien. De respondenten hebben behoefte aan veel informatie en producten en diensten op de website. Beuningen kan door middel van transactie mogelijkheden een stap zetten richting de website als vervangend kanaal in plaats van aanvullend contactkanaal van de gemeente.

SUMMARY

In this research the quality of the municipal website of Beuningen is measured from a user's perspective. A lot of research has been done to measure the quality of websites but often the user is neglected. First research question: How well-known is the municipal website among the inhabitants of Beuningen and do gender, age and level of education influence this? Secondly: What do the users think of the municipal website concerning functionality, usability, design and content and what are the needs of the users concerning information, products & services and participation via the website?

To find answers to the research questions, there have been two different rounds of data collection; a short survey by telephone among inhabitants of Beuningen and a more expanded survey among users of the municipal website.

The research shows that the website of Beuningen is well-known among the inhabitants. 74% of the respondents knew the municipal website. Among the respondents who knew the website, 56,8% had visited the website at least once. There is no difference found between gender. There is a small negative relation between age and the knowledge and use of the website. And there is a small positive relation between level of education and the knowledge and use of the website.

Secondly, the website of Beuningen was evaluated. On basis of the literature an instrument created to measure the quality of municipal websites. The instrument is based on four quality criteria. The four quality criteria are: functionality, usability, design and content. The respondents value the website of Beuningen positive on all of the four quality criteria.

Lastly the wishes and needs of the users were investigated. The wishes and needs are divided in three topics: information, products & services and participation. The respondents gave their opinion about 19 information subjects and 20 products/services. 56,9% of the respondents would like to participate in municipal processes through the website. They prefer to use online forms.

The respondents use the website as an extra channel with information. They do not see the website as a primary channel to interact with their municipality. To invest in the transaction services on the website, Beuningen can put a step forward in profiling the website as mature channel.

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond

Het belang van internet wordt binnen de overheid alom erkend. De laatste jaren heeft de overheid vooral de hoeveelheid informatie en diensten op het internet gestimuleerd. Dit heeft geresulteerd in een breed aanbod van overheidsinformatie en diensten op het internet (Van Dijk, Van Deursen & Boland, 2007; Van Dijk & Van Deursen, 2006). Echter het gebruik van de elektronische overheid blijft achter (Van Dijk & Van Deursen, 2006). Het optimisme van de overheid over de voordelen van de digitalisering wordt schijnbaar niet gedeeld met de (potentiële) gebruikers. Tijd voor aandacht voor deze gebruikers. In dit onderzoek wordt de kwaliteit van een gemeentelijke website gemeten door de gebruikers de website te laten evalueren. Daarnaast zullen de behoeften van de gebruiker in kaart gebracht worden. Maar eerst zal in paragraaf 1.1.1 de term e-overheid gedefinieerd worden en zal het beleid van de overheid wat betreft de digitalisering nader bekeken worden.

1.1.1 Wat is e-overheid?

Om de overheid toegankelijker te maken, de dienstverlening aan burgers te verbeteren en de interne bedrijfsvoering van de overheid te optimaliseren maakt het kabinet gebruik van de mogelijkheden die door de toepassing van informatie- en communicatietechnologie (ICT) geboden worden. Het gebruik van ICT voor deze doeleinden wordt aangeduid met de term 'e-overheid' of 'de elektronische overheid' (Op weg naar de elektronische overheid, n.d.; Bekkers, 2000). Er zijn verschillende definities van de term e-overheid. Variërend van hele brede definities zoals “e-overheid staat voor alle relaties die de overheid heeft met ICT” tot hele smalle definities zoals “e-overheid zijn de transacties tussen burger en overheid” (Bekkers, 2000; Sakowicz, n.d.; Van Dijk, 2002). Van Dijk definieert e-overheid als “alle processen van informatieverwerking, communicatie en transactie die behoren bij de taken van de overheid (politiek en openbaar bestuur) en waarbij gebruik gemaakt wordt van ICT” (Van Dijk, 2002, p.1). De processen van informatie, communicatie en transactie van de overheid worden als volgt door Van Dijk (2002) en Sakowicz (n.d.) ingedeeld:

- Informatievoorziening
- Dienstverlening
- Burgerparticipatie
- Interne bedrijfsvoering

In dit onderzoek wordt uitgegaan van de definitie van Van Dijk (2002) omdat de processen en zijn indeling relevant zijn voor dit onderzoek.

1.1.2 *Beleid e-overheid*

Nederland was een van de eerste landen in Europa die aan de slag ging met ICT-programma's en werkgroepen. In 1994 werd het eerste nationale ICT-programma, het Nationaal Actieprogramma Elektronische Snelwegen, geïntroduceerd. Sindsdien heeft de Nederlandse e-overheid zich snel door het hele land vertakt, zowel op nationaal als lokaal niveau, ondanks regelmatige wijzigingen in beleid en bestuur (<http://www.e-overheid.nl>). Hieronder een korte beschrijving van de belangrijkste actieprogramma's van de Nederlandse overheid in chronologische volgorde.

Actieprogramma Elektronische Overheid

In 1998 introduceerde het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties het actieprogramma Elektronische Overheid (ELO). Het actieprogramma geeft een samenhangend overzicht van de verschillende doelstellingen op het terrein van ICT en overheid, waarbij de aandacht zich concentreert op drie thema's:

1. *Verbetering van de elektronische toegankelijkheid*; voor zoveel mogelijk burgers, bedrijven en instellingen van belang zijnde overheidsinformatie op internet plaatsen en ervoor zorgen dat de informatie makkelijk gevonden kan worden.
2. *Betere publieke dienstverlening*; burgers en bedrijven moeten in staat worden gesteld om op een zo eenvoudig mogelijke manier gebruik te maken van overheidsvoorzieningen en te kunnen voldoen aan hun verplichtingen (front-office).
3. *Verbetering van de interne bedrijfsvoering*; de verbetering van de doelmatigheid, doeltreffendheid en kwaliteit van werkprocessen door de inzet van ICT (back-office).

(Van Duivenboden & Lips, 2002; Bekkers, 2000)

Deze doelstellingen moeten worden bereikt door het gebruik van ICT binnen een aantal uiteenlopende gebieden aan te moedigen (<http://www.e-overheid.nl>).

De digitale delta

In 1999 verscheen de gezamenlijke nota 'De digitale delta: Nederland oNLine' van zes ministeries met als doel het creëren van een ICT-basis voor de Nederlandse samenleving. Deze nota beschrijft hoe de overheid bedrijven, burgers en zichzelf wil aanzetten om beter gebruik te maken van de mogelijkheden die ICT biedt. De Digitale Delta is het vervolg op het Nationaal Actieprogramma Elektronische Snelwegen en vormt het kader van concrete ICT-maatregelen van de overheid. Enerzijds worden de bestaande fysieke

overheidsorganisaties heringericht met behulp of onder invloed van ICT en anderzijds worden nieuwe elektronische informatie-, communicatie- en transactiekkanalen tussen organisatie en klant ingericht (Bekkers, 2001; Van Duivenboden, Lips & Korsten, 2002).

Programma overheidsloket 2000

Overheidsloket 2000 (OL 2000) was een initiatief van vier verschillende ministeries, de VNG en het kadaster. De projectorganisatie beoogt de dienstverlening van de lokale overheid aan de burger te verbeteren door meer klantgericht te werken en uit te gaan van zogenaamde 'vraagpatronen' van de burger. Het programma OL 2000 heeft tussen 1996 en 2002 hard gewerkt om overheidsloketten te laten samenwerken en om de overheid vraaggericht haar diensten te laten aanbieden. In die periode leefde de één-loketgedachte. Momenteel is de heersende gedachte niet langer die van één loket, maar van 'no wrong door'. De klant/burger moet bij alle loketten de juiste informatie krijgen en daarvoor moet de overheid haar processen in kaart brengen en verbinden. (Bekkers, 2001; <http://www.e-overheid.nl>).

Actieprogramma Andere Overheid

Momenteel loopt het actieprogramma Andere Overheid ter bevordering van de e-overheid. Het actieprogramma Andere Overheid vormde een startschot voor het verder moderniseren van de overheid. Een streefcijfer voor 2007 is dat 65% van de dienstverlening digitaal afgehandeld moet kunnen worden (actieprogramma Andere Overheid, 2005, p. 5). De tussentijdse doelstelling voor 2006 was 60%. De overheden tonen over de volle breedte een stijging van het niveau van online dienstverlening aan burgers. De grootte van de organisatie lijkt bepalend voor het gemiddelde niveau ervan. Gemeenten en waterschappen halen de doelstelling net niet in 2006. Gemiddeld zijn bij gemeenten 56,9% van de dienstverlening digitaal af te handelen. Ook hier lijkt het inwonersaantal van de gemeente bepalend voor het niveau van de online dienstverlening. Hoe groter de gemeente, hoe hoger het niveau. Alleen de grootste gemeenten voldoen op dit moment gemiddeld aan de doelstelling van 60% in 2006 (www.advies.overheid.nl).

Maar de gemeentelijke websites zijn wel volop in ontwikkeling. Tegenwoordig krijgen zij vooral steun van de programma's Advies.overheid.nl en EGEM (Elektronische Gemeenten). Zij helpen de gemeenten om de kwaliteit van de gemeentelijke websites te verbeteren. Bekkers (2001) stelt dat nog veel gemeenten worstelen met de doelstellingen van het beleid van de overheid. "Het is vaak niet alleen een kwestie van willen maar ook van kunnen", aldus Bekkers. Vaak ontbreekt het bij de gemeenten aan de noodzakelijke expertise en de financiële middelen. Er bestaat dus een discrepantie

tussen het beleid en de praktijk. Maar elk beleidsprogramma kent spanning tussen wat Bekkers noemt retoriek en realiteit. Deze spanning wordt groter naarmate meer contact- en transactiediensten worden aangeboden. Vandaar dat gemeenten zich afvragen hoe zij hun digitale dienstverlening moeten vormgeven.

1.1.3 Beleid in de praktijk

Het beeld dat uit verschillende beleidsdocumenten naar voren komt, is het beeld van een nieuwe en betere overheid. De beleidsmakers claimen dat de invoering van e-overheid kan leiden tot veel voordelen. De overheid wordt door het gebruik van ICT klantvriendelijker, toegankelijker, transparanter, efficiënter en democratischer. (Bekkers, 2000; Bekkers, 2001). Maar is dit optimistische beeld ook terug te vinden in de praktijk? Volgens Van Deursen, Van Dijk en Boland (2007) gaat de overheid uit van een aantal nauwelijks gefundeerde vooronderstellingen. In hun onderzoeksrapport stellen zij dat deze vooronderstellingen een verdere ontwikkeling van de elektronische overheidsdiensten belemmeren. Op beleidsniveau wordt bijvoorbeeld regelmatig verondersteld dat het toegankelijkheidsprobleem een generatieprobleem is. Over tien jaar zou iedereen internet en dus elektronische overheidsdiensten gebruiken volgens de overheid. Mede door verschillende van deze vooronderstellingen leiden de ontwikkelingen van de afgelopen jaren tot een terreinwinst voor het internet, voornamelijk aan de aanbodkant. En hoewel de aanbodkant is toegenomen, is deze toename niet waarneembaar in het gebruik van elektronische diensten van de overheid (Van Dijk, Van Deursen & Boland, 2007).

Ook uit de onderzoeken van Bekkers (2001), Van Duivenboden en Lips (2002) en Van Dijk en Van Deursen (2006) blijkt dat er een kloof bestaat tussen het beleid en het daadwerkelijke gebruik van de e-overheid. Ondanks de toenemende hoeveelheid elektronische informatie en diensten van de overheid blijft het gebruik hiervan achter.

In het rapport van Van Dijk en Van Deursen (2006) wordt gesteld dat er voor een verbetering van de elektronische dienstverlening een perspectiefwisseling van aanbod naar vraag nodig is. De Nederlandse overheidswebsites worden in vergelijking met andere Europese landen weinig gebruikt. Terwijl Nederland voorop loopt wat betreft het aantal internetverbindingen en het gebruik van e-commerce (Van Dijk & Van Deursen, 2006).

Volgens Van Dijk en Van Deursen is de belangrijkste oorzaak hiervan dat de Nederlandse overheid te weinig oog heeft voor de burgers. Om het gebruik van overheidswebsites te stimuleren moet inzicht verkregen worden in het gedrag, de behoeften en de mogelijkheden van de burger. Het vizier van de overheid moet verschoven worden van

het zoveel mogelijk aanbieden van informatie en diensten naar welke informatie en diensten aantrekkelijk zijn voor de burgers. Want er is blijkbaar een verschil tussen wat de overheid denkt dat de burgers nodig hebben en dat waar de burgers werkelijk op zitten te wachten. Het ICT-beleid van de overheid geeft gedetailleerd weer wat de plannen zijn voor de e-overheid. Maar is er weinig bekend over hoe burgers denken en wat ze willen. Van Duivenboden en Lips (2002) stellen ook dat de primaire doelgroep van de publieke dienstverlening, de burger, in de meeste gevallen buitenspel staat waar het gaat om het ontwerpen en inrichten van de elektronische dienstverlening. De overheid ontwerpt doorgaans vanuit een intern organisatieperspectief beleidsprogramma's met betrekking tot ICT en klantgericht werken.

Dit onderzoek richt zich daarom ook expliciet op de gebruikers van de elektronische overheid. Onder de gebruikers van de elektronische overheid vallen ook de interne medewerkers van de overheid. In dit onderzoek zal echter de aandacht worden gevestigd op de burger als gebruiker van de elektronische overheid. Daarom zal in dit onderzoek, uitgaande van de indeling van de processen van e-overheid door Van Dijk (2002, p.1) en Sakowicz (n.d., p.1+2), vooral worden gekeken naar de informatievoorziening, dienstverlening en burgerparticipatie en niet naar de interne bedrijfsvoering.

1.2 Aanleiding onderzoek

Initiatiefnemer van het hier gerapporteerde onderzoek is de gemeente Beuningen. Deze gemeente heeft aangegeven te willen investeren in een onderzoek naar de gemeentelijke website. Daarom wordt bij dit onderzoek de gemeente Beuningen als casus gebruikt. Nu het internet zich heeft ontwikkeld tot een serieus communicatiemiddel voor gemeenten, verdient het de hoogste prioriteit om de kwaliteit van gemeentelijke websites onder de loep te nemen. Veel gemeenten hebben nog weinig onderzoek gedaan naar het gebruik van de gemeentelijke websites, vaak vanwege de hoge kosten en tijdsinvesteringen. De gemeente Beuningen wil laten zien serieus bezig te zijn met de gemeentelijke website en wil een onderzoek naar de kwaliteit van hun website vanuit het perspectief van de gebruikers. De gemeente wil een nieuw project opzetten ter verbetering van de website met de resultaten van dit onderzoek als leidraad.

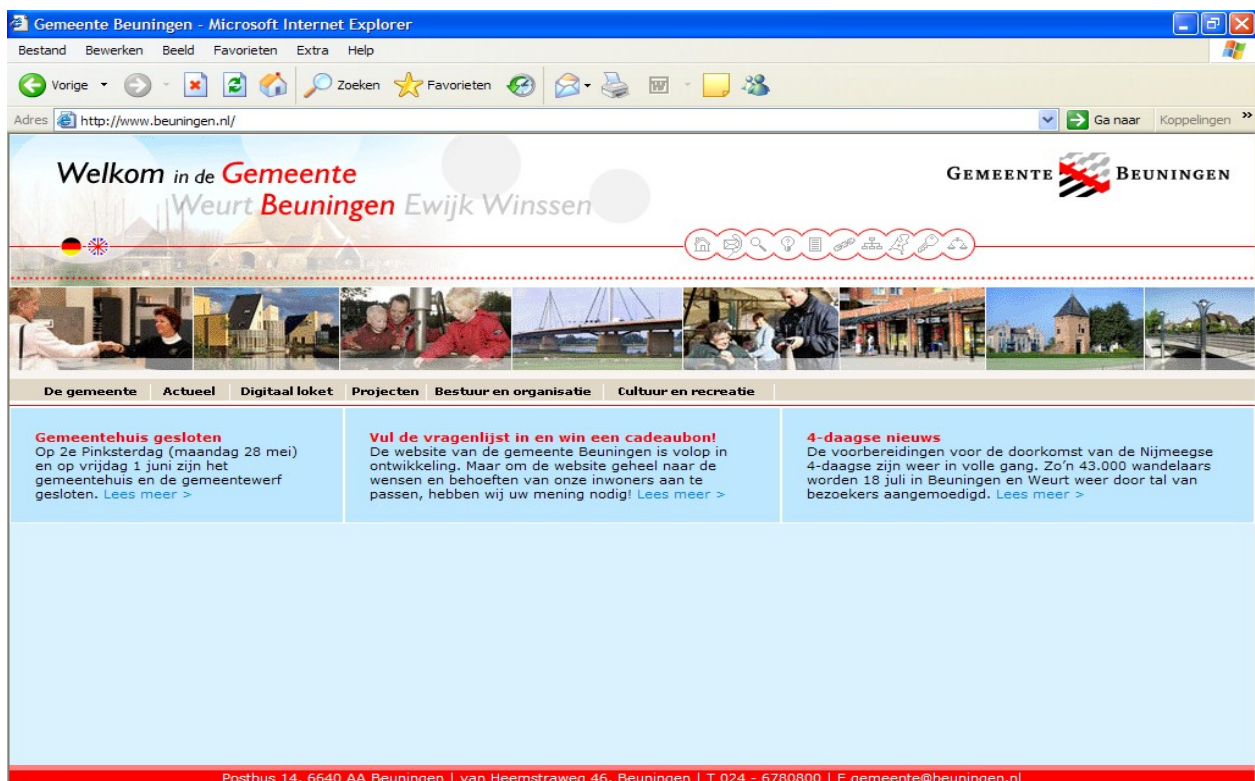
1.2.1 De gemeente Beuningen

Beuningen is een gemeente die grenst aan Nijmegen. In zijn huidige vorm is de gemeente Beuningen nog tamelijk jong: in 1980 werden de plaatsen Beuningen, Weurt, Ewijk en Winssen samengevoegd tot een gemeente die zich uitstrekt langs de zuidelijke oever van de Waal. De gemeente telt anno 2007 25.243 inwoners (www.beuningen.nl).

De ambtelijke organisatie van de gemeente Beuningen bestaat uit een directie met acht afdelingen. Dit betekent een platte organisatie met daardoor intern korte communicatielijnen. Elke afdeling heeft zijn eigen afdelingshoofd. Een aantal afdelingen is opgedeeld in werkvelden. In totaal werken 160 mensen voor de gemeente Beuningen. Voor het organisatieschema van de gemeente Beuningen zie bijlage 1.

In 1998 is de gemeente al begonnen met een website, maar sinds 2005 is de huidige website online (zie afbeelding 1.1). Internet kan de gemeentelijke organisatie ondersteunen bij de dienstverlening en bij interactieve beleidsontwikkeling. Op dit moment zijn er bij de gemeente Beuningen nog onvoldoende faciliteiten voor. Deze moeten de komende jaren meer vorm gaan krijgen. De gemeente Beuningen kiest internet als aanvullend middel om algemene informatie, producten en diensten aan te bieden. In de toekomst zal mogelijk internet ingezet worden ter vervanging van de bestaande kanalen. Beuningen heeft niet de ambitie om voorop te lopen op het gebied van nieuwe media. De gemeente Beuningen wil wel waar mogelijk de nieuwe en tevens bewezen middelen in de gemeente toepasbaar maken (communicatiebeleid Beuningen).

Afbeelding 1.1 Schermafdruck website Beuningen



(bron: www.beuningen.nl)

Sinds 22 februari 2005 heeft de website ongeveer 260.000 bezoekers ontvangen. Het gemiddelde aantal unieke bezoekers per dag is 391. Veruit de meest populaire pagina is

de startpagina. Als tweede volgt de pagina 'bekendmakingen', gevolgd door 'producten en diensten', de 'gemeentegids' en tenslotte de pagina 'evenementen'.

1.2.2 Kwaliteit gemeentelijke websites

Maar hoe zit het eigenlijk met de kwaliteit van de gemeentelijke websites in Nederland? Om er voor te zorgen dat het beleid van de overheid ook in de praktijk wordt doorgevoerd zijn er in de praktijk twee graadmeters die de kwaliteit van de gemeentelijke websites meten. Dit zijn de Continue Monitor van Advies.overheid.nl en de Webdam Online Monitor. In juli 2006 stond de website van de gemeente Beuningen op de 411^{de} plaats (van de 485) op de ranglijst van de Continue Monitor (advies.overheid.nl). Bij de Webdam Online Monitor staat de website van de gemeente Beuningen op 131^{ste} plaats (van de 483) in de ranglijst van juli 2006 (<http://www.webdam.nl>). Dat is een groot verschil tussen twee monitoren die beide pretenderen de kwaliteit van de website meten. De uiteenlopende positie van Beuningen bij deze graadmeters zorgt voor verwarring. Blijkbaar is het begrip kwaliteit op meerdere manieren te interpreteren en/of te meten. In hoofdstuk 2 zal het begrip kwaliteit en de twee graadmeters nader bekeken worden. In dit onderzoek zal opnieuw de kwaliteit van de website van Beuningen beoordeeld worden. Deze evaluatie zal uitgevoerd worden door de gebruikers van de website. Voor hen wordt immers de website gemaakt. Dit in tegenstelling tot de bovengenoemde graadmeters die gebruik maken van technische en expertgerichte evaluaties.

1.3 Onderzoeksdoel en onderzoeksvragen

Uit paragraaf 1.1 blijkt dat er een kloof bestaat tussen het beleid van de e-overheid en de praktijk. Een veelgenoemde mogelijke oorzaak hiervan is dat er weinig onderzoek is gedaan naar de burger en dat de nadruk in evaluaties vaak lag op de aanbodkant. Na al die aandacht voor de e-overheid, is het tijd dat de burger aan bod komt. Kortom het is tijd voor een verschuiving van e-overheid naar e-burger. Daarom staan in dit onderzoek de gebruikers centraal. Het gaat in dit onderzoek om de externe gebruikers van de gemeentelijke website. Bij een gemeente zijn doorgaans inwoners, bedrijven, toekomstige inwoners, toeristen en geïnteresseerden de doelgroep van de website van de gemeente. In dit onderzoek zal in opdracht van de gemeente Beuningen gefocust worden op de groep inwoners.

In de eerste plaats zal gekeken worden of deze groep bereikt wordt door de website. Het tweede doel van dit onderzoek is vervolgens de kwaliteit van een gemeentelijke website bepalen door gebruikers de website te laten evalueren. Allereerst is het van belang vast

te stellen wat de door de gebruikers ervaren kwaliteit van de website is en welke kwaliteitscriteria hierbij een rol spelen. Daarnaast wordt de behoefte van de gebruikers in kaart gebracht. Makers van de gemeentelijke websites worden hierdoor in staat gesteld de websites beter af te stemmen op de gebruikers.

Het onderzoek heeft hiermee de volgende doelstellingen:

- Het vaststellen van het bereik van de gemeentelijke website;
- Het vaststellen van de door de gebruikers ervaren kwaliteit van de gemeentelijke website;
- De identificatie van de kwaliteitscriteria van gemeentelijke websites;
- Inzicht geven in de behoeften van de gebruikers van gemeentelijke website;
- Aanbevelingen doen hoe de website van de gemeente Beuningen beter kan worden afgestemd op zijn gebruikers.

