



Rapport

Werken aan betere digitale dienstverlening

onderzoek van de Rekenkamercommissie Ridderkerk
naar de digitale dienstverlening in Ridderkerk

Februari 2015

Leden van de Rekenkamercommissie Ridderkerk:

De heer M.P. van der Hoek (voorzitter)

De heer M. de Bonte

Mevrouw C. Garama

De heer P. Visser

De heer J. Weggeman

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Conclusies	3
3. Aanbevelingen.....	5
4. Bestuurlijk wederhoor	6
5. Nawoord rekenkamercommissie.....	7

1. Inleiding

De Rekenkamercommissie Ridderkerk heeft in 2008 een onderzoek gedaan naar de stand van zaken van de digitale dienstverlening¹. Zes jaar later nemen we die opnieuw onder de loep. Sinds 2008 zijn er op het gebied van digitale dienstverlening immers nieuwe ontwikkelingen, zoals de rijksvisie om in 2017 alle producten en diensten volledig digitaal aan te bieden. Daarnaast heeft Ridderkerk zich in de onderzoeksperiode voorbereid op de (ambtelijke) samenwerking met Barendrecht en Albrandswaard (per 1-1-2014).

Doel van het nieuwe onderzoek is inzicht te krijgen in de huidige kwaliteit, doelmatigheid en doeltreffendheid van de digitale dienstverlening in Ridderkerk. Daarnaast kijken we naar de huidige visie en aanpak van de digitale dienstverlening van de gemeente. Ook constateren we dat er met de aanbevelingen in het rapport van de Rekenkamercommissie uit 2008 weinig is gedaan.

De centrale onderzoeksvraag luidt: 'Wat is de kwaliteit en doelmatigheid van de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk ultimo 2013?'

Op basis van deze centrale onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Wat is het beleid van Ridderkerk ten aanzien van digitale dienstverlening en hoe is de betrokkenheid van de raad?
2. Welke producten worden thans aangeboden en met welke kwaliteit?
3. Welke investeringen zijn gedaan in digitale dienstverlening in de laatste vijf jaar (2009 t/m 2013) en in hoeverre zijn deze doelmatig?
4. Hoe ervaren de inwoners het aanbod van digitale dienstverlening en in hoeverre is dit aanbod doeltreffend?
5. Welke kansen en mogelijkheden zijn er om de digitale dienstverlening verder te verbeteren?

Leeswijzer

Het rapport bestaat uit twee delen: een oplegnotitie en een nota van bevindingen. De oplegnotitie bevat de belangrijkste bevindingen, conclusies en aanbevelingen van het onderzoek. In de nota van bevindingen staat uitgebreide informatie over het uitgevoerde onderzoek.

2. Conclusies

Beleid en producten

Met betrekking tot de eerste twee deelvragen blijkt dat Ridderkerk niet beschikt over een actuele visie op digitale dienstverlening. Op strategisch niveau zijn er alleen documenten die de gemeentelijke dienstverlening in brede zin behandelen. De businesscase KCC (BAR) is hierin momenteel leidend.

In het Dienstverleningsconcept Ridderkerk en de businesscase KCC staan weliswaar heldere beleidsdoelen, maar die zijn sterk gericht op dienstverlening in brede zin. Er zijn geen doelen

¹ Dit onderzoek leverde verschillende aandachtspunten op, zoals de omvang van het digitale dienstenpakket, de toetsing van de servicenormen, verschillende aspecten van de website en de integratie van de digitale dienstverlening in de werkprocessen.

specifiek voor de digitale dienstverlening. Wel is het de bedoeling dat er een programmaplan komt met de focus op digitale dienstverlening, waarin visie op en doelen van digitale dienstverlening van de BAR-gemeenten moeten staan.

Mede door de relatief beperkte ontwikkelingen op het gebied van digitalisering in Ridderkerk stelt de raad niet of nauwelijks inhoudelijke kaders voor digitale dienstverlening. Het onderwerp is geen issue waarop fracties zich profileren. De aandacht vanuit de raad voor de beperkte ontwikkelingen op het gebied van digitale dienstverlening was in de afgelopen jaren minimaal. De individuele raadsleden die we hierover hebben bevroegd, hebben echter een hoger ambitieniveau.

Het huidige aanbod aan digitale dienstverlening is niet afgestemd op wensen en behoeften van inwoners en ondernemers, maar is vooral ontstaan op basis van beschikbaarheidsmotieven. Dit is in overeenstemming met de beperkte ambities en het bijbehorende beleid voor digitale dienstverlening over de afgelopen jaren. Het huidige dienstenpakket is beperkt, maar volgens de testpersonen en betrokkenen wel actueel, van goede kwaliteit en voldoende via de website gecommuniceerd. Er is echter geen digitaal loket.

Investerings

Om de derde deelvraag te beantwoorden hebben we geprobeerd te reconstrueren welke bedragen tussen 2009 en 2013 in digitalisering van de dienstverlening zijn gestoken. Dat is slechts ten dele gelukt, omdat het niet altijd mogelijk is onderscheid te maken tussen investeringen in digitalisering en investeringen in digitale dienstverlening.

Er is geen specifiek investeringsplan, behalve op het terrein van de i-NUP-gelden. Ridderkerk heeft doelmatig ingekocht door consequent bij meerdere aanbieders offertes te vragen, waarbij prijs en kwaliteit belangrijke criteria waren. Uitzondering hierop was de inkoop van het Content Management Systeem (CMS) bij SIM, omdat er met het oog op de BAR-samenwerking geen alternatieven waren.

De indruk bestaat dat digitalisering in het algemeen en digitale dienstverlening in het bijzonder tot besparingen kan leiden, maar de organisatie heeft nog geen inzicht in de omvang van de efficiencywinst.

Ervaringen inwoners

Voor de beantwoording van de vierde deelvraag hebben we inwoners en ondernemers via een telefonische enquête gevraagd het aanbod aan digitale diensten van Ridderkerk te beoordelen. Bovendien hebben we vier testers acht realistische zoekopdrachten laten uitvoeren op de website van Ridderkerk.

Burgers waarderen de digitale dienstverlening gemiddeld met een 7,1, wat boven de gestelde norm ligt. Het percentage onvoldoendes ligt onder de norm van 5%. ook de normen voor ondernemers worden gehaald.

De vraag naar de doeltreffendheid laat zich lastig beantwoorden, omdat er in Ridderkerk niet of nauwelijks sprake is van een beleid op het gebied van digitale dienstverlening. Er is geen doel geformuleerd waarop de inspanningen zouden moeten aansluiten. Noodgedwongen beperken we ons daarom tot de mate waarin burgers en ondernemers tevreden zijn over de dienstverlening

en er gebruik van maken. Op basis van dit beperkte criterium zou men van doeltreffend handelen kunnen spreken.

Kansen en mogelijkheden

Het antwoord op de vijfde deelvraag is vooral gebaseerd op de interviews en de enquêtes die we hebben gehouden. Inwoners en ondernemers hechten vooral belang aan overzichtelijkheid en vindbaarheid van informatie op de gemeentelijke website. Ze vinden dat diensten- en producten soms te diep in de website staan. Een rubriek 'meest gezocht' op de voorpagina zou hiervoor een oplossing kunnen zijn.

Andere verbeteringsuggesties zijn het minimaliseren van de teksten, het verbeteren van de vormgeving, het actualiseren van de informatie en het alfabetiseren van de menustructuur. Ook zijn de mogelijkheden tot online transacties uit te breiden, bijvoorbeeld voor het regelen van een verhuizing of het doorgeven van een melding. Verder zijn productbeschrijvingen en acties beter te koppelen, bijvoorbeeld door expliciet te vermelden of men de balie moet bezoeken. Daar zou dan wel een verwijzing bij moeten staan naar locatie, openingstijden en de mogelijkheid om een afspraak te maken.

Betrokkenen binnen de gemeente denken vooral aan uitbreiding van het aanbod van digitale dienstverlening omdat ze daarvan meer efficiency en minder telefoonlast voor de gemeente verwachten. Ook zou de gemeente kunnen aanhaken bij verschillende trends, zoals het gebruik van GEO-informatie. Dit vertaalt zich in de praktijk vaak als een interactieve kaart, waarbij de burger kan klikken op zwembaden, strooiroutes, onderhoudswerkzaamheden, doktersposten en dergelijke voor meer informatie. Een bijkomend voordeel hiervan kan zijn meer verkeer op de website, waardoor de bekendheid van digitale diensten zal toenemen.

3. Aanbevelingen

Inhoud van het beleid en betrokkenheid van de raad

1. Zorg dat er op korte termijn een document komt dat zich specifiek richt op de strategische doelen op het gebied van digitale dienstverlening. Op operationeel niveau is het van belang om handen en voeten te geven aan servicenormen.
2. Zorg intern voor duidelijkheid over de producten en diensten waarin de komende tijd nog wordt geïnvesteerd om verder te digitaliseren.

Productaanbod en kwaliteit

3. Stem het aanbod aan digitale diensten beter af op de wensen en behoeften van gebruikers. De informatie die we in dit onderzoek via enquêtes onder inwoners en ondernemers hebben verkregen kan hiertoe een eerste aanzet zijn.
4. Maak opnieuw gebruik van een burgerhandvest met servicenormen aangezien dit bijdraagt aan de transparantie en meetbaarheid van de dienstverlening. Het is onduidelijk waarom het

burgerhandvest dat naar aanleiding van het rekenkamerrapport van 2008 is opgezet niet meer in gebruik is.

Investerings en doelmatigheid

5. Maak een investeringsplan en zorg hierbij voor politieke borging van uitgangspunten en voortgang.
6. Beantwoordt bij toekomstige investeringen in ICT en digitale dienstverlening explicieter vooraf de doelmatigheids- en doeltreffendheidsvragen. Maak gebruik van het ruime aanbod op de markt en zorg ervoor niet te afhankelijk te worden van één of enkele ICT-leveranciers.

Beoordeling van het aanbod en doeltreffendheid

7. Verbeter de bekendheid van de (digitale producten op de) gemeentelijke website (zie de concrete suggesties in deze notitie en in het rapport).
8. Verbeter de vindbaarheid van producten en diensten via de gemeentewinkel online (zie de concrete suggesties in deze notitie en in het rapport).

4. Bestuurlijk wederhoor

Het conceptrapport is voorgelegd aan het college voor een bestuurlijke reactie. Het antwoord is op de volgende pagina integraal overgenomen.

RIDDERKERK



Rekenkamercommissie Ridderkerk
t.a.v. de heer M.P. van der Hoek
Postbus 271
2980 AG RIDDERKERK

Uw brief van : 9 december 2014
Uw kenmerk :
Bijlage(n) :

Ons kenmerk : 127945
Contact : M. Dijkstra
Doorkiesnummer : 51633
E-mailadres : M.Dijkstra@bar-organisatie.nl
Datum : 15 januari 2015

Betreft: Bestuurlijke reactie Rekenkamerrapport Digitale Dienstverlening

Geachte heer Van der Hoek,

Wij hebben van u op 9 december 2014 uw onderzoeksrapport Digitale Dienstverlening ontvangen met daarbij de vraag om een bestuurlijk reactie. In onze vergadering van 13 januari 2015 hebben wij het rapport besproken. Hierbij ontvangt u de gevraagde bestuurlijke reactie.

De conclusies en aanbevelingen van het onderzoeksrapport worden door ons herkend en onderschreven. De wijze waarop wij hieraan gevolg zullen geven, wordt verwerkt in een plan van aanpak.

Ook de verbetering van de website (collegeprogramma 2014-2018) zal hier deel van uitmaken. Binnen deze verbeterslag is het voornemen de inwoner bij het inrichten van de website centraal te stellen. Niet het aanbod van de gemeente is leidend, maar de vraag van de inwoner is leidend. In deze verbeterslag worden de volgende aspecten meegenomen:

- De zoekfunctie wordt verbeterd;
- De informatie (content) wordt verminderd en geactualiseerd;
- De informatie en processen met veel bezoekers (toptaken), worden in de etalage gezet;
- Het digitale proces van de producten en diensten met veel bezoekers wordt ingericht waar dit nog niet aanwezig is en geoptimaliseerd wanneer er wel sprake is van een digitaal proces.

Besluitvorming betreffende het plan van aanpak aangaande het bovenstaande vindt in het eerste kwartaal van 2015 plaats.

Rest ons nog u te bedanken voor uw onderzoek.

Hoogachtend,
het college van burgemeester en wethouders van Ridderkerk,

de secretaris,

dhr. H.W.J. Klaucke

de burgemeester,

mw. A. Attema



5. Nawoord rekenkamercommissie

De rekenkamercommissie dankt het college voor zijn reactie. Wij zijn blij dat het college de conclusies en aanbevelingen herkent en onderschrijft.

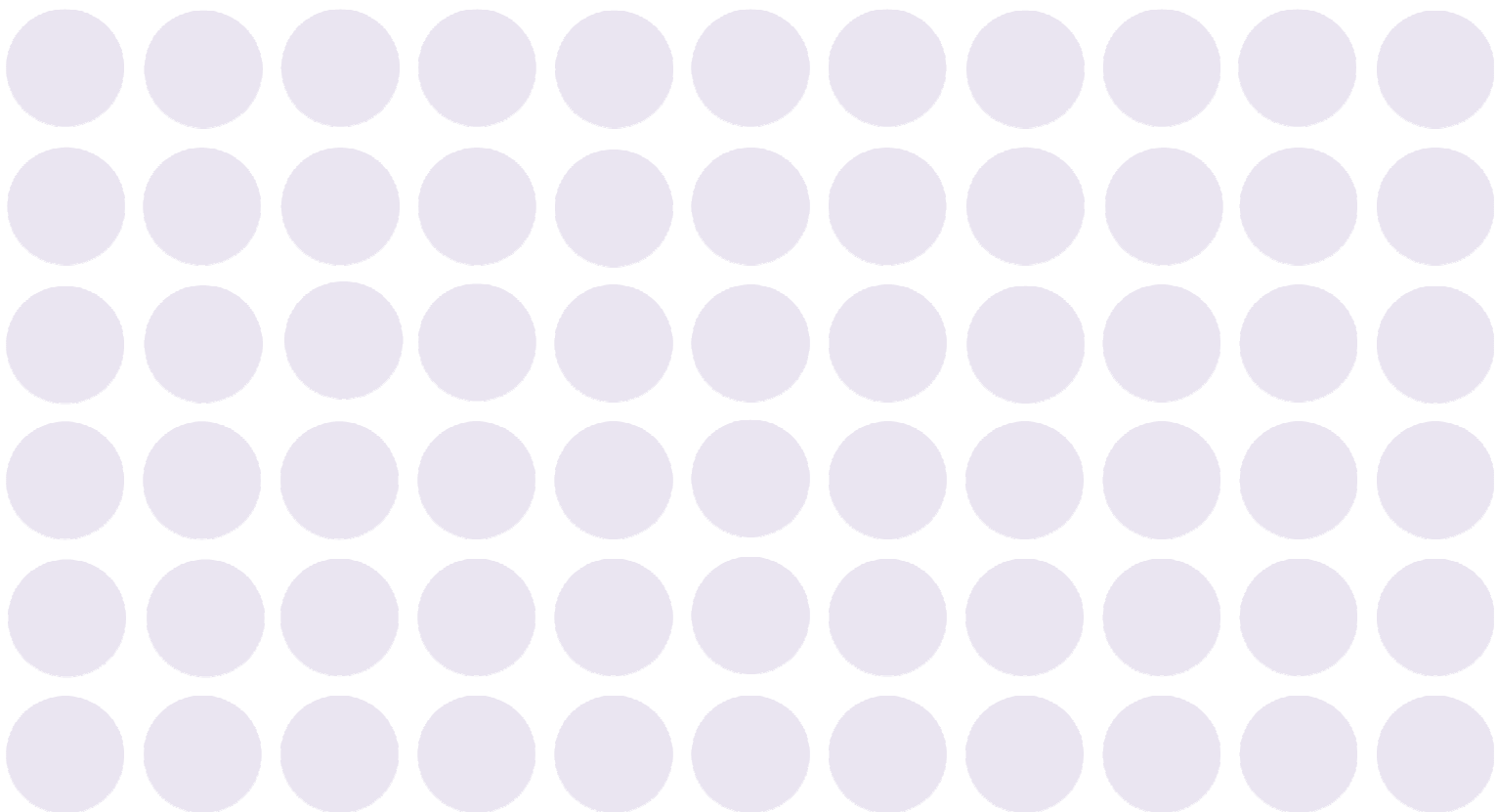
Uit uw reactie wordt niet duidelijk welke rol de raad zal spelen in de besluitvorming over het plan van aanpak. De rekenkamercommissie is van mening dat de kaderstellende rol van de raad vereist dat de raad een besluit neemt over het plan van aanpak. Wij bevelen de raad dan ook aan om duidelijk aan te geven op welke manier de raad hierbij betrokken wenst te zijn. In onderstaand schema geven we hiervoor een voorzet.

Aanbeveling	College	Raad
1. Zorg dat er op korte termijn een document komt dat zich specifiek richt op de strategische doelen op het gebied van digitale dienstverlening. Op operationeel niveau is het van belang om handen en voeten te geven aan servicenormen.		Plan van aanpak
2. Zorg intern voor duidelijkheid over de producten en diensten waarin de komende tijd nog wordt geïnvesteerd om verder te digitaliseren.	Verbeterslag website	
3. Stem het aanbod aan digitale diensten beter af op de wensen en behoeften van gebruikers. De informatie die we in dit onderzoek via enquêtes onder inwoners en ondernemers hebben verkregen kan hiertoe een eerste aanzet zijn.	Verbeterslag website	
4. Maak opnieuw gebruik van een burgerhandvest met servicenormen aangezien dit bijdraagt aan de transparantie en meetbaarheid van de dienstverlening. Het is onduidelijk waarom het burgerhandvest dat naar aanleiding van het rekenkamerrapport van 2008 is opgezet niet meer in gebruik is.		Plan van aanpak
5. Maak een investeringsplan en zorg hierbij voor politieke borging van uitgangspunten en voortgang.		Plan van aanpak
6. Beantwoordt bij toekomstige investeringen in ICT en digitale dienstverlening explicieter vooraf de doelmatigheids- en doeltreffendheidsvragen. Maak gebruik van het ruime aanbod op de markt en zorg ervoor niet te afhankelijk te worden van één of enkele ICT-leveranciers.		Plan van aanpak
7. Verbeter de bekendheid van de (digitale producten op de) gemeentelijke website.	Verbeterslag website	
8. Verbeter de vindbaarheid van producten en diensten via de gemeentewinkel online.	Verbeterslag website	

Werken aan betere digitale dienstverlening

Een onderzoek naar de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk

November 2014



Colofon

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70, 7543 EZ Enschede
Postbus 563, 7500 AN Enschede

Rapportnummer

2014/084

Datum

November 2014

Opdrachtgever

Rekenkamercommissie Ridderkerk

Auteurs

Lonneke Bruin-Claus
Tijmen Siermann
Thijs Lenderink

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar bij de opdrachtgever

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.



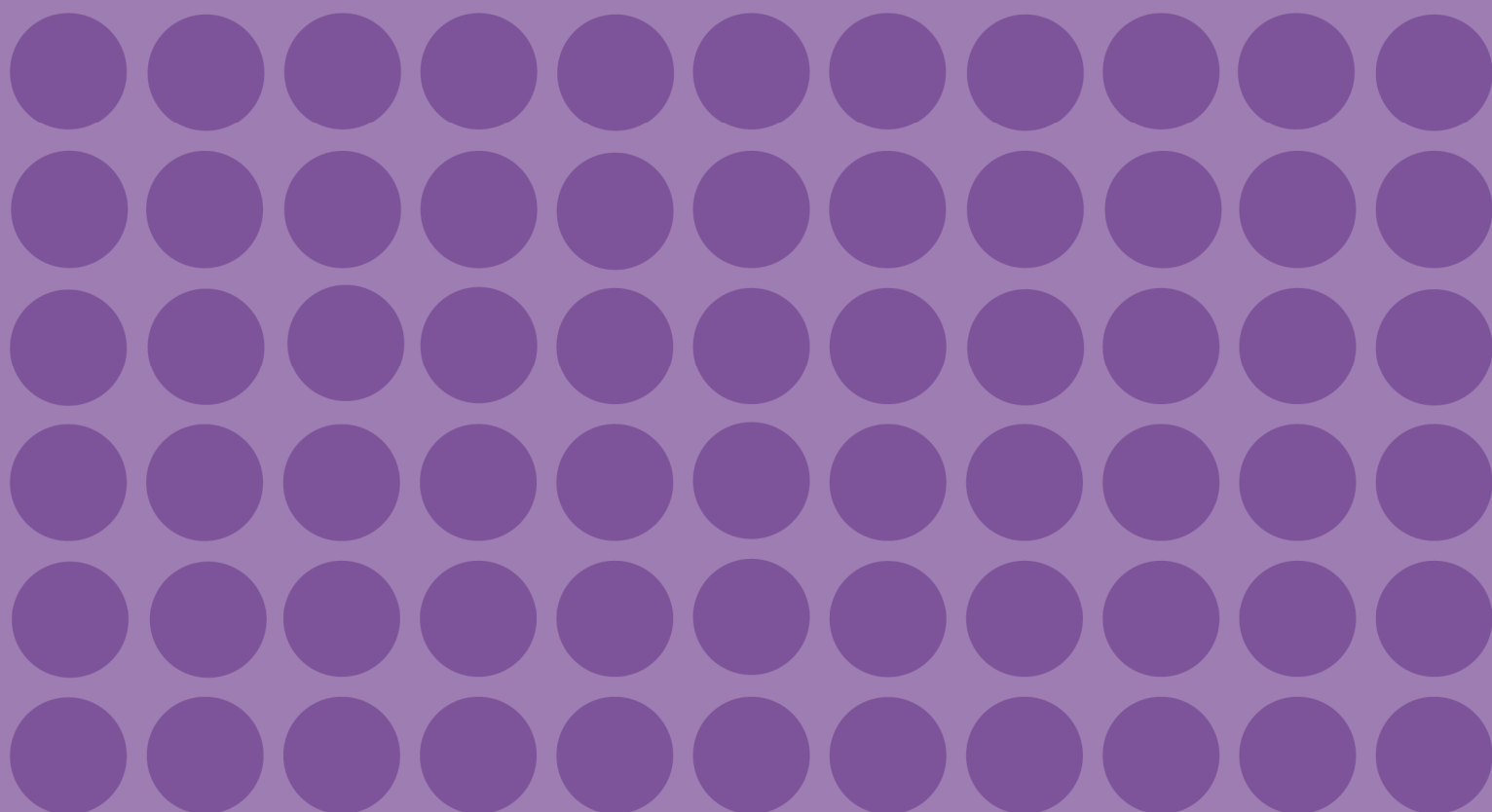
Inhoudsopgave pag.

