



# Website Onderzoek RVIG.nl





# Inhoud

- Onderzoeksopzet
  - Doel en onderzoeksvragen
  - Onderzoeksopzet
  - Doelgroep & respondentenprofiel
- Samenvatting
- Resultaten
  - Informatiebronnen
  - Eerste indruk RvIG.nl
  - Gebruik RvIG.nl
  - Beoordeling structuur RvIG.nl
  - Algehele beoordeling RvIG.nl

# Onderzoeksopzet

- Doel en onderzoeksvragen
- Onderzoeksopzet
- Doelgroep & respondentenprofiel



## ACHTERGROND

De Rijksdienst voor Identiteitsgegevens (RvIG) is dé uitvoeringsorganisatie op het gebied van persoonsgegevens en reisdocumenten voor het Koninkrijk der Nederlanden. RvIG heeft sinds kort een nieuwe website online staan op [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl). Inhoudelijk verschilt deze website niet veel van de oude website van het Agentschap BPR. Ook deze nieuwe website gaat uit van een indeling in stelsels (BRP, Reisdocumenten, BSN en het Caribisch Gebied) in plaats van bijvoorbeeld onderwerpen of thema's.

Nu wil RvIG een onderzoek uitvoeren om te achterhalen of de huidige website [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl) voldoet aan de wensen van de professionals. De uitkomsten van dit onderzoek kunnen aanleiding zijn om verbeteringen door te voeren of zelfs te kiezen voor een geheel nieuwe indeling van de website.

## ONDERZOEKSVRAGEN

- Waar haalt men informatie vandaan op het gebied van persoonsgegevens en bevolkingsadministratie?
- Voor welke informatie gaat men naar [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl)?
- Vindt men de gezochte informatie op [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl)?
- Wat vindt men van [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl)?
- Wat zijn de wensen en verwachtingen t.a.v. [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl)?
- Zijn er verbeterpunten?
- Wat is de routing van de bezoekers op [www.rvig.nl](http://www.rvig.nl)?
- Waar gaat de voorkeur naar uit; naar de huidige indeling in stelsels of naar een nieuwe indeling in onderwerpen/thema's?

## UITNODIGING

Voor het onderzoek zijn bezoekers op twee manieren benaderd voor deelname:

1. 3532 abonnees van de RvIG-nieuwsbrief per mail benadert voor deelname aan het onderzoek. Van deze uitnodigingen zijn er 3358 succesvol verstuurd.
2. Deelname was mogelijk vanaf de website RvIG.nl, door een banner aan te klikken op de homepage of bij de tabs van de onderwerpen.

## VRAGENLIJST

Om tot de drie relevante doelgroepen te komen zijn een aantal screeningsvragen opgenomen. Indien men binnen één van de drie doelgroepen viel, startte de vragenlijst. De eerste vragen gingen over oriëntatie en informatiebehoeften. Vervolgens werden respondenten gevraagd de live website te bezoeken en gebruiken, zodat deze verder beoordeeld kon worden, waarna tot slot nog een paar profielvragen volgden.

## FASEN IN DE VRAGENLIJST

Screening/Introductie

Oriëntatiegedrag

Informatiebehoefte

Eerste indruk website

Structuur website

Verdere optimalisatie

Evaluatie website

Profilering

# Doelgroep & respondentprofiel

Onder de respondenten is 85% werkzaam bij gemeente, op afdeling burgerzaken of publiekszaken

Onderzoek RvIG.nl

## DOELGROEP

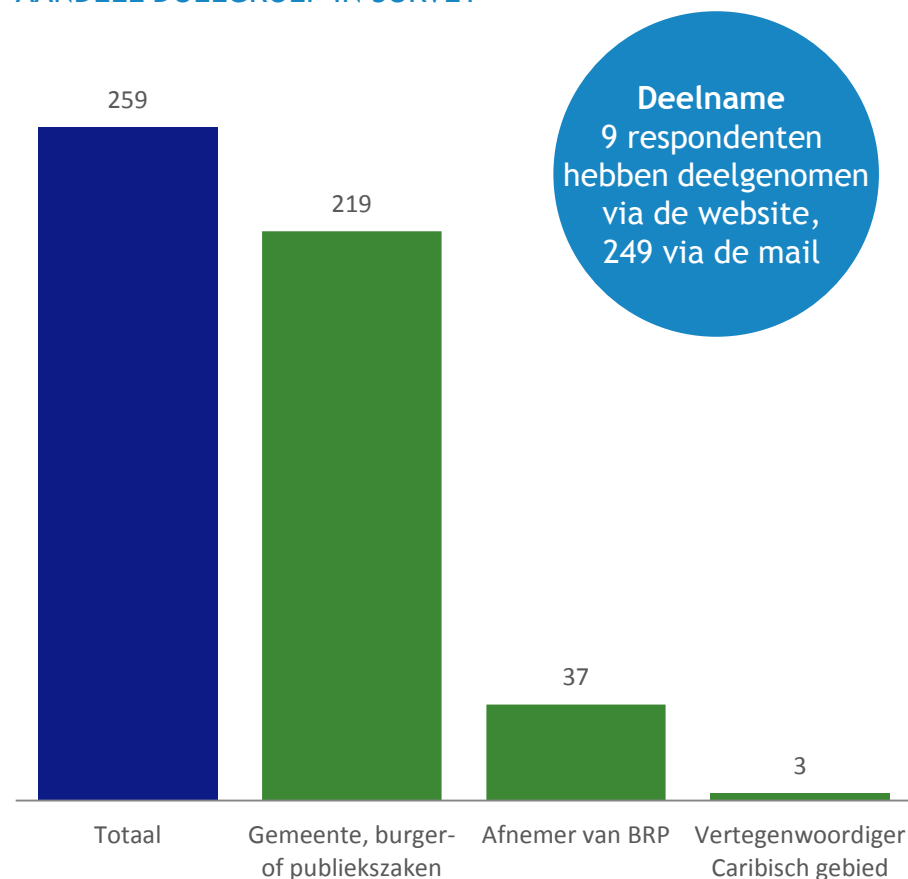
In dit onderzoek lag de focus op de volgende 3 groepen professionals die in hun werk te maken hebben met reisdocumenten en persoonsgegevens:

1. Gemeenten; afdeling burgerzaken/publiekszaken, baliemedewerkers
2. Afnemers zoals ziekenhuizen, politie, deurwaarders en verzekeraars
3. Vertegenwoordigers van het Caribisch Gebied

## PROFIEL RESPONDENTEN

- 47% man, 53% vrouw
- Vooral tussen 45 en 65 jaar oud (45-54 42%, 55-64 40%), 17% is jonger dan 45, gemiddelde leeftijd is 52 jaar.
- 98% woont in Nederland, 2% in Caribisch gebied
- 61% is hogerberoeps opgeleid, 32% middelbaar, 7% wetenschappelijk.

## AANDEEL DOELGROEP IN SURVEY





# Samenvatting



# Samenvatting (1/2)

## Informatiebronnen

RvIG.nl is voor 86% van de respondenten een bron voor informatie over reisdocumenten en persoonsgegevens, daarnaast worden de NVVB en Rijksoverheid.nl veel geraadpleegd. Collega's spelen een belangrijke rol in de bekendheid met deze bronnen. Een dergelijke bron moet vooral actueel, betrouwbaar en gebruiksvriendelijk zijn.

## Gebruik RvIG

RvIG.nl-gebruikers bezoeken de website voornamelijk 1 tot 3 keer per maand. Het zoeken van informatie is het belangrijkste doel, vooral informatie over HUP, BRP en reisdocumenten. Daarnaast is het downloaden van documenten en formulieren een veelgenoemd bezoekdoel. Wanneer het aankomt op BRP informatie is RvIG.nl vaak de belangrijkste bron i.v.t. andere bronnen (57%), het belang van RvIG.nl is veel minder het geval voor informatie over fraude (5%), storingen (6%) en BSN (3%).

Het zoeken van nieuws en controleren op storingen gaat het makkelijkste op de website, het zoeken naar informatie over BSN, BRP en fraude vindt men een stuk moeilijker. Vooral het zoeken naar informatie over BRP scoort opmerkelijk laag (55%), terwijl RvIG.nl vaak hiervoor wordt geraadpleegd en respondenten de website vaak als belangrijkste bron van informatie over BRP zien.

## Beoordeling RvIG.nl

De eerste indruk van RvIG.nl is positief: men vindt de website overzichtelijk en duidelijk overkomen. Op een enkeling komt de website wat overweldigend over; zij vinden dat er te veel informatie staat (op de homepage) en ze vinden de bewegende banner te druk.

Na gebruik en interactie met de website worden structuur, design en de kwaliteit van de content zeer positief beoordeeld, daarmee voldoet de website aan de belangrijkste vereisten. Maar de website scoort laag op volledigheid van content.



# Samenvatting (2/2)

## Beoordeling structuur RvIG.nl

Op beide taken waren de scores voor succes en gemak vrij hoog. Bij het zoeken naar BRP informatie werd de zoekmachine opmerkelijk vaak gebruikt (88%) in vergelijking met het zoeken naar informatie over reisdocumenten (47%). Dit geeft aan dat deze BRP informatie moeilijker te vinden is via de structuur op de website. Dit zien we ook terug in de scores per taak: in het zoeken naar de informatie over reisdocumenten was men vaak succesvol (89%) en dit vond men vaak makkelijk (88%), het zoeken naar informatie over BRP scoort hier significant lager op (73% succes, 67% -zeer- makkelijk), alhoewel dit dus geen slechte scores zijn. Dit bevestigt echter wel de lagere CES score die gebruikers gaven voor het zoeken van BRP informatie en dat hier verbeterpotentieel ligt.

De grootste reden voor het niet slagen in de opdracht is de zoekmachine, doordat trefwoorden niet werden herkend en /of zoekresultaten niet pasten bij de trefwoorden. Maar het feit dat zij de zoekmachine nodig hadden lijkt ook aan te geven dat de websitestructuur niet makkelijk genoeg deze BRP informatie ontsluit.

Wanneer er de keuze is tussen een menustructuur op onderwerp of alfabet, dan kiest merendeel voor een structuur op onderwerp. Dit omdat men daarmee verwacht sneller tot de gewenste informatie te komen en andere gerelateerde informatie getoond wordt waar men misschien ook gebruik van kan maken.

## Beoordeling pagina indeling

Op de pagina's Basisregistratie Personen en Fraudebestrijding waardeert men vooral relevante quick links naar andere artikelen en documenten, irrelevante links en plaatjes worden juist weer als storend ervaren. Qua content vindt men nieuws erg belangrijk en het onderwerp fraude spreekt erg aan. De social links vindt men nutteloos; zij zien zichzelf niet dergelijke artikelen delen op social media, zeker niet privé.

# Resultaten

- Informatiebronnen
- Eerste indruk RvIG.nl
- Gebruik RvIG.nl
- Beoordeling structuur RvIG.nl
- Algehele beoordeling RvIG.nl



# Informatiebronnen

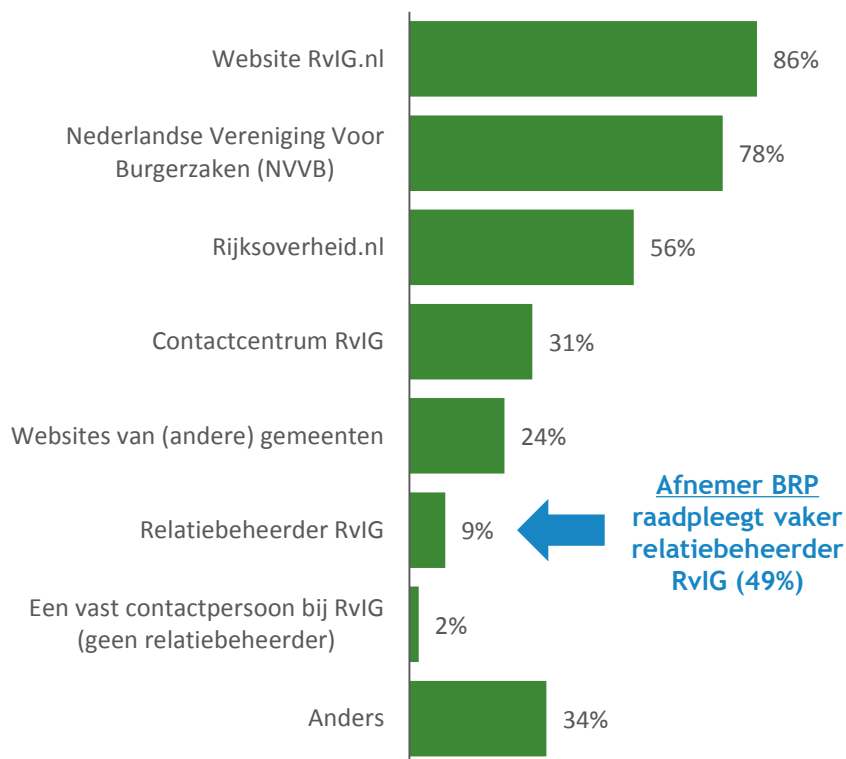
- Gebruik & bekendheid
- Waar aan te voldoen?