Om aan de doelstellingen te kunnen voldoen zijn de onderstaande onderzoeksvragen geformuleerd. Deze onderzoeksvragen zullen in het volgende hoofdstuk, op basis van relevante literatuur en theorieën, worden uitgesplitst in deelvragen. De hoofdvragen van dit onderzoek zijn:

1. Wat is het bereik van de gemeentelijke website?
2. Hoe kan de website van de gemeente Beuningen beter worden afgestemd op de gebruikers van de website?

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt het theoretisch kader van het onderzoek geschetst. Hierbij zullen de deelvragen van dit onderzoek worden geformuleerd. Dit onderzoek zal bestaan uit twee deelonderzoeken; een bereikonderzoek en een evaluatie- en behoefteonderzoek. In hoofdstuk 3 worden de onderzoeksmethoden van de twee deelonderzoeken beschreven. Daarnaast wordt de responsverantwoording besproken en wordt de betrouwbaarheid van het meetinstrument gemeten. Vervolgens zullen in hoofdstuk 4 de resultaten en de analyse van het onderzoek besproken worden van beide deelonderzoeken. In het laatste hoofdstuk zullen er conclusies getrokken worden en aanbevelingen worden gedaan voor vervolgonderzoek. Ook zullen enkele discussiepunten aangehaald worden.

2. THEORIE

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader van dit onderzoek geschetst. Aangezien er geen theoretisch gefundeerde meetinstrument bestaat voor het meten van de kwaliteit van een gemeentelijke website door de gebruiker wordt in dit hoofdstuk gebruik gemaakt van verschillende bronnen uit de Communicatiewetenschap.

2.1 Gebruiker als actieve ontvanger

In het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat er een verschuiving moet plaatsvinden van het aanbod van elektronische dienstverlening naar de vraag. De gebruiker komt hierdoor centraal te staan. Eenzelfde verschuiving heeft ook in de Communicatiewetenschap in de jaren '50 plaatsgevonden. Het 'zender-' en 'mediumgecentreerd' model maakte plaats voor het 'ontvangersgecentreerde' model (Stappers, Reijnders & Möller, 1997).

2.1.1 *Het 'ontvangersgecentreerde' model*

De informatiebehoefte van de gebruikers speelt een belangrijke rol bij de communicatie van de gemeente Beuningen via de website. Voor de gemeente Beuningen is het als aanbieder van informatie belangrijk kennis te hebben van de informatiebehoefte van zijn burgers. Zo kan de communicatie van de gemeente Beuningen via de website optimaal worden afgestemd op de behoefte van de gebruikers. Aan het idee dat mensen een bepaalde informatiebehoefte hebben ligt het in de Communicatiewetenschap heersende 'ontvangersgecentreerde' model ten grondslag. In het begin van de jaren '50 heeft er in de Communicatiewetenschap een duidelijke verschuiving plaatsgevonden. Tot die tijd gaat men in de Communicatiewetenschap uit van een 'zender-' of 'mediumgecentreerd' model. Dit model wordt vaak omschreven in de vorm van Lasswells (1948) woordmodel: "Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?". Dit model geeft een lineair verband weer en gaat uit van een duidelijke tijdsvolgorde. De communicatoren bedenken boodschappen, verspreiden deze via media en recipiënten ontvangen ze als passieve ontvangers (Renckstorf, 2001). Vanaf het begin van de vijftiger jaren komt het 'ontvangersgecentreerde' model centraal te staan. Dit model wordt ook wel beschreven met het bekende citaat van Katz (1959): "What do people do with the media". Het model stelt mensen, de ontvangers van massacommunicatieve boodschappen, centraal. (Renckstorf, 2001, p.104-107). Omdat er in dit onderzoek verondersteld wordt dat mensen een bepaalde informatiebehoefte hebben, wordt uitgegaan van een actieve ontvanger.

Een soortgelijke verschuiving heeft plaatsgevonden in human-computer interaction (HCI) research. HCI is een wetenschap die gespecialiseerd is in hoe mensen omgaan met computer systemen. Verschillende disciplines zoals de informatica, psychologie, ergonomie, technische wetenschappen en grafisch ontwerp zijn betrokken bij HCI. Wanneer gebruikers omgaan met een computer systeem doen ze dat via een user interface (UI). Het ontwerp van UI (user interface design) is een belangrijk onderdeel van HCI (Stone, Jarrett, Woodroffe & Minocha, 2005, p.3).

De traditionele benadering van user interface design is een lineair proces. Elke fase in de ontwikkeling van software wordt als een onafhankelijk deel behandeld. Elke fase moet eerst volledig voltooid worden alvorens men overgaat naar de volgende fase. Software ontwikkelaars constateerden al snel dat in de praktijk verschillende fases herhaald werden en in verbinding met elkaar stonden en er geen sprake was van een lineair proces. Hieruit is het user-centered design (UCD) ontstaan. UCD is een benadering voor het ontwikkelen en ontwerpen van een UI waarbij de gebruikers tijdens een circulair proces steeds een rol spelen (Stone, Jarrett, Woodroffe & Minocha, 2005, p.15-17). Ook in dit onderzoek zullen de gebruikers een centrale rol spelen.

2.1.2 Wat is elektronische dienstverlening?

Er is veel onderzoek gedaan naar de elektronische dienstverlening van de overheid. Maar wat verstaat men precies onder elektronische dienstverlening? Uit het artikel van Ebbers, Pieterse en Noordman (2007) blijkt dat er geen eenduidige antwoord is op die vraag. Binnen het onderzoek naar e-overheid wordt vooral gebruik gemaakt van indelingen van verschillende vormen van elektronische dienstverlening.

Van Dijk en van Deursen (2006) en van Deursen, van Dijk en Boland (2007) hebben het over vier verschijningsvormen van elektronische dienstverlening:

- Informatiediensten
- Registratiediensten
- Transactiediensten
- Communicatiediensten

Bij informatiediensten ligt de nadruk op het beschikbaar stellen van informatie voor individuen. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen allocutie (aanbodgericht) en consultatie (vraaggericht). Bij registratiediensten vraagt een overheidsinstelling informatie aan een individu. Transactiediensten zijn gericht op het tot stand komen van overeenkomsten tussen burgers en de overheid onderling. Communicatiediensten zijn gericht op het tot stand brengen van interactie tussen overheidsambtenaren en burgers.

Deze communicatie kan geschieden op basis van feiten maar ook in de vorm van een meningsuitwisseling (participatie) (van Dijk & van Deursen , 2006).

Uit onderzoek van van Dijk en van Deursen (2006) blijkt dat de overheid voornamelijk informatiediensten gebruikt worden. Ook uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) blijkt dat de belangrijkste reden voor een bezoek aan de website van de gemeente het 'opzoeken van informatie' is. In de paragraaf 2.1.3 zal daarom wat dieper op de informatiebehoefte worden ingegaan.

2.1.3 Informatiebehoefte

Wat is een informatiebehoefte en hoe ontstaat deze? Muskens en Van Oorschot (1985) spreken van een behoefte als er een verschil bestaat tussen een bestaande en gewenste situatie. Er is sprake van een informatiebehoefte als dit verschil kan worden opgeheven door gebruik van informatie. Mensen hebben een informatiebehoefte als:

1. zij de situatie waarin zij verkeren, vanuit hun cognities en evaluaties, als problematisch definiëren;
2. zich een voorstelling maken van een gewenste situatie;
3. van mening zijn dat gebruik van informatie hen in staat kan stellen de bestaande situatie in de gewenste om te zetten (Muskens & Van Oorschot, 1985, p.14).

De gewenste en gepercipieerde situatie wordt door mensen gedefinieerd op basis van hun persoonlijke 'definitie van de situatie'. Deze definitie is het resultaat van een interactie tussen enerzijds 'persoonlijkheidsfactoren' en anderzijds 'situationele factoren'. Persoonlijkheidsfactoren bestaan uit de cognities (kennis en inzicht) en evaluaties (normen en waarden) van de persoon. Situationele factoren zijn factoren die te vinden zijn in de omgeving van de betreffende persoon. De aard en omvang van informatiebehoeften kunnen volgens Muskens en Van Oorschot (1985) tussen personen verschillen.

2.1.4 Information Seeking Approach

Een voorbeeld van een ontvangersgecentreerde onderzoeksbenadering is de Information Seeking Approach. Indien er sprake is van een informatiebehoefte dan kan deze behoefte ertoe leiden dat er informatie wordt gezocht. De Information Seeking Approach onderzoekt waarom mensen op zoek gaan naar informatie. De Information Seeking Approach bestaat uit drie hoofdvarianten. De drie hoofdvarianten hebben gemeenschappelijk dat ze in elk geval één, maar tussen de varianten wel verschillend, basismotief voor het informatiezoekende gedrag van mensen veronderstellen. De drie

hoofdvarianten van de Information Seeking Approach zijn (Renckstorf, 2001, p.115-123):

- *De consistentie-theoretisch geïnspireerde variant*: het streven naar (cognitieve) consistentie;
- *De economisch-rationalistisch gefundeerde variant*: de rationele kosten/baten-afweging;
- *De coöriënterings-theoretische variant*: de 'sociale bruikbaarheid' van informatie.

De eerste variant gaat uit van het individu die informatie selecteert die consistent is met zijn werkelijkheidsbeeld en discrepante informatie zoveel mogelijk probeert te vermijden. Wanneer er wel een conflicterend bericht wordt waargenomen kan de persoon kiezen deze te negeren, of overgaan tot actie. Dit kan leiden tot het aanpassen van het werkelijkheidsbeeld of het zoeken van informatie (Renckstorf, 2001). De tweede variant van de Information Seeking Approach lijkt voor dit onderzoek echter relevanter.

De tweede variant, de economisch-rationalistisch gefundeerde variant, heeft als uitgangspunt de bruikbaarheid van de informatie. Het zoekgedrag naar informatie wordt hierbij gerelateerd aan de instrumentele bruikbaarheid. Dit is het verwerven van informatie om problemen op te lossen of probleemsituaties het hoofd te bieden. Hiermee sluit deze variant aan bij de definitie van Muskens en Van Oorschot (1985) van een informatiebehoefte. Uitgangspunt voor de oplossing van problemen is daarbij een rationeel mensbeeld: het handelen is voortdurend gebaseerd op maximaliseren van de winst op grond van een kosten/baten afweging (Renckstorf, 2001,p.119-122).

Samengevat, volgens de economisch-rationalistisch gefundeerde variant van de Information Seeking Approach ontstaat er bij mensen een informatiebehoefte als er voor hen onzekerheid bestaat, bijvoorbeeld doordat er een discrepantie bestaat tussen het bestaande en gewenste kennisniveau. Als uit de kosten-baten analyse blijkt dat het de moeite waard is om deze onzekerheid op te lossen, dan zullen mensen informatiezoekend gedrag vertonen.

De coöriënterings -theoretische variant stelt de 'sociale bruikbaarheid' van informatie als motief voor het op zoek gaan naar informatie centraal. Sociale bruikbaarheid betekent in hoeverre de informatie geschikt is om een beeld te kunnen vormen van anderen. Het streven naar coöriëntatie met de sociale omgeving leidt tot zoeken naar informatie. Coöriëntatie speelt op twee manieren een belangrijke rol bij de instandhouding van een evenwicht. Ten eerste is een voordeel van coöriëntatie de mogelijke inschatting van het

handelen van anderen. En ten tweede biedt een grote mate van coöriëntatie de mogelijkheid tot validering van eigen oriëntaties.

Alle drie de varianten van de Information Seeking Approach zijn van belang bij het zoeken naar informatie. Bij de eerste en de derde variant spelen vooral persoonlijke en omgevingsfactoren een grote rol. De tweede variant is gemakkelijker toe te passen door het gebruik van rationele argumenten. Deze variant wordt veelvuldig gebruikt door de overheid. Echter deze variant leidt vooral tot een groot informatieaanbod op websites, de gebruiker blijft onderbelicht. Gebruikers laten zich vooral leiden door de eerste en derde variant. Hierdoor ontstaat er een kloof tussen de overheid en de burgers.

Er kan door allerlei omstandigheden bij de inwoners van Beuningen een behoefte aan informatie ontstaan. De inwoners maken voortdurend afwegingen tussen het gebruik van de website en de traditionele contactkanalen om de gemeente te bereiken. Traditionele contactkanalen zijn de balie, de telefoon en schriftelijke kanalen (brieven, stukken en formulieren). Pieterse en Van Dijk (2007) hebben onderzoek gedaan naar factoren die een rol spelen bij kanaalkeuze. Ze hebben specifiek gekeken naar de kanaalkeuze van burgers bij het contact zoeken met de overheid. Pieterse en Van Dijk vonden zes groepen factoren die de kanaalkeuze van de burger beïnvloeden; gewoonte, kanaaleigenschappen, taakeigenschappen, omgevingsfactoren, ervaring en demografische kenmerken. Daarvan heeft de factor 'gewoonte' de meeste invloed.

Maar alvorens de inwoner een keuze kan maken tussen de website en andere contactkanalen met de gemeente zal de inwoner van het bestaan van de website moeten weten. Vandaar dat in de volgende paragraaf het bereik van de website van de gemeente nader bekeken zal worden. In dit onderzoek wordt onder bereik verstaan het percentage inwoners van Beuningen dat weet van het bestaan van de gemeentelijke website en het percentage inwoners dat het afgelopen jaar de website bezocht heeft.

2.2 Bereik

Worden de burgers door middel van de gemeentelijke websites bereikt? Om gebruik te kunnen maken van de website van de gemeente moet de burger weten dat de gemeente een website heeft. Als de burger niet weet dat de gemeente een website heeft, zal hij ook niet zo snel de website gaan bezoeken en gebruiken. Uit onderzoek van Van Dijk en Van Deursen (2006) blijkt dat Nederland achter loopt wat betreft het gebruik van elektronische overheidsdiensten. In 2006 heeft 71% van de Nederlandse internetgebruikers ooit een elektronische dienst van de overheid gebruikt. Over de hele

bevolking is dit percentage 56%. Hiervan heeft 48% een website van zowel de landelijke als de gemeentelijke overheid bezocht, 24% alleen een gemeentelijke website en 12% alleen een website van de landelijke overheid (Van Dijk, Hanenburg & Pieterse, 2006). Uit dit onderzoek komt naar voren dat gemeenten op het bezoeken van een website hoger scoren dan de landelijke overheid. Van de internetters heeft 57% het afgelopen jaar een website van de gemeente bezocht. In dit onderzoek wordt er achterhaald hoeveel procent van de inwoners van Beuningen weten van het bestaan van de website en hoeveel procent van de inwoners van Beuningen het afgelopen jaar de website van de gemeente heeft bezocht.

2.2.1 Voorwaarden voor gebruik

Maar zelfs al is de burger op de hoogte van de website, wil nog niet zeggen dat hij ook daadwerkelijk de website kan en wil bezoeken. Motivatie, fysieke toegang en digitale vaardigheden zijn aspecten die invloed hebben op het gebruik van e-overheid (Van Dijk & Van Deursen, 2006). Burgers moeten de wil hebben om de website te bezoeken, daarnaast moeten ze toegang hebben tot een computer met internetaansluiting en bovendien over de digitale vaardigheden beschikken om daadwerkelijk de website te kunnen bezoeken en gebruiken. Ook kunnen burgers een fysieke beperking hebben die het gebruik van de computer bemoeilijkt.

Uit het onderzoek 'Gebruik van Nederlands Elektronische Overheidsdiensten in 2006' (Van Dijk, Hanenburg & Pieterse, 2006) blijkt dat mediagebruik in de breedste zin van het woord de belangrijkste verklarende factor is van het daadwerkelijke en intentionele gebruik van elektronische overheidsdiensten. In dat onderzoek wordt onder mediagebruik verstaan een combinatie van bezit van computers en een internetaansluiting (fysieke toegang), de ervaring die hiermee is opgedaan (digitale vaardigheden) en de voorkeur en het gebruik van verschillende kanalen van overheidsdiensten (motivatie).

Dus een voorwaarde voor gebruik van een website is de fysieke toegang. Uit cijfers van het CBS blijkt dat van alle huishoudens 84% toegang heeft tot een computer en 80% toegang heeft tot internet (CBS, 2007). Een andere voorwaarde voor gebruik is het bezitten van de digitale vaardigheden en kennis die nodig zijn om een website te bezoeken. Er wordt nog altijd een digitale kloof waargenomen. Steeds vaker wordt de digitale kloof gezien als een structureel probleem (Van Deursen, Van Dijk & Boland, 2007).

2.2.2 Persoonskenmerken

Uit onderzoek blijkt ook dat enkele persoonskenmerken invloed hebben op het gebruik van internet en daarmee samenhangend het gebruik van een gemeentelijke website (Van Dijk, Hanenburg & Pieterse, 2006). Naast mediabezit spelen onder andere geslacht, leeftijd en opleidingsniveau een rol bij het gebruik van een overheidswebsite.

Uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) blijkt dat mannen iets meer gebruik maken van elektronische overheidsdiensten dan vrouwen. Op basis van verschillende onderzoeken kan gezegd worden dat het gebruik van elektronische overheidsdiensten door vrouwen in Nederland opvallend groot is. De verschillen tussen mannen en vrouwen zijn kleiner dan bij veel andere internettoepassingen.

Leeftijd hangt ook samen met het gebruik van elektronische diensten van de overheid. Ouderen gebruiken minder elektronische diensten dan jongeren (Van Dijk, Hanenburg & Pieterse, 2006). Dit is te verklaren doordat ouderen minder vaak in het bezit zijn van een computer en internet en er vaak minder ervaring mee hebben.

Ook opleidingsniveau speelt een rol bij het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) blijkt dat hoogopgeleiden duidelijk meer gebruik van elektronische overheidsdiensten maken dan lager opgeleiden. Dit is ook te verklaren door de samenhang van opleiding met computer- en internetbezit en ervaring. Hoe hoger de opleiding, hoe hoger het computer- en internetbezit en ervaring.

Wanneer aan de voorwaarde bereik is voldaan, kan worden gekeken naar de kwaliteit van de website. Wanneer gebruikers de weg naar de website hebben gevonden, is het van belang dat ze met hun bezoek aan de website hun doel bereiken. Kortom, dan wordt de kwaliteit van de website relevant.

2.3 De publieke sector

Overheidswebsites geven burgers toegang tot overheidsinformatie en diensten. Daarnaast kunnen overheidswebsites burgers ook de mogelijkheid bieden om te participeren in het besluitproces. Overheidswebsites doen meer dan alleen het aanbieden van diensten (Lenk & Traunmüller, 2002). Er is een duidelijk verschil tussen commerciële websites en een overheidswebsite. In deze paragraaf zal dat verschil wat nader bekeken worden.

Volgens Van Dijk (2002) zijn er vier fundamentele verschillen tussen een bedrijf (commerciële sector) en overheidsinstellingen (publieke sector). Het meest fundamentele verschil is het belang van een bedrijf om winst te maken die gereguleerd wordt door de markt. Het belang van de overheidsinstelling is het publiek te dienen en wordt gereguleerd door de politiek. Dit zorgt voor expliciete kenmerken. Websites uit de commerciële sector hebben als doel winst maken en zoveel mogelijk klanten krijgen en behouden. De overheid hoeft zich geen zorgen te maken om winst en het behouden van de klant. Echter klanttevredenheid is ook voor de overheid een belangrijk aspect. Het tweede fundamentele verschil is dat de overheid tegelijk scheidsrechter en speler is in het veld van bestuur, beleid en dienstverlening (Van Dijk, 2002, p.2). Het derde verschil is de samenstelling van de overheid. In tegenstelling tot een bedrijf is de overheid een gigantisch complex van organisaties. Het laatste verschil is dat bedrijven alleen te maken hebben met klanten terwijl overheden te maken hebben met klanten die tegelijkertijd ook onderdaan, kiezer of staatsburger zijn.

Daarmee komen we gelijk op de rol van de gebruiker. Overheidwebsites hebben andere gebruikers dan commerciële websites. De commerciële websites hebben klanten terwijl burgers en bedrijven, de gebruikers van overheidwebsites, niet op vrijwillige basis klant zijn. Klanten van de overheden en semi-overheden hebben te maken met bepaalde rechten en plichten die in beleid- en regelgeving zijn vastgelegd. Er zijn geen concurrerende organisaties met dezelfde soort producten en diensten tegen andere voorwaarden. Een bouwvergunning of een bijstandsuitkering aanvragen kan alleen bij een gemeente. De klant van de overheid heeft weinig keuzevrijheid. Daarentegen is de burger wel een klant zoals in de commerciële sector omdat hij tegen betaling diensten en producten van de overheid afneemt (Van Duivenboden & Lips, 2002, p. 18).

Daarnaast is de burger in zijn relatie met de overheid niet alleen klant maar ook een participant. De burger neemt in zijn hoedanigheid van onderdaan, kiezer of staatsburger op gezette tijden deel aan democratische besluitvormingsprocessen (Van Duivenboden, Lips & Korsten, 2002; Van Duivenboden & Lips, 2002). Hierdoor hebben we bij de evaluatie van een gemeentelijke website dus te maken met een speciale groep gebruikers die niet te vergelijken is met de gebruikers van commerciële websites. Bij de evaluatie van een gemeentelijke website zal daar rekening mee gehouden moeten worden. In de volgende paragraaf zal daarom wat dieper worden ingegaan op het evalueren van de kwaliteit van gemeentelijke websites.

2.4 Evaluatiemethoden voor gemeentelijke websites

De gemeentelijke websites zijn volop in ontwikkeling. Maar hoe is het gesteld met de kwaliteit van de websites? Er zijn twee graadmeters uit de praktijk voor de kwaliteit van de gemeentelijke websites; de Continue Monitor en de Webdam online Monitor. Bij beide graadmeters kunnen websites vooral punten scoren door veel informatie en diensten aan te bieden. Maar de gebruiker blijft sterk op de achtergrond. Er wordt bijvoorbeeld relatief weinig aandacht besteed aan de gebruiksvriendelijkheid van de onderzochte websites. De gebruiksvriendelijkheid wordt bovendien gemeten met criteria die in sommige andere adviezen juist als gebruiksonvriendelijk worden gezien, aldus De Jong, Lentz, Ellings en Schellens (2004). Hun onderzoek naar de gebruiksvriendelijkheid van 15 gemeentelijke websites liet zien dat een hoge score op de kwaliteitsmonitor overheidswebsites geen garantie is voor de gebruiksvriendelijkheid van de website. Op elke website uit het onderzoek werden serieuze problemen gevonden.

Gemeenten die hun website optimaal willen gebruiken voor dienstverlening, moeten serieus werk maken van de kwaliteit van hun website. Blijven evalueren is daarvoor essentieel. Websites veranderen bijna dagelijks, hier wordt inhoud toegevoegd, elders verdwijnt een nieuwsitem. Om de kwaliteit hoog te houden, moet je daarom blijven evalueren. Het evalueren van de kwaliteit van een website kan vanuit drie verschillende invalshoeken; een technische benadering met behulp van software, evaluatie door experts en evaluatie door gebruikers (Loiacono, Watson & Goodhue, 2002).

