

'Helmond heeft Antwoord'

Evaluatie campagne 2011

Onderzoek en Statistiek

Inhoud

Samenvatting en conclusies	3
1. Inleiding	7
2. Onderzoeksresultaten	9
2.1. Algemeen	9
2.2. Campagne	9
2.3. Digitaal loket	12
2.4. Opmerkingen en suggesties	17
3. Evaluatie	19
Bijlagen	21
1. Frequentietabellen	21
2. Vragenlijst	24
3. Opmerkingen stimuleren gebruik digitale loket	27

COLOFON

Opdrachtgever: Gemeente Helmond, afdeling Stadswinkel
Opdrachtnemer: Afdeling Onderzoek en Statistiek
Thomas Schulte
Datum: juni 2012

Samenvatting en conclusies

Dit onderzoek richt zich op de bekendheid van twee kanalen waarmee de burger de gemeente kan bereiken: de centrale telefonische ingang en het digitale loket. In de campagne 'Helmond heeft Antwoord', die medio 2009 van start is gegaan, staat de introductie van het telefoonnummer 14 0492 centraal. Via dit nummer kunnen mensen voortaan bellen voor al hun vragen aan de gemeente Helmond.

Het digitale loket, waarmee de burger van achter zijn computer zaken kan doen, is sinds 2007 beschikbaar.

Het onderzoek berust op een digitale enquête onder de leden van het Stadspanel. De respons bedraagt 55%.

Onderzoekresultaten

Campagne

Eén op de vier volwassen Helmonders herinnert zich wel iets van de campagne 'Helmond heeft Antwoord'. De meesten van hen vinden het een goede actie. Van degenen die de campagne kennen is het merendeel geïnformeerd via posters langs de weg en via berichten in het weekblad "De Trompetter". De overige communicatiekanalen blijken aanzienlijk minder effectief.

14 0492

Het nieuwe algemene telefoonnummer 14 0492 is bij 38% van de Stadspanelleden bekend. De bekendheidsscore van 38% komt globaal overeen met de resultaten uit soortgelijke communicatiecampagnes.

Van degenen die het nummer kennen heeft 62% er ook al eens gebruik van gemaakt, bijvoorbeeld om een afspraak met de Stadswinkel te maken. 38% is wel op de hoogte van het telefoonnummer maar heeft er zelf nog geen gebruik van gemaakt.

Digitale loket

Vrijwel het volledige Stadspanel (95%) is bekend met het digitale loket. Ruim 70% heeft de mogelijkheden van het digitale loket zelf ook al eens bekeken. 23% heeft er wel ooit gehoord maar heeft het nog niet bekeken. Vergeleken met de uitkomsten van een onderzoek uit 2008, toen dezelfde vraag aan het Stadspanel werd voorgelegd, is sprake van een duidelijke toename van de bekendheid van het digitale loket en zijn mogelijkheden. De groep die nog geen weet heeft van het digitale loket is geslonken van 16% in 2008 naar 5% in 2011.

Van de mogelijkheden van het digitale loket is het inplannen van een afspraak met de Stadswinkel de meest genoemde (80%). Het opzoeken van informatie op de website wordt ook relatief vaak genoemd (72%). De overige mogelijkheden zijn aanzienlijk minder bekend.

Bijna 80% van het Stadspanel was - al voor de enquête - op de hoogte van de producten en diensten die digitaal kunnen worden aangevraagd en 35% heeft er ook al gebruik van gemaakt.

De leden van het Stadspanel hebben in meerderheid een positief beeld van het digitale loket: ruim tweederde zou bij het aanvragen van een product zeker gebruik maken van het digitale loket en 33% zou er misschien gebruik van maken.

Het meest aantrekkelijke aspect van het digitale loket is de mogelijkheid er gebruik van te kunnen maken op ieder gewenst tijdstip. Op de tweede plaats komt het voordeel dat men er de deur niet voor uit hoeft te komen. Gebruiksgemak en snelle toegang worden ieder meer dan 400 keer genoemd.

Op de vraag welke nadelen er kleven aan het digitale loket wordt vooral het ontbreken van persoonlijk contact genoemd. De behoefte aan verduidelijking en respons bij het aanvragen van een product speelt kennelijk nog altijd een rol van betekenis. Bij de overige bezwaren is een cluster dat samenhangt met onzekerheid en onduidelijkheid en een cluster die te maken heeft met praktische zaken als het niet beschikken over een DigiD inlogcode of niet kunnen betalen via internet.

Aan het Stadspanel is gevraagd in hoeverre telefonische en schriftelijke vormen van contact een alternatief kunnen zijn voor het digitale loket. Slechts een relatief klein deel van het panel spreekt een voorkeur uit voor telefonisch (25%) of schriftelijk (18%) contact met de gemeente, boven contact via internet. De overgrote meerderheid is echter negatief over deze traditionele alternatieven voor het digitale loket. Opgemerkt wordt dat de leden van het Stadspanel - gezien hun oriëntatie op de digitale wereld - vermoedelijk meer 'open' zullen staan voor digitale mogelijkheden dan de 'gemiddelde Helmonder'.

Opmerkingen en suggesties

Ruim 400 leden van het Stadspanel hebben een reactie gegeven op de vraag wat de gemeente zou kunnen doen om hen (meer) gebruik te laten maken van het digitale loket. Onder de groepen die met concrete ideeën komen wordt het 'geven van meer bekendheid' het meest genoemd (25%). Bij deze suggesties ligt het accent op het promoten van het digitale loket via alle beschikbare kanalen, zoals via de website zelf, via campagnes in de weekbladen en folders en via acties gericht op individuen.

De overige, kleinere antwoordcategorieën richten zich vooral op het vertonen van meer inlevingsvermogen bij de inrichting van het digitale loket: meer duidelijkheid geven, gebruiksvriendelijker maken, een meer responsieve opstelling kiezen (reageren op signalen van de burgers) en de betrouwbaarheid vergroten.

Aan de leden van het Stadspanel is gevraagd of zij, naar aanleiding van deze enquête, nog aanvullende opmerkingen hebben over het digitale loket of over de campagne 'Helmond heeft antwoord'.

Bij de opmerkingen over het digitale loket springen twee groepen er uit: enerzijds suggesties om de 'techniek' en de opzet van de website te verbeteren en anderzijds ideeën om onzekere gebruikers te 'coachen' zodat deze gemakkelijker en met meer zelfvertrouwen producten kunnen aanvragen.

Bezorgdheid over (oudere) mensen, die weinig of geen ervaring hebben met de digitale wereld, wordt ook relatief vaak genoemd.

De meeste opmerkingen over de campagne 'Helmond heeft Antwoord' hebben betrekking op de wijze van communiceren (anders, beter, duidelijker). Ook worden relatief veel kanttekeningen geplaatst bij de effectiviteit van de campagne ('onzichtbaar', 'niets van mee gekregen').

Conclusies

In hoeverre zijn de doelstellingen van 'Helmond heeft antwoord' gerealiseerd?

- 1. Inwoners van Helmond bekend maken met het nieuwe nummer 14 0492;** Inzake de bekendheid met het nieuwe telefoonnummer is geen concrete, getalsmatige doelstelling geformuleerd. Voor zover bekend is er ook geen beginscore bepaald. Anno 2011 is 38% van het Stadspanel op de hoogte van het telefoonnummer. Aangezien het telefoonnummer in 2008 nog niet bestond, is de bekendheid in 2011 in elk geval groter dan in 2008. De bekendheidsscore van 38% komt globaal overeen met de resultaten uit soortgelijke communicatiecampagnes. Zo behaalde de campagne 'Helmond goed op weg' in een peiling een score van 40%; de bekendheid van het Centrum voor Jeugd en Gezin resulteerde na 2 jaar in een score van 35%. Opgemerkt wordt dat een communicatiedoel zoals de campagne 'Helmond heeft Antwoord' vooral bij het publiek blijft 'plakken' als deze informatie bevat die direct relevant is voor de betrokkenen. Bijvoorbeeld als iemand toch al van plan was om contact op te nemen met de gemeente. De frequentie waarmee een 'doorsnee' burger persoonlijk contact heeft met de gemeente is echter maar eens in de 4 à 5 jaar. Gezien het feit dat dit onderzoek ongeveer 2,5 jaar na de introductie van het nummer 14 0492 is gehouden, moet men ten aanzien van het directe effect geen overdreven hoge verwachtingen koesteren.
- 2. Het gebruik van het Digitale Loket vergroten: van 10% digitale aanvragen in 2008 naar 20% nu;** Het feitelijke gebruik van het digitale loket heeft de Stadswinkel op basis van zijn eigen administratie vastgesteld voor de peiljaren 2008 en 2011. Van alle aanvragen in 2008 en 2011 is respectievelijk 17% en 30% via het digitale loket afgehandeld. Deze doelstelling is dus ruimschoots gerealiseerd. De Stadswinkel ziet een duidelijke relatie met het 'werken op afspraak', dat in 2011 werd geïntroduceerd. Het digitaal inplannen van afspraken heeft kennelijk ook een impuls gegeven aan het aantal producten dat digitaal wordt afgenomen.
- 3. De bekendheid van de website vergroten met 10% ten opzichte van de nulmeting in 2008;** In 2008 is onder de bezoekers van de Stadswinkel geïnformeerd of zij bekend waren met de website. De score bedroeg 68% onder degenen die voor een product kwamen dat ook digitaal beschikbaar was en 77% onder bezoekers die voor overige producten waren gekomen. Voor een correcte meting zou dezelfde vraag aan een vergelijkbare groep moeten worden voorgelegd. Dit gegeven is echter niet beschikbaar. Het Stadspanel is voor deze vraag geen geschikt klankbord aangezien van een Helmonds *internetpanel* immers verondersteld mag worden dat het op de hoogte is van

het bestaan van de gemeentelijke website. Hoewel het zeker in de lijn der verwachting ligt dat de bekendheid van de website (verder) is toegenomen onder het publiek, kan deze aanname dus niet met concrete cijfers worden gestaafd. Overigens lijkt de vraag gewettigd of een thema als 'bekendheid van de gemeentelijke website' tegenwoordig nog wel een zinvolle doelstelling is, gezien de onstuitbare opmars van het internet als informatiebron. Een gerichte vraagstelling naar praktische, toepasbare kennis van het digitale loket zou meer bruikbare informatie opleveren.

1. Inleiding

De gemeente Helmond is steeds op zoek naar nieuwe mogelijkheden om de klanten beter van dienst te zijn. Een belangrijk aspect daarbij is de vindbaarheid en toegankelijkheid van de gemeentelijke informatie, waarbij vooral het gebruik van de website steeds meer centraal komt te staan.

Het voorliggende onderzoek richt zich op de bekendheid van twee kanalen waarmee de burger de gemeente kan bereiken: de centrale telefonische ingang en het digitale loket.

Medio 2009 is de campagne 'Helmond heeft Antwoord' van start gegaan. Helmond is aangesloten bij het landelijke initiatief '*Gemeente heeft Antwoord*' dat als doel heeft dat gemeenten in 2015 de herkenbare, betrouwbare en toegankelijke ingang zijn voor alle vragen aan de overheid. Een belangrijk onderdeel van het initiatief is de introductie van het 14+ netnummer; wat in Helmond resulteert in: **14 0492**. Via dit nummer kunnen mensen voortaan bellen voor al hun vragen aan de gemeente Helmond.

Doelstelling

De afdeling Stadswinkel en de afdeling Communicatie hebben het communicatieplan voor deze campagne opgesteld, met een drieledige doelstelling:

1. Inwoners van Helmond bekend maken met het nieuwe nummer 14 0492;
2. Het gebruik van het Digitale Loket vergroten: van 10% digitale aanvragen in 2008 naar 20% nu;
3. De bekendheid van de website vergroten met 10% ten opzichte van de nulmeting in 2008.

De eerste doelstelling is van de Stadswinkel zelf. De laatste twee berusten op het investeringsprogramma 'Samen Investeren' van de vijf grootste steden en de provincie Brabant. In deze afspraak is tevens de toezegging gedaan dat een evaluatie wordt uitgevoerd. In het voorliggende onderzoeksverslag staat deze evaluatie centraal.