# Informatiebronnen: gebruik & bekendheid

86% van de respondenten gebruikt de website RvIG.nl om informatie over reisdocumenten en persoonsgegevens op te zoeken. Daarnaast worden andere bronnen (NVVB en Rijksoverheid.nl) genoemd, de overige bronnen van RvIG minder. Veel bekendheid ontstaat via collega's.

Onderzoek RvIG.nl

## Gebruikte bronnen



Genoemd als "Anders" (~90): Kennisbanken (~30), Handboek Amsterdam (~20), T&T (x8), Xpert Burgerzaken (x7), Reed Bussiness (x3), collega's (x3)

## Bekendheid met deze bronnen

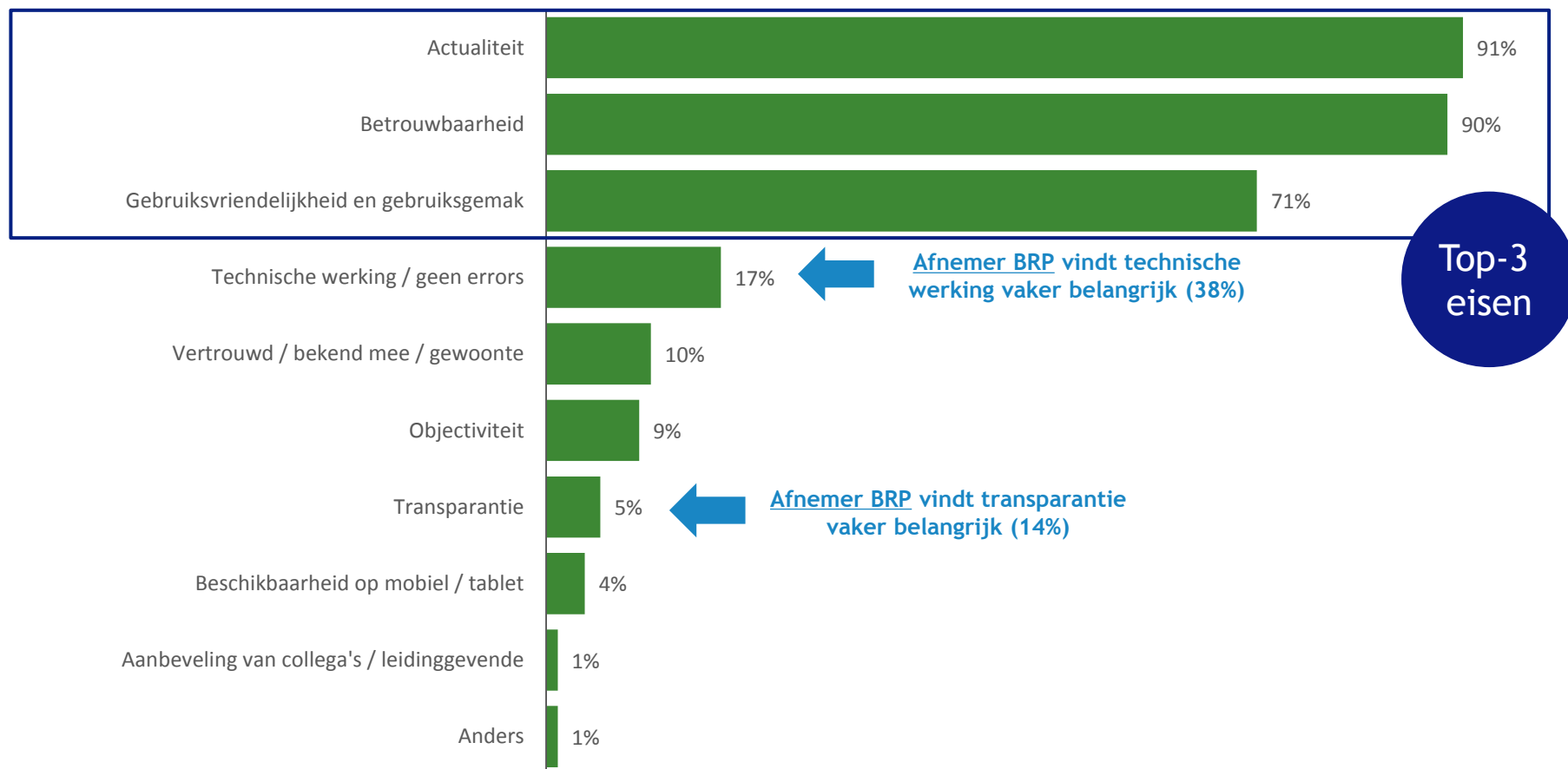


Genoemd als "Anders": Cursus / opleiding (x13), via mijn werk (x10), al jaren bekend mee (x9), via mails (x3), op eigen initiatief (x2), RvIG is een contact van mij (x2)

# Informatiebronnen: waar aan te voldoen?

Actualiteit en betrouwbaarheid zijn de belangrijkste vereisten aan een bron van informatie over persoonsgegevens en reisdocumenten. Gebruiksvriendelijk en gebruiksgemak wordt als sterke derde voorwaarde genoemd.

## Belangrijkste vereisten van een informatiebron



# Eerste indruk RvIG.nl

- Eerste indruk
- Evaluatie recente verandering RvIG.nl

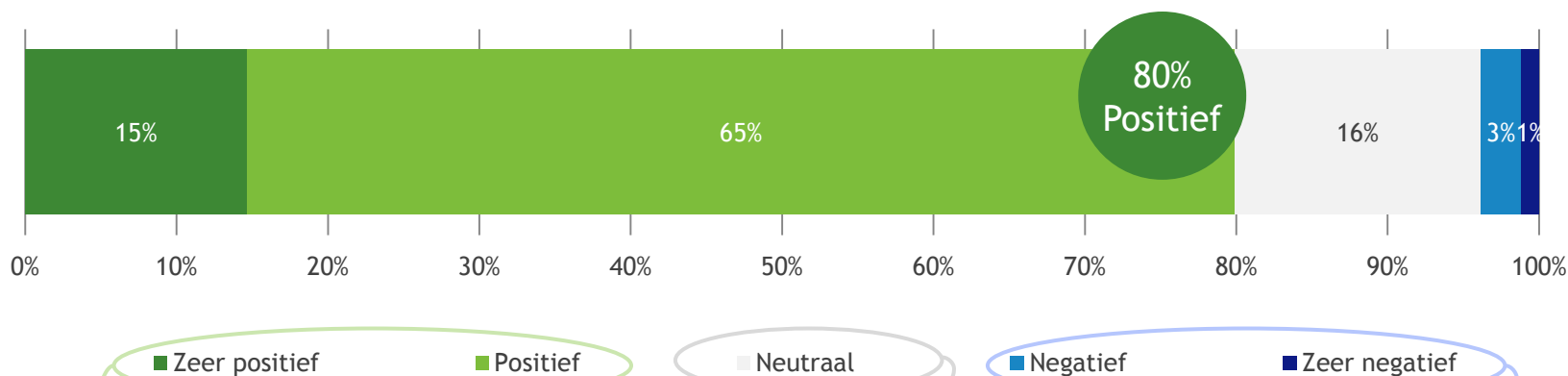


# Eerste indruk RvIG.nl

De eerste indruk van RvIG.nl is vooral positief.

Onderzoek RvIG.nl

Respondenten werden gevraagd de website te bekijken en daarna hun eerste indruk te geven.



## Meeste genoemde redenen positieve indruk (n=207)

- Overzichtelijk (~190) , bijv.: “Overzichtelijk, goede tabbladen.”
- Duidelijke website (~75) , bijv.: “Helder, duidelijk, rustig beeld met logische indeling van onderwerpen.”
- Makkelijk informatie zoeken (~55) , bijv.: “Makkelijk te vinden wat ik zoek.”
- Goede indeling (~50) , bijv.: “Informatie goed naar onderwerp gegroepeerd.”
- Goede indruk (~50) , bijv.: “Ziet er modern uit, laatste nieuws meteen in beeld.”

## Meest genoemde redenen neutrale indruk (n=42)

- Te druk (~15) , bijv.: “De site oogt zeer druk waardoor de aandacht naar niet relevante informatie wordt getrokken.”
- Te veel informatie (~10) , bijv.: “Heel veel informatie tegelijkertijd. Niet echt overzichtelijk.”
- Ik kan niet de gewenste informatie vinden (~10) , bijv.: “Ik kon niet snel de autorisatiebesluiten vinden.”

## Meest genoemde redenen negatieve indruk (n=9)

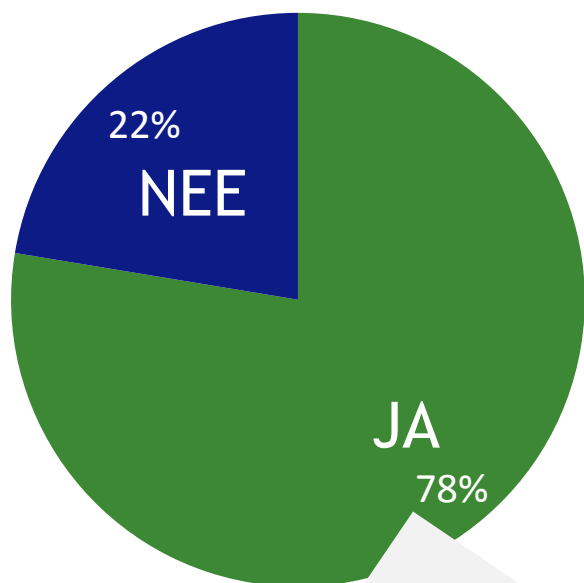
- Druk / rommelig (x4) , bijv.: “Veel te druk, te veel onderwerpen zichtbaar.” “Teveel informatie en de bovenzijde kun je niet zien omdat er een vraag is speel diashow af, waar ik geen interesse in heb.”
- Kan gewenste info niet vinden (x3), bijv.: “Onoverzichtelijk, het is zoeken naar informatie.”

# Eerste indruk RvIG.nl

De verandering aan de structuur van RvIG.nl is opgevallend bij bezoekers en wordt vaak gezien als een verbetering.

Onderzoek RvIG.nl

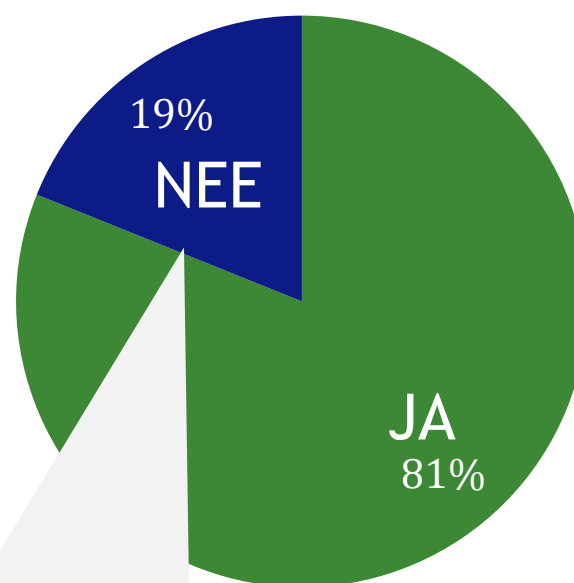
Is het opgevallend dat RvIG.nl veranderd is?