2.4.1 Technische evaluatie

Met de technische benadering wordt door middel van software allerlei eigenschappen van de website gemeten. Dit is een compleet geautomatiseerd proces waar meningen geen rol spelen en de resultaten vooral gebaseerd zijn op gedragsmetingen en kenmerken. Gedragsmetingen van bijvoorbeeld de commerciële activiteit van de website door het aantal clicks, het aantal unieke bezoekers en de conversie graad (Bressolles & Nantel, 2004). Het voordeel van deze benadering is dat zonder veel moeite duizenden systemen geanalyseerd kunnen worden (Bauer & Scharl, 2000). Een nadeel is dat alleen het gedrag of kenmerken (zoals bijvoorbeeld FAQ, zoekfunctie, enz.) gemeten kunnen worden en niet de percepties van het gedrag. Men weet alleen dat de website is bezocht of welke kenmerken de website heeft maar niet wat de gebruiker werkelijk van de website vond en of hij van plan is de website nogmaals te bezoeken.

Voorbeeld: KEeLAN

Een voorbeeld van deze technische benadering is het KEeLAN project. KEeLAN staat voor Key Elements for Electronic Local Authorities' Networks. Het KEeLAN project vond plaats van 1 februari tot en met 30 april 2002. Het project onderzocht de elektronische rijpheid van de lagere overheidsorganisaties (gemeenten) van de Europese Unie met e-dienstverlening via de website. Deze analyse zorgde voor een betrouwbaar beeld van waar Europa toen op het gebied van e-overheid stond. Mede door het gebruik een andere evaluatiemethode naast de technische evaluatie.

Het KEeLAN project bestond uit twee deelonderzoeken. In het eerste deel werden 700 websites van gemeenten in de Europese Unie gescand met behulp van een webscan programma. Bij de webscan ging het om een beoordeling van de frontoffice, waarbij gekeken werd naar functionaliteit (navigatie-, zoek- en helpfunctie), de toegankelijkheid van de dienstverlening voor burgers en bedrijven, het niveau van interactiviteit en de integratie van dienstverleningsprocessen (technische evaluatie). Bij de vijftig best scorende gemeenten werd in een benchmark de organisatie achter frontoffices (backoffice) geanalyseerd door middel van interviews om te doorgronden waarom ze als 'best practices' uit de bus kwamen (expertgerichte evaluatie). (www.keelan.elanet.org; Sakowicz, n.d.). Deze methode is niet geschikt voor dit onderzoek. Dit onderzoek richt zich voornamelijk op de percepties en ervaringen van de gebruiker.

Voorbeeld: Webdam Online Monitor

Een ander voorbeeld van technische evaluatie is de Webdam Online Monitor. Webdam is in maart 2000 van start gegaan met een website en een Webdam Online Monitor. De bedoeling was dat gemeenten via deze website hun kennis konden delen om vervolgens beter gebruik te gaan maken van het internet. En om dat allemaal wat kracht bij te zetten is Webdam als eerste in Nederland (en misschien zelfs wereldwijd) begonnen met het prikkelen van gemeenten door het realiseren van de Webdam Top 50.

Webdam is een initiatief van GemeenteWeb, het landelijke platform voor overheden en Internet. Gemeenteweb is een Internetbedrijf voor de lokale overheid. GemeenteWeb helpt gemeenten de eerste en volgende stappen op het Internet te maken. Dat doen ze niet alleen door het bouwen van websites en applicaties. Ze begeleiden gemeenten ook om zowel organisatorisch als communicatief klaar te zijn voor het nieuwe tijdperk waarin internet een steeds belangrijker rol zal gaan spelen.

Gemeenten kunnen bij Webdam scoren met de website op onderdelen als vormgeving, inhoud, dienstverlening en communicatie. Daarnaast kan de website extra plus- of

minpunten scoren. De evaluatie wordt uitgevoerd door middel van een webscan. Daarnaast wordt nog een emailonderzoek uitgevoerd. Bij het emailonderzoek wordt aan alle gemeenten dezelfde e-mail gestuurd. Gemeten wordt hoe snel de gemeenten op de email reageren.

2.4.2 Expertgerichte evaluatie

Naast deze gedrags- en kenmerkmeting kan men ook gebruik maken van attitudemetingen (Bressolles & Nantel, 2004). Het voordeel van deze benadering is dat de percepties van de website gemeten worden. Met de attitude meet je in feite de affectieve evaluatie van de website. Volgens het attitude-behavior model van Fishbein en Ajzen (1980; in Liska, 1984) heeft attitude invloed op gedragsintentie. Gedragsintentie wordt bepaald door twee hoofdcomponenten: de attitude en de sociale norm. Bij de sociale norm onderzoekt men de norm van referentie personen. De gedragsintenties zullen echter nooit helemaal overeenkomen met werkelijk gedrag. De attitude meten kan op twee manieren. Ten eerste door middel van een evaluatie van een website door een expert. De tweede manier is de website laten evalueren door gebruikers. De eerste manier zal in deze paragraaf besproken worden. De gebruikersgerichte evaluatie zal in paragraaf 2.4.3 aanbod komen.

Een expertgerichte evaluatie wordt vooral vaak gebruikt door mensen uit de praktijk (Bressolles & Nantel, 2004). Ook bij de Continue Monitor wordt gebruik gemaakt van experts. Nadeel van deze aanpak is dat geen rekening wordt gehouden met de gebruikers die uiteindelijk gebruik maken van de website en verantwoordelijk zijn voor het succes van de website.

Expertgerichte evaluatiemethoden zijn methoden waarbij professionals een website beoordelen. Een zeer populaire vorm van expertevaluatie is het gebruik van heuristieken. Dit zijn checklists met evaluatiecriteria. Deze heuristieken worden bijvoorbeeld gebruikt door website-ontwerpers, communicatieprofessionals en andere experts bij het evalueren van een website. Op internet en in de literatuur over website design zijn er veel webheuristieken te vinden. Deze richten zich op allerlei aspecten van websites. Voorbeelden zijn de navigatiestructuur, de begrijpelijkheid, de informatiekwaliteit, het visueel design en retorische strategieën (De Jong & Van der Geest, 2000). In Nederland is er een voorbeeld van deze manier van evalueren, de Continue Monitor.

Voorbeeld: Continue Monitor

Advies Overheid.nl is een programmabureau dat in opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koningsrelaties de via internet toegankelijke overheid (e-

overheid) met raad en daad bij staat. Advies Overheid.nl brengt met behulp van de overheid.nl monitor de ontwikkelingen in kaart op het terrein van de elektronische overheid. Advies Overheid.nl voert de Overheid.nl Monitor in twee varianten uit:

- De Continue Monitor met maandelijks nieuwe ranglijsten waarbij overheden zelf mutatievoorstellen kunnen indienen.
- Het jaarlijkse onderzoek dat de belangrijkste vorderingen en knelpunten bij de ontwikkeling van de elektronische overheid in Nederland in kaart brengt.

(www.advies.overheid.nl).

De Continue Monitor maakt gebruik van een expertgerichte evaluatiemethode. Dit is tevens ook een zwak punt van de Continue Monitor, aangezien er geen rekening wordt gehouden met de gebruikers. Daarnaast worden de evaluaties niet door een onafhankelijke expert uitgevoerd maar door iemand van de overheidsinstantie die verantwoordelijk is voor de website. Objectief is anders. Met de Continue Monitor worden per type overheidsorganisatie de ontwikkelingen cijfermatig in beeld gebracht. De overheidsorganisaties worden ook onderling vergeleken om de organisaties te stimuleren om beter te gaan presteren (www.advies.overheid.nl).

De checklist van de Continue Monitor bestaat uit 5 onderdelen; gebruiksvriendelijkheid, transparantie, dienstverlening, gepersonaliseerde dienstverlening en toegankelijkheid. De Continue Monitor is vooral op de aanbodkant van de gemeentelijke website gericht. De meeste vragen van de checklist gaan over aanbod.

Dat is duidelijk te zien als het onderdeel gebruiksvriendelijkheid nader bekeken wordt. Hierbij ligt de focus bij gebruiksvriendelijkheid vooral op het aanbod en niet op de gebruiker. Terwijl de gebruiker toch een centrale rol zou moeten spelen. Voor hen wordt de website immers gemaakt. Bij het creëren van een website is de gebruiksvriendelijkheid een belangrijk aspect. Volgens Dumas & Redish (1999, p.4) houdt gebruiksvriendelijkheid in dat degenen die het product gebruiken, in dit geval een website, dit snel en gemakkelijk kunnen doen om hun specifieke doelen te bereiken. De 7 vraagstellingen lijken, de een wat meer dan de ander, hier zijdelings mee te maken te hebben. Maar het is niet echt duidelijk wat het hebben van een privacystatement met gebruiksvriendelijkheid te maken heeft. De beoordeling van gebruiksvriendelijkheid lijkt meer op het controleren van de aanwezigheid van kenmerken en diensten.

2.4.3 Gebruikersgerichte evaluatie

Deze manier wordt vaak gebruikt door wetenschappers (Bressolles & Nantel, 2004). Gebruikersgerichte evaluatiemethoden zijn methoden waarbij gebruikers uit de doelgroep

geobserveerd worden en/of hun mening geven over een website. Deze methode lijkt uitermate geschikt om antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen van dit onderzoek.

Voorbeeld: Veelbelovend Eindhoven

Een voorbeeld van een gebruikersgerichte evaluatie is het onderzoek Veelbelovend Eindhoven. Dit kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek naar de beleving en waardering van de website van de gemeente Eindhoven is uitgevoerd door NetPanel in 2002 (Besseling & Boom, 2002).

Het onderzoek bestaat uit twee deelonderzoeken. Ten eerste is de website geëvalueerd met behulp van een kwantitatief online onderzoek. Door middel van een vragenlijst op de website van de gemeente Eindhoven konden bezoekers meedoen aan het onderzoek. Met dit onderzoek wilde men inzicht verkrijgen in het bezoekersprofiel, het gebruik, de beleving, en de waardering voor de website van de gemeente Eindhoven. Tevens leverde het aanknopingspunten op voor verbetering van de website (Besseling & Boom, 2002).

Daarnaast is er ook een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Om een dieper inzicht te krijgen in de waardering voor de website en inzicht in de gewenste ontwikkelingen van de website zijn er individuele gebruikerssessies en een groepsdiscussie georganiseerd (Besseling & Boom, 2002). Deze methoden worden ook genoemd in het onderzoeksprogramma 'Evaluatie van gemeentelijke websites'. De individuele gebruikerssessies zijn te vergelijken met de hardopdenkmethode. De groepsdiscussie wordt in dit onderzoeksprogramma focusgroep genoemd.

Het onderzoeksprogramma 'Evaluatie van gemeentelijke websites' gaat uit van 6 gebruikersgerichte evaluatiemethoden. Deze zes methoden kunnen worden onderscheiden op de dimensie 'in-use' versus 'non-use' en de dimensie laboratoriumonderzoek versus on-line onderzoek (www.gemeentewebsites.nl).

Het verschil tussen in-use en non-use methoden ligt in de taak van degene die de evaluatie uitvoert: in het eerste geval is hij een beoordelaar van de tekst, in het tweede geval gebruikt hij de tekst zoals hij dat normaal ook zou doen. Bij laboratoriumonderzoek bevindt degene die de evaluatie uitvoert zich in een testsituatie, bij online-onderzoek bevindt hij zich in een natuurlijke gebruikerssituatie. Dit leidt tot vier typen gebruikersgerichte methoden, waarbinnen zes methoden ingedeeld kunnen worden (www.gemeentewebsites.nl). Tabel 2.2 toont deze typen en de bijbehorende methoden.

Tabel 2.2: Overzicht gebruikersgerichte evaluatiemethoden

	'In-use' methode	'Non-use' methode
Laboratoriumonderzoek	Hardopdenkmethode Oogbewegingsregistratie	Focus
Online onderzoek	Server log analyse	Evaluatievragenlijsten Feedback button

(bron: www.gemeentewebsites.nl)

In dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van een 'non-use' methode. In dit onderzoek wordt de voorkeur gegeven om de gebruiker in een zo'n natuurlijk mogelijke situatie de website te laten beoordelen. Focusgroepen zijn een optie. Echter deze methode is echter vooral gericht op het achterhalen van gebruiksproblemen. Bij deze methode bekijken gebruikers een website en kunnen ze problemen rapporteren die ze tegenkomen. Dit doen ze door een bepaalde probleempassage te selecteren, een bijbehorende probleemcategorie te kiezen en een probleemomschrijving te geven (www.gemeentewebsites.nl). Aangezien problemen in dit onderzoek niet centraal staan, wordt in dit onderzoek de voorkeur gegeven aan evaluatievragenlijsten. Bezoekers van een website krijgen daarbij vragen voorgelegd over hun ervaringen met de website en over hun oordelen. Deze methode past goed bij het doel van dit onderzoek, namelijk de mening en ervaringen van de gebruiker van de website achterhalen.

2.5 Kwaliteitscriteria

Voor de evaluatievragenlijsten van dit onderzoek zijn er gebruiksgesichte kwaliteitscriteria nodig. Dat zijn criteria die voor de gebruiker belangrijk zijn. In dit hoofdstuk zijn al verschillende criteria genoemd.

Naast de reeds genoemde kwaliteitsmonitoren van overheidswbsites uit de praktijk zijn er in de wetenschappelijke literatuur verschillende meetinstrumenten ontwikkeld voor de evaluatie van de kwaliteit van de elektronische dienstverlening of website. Een daarvan is het eQUAL-model van Barnes en Vidgen (2006). Dit model onderscheidt zich van de andere onderzoeksmodellen door de gebruikersgecentreerde benadering.

2.5.1 Het eQUAL-model

Het eQual-model is ontwikkeld door Barnes en Vidgen (2006). Deze benadering werd eerst WebQual genoemd. WebQual werd gebruikt als meetinstrument voor de door de gebruikers gepercipieerde kwaliteit van e-commerce websites. Het doel van de onderzoekers was de kwalitatieve aspecten van websites die genoemd worden door consumenten te vertalen in kwantitatieve meetbare criteria. Het belangrijkste principe van WebQual is dat er getracht wordt de 'voice of the customer' in kaart te brengen (Barnes & Vidgen, 2001; 2006; n.d.).

WebQual is gebaseerd op de 'Quality Function Deployment' (QFD) van Slabey (1990). QFD is een gestructureerd proces dat betekenis geeft aan het identificeren en toepassen van de 'voice of the customer' in elk proces van een product of dienstontwikkeling en uitvoering daarvan. De kwaliteit van een product of dienst kan niet los worden gezien van de gebruiker van het product of de dienst (Barnes & Vidgen, 2001; 2006; n.d.).

Dit meetinstrument is sinds 1998 in ontwikkeling. Door de vele testen op validiteit en betrouwbaarheid in diverse domeinen is het meetinstrument steeds verfijnd. Om de interne validiteit te verbeteren en de externe kwaliteit te controleren is het WebQual meetinstrument ook vergeleken met bestaande meetinstrumenten; bijvoorbeeld het SERVQUAL-model (kwaliteit van dienstverlening) omdat websites naast informatie ook diensten leveren. Uiteindelijk is hierdoor het eQual-model ontstaan. Hieronder een kort overzicht van de ontwikkeling van WebQual/eQual (Barnes & Vidgen, 2001; 2006; n.d.).

De eerste versie van WebQual (WebQual 1.0) is ontwikkeld op basis van de resultaten van een workshop en literatuur over de kwaliteit van informatie vanuit de IS (Information System) research. Dat is literatuur die zich bezighoudt met de kwaliteit van informatie, data en systemen. De studenten werden gevraagd na te denken over kwaliteiten van websites. Uit de hieruit voortkomende lijst aangevuld met de literatuur werd een vragenlijst ontwikkeld die gebruikt is voor de evaluatie van de website van vier Business Schools in het Verenigd Koninkrijk. Op basis van de verkregen data werden vier dimensies van kwaliteit gevonden: gebruiksgemak, ervaring, informatie en communicatie & integratie (Barnes & Vidgen, n.d.).

Naast het aanbieden van informatie leveren veel websites tegenwoordig ook diensten. Dit is een actief onderdeel van een website die meer is dan alleen het aanbieden van informatie. Daarom komt naast de kwaliteit van de informatie ook de kwaliteit van de dienstverlening ter sprake bij de beoordeling van de kwaliteit van de website. Omdat dit deel niet ter sprake is gekomen in de eerste versie van WebQual, is er op basis van de eerste versie een nieuwe versie van WebQual (WebQual 2.0) ontwikkeld. In de nieuwste versie werd het meetinstrument uitgebreid met interactie en service kwaliteitsaspecten door het toepassen van literatuur uit de marketing, e-commerce en IS service kwaliteit onderzoek. Vooral het SERVQUAL-model heeft veel invloed gehad op de nieuwe versie. Uiteindelijk is er weer een verbeterde versie (WebQual 3.0) ontwikkeld waarbij zowel de informatiefunctie als de dienstverlening van de website naar voren komen in de vorm van de volgende drie dimensies: web informatie kwaliteit, web interactie kwaliteit en website design kwaliteit (Barnes & Vidgen, 2001).

Uiteindelijk is eQual ontwikkeld. Deze versie is naast de bovengenoemde onderzoeksgebieden ook beïnvloed door het 'usability' onderzoek vanuit de Human-Computer Interaction research. Het eQual-meetinstrument bestaat uit vier dimensies: gebruiksvriendelijkheid (usability), informatiekwaliteit, service interactie en algemeen (Barnes & Vidgen, 2001).

- Gebruiksgemak: In staat zijn om door de website te surfen en dingen te vinden. Een belangrijk aspect is een simpele en consistente navigatie.
- Informatie: Toegang tot kwalitatief goede informatie. De informatie moet leesbaar en begrijpbaar zijn voor de gebruiker. Bovendien moet de informatie relevant, betrouwbaar en actueel zijn.
- Service interactie: Is de organisatie betrouwbaar, doet de organisatie wat ze beloven.
- Algemeen: Algemeen oordeel over de website

Het eQual-model is ook getest op een overheidswebsite. Barnes en Vidgen (2006) hebben eQual gebruikt om de door de gebruikers ervaren kwaliteit van een landelijke website van de Britse overheid te analyseren. De website die beoordeeld werd was een Britse belastingwebsite waar gebruikers niet alleen informatie kunnen krijgen maar waar ook interacties en transacties met de gebruikers kunnen plaatsvinden. Er hadden 420 respondenten de vragenlijst van het eQual instrument ingevuld. Uit de factoranalyse van de oorspronkelijke vragenlijst van eQual kwamen vijf dimensies naar voren: gebruiksvriendelijkheid, website-ontwerp, informatiekwaliteit, vertrouwen en inlevingsvermogen. Deze dimensies van eQual kunnen gebruikt worden als kwaliteitscriteria voor dit onderzoek.

2.6 Overzicht vraagstellingen

Er is geen overduidelijk theoretisch gefundeerd meetinstrument voorhanden voor het meten van de kwaliteit van gemeentelijke websites vanuit het perspectief van de gebruiker. Wel zijn er uit verschillende disciplines binnen de Communicatiewetenschap aanknopingspunten gevonden voor het meetbaar maken van de kwaliteit van een gemeentelijke website. Op basis van deze literatuur zal een meetinstrument voor dit onderzoek ontwikkeld worden. Met dit meetinstrument zal de kwaliteit van de website van een gemeente gemeten kunnen worden aan de hand van een evaluatie door de gebruikers.

Ten eerste staat in dit onderzoek de gebruiker centraal. Daarom wordt in dit onderzoek uitgegaan van een 'ontvangersgecentreerd' model. Dat houdt in dat mensen worden gezien als actieve ontvangers met hun eigen informatie behoeften.

Mensen wenden zich tot media door hun behoefte aan informatie, communicatie en transactie. Welke medium uiteindelijk gekozen wordt is afhankelijk van verschillende factoren waaronder 'gewoonte'. Om voor een medium te kiezen moeten mensen wel weten van het bestaan van het medium. Daarom zal in dit onderzoek ook de aandacht uitgaan naar het bereik van de website.

Uit onderzoek is gebleken dat de voornaamste reden van een website bezoek het zoeken van informatie is. Het is voor de gemeente daarom van belang te weten wat de informatiebehoefte van de inwoners is. In dit hoofdstuk is aan de hand van het ontvangersgecentreerde model en de Information Seeking Approach duidelijk gemaakt dat mensen zich tot media wenden om in een bepaalde behoefte aan informatie te voorzien. De vragenlijst voor het vaststellen van de kwaliteit van de gemeentelijke website bevat daarom ook vragen voor het meten van de informatiebehoefte van de deelnemers.

Bicharra Garcia, Maciel en Bicharra Pinto (2005) stellen in hun onderzoek dat de E-overheid de burgers toegang moet verlenen tot overheidsinformatie. Daarnaast moet de overheid ook online producten & diensten aanbieden en de burger moet de mogelijkheid hebben om te kunnen participeren in het besluitvormingsproces van de overheid. Deze drie punten (informatie, producten & diensten en participatie) moeten volgens dit onderzoek in elke overheidswebsite naar voren komen. In dit onderzoek zal daarom naast de behoefte aan informatie ook naar de behoeften aan dienstverlening en participatie via de website gevraagd worden.

Vervolgens blijkt uit de literatuur dat voor dit onderzoek een evaluatievragenlijst het meest geschikt is. Op deze manier kan de website van de gemeente geëvalueerd worden door de gebruiker in een zo'n natuurlijk mogelijke situatie de website te laten beoordelen.

Ten slotte wordt het eQual-model in dit onderzoek meegenomen. Met dit model wordt de kwaliteit van websites gemeten waarbij men zich vooral richt op de gebruiker. Dit model kan een belangrijke bijdrage leveren bij het vaststellen van de kwaliteitscriteria voor gemeentelijke websites. De dimensies van eQual geven een duidelijke richtlijn voor het

te vormen meetinstrument voor het meten van de kwaliteit van een gemeentelijke website.

Dit onderzoek zal bestaan uit twee deelonderzoeken. Ten eerste zal een onderzoek gedaan worden onder de inwoners van Beuningen naar het bereik van de gemeentelijke website. Vervolgens zal onder de gebruikers van de website een evaluatie uitgevoerd worden ter beoordeling van de website en om de behoeften van de gebruikers te inventariseren. Het resultaat dat met dit onderzoek wordt nagestreefd is een theoretisch gefundeerde vragenlijst voor het meten van de kwaliteit van gemeentelijke websites. De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek ligt dan ook in het bijdragen aan theorievorming en onderzoek naar:

- de kwaliteit van gemeentelijke websites en de wijze waarop dit kan worden gemeten;
- welke kwaliteitsindicatoren van gemeentelijke websites een rol spelen;
- de informatie, dienstverlening en participatie behoeften van burgers met betrekking tot de gemeentelijke website.