1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding en vraagstelling	1
1.2 Achtergrond bij het onderzoek	2
1.3 Aanpak van het onderzoek	3
1.4 Normenkader	5
1.5 Leeswijzer	6
2. Beleid en betrokkenheid raad	8
2.1 Wat vooraf ging in Ridderkerk	8
2.2 Het huidige beleid	10
2.3 Toekomstplannen	12
2.4 Betrokkenheid raad	13
2.5 Conclusies	14
3. De digitale diensten	17
3.1 Online producten en diensten	17
3.2 Overeenstemming met visie en beleid	18
3.3 Conclusie	20
4. Investerings en doelmatigheid	22
4.1 Investerings	22
4.2 Conclusie	25
5. Gebruik en doeltreffendheid	27
5.1 Inleiding	27
5.2 Internetgebruik	27
5.3 Verwachtingen	29
5.4 Ervaringen	31
5.5 Beoordeling	32
5.6 Praktijktest	35
5.7 Conclusie	36
6. Conclusies	39
6.1 Inleiding	39
6.2 Inhoud van het beleid en betrokkenheid raad	40
6.3 De digitale dienstverlening; productaanbod en kwaliteit	40
6.4 Investerings en doelmatigheid	41
6.5 Beoordeling van het aanbod en doeltreffendheid	41
6.6 Eindconclusie	42
Bijlage 1. Vragenlijst inwoners en ondernemers	44
Bijlage 2. Vragenlijst Raadsleden	47
Bijlage 3. Geïnterviewden	49
Bijlage 4. Toelichting documenten	50
Bijlage 5. Praktijktest: resultaten van acht reële cases (april 2014)	51

Hoofdstuk

1

Inleiding





1. Inleiding

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Digitale dienstverlening neemt een belangrijke plaats in binnen het pakket van diensten dat gemeenten aan burgers en bedrijven bieden. Diensten die voorheen aan de gemeentelijke balie werden aangeboden, zoals het aanvragen van vergunningen, worden 24 uur per dag online toegankelijk. De mogelijkheden voor digitale dienstverlening worden steeds talrijker en beperken zich niet meer tot de afdeling Burgerzaken.

De Rekenkamercommissie van de gemeente Ridderkerk heeft in 2008 een onderzoek gedaan naar de stand van zaken van de digitale dienstverlening¹. Ridderkerk was toen al bezig met project Digitale Dienstverlening. Zes jaar later worden opnieuw de resultaten geïnterviewd en beoordeeld. Sinds 2008 zijn er op het gebied van digitale dienstverlening immers nieuwe ontwikkelingen, zoals de Rijksvisie om in 2017 alle producten en diensten volledig digitaal aan te bieden. Daarnaast heeft Ridderkerk zich in de onderzoeksperiode voorbereid op de (ambtelijke) samenwerking met buurgemeenten Barendrecht en Albrandswaard: de zogeheten BAR-samenwerking (per 1-1-2014). Doel van het huidige onderzoek is om opnieuw inzicht te krijgen in de kwaliteit, doelmatigheid en de doeltreffendheid van de digitale dienstverlening in Ridderkerk. Daarnaast wordt er gekeken naar de huidige visie en aanpak van digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk.

De centrale onderzoeksvraag: 'Wat is de kwaliteit en doelmatigheid van de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk ultimo 2013?'

Onder kwaliteit verstaan we in dit verband de mate waarin het niveau van de geleverde (digitale) diensten aansluit bij de verwachtingen van de inwoners en ondernemers. De doelmatigheidsvraag is de vraag of hetzelfde resultaat ook met de inzet van minder middelen had kunnen worden bereikt. Daarnaast speelt ook doeltreffendheid een rol: de mate waarin inwoners en ondernemers tevreden zijn over de dienstverlening en er gebruik van maken.

Op basis van de centrale onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. Wat is het beleid van de gemeente Ridderkerk ten aanzien van digitale dienstverlening en hoe is de betrokkenheid van de raad?
2. Welke producten worden thans aangeboden en met welke kwaliteit?
3. Welke investeringen zijn gedaan in digitale dienstverlening in de laatste vijf jaar (2009 t/m 2013) en in hoeverre zijn deze doelmatig?
4. Hoe wordt door de inwoners het aanbod van digitale dienstverlening ervaren en in hoeverre is er sprake van doeltreffendheid?
5. Wat zijn de kansen en mogelijkheden om de digitale dienstverlening verder te verbeteren?

¹ Uit dit onderzoek kwamen verschillende aandachtspunten naar voren, zoals de omvang van het digitale dienstenpakket, de toetsing van de servicenormen, verschillende aspecten van de website en de integratie van de digitale dienstverlening in de werkprocessen.



Digitale dienstverlening

Een gangbare definitie van digitale dienstverlening is het aanbieden van informatie, diensten en producten via internet (zie bijvoorbeeld www.advies.overheid.nl). Digitale dienstverlening kan op vier niveaus worden aangeboden:

- niveau 1: digitale informatie over de belangrijkste producten en diensten;
- niveau 2: downloadbare formulieren die de burger kan invullen en uitprinten;
- niveau 3: formulieren die online ingevuld en geretourneerd kunnen worden, het product kan vervolgens op het gemeentehuis worden afgehaald;
- niveau 4: een systeem waarbij het hele proces (waar mogelijk) digitaal verloopt.

Van sommige producten is dus alleen digitaal informatie beschikbaar over de aanvraag en moet de aanvraag zelf geheel op 'traditionele' wijze plaatsvinden (niveau 1). Andere producten worden van begin tot eind digitaal uitgevoerd (niveau 4).

1.2 Achtergrond bij het onderzoek

De wereld van (digitale) overheidsdienstverlening is de afgelopen tien jaar sterk in beweging. Landelijk zijn er diverse ontwikkelingen in gang gezet, waarvan de belangrijkste hier kort worden beschreven:

- Eind 2003 presenteerde het Rijk (Commissie Jorritsma) het actieprogramma '*Andere Overheid*' en medio 2004 kwam de kabinetsnotitie 'Op weg naar de elektronische overheid' uit. Daarmee werden ontwikkelingen rondom het thema elektronische overheid vastgelegd in formele landelijke beleidsstukken. Het is een beleid dat vraagt om zowel landelijke als lokale implementaties. Voor gemeenten is op die manier een dubbele uitdaging ontstaan:
 - het realiseren van de eigen elektronische gemeente met onder andere elektronische dienstverlening oftewel webdiensten aan de voorkant;
 - het aansluiten op landelijke basisvoorzieningen zoals DigiD (beveiligde toegang) en de landelijke basisregistraties.
- *Antwoord @*; Een vertaling van de visie van de commissie Jorritsma. Gemeenten worden hét overheidsloket. In 2015 moet het gemeentelijke loket 80% van alle vragen van burgers, bedrijven en instellingen aan de overheid en ketenpartners via alle kanalen (fysieke loket, internet, balie, telefoon en post) kunnen afhandelen. Zowel de visie als de vertaling zijn omarmd door het kabinet, VNG en de Vereniging Directeuren Publiekszaken (VDP).
- *Het Nationaal Uitvoeringsprogramma Betere Dienstverlening en e-overheid (NUP)*. Met de ondertekening van de akkoordverklaring bij het NUP zijn afspraken gemaakt tussen Rijk, provincies, gemeenten en waterschappen om de inmiddels bestaande infrastructuur van de e-overheid te benutten voor betere dienstverlening. Het NUP is een programma met werkafspraken behorende bij die akkoordverklaring. Hierin zijn 19 basisvoorzieningen genoemd en 6 voorbeeldprojecten.



- *Overheid.nl Monitor*. Onder de naam "Overheid.nl Monitor" werden de ontwikkelingen in kaart gebracht op het terrein van de elektronische overheid. Dat gebeurde in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Er werd verwacht dat gemeenten meegingen in deze ontwikkelingen. Deze monitor is sinds 2011 niet meer actief.
- Het NUP is doorontwikkeld tot het i-NUP. Dit omvat de implementatie van meer dan 20 ICT-bouwstenen. Deze zijn noodzakelijk om uiterlijk 1 januari 2015 de basis op orde te brengen en de dienstverlening aan burgers en ondernemers sneller, beter en efficiënter te maken. Voorbeelden van de bouwstenen zijn de voorzieningen voor de berichtenbox van MijnOverheid, het gemeentelijk 14+netnummer, eHerkenning, de webrichtlijnen en het Stelsel van Basisregistraties.
- In de nabije toekomst zou er een nieuwe monitor op het gebied van digitale dienstverlening aan de burger kunnen komen. Dit is onderdeel van de ambitie van minister Plasterk om in 2017 alles digitaal op de website aan te bieden. Dit in het kader van efficiëntie ('scheelt gemeente tijd') en dienstverlening ('scheelt burger tijd'). Ook wil het ministerie van Binnenlandse Zaken dat de gemeente –zoals gezegd- het voorportaal van de overheid wordt en dat ook mensen die met het waterschap of het Rijk in contact willen komen via de gemeente binnen komen.

1.3 Aanpak van het onderzoek

Voor de beantwoording van de onderzoeksvragen is een onderzoek uitgevoerd. Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van een deskstudie, interviews in de ambtelijke organisatie, een usability-test van de website, een enquête onder raadsleden en een enquête onder burgers en ondernemers.

Deskstudie

Relevante documenten voor de beleidskaders zijn onder meer de visie op dienstverlening en het project Antwoord©, 'Gemeente heeft antwoord - het Klant Contact Centrum van gemeenten als frontoffice voor de hele overheid' (2007), het eerdere Onderzoek naar Digitale Dienstverlening van de Rekenkamercommissie Ridderkerk (2008), de afdoeningsmededeling motie digitale dienstverlening (2009), de Businesscase oprichting gezamenlijk BAR-KCC (2012) en de nota van uitgangspunten voor een BAR KCC. Daarnaast is gekeken naar het collegeakkoord 2010, de programmabegrotingen en de jaarrekeningen van de gemeente Ridderkerk.

Interviews

Om de ontwikkeling van de digitale dienstverlening in beeld te krijgen is gesproken met zeven sleutelfiguren binnen de gemeentelijke organisatie: twee informatieadviseurs, de domeindirecteur publiek, de projectleider digitale dienstverlening, de projectleider doorontwikkeling dienstverlening en de afdelingsmanager backoffice. Ook is de verantwoordelijk wethouder geïnterviewd. Een overzicht van geïnterviewden is te vinden in bijlage 3.

Enquêtes inwoners, bedrijven en raadsleden

Er zijn telefonische enquêtes uitgevoerd onder inwoners en ondernemers van Ridderkerk. In deze enquêtes (zie bijlage 1) kwamen vooral de verwachtingen en eigen ervaringen met digitale dienstverlening van de gemeente aan bod.



De enquêtes onder inwoners en ondernemers zijn eind april – medio mei uitgevoerd. Voor het onderzoek onder inwoners is een aselechte steekproef uit de Gemeentelijke Basisadministratie (GBA) getrokken van 1.000 inwoners van 18 jaar en ouder. Deze steekproef is vervolgens verrijkt met telefoonnummers. In totaal konden bijna 750 telefoonnummers gekoppeld worden. Voor het onderzoek onder bedrijven is een aselechte steekproef getrokken van 300 bedrijven uit het bedrijvenregister. De geselecteerde inwoners en ondernemers kregen voorafgaand aan het onderzoek een brief toegestuurd. Deze brief bevatte informatie over het onderzoek en een aankondiging dat men gebeld zou kunnen worden.

In totaal zijn 150 telefonische gesprekken gevoerd met inwoners en 50 gesprekken met bedrijven. Deze gesprekken duurden circa tien minuten en zijn gevoerd aan de hand van een gestructureerde vragenlijst over verwachtingen van en de ervaringen met de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk. Ook is een aantal algemene vragen gesteld over internetgebruik. De vragenlijsten voor inwoners en bedrijven waren identiek. Bij het bellen naar bedrijven is allereerst gevraagd naar de eigenaar en indien dit niet mogelijk was naar de bedrijfsleider of manager.

De raadsleden zijn via een korte online enquête (bijlage 2) nog voor de verkiezingen in de gelegenheid gesteld om hun visie, verwachtingen en ervaringen te delen. Alle 27 toenmalige raadsleden kregen een uitnodiging. De vragenlijst is door acht van deze 27 raadsleden ingevuld.

Usability-test

Vier testers van I&O Research hebben de website van gemeente Ridderkerk getest aan de hand van zeven realistische praktijkcases. De testers van I&O Research varieerden in leeftijd, geslacht en internetervaring. Iedere case bestond uit een situatieschets en vervolgens een opdracht om via de website van gemeente Ridderkerk antwoorden te vinden. De te onderzoeken onderdelen/cases zijn vastgesteld door de Rekenkamercommissie. Vanwege het ontbreken van een test-DigiDcode konden geen formulieren getest worden².

Iedere test duurde een uur en begon met een algemene introductie. Daarna voerden de testers drie tot vijf cases uit en vulden na iedere case een kort vragenformulier in over de opgedane ervaring bij het uitvoeren van de case (zie bijlage 5). Een onderzoeker was tijdens de testen aanwezig om opmerkelijke zaken direct vast te stellen, waar nodig direct vragen te kunnen stellen aan de tester en de tester te begeleiden. Van alle testopdrachten zijn video-opnames gemaakt (schermcam met audio) die ter beschikking zijn gesteld aan de Rekenkamercommissie. Iedere case is uitgevoerd door minimaal twee testers. De meeste tests zijn uitgevoerd achter een pc met internet en daarnaast zijn ook enkele tests uitgevoerd op een tablet.

² De volgende digitale producten en diensten bevinden zich achter een DigiD inlogscherf: [reisdocument \(aanvragen en afhalen\)](#), [rijbewijs \(aanvragen en afhalen\)](#), [uittreksel uit de Gemeentelijke Basisadministratie](#), [vervanging van een stempas](#) en de [aanvraag van een kiezerspas](#).



1.4 Normenkader

Het normenkader dat is gebruikt om de onderzoeksvragen systematisch te beantwoorden richt zich op de inhoud van het beleid, de aansluiting op het ambitieniveau van de raad, de investeringen in digitale dienstverlening, het huidige aanbod van de digitale dienstverlening en de waardering van dat aanbod door burgers en ondernemers.

1. Inhoud beleid en betrokkenheid raad:
 - het beleid bevat een visie op digitale dienstverlening;
 - het beleid bevat heldere doelen over digitale dienstverlening;
 - het beleid is bekend bij betrokkenen;
 - het beleid is voldoende verankerd in de organisatie;
 - het beleid wordt uitgevoerd;
 - de raad stelt kaders voor digitale dienstverlening;
 - de raad wordt actief geïnformeerd over ontwikkelingen rondom digitale dienstverlening;
 - de raad wordt in staat gesteld om het beleid bij te sturen.

2. Huidige aanbod digitale dienstverlening:
 - het huidige aanbod is in overeenstemming met de visie en de doelstelling;
 - er zijn servicenormen afgesproken, gecommuniceerd en gehandhaafd;
 - de digitale dienstverlening is goed ingepast in de niet-digitale dienstverlening;
 - het aanbod van het dienstenpakket is actueel en wordt goed via de website gecommuniceerd;
 - het aanbod is van goede kwaliteit (vindbaar, goed beschreven, wat beloofd wordt, wordt geleverd);
 - er is voldoende aandacht voor landelijke thema's zoals eenmalige gegevensuitvraag, proactieve dienstverlening, reductie administratieve lasten en multichannelling.

3. Investeringen sinds 2009 en doelmatigheid:
 - de gedane investeringen in digitale dienstverlening zijn transparant;
 - er is gewerkt met een investeringsplan;
 - de inkoop is doelmatig verlopen;
 - er zijn geen vertragingen in de implementatie opgetreden;
 - het is inzichtelijk welke efficiencywinst de investeringen opleveren.

4. Waardering aanbod digitale dienstverlening door inwoners en ondernemers en doeltreffendheid:
 - inwoners beoordelen het aanbod gemiddeld met een 7;
 - het percentage inwoners dat een onvoldoende geeft (5 of lager) is minder dan 5%;
 - ondernemers beoordelen het aanbod gemiddeld met een 6,5;
 - het percentage ondernemers dat een onvoldoende geeft is minder dan 10%;
 - het aanbod is afgestemd op en sluit aan op wensen/behoefte inwoners;
 - de digitale dienstverlening is doeltreffend.



1.5 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 beschrijft de totstandkoming van het huidige beleid en de betrokkenheid van de raad daarbij. Hoofdstuk 3 gaat in op het huidige aanbod aan digitale diensten. Hoofdstuk 4 beschrijft de investeringen in digitale dienstverlening en de doelmatigheid hiervan. Hoofdstuk 5 behandelt de vraag hoe het huidige aanbod wordt gewaardeerd door betrokkenen en behandelt de doeltreffendheidsvraag. De beoordeling aan de hand van het normenkader vindt steeds plaats in de concluderende paragraaf van het betreffende hoofdstuk.

Hoofdstuk 6 beantwoordt vervolgens de vijf onderzoeksvragen, mede aan de hand van de oordelen die in de hoofdstukken daarvoor zijn beschreven. Hoofdstuk 6 kan ook gelezen worden als een management samenvatting van het onderzoek.

In de bijlagen 1 t/m 5 zijn respectievelijk opgenomen, de vragenlijst voor bewoners en ondernemers, de vragenlijst voor de raadsleden, de lijst met geïnterviewden, een nadere toelichting op het dienstverleningsconcept Ridderkerk en de businesscase KCC, en de uitgebreide resultaten van de usability-test.

2

Hoofdstuk

Beleid en betrokkenheid raad



2. Beleid en betrokkenheid raad

2.1 Wat vooraf ging in Ridderkerk

Vóór 2008: project Digitale Dienstverlening

Samen met Inter Access (inmiddels opgegaan in PinkRocade Local Government) ontwikkelde de gemeente in 2002/2003 WebNext. Dit programma was op dat moment vernieuwend, omdat het niet alleen digitale diensten afwikkelde, maar ook de link legde met telefonische dienstverlening en dienstverlening aan de balie.

In 2004 heeft de gemeente Ridderkerk meegedaan aan een pilot voor een digitaal loket (Project Digitale Dienstverlening). Het project Digitale Dienstverlening (januari 2004) was een proef voor een applicatie ter ondersteuning van digitale dienstverlening. Dit project is in drie fases uitgevoerd. Eerst is de applicatie met basisgegevens ingericht, waarna de medewerkers hiervoor zijn opgeleid. Daarna is gedurende acht maanden de applicatie live gegaan op internet. Het digitaal loket functioneerde bij deze test naar tevredenheid. Daarom heeft de gemeente dit digitaal loket door laten lopen tot april 2006.

Voor de periode na april 2006 was de gemeente verplicht een officiële aanbesteding uit te schrijven. Bij de aanbesteding besloot de gemeente de aanbieder te vragen een uitgebreid procesbesturingssysteem te ontwikkelen. Dit zou meer mogelijkheden creëren voor procesgericht werken. De beoordeling van de aanbieder geschiedde op basis van de economisch meest voordelige inschrijving³. De kostencomponent was hierbij doorslaggevend. Bij de gekozen oplossing bleek dat er veel interne kennis van programmeren nodig is, om het digitaal loket aan te kunnen passen. Deze kennis was op dat moment niet binnen de organisatie beschikbaar. Naar aanleiding hiervan is besloten te wisselen van aanbieder (voorgesteld in 'Hoe verder met PBS' en 'Projectplan invoering TOP'). Voor het digitaal loket is de gemeente teruggeslagen naar de eerste aanbieder, die de pilot ook aanbood in 2004 ('PID/Implementatieplan WebIntake').

2008: hoofdconclusies rekenkamerrapport digitale dienstverlening

Digitale dienstverlening nam in 2008 een belangrijkere plaats in binnen het pakket van gemeentelijke diensten aan burgers en bedrijven. Dit belang was ook terug te vinden in de ambities van de gemeente. De raad had voor de omvang en kwaliteit van digitale dienstverlening doelstellingen geformuleerd en vastgesteld in de programmabegrotingen. Het college had verschillende beleidsdocumenten vastgesteld waarin de doelstellingen nader worden uitgewerkt. Dit paste bij de rollen die men voor zichzelf zag weggelegd: de Raad wilde kaders stellen ten aanzien van digitale dienstverlening, maar de taken voor de uitvoering lagen volgens de raadsleden bij het college.

Eén van de hoofdconclusies was dat het beleid redelijk goede mogelijkheden voor sturing en controle bood, ondanks het feit dat de doelstellingen niet altijd SMART waren geformuleerd.