**Wat is er volgens u veranderd? (n=201)**

- Layout (~60)
- Indeling / structuur (~50)
- Overzichtelijkheid (~30)
- De logo / de naam (~20)
- De homepage (~15)
- Duidelijker (~15)
- Lettertype (~15)

Is de verandering een verbetering?



**Waarom is het geen verbetering? (n=38)**

- Moeite met vinden informatie (~20)
- De layout is druk / onoverzichtelijk (x7)
- Vorige was beter / dit is geen verbetering (x4)
- Ik moet nog even wennen (x3)
- Zoekmachine werkt (nog steeds) niet fijn (x2)
- Mijn snelkoppelingen werken niet meer (x2)

# Gebruik RvIG.nl

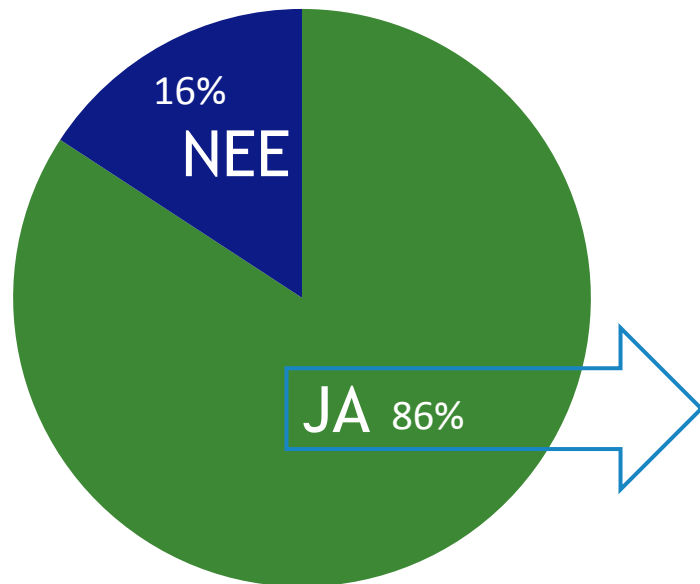
- Bezoekfrequentie
- Redenen voor bezoek
- Ervaren gemak van eerdere bezoeken
- Evaluatie RvIG informatieaanbod

# Bezoekfrequentie RvIG.nl

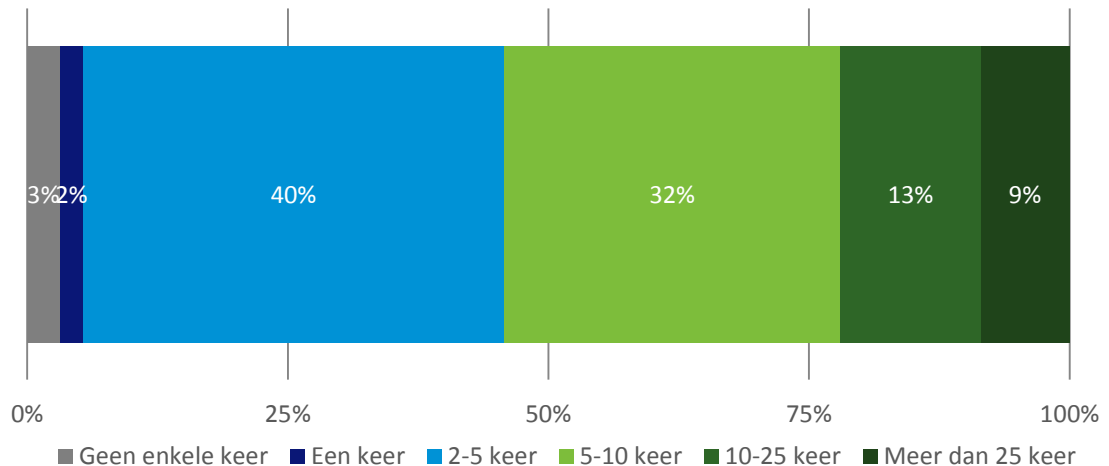
Indien men RvIG.nl gebruikt, bezoekt 40% de website ongeveer maandelijks.  
9% gebruikt de website zeer intensief: meer dan 25 keer per maand.

Onderzoek RvIG.nl

## Gebruik van RvIG.nl als informatiebron



## Frequentie van bezoek aan RvIG.nl (afgelopen 3 maanden)



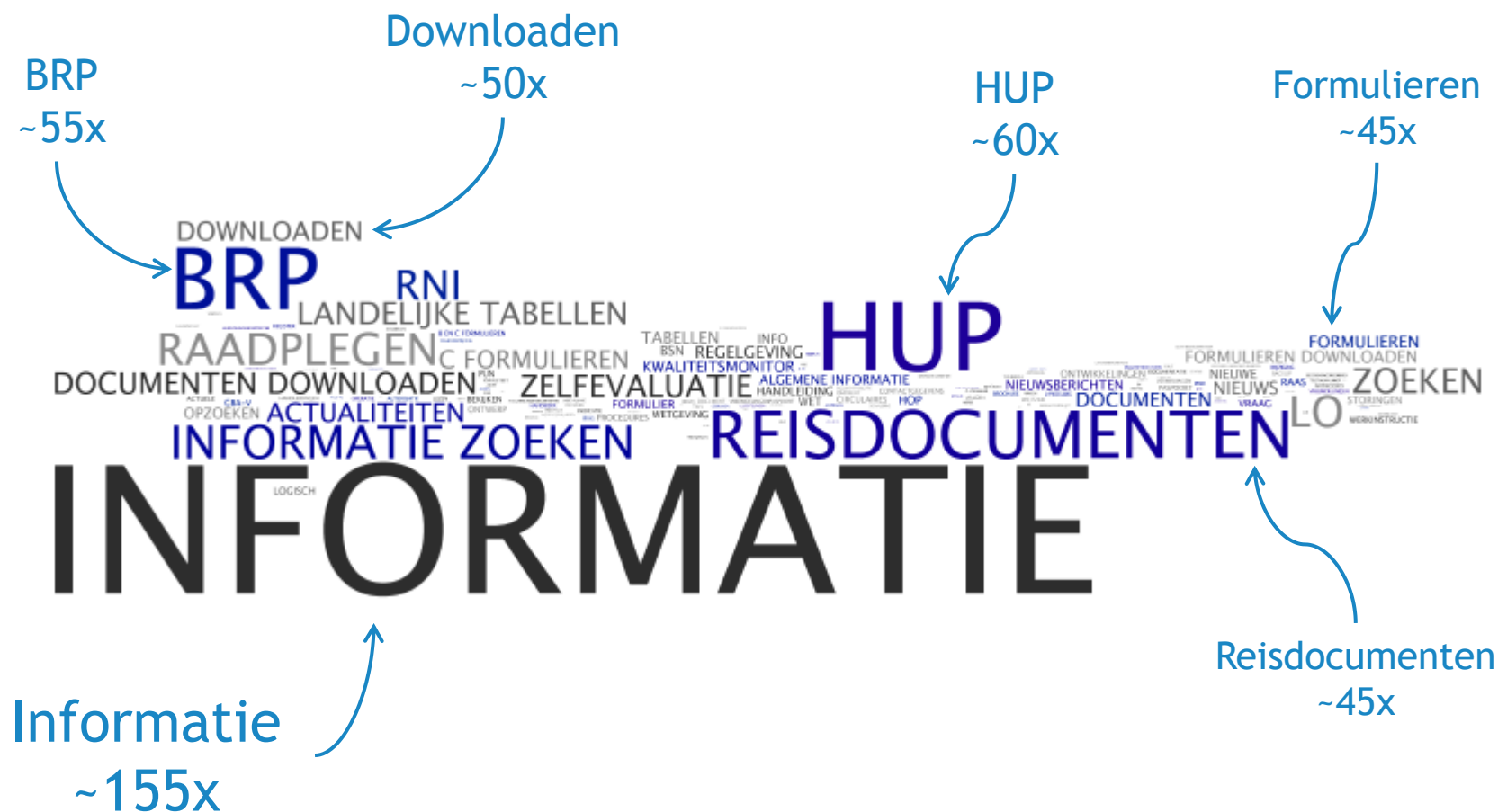
Incidenteel bezoek 42%

Frequent bezoek 43%

Afnemer BRP is vaker incidenteel bezoeker (58%)

Onderzoek RvIG.nl

HUP, BRP en reisdocumenten zijn de meest genoemde onderwerpen.



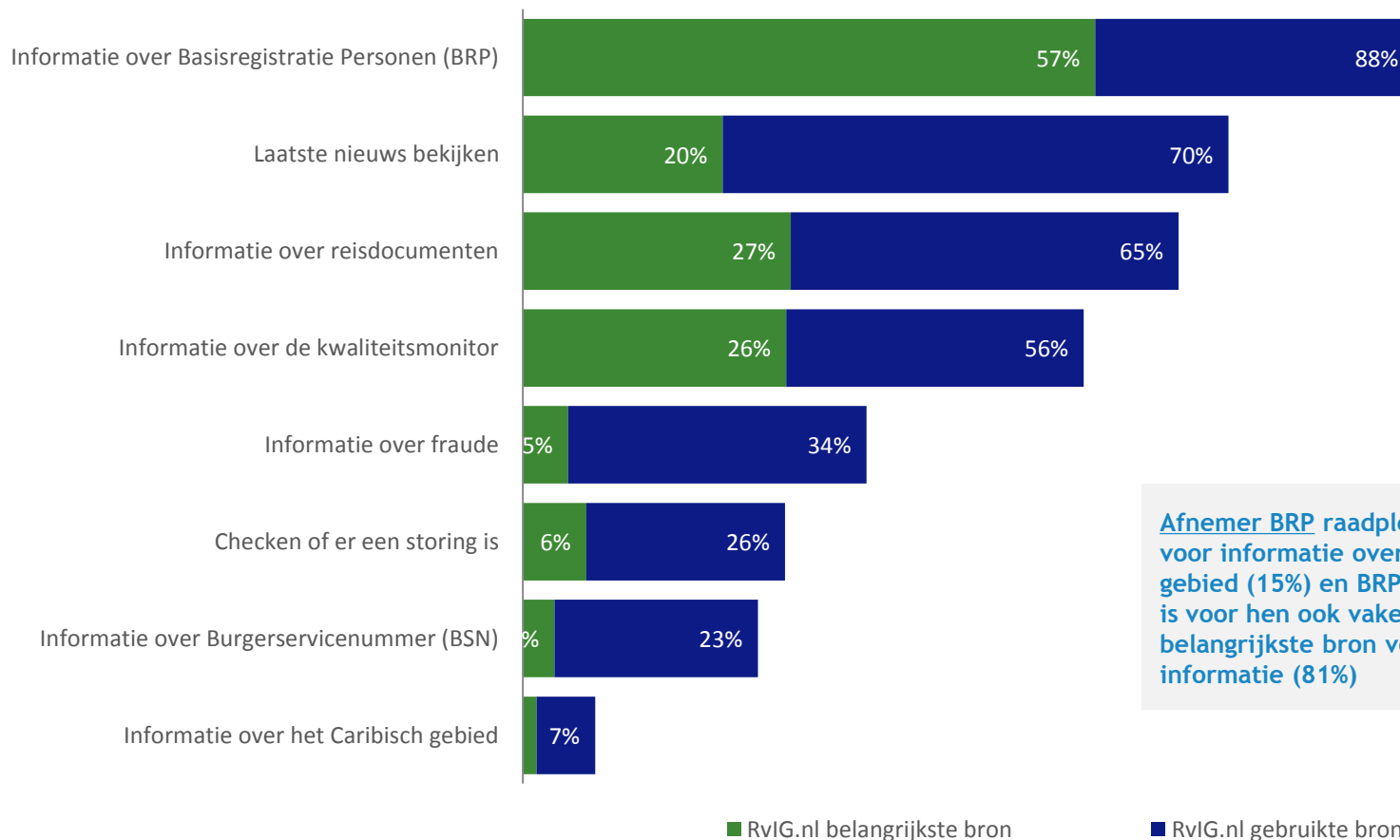
19

# Informatie gezocht op RvIG.nl

RvIG.nl wordt veel gebruikt als bron voor BRP en is daar ook de belangrijkste bron voor.