Met dit onderzoek wordt een antwoord gezocht op twee onderzoeksvragen. Om tot een bevredigend antwoord te komen op deze onderzoeksvragen zijn op basis van de dit hoofdstuk, deelvragen geformuleerd. De onderzoeks- en deelvragen van dit onderzoek luiden:

1. Wat is het bereik van de gemeentelijke website?
 - *Hoe hoog is het percentage inwoners dat weet dat de gemeente Beuningen een website heeft en/of de website wel eens heeft bezocht?*
 - *Wat is het verband tussen de verschillende demografische kenmerken en de bekendheid met de website van de gemeente Beuningen?*
 - *Wat is het verband tussen de verschillende demografische kenmerken en het bezoeken van de website van de gemeente Beuningen?*
 - *Wat is het verband tussen mediagebruik en de bekendheid met de website van de gemeente Beuningen?*
 - *Wat is het verband tussen mediagebruik en het bezoeken van de website van de gemeente Beuningen?*
2. Hoe kan de website van de gemeente Beuningen beter worden afgestemd op de gebruikers van de website?
 - *Wat is de door de gebruikers van de website van de gemeente Beuningen gepercipieerde kwaliteit van de gemeentelijke website?*
 - *Wat zijn de behoeften van de gebruikers van de website van de gemeente Beuningen betreft informatie, dienstverlening en participatie?*

3. METHODE

Om de doelstellingen van dit onderzoek te bereiken zijn er twee deelonderzoeken uitgevoerd. Er waren twee deelonderzoeken nodig omdat er twee populaties zijn. Bij de eerste onderzoeksvraag is de populatie de inwoners van Beuningen. Bij de volgende onderzoeksvragen is de populatie de gebruikers van de website van de gemeente Beuningen. Het eerste deelonderzoek werd uitgevoerd om het bereik van de website van de gemeente Beuningen te bepalen. Dit deelonderzoek werd tevens gebruikt om respondenten te werven voor het tweede deelonderzoek. Het eerste deelonderzoek was een korte telefonische vragenlijst. Wanneer de respondent de website van de gemeente Beuningen kende en het afgelopen jaar minimaal een keer bezocht had, werd hij gevraagd om mee te werken aan het tweede deelonderzoek. Het tweede deelonderzoek was een schriftelijke vragenlijst.

3.1 Deelonderzoek 1: Bereiksonderzoek

3.1.1 Respondenten

Voor het eerste deelonderzoek werden de respondenten telefonisch benaderd. Omdat hiervoor inwoners van Beuningen nodig waren, werd er gebruik gemaakt van het telefoonboek. De gemeente Beuningen bestaat uit de plaatsen Beuningen, Ewijk, Weurt en Winssen. Op iedere bladzijde van Beuningen, Ewijk, Weurt en Winssen in het telefoonboek werd de bovenste naam genomen om te bellen. Bij geen gehoor of als mensen niet mee willen werken aan het onderzoek werd de volgende naam genomen, net zolang totdat iemand had meegewerkt aan het onderzoek. Wanneer van alle bladzijdes iemand had meegewerkt aan het onderzoek wordt weer van voor af aan begonnen. Nu werd de eerst volgende naam na de respondent die al meegewerkt had genomen om te bellen. Uiteindelijk hebben 400 respondenten meegewerkt aan dit onderzoek.

3.1.2 Instrument

De telefonische vragenlijst bestond uit maximaal 6 vragen over de website van de gemeente. Het aantal vragen dat beantwoord moest worden hing af van de antwoorden van de respondent. Wanneer de respondent de website van de gemeente Beuningen niet kende, kon de respondent de rest van de vragen niet beantwoorden. Daarnaast werden nog wat demografische kenmerken gevraagd, zoals geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Het telefoonscript met de vragen van de telefonische vragenlijst is terug te vinden in bijlage 2.

3.1.3 Procedure

Mensen werden benaderd via de telefoon. In de paragraaf 3.1.1 staat beschreven hoe namen werden uitgekozen uit het telefoonboek. De geselecteerde personen werden eerst gevraagd of ze wilden meewerken aan de telefonische vragenlijst. Indien ze geen interesse hadden, werd het telefoongesprek beëindigd. Wanneer ze wel mee wilden doen werd de telefonische vragenlijst doorlopen. In de inleiding van het telefoongesprek werd gezegd dat de vragenlijst gaat over de rol van internet binnen de gemeente. Er werd bewust niet gesproken over de website van de gemeente omdat dit de kans op sociaal wenselijke antwoorden (vooral op de eerste vraag) vergrootte.

3.2 Deelonderzoek 2: Evaluatie- en behoefteonderzoek

3.2.1 Respondenten

De respondenten van het tweede deelonderzoek waren ook inwoners van Beuningen. De respondenten zijn geworven tijdens het eerste deelonderzoek. Tevens konden geïnteresseerden zich vrijwillig aanmelden via de website van Beuningen. Uiteindelijk hebben 103 respondenten meegewerkt aan dit onderzoek.

3.2.2 Instrument

Voor het tweede deelonderzoek is wederom gebruik gemaakt van een vragenlijst. Deze schriftelijke vragenlijst was wel een stuk uitgebreider. Deze vragenlijst bestond uit 36 vragen verdeeld over drie delen:

- 1) Persoonlijke gegevens van de respondent
- 2) Kwaliteit website
 - Functionaliteit
 - Gebruiksvriendelijkheid
 - Vormgeving
 - Informatieaanbod
 - Algemene indruk
- 3) Behoeften respondenten
 - Informatie
 - Producten & Diensten
 - Participatie

De volledige vragenlijst is te vinden in bijlage 3.

De vragenlijst begon met persoonlijke gegevens van de respondent, omdat dit relatief eenvoudige vragen zijn om te beantwoorden en daardoor fijn zijn om een vragenlijst mee te beginnen; de respondent wordt zo op zijn gemak gesteld. Er werd onder andere

gevraagd naar geslacht, geboortjaar, opleidingsniveau, mediabezit, computerervaring. Dit zijn persoonskenmerken waarvan in hoofdstuk 2 is geconcludeerd dat ze invloed kunnen uitoefenen op het gebruik van internet en het gebruik van gemeentelijke websites. Voor de volledige vragenlijst zie bijlage 4.

Vervolgens werd de kwaliteit van de gemeentelijke website gemeten. De concepten uit de literatuur zijn geoperationaliseerd naar bruikbare stellingen en vragen voor de vragenlijst. De voor de vragenlijst gebruikte concepten uit de literatuur zijn afkomstig van het eQual-model van Barnes en Vidgen(2006), zowel de reguliere dimensies als de dimensies die naar voren kwamen bij een onderzoek naar een overheidswebsite, en de economisch-rationalistische variant van de Information Seeking Approach (Renckstorf, 2001). Er zijn enkele aanpassingen gedaan. De gemeentelijke website van Beuningen heeft wel een digitaal loket, maar het is nog niet mogelijk om producten en diensten volledig digitaal te bestellen. Vragen omtrent de elektronische dienstverlening zijn in dit onderzoek daardoor niet relevant. Het gaat hierbij om de dimensie service interactie en die hieruit voortgekomen dimensies vertrouwen en inleveringsvermogen bij de toepassing van eQual op een overheidswebsite. Hieronder een overzicht van de criteria van eQual-model die wel relevant zijn met daarbij behorende werkdefinitie.

- Gebruiksvriendelijkheid (usability): In staat zijn om door de website te surfen en dingen te vinden.
- Informatieaanbod (informatie kwaliteit): Toegang tot actuele, betrouwbare, relevante en begrijpbare informatie.
- Vormgeving (website ontwerp): Het uiterlijk van de website.
- Algemeen oordeel (algemeen): Rapportcijfer, lopend van één tot tien, voor digitaal loket en website.

Het vijfde criterium is functionaliteit. Dit criterium komt niet van het eQual-model maar is gebaseerd op de economisch-rationalistische variant van de Information Seeking Approach. Volgens deze benadering wordt bij het zoeken van informatie een kosten/baten analyse gedaan. De informatie waar behoefte aan is moet beschikbaar zijn op een website (functioneren van de website), moet gemakkelijk te vinden zijn (vormgeving website) en de informatie moet begrijpelijk zijn (informatie aanbod van de website). Wanneer een website hieraan voldoet zal de kosten/baten analyse ten gunste van de website uitvallen en de gebruiker zal informatie gaan zoeken op de website. De instrumentele bruikbaarheid van het medium heeft daar invloed op. Vandaar dat onder de noemer functionaliteit de instrumentele bruikbaarheid van het medium gemeten wordt. Onder instrumentele bruikbaarheid wordt onder andere de technologische betrouwbaarheid en het functioneren van de website verstaan. Een website functioneert

goed wanneer een gebruiker na het bezoeken van de website zijn doel bereikt heeft. Bij elk criterium zijn vervolgens enkele stellingen geformuleerd waarbij de respondent kon aangeven op een Likert-schaal van 1 tot en met 5 in hoeverre hij of zij het eens was met die stelling.

Vervolgens is getracht de behoefte van de respondent te achterhalen. Uit de literatuur bleek dat naast informatie een overheidswebsite ook de mogelijkheid tot elektronische dienstverlening en participatie moet bieden (Bicharra Garcia, Maciel & Bicharra Pinto, 2005). Daarom hebben we het behoefteonderzoek over deze drie onderdelen verdeeld.

Ten eerste is de informatiebehoefte van de respondenten gemeten. De respondenten werd een lijst van 20 onderwerpen voorgelegd en gevraagd in hoeverre zij het belangrijk vonden dat informatie over die onderwerpen op de website te vinden is. Dit konden zij aangeven op een Likert-schaal van 1 tot en met 5. Vervolgens kregen de respondenten een lijst van 20 producten en diensten te zien. Ook nu werd gevraagd in hoeverre zij het belangrijk vonden dat deze producten en diensten volledig digitaal af te handelen zijn via de website. De onderwerpen voor de informatiebehoeften komen van de huidige website van de gemeente Beuningen. De producten en diensten komen van het digitaal loket van de huidige website. Tenslotte werden de respondenten gevraagd of zij überhaupt geïnteresseerd waren in het participeren in bijvoorbeeld beleidsprocessen van de gemeente via de website. Daarna werd gevraagd op welke manier zij de voorkeur gaven om te participeren.

3.2.3 Procedure

Wanneer de respondent wilde meewerken aan het tweede deelonderzoek werd zo spoedig mogelijk de vragenlijst naar de respondent toegezonden. De respondent mocht zelf kiezen of hij de vragenlijst per post of per mail wilde ontvangen.

Wanneer de respondent de vragenlijst per mail wenste te ontvangen, had de respondent twee mogelijkheden. Hij kon door middel van een link in de mail de vragenlijst online via SurveyMonkey invullen of hij kon de meegestuurde vragenlijst (PDF-bestand) uitprinten en opsturen naar het antwoordnummer van de gemeente. Ook via de website van de gemeente Beuningen konden geïnteresseerden de vragenlijst invullen. Met behulp van het programma SurveyMonkey is er een online versie gemaakt van de vragenlijst. Een link hiervan is geplaatst op de website van Beuningen.

3.3 Responsverantwoording

3.3.1 Deelonderzoek 1: Bereiksonderzoek

In totaal is er voor het eerste deelonderzoek gesproken met 503 mensen. Hierbij zijn de telefoonnummers die in gesprek waren of niet beantwoord werden niet meegerekend. Van die 503 mensen hebben 400 mensen meegedaan met de telefonische vragenlijst. Dat betekent een respons van 79,5 %. Dit is een hoge respons. Er zijn verschillende redenen mogelijk voor deze hoge response. Ten eerste is het onderzoek gedaan in opdracht van de gemeente Beuningen. Het zou kunnen zijn dat inwoners van Beuningen meer betrokken bij de gemeente zijn dan bijvoorbeeld een landelijk of commercieel onderzoek en daardoor eerder bereid mee te werken. Een aankondiging van het onderzoek heeft meerdere keren in het huis-aan-huis blad 'De Koerier' van de gemeente Beuningen gestaan. Mensen konden dus al gelezen hebben over het onderzoek zodat ze op de hoogte waren van een mogelijk telefoontje. Dit geeft een vertrouwd gevoel voor de inwoners en dit heeft misschien een positief effect gehad op de respons. Tenslotte ging het om een zeer korte telefonische vragenlijst. Mensen die twijfelden werd verteld dat de vragenlijst hooguit 2 minuten zou duren. Dit trok verschillende mensen over de streep om toch mee te werken.

De voornaamste redenen dat mensen niet wilden meewerken aan de telefonische vragenlijst waren geen interesse, geen tijd en te oud. Sommige mensen wilden gewoon niet meewerken. Dit waren vaak mensen die weinig van computers en internet wisten. In de inleiding van het gesprek werd gezegd dat de vragenlijst gaat over internet. Dit was voor sommige mensen die weinig van internet af weten een reden om van medewerking af te zien. Bij sommige mensen kwam het telefoontje op een ongelegen tijdstip. Een enkele keer is er op een later tijdstip teruggebeld. Een aantal mensen vond zichzelf ook te oud om mee te doen aan telefonische interviews. Andere redenen waren slechthorendheid, de Nederlandse taal niet voldoende beheersen en overhoop met de gemeente liggen. In de tabel hieronder staat de responsverantwoording van het eerste deelonderzoek schematisch weergegeven.

Tabel 3.1: Responsverantwoording deelonderzoek 1

	Absolute aantallen	Percentages
Respondenten	400	78,7
Non-respons	108	21,3
<i>Geen interesse</i>	46	9,1
<i>Geen tijd</i>	31	6,1
<i>Te oud</i>	23	4,5
<i>Ziek</i>	3	0,6
<i>Andere reden</i>	5	1,0
TOTAAL	508	100

3.3.2 Deelonderzoek 2: Evaluatie- en behoefteonderzoek

Van de 400 respondenten voldeden 146 respondenten aan de criteria om mee te kunnen werken aan deelonderzoek 2. Van die 146 respondenten waren er 103 bereid mee te werken aan dit onderzoek. Dat is een non-respons van 29,5%.

De respondenten konden kiezen of ze de vragenlijst per post of per mail wilden ontvangen. 28 respondenten kozen ervoor om de vragenlijst per post te ontvangen. Van die 28 respondenten hebben 18 respondenten ook daadwerkelijk de vragenlijst ingevuld. Dat is een non-response van 35,7%. De resterende 75 respondenten (103-28) kozen ervoor de vragenlijst per mail te ontvangen. Van die 75 respondenten hebben 63 respondenten ook daadwerkelijk de vragenlijst ingevuld. Dat is een non-respons van 16%.

Daarnaast heeft tijdens de dataverzameling ook een bericht gestaan op de website van Beuningen. Daarin werd gevraagd of mensen bereid waren de vragenlijst in te vullen. Dit leverde 22 extra respondenten op. In tabel 3.2 staat de respons van het deelonderzoek 2 schematisch weergegeven.

Tabel 3.2: Responsverantwoording deelonderzoek 2

Werving via:	Respons	%	Non-respons	%	TOTAAL
Post	18	64,3	10	35,7	28
Mail	63	84	12	16	75
Website	22	100	-	-	22
TOTAAL	103	82,4	22	17,6	125

3.4 Dataverwerking

De data van de vragenlijsten zijn in het softwareprogramma Statistical Package for the Social Sciences 11.0 for Windows (SPSS) ingevoerd. Met behulp van dit statische programma zijn allerlei analyses uitgevoerd om antwoord te krijgen op de deelvragen en de onderzoeksvragen. Voor de nominale data is gebruik gemaakt van de Chi-kwadraat toets en Cramers V. De ordinale variabelen zijn ook getoetst met de Chi-kwadraat toets maar tevens met Spearman's Rho om de grootte en de richting van het verband weer te kunnen geven. In deelonderzoek 2 wordt vooral gebruikt gemaakt van gemiddelden en standaarddeviatie en de verschillen tussen variabelen worden getoetst met variantie-analyse. Er is getoetst met een significantieniveau van 0,05 (alpha=0,05).

3.5 Betrouwbaarheid kwaliteitscriteria

Er is een factoranalyse uitgevoerd op de stellingen van de kwaliteitscriteria functionaliteit (vraag 15 van de schriftelijke vragenlijst), gebruiksvriendelijkheid (vraag 17),

vormgeving (vraag 21) en informatieaanbod (vraag 23). Er kwam maar één factor uit de factoranalyse in plaats van vier. Deze factor heeft een eigenwaarde van 10,84. De verklarende variantie is 41,70%. De interne betrouwbaarheid van deze kernfactor is erg hoog met een Cronbach's Alpha van 0,94. Het is opmerkelijk dat er maar één factor komt uit de factoranalyse. Uit onder andere onderzoek van Barnes & Vidgen (2006) waarop de kwaliteitscriteria gebaseerd zijn, komen meerdere dimensies uit de factoranalyse. Daarnaast blijkt de verklarende variantie van deze factor erg hoog te zijn. Van alle aspecten die invloed hebben op de beoordeling van de kwaliteit van de website wordt 41,70% verklaard door de dimensie kwaliteit van dit onderzoek en dus de stellingen die gebruikt zijn in het meetinstrument. In hoofdstuk 5 zal hier wat dieper op worden ingegaan.

Uit de factoranalyse waaruit één factor kwam kan geconcludeerd worden dat de vier kwaliteitscriteria niet onderscheidend genoeg zijn ten opzichte van elkaar. Ondanks dat de factoranalyse niet de vier kwaliteitscriteria opleverde, gaan we in dit onderzoek uit van de kwaliteitscriteria die genoemd zijn in paragraaf 3.2.2.

Aan de vooraf vastgestelde kwaliteitscriteria zijn stellingen toegekend. De kwaliteitscriteria zijn getest door het uitvoeren van een betrouwbaarheidsanalyse. In tabel 3.3 staan de Cronbach's alpha's van de kwaliteitscriteria die gemeten worden in dit onderzoek.

Tabel 3.3: Betrouwbaarheid van kwaliteitscriteria

Kwaliteitscriterium	Aantal items	Cronbach's Alpha
Functionaliteit (N=103)	5	0,7520
Gebruiksvriendelijkheid (N=102)	7	0,8751
Vormgeving (N=103)	8	0,8877
Informatieaanbod (N=103)	6	0,7850

Uit de berekening van de Cronbach's alpha blijkt dat de kwaliteitscriteria een hoge betrouwbaarheid hebben. Er is dus geen reden om bepaalde items uit de vragenlijst te verwijderen.

4. RESULTATEN

4.1 Deelonderzoek 1: Bereiksonderzoek

Deelonderzoek 1 richtte zich op het bereik van de website van de gemeente Beuningen. Dit deelonderzoek was een telefonische enquête onder de inwoners van Beuningen. In dit deelonderzoek zijn 400 respondenten ondervraagd. In de onderstaande subparagrafen zullen de resultaten uit dit onderzoek gerapporteerd worden.

4.1.1 Karakteristieken van de respondenten

In deze paragraaf zullen enkele karakteristieken zoals geslacht, leeftijd en opleidingsniveau van de respondenten bekeken worden. Ten eerste het geslacht. In tabel 4.1 is de verdeling mannen en vrouwen onder de respondenten weergegeven. Daarnaast staan ook de procentuele verdeling van mannen en vrouwen in Beuningen en Nederland.

Tabel 4.1: Verdeling geslacht in onderzoek, Beuningen en Nederland

Geslacht	Absolute aantallen	Percentages onderzoek	Percentages Beuningen*	Percentages Nederland*
Vrouw	262	65,5	49,8	50,6
Man	138	34,5	50,2	49,4
TOTAAL	400	100	100	100

*(bron: CBS, 2007)

In tabel 4.1 is te zien dat het aantal vrouwen beduidend hoger is dan het aantal mannen. Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dit verschil ook significant (Chi-kwadraat=38,440, df=1, p=0,00). De verdeling van geslacht wijkt significant af van de verdeling van geslacht in de totale bevolking van Beuningen (Chi-kwadraat=39,691, df=1, p=0,00). Ook wijkt de verdeling van geslacht in dit onderzoek significant af van de Nederlandse bevolking (Chi-kwadraat=36,004, df=1, p=0,00). Dat betekent dat de groep respondenten van dit onderzoek niet representatief is voor de Beuningse en Nederlandse bevolking voor wat betreft de verdeling naar geslacht.

In tabel 4.2 is de verdeling van de variabele leeftijd opgedeeld in drie categorieën te zien. Daarnaast wordt de procentuele verdeling van dit onderzoek en van de totale bevolking van Beuningen en Nederland weergegeven.

Tabel 4.2: Verdeling leeftijd onderzoek, Beuningen en Nederland

Leeftijdscategorieën	Absolute aantallen	Percentages onderzoek	Percentages Beuningen*	Percentages Nederland*
Jonger (< 40 jaar)	80	20,1	49,4	50,6
Middelbaar (40 t/m 65 jaar)	225	56,4	38,7	34,9
Ouder (> 65 jaar)	94	23,6	11,9	14,5
TOTAAL	399	100	100	100

*(bron: CBS, 2007)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat de leeftijd van de respondenten in dit onderzoek significant afwijkt van de totale bevolking van Beuningen (Chi-kwadraat=147,420, df=2, p=0,00). Ook wijkt de leeftijd van de respondenten in dit onderzoek significant af van de totale bevolking van Nederland (Chi-kwadraat=148,979, df=2, p=0,00). Dat betekent dat de groep respondenten van dit onderzoek niet representatief is voor de Beuningse en Nederlandse bevolking voor wat betreft de verdeling naar leeftijd. Het totaal aantal respondenten is 399 in plaats van 400 omdat één respondent zijn leeftijd niet wilde geven.

In tabel 4.3 staat de verdeling van de variabele opleidingscategorieën. Daarnaast wordt de procentuele verdeling van dit onderzoek en van de totale bevolking van Beuningen en Nederland weergegeven.

Tabel 4.3: Opleidingscategorieën

Opleidingsniveau	Absolute aantallen	Percentages Onderzoek	Percentages Beuningen*	Percentages Nederland*
Laag	216	54,7	38,1	33,2
Midden	88	22,3	40,7	41,5
Hoog	91	23,0	21,1	25,3
TOTAAL	395	100	100	100

*(bron: CBS, 2007)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat het opleidingsniveau van de respondenten in dit onderzoek significant afwijkt van de totale bevolking van Beuningen (Chi-kwadraat=62,087, df=2, p=0,00). Ook wijkt het het opleidingsniveau van het onderzoek significant af van het opleidingsniveau van de Nederlandse bevolking (Chi-kwadraat=90,877, df=2, p=0,00). Ook hier kunnen we concluderen dat de groep respondenten niet representatief is voor de Beuningse en Nederlandse bevolking voor wat betreft de verdeling naar opleiding.

In dit onderzoek zullen uitspraken gedaan worden over de bevolking van Beuningen. Omdat de groep respondenten voor geslacht, leeftijd en opleiding significant afwijkt van de bevolking van Beuningen wordt de dataset voor het vervolg van deze analyse gewogen op deze variabelen. De weegfactor is bepaald op basis van cijfers van de bevolking van Beuningen van het CBS (CBS, 2007). Hierdoor wordt de steekproef representatief voor de bevolking van Beuningen. Per variabele is de weegfactor berekend en vervolgens zijn deze drie weegfactoren voor geslacht, leeftijd en opleiding met elkaar vermenigvuldigd. Het getal dat hieruit kwam is gebruikt als weegfactor om de groep respondenten representatief te maken voor de bevolking van Beuningen. Het vervolg van de analyse van deelonderzoek 1 is gebaseerd op deze gewogen data.

4.1.2 Website van de gemeente Beuningen

Uit het eerste deelonderzoek bleek dat 76,5% van de respondenten de website van de gemeente Beuningen kende. De overige respondenten (23,5%) wisten niet of de gemeente Beuningen een website heeft. Wanneer de respondenten niet op de hoogte waren van de website van de gemeente Beuningen werden alleen nog een paar persoonlijke gegevens gevraagd. Met de respondenten die wel gehoord hadden van de website werd doorgegaan met nog enkele vragen over de website. Hieronder staan de resultaten van die vragen.

Tabel 4.4: Hoe wist u van het bestaan van de website?