³ Programma van Eisen Procesbesturingssysteem: Gunningscriterium.



Hoewel werd geconstateerd dat de ambtelijke organisatie zich inspande om de doelstellingen voor digitale dienstverlening te behalen, voldeed het digitale dienstenpakket niet aan de landelijke norm. De landelijke norm dat 65% van de producten en diensten via internet beschikbaar is, werd net niet gehaald (61%). Verder was een hoofdconclusie dat aspecten van de website nog voor verbetering vatbaar waren. De zoekmachine, het overzicht van lokale regelgeving, periodieke analyse en rapportage over het gebruik van de website voldeden niet geheel aan de hiervoor geldende norm.

De digitale dienstverlening was in 2008 volgens het rapport nog niet volledig geïntegreerd in werkprocessen. Het ontbrak aan procedures en afspraken over de serviceverlening aan de inwoner. Er werd wel gewerkt aan een burgerhandvest dat dit laatste probleem zou aanpakken.

2009-2011: focus verschuift naar traditionele dienstverleningskanalen

Met de aanbevelingen uit het rapport van de Rekenkamercommissie is volgens betrokkenen niet veel gebeurd. Mede door de uitkomsten van een inwonersonderzoek⁴ in 2009 kwam de focus op de meer traditionele dienstverleningskanalen te liggen. Voorbeeld hiervan is het op afspraak werken bij de gemeentelijke balies.

Op het gebied van digitale dienstverlening werd een stapje terug gedaan. Waar de gemeente Ridderkerk in 2002/2003 dus nog voorloper was op het gebied van digitale dienstverlening met WebNext werd vanaf 2008 WebNext alleen nog gebruikt voor internetaanvragen. Er stond op dat moment een goed geraamte met een aantal producten. Er is hierop niet verder doorgebouwd. Er zijn wel plannen gemaakt door de toenmalig proceseigenaar dienstverlening, die zich onder meer bezighield met digitale dienstverlening. Deze zijn echter niet officieel behandeld door management of college.

Voor het NUP is wel een plan geschreven met een overzicht waar men stond en waar men naartoe wilde. Dit richtte zich met name op de richtlijnen voor de gemeentelijke website. Dit plan was een intern werkdocument en is vanuit de werkvloer ontstaan. Het had geen officiële status; het is niet langs wethouder of raad gegaan. Het management en de verantwoordelijk wethouder werden wel geïnformeerd over de voortgang.

2011-2013: de basis op orde krijgen voor de naderende BAR-samenwerking

De proceseigenaar dienstverlening ervoer onvoldoende steun vanuit de organisatie om echt vooruitgang te boeken. Het management voelde zich niet verantwoordelijk voor de verbetering van de digitale dienstverlening. Vanuit de gemeentelijke politiek was er beperkte aandacht voor de verbetering van de digitale dienstverlening, met vooral een accent op de ondernemers in de gemeente.

Eind 2011 kwam -sneller dan verwacht- de BAR-gemeentelijke samenwerking in zicht.

⁴ Waar Staat Je Gemeente, najaar 2009.



Daarna werd binnen de gemeente Ridderkerk geen prioriteit meer gegeven aan het verder ontwikkelen van de digitale dienstverlening. De proceseigenaar dienstverlening vertrok en de functie is daarna niet ingevuld.

De focus kwam te liggen op het te ontwikkelen Klantcontactcentrum (KCC). De businesscase die hiervoor is opgesteld (zie bijlage 4) werd het sturingsdocument voor de drie gemeenten. Vóór de samenwerking tussen de BAR-gemeenten had iedere gemeente zijn eigen tijdspad, visie en doelen op het gebied van digitale dienstverlening. Door de businesscase ging de aandacht naar het samenvoegen van de Content Management Systems en het verbreden van de visies voor de BAR-gemeenten. Naast deze 'gemeenschappelijke achterkant van de gemeentelijk websites' en het KCC is er veel aandacht gegaan naar de kennisbank en de opleiding van medewerkers in het nieuwe callcenter.

In de aanloop naar de BAR-samenwerking is er in 2012 wel een nieuwe gemeentelijke website gelanceerd – gestoeld op de NUP-bouwstenen. De oude website was dermate verouderd dat de noodzaak hiervoor groot was. Bijkomend voordeel was dat men zich hiermee aansloot bij de aanbieder van Barendrecht en Albrandswaard (Sim-groep). Binnen het domein Publiek is toen de keuze gemaakt om wel bij de toenmalige leverancier van digitale dienstverlening te blijven.

De gemeentelijke website van Ridderkerk is in 2012 ingericht als een platform voor de hele gemeente, waar naast de gemeente bijvoorbeeld ook CJG vindbaar is. Het heeft hierdoor een sterk informerend karakter, maar is als dienstverleningskanaal beperkt ('platformwebsite').

2.2 Het huidige beleid

De gemeente heeft achterstand opgelopen door het gebrek aan ontwikkeling in de periode tussen 2006 en 2014. Vanuit de (wat vergrijsde) bevolking en raad kwamen geen impulsen hier wat aan te doen. Door de crisis was er bovendien geen sprake van een gunstig investeringsklimaat.

Sinds 1 januari 2014 is de ambtelijke samenwerking tussen de BAR-gemeenten officieel een feit. De basis hiervoor op orde krijgen was een complexe klus, omdat er veel systemen waren die niet optimaal samengingen. Het wordt als een voordeel gezien dat alle drie de gemeenten aangesloten zijn bij de Sim-groep. Momenteel is het klantbegeleidingssysteem van Qmatic, de website van de Sim-groep en het zaaksysteem van WebNext. Er zijn dus koppelingen tussen deze systemen nodig. Er wordt nog onderzocht met welk zaaksysteem er in de toekomst gewerkt gaat worden bij de BAR-gemeenten.

Op termijn is het doel wel om voor het zaaksysteem één aanbieder te hebben. De samenwerking met de Sim-groep wordt door de betrokkenen binnen de gemeente als prettig ervaren; zij denken actief mee en faciliteren de BAR-gemeenten goed. Uit de interviews blijkt dat door hun ervaring in andere gemeenten ze goed kunnen adviseren over landelijke trends, zoals de plaatsing van de 'toptaken' (meest aangevraagde info/producten/diensten) op de homepage.

Momenteel zijn de BAR-gemeenten bezig met het samentrekken van de content van de 223 aangeboden producten.



De gemeenten leren van elkaar, vooral van Barendrecht dat op het gebied van digitale dienstverlening voorloper is. De samenwerking binnen de BAR is goed aldus de geïnterviewden, hoewel er altijd ruimte is voor verbeteringen.

Nog altijd is de business case KCC leidend voor de (online) dienstverlening. Hierin worden in brede zin vrij algemene doelstellingen gepresenteerd. Daarnaast is er een dienstverleningsconcept (zie ook bijlage 4) waarin een beeld wordt geschetst van de Ridderkerkse visie op digitale dienstverlening.

Aanbeveling rapport Rekenkamercommissie 2008: wat is hiermee gebeurd?

1. Formuleer SMART-doelen vanuit de optiek van de burger;
Er zijn geen (SMART) doelen geformuleerd richting raad, bestuur of management.
2. Hou ontwikkelingen van landelijke continue monitor actief bij;
Hoewel niet de hele raad achter deze aanbeveling stond, omdat de landelijke normen niet voor iedereen voldoende ambitieus waren en deze weinig zeiden over de Ridderkerkse situatie, is deze wel overgenomen. De landelijke ontwikkelingen zijn echter niet of nauwelijks gemonitord, en hieraan lagen geen impulsen vanuit het bestuur ten grondslag.
3. Stel burgerhandvest op met servicenormen naar de burger;
Er is een burgerhandvest met servicenormen; daterend uit 2009. Hier is door het management ook wel een tijd lang op gestuurd, onder meer door de proceseigenaar dienstverlening. Na zijn vertrek is dit document meer naar de achtergrond verdwenen. De servicenormen worden nog wel gemeten en verschijnen in de managementrapportage.
4. Maak inzichtelijk op welke wijze digitale dienstverlening leidt tot hogere efficiëntie;
Er is niet inzichtelijk gemaakt hoe digitale dienstverlening leidt tot een hogere efficiëntie.
5. Maak realistische planning voor invoering van projecten op gebied digitale dienstverlening en stuur hierop;
Een realistische planning voor de invoering van projecten was als aanbeveling lastig op te volgen, vanwege het uitblijven van projecten. De NUP-gelden gingen wel gepaard met een budgetplanning, maar hier werd het tijdsplan bemoeilijkt doordat lang niet alles al uitvoerbaar was. Mede hierdoor moest de planning soms worden bijgesteld. Bij deze planning is geen (verzoek tot) overleg geweest met het gemeentelijk bestuur.
6. Maak duidelijke afspraken over inbedding digitale dienstverlening in werkprocessen;
De inbedding van digitale dienstverlening in de werkprocessen is op ingezet door de afdeling communicatie. Met name om informatie op de gemeentelijke website in te bedden in de organisatie. Doordat er weinig steun vanuit het management was, ging dit erg moeizaam, maar het is wel verbeterd.
7. Voer onderzoek uit naar de wensen van burgers voor input voor nieuw beleid.
In de raadsbehandeling van de rapportage heeft de wethouder aangestuurd op het gebruik van landelijk bestaand onderzoek, in plaats van een nieuw uit te voeren onderzoek in Ridderkerk. De raad is hiermee akkoord gegaan. Er is derhalve geen onderzoek uitgevoerd dat de wensen van de burgers in Ridderkerk in kaart brengt. Het is onduidelijk of er daadwerkelijk gebruik is gemaakt van landelijk onderzoek naar de wensen van burgers.



2.3 Toekomstplannen

Het idee uit het domeinplan publiek – ‘digitaal, tenzij...’ – leeft volgens de betrokkenen nog onvoldoende in Ridderkerk. Het fysieke kanaal blijft leidend. Het coalitieakkoord van Ridderkerk ‘Veranderen in kracht’ (2014-2018) benoemt de ambitie om wel degelijk stappen te zetten op het gebied van digitale dienstverlening.

“Er blijft een segment van de samenleving over dat niet gelooft in digitale dienstverlening, geen pc met internetverbinding heeft of gewoon liever iemand spreekt. Hoewel wij daar begrip voor hebben, stimuleren wij het gebruik van digitale kanalen.”

Uit: ‘Veranderen in Kracht’ Coalitieakkoord Ridderkerk 2014 - 2018

De uitwerking van deze ambitie zit in het stimuleren van het gebruik van digitale toepassingen en social media en de doorontwikkeling van de gemeentelijke website.

In de toekomst zal er een programmaplan komen met de focus op digitale dienstverlening. Dit kan een uitdaging zijn voor de BAR-gemeenten, gelet op de verschillende ‘digitale culturen’. Vanuit Barendrecht wordt er volgens betrokkenen meer druk uitgeoefend om te digitaliseren. Het te ontwikkelen programmaplan zal een verdere uitwerking van de visie uit de businesscase worden.

Uiteindelijk is het idee dat de inwoner of de ondernemer minder op het gemeentehuis komt - het aanbod op de website moet derhalve logisch, vindbaar en prettig zijn. Er is een trend zichtbaar dat gemeentelijke websites steeds minder lange teksten en nieuwsberichten plaatsen en meer overstappen op functionaliteit. De meest aangevraagde diensten, producten en informatie moeten prominent en vindbaar zijn (zogenaamde ‘toptaken’ website). Essentieel is verder dat het imago van de gemeentelijke digitale dienstverlening is verbeterd. Deze belofte is ook aan de burger gedaan in het kader van de BAR-samenwerking; naast een bezuiniging van twee miljoen per jaar zou de dienstverlening er op vooruitgaan.

Uit het onderzoek blijkt draagvlak voor verdere ontwikkeling op het gebied van digitale dienstverlening. Al is het maar vanwege de efficiencywinst voor de gemeente die betrokkenen signaleren. De telefoonlast kan bijvoorbeeld sterk worden verminderd. Dit is in kaart te brengen door de huidige kanalen te bekijken; welke producten zijn voor de burger van groot belang? Is dit product geschikt voor digitalisering? En is de gemeente ook bereid dit product te digitaliseren (kosten/privacy)? Het lijkt er op dat met name bij bulkproducten, zoals uittreksels en meldingen voor openbare ruimte, efficiencywinst te behalen is door (verder) te digitaliseren. Om te bepalen wat de burger wenst op het gebied van digitale dienstverlening zou kunnen worden volstaan met een analyse van de contacten aan de balie of de telefoon, het websiteverkeer en wellicht met signalen uit de raad. Het zou voor de transparantie van de overheid eventueel goed zijn om hier eerst een onderzoek naar te doen. Dit kan ook de politieke steun vergroten.



Verder kan de landelijke politiek een rol gaan spelen. In de nabije toekomst lijkt er zoals eerder gezegd een monitor op het gebied van digitale dienstverlening aan de burger te komen. Dit is onderdeel van de ambitie van minister Plasterk om in 2017 alles digitaal op de website aan te bieden. Dit in het kader van efficiëntie ('scheelt gemeente tijd') en dienstverlening ('scheelt burger tijd'). Oorspronkelijk wilde het Ministerie van Binnenlandse Zaken dat de gemeenten het voorportaal van de overheid worden en dat ook mensen die met het waterschap of het Rijk in contact willen komen via de gemeente binnen komen. Deze ambitie is later genuanceerd. Hier zat ook een spanningsveld tussen wat men landelijk wil en wat de gemeente kan en doet. Het streven van het klantcontactcentrum van de BAR was expliciet gericht op fase 4 van Antwoord: voor verschillende contactkanalen één duidelijke ingang, waarbij het klantcontactcentrum de regie voert over de klantcontacten.

Het beeld binnen de gemeente is dat de invloed vanaf het ministerie als impuls nuttig kan zijn, maar dat er vooral sprake moet zijn van een organische groei vanuit de gemeente, anders neigt het naar 'window dressing'.

“Digitaliseren moet een middel blijven en geen doel op zichzelf.”

- Medewerker gemeente Ridderkerk

2.4 Betrokkenheid raad

De tijd dat de Ridderkerkse raad de ambitie had bij de top 25 van Nederland te horen op het gebied van digitalisering (lees: website) is voorbij. Digitale dienstverlening is geen onderwerp waarop de raad actief stuurt. Het wordt vooral als bedrijfsvoering beschouwd. Discussies in de raad gaan doorgaans over de financiën en efficiency; het vaststellen van budgetten voor digitale dienstverlening. Het dienstverleningsaspect blijft onderbelicht.

Momenteel wordt naar de raad nog vooral gerapporteerd met het oog op de BAR-samenwerking. Het gaat dan om de stand van zaken van het KCC. Uiteraard staat er ook informatie in de jaar- en tussenverslagen.

Uit de enquête onder raadsleden komt, als het gaat om betrokkenheid bij digitale dienstverlening, het volgende beeld naar voren:

- alle raadsleden die de enquête invulden onderschrijven het belang van digitale dienstverlening aan bewoners en ondernemers;
- over het gewenste niveau van de digitale dienstverlening (alleen informatie, ook e-formulieren of hele aanvraagproces online) zijn de respondenten verdeeld, maar een meerderheid wil waar mogelijk de hele procedure via internet laten verlopen;
- raadsleden zijn unaniem van mening dat uittreksels van het geboorteregister via internet moeten worden aangeboden. Ook verhuizingen moeten online kunnen worden aangegeven. De meeste raadsleden willen ook de omgevingsvergunning via het digitaal loket aanbieden. Over paspoort en rijbewijs zijn de meningen verdeeld. Eén raadslid stelt: *“Het aanvragen van paspoort en rijbewijs kan via internet, maar dan wel afhalen bij gemeentehuis.”*



- de digitale dienstverlening wordt beoordeeld met een 6,9. Twee raadsleden geven een onvoldoende (5);
- belangrijkste element aan de gemeentelijke website is de aangeboden informatie. Verder worden ook zoekstructuur, toegankelijkheid en vindbaarheid genoemd;
- de website voldoet niet bij alle raadsleden aan de verwachtingen. De actualiteit van het nieuws, de duidelijkheid van de menustructuur en de zoekfunctie zijn aangekaarte verbeterpunten.

“Maak de wereld om je heen eenvoudiger. Minder regels waar het kan en digitale dienstverlening waar mogelijk. Uiteraard mag het niet ten koste gaan van mensen die geen digitale wegen kunnen bewandelen.”

- Raadslid gemeente Ridderkerk

2.5 Conclusies

In dit hoofdstuk zijn de eerste twee onderzoeksvragen behandeld, namelijk de vraag naar de inhoud van het beleid met betrekking tot digitale dienstverlening en de vraag naar de betrokkenheid van de raad bij dit beleid.

Uit het onderzoek komt naar voren dat Ridderkerk niet beschikt over een actuele visie op digitale dienstverlening. Op strategisch niveau zijn er alleen documenten die de gemeentelijke dienstverlening in brede zin behandelen. De businesscase KCC (BAR) is hierin momenteel leidend. Het is de afgelopen jaren het doel geweest om te investeren in meerdere kanalen en een klantcontactcentrum operationeel te hebben. Digitale dienstverlening is daarin één van de kanalen, maar krijgt geen specifieke aandacht in de businesscase.

De beleidsdoelen in het Dienstverleningsconcept Ridderkerk zijn helder te noemen. Ook in de businesscase KCC staan doelen geformuleerd. Beide zijn echter sterk gericht op dienstverlening in brede zin. Er zijn geen doelen specifiek voor de digitale dienstverlening. In de nabije toekomst zal er een programmaplan komen met de focus op digitale dienstverlening, waarin zowel de visie als de doelen op digitale dienstverlening van de BAR-gemeenten zal worden genoteerd.

De keuze om geen actief beleid te voeren op het gebied van digitale dienstverlening is bekend bij de betrokkenen binnen de gemeente. Alle betrokkenen zijn op de hoogte van de achterliggende afwegingen die zijn gemaakt. Doordat de praktijk weinig aan veranderingen onderhevig is geweest, is het goed verankerd in de organisatie(-praktijk) en wordt het ook als zodanig uitgevoerd. Het ontbreken van beleid maakt het echter onmogelijk te stellen dat er sprake is van een verankerd beleid.

De raad wordt alleen op vaste momenten geïnformeerd over ontwikkelingen rondom de voortgang van de BAR-samenwerking, waarbij digitalisering een klein deel uitmaakt van de informatie over de totale dienstverlening. Dit is mede te verklaren door de relatief beperkte ontwikkelingen op het gebied van digitalisering. Mede hierdoor stelt de raad niet of nauwelijks inhoudelijke kaders voor digitale dienstverlening. Het onderwerp is geen issue waarop fracties zich profileren. De aandacht vanuit de raad voor de beperkte ontwikkelingen op het gebied van digitale dienstverlening in de afgelopen jaren



is minimaal. De individuele raadsleden die in het kader van dit onderzoek zijn bevroegd hebben echter een hoger ambitieniveau.

Tabel 2.1

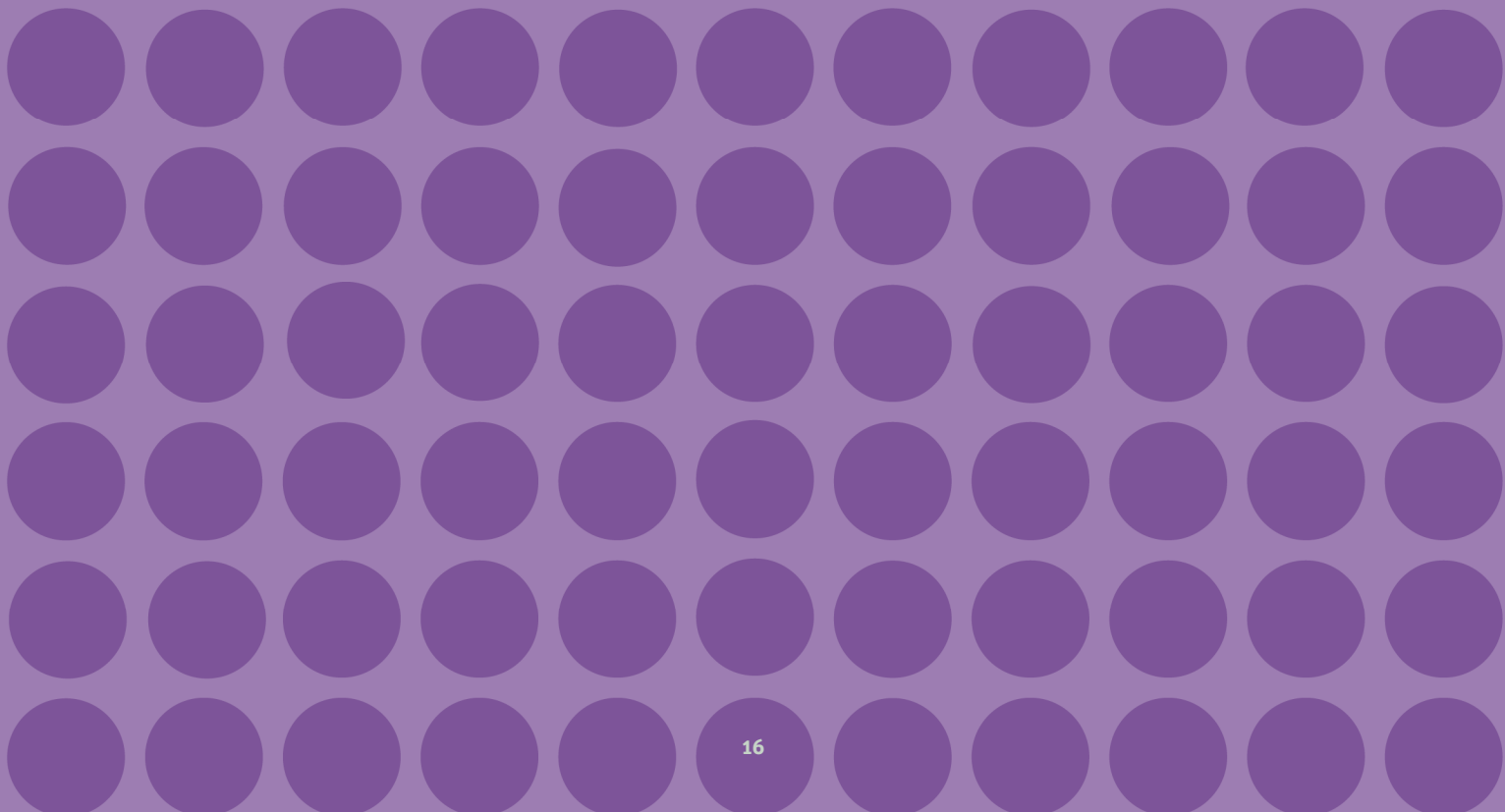
Normen voor beoordeling van de inhoud van het beleid.