Vraagstelling

Het onderzoek richt zich op het effect van de campagne 'Helmond heeft Antwoord'; het is een evaluerend onderzoek naar de waardering van een communicatieve inspanning. Een en ander is vertaald in een vraagstelling naar de bekendheid met het nieuwe telefoonnummer en naar de bekendheid en het gebruik van de gemeentelijke website.

Onderzoeksopzet

De informatieverzameling onder de bevolking vindt plaats door middel van een digitale enquête onder de leden van het Stadspanel (1.333 personen). De belangrijkste voordelen van deze vorm van online onderzoek zijn de snelheid waarmee het onderzoek gestart kan worden en de snelheid waarmee de gegevens beschikbaar zijn. Online onderzoek wordt door de leden van het Stadspanel als gemakkelijk en gebruiksvriendelijk ervaren.

Het Stadspanel vormt een betrouwbare afspiegeling van de Helmondse bevolking; wel wordt opgemerkt dat de panelleden actief geïnteresseerd zijn in het reilen en zeilen van de gemeente Helmond en zich op basis van die interesse bij het panel hebben aangemeld. Dit betekent dat er bij uitspraken omtrent de

herkenbaarheid van de communicatie van de gemeente sprake kan zijn van een enigszins geflatteerd beeld. Een tweede kanttekening betreft het gegeven dat de leden van het Stadspanel per definitie 'digitaal' actief zijn en redelijk vertrouwd zullen zijn met het gebruik van internet als informatiebron. Ook in dit opzicht is het Stadspanel mogelijk iets positiever in zijn oordeel dan de 'gemiddelde Helmonder'.

2. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk komen de uitkomsten van het onderzoek aan de orde; achtereenvolgens wordt gekeken naar het bereik van de campagne 'Helmond heeft Antwoord', de bekendheid met het telefoonnummer 14 0492, de bekendheid met het digitale loket en opmerkingen en suggesties naar aanleiding van de enquête.

2.1. Algemeen

Respons

De digitale vragenlijst over de campagne 'Helmond heeft Antwoord' is op 6 december 2011 aan het Stadspanel gemaïld. Van de 1.333 leden van het Stadspanel hebben er 729 de enquête ingevuld; dit is een respons van 55%.

2.2. De Campagne

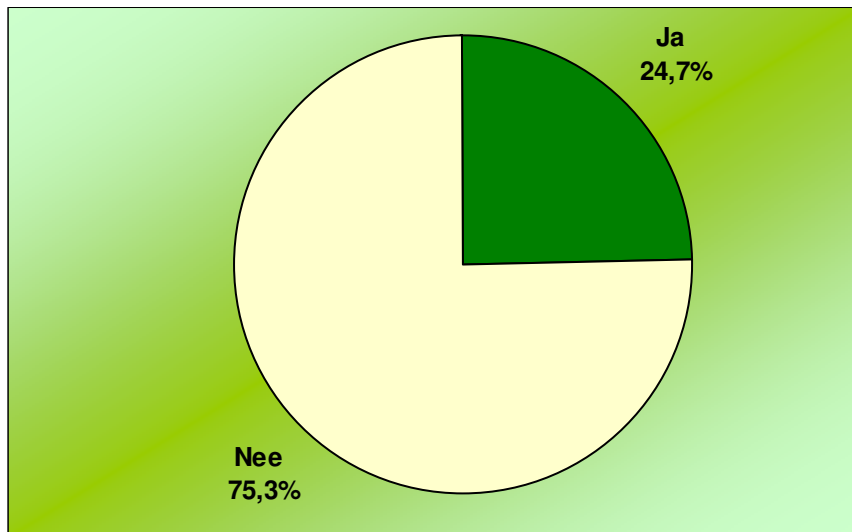
De campagne 'Helmond heeft Antwoord' is breed ingezet. In alle uitgaande communicatie van de gemeente, zoals mails, brieven, folders, is melding gemaakt van het 14+ nummer en de website van de gemeente. De informatie is standaard opgenomen in communicatiekanalen als de gemeentelijke website, Gemeente Helmond TV, de Stadsgids en gemeentepagina's in De Trompetter. Dat is ook het geval bij gerichte gelegenheden zoals verkiezingen, aanvragen van documenten, advertenties in De Trompetter, posters langs de weg, posters op vuilniswagens en dergelijke.

Opgemerkt wordt dat een communicatiedoel zoals de campagne 'Helmond heeft Antwoord' vooral bij het publiek blijft 'plakken' als deze informatie bevat die direct relevant is voor de betrokkenen. Bijvoorbeeld als iemand toch al van plan was om contact op te nemen met de gemeente. De frequentie waarmee een 'doorsnee' burger persoonlijk contact heeft met de gemeente is echter maar eens in de 4 à 5 jaar. Gezien het feit dat dit onderzoek ongeveer 2,5 jaar na de introductie van het nummer 14 0492 is gehouden, moet men ten aanzien van het directe effect geen overdreven hoge verwachtingen koesteren.

Bereik van de campagne

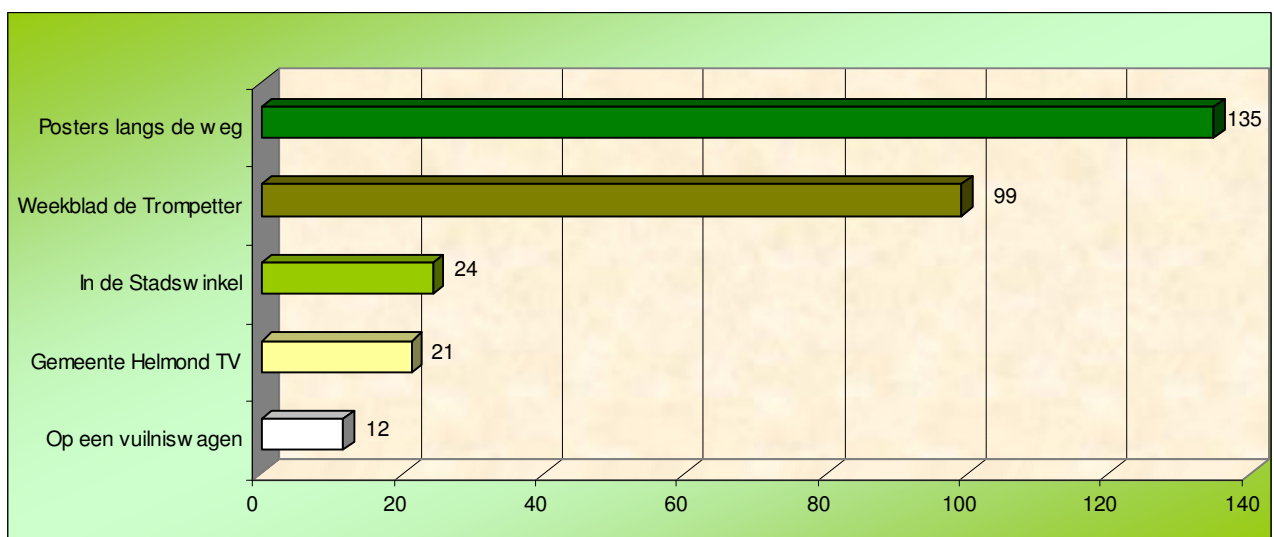
De eerste vraag die aan het Stadspanel is voorgelegd betreft de bekendheid met de campagne. Eén op de vier volwassen Helmonders herinnert zich wel iets van de campagne 'Helmond heeft Antwoord'. De meesten van hen vinden het een goede actie; hierbij is niet altijd duidelijk of ze in deze reactie de campagne bedoelen of de actie van de gemeente om voor een centrale informatie-ingang te kiezen.

Figuur 1. Kent u de campagne “Helmond heeft Antwoord”?



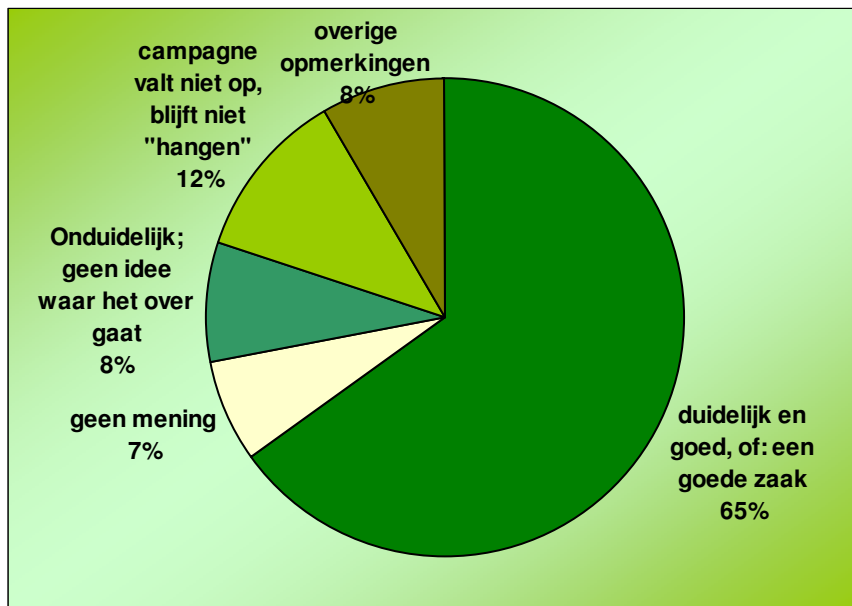
Dat de campagne “Helmond heeft Antwoord” slechts bekend is bij een kwart van de panelleden is, gelet op ‘Helmondse’ oriëntatie die men van het Stadspanel zou verwachten, geen hoge score. Anderzijds wordt opgemerkt dat er geen duidelijke referenties bestaan waaraan het succes van een dergelijke campagne kan worden afgemeten. Het beoogde effect van de campagne heeft mogelijk meer tijd nodig; bijvoorbeeld door het regelmatig herhalen van de boodschap.

Figuur 2. Waar heeft u de campagne gezien? (meerdere antwoorden mogelijk)



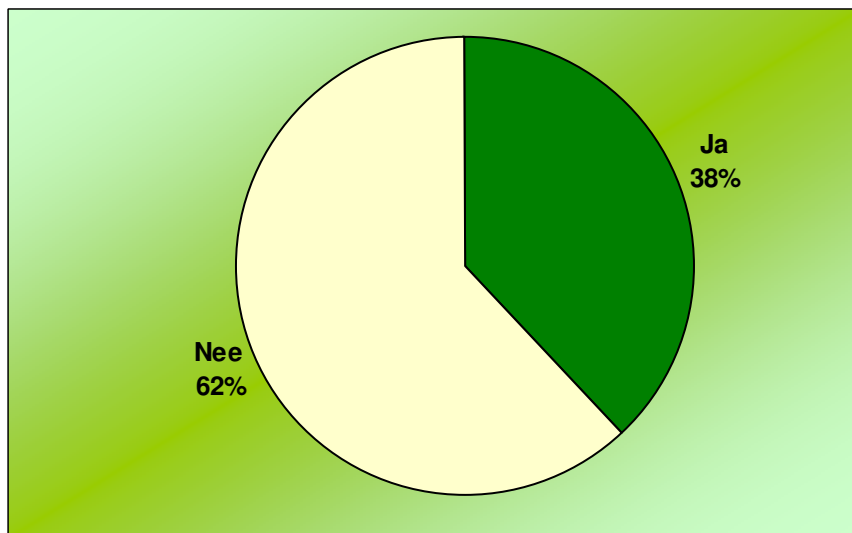
Van degenen die de campagne kennen is het merendeel geïnformeerd via posters langs de weg en via berichten in het weekblad “De Trompetter”. De overige communicatiekanalen blijken aanzienlijk minder effectief.

Figuur 3. Wat vindt u van de campagne?