	Absolute aantallen	Percentages
Via publicatie van gemeente	106	34,8
Via google of andere zoekmachine	93	30,6
Anders	66	21,5
Via familie/kennissen/werk	39	12,9
Via link andere website	1	0,2
TOTAAL	305	100

In tabel 4.4 is te zien dat de meeste mensen (106 respondenten) weten van de website van de gemeente omdat ze dat gelezen hadden in een publicatie van de gemeente. Hierbij werden vooral de Koerier en de gemeentegids genoemd. Daarnaast had een grote groep respondenten (93) de website gevonden door zelf te zoeken op het internet via Google of een andere zoekmachine. Ook de groep 'Anders' is groot. Hierin bevinden zich vooral de respondenten die verwachtten dat de gemeente een website heeft. Enkele kenmerkenden antwoorden hierop zijn 'Elke gemeente heeft toch een website', 'Wie heeft er tegenwoordig nu geen website' en 'Ik verwacht dat de gemeente een website heeft'.

Daarnaast werd in dit deelonderzoek ook gevraagd of de respondent het internetadres van de website kende. De meeste respondenten (57,2%) gaven aan de website niet uit hun hoofd te kennen. De resterende respondenten (42,8%) gaven aan het internetadres van de website te kennen. Slechts 25,4% daarvan wist ook echt het juiste adres (www.beuningen.nl) te noemen. Een veel gehoord foutief internetadres was www.gemeentebeuningen.nl.

Van de 305 respondenten die wisten van het bestaan van de website hadden 64,7% de website ook daadwerkelijk bezocht. Het aantal bezoeken per jaar ligt tussen de 0 en 150. Het gemiddelde aantal bezoeken per jaar is 6,4 met een standaardafwijking van 15,1. De mediaan ligt bij 3 bezoeken per jaar.

De 197 respondenten die de website wel eens bezocht hadden, werden ook gevraagd wanneer men voor het laatst de website heeft bezocht. In tabel 4.5 staan de resultaten.

Tabel 4.5: Wanneer heeft u de website voor het laatst bezocht?

	Absolute aantallen	Percentages
Afgelopen week	9	4,7
1-4 weken geleden	52	26,5
1-3 maanden geleden	48	24,3
3-6 maanden geleden	30	15,3
6-12 maanden geleden	37	18,7
Langer dan 1 jaar geleden	21	10,6
TOTAAL	197	100

4.1.3 Bekendheid van de website van Beuningen

Nu gaan we de groep die wel op de hoogte was van de website vergelijken met de groep die niet wist van het bestaan van de website op verschillende persoonskenmerken. In deze paragraaf hebben de analyses dus een steekproef van 400 respondenten (N=400). Door ontbrekende data wijkt dit totaalgetal soms iets af. Ten eerste kijken we naar geslacht. We willen graag achterhalen of er een verschil is tussen mannen en vrouwen, wat betreft hun bekendheid met de website.

Tabel 4.6: Verband geslacht en bekendheid met website

Weet u of de gemeente een website heeft?	Geslacht?		
	Man (%)	Vrouw (%)	TOTAAL (%)
Nee	53 (26,6)	40 (20,1)	93 (23,4)
Ja	146 (73,4)	159 (79,9)	305 (76,6)
TOTAAL	199 (100)	199 (100)	400 (100)

In tabel 4.6 is te zien dat er een klein verschil zit tussen de percentages mannen en vrouwen die de website wel of niet kennen. Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat het geen significant verschil is tussen mannen en vrouwen betreft de bekendheid van de website van de gemeente (Chi-kwadraat=2,371, df=1, p=1,124).

Vervolgens wordt er gekeken of er een verband is tussen leeftijd en de bekendheid met de website van de gemeente. In tabel 4.7 is te zien dat de oudere respondenten minder bekend zijn met de website. De respondenten van middelbare leeftijd zijn het best op de hoogte van de website. Deze groep is relatief het bekendst met de website van de gemeente Beuningen.

Tabel 4.7: Verband leeftijd en bekendheid van website

Weet u of de gemeente een website heeft?	Leeftijd?			TOTAAL (%)
	14 t/m 39 (%)	40 t/m 65 (%)	66 t/m 92 (%)	
Nee	47 (24)	29 (18,2)	18 (40,9)	94 (23,6)
Ja	149 (76)	130 (81,8)	26 (59,1)	305 (76,4)
TOTAAL	196 (100)	159 (100)	44 (100)	399 (100)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat er een verband is tussen leeftijd en de bekendheid van de website (Chi-kwadraat=9,873, df=2, p=0,01). Spearman's Rho geeft in dit geval

een negatieve waarde van -0.042. Dus hoe ouder de mensen, hoe kleiner de kans wordt dat ze de website van de gemeente kennen. Echter dit verband is zeer klein.

In tabel 4.8 is te zien dat ook opleidingsniveau van invloed is op de bekendheid met de website.

Tabel 4.8: Verband opleidingsniveau en bekendheid met website

Weet u of de gemeente een website heeft?	Opleidingsniveau?			TOTAAL (%)
	Laag (%)	Midden (%)	Hoog (%)	
Nee	59 (40,1)	28 (17,2)	5 (6)	92 (23,4)
Ja	88 (59,9)	135 (82,8)	78 (94)	301 (76,6)
TOTAAL	147 (100)	163 (100)	83 (100)	393 (100)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat de relatie tussen het opleidingsniveau van de respondent en de bekendheid met de website significant is (Chi-kwadraat=40,461, df=2, p=0,00). Spearman's Rho heeft een waarde van 0,323. Dat wil zeggen dat er een positief verband is tussen opleidingsniveau en de bekendheid met de website. (Spearman's Rho=0,323, p=0,00). Dus hoe hoger het opleidingsniveau van de respondent, hoe groter de kans dat de respondent de website van de gemeente kent.

In dit onderzoek wordt ook achterhaald of het bezit van een computer thuis waarvan de respondent gebruikt maakt van invloed is op de bekendheid met de website van de gemeente.

Tabel 4.10: Verband pc-bezit en bekendheid met website

Weet u of de gemeente een website heeft?	Bezit een computer?			TOTAAL (%)
	Nee (%)	Ja (%)		
Nee	31 (53,4)	63 (18,5)		94 (23,6)
Ja	27 (46,6)	278 (81,5)		305 (76,4)
TOTAAL	58 (100)	341 (100)		399 (100)

In tabel 4.10 is te zien dat er een verschil is tussen de bekendheid van de website en het computerbezit van de respondent. Respondenten in het bezit van een computer zijn beduidend vaker op de hoogte van de website van de gemeente dan respondenten zonder een computer. Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dit verschil ook significant (Chi-kwadraat=33,667, df=1, p=0,00). Cramers V heeft een waarde van 0,29. Dat houdt in dat er een slechts een zwak verband bestaat tussen het bezit van een computer en de bekendheid met de website.

Ook de mogelijkheid van toegang tot het internet blijkt van invloed op de bekendheid van de website van de gemeente.

Tabel 4.11: Verband toegang tot internet en bekendheid met website

Weet u of de gemeente een website heeft?	Toegang tot internet?		
	Nee (%)	Ja (%)	TOTAAL (%)
Nee	33 (51,6)	61 (18,2)	94 (23,6)
Ja	31 (48,4)	274 (81,8)	305 (76,4)
TOTAAL	64 (100)	335 (100)	399 (100)

In tabel 4.11 is te zien dat respondenten die thuis toegang tot het internet hadden en daar ook gebruik van maakten beduidend vaker op de hoogte waren van de website van Beuningen dan mensen zonder toegang tot internet. Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dit verschil ook significant te zijn (Chi-kwadraat=33,194, df=1, p=0,00). Cramers V heeft een waarde van 0,29. Dus ook hier hebben we te maken met een zwak verband tussen toegang tot internet en de bekendheid met de website.

4.1.4 Wie bezocht de website van Beuningen?

In paragraaf 4.1.4 zijn alleen de respondenten meegenomen die aangegeven hebben te weten dat de gemeente Beuningen een website heeft. Dat betekent dat we in deze paragraaf werken met een steekproef van 305 respondenten. We gaan ervan uit dat de mensen die niet weten dat de gemeente een website heeft, deze ook nooit bezocht hebben. Door ontbrekende data wijkt dit getal (305) soms iets af. Ten eerste wordt de invloed van geslacht op het wel of niet bezoeken van de website bekeken. In tabel 4.12 zien we kleine verschillen tussen mannen en vrouwen.

Tabel 4.12: Verband geslacht en bezoek aan de website

Heeft u de website wel eens bezocht?	Geslacht?		TOTAAL (%)
	Man (%)	Vrouw (%)	
Nee	49 (33,8)	58 (36,5)	107 (35,2)
Ja	96 (66,2)	101 (63,5)	197 (64,8)
TOTAAL	145 (100)	159 (100)	304 (100)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat er geen significant verschil is tussen mannen en vrouwen (Chi-kwadraat=0,240, df=1, p=0,624).

Er is ook gekeken naar het verband tussen leeftijd en het bezoeken van de website. In de tabel 4.13 is te zien dat hoe ouder de respondent is, hoe groter de kans dat de respondent de website nooit bezocht heeft.

Tabel 4.13: Verband leeftijd en bezoek aan de website

Heeft u de website wel eens bezocht?	Leeftijd?			TOTAAL (%)
	14 t/m 39 (%)	40 t/m 65 (%)	66 t/m 92 (%)	
Nee	40 (26,8)	49 (37,7)	18 (72)	107 (35,2)
Ja	109 (73,2)	81 (62,3)	7 (28)	197 (64,8)
TOTAAL	149 (100)	130 (100)	25 (100)	304 (100)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dit verschil ook significant (Chi-kwadraat=19,7575, df=2, p=0,00). Spearman's Rho heeft een waarde van -0,192. Dat betekent dat er een negatief verband is tussen leeftijd en het wel of niet bezocht hebben van de website. Hoe hoger de leeftijd, hoe kleiner de kans wordt dat de respondent de website wel eens bezocht heeft.

In tabel 4.14 wordt het verband tussen opleidingsniveau en het wel of niet bezocht hebben van de website bekeken.

Tabel 4.14: Verband opleidingsniveau en bezoek aan de website

Heeft u de website wel eens bezocht?	Opleidingsniveau?			
	Laag (%)	Midden (%)	Hoog (%)	TOTAAL (%)
Nee	42 (47,7)	49 (36)	17 (21,5)	108 (35,6)
Ja	46 (52,3)	87 (64)	62 (78,5)	195 (64,4)
TOTAAL	88 (100)	136 (100)	79 (100)	303 (100)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat het verschil tussen opleidingsniveau significant is (Chi-kwadraat=12,481, df=2, p=0,00). Voor de grootte en richting van het verband wordt naar Spearman's Rho gekeken. Spearman's Rho heeft een waarde van 0,188. Dat betekent dat er een klein positief verband is tussen opleidingsniveau en het wel of niet bezocht hebben van de website. Hoe hoger het opleidingsniveau, hoe groter de kans wordt dat de respondent de website wel eens bezocht heeft.

Daarnaast is ook gekeken of het bezit van een computer thuis waarvan de respondent gebruikt maakt van invloed is op het wel of niet bezoeken van de website. In de tabel 4.15 is te zien dat respondenten die niet in het bezit zijn van een computer beduidend minder vaak de website wel eens bezocht hebben dan respondenten die wel in het bezit zijn van een computer.

Tabel 4.15: Verband pc-bezit en bezoek aan website

Heeft u de website wel eens bezocht?	Bezit een computer?		
	Nee (%)	Ja (%)	TOTAAL (%)
Nee	25 (92,6)	82 (29,5)	107 (43,2)
Ja	2 (7,4)	196 (70,5)	198 (64,9)
TOTAAL	27 (100)	278 (100)	305 (100)

Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dit verschil significant te zijn (Chi-kwadraat=43,020, df=1, p=0,00). Cramers V heeft een waarde van 0,376. Dit houdt in dat er een zwak tot middelgroot verband is tussen het bezit van een computer en het bezoeken van de website van de gemeente.

Tenslotte in tabel 4.16 het verband tussen toegang tot internet hebben en het wel of niet bezocht hebben van de website.

Tabel 4.16: Verband toegang tot internet en bezoek aan website

Heeft u de website wel eens bezocht?	Toegang tot internet?		
	Nee (%)	Ja (%)	TOTAAL (%)
Nee	25 (80,6)	83 (30,3)	108 (35,4)
Ja	6 (19,4)	191 (69,7)	197 (64,6)
TOTAAL	31 (100)	274 (100)	305 (100)

Respondenten met toegang tot internet hebben vaker de website van de gemeente wel eens bezocht dan respondenten zonder internet. Uit de Chi-kwadraat toets blijkt dat ook dit verschil significant is (Chi-kwadraat=30,873, df=1, p=0,00). Cramers V heeft een waarde van 0,318. Dit houdt in dat er een zwak tot middelgroot verband is tussen toegang tot het internet en het bezoeken van de website van de gemeente.

Dit waren de resultaten van het bereiksonderzoek. Uit de resultaten blijkt dat een vrij hoog percentage van de respondenten de website van de gemeente Beuningen kent. Meer dan de helft van de respondenten die de website kent, heeft de website ook daadwerkelijk wel eens bezocht. Er is geen relatie met geslacht. Er is een klein negatief verband tussen leeftijd en de bekendheid van de website. Het verband tussen leeftijd en gebruik van de website is sterker. Er is een positief verband tussen opleidingsniveau, computerbezit, toegang tot internet en de bekendheid en gebruik van de website.

In het paragraaf 4.2 worden de resultaten van het evaluatie- en behoefteonderzoek gerapporteerd.

4.2 Deelonderzoek 2: Evaluatie- en behoefteonderzoek

Deelonderzoek 2 richtte zich op de evaluatie van de website van de gemeente Beuningen en de wensen en behoeften van de gebruikers. Dit deelonderzoek was een schriftelijke enquête onder de inwoners van Beuningen. Aan dit deelonderzoek hebben 103 respondenten deelgenomen

4.2.1 Karakteristieken van de respondenten

In deze paragraaf zullen enkele karakteristieken zoals geslacht, leeftijd en opleidingsniveau van de respondenten bekeken worden. Ten eerste het geslacht. In tabel 4.17 is de verdeling mannen en vrouwen onder de respondenten weergegeven.

Tabel 4.17: Verdeling geslacht

Geslacht	Absolute aantallen	Percentages
Vrouw	62	60,2
Man	41	39,8
TOTAAL	103	100

In tabel 4.18 is de verdeling van de variabele leeftijd opgedeeld in drie categorieën te zien.

Tabel 4.18: Verdeling leeftijd

Leeftijdscategorieën	Absolute aantallen	Percentages
Jonger (< 40 jaar)	26	25,2
Middelbaar (40 t/m 65 jaar)	69	67,0
Ouder (> 65 jaar)	8	7,8
TOTAAL	103	100

In tabel 4.19 staat de verdeling van de variabele opleidingscategorieën.

Tabel 4.19: Opleidingscategorieën

Opleidingsniveau	Absolute aantallen	Percentages
Laag	30	30
Midden	33	33
Hoog	37	37
TOTAAL	100	100

De gemeente Beuningen bestaat uit de plaatsen Beuningen, Ewijk, Weurt en Winssen. In tabel 4.20 staat hoe de verdeling van de respondenten is over deze plaatsen.

Tabel 4.20: Woonplaats

Woonplaats	Absolute aantallen	Percentages
Beuningen	65	63,1
Ewijk	22	21,4
Weurt	9	8,7
Winssen	7	6,8
TOTAAL	103	100

Er is ook gekeken naar de werksituatie van de respondent. In tabel 4.21 staat de verdeling over de respondenten weergegeven.

Tabel 4.21: Werksituatie

Werksituatie	Absolute aantallen	Percentages
Werkend	65	63,1
Niet-werkend	16	15,5
Anders	17	16,5
Student of scholier	5	4,9
TOTAAL	103	100

Het merendeel van de respondenten is werkzaam. Onder de categorie 'Anders' vallen onder andere respondenten die met pensioen zijn en parttime werkers. In tabel 4.22 staat het computerbezit en toegang tot het internet van de respondent weergegeven. En in tabel 4.23 staat de internetervaring van de respondenten.

Tabel 4.22: Computerbezit en toegang tot internet

	Beschikking over pc		Toegang tot internet	
	Absolute aantallen	Percentages	Absolute aantallen	Percentages
Nee	0	0	1	1
Ja, thuis	55	53,8	54	52,4
Ja, thuis en op het werk	48	46,6	47	45,6
Ja, elders	0	0	1	1
TOTAAL	103	100	103	100

Tabel 4.23: Internetervaring

Internetervaring	Absolute aantallen	Percentages
Minder dan 1 jaar	4	3,9
1 tot 3 jaar	10	9,8
Langer dan 3 jaar	88	86,3
TOTAAL	102	100

Alle respondenten waren thuis in het bezit van een computer. En bijna de helft heeft naast thuis ook op het werk een computer. Dit geldt ook voor toegang tot het internet. Slechts één respondent heeft geen toegang tot het internet en één respondent heeft alleen elders toegang tot internet. Het merendeel van de respondenten (86,3%) heeft langer dan 3 jaar ervaring met internet.

Vervolgens wordt er gekeken naar het contact met de gemeente. De respondenten konden aangeven hoe vaak men het afgelopen jaar contact heeft gehad met de gemeente en via welk kanaal. In tabel 4.24 en 4.25 staat dit weergegeven.

Tabel 4.24: Aantal keer contact met de gemeente in het afgelopen jaar

Aantal	Absolute aantallen	Percentages
Geen contact	3	2,9
0-3 keer	59	57,3
4-6 keer	24	23,3
Meer dan 6 keer	17	16,5
TOTAAL	103	100

Slechts 3 respondenten hebben het afgelopen jaar geen contact gehad met de gemeente. De grootste groep heeft 0 tot 3 keer contact gehad met de gemeente dit jaar.

Tabel 4.25: Welk kanaal contact met gemeente

Kanaal	Absolute aantallen	Percentages
Balie in gemeentehuis	71	29,7
Website	67	28,0
Telefoon	58	24,3
E-mail	22	9,2
Schriftelijk	21	8,8
TOTAAL	239	100

In tabel 4.25 is het totaal 239 in plaats van 103 omdat respondenten bij deze vraag meerdere antwoorden konden invullen. De balie in het gemeentehuis is het populairst met op de voet gevolgd door de website. Schriftelijk contact is het minst populair.

Uit de bovenstaande gegevens kan geconcludeerd worden dat de meeste respondenten een baan hebben, thuis de beschikking hebben over een computer met internet en vaak ook op het werk. Daarnaast zijn de meeste respondenten ervaren internetgebruikers. Het aantal contactmomenten met de gemeente per jaar is laag en zowel de balie, als website en telefoon zijn populaire contactkanalen.

4.2.2 Evaluatie van de website

In de vorige paragraaf hebben we verschillende kenmerken van de respondenten besproken. In deze paragraaf wordt de website van de gemeente Beuningen bekeken. Alvorens over te gaan tot de evaluatie van de website, wordt het eerst gekeken naar het aantal keer dat de website bezocht is het afgelopen jaar door de respondenten en wat de reden was voor het bezoek (tabel 4.26 en 4.27).

Tabel 4.26: Aantal keer website bezocht in het afgelopen jaar

Aantal	Absolute aantallen	Percentages
Een keer	20	19,4
2-10 keer	61	59,2
11-20 keer	9	8,7
Meer dan 20 keer	13	12,6
TOTAAL	103	100

In tabel 4.26 is 'geen bezoek aan de website' geen optie. Een van de selectiecriteria voor dit onderzoek was dat de respondent het afgelopen jaar minimaal een keer de website bezocht moest hebben. De respondenten die via de website meededen, moesten sowieso de website eerst bezoeken. Ongeveer 20% van de respondenten heeft de website van de gemeente een keer bezocht. Het merendeel van de respondenten tussen de 2 en 10 keer.

Tabel 4.27: Reden van laatste bezoek

Reden	Absolute aantallen	Percentages
Informatie over producten & diensten	67	25
Nieuws over/in Beuningen	47	17,5
Openingstijden & adresinformatie	46	17,2
Nieuwsgierig, interesse	26	9,7
Beleidsinformatie	15	5,6
Aanvraagformulier	13	4,9
Vacatures	12	4,5
Informatie over woonwijk	12	4,5
Vraag/klacht	11	4,1
TOTAAL	268	100

De voornaamste reden van het bezoek aan de website van Beuningen was informatie over producten & diensten (tabel 4.27). In 25% van de gevallen was onder andere dat de reden van het bezoek. Het totale aantal is hier 268 in plaats van 103 omdat de respondenten meerdere antwoorden konden geven.

De respondenten zijn gevraagd in welke mate zij met hun bezoek aan de website hun doel bereikt hebben. Dit heeft te maken met de functionaliteit van de website. In tabel 4.28 staan de resultaten.

Tabel 4.28: Heeft u met het bezoek aan de website uw doel bereikt?

Doel bereikt?	Absolute aantallen	Percentages
Helemaal niet	8	7,8
Een klein beetje	21	20,4
Grotendeels	57	55,3
Volledig	17	16,5
TOTAAL	103	100

Het merendeel van de respondenten heeft ten minste grotendeels hun doel bereikt ($55,3+16,5=71,8\%$). Specifieke dingen die respondenten niet konden vinden op de website van de gemeente waren informatie over afval (afvalcontainers, afvalverwerking en afvalkalender), links naar openingstijden van de molen en vereniging voor senioren en hun activiteiten, informatie over openingstijden, koopzondagen en openingstijden van evenementen (bv kermis), informatie over uitbreidingsplannen van Ewijk, een digitale kaart van Beuningen, bestemmingsplannen, informatie over producten en diensten (kosten identiteitsbewijs/paspoort, informatie over verlenging rijbewijs, digitale aanvraagformulieren, status bouwplannen) en ingekomen stukken tijdens raadsvergaderingen.

In het kader van gebruiksvriendelijkheid is de respondent ook gevraagd hoe hij doorgaans de gewenste informatie zoekt op de website van Beuningen. In tabel 4.29 staan de resultaten weergegeven.

Tabel 4.29: Hoe zoekt u informatie op de website

Manier	Absolute aantallen	Percentages
Via het menu	58	56,3
Via de zoekfunctie van de website	29	28,2
Via de sitemap	11	10,7
Anders	5	4,9
TOTAAL	103	100

De meeste respondenten zoeken informatie via het menu (56,3%). Gevolgd door de zoekfunctie (28,2%) en vervolgens de sitemap (10,7%).

Tabel 4.30: Heeft u de zoekfunctie wel eens gebruikt

	Absolute aantallen	Percentages
Ja, regelmatig	20	19,4
Ja, een enkele keer	42	40,8
Nee, nooit	41	39,8
TOTAAL	103	100

Zoeken met de zoekfunctie van de website wordt bij 28,2% van de respondenten aangegeven als manier van informatie zoeken. Er is wat dieper op die zoekfunctie ingegaan. Uit de enquête blijkt 19,4% van de respondenten de zoekfunctie regelmatig te gebruiken en 40,8% een enkele keer. De resterende 39,8% heeft de zoekfunctie nog nooit gebruikt (zie tabel 4.32).

De respondenten zijn ook gevraagd aan te geven welke bronnen hun voorkeur had om informatie over Beuningen te zoeken. In tabel 4.33 het resultaat.