Onderzoek RvIG.nl

## Belang van RvIG.nl als bron voor informatie



Afnemer BRP raadpleegt RvIG vaker voor informatie over het Caribisch gebied (15%) en BRP (100%) en RvIG is voor hen ook vaker de belangrijkste bron voor BRP informatie (81%)

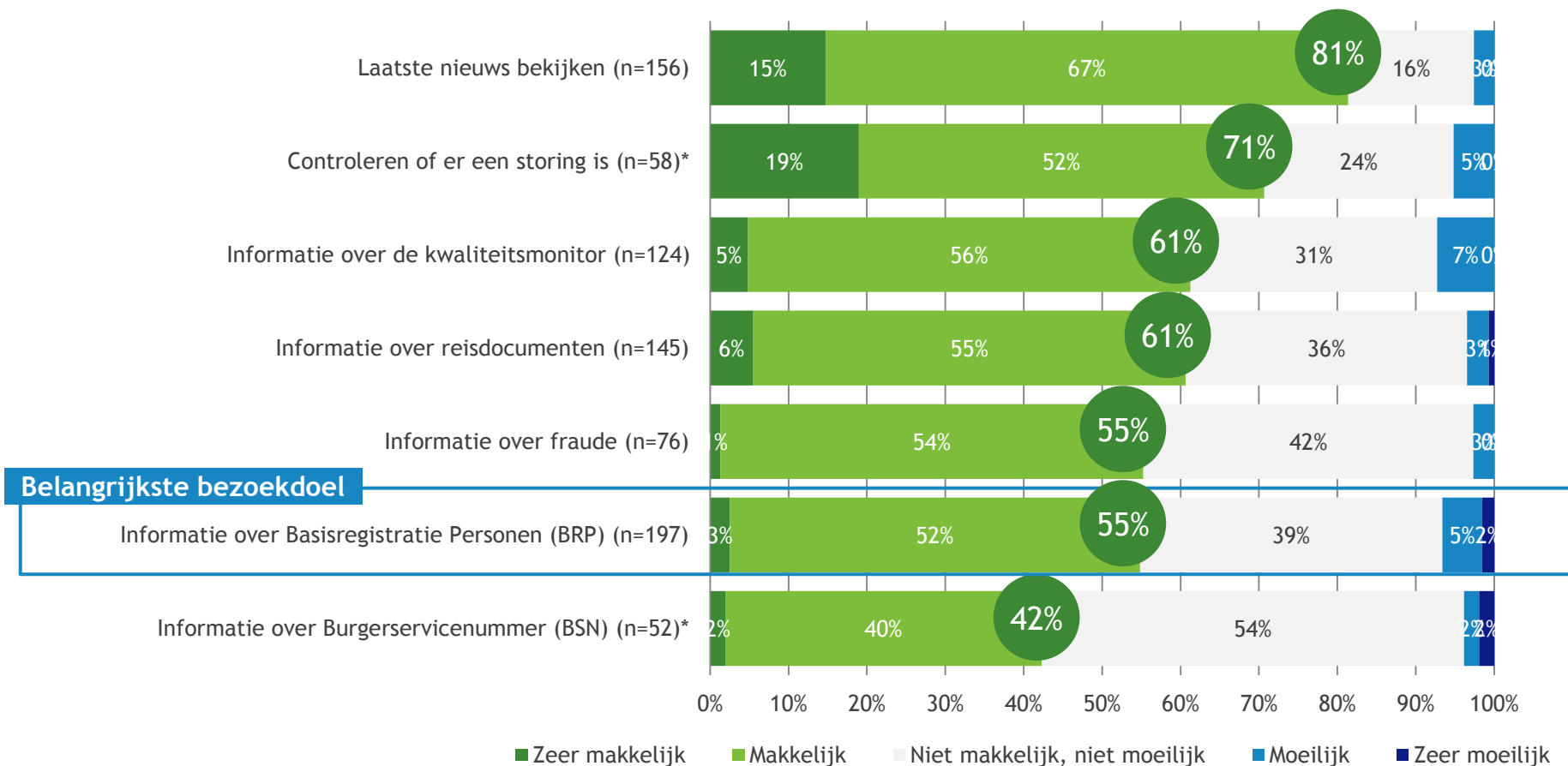


# Gemak van vinden soorten informatie

Het bekijken van het laatste nieuws gaat relatief makkelijk, evenals storing checken of informatie over de kwaliteitsmonitor of reisdocumenten zoeken.

Onderzoek RvIG.nl

Informatie over fraude, BRP of BSN zoeken ervaart men als relatief moeilijk.



Q: U gaf net aan dat u RvIG.nl bezoekt om onderstaande redenen. Hoe makkelijk of moeilijk vindt u het om de door u gezochte informatie te vinden op RvIG.nl?

Basis: Alle respondenten die RvIG.nl gebruiken om deze informatie te zoeken

\* Indicatieve resultaten doordat n<60

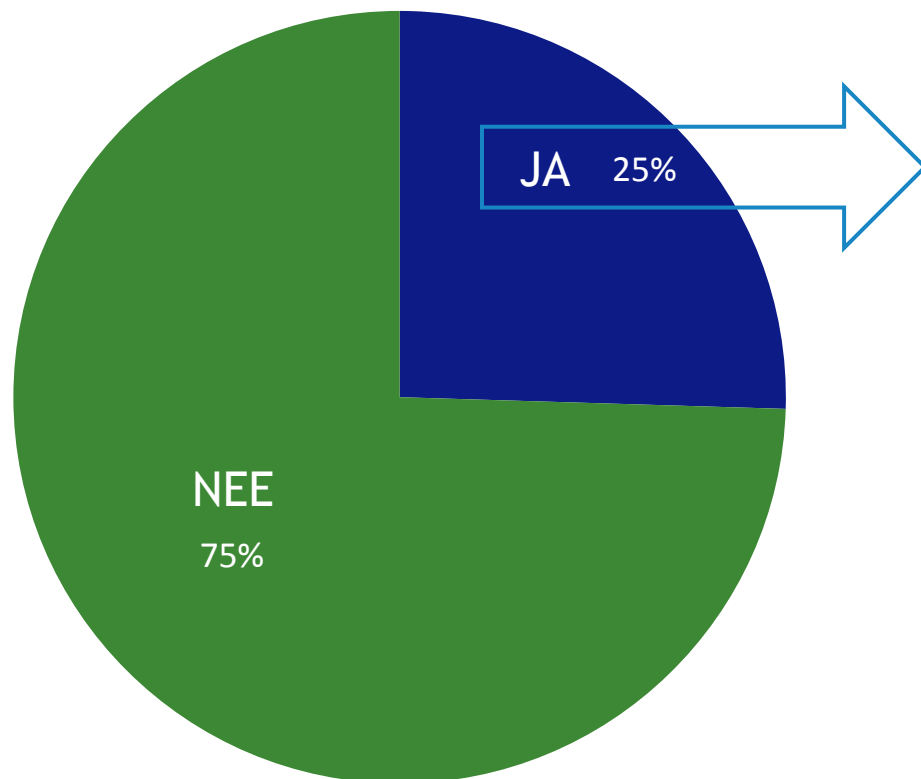
XX% = top-2 score % (zeer) makkelijk

# Evaluatie RvIG informatie aanbod

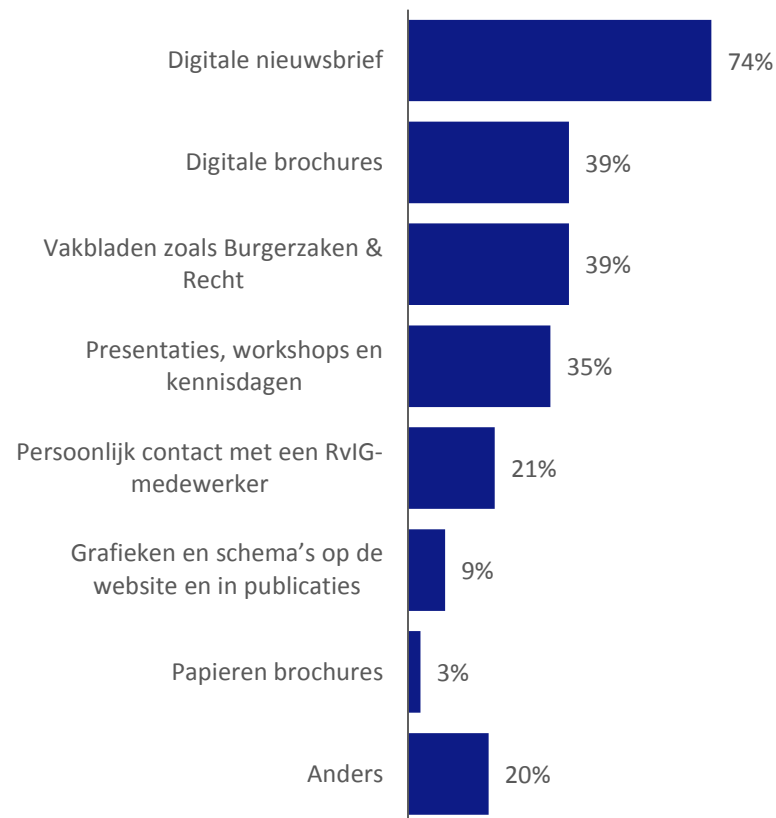
Een kwart geeft aan dat RvIG naast de website op andere manieren zou moeten informeren. Een digitale nieuwsbrief, digitale brochures en vakbladen worden door hen het meest genoemd. Er is vrijwel geen interesse in papieren brochures, en grafieken en schema's.

Onderzoek RvIG.nl

Moet RvIG andere vormen van informatiebronnen aanbieden?



Informatiebronnen die RvIG aan zou moeten bieden (n=66)



# Beoordeling structuur RvIG.nl

- Performance a.d.h.v. taken
- Voorkeur suggesties navigatie RvIG.nl

Om de structuur van RvIG.nl te beoordelen kregen respondenten 2 taken in random volgorde die zij uit moesten voeren op de website RvIG.nl. Deze taken zijn door RvIG.nl gekozen en zijn niet te simpel, maar wel belangrijke taken op de website.

## Taak 1: Echtheidskenmerken van paspoortmodel 2014

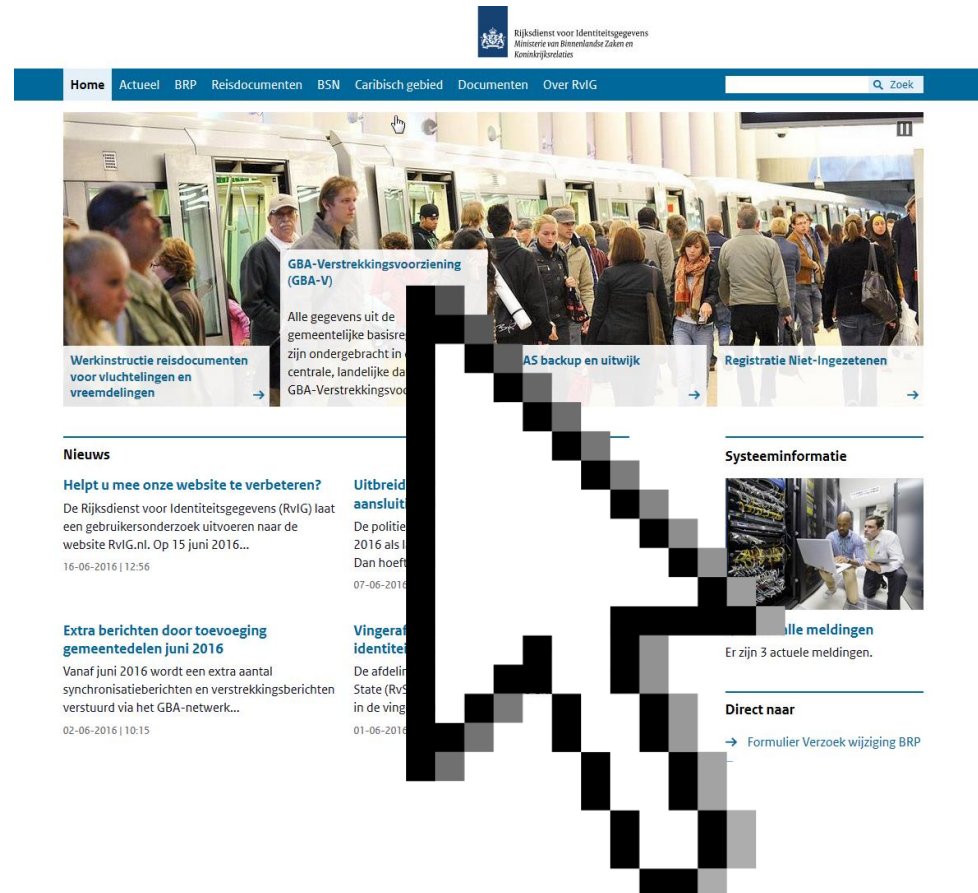
Stel u voor dat u op zoek bent naar een antwoord op de onderstaande vraag:

“Wat zijn de (echtheids)kenmerken van het paspoort model 2014?”