Norm	bevinding
het beleid bevat een visie op digitale dienstverlening	voldoet niet
het beleid bevat heldere doelen over digitale dienstverlening	voldoet niet
het beleid is bekend bij betrokkenen	voldoet ten dele
het beleid is voldoende verankerd in de organisatie	voldoet ten dele
het beleid wordt uitgevoerd	voldoet ten dele
Raad stelt kaders voor digitale dienstverlening	voldoet niet
Raad wordt geïnformeerd over ontwikkelingen digitale dienstverlening	voldoet ten dele
Raad wordt in staat gesteld om het beleid bij te sturen	voldoet ten dele

3

Hoofdstuk

De digitale diensten





3. De digitale diensten

3.1 Online producten en diensten

De digitale dienstverlening van Ridderkerk wordt niet aangeboden in een afzonderlijk digitaal loket. In het tabblad dienstverlening kan onder 'producten en diensten catalogus' worden gezocht naar een specifieke dienst of product. Wanneer dit product is gevonden staat er een korte omschrijving ('wat is het?') en een plan van aanpak om het product of de dienst aan te vragen ('wat moet ik doen?'). Een aantal producten dat door gemeenten soms (deels) online wordt aangeboden, is op de website opgezocht. Hieruit blijkt dat een meerderheid van deze producten niet online is op te vragen. In een aantal gevallen gaat het om producten die via het Omgevingsloket (en DigiD) wel kunnen worden aangevraagd. Twee producten kunnen per e-mail worden aangevraagd.

Tabel 3.1

Dienstverlening.⁵

product	opmerking	online op te vragen?
afschrift van de akte van huwelijk, echtscheiding, geboorteakte of overlijdensakte	U kunt een uittreksel of afschrift van de akte krijgen aan het loket van de gemeente waar de akte is opgemaakt. U kunt ook iemand schriftelijk machtigen om dit voor u te doen. Een derde mogelijkheid is het uittreksel of afschrift schriftelijk aan te vragen.	nee
attestatie de Vitae (Bewijs van in leven zijn)	Een attestatie de vitae vraagt u persoonlijk aan bij de gemeente.	nee
bouw en verbouw (omgevingsvergunning)	Via Omgevingsloket online kunt u nagaan of u een omgevingsvergunning moet aanvragen. Gebruik hiervoor uw DigiD inlogcode. U kunt de aanvraag meteen digitaal indienen. U kunt het formulier ook downloaden en uitprinten. Bedrijven kunnen de aanvraag alleen digitaal doen. Gebruik hiervoor eHerkenning.	ja, via omgevingsloket
brandveilig gebruik bouwwerken	Doe de melding minimaal 4 weken voordat u het gebouw gaat gebruiken. Vermeld hierbij dat het om een 'gebruiksmelding' gaat. De gemeente stuurt u een ontvangstbevestiging van uw melding.	nee
drank- en horecavergunning	U vraagt de vergunning aan bij de gemeente. Doe dit in de gemeente waar uw horecabedrijf of slijterij is gevestigd.	nee
geheimhouding basisadministratie persoonsgegevens	Vraag om geheimhouding van uw gegevens bij de gemeente. Wilt u dat ook uw vorige woongemeente geen gegevens levert? Dan moet u dat bij die gemeente apart vragen.	nee
kapvergunning	Via Omgevingsloket online kunt u uw aanvraag indienen. Dit kunt u digitaal doen of u downloadt het formulier en print het uit op papier. Doet u als particulier een aanvraag dan hebt u een DigiD inlogcode nodig. Meer informatie over DigiD vindt u op www.digid.nl . Dient u voor uw bedrijf een aanvraag in, dan hebt u eHerkenning nodig. Meer informatie vindt u op www.eherkenning.nl .	ja, via omgevingsloket

⁵ Getoond overzicht is een selectie van de mogelijk beschikbare producten (meetmoment: mei 2014)



product	opmerking	online op te vragen?
leerplicht	U meldt bij de leerplichtambtenaar van de gemeente dat u uw kind niet inschrijft op een school. Doe dit voordat uw kind 5 jaar wordt.	nee
naamgebruik, aanduiding	Als u persoonlijk langsgaat bij de gemeente, verandert de gemeente direct uw naam. Vraagt u het digitaal of schriftelijk? Dan verandert de gemeente dit binnen 10 werkdagen.	ja, per e-mail
overlijden en begraven/cremeren	U vraagt toestemming aan de gemeente als de persoon door natuurlijke oorzaak is overleden. U hebt hiervoor een verklaring nodig van een arts of een lijkschouwer.	nee
parkeervergunning	In enkele woonstraten in Ridderkerk is vergunningparkeren ingesteld. Als u in dit gebied woont, kunt u een parkeervergunning aanvragen bij de gemeente.	nee
rijbewijs	U vraagt uw rijbewijs persoonlijk aan bij de gemeente. Meestal ligt het rijbewijs na 5 werkdagen klaar bij de gemeente. Kunt u hier niet op wachten? Doe dan een spoedaanvraag. U moet uw rijbewijs persoonlijk komen afhalen.	nee
uittreksels uit de basisadministratie	Vraag het uittreksel op één van de volgende manieren aan: persoonlijk, schriftelijk of door iemand anders laten afhalen (machtigen)	nee
uittreksels, bewijs van Nederlanderschap	U vraagt het bewijs van Nederlanderschap aan bij de gemeente.	nee
uitweginstemming (in- en uitrit)	Wilt u toestemming vragen voor de aanleg van een uitrit? Dan kunt u hierover een e-mail sturen naar de gemeente Ridderkerk.	ja, per e-mail
verhuizen en emigratie	U geeft uw verhuizing/emigratie door aan de gemeente. Doe dit binnen 5 dagen vóór uw vertrek.	nee

3.2 Overeenstemming met visie en beleid

Uit de interviews komt naar voren dat het huidige (beperkte) digitale aanbod voortkomt uit het beleid van de afgelopen jaren, namelijk een pas op de plaats met het oog op de BAR-samenwerking. De uitdaging is om de basis waarop de BAR-samenwerking is gebouwd helemaal op orde te krijgen. Vanuit daar moet de digitale dienstverlening in de komende jaren geleidelijk aan verder worden uitgebouwd. Het te schrijven programmaplan zal daar leidend in worden.

Het is nog niet duidelijk welke weg er zal worden bewandeld. Een voor de hand liggende optie is om voor steeds meer producten de mogelijkheid van een volledig digitale aanvraag te ontwikkelen. Als daar vervolgens meer gebruik van wordt gemaakt, kan er gaandeweg ook meer digitaal georganiseerd worden. De keuze voor de eerste producten kan zowel op basis van laagdrempeligheid (welke producten zijn relatief makkelijk te digitaliseren?), als op basis van efficiency (welke producten zouden het meest opleveren wanneer zij zijn gedigitaliseerd?), worden gemaakt.

Servicenormen

Er is in 2009 een kwaliteitshandvest opgesteld. De folder die hier over ging wordt nu niet meer gemaakt of uitgedeeld. Ook op de website wordt het handvest niet meer gecommuniceerd. Uit de interviews komt verder naar voren dat de servicenormen met name waren bedoeld om de burger een beeld te geven van wat men van de gemeente mag verwachten.



De kwaliteitspunten uit het handvest worden momenteel nog gebruikt voor de management- en bestuurlijke rapportages. Het kwaliteitshandvest is niet door de raad vastgesteld, maar is tot stand gekomen als onderdeel van een cultuurtraject waarbij de gemeente transparanter en minder bureaucratisch te werk wilde gaan. Het is de betrokkenen onduidelijk bij wie het handvest was belegd en waarom de communicatie over het handvest is gestopt.

Multichanneling en eenmalige gegevensuitvraag (afstemming met niet-digitale dienstverlening)

Het programma WebNext is ooit gecreëerd om verschillende typen dienstverlening meer te verbinden, het ontwerp van de software was gericht op één applicatie voor alle kanalen. In Ridderkerk is het echter nooit zo opgepakt. Het toenmalige project 'Digitale Dienstverlening' was hier niet op gericht. Gekozen is voor het internetkanaal, omdat dit nieuw was en eenvoudig te implementeren. Met name omdat er geen aanpassingen nodig waren bij de bestaande processen voor de andere kanalen. Verder ging het bij aanvang om een pilot om ervaring op te doen met digitale dienstverlening. Dat stond toen landelijk in de kinderschoenen. Uiteindelijk ging deze pilot over in de beheersituatie. Een kostenaspect was hierbij niet aan de orde.

Op dit moment wordt in BAR-verband gewerkt met KeytoKlantcontact. Dit is een systeem waarin contacten met de burger (en ondernemer) worden vastgelegd, waarin de status van aanvragen zichtbaar is en waarin de historie van contacten van de burger (en ondernemer) met de gemeente op te vragen is. Met KeytoKlantcontact kan er binnen het Klantcontactcentrum zicht gehouden worden op, en regie worden gevoerd over de klantcontacten. Het systeem is onlangs in gebruik genomen door de drie BAR-gemeenten voor het ondersteunen van de veelvoorkomende processen (waaronder meldingen openbare ruimte) in het Klantcontactcentrum. Dit is een eerste stap richting eenmalige uitvraag. Momenteel wordt het met name ingezet voor telefonische dienstverlening en dienstverlening aan de balie. In de toekomst kan het echter ook voor het digitale kanaal worden ingezet. Het invoeren van zaakgericht werken in 2014/2015 moet eenmalige gegevensuitvraag nog verder mogelijk maken. Met de komst van het Klantcontactcentrum is er veel aandacht voor multichanneling.

Actualiteit en kwaliteit

Het aanbod van online producten is – naar de mening van de geïnterviewden – nog zeer minimaal. Het aanbod van de producten die nu online beschikbaar zijn, wordt door de geïnterviewden gezien als ontoereikend voor de schaal van Ridderkerk. De producten die online worden aangeboden zijn van goede kwaliteit. De toelichting is doorgaans bondig en helder. Optimaliseren is volgens de testpersonen in de usability-test mogelijk. Aandachtspunt is volgens hen de vindbaarheid van de digitale producten. Pas wanneer men het product opzoekt blijkt dat het (ook) digitaal kan worden afgehandeld.

Vraaggerichtheid van het aanbod

Alle producten die via de publieksbalie worden geleverd, worden ook in de zogenoemde kennisbank opgenomen. De kennisbank is hiermee de primaire informatiebron voor (KCC-)medewerkers voor het beantwoorden van vragen. In de kennisbank is informatie te vinden over alle producten en diensten van de BAR-gemeenten.



Daarnaast zijn per product veelgestelde vragen en antwoorden terug te vinden en is per product aangegeven wie binnen de gemeente hiervoor verantwoordelijk is en hoe deze persoon bereikbaar is. Tot slot bevat de kennisbank ook ‘vluchtige’ informatie over bijvoorbeeld tijdelijke wegopbrekingen en seizoen gerelateerde informatie over bijvoorbeeld de eikenprocessierups, gladheidbestrijding en het ophalen van kerstbomen.

Uit de interviews komt naar voren dat er niet vraaggericht wordt gestuurd op de behoefte aan digitale producten onder inwoners en ondernemers. Er wordt op aanbod gestuurd: of een product uiteindelijk wel of niet digitaal wordt aangeboden, is in het verleden vooral op basis van beschikbaarheidsmotieven beslist. Daarnaast speelde als criterium mee dat de landelijk meest voorkomende en verstrekte documenten en producten in ieder geval online worden gezet.

3.3 Conclusie

Het huidige aanbod aan digitale dienstverlening is in overeenstemming met de beperkte ambities en het bijbehorende beleid voor digitale dienstverlening over de afgelopen jaren. Het huidige dienstenpakket is beperkt, maar volgens de testpersonen en betrokkenen wel actueel, van goede kwaliteit en voldoende via de website gecommuniceerd. Er is echter geen digitaal loket. Het aanbod is niet afgestemd op de wensen en behoeften van inwoners en ondernemers, maar vooral ontstaan op basis van beschikbaarheidsmotieven.

De aandacht voor landelijke thema's zoals eenmalige gegevensuitvraag en multichanneling is voldoende. De inpassing van de digitale dienstverlening in de niet-digitale dienstverlening vordert, maar is nog niet voltooid. Ridderkerk beschikt over servicenormen voor de (digitale) dienstverlening, al worden ze niet naar de burger toe gecommuniceerd.

Tabel 3.2

Normen voor de kwaliteit van het aanbod van digitale diensten.

Norm	bevinding
het huidige aanbod is in overeenstemming met visie en beleid	voldoet
servicenormen afgesproken, gecommuniceerd en gehandhaafd	voldoet ten dele
de digitale dienstverlening goed ingepast in niet-digitale dienstverlening	voldoet ten dele
dienstenpakket is actueel en het goed via website gecommuniceerd	voldoet ten dele
het aanbod is van goede kwaliteit	voldoet
er is voldoende aandacht voor landelijke thema's	voldoet

4

Hoofdstuk

Investerings en doelmatigheid



4. Investerings en doelmatigheid

4.1 Investerings

Deze paragraaf biedt een overzicht van de uitgaven op het gebied van digitale dienstverlening, niet van digitalisering of automatisering in brede zin. In de beginjaren kostte de digitalisering van de dienstverlening alleen mensuren. Hiermee werd de technische infrastructuur neergezet. Interne mensuren werden niet geschreven en zijn dus niet te traceren.

Later kwamen hier de exploitatiekosten bij. Eenmalige aanpassingen die moeten worden gedaan, worden bij alle klanten van deze aanbieders gedaan. Verdere investeringen zijn dus relatief beperkt. De vaste kosten van digitale dienstverlening zitten dus met name in de exploitatie.

Wanneer wordt gekeken naar de kosten die zijn gemaakt tussen 2009 en 2013 zijn die in vier groepen te verdelen:

- Seneca: tussen 2009 en 2011 was de website in beheer bij Seneca. Het grootste deel van de gemaakte kosten zijn dan ook het webhostingcontract (€ 12.000 per jaar) en vanaf 2010 ook het onderhoud van de smartsite (ruim € 14.000). Andere kosten zijn bijvoorbeeld een symposium en het inpassen van de decentrale regelgeving op de smartsite. In 2011 is men overgegaan op het CMS van de SIM-groep. In 2012 zijn er dus geen kosten meer voor het CMS van Seneca. Wel werd er in 2012 en 2013 nog geld uitgegeven voor de huur van een server bij Seneca.
- Segment Interactive Media (SIM): Sinds 2011 loopt het CMS van de website via SIM. In 2011 waren de kosten hiervoor beperkt. De jaarlijkse kosten waren toen ca. € 8.000. Wel zijn er ook kosten gemaakt voor bijvoorbeeld een 'in company cursus' (€ 6.000). In 2012 kost de prolongatie van de SIM-site ruim € 30.000 euro, waarbij de loketdiensten nog eens € 8.000 kosten. Dat de kosten van SIM in 2012 hoger zijn dan in 2011 heeft te maken met aanvullende werkzaamheden. Deze werken weer door in een stijging van de onderhoudskosten in 2013. Andere kosten die in dit jaar worden gemaakt hebben vaak te maken met de conversie naar de nieuwe site, zoals het verplaatsen van de raadsinformatie naar de nieuwe website. In 2013 zijn de kosten voor de diensten van SIM ruim € 41.000. Overige kosten zijn voor persoonlijke trainingen en blijven beperkt.
- Inter Access is een ICT-dienstverlener die zorgt voor de verbinding van systemen. De uitgaven op dit gebied zijn tussen 2009 en 2013 licht opgelopen. In 2009 ging het om minder dan € 30.000, waarvan € 20.000 aan onderhoud en hosting. Dit laatste bedrag is door de jaren heen opgelopen tot bijna € 27.000 in 2013. De overige kosten werden bijvoorbeeld gemaakt bij trainingen van de applicatiebeheerders en de implementatie van MijnOverheid (2009), de aansluiting van het omgevingsloket (2010), de koppeling tussen WebNext aan Key2Datadistributie (2011) en een DigiD Beveiligingsassessment (2013).
- ReadSpeaker is software waarmee de tekst op een website aan de bezoeker voorgelezen wordt. Dit is sinds 2012 in gebruik op de gemeentelijke website. Het eerste jaar was hier bijna € 2.000 mee gemoeid. In 2013 lag dit bedrag rond de € 1.500.



Tabel 4.1

Uitgaven voor digitale dienstverlening (2009-2013).

project	2009	2010	2011	2012	2013
Seneca	€ 17.470	€ 33.505	€ 33.973	€ 11.950	€ 4.000
SIM	€ 0	€ 0	€ 32.996	€ 51.749	€ 41.773
Inter Access	€ 29.219	€ 34.238	€ 33.067	€ 33.000	€ 37.670
Readspeaker	€ 0	€ 0	€ 0	€ 1.974	€ 1.484
totaal	€ 46.689	€ 67.743	€ 100.036	€ 98.673	€ 84.927

Op basis van informatie uit beschikbaar gestelde stukken is getracht een reconstructie te maken van de uitgaven aan digitale dienstverlening in brede zin. Het resultaat hiervan is opgenomen in bovenstaande tabel. De jaarlijkse kosten zijn onderdeel van de exploitatiebegroting. Investeringskosten voor de E-dienstverlening zijn uit een begrotingspost i-NUP gedekt.

Hiermee is in beeld gebracht wat de begrote kosten in de periode 2009-2013 zijn. Er zijn uit het onderzoek geen aanwijzingen dat de werkelijk gemaakte kosten hier sterk van afwijken. De externe kosten voor de e-dienstverlening bedragen in deze periode bijna € 80.000,- per jaar. Er is geen beeld van de kosten van interne uren.

Een belangrijke vraag is of Ridderkerk met deze bedragen in de pas loopt met andere gemeenten. Deze vraag is op voorhand niet eenvoudig te beantwoorden, omdat er landelijk geen specifieke benchmark voor digitale dienstverlening beschikbaar is. Op basis van navraag bij andere gemeenten worden de gemiddelde ICT uitgaven op € 60-€ 80,- per inwoner geschat.⁶ Daarbij is het vaak niet mogelijk om een onderscheid te maken naar uitgaven voor digitale dienstverlening. Dat heeft ermee te maken dat veel backoffice software niet specifiek wordt aangeschaft voor digitale dienstverlening, maar daar wel gedeeltelijk voor wordt gebruikt. Zo bezien, vormen de uitgaven van Ridderkerk, specifiek voor digitale dienstverlening, slechts een klein deel van de totale gemiddelde uitgaven van gemeenten aan ICT. Dit beeld wordt bevestigd wanneer wordt gekeken naar de i-NUP-gelden. Hiervoor was één miljoen beschikbaar voor vier jaar. Slechts een deel hiervan ging daadwerkelijk naar de E-dienstverlening.

Het beeld dat uit interviews en cijfers naar voren komt is dat er in beperkte mate geïnvesteerd is in de E-dienstverlening. Gezien de beperkte investeringen kan in elk geval worden vastgesteld dat de uitgaven van de gemeente Ridderkerk voor digitale dienstverlening waarschijnlijk niet groter zullen zijn dan de uitgaven van andere gemeenten. Het is nog onduidelijk of de gemeente in de toekomst in die mate kan profiteren van de BAR-samenwerking, dat het de opgelopen achterstand zonder bovengemiddelde investeringen inhaalt.

⁶ Verwezen wordt naar KPMG Benchmark ICT kosten gemeenten en naar een benchmark van M&I Partners.



Een tweede vraag is in welke mate efficiency een aandachtspunt is geweest in het beleidsproces dat aan het besluit om te investeren in digitale dienstverlening vooraf ging. Dit proces is enigszins gereconstrueerd aan de hand van de interviews. De gemeente Ridderkerk heeft een inkoopbeleid – ook als het gaat om digitale dienstverlening. Per project wordt een programma van eisen (PvE) gemaakt. Kwaliteit en prijs maken daar onderdeel van uit. Voor zover bekend zijn projecten met betrekking tot E-dienstverlening uitgevoerd op basis van economisch meest voordelige aanbieder. Dat betekent dat niet de laagste aanbieder de opdracht krijgt, maar diegene die het beste voldoet aan het PvE.

Inkoopbeleid gemeente Ridderkerk voor leveringen en diensten

Enkelvoudig onderhandse offerteaanvraag: Voor kleinere opdrachten vraagt de gemeente minimaal aan één ondernemer een offerte op. Toepasselijke drempelwaarden: tot € 25.000. Het kan evenwel de voorkeur hebben om ook deze opdrachten in concurrentiestelling uit te zetten, m.a.w. via het opvragen van meerdere offertes als het gevraagde product/dienst of werk door relatief veel marktpartijen leverbaar is.