Tabel 4.33: Voorkeursbron voor het zoeken van informatie over Beuningen

Bron	Absolute aantallen	Percentages
Website	45	33,1
Gemeentegids	39	28,7
Koerier	38	27,9
Gelderlander	7	5,1
Gemeentehuis	7	5,1
TOTAAL	136	100

In tabel 4.33 is te zien dat 33,1% van de respondenten de website als voorkeursbron opgeeft voor het zoeken van informatie over Beuningen. Gevolgd door de gemeentegids en het huis-aan-huis blad De Koerier. Minder populair zijn het regionale dagblad De Gelderlander en het gemeentehuis.

Ter afsluiting van het evaluatiedeel van de enquête zijn de respondenten gevraagd een rapportcijfer te geven voor de website van de gemeente Beuningen. De cijfers lagen tussen de 4 en de 9. Het gemiddelde cijfer is 7,2 met een standaarddeviatie van 0,92 (zie tabel 4.35). Ook is de respondenten gevraagd een rapportcijfer te geven voor het digitale loket van de gemeente op de website. Om een cijfer te kunnen geven aan het digitale loket van Beuningen moet de respondent het digitale loket wel eens bekeken hebben. Daarom werd eerst gevraagd of de respondent het digitale loket kende. In tabel 4.34 staan de resultaten.

Tabel 4.34: Heeft u het digitale loket wel eens bekeken

	Absolute aantallen	Percentages
Nee	39	38,2
Ja, alleen bekeken	47	46,1
Ja, ook gebruikt	16	15,7
TOTAAL	102	100

Ongeveer 38% van de respondenten heeft het digitale loket van de gemeente nog nooit gezien. Van de overige respondenten heeft 46,1% het digitale loket wel eens bekeken en 15,7% het digitale loket gebruikt. Het rapportcijfer voor het digitale loket lag tussen de 4 en 8. Het gemiddelde rapportcijfer is 7 met een standaarddeviatie van 0,88 (zie tabel 4.35).

Tabel 4.35: Rapportcijfers website en digitaal loket

	n	Min.	Max.	M	SD
Website	102	4,0	9,0	7,2	0,92
Digitaal loket	62	4,0	8,0	7,0	0,88

4.2.2.1 Kwaliteitscriteria

Uit de factoranalyse kwam maar een kernfactor naar voren voor kwaliteit. De oorspronkelijke criteria van het eQual-model en de economisch-rationalistische variant van de Information Seeking Approach zijn niet terug te vinden in de data van dit onderzoek. Desondanks staat in tabel 4.36 per kwaliteitscriterium de gemiddelde score en de standaarddeviatie.

Tabel 4.36: Kwaliteitscriteria

Kwaliteitscriteria	M	SD
Functionaliteit	3,67	0,53
Gebruiksvriendelijkheid	3,38	0,49
Vormgeving	3,66	0,53
Informatieaanbod	3,42	0,38

In bijlage 4 staan de scores per stelling weergegeven in tabellen.

De kwaliteitscriteria zullen apart bekeken worden om te kijken of er opmerkelijke verschillen zijn tussen relevante kenmerken en de beoordeling van de website. De relevante kenmerken zijn het geslacht, de leeftijd en het opleidingsniveau van de respondent. Daarnaast is er gekeken in welke woonwijk de respondent woont en hoeveel ervaring de respondent heeft met internet.

Ten eerste het criterium functionaliteit. Er is geen significant verschil tussen mannen en vrouwen wat betreft de beoordeling van de functionaliteit van de website ($F=1,568$, $df+1$, $p=0,213$). Alleen op de stelling 'Ik vind altijd wat ik zoek' is er een significant verschil ($p=0,05$) tussen mannen en vrouwen ($F=4,511$, $df=1$, $p=0,036$). Vrouwen waarderen de stelling hoger dan mannen. Dat wil zeggen dat vrouwen vaker vinden wat ze zoeken op de website dan mannen.

Er is ook bekeken of er significante verschillen zijn tussen de leeftijdscategorieën van de respondenten. Er zijn geen significante verschillen gevonden tussen de verschillende leeftijdscategorieën ($F=0,370$, $df=2$, $p=0,692$). Ook bij opleidingsniveau zijn er geen significante verschillen tussen de waardering voor de functionaliteit van de website ($F=0,088$, $df=2$, $p=0,916$). Er is ook nog gekeken naar verschillen van waardering tussen de respondenten uit Beuningen, Ewijk, Weurt en Winssen ($F=0,822$, $df=3$, $p=0,485$) en respondenten met veel en weinig internetervaring ($F=0,616$, $df=2$, $p=0,542$). Bij beide variabelen waren er geen significante verschillen tussen de groepen respondenten. In bijlage 5 staan de gemiddelde scores per groep respondenten met de standaarddeviatie in tabellen weergegeven.

Vervolgens het criterium gebruiksvriendelijkheid. Er is geen significant verschil tussen mannen en vrouwen wat betreft de beoordeling van de gebruiksvriendelijkheid ($F=1,843$, $df=1$, $p=0,178$). Alleen op de stelling 'De icoontjes zijn duidelijk' is er een significant verschil ($p=0,05$) tussen mannen en vrouwen ($F=4,205$, $df=1$, $p=0,043$). Vrouwen waarderen de stelling hoger dan mannen. Dus vrouwen vinden de icoontjes over het algemeen duidelijker dan mannen. De waardering voor de gebruiksvriendelijkheid van de website is ook vergeleken tussen leeftijd ($F=0,118$, $df=2$, $p=0,889$), opleidingsniveau ($F=0,151$, $df=2$, $p=0,860$), woonwijk ($F=0,058$, $df=3$, $p=0,982$) en internetervaring ($F=1,601$, $df=2$, $p=0,207$). Bij geen van deze variabelen is een significant verschil gevonden voor de waardering van gebruiksvriendelijkheid van de website (zie bijlage 5).

De waardering voor de vormgeving van de website is vergeleken tussen geslacht ($F=0,768$, $df=2$, $p=0,383$), leeftijd ($F=0,800$, $df=2$, $p=0,452$), opleidingsniveau ($F=0,743$, $df=2$, $p=0,478$), woonwijk ($F=0,421$, $df=3$, $p=0,738$) en internetervaring ($F=0,517$, $df=2$, $p=0,567$). Er zijn geen significante verschillen gevonden tussen deze groepen respondenten en hun waardering voor de vormgeving van de website (zie bijlage 5).

Op 'stellingniveau' is er wel een significant verschil ($p=0,05$) gevonden tussen opleidingsniveau en de stelling 'Website past bij de gemeente' ($F=3,243$, $df=2$, $p=0,043$). Lager opgeleiden waardeerden deze stelling hoger dan midden en hoog opgeleiden (Laag: $M=3,90$, $SD=0,55$; Midden: $M=3,55$, $SD=0,71$; Hoog: $M=3,54$, $SD=0,65$). Hieruit kan geconcludeerd worden dat lager opgeleiden de website beter bij de gemeente vinden passen dan hoger opgeleiden.

Ten slotte het informatieaanbod van de website. De waardering voor het informatieaanbod op de website is vergeleken tussen geslacht ($F=6,216$, $df=1$,

$p=0,014$), leeftijd ($F=1,363$, $df=2$, $p=0,261$), opleidingsniveau ($F=1,986$, $df=2$, $p=0,143$), woonwijk ($F=0,610$, $df=3$, $p=0,610$) en internetervaring ($F=0,739$, $df=2$, $p=0,480$). Er is een significant verschil gevonden tussen geslacht en de waardering voor het informatieaanbod op de website. Vrouwen waarderen het informatieaanbod op de website significant hoger (zie bijlage 5).

Op 'stellingniveau' is het significante verschil tussen mannen en vrouwen terug te vinden in de stelling 'De informatie is actueel' ($F=12,831$, $df=1$, $p=0,001$). Vrouwen vinden de informatie op de website actueler dan mannen (Mannen: $M=3,12$, $SD=0,87$; Vrouwen: $M=3,68$, $SD=0,70$).

4.2.3 Wensen en behoeften van de gebruikers

In de vorige paragraaf hebben we de evaluatie van de website van de gemeente Beuningen gerapporteerd. Nu wordt er gekeken naar de wensen en behoeften van de gebruikers. De wensen en behoeften worden bekeken aan de hand van drie onderwerpen. Ten eerste kijken we naar de wensen en behoeften wat betreft de informatie op de website, vervolgens naar de producten en diensten en ten slotte naar de participatie via de website.

Informatie

Er zijn 19 informatieonderwerpen geselecteerd. Aan de respondenten is gevraagd hoe nuttig zij het vonden dat er informatie over deze onderwerpen op de website van Beuningen te vinden is. Zij konden dit aangeven op een schaal van 1 t/m 5; 1 is helemaal niet nuttig en 5 is zeer nuttig. In tabel 4.37 staan de informatieonderwerpen gerangordend van zeer nuttig naar minder nuttig. Er is gekeken naar de gemiddelde score van het onderwerp. Wanneer het gemiddelde gelijk was, gaf de standaarddeviatie de doorslag.

Tabel 4.37: Informatieonderwerpen

	x	s
1. Adres en contactgegevens	4,37	0,61
2. Nieuws en actualiteit	4,29	0,64
3. Agenda	4,28	0,58
4. Plattegrond	4,17	0,88
5. Info over onderwijs, welzijn en werk	4,15	0,62
6. Info over verkeer en vervoer	4,15	0,75
7. Info over natuur, recreatie en sport	4,13	0,57
8. Bestemmingsplan	4,13	0,80
9. Info over wonen en wijken*	4,08	0,59
10. Gemeentegids*	4,05	0,87
11. Info over beleid*	3,94	0,69
12. Gemeentebestuur	3,93	0,72
13. Verkiezingsuitslag	3,90	0,75
14. Info over kunst en cultuur*	3,86	0,70
15. Openingstijden winkels	3,80	0,94
16. Vacatures	3,73	0,90
17. Info over gemeente	3,68	0,81
18. Info over uitgaan en horeca*	3,66	0,87
19. Info voor ondernemers	3,41	0,88

Noot: 1=helemaal niet nuttig, 5=zeer nuttig

* N=102 in plaats van 103

In tabel 4.37 is te zien dat de geselecteerde informatieonderwerpen tussen de 3,41 en 4,37 scoren (1=helemaal niet nuttig, 5=zeer nuttig). Adres en contactgegevens vinden de respondenten de belangrijkste informatie die terug te vinden moet zijn op de website. Informatie voor ondernemers vinden de respondenten het minst nuttige onderwerp.

Producten en diensten

Er zijn 20 producten en diensten geselecteerd. Aan de respondenten is gevraagd hoe nuttig zij het vonden dat deze producten en diensten op de website van Beuningen te regelen of aan te vragen zijn. Zij konden dit aangeven op een schaal van 1 t/m 5; 1 is helemaal niet nuttig en 5 is zeer nuttig. In tabel 4.38 zijn de producten en diensten gerangordend van zeer nuttig naar minder nuttig. Er is gekeken naar de gemiddelde score van het product of dienst. Wanneer het gemiddelde gelijk was, gaf de standaarddeviatie de doorslag.

Tabel 4.38: Producten en diensten

	x	s
1. Melding schade/onderhoud van wegen/trottoirs*	4,35	0,71
2. Uittreksel bevolkingsregister	4,33	0,72
3. Afschrift burgerlijke stand	4,20	0,83
4. Aanvragen/verlengen paspoort	4,11	0,98
4. Aanvragen/verlengen rijbewijs	4,11	0,98
6. Verhuizing/emigratie	4,05	0,91
7. Aanvragen bouwvergunning	4,03	0,84
8. Bestemmingsplan*	4,01	0,85
9. Afspraak ambtenaar	4,00	0,86
10. Informatie aanvragen over onr. zaken belasting	3,96	0,76
11. Aanvraag gehandicaptenvoorziening	3,94	0,85
12. Aanvraag kwijtschelding belasting/heffing	3,89	0,88
13. Geboorte aangifte	3,86	1,15
14. Huwelijk/echtscheiding melden	3,79	1,04
15. Aangifte hondenbelasting	3,78	0,90
16. Aankoop/verhuur bouwgrond	3,73	0,95
17. Aanvragen rondom inkomen	3,67	0,99
18. Info over uitgaan en horeca	3,66	0,87
19. Aanvraag bijstandsuitkering	3,46	1,05

Noot: 1=helemaal niet nuttig, 5=zeer nuttig

** N=101 in plaats van 102*

In tabel 4.38 is te zien dat de geselecteerde producten en diensten tussen de 3,46 en 4,35 scoren (1=helemaal niet nuttig, 5=zeer nuttig). Melding schade/onderhoud van wegen/trottoirs vinden de respondenten de belangrijkste dienst die via de website te regelen is. Gevolgd door het aanvragen van een uittreksel van het bevolkingsregister en een afschrift van de burgerlijke stand. Daarna volgen het aanvragen/verlengen van het paspoort en rijbewijs. De minst nuttige dienst van de gemeente is volgens de respondenten het aanvragen van een bijstandsuitkering.

Daarnaast is er aan de burgers gevraagd op welke manier de gemeente de aanvraagformulieren in het digitale loket moet aanbieden. In tabel 4.39 het resultaat.

Tabel 4.39: Hoe moeten de aanvraagformulieren aangeboden worden

	Absolute aantallen	Percentages
Online invullen en elektronisch terugsturen	40	43,0
Uitprinten, invullen en per post verzenden	6	6,5
Beide mogelijkheden	47	50,5
TOTAAL	93	100

Het merendeel van de respondenten (50,5%) kiest voor beide mogelijkheden. Slechts 6 respondenten kiest voor uitprinten, invullen en per post verzenden.

Wanneer producten en diensten online geregeld kunnen worden, zal ook de betaling online moeten geschieden. Daarom is de respondenten gevraagd op welke manier zij het

liefst willen betalen wanneer zij iets via het digitale loket hebben besteld. In tabel 4.40 staan de resultaten schematisch weergegeven.

Tabel 4.40: Betalingsmogelijkheden op de website

	Absolute aantallen	Percentages
Eenmalige machtiging	37	39,8
Acceptgiro	25	26,9
Elektronisch systeem van bank (bv Ideal)	22	23,7
Elektronisch betaalsysteem zoals Paypal	5	5,4
Met een creditcard	4	4,3
TOTAAL	93	100

Uit tabel 4.40 blijkt dat een groot deel van de respondenten het liefst betaalt met een éénmalige machtiging. De acceptgiro en een elektronisch systeem van de bank zoals Ideal zijn ook populair. Minder populair zijn betaalsystemen zoals Paypal en betalen met creditcard.

Participatie

Het laatste deel van de wensen en behoeften van de gebruikers gaat over de participatie. Hiermee bedoelen we het actief deelnemen van burgers aan bijvoorbeeld het beleidsproces bij de gemeente via de website. We hebben eerst de respondenten gevraagd of ze überhaupt wel geïnteresseerd zijn in mogelijkheden tot inspraak via de website.

Tabel 4.41: Participatie via de website

	Absolute aantallen	Percentages
Ja	58	56,9
Nee	44	43,1
TOTAAL	102	100

Uit tabel 4.41 blijkt dat het merendeel van de respondenten (56,9%) geïnteresseerd is in een mogelijkheid tot inspraak via de website. De respondenten die daadwerkelijk geïnteresseerd waren in participatie via de website is gevraagd aan te geven welke mogelijkheid tot inspraak hun voorkeur heeft. De resultaten staan in tabel 4.42. De respondenten konden meerdere antwoorden geven.

Tabel 4.42: Participatiemogelijkheden op de website

	Absolute aantallen	Percentages
Online insturen van reactieformulieren	48	55,2
Forum	18	20,7
Online bijwonen van raadsvergadering	17	19,5
Chat	4	4,6
TOTAAL	87	100

Uit tabel 4.42 blijkt dat meer dan de helft van de respondenten (55,2%) die geïnteresseerd zijn in participatie via de website de voorkeur geeft aan het online insturen van reactieformulieren. Een forum en het online bijwonen van raadsvergaderingen zijn ongeveer even populair. Slechts vier respondenten geven de voorkeur aan chatten.

5. CONCLUSIE EN DISCUSSIE

Voor dit onderzoek zijn verschillende onderzoeksvragen gesteld. De eerste onderzoeksvraag was te achterhalen wat het bereik van de website van de gemeente Beuningen is. De tweede onderzoeksvraag was het achterhalen hoe de website van de gemeente beter afgestemd kan worden op de gebruikers van de website. In dit hoofdstuk zullen de conclusies, aanbevelingen en discussiepunten van het onderzoek besproken worden.

5.1 Conclusies van het onderzoek

Om de doelstellingen te bereiken en antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen zijn er twee deelonderzoeken uitgevoerd onder de inwoners van Beuningen. Ten eerste is er een telefonische enquête gehouden waar 400 respondenten aan mee hebben gewerkt. Dit deelonderzoek was vooral ter beantwoording van de vraag over de bekendheid van de website van de gemeente Beuningen. Bovendien werden bij dit deelonderzoek respondenten geworven voor deelonderzoek 2. Deelonderzoek 2 was een schriftelijke enquête onder 103 gebruikers van de website. In dit deelonderzoek werd getracht op de andere onderzoeksvragen een antwoord te vinden.

5.1.1 Bereik van de website van de gemeente Beuningen

In deze paragraaf zal antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag: Wat is het bereik van de website van de gemeente Beuningen? De antwoorden worden gegeven op basis van 400 telefonische enquêtes onder de inwoners van Beuningen.

De eerste deelvraag was: Hoe hoog is het percentage inwoners dat weet dat de gemeente Beuningen een website heeft en/of de website wel eens heeft bezocht? Van de 400 respondenten, wisten 305 respondenten van het bestaan van de website van Beuningen. Dus 76,5% van de ondervraagde burgers wist dat de gemeente Beuningen een website heeft. Echter als je zou concluderen dat 76,5% van de inwoners van Beuningen weet dat de gemeente een website heeft, zou het percentage overschat worden. Een veel voorkomende reden van mensen om niet mee te willen doen aan de telefonische enquête was dat ze niets van internet wisten en geen internet hadden. De kans is groot dat deze mensen ook niet weten dat de gemeente Beuningen een website heeft. Maar gezien de non-response bij dit onderzoek niet heel hoog was, kan toch geconcludeerd worden dat veel inwoners van Beuningen op de hoogte zijn van de website van de gemeente.

Van de 305 respondenten die van het bestaan van de website af wisten, had 64,7% van de respondenten de website wel eens bezocht. Dat percentage ligt hoger dan de 57% uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg & Pieterse (2006). Het aantal bezoeken per jaar lag tussen de 0 en 150. Het gemiddelde aantal bezoeken per jaar is 6,4 met een standaardafwijking van 15,1. De mediaan ligt bij 3 bezoeken per jaar.

De tweede en derde deelvraag waren: Wat is het verband tussen de verschillende demografische kenmerken van de respondent en de bekendheid met de website en het gebruik van de website van de gemeente Beuningen? In dit onderzoek hebben de demografische kenmerken geslacht, leeftijd en opleidingsniveau bekeken.

In het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) kwam naar voren dat er slechts een klein verschil is tussen mannen en vrouwen wat betreft het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Uit de resultaten blijkt dat er in dit onderzoek geen significant verschil is tussen mannen en vrouwen wat betreft hun bekendheid en het gebruik van de website.

Uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) bleek dat ouderen minder vaak gebruik maken van elektronische overheidsdiensten dan jongeren. Ook deze stelling wordt bevestigd in dit onderzoek. Er is een klein negatief verband tussen leeftijd en de bekendheid van de website van de gemeente Beuningen. Dat wil zeggen hoe ouder de respondent, hoe kleiner de kans wordt dat de respondent de website kent. Dit geldt niet alleen voor de bekendheid van de website maar ook voor het gebruik. De sterkte van dit verband is zelfs nog iets groter. Hoe ouder de respondent, hoe kleiner de kans dat de respondent de website wel eens bezocht heeft. Dit is te verklaren doordat ouderen minder vaak in het bezit zijn van een computer en internet en minder computer/internet ervaring hebben. Ouderen hebben vaak ook andere behoeften.

Ook opleidingsniveau speelt een rol bij het gebruik van internet. Uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) blijkt dat hoogopgeleiden duidelijk meer gebruik van elektronische overheidsdiensten maken dan lager opgeleiden. Ook in dit onderzoek is er een verband tussen opleidingsniveau en de bekendheid met de website gevonden. Er is een klein positief verband tussen opleidingsniveau en de bekendheid met de website. Dus hoe hoger het opleidingsniveau, hoe groter de kans dat de respondent de website kent. Er is ook een klein positief verband tussen opleidingsniveau en gebruik van de website. De sterkte van dit verband is echter iets kleiner. Het verband tussen opleidingsniveau en de bekendheid en het gebruik van de website is te verklaren door de samenhang van opleiding met computergebruik en toegang tot internet en ervaring met computers/internet.

De twee laatste deelvragen waren: Wat is het verband tussen mediagebruik en de bekendheid en het gebruik van de website van de gemeente Beuningen? Uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) blijkt dat mediagebruik de belangrijkste verklarende factor is van het gebruik van elektronische overheidsdiensten. In dat onderzoek wordt onder mediagebruik onder andere verstaan het bezit van een computer en een internetaansluiting. In dit onderzoek is 85,4% van de respondenten in het bezit van een computer en maakt daar ook zelf gebruik van. Daarnaast heeft 83,9% van de respondenten toegang tot internet en maakt daar ook zelf gebruik van. Deze percentages liggen iets hoger dan de respectievelijke 84% en 80% van het landelijk gemiddelde (CBS, 2006).

In dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat respondenten die in het bezit zijn van een computer thuis die ze zelf ook daadwerkelijk gebruiken significant vaker op de hoogte zijn van de website van de gemeente dan respondenten zonder computer. Dit geldt ook voor het gebruik van de website. Respondenten in het bezit van een computer hebben significant vaker de website van de gemeente Beuningen wel eens bezocht dan mensen zonder computer of die geen gebruik maken van de computer. Bijna alle respondenten die de website van de gemeente Beuningen kennen en die in het bezit van een computer zijn, hebben de website wel eens bezocht. Er is dus een positief verband tussen het bezit van een computer en de bekendheid en het gebruik van de website van de gemeente Beuningen.

Dit geldt ook voor toegang tot het internet. Respondenten die thuis toegang tot het internet hadden en daar ook gebruik van maken zijn significant beter op de hoogte van de website van de gemeente. Hetzelfde zien we bij het gebruik van de website. Respondenten die thuis toegang tot het internet hadden en daar ook gebruik van maken hebben significant vaker de website van de gemeente bezocht. Bijna alle respondenten met toegang tot internet hebben de website van de gemeente wel eens bezocht. Er is dus ook een positief verband tussen het bezit van een computer en de bekendheid en het gebruik van de website van de gemeente Beuningen.

Samengevat kan geconcludeerd worden dat het bereik van de website van Beuningen goed is. Deze conclusie is gebaseerd op het percentage van 76,5% van de bevolking van Beuningen die weet dat de website bestaat. Bekendheid van de website was een voorwaarde voor het gebruik van de website. Andere voorwaarden waren fysieke toegang, digitale vaardigheden en motivatie. Uit het onderzoek blijkt dat 85,4% van de bevolking van Beuningen de beschikking heeft over computer en 83,9% heeft toegang tot internet en maakt daar ook gebruik van. Een groot deel van de bevolking heeft dus

de fysieke toegang en de digitale vaardigheden om de website te bezoeken. Alleen de motivatie is in dit onderzoek niet gemeten. Op basis van deze gegevens kan verwacht worden dat het gebruik van de website hoog is. Uit het onderzoek blijkt dat 64,7% van de bevolking van Beuningen die de website wel eens bezocht heeft. Dit is hoger dan het landelijk gemiddelde van 57% (Van Dijk, Hanenburg & Pieterse, 2006). Leeftijd en opleidingsniveau hebben invloed op de bekendheid en het gebruik van de website van de gemeente Beuningen. Oudere mensen en lageropgeleiden zijn minder vaak op de hoogte van de website en maken minder vaak gebruik van de website van de gemeente dan jongere mensen en hoogopgeleiden.