## Taak 2: Wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer

Stel u voor dat u op zoek bent naar een antwoord op de onderstaande vraag:

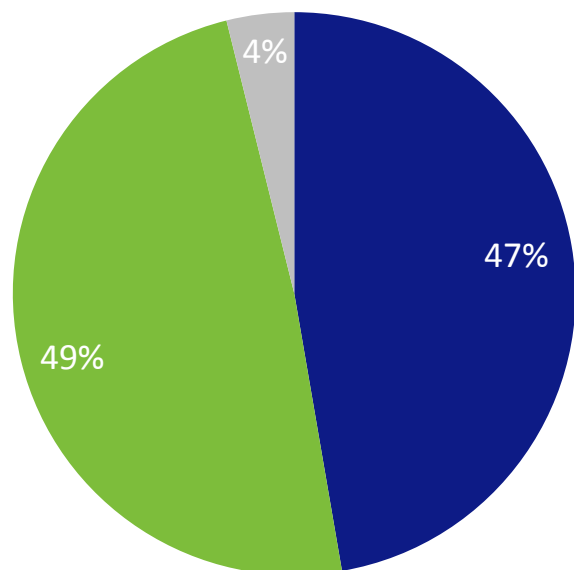
“Wat houdt het wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer in?”



# Taken op website: manier van zoeken

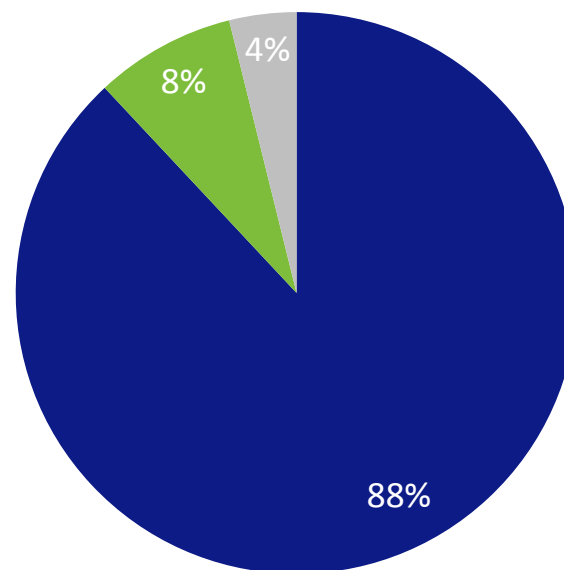
Voor taak 1 gebruikt men even vaak het menu als de zoekmachine, maar voor taak 2 gebruikt bijna iedereen de zoekmachine. Dit geeft aan dat men taak 2 minder makkelijk intuïtief via het hoofdmenu kan vinden.

## Taak 1: Echtheidskenmerken van paspoortmodel 2014



■ Via de zoekmachine ■ Via het menu ■ Anders

## Taak 2: Wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer



■ Via de zoekmachine ■ Via het menu ■ Anders

Bezoekers met geen/weinig ervaring met RvIG.nl maakte bij taak 1 significant vaker gebruik van de zoekmachine (60%) vergeleken met de incidentele (51%) en frequente (40%) bezoekers.

# Taak 1: succes en gemak

Veel respondenten slagen in het zoeken naar echtheidskenmerken van paspoortmodel 2014; het wordt vaak makkelijk gevonden. Ook wanneer men geen ervaring heeft met het zoeken naar deze informatie zijn scores hoog, alhoewel significant lager dan bij ervaren zoekers.

89%

SUCCESVOL

Total (n=258) 89%

Via de zoekmachine (n=122) 84%

Via het menu (n=126) 96%

Geen / bezoekt zelden (n=43)\* 81%

Incidentele bezoeker (n=94) 93%

Frequente bezoeker (n=121) 89%

Ervaring met reisdocumenten zoeken (n=144) 94% ↑

Geen ervaring (n=114) 82% ↓

88%

(ZEER) MAKKELIJK

Total (n=258) 51% 37% 88%

Via de zoekmachine (n=122) 44% 41% 85%

Via het menu (n=126) 58% 35% 93%

Geen / bezoekt zelden (n=43)\* 63% 26% 88%

Incidenteel bezoeker (n=94) 53% 37% 90%

Frequent bezoeker (n=121) 45% 41% 87%

Ervaring met reisdocumenten zoeken (n=144) 56% 36% 92% ↑

Geen ervaring (n=114) 45% 39% 83% ↓

■ Zeer makkelijk

■ Makkelijk

↓ ↑ = significant hoger / lager



# Taak 1: problemen indien moeilijk / geen succes

Problemen bij het zoeken naar echtheidskenmerken paspoortmodel 2014 hebben vooral te maken met de zoekmachine: deze gaf niet altijd relevante zoekresultaten.

## 11% was niet succesvol zij noemden de volgende problemen bij zoeken naar “Echtheidskenmerken paspoortmodel 2014”

### De zoekmachine gaf geen (relevante) resultaten (~25), bijv.:

- “Met de vraag ‘Wat zijn de (echtheids)kenmerken van het paspoort model 2014?’ kom ik terecht bij zelfevaluatie?”
- “Ik vond geen treffer op de ingave van het woord op zoekmachine ‘paspoortmodel’.”
- “Er zit een stap teveel in. Als ik bij de zoekresultaten een PDF is gevonden moet ik eigenlijk direct de PDF kunnen downloaden. Nu moet ik door klikken en kan dan pas downloaden.”

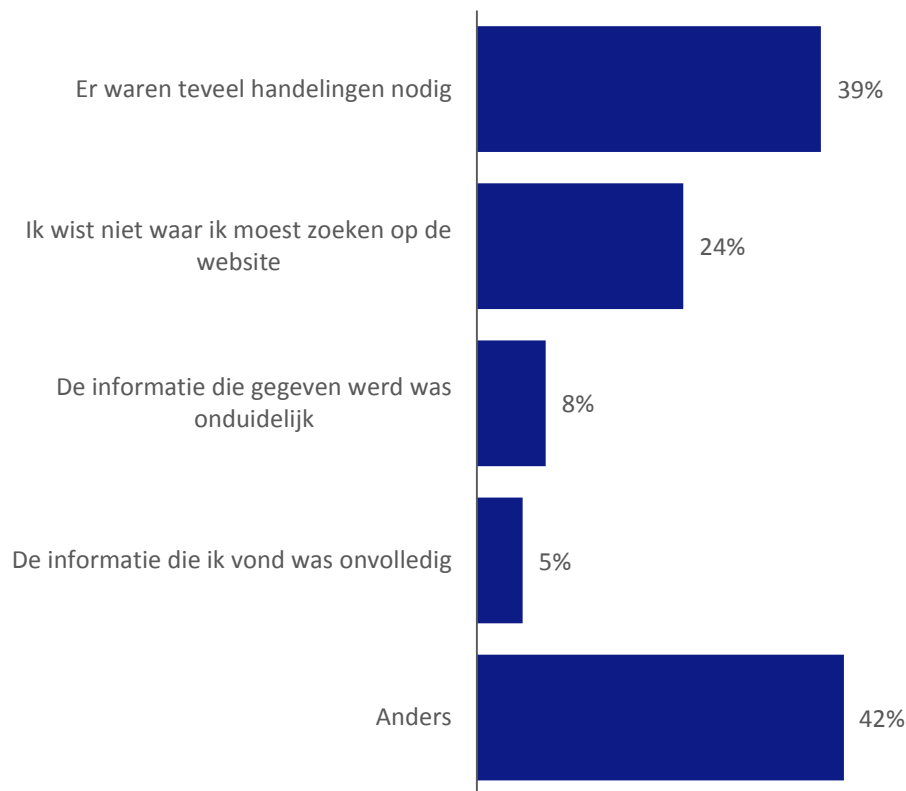
### De website structuur was onduidelijk (x3), bijv.:

- “Menu reisdocumenten was eenvoudig te vinden maar het specifieke onderwerp moest ik goed zoeken. Uiteindelijk gevonden onder inhoud.”

### Te onoverzichtelijk / te druk (x3)

- “Ik zag wel meteen de info van vluchtelingen en vreemdelingen documenten. Voor mij is het onoverzichtelijk als je specifiek iets moet vinden.”

### Weet niet / geen antwoord (x5)



! - Indicatieve resultaten doordat n<60

Q: Welke moeilijkheden heeft u ervaren op RvIG.nl?

Basis: Respondenten die in taak 1 niet of deels succesvol waren, of het een moeilijke opdracht vonden (n=38)

Q: In welke van onderstaande categorieën zou u uw bovenstaande feedback indelen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

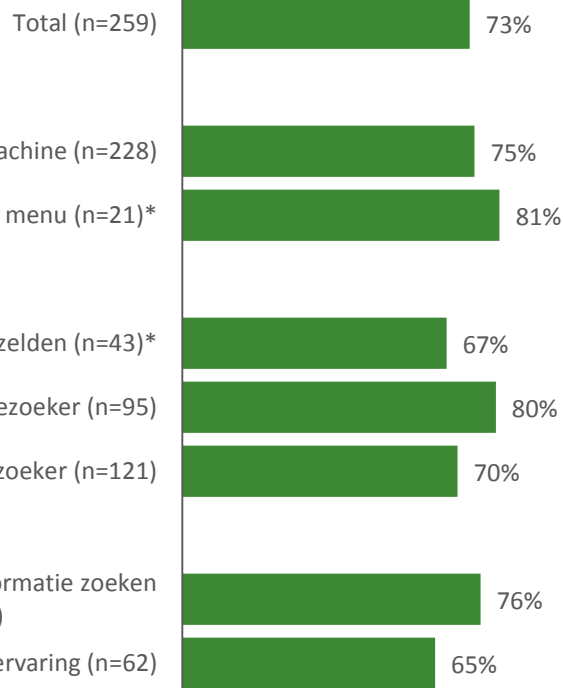
Basis: Respondenten die in taak 1 niet of deels succesvol waren, of het een moeilijke opdracht vonden (n=38)

# Taak 2: succes en gemak

Het zoeken naar het wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer gaat moeizamer en met minder succes dan taak 1, maar gaat ook nog vrij goed.