Meervoudig onderhandse offerteaanvraag: Voor middelgrote opdrachten vraagt de gemeente bij ten minste drie ondernemers een offerte op. Toepasselijke drempelwaarden: vanaf € 25.000 en tot € 150.000. Indien er sprake is van een ruim aanbod aan leveranciers, dienstverleners of aannemers worden meer ondernemers betrokken bij een uitvraag van de gemeente. Bij het meervoudig onderhands aanbesteden van werken met een geraamd bedrag tussen de € 500.000 en € 1.000.000,- excl. BTW vraagt de gemeente vijf offertes aan bij ondernemers.

Nationaal aanbesteden: Opdrachten onder het Europese drempelbedrag, maar boven de drempels voor meervoudig onderhands aanbesteden zal de gemeente nationaal aanbesteden. Toepasselijke drempels: vanaf € 150.000 voor leveringen en diensten (tot drempel Europees aanbesteden).

Europees aanbesteden: Boven de (Europese) drempelbedragen besteedt de gemeente in beginsel Europees aan, tenzij dit in een bepaald geval niet nodig is op grond van de geldende wet- en regelgeving. De Europese drempelbedragen worden per 2 jaar aangepast. Van 1 januari 2014 Tot en met 31 december 2015 geldt het navolgende drempelbedrag voor leveringen en diensten: vanaf € 207.000,-.

Er is één uitzondering waarbij is afgeweken van dit inkoopbeleid. Dit is in afstemming met de gemeentesecretaris gedaan. Dat was bij de inkoop van het CMS bij SIM. Met het oog op de BAR-samenwerking is hierbij bewust voor SIM als leverancier gekozen, omdat Albrandswaard en Barendrecht al gebruik maken van het CMS van SIM. Hier is eveneens een PvE gemaakt, maar dit is vervolgens voorgelegd aan SIM. Aan SIM is een indicatief projectvoorstel gevraagd. Op basis daarvan is uiteindelijk de opdracht geformuleerd.



4.2 Conclusie

Wij zijn er ten dele in geslaagd om te reconstrueren welke bedragen tussen 2009 en 2013 zijn gestoken in digitalisering van de dienstverlening. Knelpunt hierbij is dat het niet altijd goed mogelijk is om een onderscheid te maken tussen investeringen in digitalisering en investeringen in digitale dienstverlening. De gepresenteerde data richten zich hoofdzakelijk op digitale dienstverlening, maar enige overlap is niet uit te sluiten.

Gemaakte kosten zijn op basis van vooraf gedane opgaven en opdrachten. Er is niet specifiek sprake van een investeringsplan, al is dit op het terrein van de i-NUP-gelden wel aanwezig.

Uit het onderzoek is gebleken dat er doelmatig is ingekocht. Er is consequent bij meerdere aanbieders offerte gevraagd waarbij prijs en kwaliteit beiden belangrijke criteria waren. Uitzondering hierop was de inkoop van CMS bij SIM, omdat met het oog op de BAR-samenwerking er geen alternatieven voorhanden waren.

De implementatie van de verschillende plannen hebben alle in meer of mindere mate met vertragingen te maken gehad. Deze vertragingen hadden soms interne (capaciteit) en soms externe oorzaken (techniek). De vertragingen hebben niet geleid tot ernstige bottlenecks in de implementatie.

De gemeentelijke organisatie heeft de indruk dat door digitalisering in het algemeen en digitale dienstverlening in het bijzonder geld kan worden bespaard. De omvang van de efficiencywinst is echter nog niet inzichtelijk voor de organisatie.

Tabel 4.2

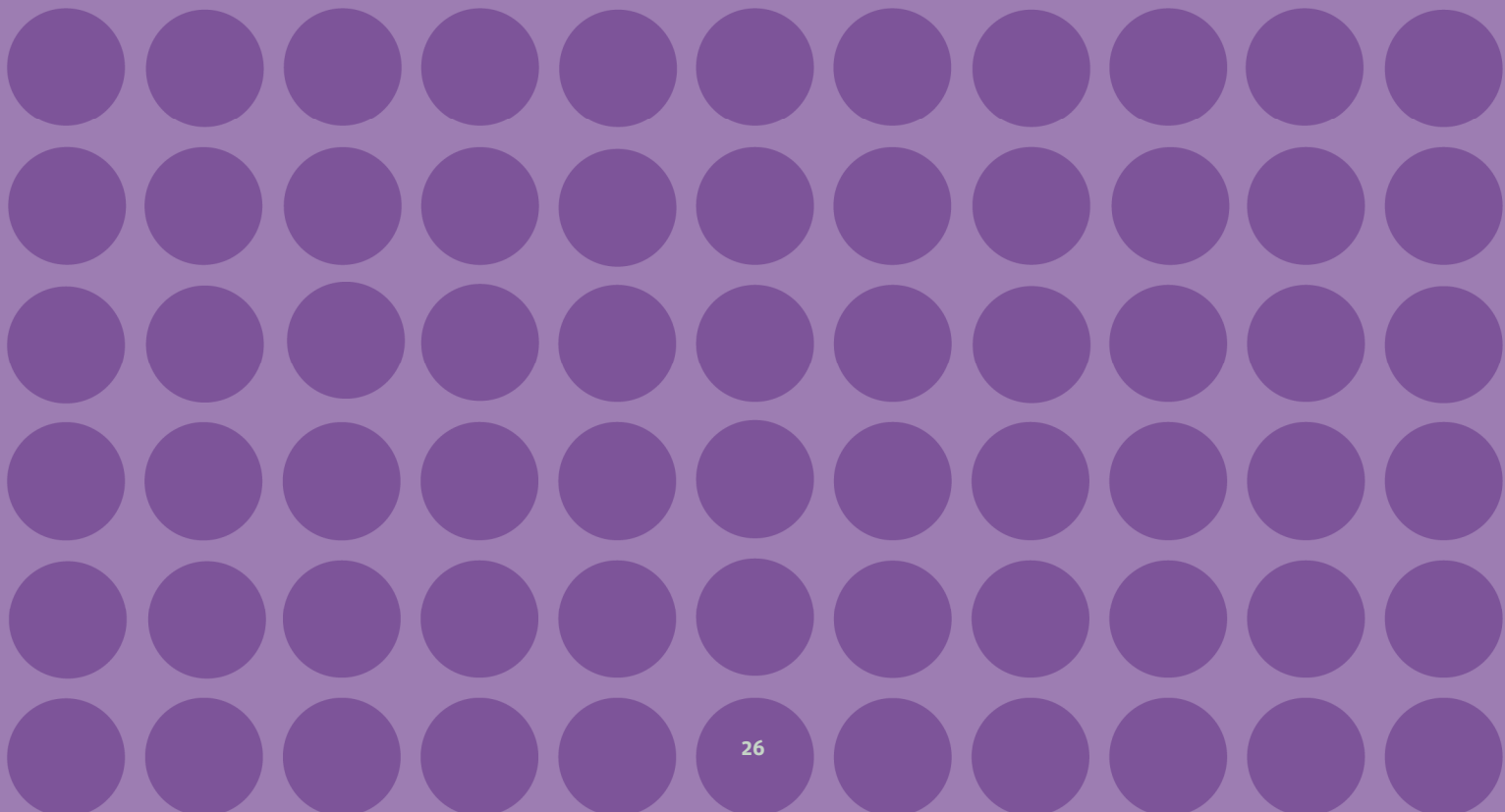
Normen voor efficiency van de uitgaven aan digitale dienstverlening.

Norm	bevinding
de gedane investeringen in digitale dienstverlening zijn transparant	voldoet
er is gewerkt met een investeringsplan	voldoet ten dele
de inkoop is doelmatig verlopen (laagste prijs?)	voldoet ten dele
er zijn er geen vertragingen in de implementatie opgetreden	voldoet niet
het is inzichtelijk welke efficiencywinst de investeringen opleveren	voldoet niet

5

Hoofdstuk

Gebruik en doeltreffendheid





5. Gebruik en doeltreffendheid

5.1 Inleiding

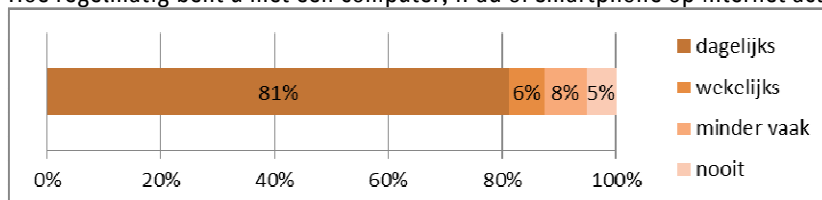
Inwoners en ondernemers zijn via een telefonische enquête in de gelegenheid gesteld om het aanbod aan digitale diensten van de gemeente Ridderkerk te beoordelen. In totaal hebben 150 inwoners en 50 ondernemers deelgenomen. Hierbij is gewogen op leeftijd, zodat er een meer representatieve afspiegeling van de Ridderkerkse bevolking ontstaat. Daar waar bepaalde leeftijdsgroepen onderling afwijken, of waar ondernemers en inwoners significant verschillen, wordt dit beschreven. Tot slot worden de resultaten van de usability-test beknopt gepresenteerd. In de conclusies worden de bevindingen uit dit hoofdstuk gekoppeld aan de doeltreffendheidsvraag: de mate waarin burgers en ondernemers tevreden zijn over de dienstverlening en er gebruik van maken.

5.2 Internetgebruik

Om te kunnen beoordelen of het aanbod aan digitale dienstverlening aansluit op de vraag bij inwoners en ondernemers is het van belang om inzicht te hebben in het internetgebruik (figuur 5.1). Uit dit onderzoek blijkt dat meer dan vier op de vijf inwoners en ondernemers dagelijks actief zijn op internet. Een kleine groep van 5% is nog in het geheel niet op internet aanwezig. Deze groep bestaat vrijwel uitsluitend uit 65-plussers.

Figuur 5.1

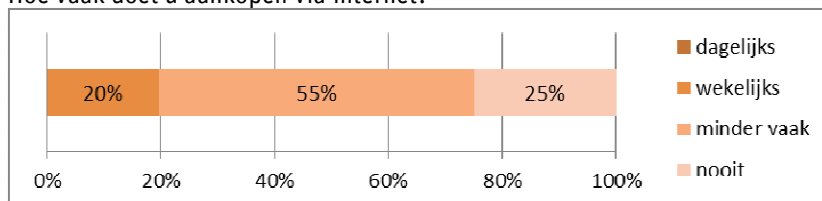
Hoe regelmatig bent u met een computer, iPad of smartphone op internet actief?



Ook is gevraagd of inwoners en ondernemers frequent aankopen via internet doen (figuur 5.2). Eén op de vijf gebruikt internet wekelijks of vaker voor het doen van online winkelen. Een vrij grote groep (55%) doet af te toe wel eens een aankoop. Een kwart heeft nog helemaal geen ervaring met transacties via internet. Opnieuw is er een duidelijk verband met leeftijd; oudere inwoners zijn minder actief met online aankopen.

Figuur 5.2

Hoe vaak doet u aankopen via internet?





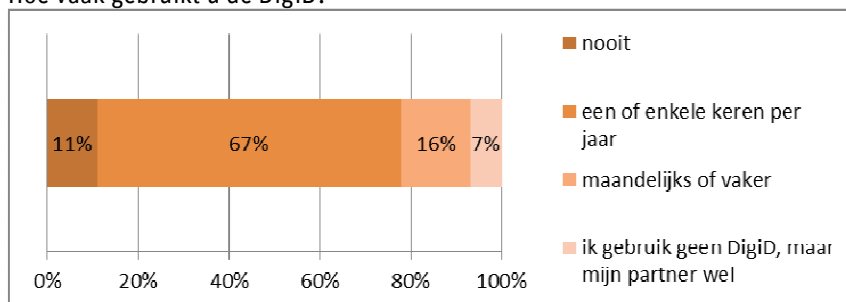
DigiD

Wanneer inwoners of bedrijven diensten willen afnemen bij de overheid hebben zij vaak DigiD nodig. DigiD is een identiteitsbewijs voor transacties via internet. Onder de meeste inwoners en bedrijven van Ridderkerk is DigiD bekend: 93% kent het. Driekwart van de inwoners beschikt over een DigiD. Van de bedrijven geeft een veel kleiner deel (63%) aan over DigiD te beschikken. Dit is goed te verklaren, omdat er vanaf 1 juni 2011 niet meer met DigiD voor bedrijven wordt gewerkt. Bedrijven die diensten willen gebruiken van overheidsinstellingen, kunnen gebruik maken van e-Herkenning⁷. Wel kan de ondernemer op persoonlijke titel over een DigiD beschikken.

Inwoners en bedrijven die over DigiD beschikken, gebruiken deze in twee op de drie gevallen minimaal één keer per jaar (figuur 5.3). Slechts een klein deel van de inwoners (17%) en de bedrijven (10%) gebruikt DigiD frequent, dat wil zeggen maandelijks of vaker. Ongeveer één op de vijf á zes inwoners die een DigiD bezit, gebruikt deze nooit. Een deel van hen gaf hierbij aan dat dit komt omdat de partner of echtgenoot de DigiD gebruikt.

Figuur 5.3

Hoe vaak gebruikt u de DigiD?



Marktpotentie digitale dienstverlening

Hoe groot is nu de 'markt' voor digitale dienstverlening in Ridderkerk? Om deze vraag te beantwoorden is gekeken naar het percentage inwoners dat in staat moet worden geacht om online transacties met de gemeente Ridderkerk aan te gaan. Zo wordt de potentiële omvang berekend door na te gaan hoeveel procent van de inwoners wekelijks of vaker op internet actief is, regelmatig transacties op internet uitvoert én wel eens gebruik maakt van een DigiD. Circa 72% van de bevroagde inwoners voldoet aan deze omschrijving. Naar verwachting zal deze 'markt' de komende jaren in omvang toenemen. Met name doordat de nieuwe ouderen vaker actief zijn op internet. Onafhankelijk daarvan wordt het ook steeds normaler om via internet transacties uit te voeren.

⁷ Bron: www.digid.nl



Het bezwaar dat men geen vertrouwen zou hebben dat persoonlijke gegevens vertrouwelijk worden behandeld als men gebruik zou maken van de gemeentelijke digitale dienstverlening, gaat voor de overgrote meerderheid (84%) niet op. Er is een kleine groep (10%) die vanwege het persoonlijke contact liever naar het gemeentehuis gaat. Het feit dat de meeste inwoners en ondernemers nog geen gebruik hebben gemaakt komt voort uit het feit dat men nog geen dienst of product nodig heeft gehad wat digitaal wordt aangeboden.

5.3 Verwachtingen

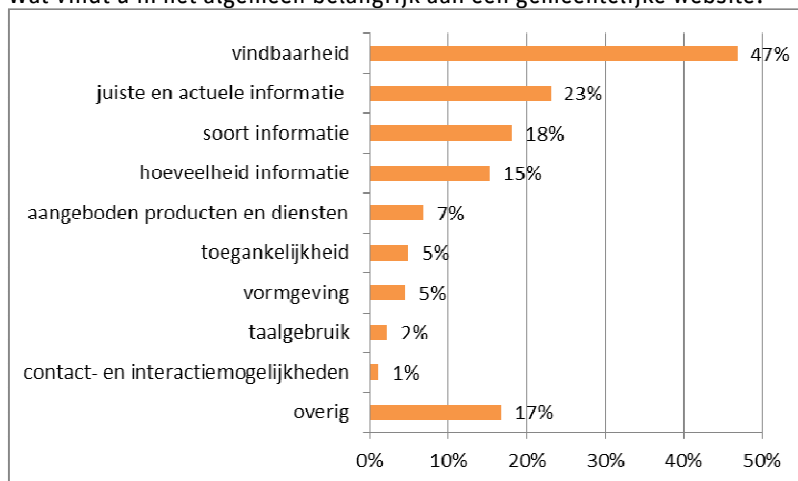
Aan alle inwoners en ondernemers die aan de enquête meededen, is gevraagd of ze het belangrijk vinden dat gemeente Ridderkerk de dienstverlening aan burgers en bedrijven ook via internet aanbiedt. Circa 90% van de bewoners en de bedrijven vinden dit een belangrijk element in de gemeentelijke dienstverlening.

Aan inwoners en bedrijven die de website van Ridderkerk wel eens bezoeken, is daarnaast gevraagd wat zij belangrijk vinden aan een gemeentelijke website (figuur 5.4). Deze vraag is spontaan beantwoord. Uit de antwoorden kwam naar voren dat de “vindbaarheid” van informatie voor zowel bedrijven als inwoners een belangrijk aspect is. Inwoners noemen dit aspect wel vaker dan ondernemers (55 om 25%). Dit komt ook nog terug bij de categorie anders, waarbij relatief vaak wordt aangegeven dat het belangrijk is dat een site ‘duidelijk’ en ‘overzichtelijk’ is.

Ook vinden zowel ondernemers als inwoners belangrijk wat voor soort informatie er op de website staat. Deze mening is vooral de ondernemers toegeedaan (39%), die daarnaast ook de hoeveelheid informatie relatief belangrijk vinden. Inwoners en ondernemers geven weinig aan dat ze de aangeboden producten en diensten een belangrijk aspect van de gemeentelijke website vinden. Onder inwoners wordt dit door 9% naar voren gebracht; ondernemers noemen het helemaal niet.

Figuur 5.4

Wat vindt u in het algemeen belangrijk aan een gemeentelijke website?



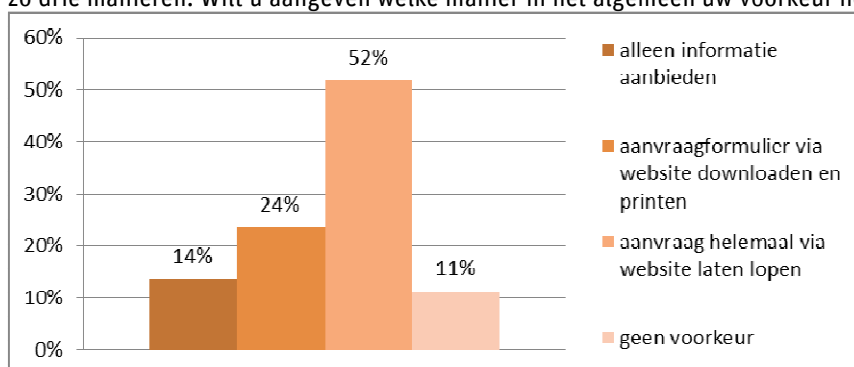


Aan alle inwoners en bedrijven die wel eens gebruik maken van internet is gevraagd hun voorkeur aan te geven voor de wijze waarop de gemeente online diensten en producten aanbiedt (figuur 5.5). Er werden hen drie mogelijkheden voorgelegd, in oplopende mate van digitale service voor de gebruiker: ten eerste alleen informatie aanbieden, ten tweede naast informatie ook de mogelijkheid aanbieden om (e-)formulieren te downloaden en ten derde de aanvraag van producten en diensten geheel via de website laten verlopen.

Er is sprake van een voorkeur voor de meest uitgebreide vorm van digitale dienstverlening, namelijk die waarbij producten en diensten online aangevraagd kunnen worden en een bezoek aan de balie niet meer nodig is. Ruim de helft ziet graag de aanvraag – waar mogelijk – helemaal via de website lopen. Een klein kwart ziet meer heil in het aanbieden van aanvraagformulieren via de website. Ee'n op de zeven ziet de website voornamelijk als informatiekanaal en niet als dienstverleningskanaal.

Figuur 5.5

Gemeenten bieden producten aan op internet. Dat kan per product op verschillende manieren. Ik noem zo drie manieren. Wilt u aangeven welke manier in het algemeen uw voorkeur heeft? ⁸



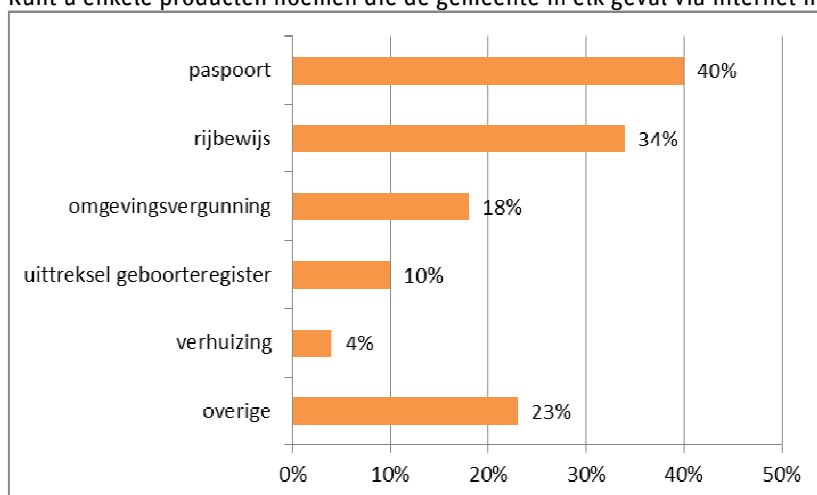
⁸ Om de groepen onderling goed te kunnen vergelijken zijn degenen die geen antwoord gaven niet in de percentering meegenomen.



Aan alle inwoners en bedrijven die wel eens gebruik maken van internet is gevraagd spontaan te benoemen welke producten de gemeente in ieder geval via internet aan moet bieden (figuur 5.6). Meest genoemd zijn hierbij het paspoort, rijbewijs en een omgevingsvergunning. Er is nog een aantal andere producten genoemd, onder andere een verklaring van goed gedrag, een visum, subsidieaanvragen en bezwaarschriften.