5.1.2 De gebruikers aan bod

In deze paragraaf zal de onderzoeksvraag hoe de website van de gemeente Beuningen beter kan worden afgestemd op de gebruikers van de website. Deze onderzoeksvraag zal in twee delen beantwoord worden. Ten eerste zal de ervaren kwaliteit van de huidige website besproken worden. Daarna zullen de behoeften van de gebruikers bekeken worden.

5.1.2.1 Gebruikers positief over de kwaliteit van de website

De tweede onderzoeksvraag heeft betrekking op de verbetering van de website van de gemeente Beuningen. Hiervoor is allereerst de kwaliteit van de website zoals deze door de deelnemers wordt ervaren vastgesteld. De kwaliteit van de website wordt door de gebruikers positief beoordeeld. De gebruikers konden de website beoordelen op de criteria functionaliteit, gebruiksvriendelijkheid, vormgeving, informatieaanbod en een algemeen oordeel.

Voor het criterium functionaliteit werden de respondenten vier stellingen voorgelegd en ze konden een algemeen oordeel geven over de functionaliteit van de website. Het merendeel van de respondenten (71,8%) gaf aan ten minste grotendeels hun doel bereikt na het bezoek aan de website. De respondenten konden een algemeen oordeel geven over functionaliteit van de website van de gemeente Beuningen waarbij 1=zeer slecht en 5=zeer goed. Gemiddeld kreeg de website van Beuningen voor de functionaliteit een 4,07 van de respondenten. Dat is een hoge score. Daaruit kan geconcludeerd worden dat de website van de gemeente volgens de gebruikers functioneel is.

Vervolgens werd het kwaliteitscriterium gebruiksvriendelijkheid bekeken. De respondenten zijn zes stellingen voorgelegd en ze konden een algemeen oordeel geven over de gebruiksvriendelijkheid van de website. Gemiddeld kreeg de website van

Beuningen voor gebruiksvriendelijkheid een 3,81. Ook een hoge score. Er kan dus geconcludeerd worden dat de gebruikers van de website tevreden zijn over de gebruiksvriendelijkheid van de website.

En wat vinden de gebruikers van de vormgeving van de website van de gemeente Beuningen? Dit werd gemeten op basis van zeven stellingen en een algemeen oordeel. Gemiddeld kreeg de website van Beuningen voor vormgeving een 3,76. Op dit criterium scoort de website van Beuningen het laagst, maar zeker meer dan voldoende. De gebruikers van de website zijn ook tevreden over de vormgeving van de website.

Het laatste criterium is informatieaanbod. Wat vinden de gebruikers van het informatieaanbod op de website van de gemeente Beuningen? Dit werd gemeten op basis van vijf stellingen en een algemeen oordeel. Gemiddeld kreeg de website van Beuningen voor het informatieaanbod een 3,79. Ook op dit criterium scoort de website van de gemeente meer dan voldoende. Er kan geconcludeerd worden dat de gebruikers van de website tevreden zijn over de inhoud van de website. Een deel van de respondenten (33,1%) gaf ook aan dat men voor het zoeken van informatie over Beuningen de voorkeur gaf aan de website.

Wat is de algemene indruk die gebruikers hebben van de website van de gemeente Beuningen? De respondenten waardeerden de website van de gemeente Beuningen met gemiddeld een 7,2 voor rapportcijfer. Er kan geconcludeerd worden dat de gebruikers van de website van Beuningen over het algemeen tevreden zijn. Dat blijkt ook uit de beoordelingen van de kwaliteitscriteria. Deze positieve beoordeling is ook terug te vinden in het rapportcijfer.

Er is ook onderzocht of de ervaren kwaliteit beïnvloed wordt door geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, de wijk waar de gebruiker in Beuningen woont en de ervaring met internet. Alleen geslacht had invloed op de beoordeling van het informatieaanbod. Vrouwen vonden het informatieaanbod op de website significant actueler dan mannen. Op alle andere kwaliteitscriteria hadden deze kenmerken van de respondent geen invloed. Daaruit kan geconcludeerd worden dat de gemeente geen speciale aandacht hoeft te geven aan bepaalde bevolkingsgroepen.

Het is nog niet mogelijk om producten & diensten digitaal te bestellen maar de website is na de balie van het gemeentehuis het belangrijkste contactkanaal. Vooral voor informatie over producten & diensten, Beuningen en openingstijden. Ook blijkt dat de voorkeursbron voor het zoeken van informatie de website is. Daaruit kan geconcludeerd

worden dat de website vooral als aanvullende medium wordt gebruikt. De website functioneert goed als aanvullend medium. Mensen vinden wat ze zoeken en geven de website een positief oordeel. Er is echter altijd ruimte voor verbetering. Daarom is er naast de kwaliteit ook de behoefte van de gebruikers gemeten. Hierover meer in paragraaf 5.1.2.2.

5.1.2.2 De buitensporige behoefte van de gebruiker

Welke informatie wil de gebruiker graag terug vinden op een website van de gemeente? Hieronder een opsomming van deze onderwerpen in volgorde van belangrijkheid. Het onderwerp dat de respondenten het nuttigst vonden staat bovenaan. Opgemerkt dient te worden dat bij geen enkel onderwerp het gemiddelde zo laag was dat respondenten het helemaal niet nuttig of niet nuttig vonden om op de website van de gemeente te komen.

Tabel 5.1: Lijst informatie-onderwerpen

1. Openingstijden	11. Info over beleid
2. Nieuws en actualiteit	12. Gemeentebestuur
3. Agenda	13. Verkiezingsuitslag
4. Plattegrond	14. Info over kunst en cultuur
5. Info over onderwijs, welzijn en werk	15. Openingstijden winkels
6. Info over verkeer en vervoer	16. Vacatures
7. Info over natuur, recreatie en sport	17. Info over gemeente
8. Bestemmingsplan	18. Info over uitgaan en horeca
9. Info over wonen en wijken	19. Info voor ondernemers
10. Gemeentegids	

Opvallend is dat openingstijden van het gemeentehuis de meest nuttige informatie op de website is wat de respondenten betreft. Dit bevestigt de conclusie dat de website vooral als aanvullend medium wordt gebruikt.

Het digitale loket van de gemeente Beuningen was door 38,2% van de respondenten nog nooit bekeken. 46,1% van de respondenten had het digitale loket van de gemeente wel eens bekeken en 15,7% ook daadwerkelijk gebruikt. Dit is een laag percentage. Dit kan verklaard worden doordat er nog geen elektronische transacties mogelijk zijn bij een digitale loket en de gebruikers daarom de voorkeur geven om gewoon naar het gemeentehuis te gaan. De respondenten die het digitale loket wel eens gezien of gebruikt hadden waardeerde het digitale loket van de gemeente met een 7.

Welke producten & diensten wil de gebruiker graag terug vinden op een website van de gemeente? Hieronder een opsomming van deze producten & diensten in volgorde van belangrijkheid. Het product/dienst die de respondenten het nuttigst vonden staat bovenaan.

Tabel 5.2: Lijst producten & diensten

1. Melding schade/onderhoud	11. Aanvraag gehandicaptenvoorziening
2. Uittreksel bevolkingsregister	12. Aanvraag kwijtschelding belasting
3. Afschrift burgerlijke stand	13. Geboorte aangifte
4. Aanvragen/verlengen paspoort	14. Huwelijk/echtscheiding melden
4. Aanvragen/verlengen rijbewijs	15. Aangifte hondenbelasting
6. Verhuizen/emigratie	16. Aankoop/verhuur bouwgrond
7. Aanvragen bouwvergunning	17. Aanvragen rondom inkomen
8. Bestemmingsplan	18. Info over uitgaan en horeca
9. Afspraak ambtenaar	19. Aanvraag bijstandsuitkering
10. Info aanvragen onr. zaken belasting	

Opgemerkt dient te worden dat bij geen enkel product/dienst het gemiddelde zo laag was dat respondenten het helemaal niet nuttig of niet nuttig vonden om op de website van de gemeente te komen.

De respondenten hadden overal behoeften aan. De verschillen tussen de onderwerpen bij informatiebehoefte en producten & diensten zijn klein. Er zou dus geconcludeerd kunnen worden dat de behoefte naar informatie en producten & diensten op de website erg groot is. Echter wordt geadviseerd om deze conclusie te nuanceren. Het lijkt erop dat de respondent met een 'baat het niet dan schaadt het niet' mentaliteit zijn behoefte heeft kenbaar gemaakt. Verwacht wordt dat het meetinstrument niet heeft de werkelijke behoefte heeft gemeten. In de paragraaf 5.2 hierover meer.

In welke mate moeten producten&diensten elektronisch beschikbaar zijn op de website? Een deel van de respondenten (43%) gaf de voorkeur aan online invullen en elektronisch terugsturen en slechts 6,5% koos voor uitprinten, invullen en per post retourneren. Het grootste deel (50,5%) koos ervoor dat beide opties mogelijk zijn op de website.

Hoe wil de gebruiker participeren op een website van de gemeente is de deelvraag. Eerst is gekeken of de gebruiker überhaupt wel wil participeren. Het merendeel van de 102 respondenten (56,9%) gaf aan geïnteresseerd te zijn in een mogelijkheid tot in spraak via de website. De voorkeur (55,2%) ging uit naar online in kunnen sturen van reactieformulieren. Een forum kreeg steun van (20,7%) van de respondenten en het online bijwonen van een raadsvergadering werd gesteund door 19,5% van de respondenten. Een chat was met 4,6% het minst populair. Er kan geconcludeerd worden dat er interesse is voor participatie via de website en wel het liefst in de vorm van het online insturen van reactieformulieren.

Samengevat kan geconcludeerd worden dat de ervaren kwaliteit van de gebruiker van de website van Beuningen goed is. De gebruikers zijn positief over de website. Ook geven

zij aan heel veel behoefte te hebben aan informatie, producten & diensten en participatie via de website.

5.1.3.3 Aanbevelingen Beuningen

Hoe kunnen deze conclusies nu worden vertaald naar de website van de gemeente Beuningen? Op basis van de dit onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen gedaan worden om de website nog beter te kunnen afstemmen op de gebruikers.

Een positief punt is dat veel mensen weten van het bestaan van de website door publicaties van de gemeente. De gemeente is dus goed bezig met de promotie van de website. Opvallend is wel dat er toch mensen zijn die denken dat de website van de gemeente Beuningen te vinden is op www.gemeentebeuningen.nl. Een mogelijkheid is om dit internetadres vast te leggen en te linken naar de website van Beuningen.

Daarnaast kan geconcludeerd worden dat de website als aanvullend contactkanaal positief beoordeeld wordt door de gebruikers. Over de gehele linie zijn de gebruikers positief over de website van de gemeente Beuningen.

Er is echter altijd ruimte voor verbetering. De website loopt achter op het gebied van elektronische transacties. De eerste belangrijke aanbeveling is dat de gebruikers van de website van Beuningen klaar zijn voor elektronische transacties via de website. Ze beschouwen het als nuttig tot zeer nuttig om de genoemde producten en diensten zo veel mogelijk elektronische te kunnen afhandelen. Wenselijk is wel dat er ook andere mogelijkheden blijven bestaan, zoals het uitprinten en opsturen van formulieren. Door het ontwikkelen van de elektronische transacties via de website kan ook een stap richting de website als vervangend in plaats van aanvullend contactkanaal worden gezet.

Ook hebben de respondenten aangegeven dat ze voor de elektronische transacties het liefst betalen met een éénmalige machtiging. Een acceptgiro en een elektronisch systeem van de bank (zoals Ideal) werden ook vaak genoemd.

Vervolgens nog enkele losse aanbevelingen die uit de vragenlijsten van de respondenten naar voren kwamen en zeker belangrijk zijn voor het gebruik van de website. Een opmerking van een gebruiker was dat de zoekfunctie van de website nogal oppervlakkig is. "De gevonden informatie geeft alleen nietszeggende titels. Er wordt niet in de documenten gekeken. Een website is leuk en handig maar waardeloos als er niets gevonden kan worden dat niet via de menu's wordt aangeboden", aldus een gebruiker. De zoekfunctie is een belangrijk onderdeel van een website en kan een heel handig

hulpmiddel zijn om snel de juiste informatie te kunnen vinden mits de zoekfunctie goed werkt. Het is dus belangrijk om hier aandacht aan te besteden.

Enkele gebruikers gaven ook aan de website op een Apple computer of met de internetbesturingsprogramma's Firefox en Opera niet goed werkt. De website werkt alleen naar behoren met Internet Explorer. Ook dit is een punt om in de toekomst aandacht aan te besteden.

5.2 Discussie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Er is in dit onderzoek een geheel nieuw meetinstrument tot stand gekomen. Het meetinstrument bestond uit twee delen. In het eerste deel werd de kwaliteit van de huidige website gemeten. In het tweede deel werden de behoeften van de gebruikers in kaart gebracht.

Is dit een betrouwbaar meetinstrument? Op het eerste deel van het meetinstrument is een factoranalyse uitgevoerd. Uit de factoranalyse kan geconcludeerd worden dat maar een dimensie voor kwaliteit is in dit onderzoek. Deze uitkomst is opmerkelijk te noemen. Er zijn veel onduidelijkheden en discrepanties in de wetenschappelijke literatuur te vinden over het concept kwaliteit. Er is echter een ding waar veel onderzoekers over eens zijn; kwaliteit is een multidimensionaal concept (Parasuraman, Zeithaml & Malhotra, 2005). Desalniettemin luidt de conclusie van dit onderzoek dat er maar één dimensie van kwaliteit terug te vinden is in het materiaal van dit onderzoek.

Uit de berekening van de Cronbach's Alpha (0,94) blijkt dat de dimensie kwaliteit in dit onderzoek een uitzonderlijk hoge betrouwbaarheid heeft. Dus de dimensie kwaliteit in dit onderzoek is wel betrouwbaar. Ook werd er een hoge verklaringsvariantie gevonden. Van alle aspecten die invloed hebben op de beoordeling van de kwaliteit van de website wordt 41,70% verklaard door de dimensie kwaliteit van dit onderzoek en dus de stellingen die gebruikt zijn in het meetinstrument. Dus ondanks dat er maar één dimensie van kwaliteit naar voren komt, heeft het meetinstrument wel een hoge betrouwbaarheid. Nader onderzoek zou moeten uitwijzen waarom er maar één dimensie van kwaliteit in dit onderzoek naar voren is gekomen.

Samengevat, kan geconcludeerd worden dat met dit onderzoek geen antwoord gevonden is op de vraag welke kwaliteitscriteria de kwaliteit van een gemeentelijke website. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat kwaliteit niet uit verschillende kwaliteitscriteria bestaat maar dat kwaliteit maar één dimensie heeft.

Bij het tweede deel van het meetinstrument hebben de gebruikers zowat aangegeven overal behoefte aan te hebben. De vraag is of de respondenten niet gewoon alles hebben aangevinkt als belangrijk. Misschien is het beter om het daarom in de toekomst niet een lijst voor te leggen maar de respondenten zelf een lijst te laten opstellen. Vervolgonderzoek moet dit uitwijzen.

Het meetinstrument is eventueel bruikbaar voor andere websites. Dit meetinstrument is wel ontwikkeld op basis van de website van Beuningen maar met enkele wijzigingen gemakkelijk aan te passen voor een ander onderzoek. Voor de gemeente Beuningen blijft dit meetinstrument ook bruikbaar. Echter geadviseerd wordt om het meetinstrument in vervolgonderzoek te optimaliseren.

Wanneer bijvoorbeeld in het vervolg ook elektronische producten en diensten op de website van Beuningen zijn gekomen, kan er naast het belang van het product/dienst ook de waardering van het product/dienst gemeten worden. Op basis van deze informatie kan er een prioriteitenanalyse gemaakt worden. Met behulp van de prioriteitenanalyse kan de gemeente precies zien wat de aandachtspunten en actiepunten zijn van de website.

Dit was het onderzoek naar de kwaliteit van de website van de gemeente Beuningen. De digitale wegen van Beuningen zijn onder de loep genomen en een eerste oordeel is geveld. Echter vervolgonderzoek blijft noodzakelijk om de kwaliteit van de website te waarborgen. Ook is er ruimte om de elektronische dienstverlening te optimaliseren om in de toekomst de burger nog beter van dienst te kunnen zijn.

LITERATUURLIJST

- Barnes, S. & Vidgen, R. (n.d.). WebQual: An Exploration of Web-site Quality. Geraadpleegd op 19 juni, 2007, van <http://is2.lse.ac.uk/asp/aspecis/20000052.pdf>
- Barnes, S. & Vidgen, R. (2001). Assessing the Quality of Auction Web Sites. *34th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 34(7), 7055.
- Barnes, S. & Vidgen, R. (2006). Data triangulation and web quality metrics: a case study in e-government. *Information & Management*, 43, 767-777.
- Bauer, C. & Scharl, A. (2000). Quantitive evaluation of Web site content and structure. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10(1), 31-43.
- Bekkers, V. (2001). De elektronische overheid. Over retoriek en realiteit. *Bestuurswetenschappen*, 55(4), 277-295.
- Bekkers, V. (2000). E-government: meer dan e-commerce voor overheden. *Management & informatie*, 2, 11-20.
- Besseling, E & Boom, E. (2002) Veelbelovend Eindhoven; onderzoek naar www.eindhoven.nl. Geraadpleegd op 26 maart, 2007, van <http://www.gemeente.eindhoven.nl/websitealgemeen/rapporten/netpanel.pdf>
- Bicharra Garcia, A.C., Maciel, C. & Bicharra Pinto, F. (2005). A quality Inspection Method to Evaluate E-Government Sites. *Electronic Government*, 3591, 198-209.
- Bressolles, G. & Nantel, J. (2004). Electronic Service Quality: A Comparison of Three Measurement Scales. Geraadpleegd op 17 juni, 2007, van <http://www.net-question.com/chairerbc/fichiers/92.pdf>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2007). *Onderzoek ICT gebruik huishoudens*. Geraadpleegd op 15 februari, 2007, van <http://statline.cbs.nl/StatWeb/start.asp?lp=search>
- Dijk, J.A.G.M. van. (2002) E-government. In: Bouwman, H., Dijk, J.A.G.M. van, Hooff, B. van den, Wijngaert (eds). *ICT in Organisaties, Adoptie, Implementatie, Gebruik en Effecten*. Amsterdam: Boom.

Dijk, J.A.G.M. van, & Deursen, A.J.A.M. van. (2006). Van aanbod naar vraag, tijd voor een perspectiefwisseling. Geraadpleegd op 26 maart, 2007, van http://www.ictenoverheid.utwente.nl/docs/2006-van_Aanbod_naar_Vraag.pdf

Dijk, J.A.G.M. van, & Deursen, A.J.A.M. van, & Boland, D. (2007). Elektronische publieke dienstverlening in de toekomst. Geraadpleegd op 26 maart, 2007, van http://www.ictenoverheid.utwente.nl/docs/2007-Toekomst_visies.pdf

Dijk, J.A.G.M. van, Hanenburg, M.H.N. & Pieterse, W.J. (2006). Gebruik van Nederlandse elektronische overheidsdiensten in 2006. Geraadpleegd op 26 maart, 2007, van http://www.ictenoverheid.utwente.nl/docs/2006-Gebruik_van_overheidsdiensten.pdf

Duivenboden, H.P.M. van, & Lips, A.M.B. (2002). De burger aan bod. *Tijdschrift Bestuurskunde* 8.

Duivenboden, H.P.M. van, & Lips, A.M.B. (2002). De vraaggerichte elektronische overheid. *Tijdschrift Bestuurskunde* 8.

Duivenboden, H.P.M. van, Lips, A.M.B. & Korsten, A.F.A. (2002). Klantgericht werken en ICT; Op weg naar vraaggerichte elektronische publieke dienstverlening. *Tijdschrift Bestuurskunde* 8.

Dumas, J.S. & Redish, J.C. (1999). *A practical guide to usability testing*. Exeter, Portland: Intellect Books.

Ebbers, W.E., Pieterse, W.J. & Noordman, H.N. (2007). Electronic government: Rethinking channel management strategies. *Geaccepteerd voor publicatie in Government Information Quarterly*.

Jong, M. de, & Geest, T. van der. (2000). Characterizing Web Heuristics. *Technical Communication*, 3, 311-326.

Jong, M. de, Lentz, L., Elling, S. & Schellens, P.J. (2004). Scenario-evaluatie van gemeentelijke websites. De ontwikkeling en toepassing van een expertgericht evaluatie-instrument. Geraadpleegd op 17 december, 2006, van [http://www.nwo.nl/nwohome.nsf/pages/NWOP_5YGJFC/\\$file/MES_NWOScenariosGemeentelijkeWebsites.pdf](http://www.nwo.nl/nwohome.nsf/pages/NWOP_5YGJFC/$file/MES_NWOScenariosGemeentelijkeWebsites.pdf)

Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6.

Lasswell, H.D. (1948). The structure and function of communication in society. In: Renckstorf, K. (2001). *Mediagebruik als sociaal handelen. Een handelingstheoretische benadering voor communicatiewetenschappelijk onderzoek*. Nijmegen: Nijmegen University Press.

Lenk, K. & Traunmüller, R. (2002). Electronic Government: Where Are We Heading? *EGOV 2002*, LNCS 2456, 1-9.

Liska, A.E. (1984). A Critical Examination of the Causal Structure of the Fisbein/Ajzen Attitude-Behavior Model. *Social Psychology Quarterly*, 47(1), 61-74.

Loiacono, E.T., Watson, R.T. & Goodhue, D.L. (2002). WebQual: A Measure of Web Site Quality. Geraadpleegd op 19 juni, 2007, van <http://www.terry.uga.edu/cisl/includes/pdf/webqual.pdf>

Muskens, G. & Oorschot, W. van. (1985). *Informatiebehoeften, informatiezoekgedrag en moeilijke doelgroepen*. Tilburg: IVA.

Op weg naar de elektronische overheid. (n.d.). Geraadpleegd op 17 december, 2006, van <http://www.e-overheid.nl/data/files/beleid/opwegnaareoverheid.pdf>

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.

Pieterse, W. & Dijk, J.A.G.M. van. (2007). Channel Choice Determinants; An exploration of the factors that determine the choice of a service channel in citizen initiated contacts. *The Proceedings of the 8th Annual International Digital Government Research Conference*, 173-182.

Renckstorf, K. (2001). *Mediagebruik als sociaal handelen. Een handelingstheoretische benadering voor communicatiewetenschappelijk onderzoek*. Nijmegen: Nijmegen University Press.

Sakowicz, M. (n.d.). How to Evaluate E-Government? Different Methodologies and Methodes. Geraadpleegd op 4 juli, 2007, van <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/NISPAcee/UNPAN009486.pdf>

Stappers, J.G., Reijnders, A.D. & Möller, W.A.J. (1997). *De werking van massamedia; een overzicht van inzichten (derde druk)*. Amsterdam: De Arbeiderspers.

Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M. & Minocha, S. (2005). *User Interface Design and Evaluation*. Amsterdam: Morgan Kaufmann Publishers.