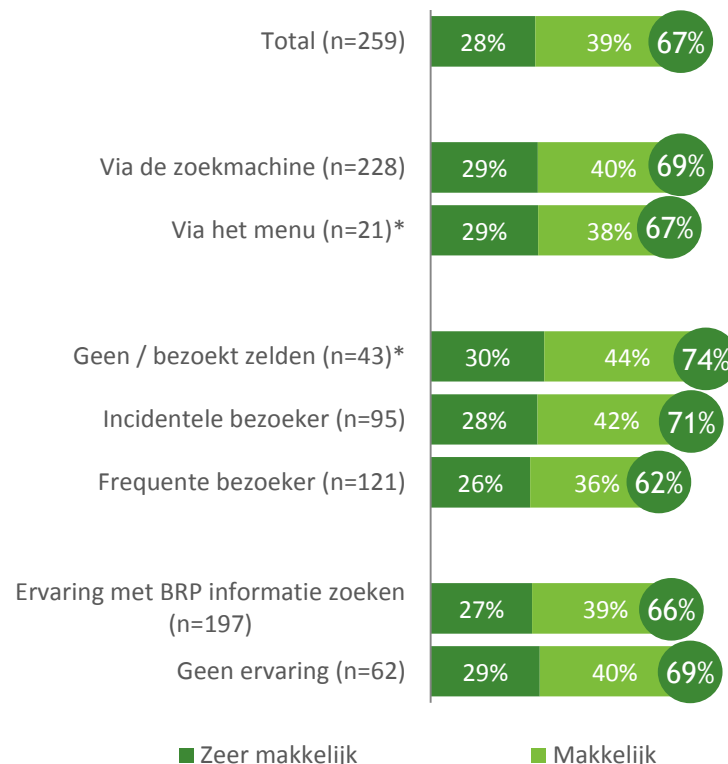
73%

SUCCESVOL



67%

(ZEER) MAKKELIJK



# Taak 2: problemen indien moeilijk / geen succes

Problemen bij het zoeken naar het wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer hebben vaak te maken met zoekresultaten van de zoekmachine: deze geven of geen hits of te veel waardoor je als bezoeker nog moet zoeken.

**27% was niet succesvol** zij noemen de volgende problemen bij zoeken naar “Wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer”

**Geen zoekresultaten op mijn zoekwoorden (~40), bijv.:**

- “Wanneer een typefout wordt gemaakt dan wordt de gehele zoekvraag niet herkend.”
- “Ik kwam met de zoekmachine niet direct op de goede plaats.”

**Te veel (irrelevante) zoekresultaten (~30), bijv.:**

- “De zoekopdracht levert veel hits op, waardoor je nog goed moet zoeken naar de gewenste informatie.”

**Ik moest (te) lang zoeken (x6), bijv.:**

- “Moest toch even goed zoeken voor ik de juiste informatie tevoorschijn kon toveren.”

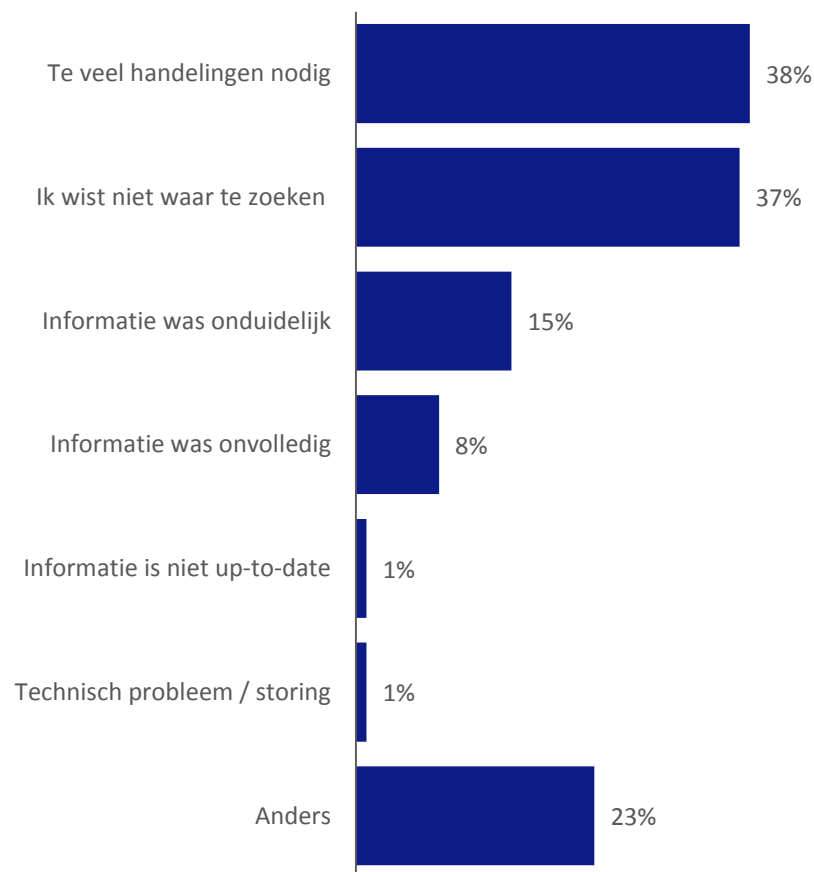
**Via menu zoeken lukte niet (x6), bijv.:**

- “Ik heb geprobeerd de info via het menu te vinden, dit is niet gelukt. ”

**Kon niet zien wat ik in de zoekmachine typte (x4), bijv.:**

- “Zoekfunctie balk toonde slechts een deel van de zoekvraag.”

**Weet niet / geen toelichting (~20)**



Q: Welke moeilijkheden heeft u ervaren op RvIG.nl?

Basis: Respondenten die in taak 2 niet of deels succesvol waren, of het een moeilijke opdracht vonden (n=99)

Q: In welke van onderstaande categorieën zou u uw bovenstaande feedback indelen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Basis: Respondenten die in taak 2 niet of deels succesvol waren, of het een moeilijke opdracht vonden (n=99)

# Piwik: URL bereikt per taak

In de Piwik data zien we ook geen toename in het bezoek van de doelpagina van taak 2, terwijl dit wel bij taak 1 het geval is. Dit bevestigt het beeld dat deze opdracht minder vaak juist is afgerond.

PAGINA URL	▼ PAGINAWEERGAVES	UNIEKE PAGINAWEERGAVES
Piwik <u>Data testweek</u> : eerste week van het onderzoek (13-29 juni), 6.829 unieke bezoeken		
Taak 1 <a href="#">reisdocumenten/inhoud/echtheidskenmerken-reisdocumenten</a>	247	191
Taak 2 <a href="#">brp/inhoud/wijzigingsvoorstellen-logisch-ontwerp-3.10</a>	64	53
Piwik <u>Data testweek</u> : tweede week van het onderzoek (20-26 juni), 6.849 unieke bezoeken		
Taak 1 <a href="#">reisdocumenten/inhoud/echtheidskenmerken-reisdocumenten</a>	236	186
Taak 2 <a href="#">brp/inhoud/wijzigingsvoorstellen-logisch-ontwerp-3.10</a>	47	40
Piwik <u>Data testweek</u> : derde week van het onderzoek (27 juni - 3 juli), 6.706 unieke bezoeken		
Taak 1 <a href="#">reisdocumenten/inhoud/echtheidskenmerken-reisdocumenten</a>	199	152
Taak 2 <a href="#">brp/inhoud/wijzigingsvoorstellen-logisch-ontwerp-3.10</a>	38	36
Piwik <u>Controle data</u> in week voor het onderzoek (6-12 juni), 6.276 unieke bezoeken		
Taak 1 <a href="#">reisdocumenten/inhoud/echtheidskenmerken-reisdocumenten</a>	196	142
Taak 2 <a href="#">brp/inhoud/wijzigingsvoorstellen-logisch-ontwerp-3.10</a>	69	54

# Problemen met zoekmachine

De percentages van het verlaten van de website na de zoekopdracht zijn duidelijk hoger bij zoekopdrachten van taak 2 dan bij taak 1, vooral wanneer zij niet direct wisten dat deze informatie in het logisch ontwerp gevonden kon worden.

## Piwik data in eerste week van het onderzoek (13-20 juni)

### Zoektermen lokale zoekopdracht

	SLEUTELWOORD	▼ AANTAL ZOEKOPDRACHTEN	ZOEKRESULTAAT PAGINA'S	% VERLATEN NA ZOEKOPDRACHT
	hup	70	1,1	1%
	HUP	50	1,2	6%
Taak 2	wijzigingsvoorstel buitenlands persoonsnummer	36	1,2	14%
	buitenlands persoonsnummer	34	1,8	12%
	persoonsnummer	29	1,6	14%
	landelijke tabellen	18	2,1	0%
Taak 1	echtheidskenmerken	14	1,3	0%
	echtheidskenmerken paspoort	9	1,3	0%
Taak 2	wijziging buitenlands persoonsnummer	9	1	22%
	documentindicatie	8	2,1	0%
Taak 2	logisch ontwerp	8	1,8	0%
	C3	7	1,1	14%
	kwaliteitsmonitor	7	1,9	0%
Taak 2	LO 3.9	7	1,1	0%
Taak 2	wijzigingsvoorstel	7	1,7	14%
	briefadres	6	2	0%
	contact	6	1	0%
Taak 1	paspoort	6	1,8	0%
	RNI	6	1,5	33%
	tabellen	6	1,5	0%
	wie is wie	6	1	0%

Het percentage dat de website verlaat na de zoekopdracht.

Een hoog percentage verlaten van de website na een zoekopdracht geeft aan dat de zoekresultaten niet geholpen hebben en dat ze ook niet meer verwachtte via de zoekmachine de informatie te vinden.

# Structuur website: huidige versus nieuw voorstel

Respondenten kregen twee varianten van menustructuur voorgelegd, een menu-indeling op onderwerp en een andere indeling op alfabet. Vervolgens werd gevraagd naar hun voorkeur.

Onderzoek RvIG.nl

## Indeling op onderwerp

### Actueel

- Fraudebestrijding
- RvIG Klantendag 2016
- Activiteitenkalender

### Basisregistratie Personen (BRP)

- Het BRP-stelsel
- Registratie Niet-Ingezetenen
- Zelfevaluatie BRP
- GBA Verstrektingsvoorziening (GBA-V)
- Fraudebestrijding en de Basisregistratie Personen
- Logisch Ontwerp GBA 3.9
- Wijzigingsvoorstellen Logisch Ontwerp 3.10
- Terugmelden Basisregistratie Personen (BRP)
- Kwaliteit BRP
- Gebruikersoverleg Basisregistratie Personen

### Reisdocumenten

- RAAS back-up en uitwijk
- Zelfevaluatie paspoorten en Nederlandse identiteitskaarten
- Werkinstructie voor reisdocumenten voor vluchtelingen en vreemdelingen
- Handboek Reisdocumenten
- Kwaliteitsverbetering foto's in identiteitsbewijzen
- Echtheidskenmerken reisdocumenten
- Register Paspoortsignaleringen
- Basisregister reisdocumenten
- Tarieven reisdocumenten
- Vrij te gebruiken foto's reisdocumenten model 2014
- Voorlichtingsfilms reisdocumenten

### Documenten

### Burgerservicenummer (BSN)

- Procedure voorraadbeheer burgerservicenummers
- BSN-punt voor burgers
- Beheervoorziening BSN (BV BSN)
- Logisch Ontwerp burgerservicenummer (LO BSN) versie 1.3

### Caribisch gebied

- Wat is de PIVA-V?
- PIVA en de Basisregistratie Personen (BRP)
- PIVA-platform
- Hoofdpijnen Logisch Ontwerp BES 1.2
- Logisch Ontwerp PIVA-GBA-koppeling (LO PGK)
- Tarieven PIVA-V 2016

## Indeling op alfabet

### F

- Fraudebestrijding

### G

- Gebruikersoverleg Basisregistratie Personen (BRP)

### H

- Handboek reisdocumenten

### K

- Kwaliteit BRP

### L

- Logisch Ontwerp PIVA-GBA-koppeling (LO PGK)
- Logisch Ontwerp GBA 3.10
- Logisch Ontwerp BSN (LO BSN) versie 1.3

### P

- Paspoorten
- PIVA-V en de BRP

### R

- RAAS back-up en uitwijk
- Registratie Niet-ingezetenen (RNI)
- Register Paspoortsignaleringen

### S

- **Systeeminformatie**

### T

- Tarieven reisdocumenten
- Terugmelden BRP
- Tarieven PIVA-V

### Z

- Zelfevaluatie BRP
- Zelfevaluatie paspoorten en NIK



# Structuur website: huidige versus nieuw voorstel

Onderzoek RvIG.nl

De verwachting m.b.t. zoekgemak en zoeksnelheid zijn de grootste redenen voor een voorkeur van indeling op onderwerp. Daarnaast denkt men niet altijd de juiste labels te kennen om op alfabet de onderwerpen te kunnen vinden.