Figuur 5.6

Kunt u enkele producten noemen die de gemeente in elk geval via internet moet aanbieden?

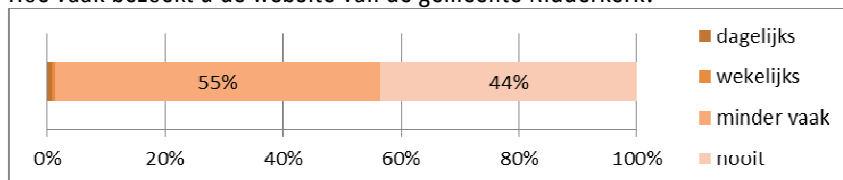


5.4 Ervaringen

Ongeveer de helft van de inwoners en de ondernemers bezoekt de website van de gemeente Ridderkerk wel eens (figuur 5.7). In alle gevallen is het bezoek weinig frequent: een enkeling van de inwoners of ondernemers, bezoekt de website van de gemeente wekelijks of vaker.

Figuur 5.7

Hoe vaak bezoekt u de website van de gemeente Ridderkerk?

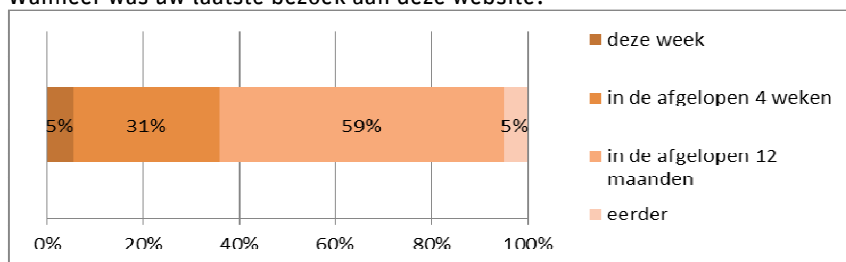




Aan inwoners en bedrijven is gevraagd wanneer het laatste bezoek aan de website was (figuur 5.8). Voor het overgrote deel was het laatste bezoek van de gemeentelijke website korter dan 12 maanden geleden.

Figuur 5.8

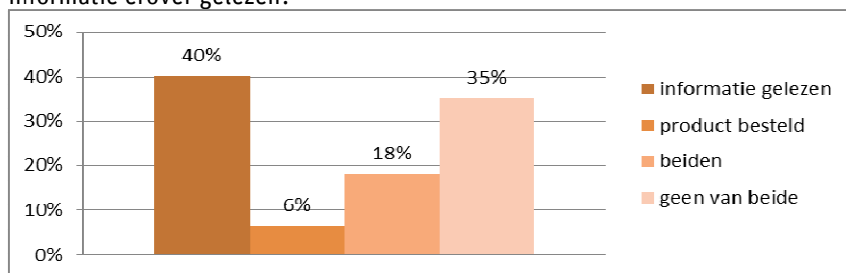
Wanneer was uw laatste bezoek aan deze website?



Aan bezoekers van de website van Ridderkerk is gevraagd of zij via www.ridderkerk.nl wel eens een product of dienst hebben besteld of informatie hierover gelezen hebben (figuur 5.9). Een klein kwart heeft wel eens een product via de website besteld. Onder inwoners ligt dit hoger (29%) dan onder de ondernemers (11%).

Figuur 5.9

Heeft u wel eens een product of dienst via de website van de gemeente Ridderkerk besteld of informatie erover gelezen?

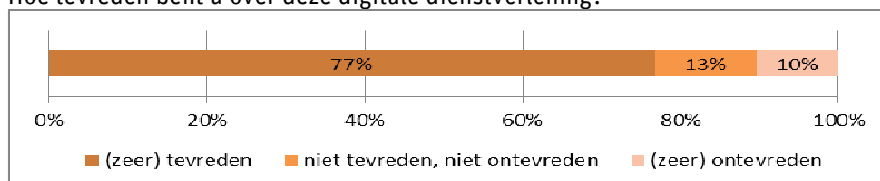


5.5 Beoordeling

Aan de inwoners en ondernemers die via www.ridderkerk.nl wel eens een product of dienst hebben besteld of informatie hierover hebben ingewonnen via internet, is gevraagd naar hun ervaringen (figuur 5.10). Ruim driekwart is tevreden; 10% is niet tevreden over de digitale dienstverlening.

Figuur 5.10

Hoe tevreden bent u over deze digitale dienstverlening?





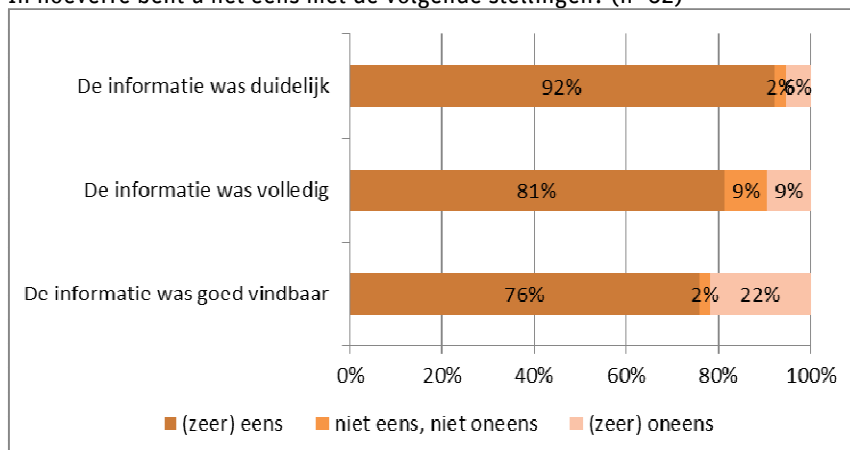
Ontevredenheid over het websitebezoek ligt vaak aan de vindbaarheid van informatie, zoals blijkt uit de toelichtingen:

- “Ik kan goed zoeken en zit dagelijks op internet, maar de informatie op de website van de gemeente was echt moeilijk vindbaar.”
- “Informatie is erg moeilijk te vinden. Bepaalde formulieren staan niet op de site!”
- “Ik vond het niet echt duidelijk. Moeilijk om iets op te zoeken.”
- “Er staat hele slechte onvolledige informatie op de site!”
- “Ik wilde een formulier opvragen voor WMO. Service was dat men binnen 8 weken contact zou opnemen en dat is wel erg lang!”
- “Ik heb een afspraak gemaakt via internet zodat ik niet hoefde te wachten. Toen ik op het afgesproken tijdstip bij het gemeentehuis kwam was de afspraak niet bekend en moest ik toch in de rij aansluiten.”

Voor een klein kwart van de inwoners en ondernemers voldoet de website niet aan de verwachtingen. Ook hier vindt een groot deel dat het schort aan overzichtelijkheid en vindbaarheid van informatie. Een meerderheid van de websitebezoekers is tevreden over de geboden informatie (figuur 5.11). De duidelijkheid van de informatie krijgt het beste oordeel, gevolgd door de volledigheid. Een klein kwart is ontevreden over de vindbaarheid. Ook hier is een overgrote meerderheid wel tevreden.

Figuur 5.11

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? (n=62)

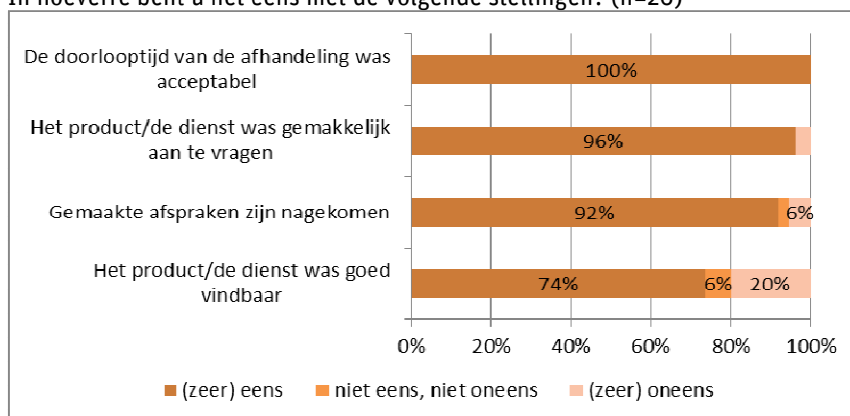




De inwoners en ondernemers die een product of dienst hebben afgenomen zijn doorgaans zeer te spreken over het gemak waarmee dit is aan te vragen en de doorlooptijd van de aanvraag. De vindbaarheid van de dienst/het product scoort het minst. Eén op de vijf is hierover ontevreden. Vanwege de kleine groep respondenten (26) waarop deze vraag gebaseerd is, moeten de resultaten voorzichtig worden geïnterpreteerd.

Figuur 5.12

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen? (n=26)



Tot slot is aan inwoners en ondernemers gevraagd om een rapportcijfer voor de digitale dienstverlening via de website van de gemeente Ridderkerk te geven. De inwoners die de website wel eens bezoeken, beoordelen deze gemiddeld met een 7,1. De ondernemers geven een fractie hoger (7,2). Het totaaloordeel komt hiermee op een 7,1. In totaal is 7% zo ontevreden dat men een onvoldoende geeft. Veel inwoners hebben wel nog ideeën aangedragen om de website verder te verbeteren. Deze gaan voornamelijk over de zoekfunctie, de vindbaarheid (menustructuur), maar er zijn ook opmerkingen over de informatie en de vormgeving:

- “Zoekfunctie moet beter. Men krijgt niet de juiste antwoorden!”
- “Een betere zoekfunctie en informatie die veel gezocht wordt op de homepage zetten.”
- “Minder linken om iets te kunnen vinden. Het liefst op de voorpagina.”
- “Ik zou graag alles in een oogopslag kunnen zien, alles op een pagina.”
- “Het moet overzichtelijker met de menu's, zodat het makkelijker te vinden is.”
- “Betere zoekfunctie, doorlinken werkt niet goed. Betere menu's naar bepaalde afdelingen etc. Overzicht is heel slecht. De site is te ingewikkeld en te onoverzichtelijk.”
- “Dat je de informatie duidelijker kunt vinden en bijvoorbeeld gemakkelijker een afspraak kunt maken.”
- “Dat er veel minder verwijzingen inzitten je wordt teveel doorgelinkt, is onduidelijk en onbetrouwbaar.”
- “Meer chronologische of alfabetische volgorde voor de inhoudsopgave. Probleem vaak dingen moeilijk te vinden. Meer uniformiteit in gemeentelijke websites.”
- “Maak de website overzichtelijker en gebruik minder tekst.”
- “De vormgeving is lelijk en niet gebruiksvriendelijk.”
- “Er staan te veel oude gegevens nog op. Dat moet worden opgeschoond.”
- “Ik mis informatie over wat er allemaal gebeurt.”



5.6 Praktijktest

Bij de praktijktest hebben vier testers acht realistische zoekopdrachten uitgevoerd op de website van de gemeente Ridderkerk. Iedere zoekopdracht is door twee testers uitgevoerd. Twee zoekopdrachten verliepen snel en soepel: het vinden van de openingstijden en het vinden van het meest recente gemeentejournaal. De overige zoekopdrachten kosten soms meer tijd. Twee keer is een tester er niet in geslaagd om een opdracht te volbrengen. Zo vond een tester niet het scherm om een afspraak te maken voor de aanvraag van een nieuw paspoort. Ook vond een tester het scherm over 'een melding doen' niet. Per concrete zoekopdracht zijn de bevindingen en concrete suggesties voor verbetering opgenomen (zie bijlage 4)

Enkele algemene bevindingen van de testers na de verschillende zoekopdrachten:

- De website nodigt uit tot zoeken via het zoekvenster. Zoeken via het zoekvenster vraagt van gebruikers een bepaalde vaardigheid in het bedenken van de juiste zoekwoorden. Succes niet altijd gegarandeerd en de aanhouder wint.
- De diensten- en productencatalogus met alle informatie over zaken die inwoners bij de gemeente kunnen regelen, wordt niet gemakkelijk gevonden via het menu.
- Gebruikers verwachten soms meer online te kunnen regelen dan nu kan, zoals bijvoorbeeld een verhuizing doorgeven, of een melding doen.
- De informatie bij producten of diensten in de diensten- en productencatalogus is soms te algemeen. Er ontbreekt informatie over wat men concreet moet doen. Zo staat er over verhuizen: "Geef uw verhuizing door aan de nieuwe gemeente. Doe dit uiterlijk 5 dagen nadat u bent verhuisd. Let op! Zorg ervoor dat u alle gegevens geeft die de gemeente nodig heeft. Anders past de gemeente uw adresgegevens niet aan." Het roept de vraag op hoe je de verhuizing nu precies door moet geven. Moet je bellen, of langs de balie, of staat er misschien ergens een formulier online? En welke gegevens heeft de gemeente dan nodig?
- De formulieren om afspraken te maken staan apart van de diensten- en productencatalogus onder de kop 'maak een afspraak'. Wanneer je het product paspoort bekijkt, staat hierbij echter geen verwijzing naar de mogelijkheid om online een afspraak maken. Gebruikers verwachten echter alle informatie over het paspoort te hebben gevonden bij de productbeschrijving.

Enkele belangrijke suggesties van de testers:

- Plaats een rubriek 'meest gezocht' op de homepage. Een grote groep gebruikers van de website kan op deze manier snel naar het juiste onderwerp en hoeft geen beroep te doen op de zoekfunctionaliteit.
- Plaats de diensten- en productencatalogus minder diep in de website. Een plek op de homepage zou niet verkeerd zijn. Inwoners zullen toch veelal de website bezoeken omdat ze iets willen regelen met de gemeente.
- Bekijk of de mogelijkheden tot online transacties op de website uit te breiden zijn, bijvoorbeeld voor het regelen van een verhuizing of het doorgeven van een melding.
- Zorg dat bij de productbeschrijvingen duidelijk staat vermeld wat men moet doen. Dit kan door bijvoorbeeld expliciet te vermelden of men de balie moet bezoeken, en dan te verwijzen naar locatie en openingstijden en door te verwijzen naar de mogelijkheid een afspraak te maken.



Verbetermogelijkheden

In de interviews en de enquêtes die in het kader van dit onderzoek zijn uitgevoerd, is consequent gevraagd naar verbetermogelijkheden voor de digitale dienstverlening van Ridderkerk.

De inwoners en ondernemers zetten vooral in op de overzichtelijkheid en vindbaarheid van informatie op de gemeentelijke website. Een rubriek ‘meest gezocht’ op de homepagina, de zogenaamde ‘toptaken’ zou hiervoor uitkomst kunnen bieden. Sowieso is men van mening dat de diensten- en producten soms te diep in de website staan. Andere verbeter suggesties zijn het minimaliseren van de teksten, het verbeteren van de vormgeving, het actualiseren van de informatie en het alfabetiseren van de menustructuur. Ook zou er gekeken kunnen worden of de mogelijkheden tot online transacties op de website uit te breiden zijn, bijvoorbeeld voor het regelen van een verhuizing of het doorgeven van een melding. Verder kunnen koppelingen tussen de productbeschrijvingen en de acties beter, bijvoorbeeld door expliciet te vermelden of men de balie moet bezoeken, en dan te verwijzen naar locatie en openingstijden en door te verwijzen naar de mogelijkheid een afspraak te maken.

Betrokkenen binnen de gemeente denken meer aan het uitbreiden van het aanbod van digitale dienstverlening. Zij verwachten een efficiencywinst voor de gemeente, door een verminderde telefoonlast. Dit is in kaart te brengen door de huidige kanalen te bekijken; welke producten zijn voor de burger van groot belang? Is dit product geschikt voor digitalisering? En is de gemeente ook bereid dit product te digitaliseren (kosten/privacy)? Common sense wijst er op dat bulkproducten, zoals uittreksels en meldingen voor openbare ruimte (verder) te digitaliseren zijn. Daarnaast zijn er verschillende trends waar de gemeente bij kan aanhaken, zoals het gebruik van GEO-informatie. Dit vertaalt zich in de praktijk vaak als een interactieve kaart waarbij de burger kan klikken op zwembaden, strooiroutes, onderhoudswerkzaamheden, doktersposten, et cetera voor meer informatie. Los van de eigen waarde van een dergelijk product, kan het in de toekomst zorgen voor meer verkeer op de website, waardoor ook de bekendheid van de digitale diensten zal toenemen.

5.7 Conclusie

De digitale dienstverlening wordt door burgers met een 7,1 gewaardeerd. Daarmee voldoet de website aan de gestelde norm. Er wordt net niet voldaan aan de norm dat het percentage onvoldoendes onder de 5% moet liggen. De norm voor ondernemers wordt gehaald.

Omdat er niet of nauwelijks sprake is van een beleid op het gebied van digitale dienstverlening is de effectiviteitsvraag lastig te beantwoorden. Er is geen beoogd doel waar de inspanningen op aan zouden moeten sluiten. Voor de doeltreffendheidsvraag wordt gekeken naar de mate waarin burgers tevreden zijn over de dienstverlening en er gebruik van maken.

Wanneer het positieve oordeel van de burger en/of ondernemer als doel wordt gehanteerd, kan worden geconstateerd dat er sprake is van redelijk doeltreffend handelen. Er is weinig onvrede over een eventueel tekort aan digitale producten of diensten. Daarnaast is de waardering voor het proces bij degenen die wel een dienst of product digitaal afnemen groot.



Verbetersuggesties van inwoners en ondernemers gaan hoofdzakelijk over de website in het algemeen, waarbij met name de vindbaarheid uiteraard ook een effect heeft op de digitale dienstverlening. Het algemene beeld onder de doelgroep is positief.

Het gebruik is –mede door het beperkte aanbod – nog relatief laag. Hoewel weinig inwoners en ondernemers spontaan de uitbreiding van het aanbod als verbeterpunt noemen, is er wanneer hier direct naar wordt gevraagd, wel interesse in een uitbreiding van het digitale loket. Een uitbreiding van het aantal producten en diensten zal zorgen voor een toename van het gebruik van digitale dienstverlening.

Tabel 5.1

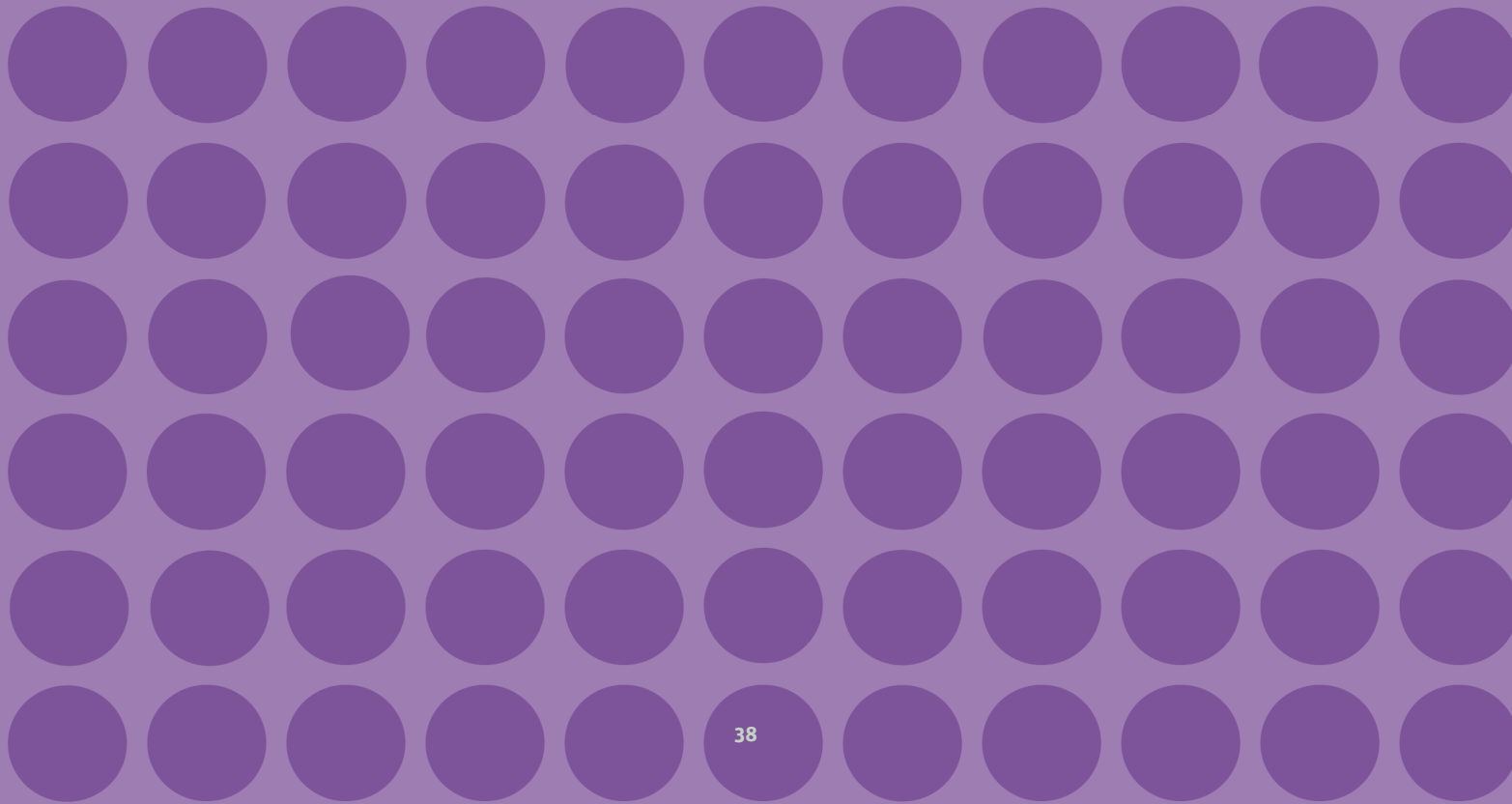
Normen voor de waardering van het aanbod van digitale dienstverlening.

norm	bevinding
inwoners beoordelen het aanbod gemiddeld met een 7	voldoet
het percentage inwoners dat een onvoldoende geeft (5 of lager) is minder dan 5%	voldoet niet
ondernemers beoordelen het aanbod gemiddeld met een 6,5	voldoet
het percentage ondernemers dat een onvoldoende geeft is minder dan 10%	voldoet
het aanbod is afgestemd op en sluit aan op wensen/behoefte inwoners	voldoet ten dele
de digitale dienstverlening is doeltreffend	voldoet ten dele

6

Hoofdstuk

Conclusies





6. Conclusies

6.1 Inleiding

In dit project stond de volgende onderzoeksvraag centraal: ‘Wat is de kwaliteit en doelmatigheid van de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk ultimo 2013?’