Internetsites:

www.advies.overheid.nl

www.advies.overheid.nl/jaaronderzoek/

www.beuningen.nl

www.e-overheid.nl/e-overheid/geschiedenis

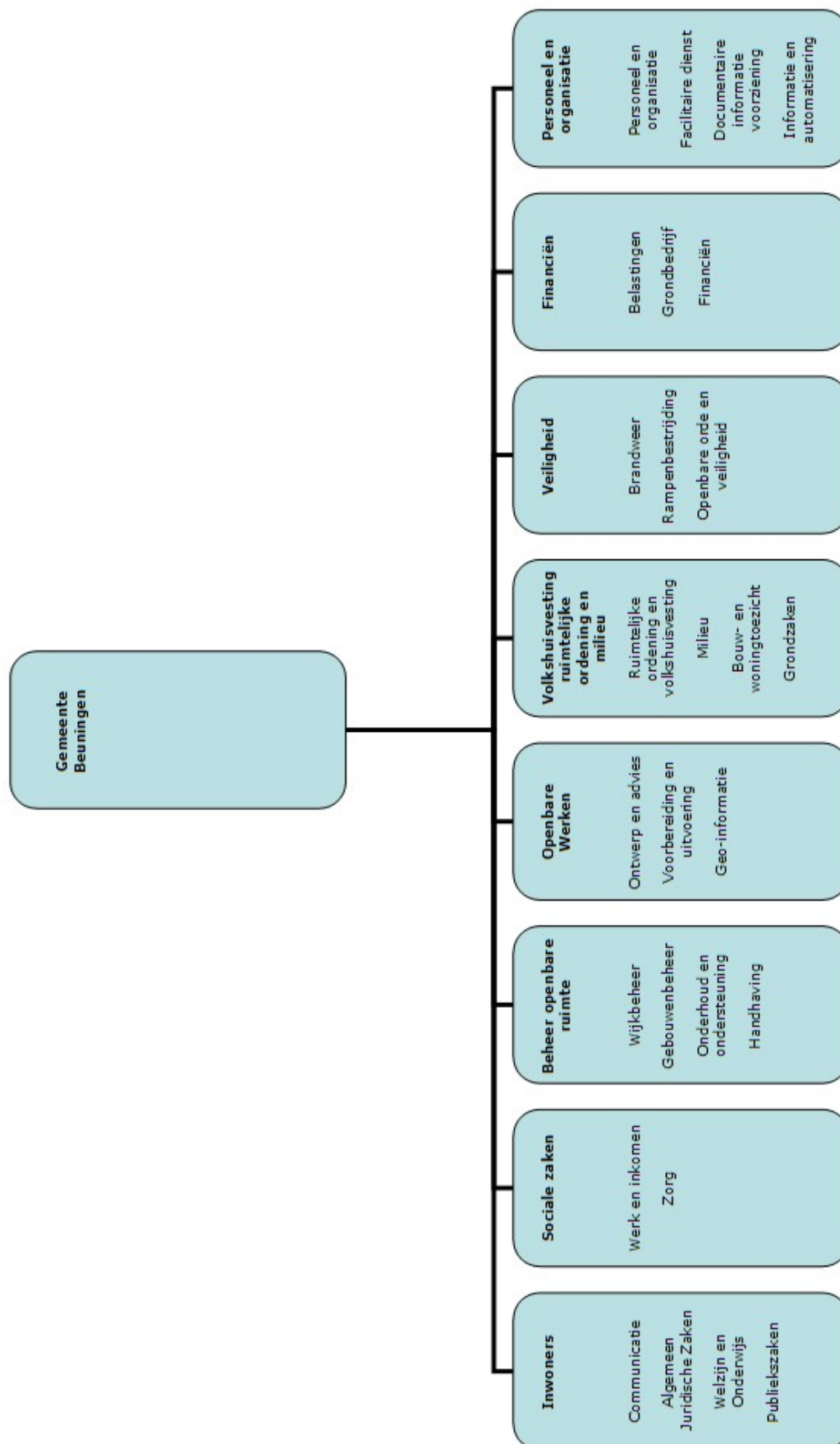
www.e-overheid.nl/e-overheid/geschiedenis/actieelo/

www.e-overheid.nl/thema/overheidsloket

www.gemeentewebsites.nl

www.keelan.elanet.org

www.webdam.nl

BIJLAGE 1: Organisatieschema gemeente Beuningen

BIJLAGE 2: Telefoonscript telefonische vragenlijst

Goede..., u spreekt met Wenche Oomes. Ik bel namens de gemeente Beuningen. Ik ben student aan de universiteit Twente en in opdracht van de gemeente Beuningen ben ik bezig met een onderzoek naar de rol van internet binnen de gemeente. Zou ik u een paar vragen mogen stellen? Het duurt 2 minuten en uw gegevens zullen vertrouwelijk en anoniem worden behandeld.

NEE → Ok, fijne dag nog.

JA → Ga naar vraag 1

Vraag 1:

Weet u of de gemeente Beuningen een website heeft?

NEE → Ga verder met demografische kenmerken (vraag 7)

JA → Ga naar vraag 2

Vraag 2:

Weet u het internetadres van de website van de gemeente Beuningen?

NEE

JA →

Vraag 3:

Hoe wist u van het bestaan van de website van de gemeente?

- A) Via kennissen/vrienden/collega's
- B) Via een brochure, folder of ander publicatie van de gemeente
- C) Via een link in een andere website
- D) Via google of een andere zoekmachine
- E) Anders, nl.....

Vraag 4:

Heeft u de website van de gemeente Beuningen wel eens bezocht?

NEE → Ga verder met demografische kenmerken (vraag 7)

JA → Ga verder met vraag 5

Vraag 5:

Kunt u inschatten hoe vaak u de website van de gemeente het afgelopen jaar bezocht heeft?

.....

Vraag 6:

Wanneer heeft u voor het laatst de website van de gemeente bezocht?

- A) afgelopen week
- B) 1-4 weken
- C) 1-3 maanden
- D) 3-6 maanden
- E) 6-12 maanden
- F) langer dan een jaar geleden

Demografische kenmerken

Vraag 7:

Heeft u bij u thuis een computer?

NEE

JA

Vraag 8:

Maakt u zelf wel eens gebruik van de computer thuis?

NEE

JA

Vraag 9:

Heeft u bij u thuis toegang tot het internet?

NEE

JA

Vraag 10:

Maakt u zelf wel eens gebruik van internet thuis?

NEE

JA

Vraag 11:

Wat is uw geboortejaar?

.....

Vraag 12:

Wat is uw hoogste voltooide opleiding?

.....

Vraag 13:

Ten slotte wil ik uw geslacht nog even noteren

MAN

VROUW

Heb ik nog een laatste vraag voor u. Voor het onderzoek zoek ik nog mensen die een schriftelijke vragenlijst willen invullen. Ook die gegevens zullen vertrouwelijk en anoniem behandeld worden en onder de respondenten zullen enkele cadeaubonnen verloot worden. Zou u hier uw medewerking aan willen verlenen?

NEE → In ieder geval heel erg bedankt voor uw medewerking aan deze telefonische enquête en een fijne dag nog.

JA → Zou ik het adres mogen waar ik de vragenlijst naar toe kan sturen, ik kan u de vragenlijst ook mailen als u dat liever heeft?

.....

.....

.....

Ik stuur u zo spoedig mogelijk de schriftelijke vragenlijst. Als u de vragenlijst heeft ingevuld, kunt u hem in de meegestuurde retourenvelop terugsturen. Heeft u nog vragen? Heel erg bedankt voor uw medewerking.

BIJLAGE 3: Schriftelijke vragenlijst

RESPONDENTNUMMER:.....

Persoonlijke gegevens

1. Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Wat is uw geboortejaar?

.....

3. Waar woont u?

- ☐ Weurt
- ☐ Beuningen
- ☐ Ewijk
- ☐ Winssen

4. Wat is uw hoogst voltooide opleiding?

- ☐ Basisonderwijs
- ☐ Middelbaar onderwijs
- ☐ LBO
- ☐ MBO
- ☐ HBO
- ☐ Universiteit
- ☐ Anders, nl.....

5. Welke van de volgende situaties is op u het meest van toepassing?

- ☐ Student of scholier
- ☐ Werkend
- ☐ Niet-werkend
- ☐ Anders, nl.....

6. Heeft u de beschikking over een computer?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, op het werk
- ☐ Ja, thuis
- ☐ Ja, thuis en op het werk
- ☐ Ja, elders

7. Heeft u toegang tot het internet?

- ☐ Nee (→ ga door met vraag 9)
- ☐ Ja, op het werk
- ☐ Ja, thuis
- ☐ Ja, thuis en op het werk
- ☐ Ja, elders

8. Hoe lang maakt u al gebruik van internet?

- ☐ Geen gebruik van internet
- ☐ Minder dan 1 jaar
- ☐ 1 tot 3 jaar
- ☐ Langer dan 3 jaar

Contact met de gemeente

9. Hoe vaak heeft u het afgelopen jaar ongeveer contact gehad met de gemeente?

- ☐ Geen contact
- ☐ 0-3 keer
- ☐ 4-6 keer
- ☐ Meer dan 6 keer

10. Via welk kanaal heeft u contact gehad met de gemeente? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Balie in het gemeentehuis
- ☐ Telefoon
- ☐ Schriftelijk
- ☐ Website
- ☐ E-mail

Website van de gemeente Beuningen

11. Hoe vaak heeft u het afgelopen jaar ongeveer de website van de gemeente bezocht?

- ☐ Een keer
- ☐ 2-10 keer
- ☐ 11-20 keer
- ☐ Meer dan 20 keer

12. Waarvoor bezocht u de laatste keer de website van Beuningen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Nieuwsgierig, interesse
- ☐ Nieuws over/in Beuningen
- ☐ Informatie over producten en diensten van de gemeente
- ☐ Informatie over cultuur en evenementen in Beuningen
- ☐ Openingstijden en adresinformatie van het gemeentehuis
- ☐ Vacatures
- ☐ Beleidsinformatie
- ☐ Informatie over een bepaalde wijk
- ☐ Vraag/klacht
- ☐ Aanvraagformulier
- ☐ Anders, nl.....

Nut van de website

13. In welke mate heeft u met uw bezoek aan de website uw doel bereikt?

- ☐ Helemaal niet
- ☐ Een klein beetje
- ☐ Grotendeels
- ☐ Volledig

14. Zijn er specifieke dingen die u niet kon vinden op de website van de gemeente?

.....

.....

.....

15. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over de website van Beuningen?

Stellingen	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
De website is altijd goed bereikbaar					
De links van de website werken goed					
Ik kan de pagina's op de website snel openen					
Ik vind altijd wat ik zoek op de website					

16. Hoe nuttig vindt u de website van de gemeente Beuningen?

- ☐ Zeer nuttig
- ☐ Nuttig
- ☐ Neutraal
- ☐ Onnuttig
- ☐ Zeer onnuttig

Gebruiksgemak van de website

17. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over het gebruiksgemak van de website van Beuningen?

Stellingen	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
Het is altijd duidelijk waar je kunt klikken					
Ik weet altijd goed waar ik ben op de website					
Ik kan gemakkelijk vinden wat ik zoek					
Het woordgebruik voor het menu en de knoppen op de website is duidelijk					
Door de grote hoeveelheid informatie op de website vind ik het moeilijk om de gewenste informatie te vinden					
De icoontjes rechtsboven op de website met onder andere de zoekfunctie zijn duidelijk					

18. Op welke wijze zoekt u doorgaans de gewenste informatie op de website van Beuningen?

- ☐ Via de zoekfunctie van de website
- ☐ Via het menu
- ☐ Via de sitemap (alle pagina's van de website in één overzicht)
- ☐ Anders, nl.....

19. Heeft u weleens gebruik gemaakt van de zoekfunctie op de website?

- ☐ Ja, regelmatig
- ☐ Ja, een enkele keer
- ☐ Nee, nooit

20. Wat is uw algemene oordeel over het gebruiksgemak van de website?

- ☐ Zeer goed
- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Zeer slecht

Vormgeving van de website

21. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over de vormgeving van de website van Beuningen?

Stellingen	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
De pagina's zien er mooi uit					
Het kleurgebruik spreekt me aan					
Het lettertype is goed leesbaar					
Het beeldmateriaal voegt iets toe					
De opmaak van de pagina's is overzichtelijk					
De website past goed bij de gemeente Beuningen					
De verhouding tussen tekst en beeld is goed					

22. Wat is uw algemene oordeel over de vormgeving van de website?

- ☐ Zeer goed
- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Zeer slecht

Informatieaanbod op de website

23. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over het informatieaanbod van de website van Beuningen?

Stellingen	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
De informatie is betrouwbaar					
De informatie is actueel					
De website maakt een complete indruk					
De teksten zijn begrijpelijk geschreven					
Er staat te veel informatie op één pagina					

24. Wat is uw algemene oordeel over het informatieaanbod op de website?

- ☐ Zeer goed
- ☐ Goed
- ☐ Neutraal
- ☐ Slecht
- ☐ Zeer slecht

Algemeen oordeel website

25. Kunt u een rapportcijfer (1 t/m 10) geven voor de website van de gemeente Beuningen?

.....

Wensen en behoeften: informatie op de website

26. Kunt u aangeven welke van de onderstaande bronnen uw voorkeur heeft om informatie over Beuningen te zoeken?

- ☐ Huis-aan-huis blad De Koerier
- ☐ Regionaal dagblad De Gelderlander
- ☐ Gemeentehuis
- ☐ De website van de gemeente
- ☐ Gemeentegids

27. Kunt u van de volgende onderwerpen aangeven of u het nuttig vindt dat er informatie over deze onderwerpen op de website van de gemeente staat?

Onderwerp	Helemaal niet nuttig	Niet nuttig	Neutraal	Nuttig	Ze er nuttig
Informatie over de gemeente (cijfers, geschiedenis, enz.)					
Agenda met o.a. evenementen in Beuningen					
Nieuws en actualiteiten over Beuningen					
Vacatures binnen de gemeente					
Verkiezingsuitslag en informatie					
Gemeentebestuur					
Cultuur & kunst in Beuningen					
Adres & contactgegevens van het gemeentehuis					
Informatie over beleid					
Gemeentegids					
Plattegrond van Beuningen					
Informatie voor ondernemers					
Bestemmingsplan					
Verkeer & vervoer in Beuningen					
Wonen & wijken in Beuningen					
Onderwijs welzijn & werk in Beuningen					
Natuur, recreatie & sport in Beuningen					
Uitgaan & horeca in Beuningen					
Openingstijden winkels					
Anders, nl.....					

Wensen en behoeften: producten en diensten op de website

28. Beuningen heeft een digitaal loket op de website. Daar vindt u onder andere informatie over de producten, diensten en aanvraagformulieren van de gemeente. Heeft u het digitale loket op de website van Beuningen wel eens bekeken?

- ☐ Nee (→ ga door met vraag 33)
- ☐ Ja, alleen bekeken
- ☐ Ja, ook gebruikt

29. Op welke manier moet de gemeente de aanvraagformulieren in het digitale loket aanbieden?

- ☐ Het formulier online invullen en elektronisch terugsturen
- ☐ Het formulier uitprinten, invullen en met de post opsturen
- ☐ Beide

30. Wanneer u iets via het digitale loket besteld heeft dat betaald moet worden, hoe zou u deze betaling dan het liefst willen verrichten?

- ☐ Met een creditcard
- ☐ Door een éénmalige machtiging op de website in te vullen
- ☐ Met een acceptgiro
- ☐ Met een elektronisch betaalsysteem zoals Paypal
- ☐ Met een elektronisch systeem van de bank zoals Ideal

31. Kunt u een rapportcijfer (1 t/m 10) geven voor het digitale loket van Beuningen?

.....

32. Heeft u nog opmerkingen over het digitale loket van Beuningen?

.....
.....
.....

33. In hoeverre vindt u het nuttig dat de volgende producten of diensten via de website van de gemeente te regelen of aan te vragen zijn?

Product of dienst	Helemaa l niet nuttig	Niet nuttig	Neutraa l	Nuttig	Ze er nutti g
Paspoort aanvragen/verlengen					
Rijbewijs aanvragen/verlengen					
Bouwvergunning aanvragen					
Afspraak maken met ambtenaar					
Aanvragen uittreksel bevolkingsregister					
Melding schade/onderhoud/wegen/ trottoirs e.d. (wegenonderhoud)					
Informatie aanvragen over onroerende zaken belasting					
Inzage bestemmingplan					
Aanvraag bijstandsuitkering					
Aanvragen verklaring rondom inkomen en vermogen					
Aankoop/verhuur bouwgrond					
Aanvraag gehandicaptenvoorziening					
Aanvraag kwijtschelding belasting en heffingen					
Aangifte hondenbelasting					
Aangifte verhuizing/emigratie					
Aanvragen afschrift burgerlijke stand					
Huwelijk/echtscheiding melden					
Geboorte aangifte					
Anders, nl.....					

Wensen en behoeften: participeren via de website

34. Zou u het op prijs stellen als u via de website de mogelijkheid heeft tot inspraak, zodat u bijvoorbeeld actief kan meedenken en meepraten over plannen van de gemeente?

- ☐ Nee (→ Ga door met vraag 36)
- ☐ Ja

35. Welke mogelijkheid tot inspraak op de website van de gemeente heeft uw voorkeur? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Online insturen van reactieformulieren
- ☐ Forum (discussie met andere internetgebruikers)
- ☐ Chat
- ☐ Online bijwonen raadsvergadering

36. Heeft u nog opmerkingen met betrekking tot de website van Beuningen?

.....

.....

.....

EINDE

Dit was de vragenlijst. Wilt u de vragenlijst zo spoedig mogelijk naar ons retourneren. Onder de inzendingen worden enkele cadeaubonnen verloot. Nogmaals bedankt voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,

Wenche Oomes

BIJLAGE 4: Tabellen met scores per item**Tabel: Functionaliteit**

Stellingen	x	s
De website is altijd goed bereikbaar	3,90	0,62
De links van de website werken goed	3,75	0,72
Ik kan de pagina's snel openen	3,85	0,68
Ik vind altijd wat ik zoek	3,18	0,83

Noot: 1=helemaal oneens, 5=helemaal eens

Tabel: Gebruiksvriendelijkheid

Stellingen	x	s
Het is altijd duidelijk waar je kan klikken	3,59	0,79
Ik weet altijd goed waar ik ben	3,56	0,78
Ik kan gemakkelijk vinden wat ik zoek	3,38	0,87
Het woordgebruik is duidelijk	3,69	0,77
De icoontjes zijn duidelijk	3,40	0,81
Door grote hoeveelheid info op site is het moeilijk om gewenste info te vinden (*)	3,35	0,87

Noot: 1=helemaal oneens, 5=helemaal eens

(): 1=helemaal eens, 5=helemaal oneens*

Tabel: Vormgeving

Stellingen	x	s
De pagina's zien er mooi uit	3,65	0,72
Het kleurgebruik spreekt me aan	3,51	0,74
Het lettertype is goed leesbaar	3,85	0,57
Het beeldmateriaal voegt iets toe	3,68	0,73
Opmaak pagina's is overzichtelijk	3,67	0,75
Website past bij de gemeente	3,64	0,66
De verhouding tussen tekst en beeld is goed	3,60	0,71

Noot: 1=helemaal oneens, 5=helemaal eens

Tabel: Informatieaanbod

Stellingen	x	s
Informatie is betrouwbaar	3,67	0,58
Informatie is actueel	3,46	0,81
Website maakt een complete indruk	3,50	0,74
Teksten zijn begrijpelijk	3,80	0,60
Er staat te veel informatie op één pagina (*)	3,30	0,84

Noot: 1=helemaal oneens, 5=helemaal eens

(): 1=helemaal eens, 5=helemaal oneens*

BIJLAGE 5: Tabellen met scores kwaliteitscriteria per groepen**Tabel: Functionaliteit**

Functionaliteit	N	M	SD
Totaal	103	3,67	0,53
Mannen	41	3,59	0,54
Vrouwen	62	3,73	0,53
Jong	26	3,75	0,52
Middelbaar	69	3,65	0,55
Oud	8	3,62	0,40
Laagopgeleiden	30	3,67	0,57
Middelbaar opgeleiden	33	3,72	0,59
Hoogopgeleiden	37	3,69	0,39
Woonachtig in Beuningen	65	3,61	0,48
Woonachtig in Ewijk	22	3,76	0,69
Woonachtig in Weurt	9	3,75	0,57
Woonachtig in Winssen	7	3,85	0,38
Minder dan 1 jaar internetervaring	4	3,69	0,24
Tussen de 1 en 3 jaar internetervaring	10	3,85	0,38
Meer dan 3 jaar internetervaring	88	3,65	0,56

Tabel: Gebruiksvriendelijkheid

Gebruiksvriendelijkheid	N	M	SD
Totaal	102	3,38	0,49
Mannen	40	3,29	0,50
Vrouwen	62	3,43	0,48
Jong	26	3,37	0,52
Middelbaar	68	3,37	0,49
Oud	8	3,46	0,40
Laagopgeleiden	30	3,42	0,44
Middelbaar opgeleiden	33	3,35	0,51
Hoogopgeleiden	37	3,38	0,51
Woonachtig in Beuningen	65	3,37	0,48
Woonachtig in Ewijk	22	3,41	0,59
Woonachtig in Weurt	8	3,40	0,52
Woonachtig in Winssen	7	3,33	0,19
Minder dan 1 jaar internetervaring	4	3,75	0,22
Tussen de 1 en 3 jaar internetervaring	10	3,23	0,50
Meer dan 3 jaar internetervaring	87	3,37	0,49

Tabel: Vormgeving

Vormgeving	N	M	SD
Totaal	103	3,66	0,53
Mannen	41	3,60	0,56
Vrouwen	62	3,70	0,50
Jong	26	3,59	0,59
Middelbaar	69	3,66	0,52
Oud	8	3,86	0,43
Laagopgeleiden	30	3,76	0,60
Middelbaar opgeleiden	33	3,62	0,54
Hoogopgeleiden	37	3,62	0,46
Woonachtig in Beuningen	65	3,64	0,53
Woonachtig in Ewijk	22	3,77	0,55
Woonachtig in Weurt	9	3,57	0,55
Woonachtig in Winssen	7	3,63	0,46
Minder dan 1 jaar internetervaring	4	3,79	0,34
Tussen de 1 en 3 jaar internetervaring	10	3,50	0,49
Meer dan 3 jaar internetervaring	88	3,67	0,54

Tabel: Informatieaanbod

Informatieaanbod	N	M	SD
Totaal	103	3,42	0,38
Mannen	41	3,31	0,38
Vrouwen	62	3,50	0,37
Jong	26	3,53	0,37
Middelbaar	69	3,39	0,37
Oud	8	3,43	0,51
Laagopgeleiden	30	3,54	0,38
Middelbaar opgeleiden	33	3,38	0,39
Hoogopgeleiden	37	3,37	0,37
Woonachtig in Beuningen	65	3,42	0,39
Woonachtig in Ewijk	22	3,48	0,43
Woonachtig in Weurt	9	3,44	0,24
Woonachtig in Winssen	7	3,26	0,36
Minder dan 1 jaar internetervaring	4	3,65	0,10
Tussen de 1 en 3 jaar internetervaring	10	3,40	0,25
Meer dan 3 jaar internetervaring	88	3,41	0,40