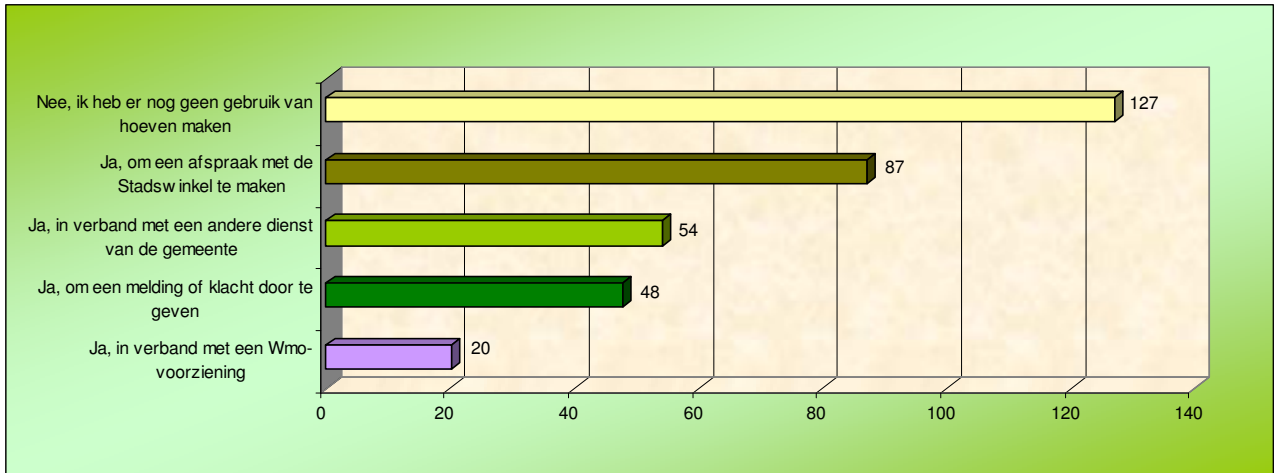
Van de 729 respondenten hebben er 130 een mening geformuleerd over de campagne. Een ruime meerderheid daarvan heeft een positief oordeel. Degenen die een negatief oordeel hebben vinden dat de campagne onvoldoende opvalt en dat de boodschap onduidelijk is.

Figuur 4. Kent u het telefoonnummer '14 0492'?



Het in 2010 geïntroduceerde algemene telefoonnummer is bij 38% van de Stadspanelleden bekend. Het merendeel kent het nummer echter niet. De bekendheidsscore van 38% komt globaal overeen met de resultaten uit soortgelijke communicatiecampagnes. Zo behaalde de campagne 'Helmond goed op weg' in een peiling een score van 40%; de bekendheid van het Centrum voor Jeugd en Gezin resulteerde na 2 jaar in een score van 35%.

Figuur 5. Heeft u zelf al eens gebeld naar 14 0492? (meerdere antwoorden mogelijk)

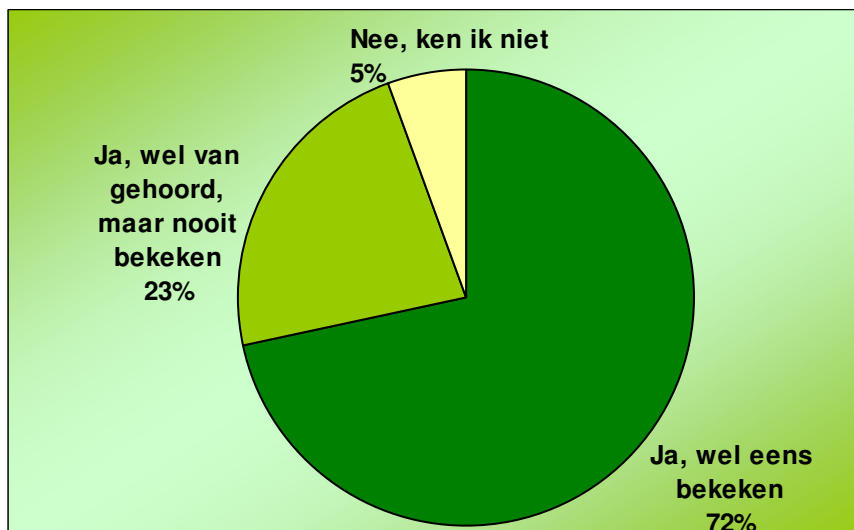


Van degenen die het nummer kennen heeft 62% er ook al eens gebruik van gemaakt, bijvoorbeeld om een afspraak met de Stadswinkel te maken. 38% is wel op de hoogte van het telefoonnummer maar heeft er zelf nog geen gebruik van gemaakt.

2.3. Het digitale loket

De gemeente Helmond beschikt sinds 2007 over een digitaal loket. Het digitale loket is vanachter elke computer beschikbaar, op het tijdstip dat de klant het beste uitkomt. Voor het aanvragen van een groeiend aantal diensten en producten hoeft men niet langer tijdens de openingstijden in de Stadswinkel aanwezig te zijn. Het gegeven dat geleidelijk steeds meer inwoners zelf of via personen uit hun omgeving ervaring hebben opgedaan met de voordelen van deze vorm van dienstverlening, draagt zeker bij aan de bekendheid van het digitale loket.

Figuur 6. Kent u het digitale loket?

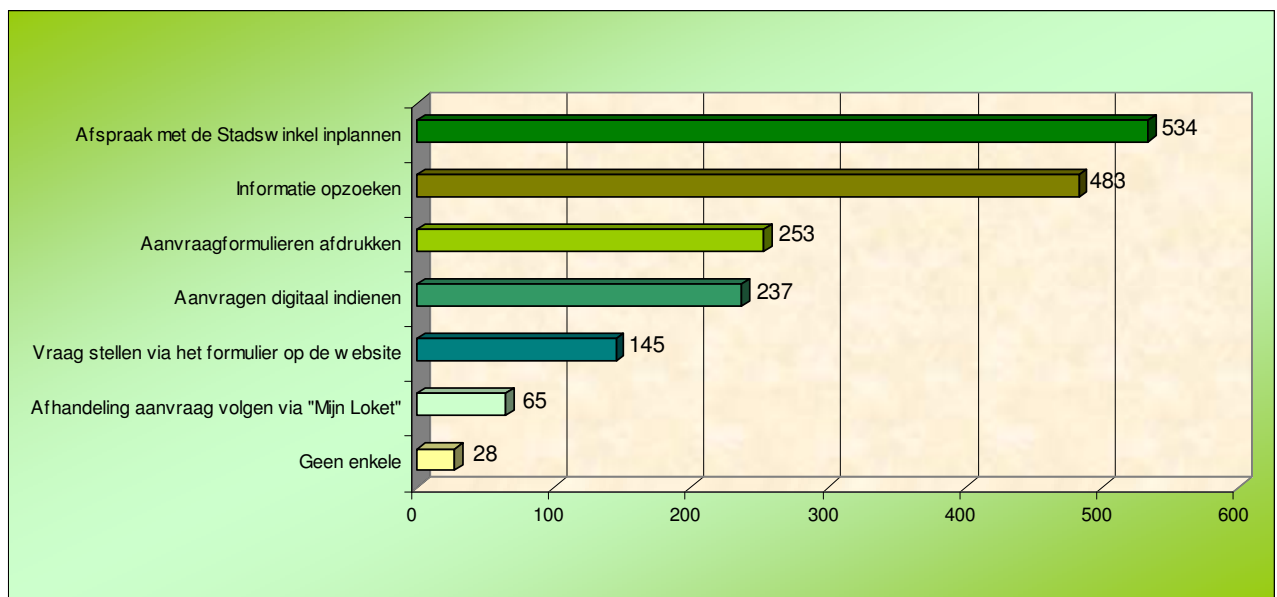


Gelet op de ‘digitale invalshoek’ van de panelleden en hun belangstelling voor de gemeente Helmond is het nauwelijks verrassend dat vrijwel het volledige Stadspanel (95%) bekend is met het digitale loket. Ruim 70% heeft de mogelijkheden van het digitale loket zelf ook al eens bekeken. 23% heeft er wel ooit gehoord maar heeft het nog niet bekeken. Vergeleken met de uitkomsten van een onderzoek uit 2008*, toen dezelfde vraag aan het Stadspanel werd voorgelegd, is sprake van een duidelijke toename van de bekendheid van het digitale loket en zijn mogelijkheden. De groep die nog geen weet heeft van het digitale loket is geslonken van 16% in 2008 naar 5% in 2011.

Zoals gezegd is het Stadspanel mogelijk wel iets positiever in zijn oordeel dan de ‘gemiddelde Helmonder’. Deze groep is immers meer georiënteerd op de digitale wereld en zal daarom sneller geneigd zijn om zaken met de gemeente digitaal te regelen.

* Onderzoek naar e-Dienstverlening, gemeente Helmond, 2008

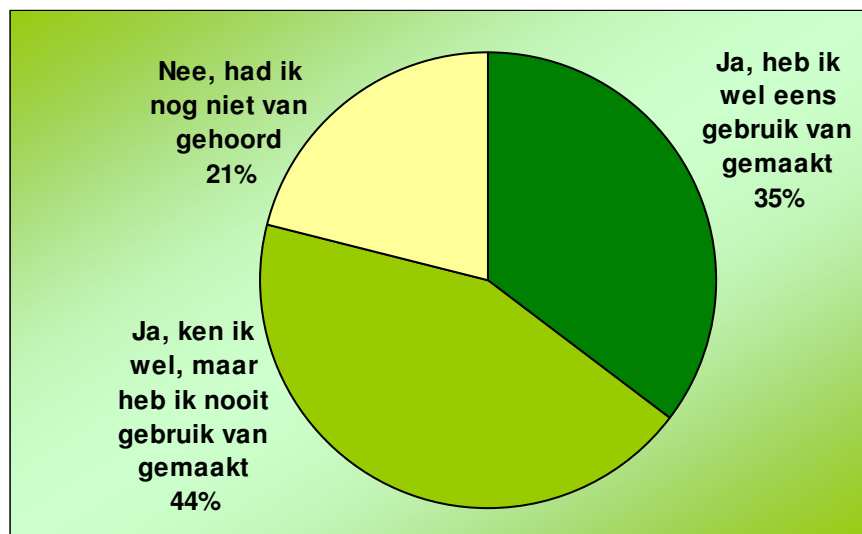
Figuur 7. Welke mogelijkheden van het digitale loket zijn u bekend? (meerdere antwoorden mogelijk)



Van de mogelijkheden van het digitale loket is het inplannen van een afspraak met de Stadswinkel de meest genoemde (80%). Opgemerkt wordt dat deze mogelijkheid ook krachtig is gestimuleerd in het kader van de introductie van ‘dienstverlening op afspraak’, waarbij men alleen nog op afspraak de Stadswinkel kan bezoeken voor een dienst of product.

Het opzoeken van informatie op de website wordt ook relatief vaak genoemd (72%). De overige mogelijkheden zijn aanzienlijk minder bekend.

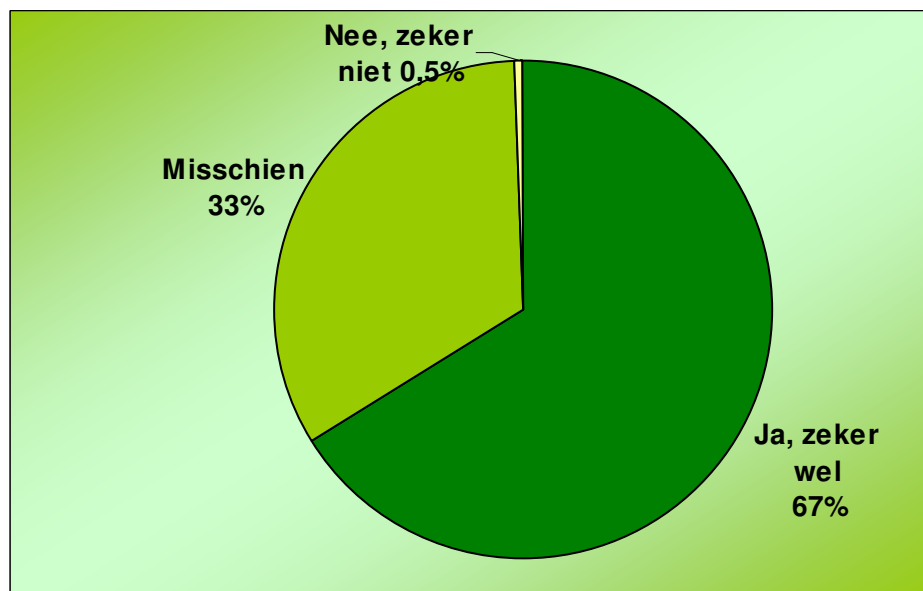
Figuur 8. Wist u, voor deze enquête, dat deze mogelijkheid bestaat?