Op basis van de centrale onderzoeksvraag zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

- Wat is het beleid van de gemeente Ridderkerk ten aanzien van digitale dienstverlening en hoe is de betrokkenheid van de raad?
- Welke producten worden thans aangeboden en met welke kwaliteit?
- Welke investeringen zijn gedaan op het terrein van de digitale dienstverlening in de laatste 5 jaar (2009 t/m 2013) en in hoeverre zijn deze doelmatig?
- Hoe wordt door de inwoners het aanbod van digitale dienstverlening ervaren en in hoeverre is er sprake van doeltreffendheid?
- Wat zijn de kansen en mogelijkheden om de digitale dienstverlening verder te verbeteren?

Algemeen beeld

Uit het onderzoek komt het beeld naar voren dat gemeente Ridderkerk de afgelopen jaren een weinig (pro-)actieve rol heeft gespeeld op het gebied van de doorontwikkeling en uitbreiding van digitale dienstverlening. Dit blijkt ook uit de beperkte en onvolledige acties n.a.v. eerdere aanbevelingen van de Rekenkamercommissie. De meer afwachtende houding is deels te verklaren door het ontbreken van een manifeste vraag onder de potentiële klanten van digitale dienstverlening, weinig aandacht vanuit de raad en het ontbreken van een ambtelijk/bestuurlijk leidende visie op het thema. Daar waar wel voortgang is geboekt, lijkt die vooral geïnitieerd en gedragen te zijn door individuele functionarissen die landelijke richtlijnen en streefbeelden in het vizier hadden. De digitale dienstverlening ontwikkelde zich mede daardoor veel meer aanbod- dan vraaggericht. Door de naderende BAR-samenwerking werd vanaf 2011 bewust gekozen voor een ‘pas op de plaats’.

Dit proces lijkt te worden onderbroken door externe invloeden, in dit geval de verregaande ambtelijke samenwerking in BAR-verband. Deze samenwerking zal de digitale dienstverlening van gemeente Ridderkerk een nieuwe en noodzakelijke impuls kunnen geven. Er lijkt sprake van nieuw ‘elan’ gericht op de vragen van heden en morgen. De uitdaging voor de komende tijd wat betreft de digitale dienstverlening is vijftalig: achterstallig onderhoud wegwerken, inspelen op de ambities van het Rijk, aansluiten op de wensen van de inwoners en ondernemers en niet in de laatste plaats realiseren van efficiencywinst. Ten slotte lijkt het van belang de ‘afhankelijkheid’ van ICT leveranciers te bewaken.



6.2 Inhoud van het beleid en betrokkenheid raad

Conclusies

Uit het onderzoek komt naar voren dat Ridderkerk niet beschikt over een actuele visie op digitale dienstverlening. Op strategisch niveau zijn er alleen documenten die de gemeentelijke dienstverlening in brede zin behandelen. De businesscase KCC is hierin momenteel leidend. Het is de afgelopen jaren het doel geweest om te investeren in meerdere kanalen en een klantcontactcentrum operationeel te hebben. Digitale dienstverlening is daarin één van de kanalen, maar krijgt geen specifieke aandacht in de businesscase.

De beleidsdoelen in het Dienstverleningsconcept Ridderkerk zijn helder te noemen. Ook in de businesscase KCC staan doelen geformuleerd. Beide zijn echter sterk gericht op dienstverlening in brede zin. Er zijn geen doelen specifiek voor de digitale dienstverlening. In de nabije toekomst zal er een programmaplan komen met de focus op digitale dienstverlening, waarin zowel de visie als de doelen op digitale dienstverlening van de BAR-gemeenten zullen worden genoteerd.

Het beleid is bekend bij betrokkenen. Alle betrokkenen zijn op de hoogte van de afwegingen die zijn gemaakt op het gebied van digitale dienstverlening. Doordat het beleid weinig aan veranderingen onderhevig is geweest en sterk op de bestaande praktijk is gestoeld, is het goed verankerd in de organisatie(-praktijk) en wordt het ook als zodanig uitgevoerd.

De raad wordt alleen op vaste momenten geïnformeerd over ontwikkelingen rondom de voortgang van de BAR-samenwerking, waarbij digitalisering een klein deel uitmaakt van de informatie over de totale dienstverlening. Dit is mede te verklaren door de relatief beperkte ontwikkelingen op het gebied van digitalisering. Mede hierdoor stelt de raad niet of nauwelijks inhoudelijke kaders voor digitale dienstverlening. Het onderwerp is geen issue waarop fracties zich profileren. Als er gekeken wordt naar (het uitblijven van) reacties vanuit de raad op de beperkte ontwikkelingen op het gebied van digitale dienstverlening in de afgelopen jaren, dan kan gesteld worden dat de ambities van de raad beperkt waren. De individuele raadsleden die in het kader van dit onderzoek zijn bevraagd hebben echter een redelijk hoog ambitieniveau.

6.3 De digitale dienstverlening; productaanbod en kwaliteit

Conclusie

Het huidige aanbod aan digitale dienstverlening is in overeenstemming met de bescheiden ambities en het bijbehorende beleid voor digitale dienstverlening over de afgelopen jaren. Het huidige dienstenpakket is beperkt, maar actueel, van goede kwaliteit en het wordt via de website gecommuniceerd. Er is echter geen digitaal loket. Het aanbod is niet afgestemd op de wensen en behoeften van inwoners en ondernemers, maar vooral ontstaan op basis van beschikbaarheidsmotieven. De aandacht voor landelijke thema's zoals eenmalige gegevensuitvraag en multichanneling is voldoende. De inpassing van de digitale dienstverlening in de niet-digitale dienstverlening vordert, maar is nog niet voltooid. Ridderkerk beschikt over servicenormen voor de (digitale) dienstverlening, al worden ze niet naar de burger toe gecommuniceerd.



6.4 Investerings en doelmatigheid

Conclusies

Wij zijn er ten dele in geslaagd om te reconstrueren welke bedragen tussen 2009 en 2013 zijn gestoken in digitalisering van de dienstverlening. Knelpunt hierbij is dat het niet altijd mogelijk is om een hard onderscheid te maken tussen investeringen in digitalisering en investeringen in digitale dienstverlening. De gepresenteerde data richten zich hoofdzakelijk op digitale dienstverlening, maar een overlap is onvermijdelijk.

Gemaakte kosten zijn op basis van vooraf gedane opgaven en opdrachten. Er is niet specifiek sprake van een investeringsplan, al is dit op het terrein van de i-NUP-gelden wel aanwezig.

Uit het onderzoek is gebleken dat er redelijk doelmatig is ingekocht. Er is consequent bij meerdere aanbieders offerte gevraagd waarbij prijs een belangrijk criterium was.

De implementatie van de verschillende plannen hebben alle in meer of minder mate met vertragingen te maken gehad. Deze vertragingen hadden soms interne (capaciteit) en soms externe oorzaken (techniek). De vertragingen hebben niet geleid tot ernstige bottlenecks in de implementatie.

De gemeentelijke organisatie heeft de indruk dat door digitalisering in het algemeen en digitale dienstverlening in het bijzonder geld kan worden bespaard. De omvang van de efficiencywinst is echter nog niet inzichtelijk voor de organisatie.

6.5 Beoordeling van het aanbod en doeltreffendheid

Conclusies

De digitale dienstverlening wordt door burgers met een 7,1 gewaardeerd. Daarmee voldoet de website aan de gestelde normen. Er wordt net niet voldaan aan de norm dat het percentage onvoldoendes onder de 5% moet liggen. De norm voor ondernemers wordt in ruime mate gehaald.

Omdat er niet of nauwelijks sprake is van een beleid op het gebied van digitale dienstverlening is de effectiviteitsvraag lastig te beantwoorden. Er is geen beoogd doel waar de inspanningen op aan zouden moeten sluiten. Voor de doeltreffendheidsvraag wordt gekeken naar de mate waarin burgers tevreden zijn over de dienstverlening en er gebruik van maken.

Wanneer het positieve oordeel van de burger en/of ondernemer als doel wordt gehanteerd, kan worden geconstateerd dat er sprake is van redelijk doeltreffend handelen. Er is weinig ontevredenheid over een eventueel tekort aan digitale producten of diensten. Daarnaast is de waardering voor het proces bij degene die wel een dienst of product digitaal afnemen groot. Verbetersuggesties van inwoners en ondernemers gaan hoofdzakelijk over de website in het algemeen, waarbij met name de vindbaarheid uiteraard ook een effect heeft op de digitale dienstverlening. Verbetering is mogelijk, maar het algemene beeld onder de doelgroep is positief.



Het gebruik is –mede door het beperkte aanbod – nog relatief laag. Hoewel weinig inwoners en ondernemers spontaan de uitbreiding van het aanbod als verbeterpunt noemen, is er wanneer hier direct naar wordt gevraagd wel interesse in een uitbreiding van het digitale loket. Een uitbreiding van het aantal producten en diensten zal uiteraard zorgen voor een toename van het gebruik van digitale dienstverlening.

6.6 Eindconclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek luidde, ‘Wat is de kwaliteit en doelmatigheid van de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk in 2014? Nu alle deelvragen zijn beantwoord kan ook een antwoord worden gegeven op deze vraag.

Het antwoord luidt dat de kwaliteit van de digitale dienstverlening van Ridderkerk een wisselend beeld oplevert. Enerzijds zijn de aangeboden producten van goede kwaliteit en worden zij goed beoordeeld door de gebruikers, anderzijds is het aanbod summier. Toch is er sprake van een vrij doeltreffend aanbod, omdat bij de doelgroep (nog) geen manifeste vraag is naar uitbreiding van het aanbod. Desgevraagd is men wel van mening dat uitbreiding van het aanbod kan bijdragen aan een grotere tevredenheid. Daarnaast lijkt de trend van digitalisering onomkeerbaar. De vraag naar digitale producten zal blijven groeien.

Vanwege de relatieve stilstand in de afgelopen jaren zal er – zo hebben betrokkenen ook aangegeven – de komende jaren weer meer geïnvesteerd worden in de digitale dienstverlening. De gemeente kan tijdens dit proces nog explicieter vooraf de doelmatigheids- en efficiëncyvraag beantwoorden.

De digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk heeft op enkele specifieke aspecten extra aandacht nodig. Voor zover hierboven al niet verwoord, zijn de belangrijkste aandachtsvelden:

- de communicatie van de servicenormen en de handhaving ervan;
- de vindbaarheid van producten, gebruikersvriendelijkheid;
- de afstemming van de dienstverlening op de vraag van burgers en met name ook ondernemers.

In de onderzoeksperiode (2008- 2013) is gekozen voor een pas op de plaats. Met name in het eerste deel van de onderzoeksperiode was hier geen directe aanleiding toe. Er kan niet anders geconcludeerd worden dan dat er met de aanbevelingen van het rekenkamerrapport uit 2008 weinig is gebeurd. Later kwam de BAR-samenwerking in zicht, waardoor investeringen in digitale dienstverlening logischerwijs minder prioriteit kregen. Als in de nabije toekomst de basis van de digitale dienstverlening van de BAR-samenwerking op orde is, is het van belang de digitale dienstverlening een nieuwe impuls te geven.

bijlagen



Bijlage 1. Vragenlijst inwoners en ondernemers

Goedemorgen/middag/avond, u spreekt met (NAAM ENQUÊTEUR) van I&O Research. In opdracht van de Rekenkamercommissie van de gemeente Ridderkerk wordt een onderzoek uitgevoerd naar de mening van inwoners en ondernemers over de digitale dienstverlening van de gemeente Ridderkerk.

Vraag als je bedrijf belt: spreek ik met de eigenaar van

Ja/nee

Indien nee, vragen of je kunt spreken met de persoon binnen het bedrijf die bijv. vergunningen en andere ondernemerszaken bij de gemeente regelt. Als dit niet bekend is, vragen naar eigenaar, manager of bedrijfsleider.

Om te beginnen stel ik u een aantal vragen over internetgebruik...

1. Hoe regelmatig bent u met een computer, iPad of smartphone op internet actief?

Is dit..

- dagelijks
- wekelijks
- minder vaak
- nooit (beantwoord alleen de vragen 3,4,5, 14, 18, 19, 20,23,24)

2. Hoe vaak doet u aankopen via internet?

Is dit...

- dagelijks
- wekelijks
- minder vaak
- nooit

3. Heeft u wel eens gehoord van DigiD?

- ja
- nee

DigiD is een internet identiteitsbewijs waarmee u overheidsdiensten kan afnemen. Bijvoorbeeld bij de belastingdienst of bij uw gemeente.

4. Beschikt u over een DigiD?

- ja
- nee (ga naar vraag 6)
- weet ik niet (ga naar vraag 6)

5. Hoe vaak gebruikt u de DigiD?

- nooit
- een of enkele keren per jaar
- maandelijks of vaker
- ik gebruik zelf niet mijn DigiD, maar mijn partner/huisgenoot wel.

6. Hoe vaak bezoekt u de website van de gemeente Ridderkerk?

- dagelijks
- wekelijks
- minder vaak
- nooit (ga naar vraag 14)



7. Wanneer was uw laatste bezoek aan deze website?
 - deze week
 - in de afgelopen 4 weken
 - in de afgelopen 12 maanden
 - eerder

8. Heeft u wel eens een product of dienst via de website van de gemeente Ridderkerk besteld of informatie erover gelezen?
 - informatie gelezen
 - product besteld
 - beiden
 - geen van beide (ga naar vraag 14)

9. Hoe tevreden bent u over deze digitale dienstverlening?
 - Zeer tevreden
 - Tevreden
 - Niet tevreden, niet ontevreden
 - Ontevreden
 - Zeer ontevreden
 - Weet niet

10. Kunt u dit toelichten?

11. <<als bij V8 informatie gelezen>> In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen: (zeer eens/eens/niet een, niet oneens/oneens/zeer oneens/geen mening)
 - De informatie was goed vindbaar
 - De informatie was duidelijk
 - De informatie was volledig

12. <<als bij V8 product besteld>> In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen: (zeer eens/eens/niet een, niet oneens/oneens/zeer oneens/geen mening)
 - Het product/de dienst was goed vindbaar
 - Het product/de dienst was gemakkelijk aan te vragen
 - De doorlooptijd van de afhandeling was acceptabel
 - Gemaakte afspraken zijn nagekomen

13. In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling: (zeer eens/eens/niet een, niet oneens/oneens/zeer oneens/geen mening)
 - Ik heb er vertrouwen in dat mijn persoonlijke gegevens vertrouwelijk worden behandeld als ik gebruik zou maken van de gemeentelijke digitale dienstverlening

14. <<als bij V8 NIET product besteld>> Waarom maakt u (nog) geen gebruik van de digitale dienstverlening? Spontaan laten beantwoorden, meerdere antwoorden mogelijk
 - Ik ga vanwege het persoonlijke contact liever naar het gemeentehuis
 - Ik weet niet hoe ik digitaal producten of diensten aanvraag
 - anders namelijk:.....



15. Wat vindt u in het algemeen belangrijk aan een gemeentelijke website? Spontaan laten beantwoorden, meerdere antwoorden mogelijk

- de informatie: soort informatie (bijv. nieuws voor ondernemers)
- de informatie: hoeveelheid (dat er veel/voldoende informatie op staat)
- de informatie: juist en actueel (dat het klopt en up to date is)
- de informatie: anders
- de vindbaarheid van de informatie
- de aangeboden producten en diensten (paspoort aanvragen etc.)
- de toegankelijkheid (ook voor kleurenblinden, slechtzienenden etc.)
- de vormgeving (hoe de website er uit ziet)
- de contact- en interactiemogelijkheden (mailen, chatten etc.)
- het taalgebruik (bijv. begrijpelijk)
- anders namelijk:.....

Als vraag 6=nooit door naar vraag 18

16. Voldoet de website van Ridderkerk aan uw verwachtingen?

- ja
- nee

17. Wat zou er beter aan kunnen?

18. Vindt u het belangrijk dat de gemeente Ridderkerk de dienstverlening aan burgers en ondernemers ook via internet aanbiedt?

- ja
- nee

19. Gemeenten bieden producten aan op internet. Dat kan per product op verschillende manieren. Ik noem zo drie manieren. Wilt u aangeven welke manier in het algemeen uw voorkeur heeft?

- alleen informatie aanbieden
- aanvraagformulier via website downloaden en printen
- aanvraag helemaal via website laten lopen
- geen voorkeur

20. Stel dat u een product of dienst van de gemeente wilt aanvragen, zou u dat dan bij voorkeur via de website of via de publieksbalie in het gemeentehuis doen?

- via website
- via publieksbalie
- geen voorkeur

21. Kunt u enkele producten noemen die de gemeente in elk geval via internet moet aanbieden?

Spontaan laten beantwoorden, meerdere antwoorden mogelijk

- paspoort
- rijbewijs
- omgevingsvergunning (o.a. bouw-, sloop-, kap en milieuvergunning)
- verhuizing
- uittreksel geboorteregister
- anders namelijk:.....

22. Kunt u met een rapportcijfer aangeven hoe u de digitale dienstverlening via de website van de gemeente waardeert?

23. Wat is uw leeftijd?

24. Geslacht noteren

- man
- vrouw



Bijlage 2. Vragenlijst Raadsleden

De Rekenkamercommissie van Ridderkerk onderzoekt dit voorjaar de digitale dienstverlening van de gemeente. I&O Research voert dit onderzoek uit. In dat verband worden de raadsleden op passende wijze via een digitale enquête benaderd voor deelname aan dit onderzoek. U heeft hierover kort geleden al een email ontvangen. Het invullen van deze vragenlijst duurt maximaal 10 minuten. Mocht u meer willen toelichten aan de onderzoekers van I&O Research dan kunt u dit aan het eind van de vragenlijst aangeven. Wij nemen dan contact op voor een afspraak.

1. Wat vindt u het belangrijkste onderdeel een gemeentelijke website?
 - de informatie
 - het taalgebruik
 - de vormgeving
 - de aangeboden producten en diensten
 - de contact- en interactiemogelijkheden
 - de toegankelijkheid
 - anders namelijk...

2. Voldoet de website van Ridderkerk wat dat betreft aan uw verwachtingen?
 - ja
 - nee
 - weet niet

3. Wat zou er (nog) beter aan kunnen?

4. Vindt u het belangrijk dat de gemeente Ridderkerk de dienstverlening aan burgers en ondernemers ook via internet aanbiedt?
 - ja
 - nee

5. Gemeenten bieden producten aan op internet. Dat kan per product op verschillende manieren. Alleen informatie aanbieden. Een printbaar aanvraagformulier aanbieden. Het formulier op de website kunnen invullen. Welke manier heeft in het algemeen uw voorkeur?
 - alleen informatie aanbieden
 - aanvraagformulier via website downloaden en printen
 - aanvraag helemaal via website laten lopen

6. Welke producten zou de gemeente in elk geval via internet moeten aanbieden?
 - paspoort
 - rijbewijs
 - omgevingsvergunning
 - verhuizing
 - uittreksel geboorteregister
 - anders, namelijk:



7. In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling:
(zeer eens/eens/niet een, niet oneens/oneens/zeer oneens/geen mening)
 - De gemeente Ridderkerk besteedt voldoende aandacht aan digitale dienstverlening
8. Kunt u met een rapportcijfer aangeven hoe u de digitale dienstverlening via de website van de gemeente waardeert?
9. Welke aspecten van de digitale dienstverlening van Ridderkerk zijn volgens u voor verbetering vatbaar?
10. De RKC is geïnteresseerd in de standpunten van raadsleden over digitale dienstverlening. Indien u los van deze enquête behoefte heeft om uw standpunten en ideeën nader toe te lichten dan kunt u deze hier achter laten.
11. Eventueel hebben wij nog vervolgvragen naar aanleiding van uw reacties. Als u beschikbaar bent voor commentaar op uw reacties kunt u hier uw e-mailadres achterlaten:



Bijlage 3. Geïnterviewden

- De heer B. Anker: afdelingsmanager Backoffice
- De heer R. Hoogendoorn: informatieadviseur
- Mevrouw Z. Kortleven: projectleider doorontwikkeling dienstverlening
- Mevrouw W. Vermeulen: projectleider digitale dienstverlening
- De heer H. Dokter: wethouder
- Mevrouw M. Dijkstra: informatieadviseur
- Mevrouw M. Rietdijk: domeindirecteur publiek



Bijlage 4. Toelichting documenten

Dienstverleningsconcept Ridderkerk: op weg naar onze dienstverlening in 2015 (2011)

Het dienstverleningsconcept van de gemeente Ridderkerk bespreekt de digitale dienstverlening als volgt:

“Internet is een goedkoop kanaal. De inwoner moet dan ook zoveel mogelijk informatie op de website kunnen vinden waardoor hij geen contact via de andere duurdere kanalen hoeft op te nemen. Dit geldt ook voor vragen over de status van bijvoorbeeld een lopende aanvraag. Ridderkerk maakt in toenemende mate producten en diensten via internet toegankelijk. De meest gevraagde producten en diensten van Ridderkerk kunnen via internet worden aangevraagd en soms zelfs geleverd. Dit heeft als gevolg dat de inwoner steeds vaker voor internet kiest als dienstverleningskanaal. Dit kanaal is 24 uur per dag 7 dagen per week toegankelijk voor de inwoner. De persoonlijke internetpagina (PIP) is een belangrijk startpunt.”