## Redenen voorkeur onderwerp (n=163)

- Makkelijk / sneller zoeken (~40), bijv.:  
"Op onderwerp vind ik makkelijker zoeken en scannen dan op alfabet."
- Overzichtelijker (~40), bijv.:  
"Overzichtelijker. Mocht je iets vergeten kan dit je helpen, sturen."
- Duidelijker (~25), bijv.:  
"Duidelijker. Alle relevante informatie over het onderwerp staat gegroepeerd bij elkaar."
- Op alfabet is onhandig wanneer je niet weet op welk woord te zoeken (~25)
- Prettiger (~20)
- Dan zie ik misschien ook andere relevante items (~10)

## Redenen geen voorkeur (n=51)

- Geen voorkeur / weet ik niet (~30)
- Het huidige menu is prima (x8), bijv.:  
"Ik vind de huidige indeling beter dan de opties."
- Allebei zijn goed (x7), bijv.:  
"Bij voorkeur beide opties aanbieden."
- Een combinatie van de twee (x5), bijv.:  
"Onderwerpen per categorie, maar wel de mogelijkheid om te zoeken op alfabet."

## Redenen voorkeur alfabet (n=45)

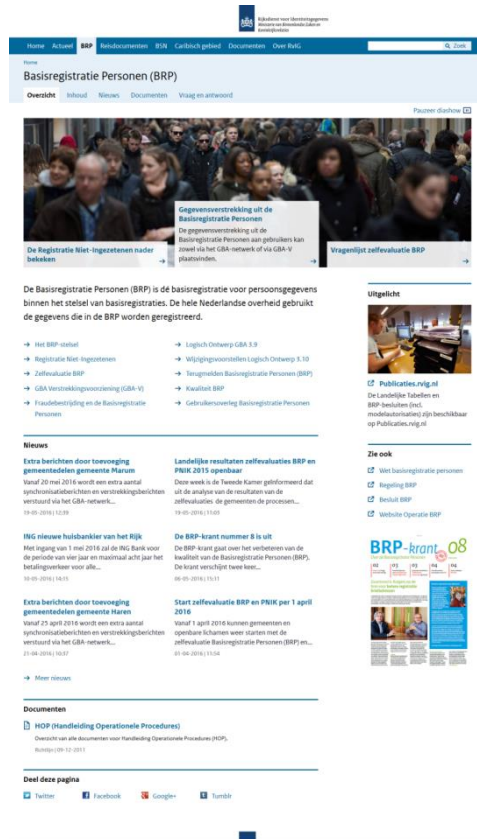
- Makkelijker / sneller zoeken (~20), bijv.:  
"Informatie moet makkelijk terug te vinden zijn. Op alfabetische volgorde (met een zoekfunctie) is in de praktijk de meest makkelijk."
- Overzichtelijker (~10), bijv.:  
"Overzichtelijker omdat alle onderwerpen onder 1 letter staan."
- Handig wanneer je niet weet onder welke categorie je moet zoeken (x5)
- Prettiger (x4)
- Duidelijker (x3)

# Beoordeling pagina indeling RvIG.nl

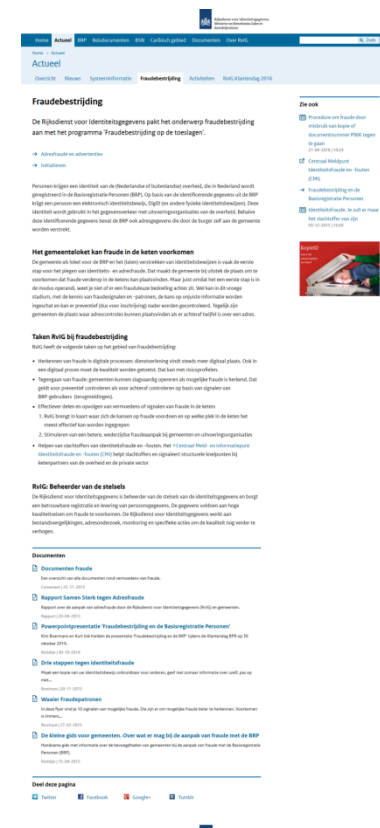
- Beoordeling landingspagina BRP
- Beoordeling informatiepagina  
Fraudebestrijding

Om de pagina indeling te beoordelen werden respondenten gevraagd om 2 pagina's te beoordelen door middel van de DOT-techniek. In deze techniek kunnen zij stippen plaatsen op punten die hen **positief** of **negatief** opvallen, en dit toelichten.

## Pagina 1: Basisregistratie Personen



## Pagina 2: Fraudebestrijding



# Beoordeling landingspagina - Positief opgevallen

Relevante informatie en makkelijke links worden het best beoordeeld op de BRP pagina.

Items in het hoofdmenu worden veel gebruikt en vindt men duidelijk qua indeling (x53)

Bijv.:

- “Deze balk geeft overzicht.”
- “Handig in de praktijk bij mijn werkzaamheden.”

Quick links geven snel toegang tot belangrijke onderwerpen en vindt men overzichtelijk (x116)

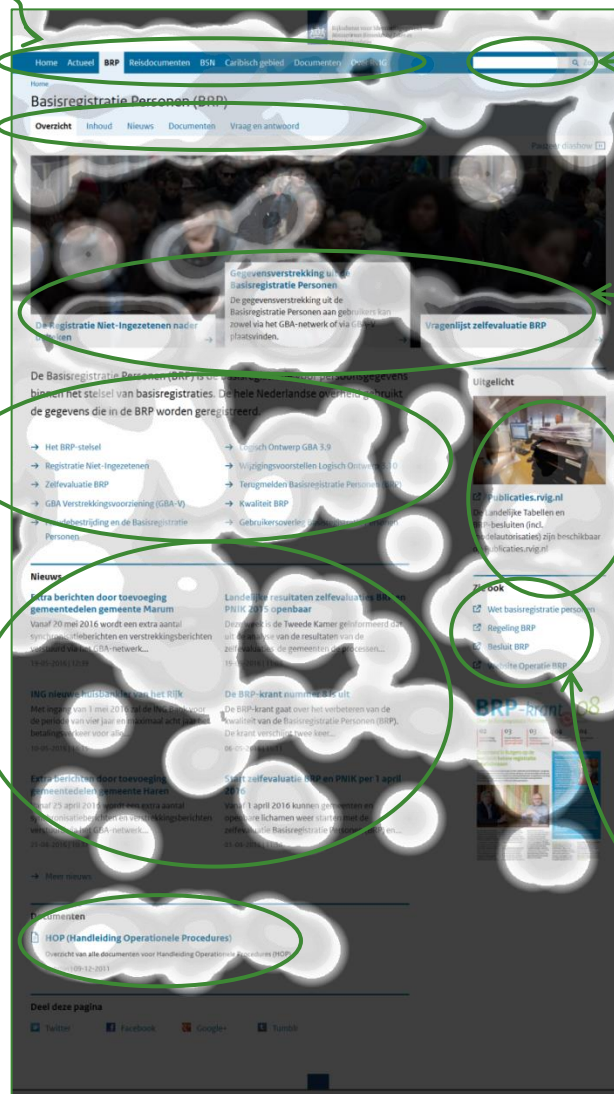
Bijv.:

- “De belangrijkste BRP onderwerpen snel toegankelijk.”
- “De juiste info snel te vinden.”

Het nieuws vindt men handig, interessant en belangrijk (x83)

Bijv.:

- “Altijd interessant om te zien wat er speelt.”
- “Belangrijk om het nieuws te volgen.”



Zoekmachine vindt men makkelijk en belangrijk (x23)

Banner items vindt men interessant en leuk / mooi weergegeven (x79)

Bijv.:

- “Het valt op waardoor mijn aandacht is getrokken en graag het artikel/document wil gaan lezen.”
- “Leuk levendig element.”

Het onderwerp bij ‘Uitgelicht’ vindt men belangrijk en handig (x28)

“Zie ook” links vindt men ook makkelijk om snel door te linken (x28)

# Beoordeling landingspagina - Negatief opgevallen

De social links en het artikel over ING worden het meest genoemd als negatief onderdeel van de pagina.

Onderzoek RvIG.nl

Items hoofd- en submenu niet altijd nuttig (x6)

Bijv.:

- “Erg veel keuze op beperkte ruimte.”
- “Komt niet zo vaak voor.”
- “Niet voor ons van toepassing.”

Artikel “ING nieuwe huisbankier van het Rijk” niet relevant (x19)

Bijv.:

- “Niet interessant als je op de website van RvIG zit.”
- “Wat moeten we met dit ‘nieuws’?”

Keuze en nut van het getoonde document is niet duidelijk (x13)

- Bijv.:
- “Eén document, en ook nog eens van 2011”
  - “Waarom dit document en geen anderen?”
  - “Heel technisch, gebruik is nooit. Had liever de hup gehad.”

Zoekmachine geeft niet altijd goede resultaten en heeft weinig schrijfruimte (x6)

Bijv.:

- “Te klein, je ziet niet wat je typt.”
- “Werkt niet volledig.”

BRP-krant is overbodig en past niet bij de pagina (x11)

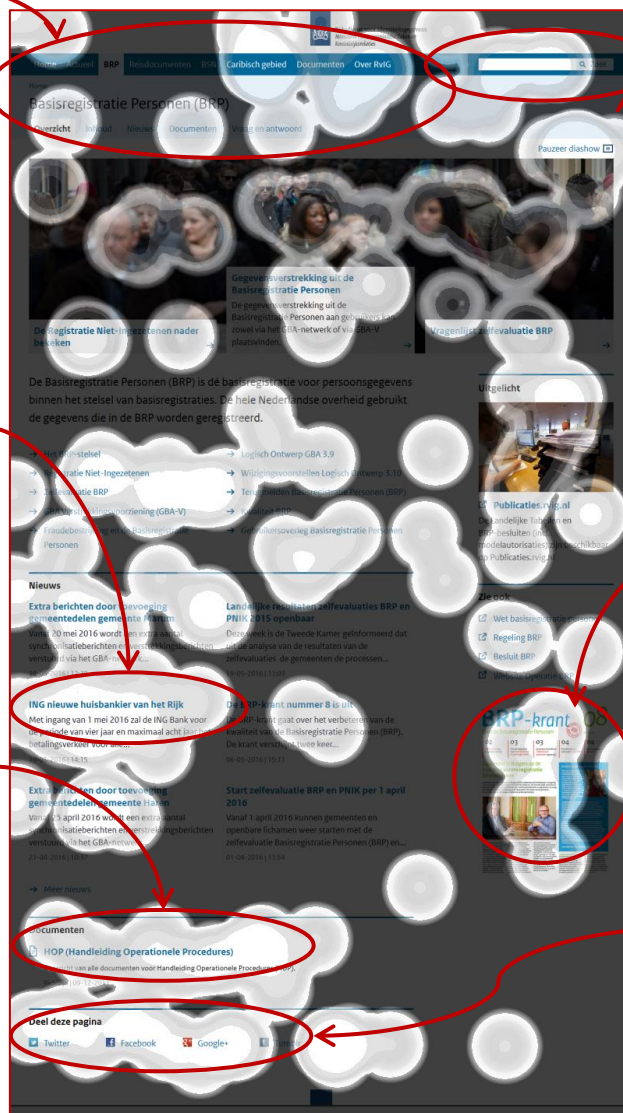
Bijv.:

- “Overbodig en verwarrend”
- “Niet direct van toepassing op de gegevens die gezocht worden.”
- “Lijkt veel op reclame van commerciële websites.”

Social links zullen niet gebruikt worden (zeker niet privé) (x20)

Bijv.:

- “Ik deel niet zo gauw”
- “Dit is niet toegestaan op mijn werkplek”
- “Dit is voor werk, dus ga ik niet privé delen...”