Aan het Stadspanel zijn producten en diensten voorgelegd die inmiddels ook digitaal kunnen worden aangevraagd. Genoemd worden: een uittreksel uit de gemeentelijke administratie, vergunningen en aanvragen, een melding over de openbare ruimte, parkeerkaart en een verhuizing.

Bijna 80% was hier - al voor de enquête - van op de hoogte en 35% heeft er ook al gebruik van gemaakt.

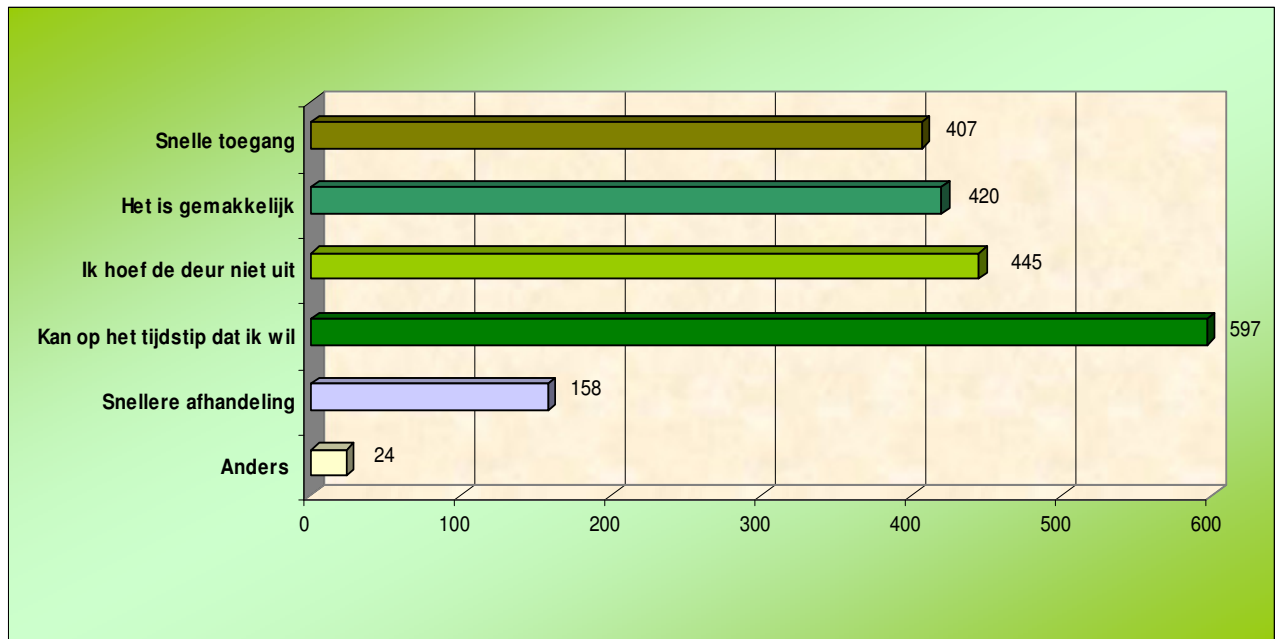
Figuur 9. Zou u, als u nu een product wilt aanvragen, gebruik maken van het digitale loket?



De leden van het Stadspanel hebben in meerderheid een positief beeld van het digitale loket: ruim tweederde zou bij het aanvragen van een product zeker gebruik maken van het digitale loket en 33% zou er misschien gebruik van maken.

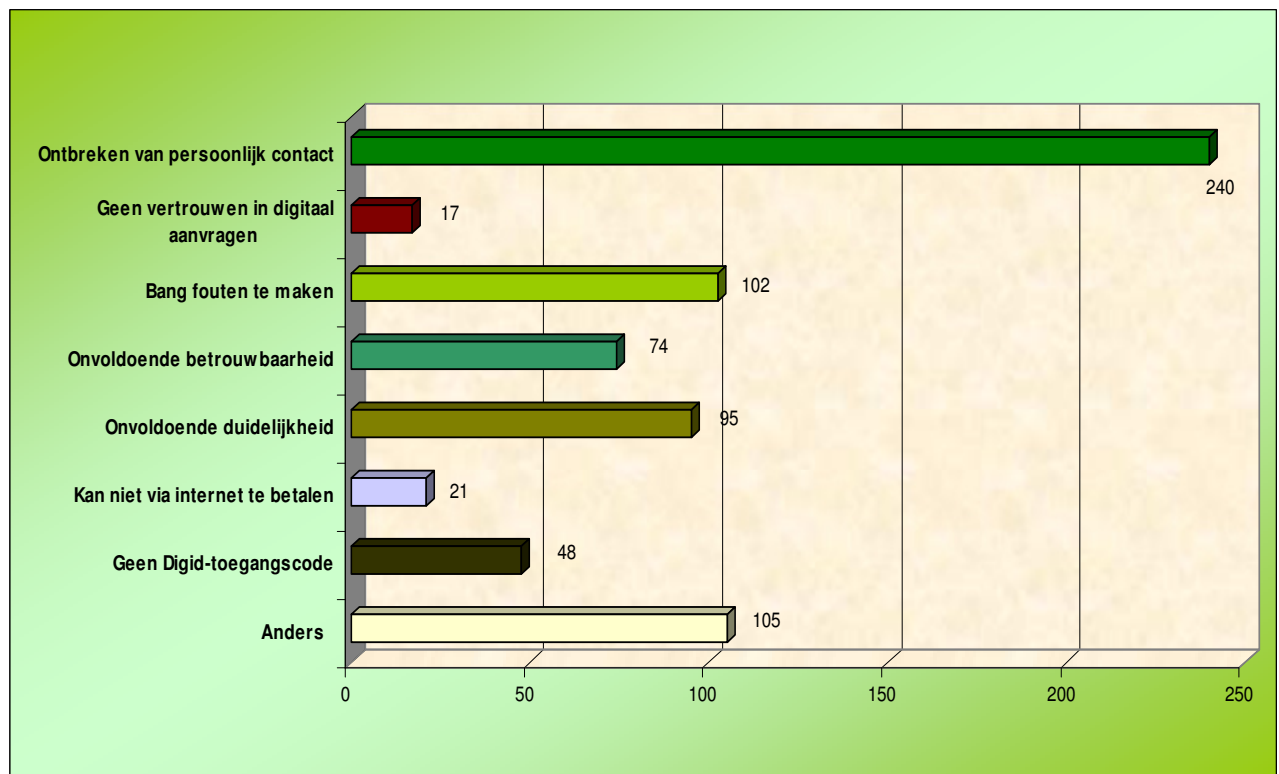
Gezien hun oriëntatie op de digitale wereld is het oordeel van het Stadspanel mogelijk wel positiever dan dat van de 'gemiddelde Helmonder'.

Figuur 10. Waarom zou u gebruik maken van de diensten van de gemeente via het digitale loket?
 (meerdere antwoorden mogelijk)



Het meest aantrekkelijke aspect van het digitale loket is de mogelijkheid er gebruik van te kunnen maken op ieder gewenst tijdstip. Op de tweede plaats komt het voordeel dat men er de deur niet voor uit hoeft te komen. Gebruiksgemak en snelle toegang worden ieder meer dan 400 keer genoemd.

Figuur 11. Waarom zou u geen gebruik maken van de diensten van de gemeente via het digitale loket? (meerdere antwoorden mogelijk)



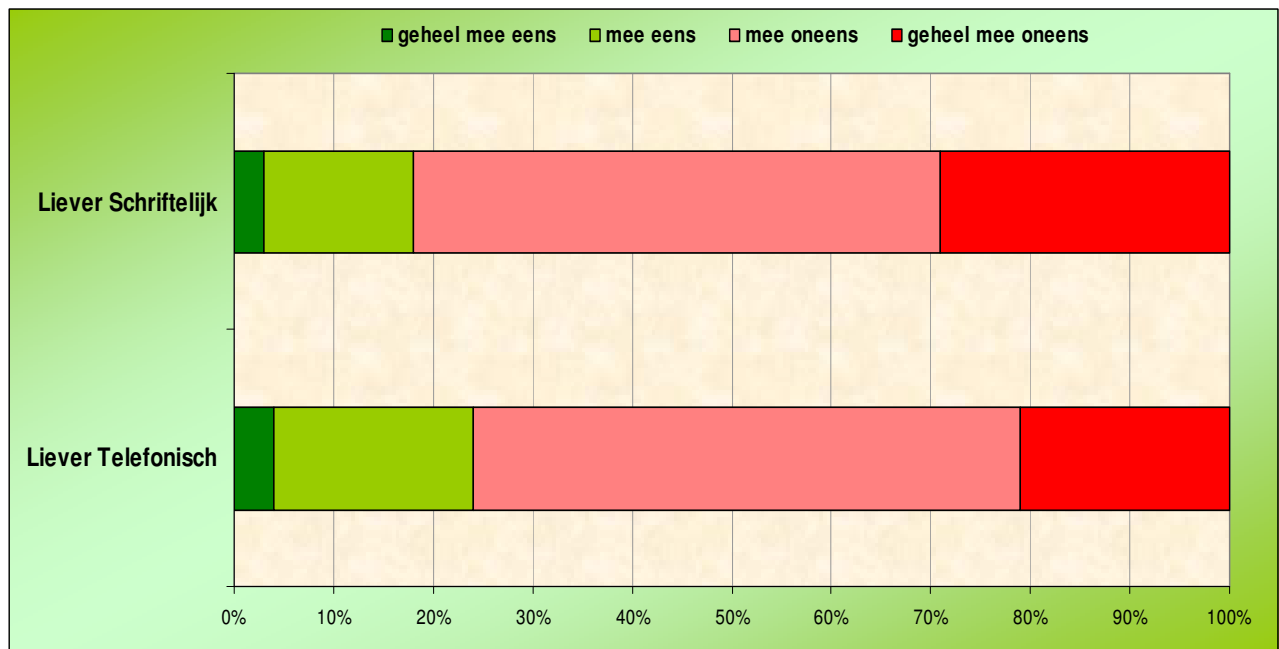
Deze vraag is bedoeld om te peilen welke aspecten voor de leden van het Stadspanel een mogelijke reden zouden kunnen zijn om toch geen gebruik te maken van het digitale loket.

Onder de bezwaren die genoemd worden springt met name het ontbreken van persoonlijk contact eruit. De behoefte aan verduidelijking en respons bij het aanvragen van een product speelt kennelijk nog altijd een rol van betekenis.

Bij de overige bezwaren is een cluster dat samenhangt met onzekerheid en onduidelijkheid en een cluster die te maken heeft met praktische zaken als het niet beschikken over een DigiD inlogcode of niet kunnen betalen via internet. De overige bezwaren hebben overwegend te maken met specifieke, persoonlijke omstandigheden.

Aan het Stadspanel zijn stellingen voorgelegd inzake telefonische en schriftelijke contacten met de gemeente. Gevraagd is in hoeverre men het eens is met de stelling dat deze vormen van contact een alternatief kunnen zijn voor het digitale loket.

Figuur 12. Ik wil liever via de telefoon of schriftelijk dan via het digitale loket gebruik maken van de diensten van de gemeente Helmond



Slechts een relatief klein deel van het panel spreekt een voorkeur uit voor telefonisch (25%) of schriftelijk (18%) contact met de gemeente, boven contact via internet. De overgrote meerderheid is echter negatief over deze traditionele alternatieven voor het digitale loket. De opvattingen over beide vormen van contact vertonen een hoge mate van overeenkomst; de groep die het schriftelijke contact afwijst (82%) is echter iets groter dan de groep die telefonisch contact afwijst (76%).

2.4. Opmerkingen en suggesties

Ter afronding van de enquête is gevraagd aan te geven wat de gemeente Helmond zou kunnen doen om de respondenten meer gebruik te laten maken van het digitale loket. Tevens is gevraagd of men nog opmerkingen of suggesties heeft over het digitale loket of ten aanzien van de campagne ‘Helmond heeft Antwoord’.