In het Dienstverleningsconcept Ridderkerk staan verder de volgende ambities:

- Uiterlijk in 2015 is, op basis van de behoefte en logica van de burger, sprake is van een sterk gedigitaliseerde en burgergerichte publieke dienstverlening. 80% van de eerste contacten met de burger direct wordt afgehandeld door de gemeente.
- Burgers zijn vrij om de manier van communicatie (kanalen: balie, telefoon, post, e-mail of internet) en het moment van dienstverlening te kiezen;
- Burgers krijgen direct antwoord (of een product) of worden goed doorverwezen, waardoor sprake is van samenhangende overheidsdienstverlening. De burger hoeft zijn vraag maar één keer te stellen en zijn informatie maar één keer door te geven;
- Burgers worden echt geholpen, binnen de gestelde termijn. De organisaties zijn om de burger georganiseerd in plaats van een burger die de inrichting van de organisaties moet kennen.

Verder staan er onder meer de volgende normen:

- Burgers kunnen, via internet, 24 uur per dag, 7 dagen per week zaken met de overheid regelen.
- De dienstverlening is eenduidig. Klanten ontvangen dezelfde kwaliteit diensten en/of informatie, ongeacht het communicatiekanaal dat zij kiezen.
- Daar hoort ook bij dat individuele overheidsorganisaties gebruik maken van informatie die al aanwezig is elders binnen de overheid, zodat niet opnieuw hoeft te worden gevraagd om dezelfde gegevens. Dit is het principe van de ‘eenmalige gegevensverstrekking’.

Businesscase KCC (2012)

De Business Case (BC) is het product van de leden van het cluster BAR dienstverlening en beschrijft hoe de drie gemeenten Barendrecht, Albrandswaard en Ridderkerk hun dienstverlening aan hun burgers op dit moment hebben ingericht, om hoeveel producten het gaat en hoeveel dit nu kost. De BC laat zien wat er mogelijk is als de BAR gemeenten hun dienstverlening clusteren in een gezamenlijk BAR KCC. Beschreven wordt welke visie hierachter ligt, hoeveel de kosten zijn en wat de besparingsmogelijkheden zijn. Dit gebeurt op basis van een brede blik op dienstverlening. Er wordt niet specifiek aandacht besteed aan digitale dienstverlening. Wel staat er dat in de toekomstplannen van het KCC in ieder geval een Medewerker digitalisering actief zal zijn. Deze maakt onderdeel uit van het content team en heeft als specifiek aandachtsveld de digitalisering van de producten van het KCC.



Bijlage 5. Praktijkttest: resultaten van acht reële cases (april 2014)

Over het onderzoek

De website www.ridderkerk.nl is onderworpen aan een praktijktest om inzicht te krijgen in het gebruiksgemak van de website van gemeente Ridderkerk en concrete verbeterpunten te benoemen. In overleg met de Rekenkamercommissie zijn tien onderwerpen gekozen om te testen. Deze zijn uitgewerkt tot tien reële cases. Iedere case bestond uit een situatieschets en vervolgens een opdracht om via de website van gemeente Ridderkerk antwoorden te vinden of direct iets te regelen. Bij alle cases lag de nadruk meer op het vinden van de gewenste informatie, dan op direct online transacties uitvoeren. De online formulieren op de website zitten vrijwel allemaal achter een DigiD-inlogscherm. Omdat hier geen testcodes voor beschikbaar waren, zijn de cases uitgevoerd tot aan een DigiD-inlogscherm.

Op woensdag 9 april 2014 hebben vier testers van I&O Research allemaal drie, vier of vijf cases uitgevoerd. Zij hadden hiervoor de beschikking over een pc met internet. Daarnaast zijn enkele cases via een tablet uitgevoerd. Onder de testers waren twee vrouwen (33 en 58 jaar) en twee mannen (67 en 24 jaar). De zoektocht via de site is geregistreerd met een camera-opname. Daarnaast was er op de achtergrond een onderzoeker aanwezig om knelpunten direct te kunnen noteren en de tester te begeleiden. Na iedere uitgevoerde case was er een debriefing van de tester, waarbij hij of zij aangaf hoe men de uitvoering van de case ervaren had.

Case 1 (3x getest)

U woont in Ridderkerk en uw paspoort is bijna verlopen. U wilt een nieuw paspoort aanvragen. Zoek via internet uit wat u moet doen. Kijk of u online een afspraak kunt maken.

Zoekroute:

Twee keer naar website gemeente Ridderkerk en dan zoeken in zoekbalk. Een keer specifieke zoekvraag vanuit Google.

Aandachtspunten:

- Bij de informatie over het paspoort staat geen verwijzing naar het maken voor een online afspraak. Testers verwachtten allemaal deze informatie hier wel te vinden. Een van de drie testers vindt uiteindelijk niet de link naar online een afspraak maken.
- De logische zoekterm “paspoort” levert pas op de vijfde plek de informatie over het paspoort op. Dit wordt over het hoofd gezien.
- De zoekterm “afspraak paspoort” levert veel zoekresultaten op. Het eerste zoekresultaat is wel de juiste, maar wordt niet zo herkend door de titel “dienstverlening”.
- Het is bij de zoekresultaten niet voor alle testers duidelijk dat ze kunnen klikken op de blauwe kopjes in de lijst met zoekresultaten. Een van de testers verwacht op de link te kunnen klikken die onder het zoekresultaat staat.
- Bij veel zoekresultaten klikt een van de testers op de knop ‘binnen’ om de zoekresultaten te kunnen verfijnen. De keuze zoeken binnen producten en diensten en zoeken binnen gemeenteraad spreekt niet tot de verbeelding.

Debriefing testers

“Deze case was niet zozeer lastig, maar het nam wat tijd in beslag omdat voor mij niet overzichtelijk stond waar ik nu terecht kon voor een online afspraak. Pluspunt vond ik dat de informatie over een paspoort zelf, vrij duidelijk en overzichtelijk is.”

“In eerste instantie heb ik een blik geworden op de homepage van de gemeente Ridderkerk. Er stonden allerlei categorieën zoals Wonen en leven ed. Daar kon ik niet direct een link vinden voor het aanvragen paspoort. Daarom meteen in de zoekbalk naar paspoort aanvragen gezocht. Ik vond de homepage overzichtelijk en de informatie over een paspoort aanvragen was duidelijk ”

**Suggesties:**

- Zorg dat er binnen de beschrijving van het product ‘paspoort’ een directe verwijzing komt naar het maken van een afspraak. Bijvoorbeeld bij wat moet ik doen.
- Maak linkjes onder de zoekresultaten ook klikbaar.
- Overweeg veelgezochte onderwerpen direct op de homepagina te benoemen. Nu is men aangewezen op de zoekfunctie. De huidige zoekfunctie vraagt wel enige zoekvaardigheden van gebruikers. Zij moeten de juiste zoektermen opgeven.
- In de huidige website heeft de zoekfunctie een centrale rol. Zorg ervoor dat deze optimaal werkt. Zodat bij het intypen van paspoort de informatie over paspoort direct als eerste zoekresultaat verschijnt.

Case 2 (2x getest)

In de speeltuin aan de Boerhaavelaan in Ridderkerk ligt een omgevallen boom. Geef dit door aan de gemeente, zodat zij zorgen dat de boom wordt weggehaald.

Zoekroute

Beide testers kiezen eerst het tabblad wonen en leven. Men bladert hier door de tabbladen, maar vindt het niet. De ene tester voert in zoekbalk in ‘melding maken’ en komt zo bij de pagina over melding doen. De andere tester voert in de zoekbalk ‘omgevallen boom’ en krijgt geen resultaten en vindt de juiste pagina niet. De tester zou het algemene telefoonnummer bellen.

Aandachtspunten

- Melding doen verwacht men te vinden onder wonen en leven, maar vindt men hier niet.
- Een van de testers verwacht een invulscherm te vinden waar je online kunt melden en waar is voorgestructureerd wat je moet doorgeven. Dit is er niet.
- Bij de tekst over wijken staat dat “Vragen over het dagelijks onderhoud in de wijk kunnen gesteld worden via het klachtennummer van de gemeente”. Men verwacht hier terecht te kunnen voor de melding van de omgevallen boom. Welk klachtennummer men moet bellen, staat er echter niet bij vermeld.

Debriefing testers

“Ik weet soms niet precies wat ik gedaan heb, maar kom wel bij de oplossing. Het blijkt dat je een mail kunt sturen. Maar als het dringend is moet je denk ik bellen. Ik verwacht eigenlijk een scherm waarin je de melding kunt doen.”

“Deze opdracht vond ik lastiger verlopen dan ik had gedacht. Ik had verwacht dat ik een melding doen over een omgevallen boom wel kon vinden onder wonen en leven. Ik heb alleen iets kunnen vinden over een melding doen bij een wijkregisseur, maar kreeg niet de indruk dat dit o.a. ook voor groenonderhoud geldt. Ook ontbrak er een klachtennummer terwijl dit werd in dit kopje werd genoemd.”

Suggesties

- Voeg een link toe naar de informatie over melden onder het submenu wijken bij de tekst over de vragen over het dagelijks onderhoud.
- Als er een telefonisch klachtennummer is om te melden, neem dit op bij de pagina over melden. Er staat nu alleen dat dit kan via e-mail en een app.
- Plaats onder wonen en leven ook de verwijzing naar melding doen. Dit zou bijvoorbeeld kunnen onder het submenu leefomgeving.
- Ontwikkel een beknopt formulier om melding te doen. Zo weet je zeker dat de melder de informatie die nodig is, zoals bijvoorbeeld locatie, beschrijving klacht en contactgegevens melder goed doorgeeft.

Case 3 (2x getest)



U heeft deze week de huis-aan-huiskrant niet ontvangen. In de huis-aan-huiskrant staat het gemeentenieuws van Ridderkerk, oftewel het gemeentejournaal. Zoek of u het gemeentejournaal op de website van de gemeente kunt vinden.

Zoekroute

Via tabblad gemeente Ridderkerk op homepagina en dan is meteen gemeentejournaal zichtbaar onder nieuws. Andere tester typt huis aan huis in zoekfunctie en kiest dan publicaties in zoekresultaten en kiest dan in menu aan linkerzijde voor gemeentejournaal.

Aandachtspunten

- Geen, loopt goed. Zowel via menu als zoekfunctie snel gevonden

Case 4 (2x getest)

U wilt een deursticker op uw deur (nee/ja), zodat u geen ongeadresseerd drukwerk meer ontvangt, maar wel nog de huis-aan-huis-krant. U verwacht dat dit wellicht via de gemeente geregeld kan worden. Zoek via internet uit hoe u aan een dergelijke sticker komt.

Zoekroute

Twee keer naar website gemeente Ridderkerk en dan zoeken in zoekbalk. Geeft geen succes. Uiteindelijk twee keer via trefwoord in producten en dienstcatalogus de juiste informatie gevonden via trefwoorden 'post' en 'reclame'.

Aandachtspunten:

- Bij het intoetsen van nee/ja sticker in het zoekenvenster kwam een geheel wit scherm in beeld en is men geheel van de website. Het lijkt alsof de zoekmachine het teken "/" niet kent.
- Bij het intypen van 'deursticker' vindt men niets. Men krijgt wel de suggestie 'kindersticker'.
- Trefwoorden in producten en diensten zijn succesvol. De producten en dienstencatalogus zit iets verstopt onder het tabblad gemeente Ridderkerk en vervolgens dienstverlening en vindt men niet direct. De logica dat men in het algemene zoekenvenster ook kan zoeken binnen producten diensten herkennen testers niet.
- Bij de informatie over de nee-ja en nee-nee sticker staat ook informatie over postfilter. Dit betreft echter geadresseerde reclame en gaat dus niet over de nee-ja sticker. Hiervoor moet aandachtig gelezen worden.

Debriefing testers

"Ik vond deze case wel lastig. Nee/ja sticker intypen leverde geen resultaat op. Ik moest een paar keer helemaal opnieuw beginnen". "Er worden aardig wat handelingen gevraagd om nee/ja sticker te vinden. Uiteindelijk gevonden onder gemeente dienstverlening, vervolgens in producten catalogus zoekbalk onder reclame gevonden. Daarvoor nog enkele zoektermen ingevuld in deze producten catalogus balk. Ik vind wel goed dat er gelegenheid is om zoektermen in te vullen in de producten catalogus zoekbalk".

Suggesties:

- Als bepaalde symbolen niet gebruikt kunnen worden in de zoekfunctionaliteit, zorg dat gebruikers op de website blijven en dan een foutmelding krijgen, zodat zij weten wat er niet goed ging.
- Aanvullende informatie over postfilter opnemen in een apart tabblad 'Extra' of iets dergelijks, zodat duidelijk is dat dit over iets anders gaat dan de nee/nee en nee/ja sticker, maar mogelijk wel relevant is.
- Haal de producten en dienstencatalogus naar boven in de site. Deze zou bijvoorbeeld als een van de blokken op de homepage kunnen.



Case 5 (2x getest)

U gaat volgende week binnen Ridderkerk. Zoek uit wat u hiervoor moet doorgeven en wat u moet doen. Mocht u bij uw zoektocht tegen een DigiD-venster aanlopen, hoeft u niet verder te gaan.

Zoekroute

Twee keer naar website gemeente Ridderkerk. Een keer in zoekveld 'wijzigingen doorgeven' en 'wijzigingen doorgeven verhuizen'. Omdat dit teveel zoekresultaten opleverde vervolgens in google gezocht 'verhuizing doorgeven Ridderkerk'. Een keer gezocht onder de knop 'wonen en leven en vervolgens op wonen. Levert niets op. Vervolgens in zoekbalk "verhuizing".

Aandachtspunten:

- De verwachting van de testers is dat je op een of andere manier online een verhuizing zou moeten kunnen doorgeven. Dit wordt niet gevonden. Er staat enkel dat je de verhuizing moet doorgeven aan de gemeente waar je gaat wonen. Hoe je dit moet doen in Ridderkerk wordt niet duidelijk.
- Onder de informatie over verhuizen wordt enkel verwezen naar een verhuizing naar een andere gemeente. Wat je moet doen als je binnen Ridderkerk of naar Ridderkerk verhuist, wordt niet duidelijk.
- Wonen en leven & wonen zijn voor testers aantrekkelijke categorieën om informatie te zoeken. Onder de algemene kop 'wonen' staat helemaal geen tekst en er is enkel 1 sub-item 'belastingen'. Teleurstellend voor testers.
- "Ik vond deze case een beetje lastig omdat ik verwachtte op de site antwoorden te krijgen wat niet lukte. De menu-items aan de linkerkant vind ik wel helder en overzichtelijk.

Suggesties:

- Maak bij de productbeschrijving 'verhuizen' duidelijk wat men moet doen om een verhuizing in Ridderkerk door te geven, bijvoorbeeld de balie bezoeken, of een afspraak maken.
- Overweeg om het mogelijk te maken om een verhuizing online te regelen. Verwijs hier naar bij de productbeschrijving 'verhuizen'.
- Overweeg de kop wonen aan te passen naar belastingen. De informatie hieronder dekt nu niet de lading.



Case 6 (2x getest)

Zoek op internet op wat de openingstijden van de gemeentebalie zijn.

Zoekroute

- De ene tester komt via “gemeente Ridderkerk” in Google op de homepage van de gemeente en zoekt dan naar openingstijden. De andere tester komt via openingstijden gemeente Ridderkerk meteen op de juiste pagina.

Aandachtspunten

- Gemeentelijk servicecentrum wordt niet herkend als de gemeentebalie of het gemeentehuis.
- Een tester ziet in de zoekresultaten in Google dat de gemeente vier locaties heeft. Op de website ziet hij de openingstijden van één locatie.

Debriefing testers:

“Ik vond het zoeken van de openingstijden gemakkelijk. Er waren 2 wegen om het antwoord te vinden, direct in Google en via de website.”

“Deze case was bijzonder makkelijk. Via google was de eerste link direct de juiste.”

Suggesties

- Overweeg om alleen openingstijden als koptekst op te nemen, dus zonder Gemeentelijk Servicecentrum, omdat dit niet direct herkend wordt. Het Gemeentelijke Servicecentrum kan wel in de tekst benoemd worden.
- Via de adressen van de gemeentelijke locaties ook verwijzen (via een link) naar de openingstijden.

Case 7 (2x getest)

Uw zoon zit in groep 7 en u gaat u voor het eerst oriënteren op scholen voor voortgezet onderwijs in Ridderkerk. Kijk op de website van de gemeente welke locaties voor voortgezet onderwijs er allemaal zijn in Ridderkerk en waar in Ridderkerk deze gevestigd zijn.

Zoekroute

- De ene tester komt via Google “voortgezet onderwijs Ridderkerk” bij een kaart van Ridderkerk met drie schoollocaties. Denkt er nu te zijn. Zoekt daarna via de website van de gemeente verder in algemene zoekbalk “voortgezet onderwijs”. Via scholen, de link digitale gemeentegids en hier weer zoeken voortgezet onderwijs komt men er. De andere tester kiest ‘leren en werken’, ‘onderwijs’, ‘scholen’ en gaat dan ook verder via de digitale gemeentegids.

Aandachtspunten

- De route naar de digitale gemeentegids is tamelijk lang. Eerst is het zoeken naar de gids en vervolgens in de gids weer zoeken. De testers ergert dit overigens niet.
- Zoeken via Google levert drie resultaten op, terwijl de gemeentegids vijf onderwijsinstellingen beschrijft.
- Bij de zoekterm voortgezet onderwijs Ridderkerk wordt de gemeente website als 7e zoekresultaat gevonden.
- Als men in het menu onderwijs klikt op scholen verwacht men hier de scholen in Ridderkerk te vinden. Er staat nu een algemeen stukje tekst waarin je wordt verwezen naar de gemeentegids.
- Als men de digitale gemeentegids heeft gevonden moet opnieuw een zoekterm ingevoegd worden.
- In de digitale gemeentegids staan vijf scholen voor voortgezet onderwijs opgenomen. Op het kaartje staan met rode schildjes de locaties aangegeven. Het is onduidelijk hoe de schildjes corresponderen met de scholen. Bij een overzicht van vijf scholen, verwacht je ook vijf schildjes te



zien op de kaart. Er staan echter meer dan vijf schildjes op de kaart. Bij Farelcollege staan bij de adresbeschrijving van de school drie schildjes. Op de kaart staan echter twee schildjes.

- Een van de testers verwacht dat wanneer op de schildjes op de kaart wordt geklikt het adres zichtbaar wordt van de betreffende locatie. Dit is niet het geval. Alleen de naam van de school wordt genoemd.

Debriefing testers:

“De vraag, zoek alle voortgezet onderwijs scholen binnen Ridderkerk, vond ik niet heel lastig. Ik had de aanname dat ik via google alles direct zou vinden inclusief een kaart. Via de website van de gemeente Ridderkerk werd ik doorgelinkt naar een digitale gemeentegids, die mij nog 2 extra scholen gaf. Ik vond het dus niet lastig.”

“De gemeentegids kan mogelijk iets makkelijker gevonden worden/doorgelinkt worden vanaf de website van de gemeente.”

“Tot aan de rode vlaggetjes vind ik het een heldere indeling en verwijzing.”

Suggesties

- Overweeg om de digitale gemeentegids hoger in de site te plaatsen. Het is nu erg veel klikken.
- Zorg dat bij de schildjes op de kaart, het adres van de locatie komt te staan.
- Gemeentegids kan mogelijk iets makkelijker gevonden worden/doorgelinkt worden vanaf de website van de gemeente.
- Maak duidelijk wat bedoeld wordt met de schildjes.
- Verwijs vanaf de pagina scholen direct naar de juiste pagina in de digitale gemeentegids.

Case 8 (1x getest)

U heeft van een buurtbewoner gehoord over het wijkoverleg Slikkerveen. De gemeente Ridderkerk is hierbij betrokken. Kijk op de website van de gemeente Ridderkerk: wat voor overleg dit is, wanneer het eerstvolgende overleg is, of u hier als buurtbewoner ook naartoe kan, waar of bij wie u terecht kunt voor nog meer vragen.

Zoekroute

Zoekopdracht “wijkoverleg Slikkerveen” via zoekvenster van de gemeentelijke website. Kiest dan de bovenste twee zoekresultaten en opent deze in twee tabbladen naast elkaar. Dit zijn de pagina’s [wonen en leven - wijken – slikkenveen] en [wonen en leven – wijken – slikkenveen – wijkoverleg]

Aandachtspunten

- Tester ziet niet dat op de pagina wonen en leven – wijken – slikkenveen de blauwe kopjes hyperlinks zijn.

Debriefing testers

“Deze case was redelijk makkelijk te beantwoorden; ik vond vrij snel de benodigde informatie; en tot slot zou ik mailen met de vraag of ik als buurtbewoner bij dit wijkoverleg mag bijzijn.”

Suggesties

- De linken op de pagina over de wijk Slikkerveen duidelijker herkenbaar maken als hyperlink. Eventueel onderstrepen, of onder de betreffende alinea een hyperlink tekst zetten met lees meer.