Meer gebruik maken van het digitale loket

Ruim 400 leden van het Stadspanel hebben een reactie gegeven op de vraag wat de gemeente zou kunnen doen om hen (meer) gebruik te laten maken van het digitale loket.

De suggesties om ‘niets extra’s te doen’ (29%) en ‘ik zou het niet weten’ (11%) beslaan samen 40% van deze reacties. Onder de groepen die wél met concrete ideeën komen wordt het ‘geven van meer bekendheid’ het meest genoemd (25%). Bij deze suggesties ligt het accent op het promoten van het digitale loket via alle beschikbare kanalen, zoals via de website zelf, via campagnes in de weekbladen en folders en via acties gericht op individuen.

De overige, kleinere antwoordcategorieën richten zich vooral op het vertonen van meer inlevingsvermogen bij de inrichting van het digitale loket: meer duidelijkheid geven, gebruiksvriendelijker maken, een meer responsieve opstelling kiezen (reageren op signalen van de burgers) en de betrouwbaarheid vergroten. Bijlage 3 geeft een opsomming van alle gemaakte opmerkingen.

Figuur 13. Wat zou de gemeente moeten doen om u (meer) gebruik te laten maken van haar diensten via het digitale loket?



Opmerkingen naar aanleiding van de enquête en de campagne ‘Helmond heeft Antwoord’

Aan de leden van het Stadspanel is gevraagd of zij, naar aanleiding van deze enquête, nog aanvullende opmerkingen hebben over het digitale loket of over de campagne ‘Helmond heeft antwoord’.

Bij de opmerkingen over het digitale loket springen twee groepen er uit: enerzijds suggesties om de ‘techniek’ en de opzet van de website te verbeteren en anderzijds ideeën om onzekere gebruikers te ‘coachen’ zodat deze gemakkelijker en met meer zelfvertrouwen producten kunnen aanvragen. Bezorgdheid over (oudere) mensen, die weinig of geen ervaring hebben met de digitale wereld, wordt ook relatief vaak genoemd.

De meeste opmerkingen over de campagne ‘Helmond heeft Antwoord’ hebben betrekking op de wijze van communiceren (anders, beter, duidelijker). Ook worden relatief veel kanttekeningen geplaatst bij de effectiviteit van de campagne (‘onzichtbaar’, ‘niets van mee gekregen’).

Deze opmerkingen zijn, gezien hun omvang en diversiteit, niet in het verslag opgenomen maar wel als relevante informatie doorgegeven aan de betrokken beleidsambtenaren.

3. Evaluatie

In dit hoofdstuk wordt besproken in hoeverre de doelstellingen van de campagne 'Helmond heeft Antwoord' zijn gehaald.

De doelstellingen luiden :

1. Inwoners van Helmond bekend maken met het nieuwe nummer 14 0492;
2. Het gebruik van het Digitale Loket vergroten: van 10% digitale aanvragen in 2008 naar 20% nu;
3. De bekendheid van de website vergroten met 10% ten opzichte van de nulmeting in 2008.

De gekozen doelstellingen zijn niet geheel geformuleerd volgens de regels van de zogenaamde SMART-doelstellingen. Een SMART-doelstelling – Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdgebonden – geeft aan welke resultaten op welk tijdstip moeten worden bereikt. De eerste en de derde doelstelling van de campagne hebben echter meer het karakter van globale intenties. Dit maakt het lastig om te toetsen of de behaalde resultaten aan de doelstellingen hebben voldaan.

Doelstelling	Stand van zaken in 2008	Stand van zaken in 2011
1. Inwoners (meer) bekend maken met het nieuwe nummer 14 0492	0% (telefoonnummer bestond nog niet in 2008)	38% (volgens Stadspanel)
2. Toename gebruik digitale loket van 10% naar 20%	17% van de aanvragen afgehandeld via het digitale loket	30% van de aanvragen afgehandeld via het digitale loket
3. Bekendheid website vergroten met 10%	68% à 77 % volgens bezoekers aan de Stadswinkel	Niet bekend (Niet gevraagd aan bezoekers en/of Stadspanel)

- Inzake de bekendheid met het nieuwe telefoonnummer is geen concrete, getalsmatige doelstelling geformuleerd. Voor zover bekend is er ook geen beginscore bepaald. Anno 2011 is 38% van het Stadspanel op de hoogte van het telefoonnummer. Aangezien het telefoonnummer in 2008 nog niet bestond, is de bekendheid in 2011 in elk geval groter dan in 2008.

De bekendheidsscore van 38% komt globaal overeen met de resultaten uit soortgelijke communicatiecampagnes. Zo behaalde de campagne 'Helmond goed op weg' in een peiling een score van 40%; de bekendheid van het Centrum voor Jeugd en Gezin resulteerde na 2 jaar in een score van 35%.

Opgemerkt wordt dat een communicatiedoel zoals de campagne 'Helmond heeft Antwoord' vooral bij het publiek blijft 'plakken' als deze informatie bevat die direct relevant is voor de betrokkenen. Bijvoorbeeld als iemand toch al van plan was om contact op te nemen met de gemeente. De frequentie waarmee een 'doorsnee' burger persoonlijk contact heeft met de gemeente is echter maar

eens in de 4 à 5 jaar. Gezien het feit dat dit onderzoek ongeveer 2,5 jaar na de introductie van het nummer 14 0492 is gehouden, moet men ten aanzien van het directe effect geen overdreven hoge verwachtingen koesteren.

- Het feitelijke gebruik van het digitale loket heeft de Stadswinkel op basis van zijn eigen administratie vastgesteld voor de peiljaren 2008 en 2011. Van alle aanvragen in 2008 en 2011 is respectievelijk 17% en 30% via het digitale loket afgehandeld. Deze doelstelling is dus ruimschoots gerealiseerd. De Stadswinkel ziet een duidelijke relatie met het 'werken op afspraak', dat in 2011 werd geïntroduceerd. Het digitaal inplannen van afspraken heeft kennelijk ook een impuls gegeven aan het aantal producten dat digitaal wordt afgenomen. In hoeverre de behaalde score kan worden toegeschreven aan de campagne 'Helmond heeft Antwoord' blijft echter de vraag.
- In 2008 is onder de bezoekers* van de Stadswinkel geïnformeerd of zij bekend waren met de website. De score bedroeg 68% onder degenen die voor een product kwamen dat ook digitaal beschikbaar was en 77% onder bezoekers die voor overige producten waren gekomen. Voor een correcte meting zou dezelfde vraag aan een vergelijkbare groep moeten worden voorgelegd. Dit gegeven is echter niet beschikbaar. Het Stadspanel is voor deze vraag geen geschikt klankbord aangezien van een Helmonds *internetpanel* immers verondersteld mag worden dat het op de hoogte is van het bestaan van de gemeentelijke website.

Hoewel het zeker in de lijn der verwachting ligt dat de bekendheid van de website (verder) is toegenomen onder het publiek, kan deze aanname dus niet met concrete cijfers worden gestaafd.

Overigens lijkt de vraag gewettigd of een thema als 'bekendheid van de gemeentelijke website' tegenwoordig nog wel een zinvolle doelstelling is, gezien de onstuitbare opmars van het internet als informatiebron. Een gerichte vraagstelling naar praktische, toepasbare kennis van het digitale loket zou meer bruikbare informatie opleveren.

* Onderzoek e-Dienstverlening, gemeente Helmond, 2008

Bijlage 1

Frequentietabellen

Vraag 1. Kent u de campagne 'Helmond heeft antwoord'?

	Aantal	%
Ja	180	25
Nee	549	75
Totaal	729	100

Vraag 2. Waar heeft u de campagne gezien?

<i>(meerdere antwoorden mogelijk)</i>	Aantal	%
Weekblad De Trompetter	100	34
Gemeente Helmond TV	21	7
Posters langs de weg	135	46
In de Stadswinkel	24	8
Op een vuilniswagen	12	4
Anders	2	1
Totaal	294	100

Vraag 4. Kent u het telefoonnummer 14 0492?

	Aantal	%
Ja	274	38
Nee	448	62
Totaal	722	100

Vraag 5. Heeft u zelf al eens gebeld naar 14 0492?

<i>(meerdere antwoorden mogelijk)</i>	Aantal	%
Ja, om een melding of klacht door te geven	48	14
Ja, om een afspraak met de balie van de Stadswinkel te maken	87	26
Ja, in verband met een Wmo-voorziening bij de Zorgpoort	20	6
Ja, in verband met een andere dienst van de gemeente	54	16
Nee, ik heb er nog geen gebruik van hoeven te maken	127	38
Totaal	336	100

Vraag 6. Kent u het digitale loket op www.helmond.nl van de gemeente Helmond?

	Aantal	%
Ja, wel eens bekeken	518	71
Ja, wel eens van gehoord	167	23
Nee, ken ik niet	39	6
Totaal	724	100

Vraag 7. Welke mogelijkheden van het digitale loket op www.helmond.nl zijn u bekend?

<i>(Meerdere antwoorden mogelijk)</i>	Aantal	%
Informatie opzoeken	483	28
Aanvraagformulieren afdrukken	253	14
Aanvragen digitaal (via internet) indienen	237	14
Afspraak met de Stadswinkel inplannen	534	30
Vraag stellen via het contactformulier op de website	145	8
Afhandeling van de aanvraag volgen	65	4
Geen enkele	28	2
Totaal	1745	100

Vraag 8. Wist u, voor deze enquête, dat deze mogelijkheid bestond?

	Aantal	%
Ja, ik heb er wel eens gebruik van gemaakt	251	35
Ja, ken ik wel, maar ik heb er nooit gebruik van gemaakt	312	44
Nee, had ik nog niet van gehoord	152	21
Totaal	715	100

Vraag 9. Zou u, als u nu een product wilt aanvragen, gebruik maken van het digitale loket?

	Aantal	%
Ja, zeker wel	472	66
Misschien	238	33
Nee, zeker niet	4	1
Totaal	714	100

Vraag 10. Waarom zou u gebruik maken van de diensten van de gemeente via het digitale loket?

<i>(meerdere antwoorden mogelijk)</i>	Aantal	%
Snelle toegang	407	20
Het is gemakkelijk	420	20
Ik hoef de deur niet uit	445	22
Kan op het tijdstip dat ik wil	597	29
Snellere afhandeling	158	8
Anders	24	1
Totaal	2051	100

Vraag 11. Waarom zou u geen gebruik maken van de diensten van de gemeente via het digitale loket?

<i>(meerdere antwoorden mogelijk)</i>	Aantal	%
Ontbreken van persoonlijk contact	240	34
Ik heb geen vertrouwen in deze wijze van aanvragen / bestellen van producten	17	2
Ik ben bang dat ik het fout doe of het foute product aanvraag	102	15
Onvoldoende betrouwbaarheid	74	11
Onvoldoende duidelijkheid	95	14
Ik heb geen mogelijkheid om via internet te betalen	21	3
Ik heb nog geen DigiD-toegangscade	48	7
anders	105	15
Totaal	703	100

Vraag 12. Ik wil liever via de telefoon dan via het digitale loket gebruik maken van de diensten van de gemeente Helmond?

	Aantal	%
Geheel mee eens	28	4
Mee eens	138	20
Mee oneens	387	55
Geheel mee oneens	146	21
Totaal	700	100

Vraag 13. Ik wil liever via de post / schriftelijk dan via het digitale loket gebruik maken van de diensten van de gemeente Helmond?

	Aantal	%
Geheel mee eens	16	2
Mee eens	106	15
Mee oneens	373	54
Geheel mee oneens	203	29
Totaal	698	100

Bijlage 2 Vragenlijst Campagne ‘Helmond heeft antwoord’

1. Kent u de campagne ‘Helmond heeft Antwoord’?

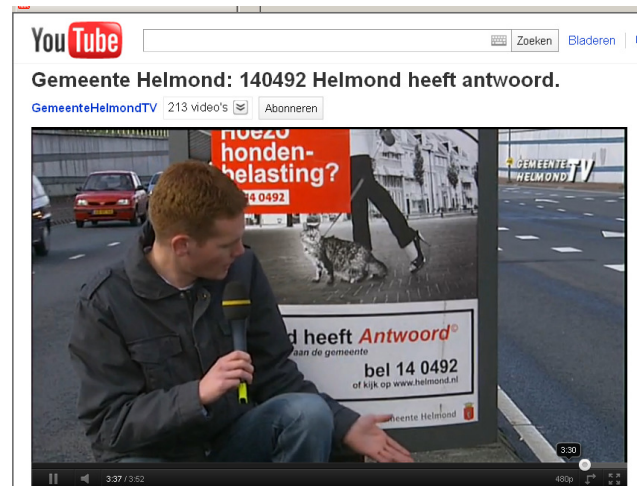
- Ja -> ga naar vraag 2
- Nee, nooit van gehoord -> ga naar vraag 4



Gemeente Helmond 



Gemeente Helmond 



2. Waar heeft u de campagne gezien?

U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- Weekblad De Trompetter
- Gemeente Helmond TV
- Posters langs de weg
- In de Stadswinkel
- Op een vuilniswagen
- Anders, namelijk...

3. Wat vindt u van de campagne?

Graag uw reactie invullen in het tekstblok.

Gemeente Helmond 
 Digital Locket

4. Kent u het telefoonnummer 14 0492?

- Ja -> ga naar vraag 5
- Nee, nooit van gehoord -> ga naar vraag 6

5. Heeft u zelf al eens gebeld naar 14 0492 ?

U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- Ja, om een melding of klacht door te geven
- Ja, om een afspraak met de balie van de Stadswinkel te maken
- Ja, in verband met een Wmo-voorziening bij de Zorgpoort
- Ja, in verband met een andere dienst van de gemeente
- Nee, ik heb er nog geen gebruik van hoeven maken

6. Kent u het digitale loket op www.helmond.nl van de gemeente Helmond?

- Ja, wel eens bekeken
- Ja, wel van gehoord, maar nooit bekeken
- Nee, ken ik niet

7. Welke mogelijkheden van het digitale loket op www.helmond.nl zijn u bekend?

U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- Informatie opzoeken
- Aanvraagformulieren afdrukken
- Aanvragen digitaal (via internet) indienen
- Afspraak met de Stadswinkel inplannen
- Vraag stellen via de het contactformulier op de website
- Afhandeling van de aanvraag volgen (via "Mijn Loket")
- Geen enkele

Een aantal producten, zoals een uittreksel uit de gemeentelijke administratie, vergunningen en aanvragen, een melding over de openbare ruimte, parkeerkaart en een verhuizing, kunt u via het digitale loket op www.helmond.nl aanvragen.

8. Wist u, voor deze enquête, dat deze mogelijkheid bestaat?

- Ja, heb ik wel eens gebruik van gemaakt
- Ja, ken ik wel, maar heb ik nooit gebruik van gemaakt
- Nee, had ik nog niet van gehoord

9. Zou u, als u nu een product wilt aanvragen, gebruik maken van het digitale loket?

- Ja, zeker wel
- Misschien
- Nee, zeker niet

10. Waarom zou u gebruik maken van de diensten van de gemeente via het digitale loket?

U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- Snelle toegang
- Het is gemakkelijk
- Ik hoef de deur niet uit
- Kan op het tijdstip dat ik wil
- Snellere afhandeling
- Anders, namelijk

11. Waarom zou u geen gebruik maken van de diensten van de gemeente via het digitale loket?

U kunt meerdere antwoorden aankruisen.

- Ontbreken van persoonlijk contact
- Ik heb geen vertrouwen in deze wijze van aanvragen/bestellen van producten
- Ik ben bang dat ik het fout doe of het foute product aanvraag
- Onvoldoende betrouwbaarheid
- Onvoldoende duidelijkheid
- Ik heb geen mogelijkheid om via internet te betalen
- Ik heb nog geen Digid-toegangscade
- Anders, namelijk

Er volgen nu een drietal stellingen. Kunt u aangeven of u hiermee eens of oneens bent.

12. Ik wil liever via de telefoon dan via het digitale loket gebruik maken van diensten van de gemeente Helmond

- Geheel mee eens
- Mee eens
- Mee oneens
- Geheel mee oneens

13. Ik wil liever via de post/schriftelijk dan via het digitale loket gebruik maken van diensten van de gemeente Helmond

- Geheel mee eens
- Mee eens
- Mee oneens
- Geheel mee oneens

14. Wat zou de gemeente Helmond moeten doen om U (meer) gebruik te laten maken van haar diensten via het digitale loket?

15. Heeft u naar aanleiding van deze enquête nog andere opmerkingen over de gemeentelijke dienstverlening via het digitale loket?

16. Heeft u naar aanleiding van deze enquête nog andere opmerkingen over de campagne 'Helmond heeft Antwoord'?

Bijlage 3

Suggesties om het gebruik van het digitale loket te stimuleren

Categorie 'Weet niet'

weet ik niet
weet ik niet
weet ik zo niet
weet ik zo niet. Ben er niet zo voor om zaken via internet te doen.
weet niet
weet zo niet
weet zo niet.
Zou het Momenteel niet weten
zou het niet 1,2,3 kunnen vertellen
zou ik zo niet weten
zou niet weten
Ik zal er gebruik van maken. Heel handig! De vraag is, hoe krijg je anderen zo ver.....
Ik zou het niet weten
ik zou het niet weten ,de zaken die ik via internet kan regelen ,doe ik al zo
ik zou het niet weten kan alles vinden en afhandelen
Ik zou het niet weten, ik vind het zo als het nu is perfect
Ik zou het niet weten.
ik weet zo snel geen oplossing, maar er zijn natuurlijk veel ouderen die niet met de computer werken !
ik kreeg een melding dat mijn paspoort verloopt, maar een mededeling over digitaal loket staat me niet bij
geen idee
Geen idee

Categorie 'Niets extra's doen'

? gelukkig heb ik niet zo vaak de diensten van de gemeente nodig; rijbewijs en paspoort; verder kan ik weinig bedenken
Als ik iets nodig heb ga ik naar het digitale loket.
als het nodig is
Ben er bekend mee
Daar waar ik het voor nodig heb, gebruik ik het. Da's toch voldoende?
doen wij al sinds enige tijd
Gaat allemaal goed zo!
geen
Geen idee ik ben tevreden
geen idee naar mijn mening is het prima
Geen idee, heb het te weinig nodig en weet er daarom nog te weinig van om daar een oordeel over te geven.
Geen idee, ik ben niet zo gemakkelijk over te halen, doe het liever op de manier die ikzélft het prettigst vind
Geen idee, ik gebruik het met enige regelmaat.
Geen idee, ik heb er nog geen gebruik van gemaakt, omdat het nog niet nodig was.
Geen idee, laat ik over aan professionals.
geen idee, zo vaak gebruik ik het digitale loket niet
geen idee: je hoeft niet zo vaak iets van de gemeente
Geen idee! Ben niet zo digi-minded
Geen ideeën.
geen input. Vindt dit goed gaan met de ervaring die ik heb
geen mening
geen mening, geen ervaring mee
Geen opmerkingen.

geen opties, is goed zo.
 geen suggesties op dit moment
 Geen want ik maak er al gebruik van.
 gemeente doet voldoende
 Helemaal niets want dat doe ik al
 het is erg onpersoonlijk, en dat zal moeilijk te veranderen zijn
 het probleem zit erin dat ik niet iedere dag/week/maand een produkt van helmond nodig heb.
 Het wordt voldoende kenbaar gemaakt
HOEVEN ZIJ NIET TE DOEN MAAK ER TOCH ZO MIN MOGELIJK GEBRUIK VAN.
 Ik denk dat het goed is zoals het nu gaat
 Ik heb de "gemeente" niet zo vaak nodig.
 ik heb eigenlijk zelden gemeente diensten nodig
 Ik heb het gewoon nog niet nodig gehad. De informatie moet 100% duidelijk zijn, geen twijfel wat je moet invullen e.d.
 Ik heb via deze weg nog te weinig contact gehad, en wil proberen dit vaker te doen
 Ik heb zelden een dienst nodig van de gemeente Helmond
 Ik maak altijd gebruik van digitale loket als ik in contact met gemeente moet komen, eea is soms niet helemaal duidelijk
 maar ik kom meestal wel uit.
 ik maak er al gebruik van ,maar ik denk dat de meeste mensen er niet bij stil staan dat dit bestaat.
 ik maak er reeds gebruik van
 Ik maak hier al heel veel gebruik van, dus wat mij betreft is de gemeente goed bezig. Wellicht is het mogelijk om nog
 meer handelingen via het digitale loket te laten verlopen?
 Ik vind het nu goed en duidelijk. Ben alleen bang dat het straks verplicht wordt.
 ik vind het prima zo
 Ik vind het prima zo.
 In mijn geval voldoende duidelijkheid
 Indien mogelijk wil ik wel gebruik maken van het digitale loket ,gezien het gemak .
 Is prima zo.
 Maak er al volledig gebruik van
 Maak ervan gebruik in voorkomend geval.
 maak hier al gebruik van
 niet nodig
 Niet nodig
 Niet nodig. Als ik wat wil van de gemeente ga ik naar de website, of ga naar het kantoor.
 Niet van toepassing
 niet van toepassing; ik maak er gebruik van
 niets
 Niets
 niets bijzonders
 Niets doe ik al. Misschien nog meer optimaliseren.
 niets er gaat niets boven persoonlijk contact.
 Niets extra's
 Niets het is goed zo. Laat de jeugd lekker via internet alles regelen, maar houd een paar loketten open voor alle ouderen.
 niets het is zo duidelijk genoeg.
 niets ik doe dat al
 Niets ik maak er al gebruik van
 Niets, als het kan maak ik er gebruik van
 niets, doe al dingen via het digitaal loket. Hooguit wat meer bekend maken bij de mensen middels persoonlijke mailing.
 niets, het is duidelijk en gebruiksvriendelijk
 niets, het is goed zo.
 Niets, ik ben gewoon van de oude stempel
 niets, ik gebruik het al
 niets, ik gebruik het al. In algemene zin zou de Gemeente meer info moeten verstrekken om de drempel van digitaal
 bestellen/afhandelen te verlagen. Mensen weten er vaak nog niet voldoende van om het te gebruiken.
 Niets, ik gebruik het loket al naar tevredenheid.
 Niets, ik heb de gemeente zelden nodig
 Niets, ik heb het nu ook al niet vaak nodig.

niets, ik heb nog niet echt dingen nodig gehad
 Niets, ik maak er (naar mijn mening) al optimaal gebruik van.
 Niets, indien nodig zal ik gebruik maken van het digitale loket
 niets, is al goed
 niets, is goed zo
 Niets, ligt puur bij mezelf.
 niets, maak reeds gebruik hiervan
 niets, uitvoerig informeren.
 Niets, voor mij is het goed zo
 Niets, wanneer ik iets nodig heb ga ik altijd eerst zoeken op internet
 Niets, want ik maak al in alle voorkomende gevallen gebruik van het digitale loket.
 Niets; het zit vooral in mezelf.
 Niets; ik zou gaarne de 3 mogelijkheden van contact maken met de gemeente in stand willen houden; Telefoon; digitaal loket en een fysiek loket. Afhankelijk van de situatie en omstandigheden kan dan een keuze gemaakt worden door de burger.
 Niets. Oorzaak ligt bij mij.
 Niets. Op het moment dat je het nodig hebt zal blijken dat het toegankelijk is
 niets. alles is helder.
 niets. Ik zou het altijd eerst proberen als ik iets nodig had. Het is gewoon nog niet voorgekomen dat ik de gemeente nodig had voor iets.
 Niets. M.i. zijn sommige zaken door de digitalisering slechter geworden, bijv. het moeten maken van afspraken in de stadswinkel.
 niets. zo doorgaan
 Niets....ik wil graag iemand persoonlijk spreken....
 niks
 Niks - ik vind het al prima!
 Niks dus, want ik gebruik het al.
 niks eigenlijk, gebruik het al indien nodig.
 Niks meer. Zodra ik de gemeente nodig heb kan ik digitaal terecht. Maar ik heb de gemeente niet zoveel nodig. ;-)
 niks, als ik een product nodig heb dan probeer ik het eerst via het digitale loket. Ik heb tot nu toe nog geen product nodig gehad, dat zal in de toekomst wel veranderen
 niks, ik kan er zelf eerder aan denken
 niks, maak al gebruik
 nog niet nodig gehad
 nu niets meer ik weet het nu
 Nvt, wordt al gebruikt.
 Onbekend
 op dit moment niets
 op één of andere manier heb ik de hele campagne gemist.... dus ik ben onvoldoende op de hoogte van de mogelijkheden. Ik weet niet of ik me bv zou kunnen abonneren op een digitale nieuwsbrief van de gemeente?
 vind het zo prima
 Voor mij is dat niet nodig. Weet hoe het werkt.
 Voor mij is het voldoende te weten dat het kan. Nu ik weet dat diverse zaken via internet afgehandeld kunnen worden, zal ik daar als het nodig wordt eerst op internet naar zoeken alvorens iets telefonisch proberen te regelen.
 voor mij niets

Categorie 'Meer bekendheid geven'

alle mogelijkheden nog eens vermelden in de trompetter
 Bekendheid vergroten
 bekendheid
 bekender maken
 bekendheid aan blijven geven, mn oudere mensen hebben er meer moeite mee, sowieso met digitaal
 bekendheid geven
 bekendheid geven via mail of media hoe er mee om te gaan.
 Bekendheid in week aan week bladen , of misschien toch per post? Als je eenmaal weet hoe het werkt is het een goed

manier van service verlening.
 Bij handeling aan het loket vertellen dat het ook mogelijk was geweest de betreffende handeling/aanvraag via het digitaal loket te doen.
 Bijzonderheden vermelden in de weekbladen.
 blijven promoten op allerlei manieren
 brief/email aan de bewoners van Helmond
 burger inlichten via media
 Burgers meer digitaal benaderen vanuit de gemeente
 Dat weet ik niet, waarschijnlijk meer bekendheid geven.
 Digitale nieuwsbrief sturen omdat wij een nee/nee sticker op de deur hebben.
 Dit mededelen aan de mensen die bij de Gemeente komen en reclame maken.
 doorgaan met digitale diensten
 doorgaan met publicatie
 Een brief/folder verspreiden huis aan huis. Of een mail sturen met info.
 een compacte folder in een geadresseerde enveloppe rondsturen aan alle Helmondse inwoners
 een soort van brochure maken over het gebruik van het digitale loket
 folder rondsturen
 Folders verspreiden media
 Foldertje laten bezorgen.
 Heeft nog even de tijd nodig dit te realiseren
 Het initiatief nemen om meer informatie te verstrekken over de werking en het gebruik van het digitale loket; dit als het ware beter verkopen
 Het meer moeten promoten
 Het nog meer onder de aandacht brengen
 Huis aan huis maar dan wel persoonlijk op naam
 Huis-aan-huis bekend maken in persoonlijke brief? Indien te duur: meer adverteren.
 iets meer aandacht geven van de mogelijkheden
 ik heb niet veel diensten op het moment nodig. waarschijnlijk meer kenbaar maken wat er allemaal kan op het digitale loket. En duidelijke gebruiksaanwijzingen zodat het voor iedereen te gebruiken is
 Ik hoef er niet zo vaak te zijn, op zich zou het wel makkelijk zijn als b.v. de trompetter gebruikt wordt om de diensten onder de aandacht te brengen en er misschien regelmatig een apart te vernoemen
 Ik wist het niet, dus vanaf nu zal ik vaker, als ik iets nodig heb, de site raadplegen. deze mogelijkheid zou, bij voorbeeld via email of een huis aan huisverspreiding beter kenbaar gemaakt kunnen worden.
 In een beknopt overzicht aangeven welke diensten er mogelijk zijn via het digitale loket bv in de trompetter (is wellicht al ooit hierin gepubliceerd).
 In het tv programma op zondag morgen hier tijd aan besteden. Mensen meer ruimte geven om er aan te wennen tijd is heel belangrijk.
 In huis aan huis blad voordelen noemen.
 Informatie brochure sturen die voor een leek te begrijpen is.
 inkopper: meer bekendheid aan geven, maar dit heeft tijd nodig. Blijven zorgen voor betrouwbare verwerkingen en eenvoudige website-info en invulvelden etc
 Intensivering van de voorlichting over het bestaan van deze belangrijke dienst!
 Je zou als gemeente een voorlichtingsbijeenkomst(en) met uitleg over het loket moeten geven. Met een presentatie kom je een heel eind. Er zijn nogal wat digibeten onder ouderen en die hebben er baat bij als ze niet altijd de deur uit moeten.
 mailen
 mailing over nieuws, wijzigingen, nieuwe mogelijkheden
 Meer "adverteren" in de lokale huis aan huis bladen. Promoten via Stad TV en radio, twitteraccount
 meer bekendheid
 Meer bekendheid
 meer bekendheid aan geven
 Meer bekendheid aan geven, bijv. via de infobladen in de Trompetter
 Meer bekendheid aan geven, via email/post
 meer bekendheid er aan geven
 Meer bekendheid geven
 Meer bekendheid geven aan de diensten van het dig. loket
 Meer bekendheid geven aan de mogelijkheden
 meer bekendheid geven en het voor ouderen nog makkelijker maken
 Meer bekendheid geven via allerlei streekbladen en vooral wijzen op voortdurende verbeteringen die het gevolg zijn van

de signalen die Helmond oppikt via sociale media. Dus luistert naar de burger.
 Meer bekendheid geven.
 Meer gerichte informatie verstrekken
 meer gerichte reclame maken
 Meer huis aan huis reclame en uitleg, vooral voor oudere mensen.
MEER INFO GEVEN
 meer informatie aan senioren, zoals ik, 65+; ik ben enigszins bekend met internet, door zelf proberen, maar onbekend maakt nog steeds onbemand!
 Meer informatie dienaangaande via de pers (ED, De Trompetter) en verspreiding van flyers; niet iedereen heeft een kranten abb.
 Meer informatie geven over de mogelijkheden
 meer informatie geven over de mogelijkheden van het digitale loket verder is de gebruikersvriendelijkheid van de website niet optimaal en is absoluut voor verbetering vatbaar.
 Meer informatie geven over de mogelijkheden, welke verschillende diensten open staan e.d.
 Meer informatie hierover geven
 meer informatie over specifieke zaken. humeur en arrogantie van sommige ambtenaren verbeteren, tenslotte worden door mij (ons) betaald, laten zij zich dienstbaar opstellen
 meer moeten promoten
 Meer promoten
 meer promoten (flyers, iets leuks uitdelen in de stad met flyer erbij van digitale loket) en dan hierbij de voordelen benoemen.
 meer promoten, de site wat vriendelijker maken, soms moet je wel erg lang zoeken voordat je vind wat je wilt. bijv. bij een evenementenvergunning
 Meer promotie via mailing of via andere media. Het digitale loket is nu nog relatief onbekend.
 meer publiciteit
 Meer reclame
 meer reclame maken
 Meer reclame, diensten aanbieden in bv bejaardentehuis ed
 Meer voorlichting in b.v. een speciaal over dit onderwerp gedrukte brochure
 mij informeren dat het bestaat
 Minder irritante reclame-uitingen gebruiken.
 misschien een folder huis aan huis bezorgen
 misschien info wat prominenter op www.Helmond.nl ?
 misschien meer reclame maken hiervoor?
 Misschien toch per post informatie sturen.
 Misschien toch wat meer bekendheid geven aan de diverse mogelijkheden middels Gemeente TV
 niet iedereen heeft een computer. die mensen gaan bellen. meer bekendheid aan geven
 Nog meer bekendheid aangeven. D.M.V een algemene mailing
 nog meer bekendheid eraan geven
 nog meer bekendheid geven aan de mogelijkheden
 nog meer bekendheid meer aan geven en er voor zorgen dat alles echt duidelijk in heldere antwoorden(gewoon simpel nederlands) aan gegeven wordt
 Nog meer bekendheid, zelf heb ik er al verschillende keren gebruik van gemaakt en juich het toe.
 Nog meer campagne doen maar goed veel oude mensen hebben geen internet en je kunt de mensen ook niet verplichten om alles alleen maar via internet te doen! Onmogelijk dus.
 Nog meer promoten
 Nog meer publiciteit maken
 Nog meer toegankelijk maken en meer bekendheid geven.
 Onder de aandacht brengen van wat er allemaal gedaan kan worden via het digitaal loket.
 per mail de mensen benaderen dat zij hiervan gebruik kunnen maken. Ik neem aan dat U aan de mail adressen kunt komen?
 publiciteit
 publiciteit blijven maken
 Regelmatig een nieuwsbrief sturen via email.
 Regelmatig in Trompetter publiceren welke diensten digitaal kunnen worden afgenomen. De Seniorweb leslokaties ondersteunen met goed materiaal, zodat de ouderen bekend gemaakt worden met de mogelijkheden.
 reclame documentatie laten rondgaan
 Schriftelijke voorlichting via Eindhovens Dagblad (voor mensen met NEE NEE sticker) en huis aan huisbladen

STAAT HET IN DE STADSGIDS?

Steeds weer in de wekelijkse informatiekraant blijven wijzen op de mogelijkheden van digitaal loket. structurele inprenting van deze mogelijkheid middels advertentie op gemeente-pagina TROMPETTER toch meer bekendheid geven door brochures via huis aan huis

Toch wat meer informatie. Misschien heb ik een en ander zelf gemist....!!

Uit mijn omgeving blijkt dat veel inwoners niet bekend zijn met de mogelijkheid, daarnaast blijft het probleem dat vooral ouderen niet beschikken over een internetaansluiting.

vaste advertentie in huis aan huis blad

Veel meer berichten via kranten etc en in de komende tijd via de brieven die de deur uitgaan ivm gemeentelijke belastingen

Verdere mogelijkheden uitbreiden

Vermelden op voorkant gemeentegids

Via e-mail een berichtje sturen voor wat er zoal beschikbaar is. (op de hoogte houden van wijzigingen/verbeteringen)

Via een folder per post de mogelijkheden aangeven

Via persoonlijke informatie de bewoners hiervan op de hoogte stellen.

voor betere bekendheid zorgen? waarschijnlijk nu via huis aan huis bladen gedaan die niet door iedereen gelezen worden? extra flyer buiten de normale reclame rommel om laten bezorgen of in winkel centra uit delen?

Voor mij is deze manier goed. Ik kan mij wel voorstellen dat een grote groep inwoners niet bekend is met het digitaal informatieverkeer

Voor de wat oudere bevolking erbij betrekken omdat deze groep of geen mogelijk heeft tot internet of niet graag met een computer werkt

Voorlichting via de trompetter handhaven eventueel met praktijkvoorbeelden

waarschijnlijk meer promoten

Wellicht iedere inwoner van Helmond (met name oudere mensen) voorlichten middels een uitlegformulier hoe het een en ander werkt via de website van de gemeente Helmond.

Categorie 'Meer duidelijkheid geven'

alle mogelijkheden duidelijk communiceren (wellicht in eenmalige folder, die bewaard wordt door inwoners)

Bepaalde diensten zijn niet altijd even goed te vinden via het digitale loket.

Beter laten opvallen in de Trompetter

Beter onder de aandacht brengen. Het is niet altijd duidelijk hoe het werkt.

Communiceren (met voorbeelden)

De keuze tijden om een afspraak te maken zijn vaak onduidelijk en onoverzichtelijk. Het is al eens voorgekomen dat via internet geen afspraak te maken was , maar wel via de telefoon. Andersom was ook het geval

De site overzichtelijker en duidelijker maken! Ik zou er als professional veel gebruik van maken maar ik vind de site (vooral het loket) niet makkelijk in gebruik. Laat staan dat mijn cliënten er mee om kunnen gaan.

Duidelijk maken dat het handig en snel is en uiteindelijk minder tijd kost.

duidelijk maken wat allemaal kan, bijvoorbeeld door een bijlage toe te voegen aan de OZB aanslag, die komt toch bij iedereen terecht

Duidelijke handleiding "stap voor stap" voor oudere mensen per post aan hen versturen.

duidelijke informatie verstrekken via de gemeente gids b.v. ook gericht op minder ervaren internet gebruikers.

Duidelijke site

Duidelijke voorlichting hierover.

Duidelijker aangeven via welke stappen wat kan worden bereikt. Beter trefwoordenzoekregister.

duidelijker maken, nu is het heel moeilijk zoeken naar bepaalde informatie

duidelijker uitleg en eenvoudiger en begrijpbaar geschreven

Gaat al goed nu, al kunnen de zoekmenu's wat duidelijker kunnen zijn

Goed informeren over de digitale producten en diensten

Goede uitleg en voorlichting.

haar producten helder formuleren

Het digitale loket duidelijk inrichten zodat diensten overzichtelijk zijn en makkelijk op te roepen zijn.

het is heel belangrijk dat alles duidelijk en eenduidig is. Omdat er geen persoonlijk contact is, heb je ook geen mogelijkheid om verduidelijking te vragen

Ik denk dat het voldoende duidelijk is wanneer het bij het inloggen op de gemeente goed wordt uitgelegd en een alternatief wordt geboden voor velen die niet in staat zijn zaken digitaal af te werken

laten zien waarvoor ik er naar toe kan en laten zien dat het snel toegankelijk is...

Me duidelijker uitleggen/ informeren waarvoor dit kan gebruiken.

meer duidelijke en begrijpelijke Nederlandse taal gebruiken .

Meer duidelijke informatie wat dat loket voor mogelijkheden biedt.

Meer duidelijkheid geven, vooral voor mensen die niet gewend zijn via de computer dingen te regelen.

meer duidelijkheid geven over de mogelijkheden en iets toegankelijker maken voor iedereen

meer duidelijkheid voor de oudere inwoners die niet vertrouwd zijn met internet

Mensen aan het loket laten zien hoe het anders kan. Twitteren?

meer duidelijkheid met formulieren & toelichting, sneller afhandelen

Mogelijkheid nog duidelijker promoten.

uitgebreide info met aanwijzingen stapsgewijs van de procedures en mogelijkheden

website verduidelijken om diensten snel te vinden

zoekfunctie verbeteren

Zorgen dat alles in duidelijke heldere taal en overzichtelijk geordend te vinden is

Zorgen dat de mogelijkheden beter bekend raken bij de mensen en dat het "hoe te gebruiken" duidelijk wordt !

Categorie 'Gebruiksvriendelijker maken'

'n makkelijker systeem c.q. aanvraagvorm digicode om in het gemeentelijk systeem te komen.

afpraak plannen vereenvoudigen. Verder weet ik het niet.

de site zou wat beknopter en daardoor duidelijker weergegeven kunnen worden.

De usability laat nog te wensen over; de diensten zijn niet gemakkelijk vindbaar, doordat website niet vanuit de klant is opgezet.

De vragen op de formulieren heel duidelijk en gemakkelijk stellen. Gewoon zo dat de consument het snapt.

Consumentvriendelijk!

DigiD vergemakkelijken

Een beter zoekfunctie inbouwen, zo heb ik onlangs met veel moeite kunnen achterhalen wat ik moest doen om mijn

parkeervergunning op te zeggen

gemakkelijker maken

gemakkelijker maken. iedereen is niet bekend met een computer.

Grotere knoppen op de site

Het eenvoudiger maken.

ik heb het nog nooit nodig gehad, maar indien nodig ga ik het zeker proberen. als het maar bedienings vriendelijk is informatie beter groeperen op de helmond.nl site, nu is het soms lastig navigeren om dingen te vinden die je wilt zoeken.

Inloggen zou beter en eenvoudiger moeten kunnen.

Modernere interface/ontwerp

Niet alle diensten zijn makkelijk te vinden. of helemaal niet

Nog meer digitaliseren; aanvraag reisdocument digitaal indienen, zodat je maar 1 keer naar de stadswinkel hoeft

producten / info vind ik niet altijd goed vindbaar. Graag zou ik wat gemakkelijker de info vinden

Simpeler maken,het is soms onduidelijk op welke link je moet zijn. heb pas geleden mijn hond afgemeld , was een hele toer voordat ik op de juiste pagina kwam

Site overzichtelijker indelen dmv categorieen en niet dmv van zoekopdrachten (hopen) tot de goede pagina te komen. Zoals vaker, slaat de Gemeente Helmond hierdoor weer volledig de plank mis.

soms is het nog wel eens zoeken via het digitale loket om de juiste dingen te vinden

Veel helderder en overzichtelijkere website bouwen

Veel meer begrijpelijke taal gebruiken.

Voor mij niets maar miss voor oudere mensen in verzorgingscentra goede voorlichting geven ipv in de krant die oudere mensen hebben liever persoonlijk contact kunnen vaak niet goed lezen

Voor mij niets, maar computerles geven aan vele simpele helliemonders.

Voor mij persoonlijk: geen probleem. In het algemeen denk ik wel dat er problemen kunnen zijn voor oudere personen die sowieso moeilijk overweg kunnen met de PC en het internet.

Voor sommige mensen een iets eenvoudiger site te maken zodat het minder moeite kost om dingen op te zoeken.

Wat de gemeente kan doen is de site zo gebruiksvriendelijk maken als mogelijk is

zorgen dat de site werkt vooral op punten van communicatie, logica en taalgebruik.

zorgen dat het zo makkelijk mogelijk is in gebruik voor digibeten

Categorie Responsiviteit vergroten

Als ik een melding doe via het loket ook een antwoord geven.

betrouwbaarder maken

Betrouwbaarheid verbeteren van de informatie. Contact opnemen als dit beloofd is. Reageren op een vraagstelling. Duidelijke begrijpbare taal gebruiken.

bij problemen of onduidelijkheden persoonlijk contact krijgen

de mensen vertrouwen geven dat jullie systeem nooit plat ligt enzo

e-mail ook daadwerkelijk beantwoorden

Er voor zorgen dat de beveiliging van prive gegevens optimaal gewaarborgd is. De laatste tijd is er te vaak negatieve publiciteit geweest over dit onderwerp bij diverse overheidsinstanties(bijv DigiD).

Gemeente doet genoeg, de enige reden waarom ik niet gebruik zou maken van het digitale loket is als ik de veiligheid niet vertrouw, zoals laatst toen naar buiten kwam dat overheid en gemeentes onbetrouwbaar waren digitaal.

Het ontbreken van persoonlijk contact is voor mij de belangrijkste reden. Daar valt helaas weinig aan te doen.

het zou makkelijk zijn wanneer er ook een optie tot het annuleren van de afspraak op de site zou kunnen worden opgenomen

in ieder geval zorgen dat de aanvragen opgepakt worden. onze eerste vergunningsaanvraag was niet gelezen, pas bij de tweede keer via het gewone loket ging het wel goed.

online help van een medewerker

Snelle service, snelle reacties en duidelijkheid.

Sneller antwoorden via internet/mail

Te antwoorden op vragen ook als ze het even moeten uitzoeken geef een tijd aan wanneer je weer antwoord krijgt.

Ga je die tijd niet halen geef dat dan door. Wees duidelijk

Zijn al goed bezig. Wellicht overwegen naam van behandelaar toe te voegen (voor eventueel vervolcontact)

Zorgen dat de afspraakservice werkt. 20 x proberen een afspraak te maken en dan moet ik de volgende ochtend nog bellen. En krijg je als afknapper het antwoord:"hoe kan dat nou". Inleven in de burger (=klant).

Categorie mee producten aanbieden

Alle producten online beschikbaar maken.

doorgeven als er een nieuwe dienst mogelijk is

Meer diensten aanbieden

Meer diensten aanbieden, nog niet alles kan via het digitale loket

Meer diensten hierop aanbieden

meer producten aanbieden

meer verschillende diensten aanbieden

Nog meer aanbod van mogelijkheden en duidelijk blijven

zoveel mogelijk diensten aanbieden en de website zo simpel mogelijk maken en zo snel mogelijk

Categorie 'Betrouwbaarheid bergroten'

Betrouwbaar en goed beveiligd internet systeem en Snelle correcte antwoorden (helaas heb ik een keer verkeerde informatie gekregen)

Betrouwbare digid.

De gemeente zelf kan misschien niet echt meer doen, maar is het wel veilig? Je hoort zoveel misbruik via het digitale systeem.

garanderen dat een en ander vertrouwelijk is en meer bekendheid geven aan de mogelijkheden (en onmogelijkheden met reden) van het digitale loket.

geen digid gebruiken.

het digitale verkeer naar behoren beveiligen

het nadeel is dat hoe goed je het ook beveilicht er altijd een kans is dat het gehackt word

het onbekende weg nemen vooral voor ouderen die wat meer stimuleren en leren dat t veilig is enz

Ik ben hier niet z,n voorstander van, je hoort steeds vaker dat anderen bij de gegevens kunnen.

Ik vertrouw het digitale loket niet

Ik wil helemaal niet, dat er nog meer anoniem geëlektroniseerd wordt!

Internet en overheid gaat niet samen. Zie de vele nieuwsberichten van de afgelopen tijd. De kans dat mijn gegevens op straat komen te liggen is veel te groot!!

veiliger aanbieden van DigiD

Veiligheid garanderen en duidelijke handleiding

zorgen dat alles betrouwbaar wordt, de laatste tijd hoor je vaak dat persoonlijke gegevens op straat komen te liggen.

Zorgen dat de internettoegang absoluut veilig is.

zorgen dat het 100% betrouwbaar is

zorgen dat het veilig is. niet inloggen met een wachtwoord dat je vervolgens met de post thuis krijgt, zodat iedere willekeurige postbezorger die kwaad wil je inloggegevens kan misbruiken

Zorgen voor optimale betrouwbaarheid (privacy van gegevens etc.)

Categorie 'Goedkoper maken'

Aantrekkelijker maken dan via stadswinkel.

aanvragen paspoort, rijbewijs e.d. alles om kosten gemeente apparaat zo gering mogelijk te maken.

De betreffende tarieven verlagen!

de digitale diensten goedkoper maken

een persoonlijke portal creëren waarop de gehele burger / gemeente relatie terug te vinden is. Ozb, milieu heffing, etc.

garanderen dat het geen banen gaat kosten od dat de WOZ omlaag gaat!!

goedkoop maken

Goedkopere prijzen. Een soort korting als je het via internet doet want je hebt minder personeel nodig

Het goedkoper maken van de producten

Het lijkt mij een goede zaak als producten en diensten aangevraagd via het digitale loket goedkoper worden. korting op producten

lagere prijzen bij gebruik van digitale loket

Mensen nog meer wijzen op de voordelen. Wellicht aanvragen digitaal korting geven (afhandeling is mi ook voor de gemeente goedkoper).

Categorie 'Overig'

als ik (geen) gebruik wil maken, kies ik daar zelf voor, schriftelijk of telefonisch contact moet ook mogelijk blijven.

Er is nog altijd een grote groep mensen die niet over internet beschikken. zoals ouderen, zeer laag geschoolden en allochtonen van middelbare leeftijd. Ook voor deze mensen moet de gemeentelijke overheid gemakkelijk bereikbaar blijven.

Het 14 0492 nummer voerd in gebruik vaal pakt hij het nummer niet. Vind ik niet vind het zeer klant ONVRIENDELIJK dat je alles op afspraak moet doen. Hier wort NIET rekening gehouden met de werkende mens alleen met het EGOÏSME VAN DE GEMEENTE HELMOND zelf!

Ik heb van anderen begrepen dat het moeilijk is op korte termijn een afspraak te maken. Dit is dus een achteruitgang t.o.v het verleden. Hier moet dus een oplossing voor komen.

Ouderen (zelf ben ik 58 jaar) zijn niet allemaal in staat de digitale afhandeling van zaken uit te voeren. Niet opgegroeid met computers/mobiele telefoons en veel zaken daaromtrent snap ik niet.

telefoonnummer werkt niet met alle providers

Toegang moeten verschaffen zonder digid

tot nu toe heb ik overal mindere ervaring met info vragen via internet. zelfs voor simpele trein informatie blijkt dit niet te kloppen. laat staan de overheid. bij menselijk contact kun je nog iemand in de ogen kijken, en op eventuele andere zaken ingaan