# Beoordeling informatiepagina - Positief opgevallen

Bij presentatie van het onderwerp ‘fraudebestrijding’ zijn de respondenten geïnteresseerd in het onderwerp, dit terwijl ze deze informatie niet vaak uit zichzelf op RvIG.nl zoeken. Daarnaast waarderen ze de gerelateerde links en documenten in het overzicht.

Onderzoek RvIG.nl

## Titel ‘Fraudebestrijding’ (x66)

Bijv.:

- “Belangrijk. Volgens mij wordt er nog teveel gefraudeerd met toeslagen. enz.”
- “Duidelijke kop.”
- “Is op het moment erg actueel.”

## Links bovenaan pagina (x42)

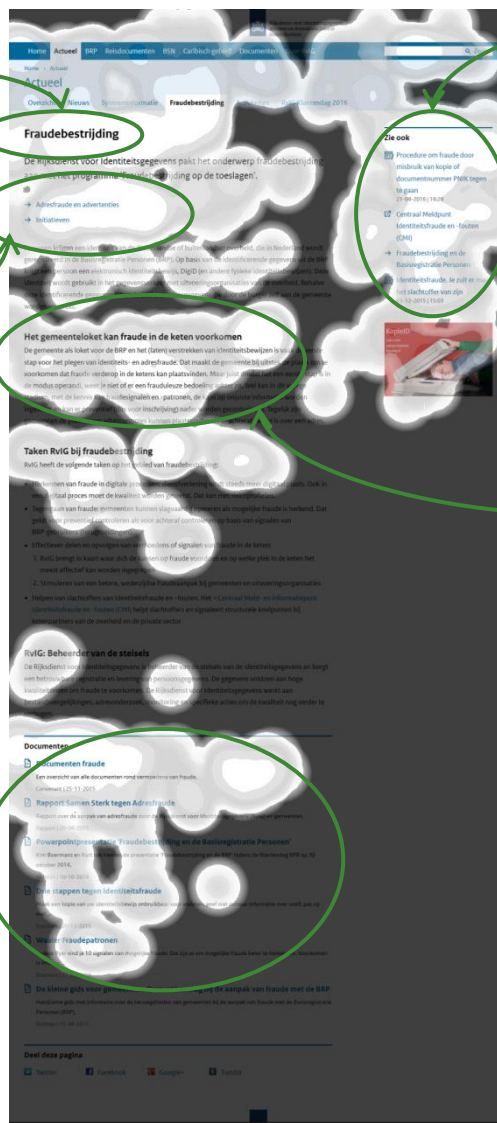
Bijv.:

- “Werken met links in de tekst is fijn voor de lezer.”
- “Goed linkjes, niet alle informatie op 1 pagina.”
- “Duidelijke doorverwijzing.”

## Onderdeel ‘Documenten’ (x67)

Bijv.:

- “Documentatie/voorbeelden zijn altijd fijn.”
- “Heel goed: alle documenten meteen beschikbaar!”
- “Goed om documenten hieromtrent direct in het zicht te zetten.”



## Links ‘Zie ook’ (x104)

Bijv.:

- “Makkelijk doorklikken naar relevante documenten en onderwerpen.”
- “Dit is handig bij mijn werk. En ook om processen op te stellen.”
- “Heb je meteen de juiste linken.”

## Paragraaf 2 “Het gemeenteloket kan fraude in de keten voorkomen” (x66)

Bijv.:

- “Duidelijke rol voor de gemeente.”
- “Samenwerken is een goede manier om fraude te voorkomen.”
- “Duidelijk verhaal.”

# Beoordeling informatiepagina - Negatief opgevallen

Overall waren er geen opvallend veel genoemde negatieve onderdelen op de informatiepagina 'Fraudebestrijding'. De enkele opmerkingen gingen over de locatie van de informatie (onder 'Actueel') en de hoeveelheid tekst op de pagina.

Onderzoek RvIG.nl

## Hoofdnavigatie (x20)

Bijv.:

- "Actueel is niet de meest logische menuoptie voor fraudebestrijding."
- "Niet verwacht dat fraude hieronder valt."

## Content artikel (x48)

Bijv.:

- "Veel te veel tekst."
- "Doorverwijzingen moet je niet bovenaan zetten, maar juist onderaan een artikel."
- "Hier mist een stap, althans, wat is fraude, wat is het gevolg of risico bij fraude?"
- "Deze info is eigenlijk wel bekend."

## Social links (x12)

Bijv.:

- "Het delen van de pagina via 'social media' doet commercieel en daarmee voor mij minder betrouwbaar aan."
- "Wordt dit gebruikt?"
- "Deel niet zo gauw."



## Foto rechts (x13)

Bijv.:

- "Is dit reclame?"
- "Belachelijk plaatje."
- "Beetje flauw."

## Onderdeel 'Documenten' (x16)

Bijv.:

- "Het komt wel eens voor dat de documenten getoond niets te maken hebben met het onderwerp."
- "Jammer dat het zo ver onderaan de pagina staat, zo ver scroll je vaak niet."

# Algehele beoordeling RvIG.nl

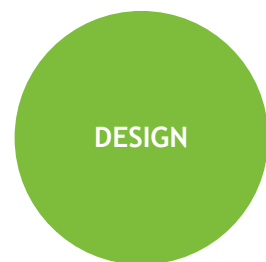
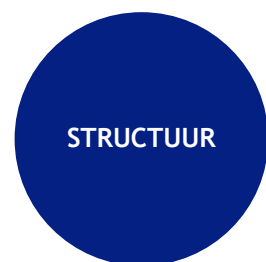
- Website basics



# Algehele beoordeling

De structuur en het design van RvIG.nl worden vrij positief beoordeeld.

De website RvIG.nl...



... heeft duidelijke titels/namen voor de onderdelen

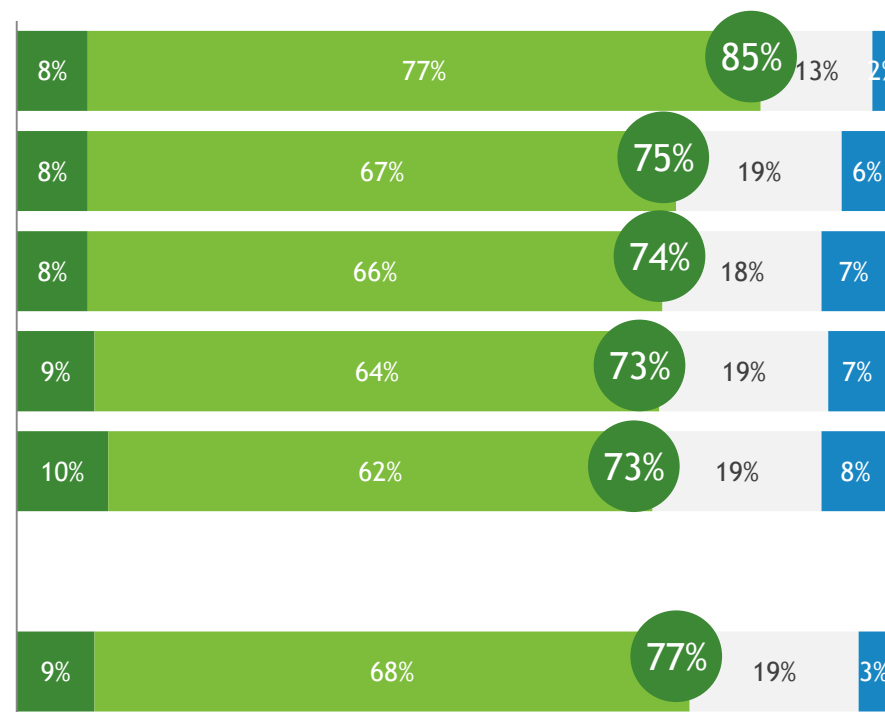
... heeft een duidelijke indeling

... is overzichtelijk

De informatie is gemakkelijk te vinden

... is gemakkelijk te gebruiken/bedienen

... heeft een goede vormgeving



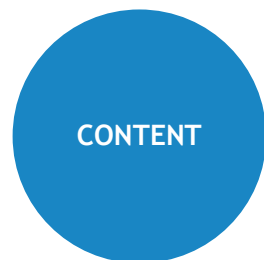
■ Geheel mee eens ■ Mee eens ■ Niet mee eens, niet mee oneens ■ Mee oneens ■ Geheel mee oneens

XX% = top-2 score % (geheel) mee eens

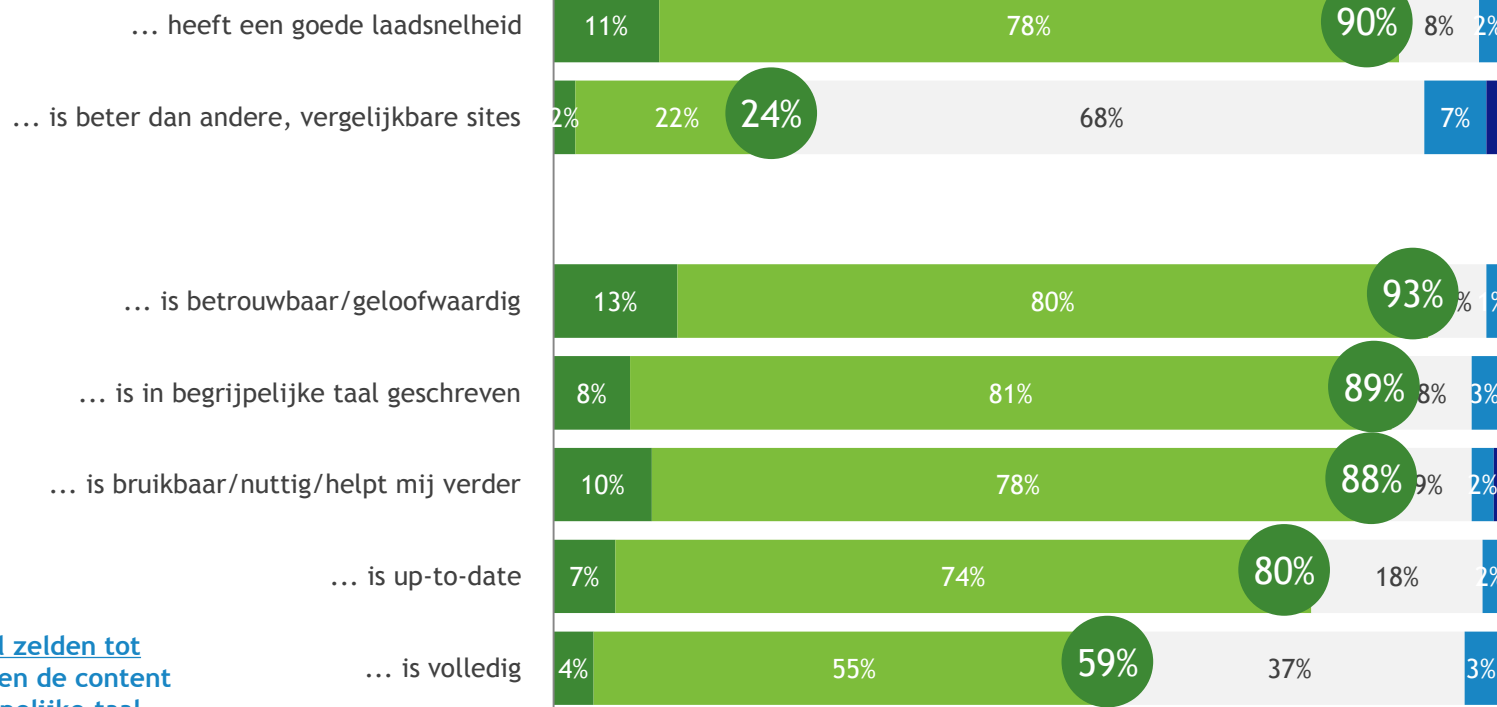
# Gehele beoordeling

De kwaliteit van content op RvIG.nl wordt zeer hoog beoordeeld, echter vinden gebruikers de informatie niet altijd compleet. De website scoort ook vrij laag wanneer vergeleken met concurrentie, maar laadsnelheid wordt zeer positief beoordeeld.

De website RvIG.nl... / De informatie op RvIG.nl...



Bezoekers die RvIG.nl zelden tot nooit bezoeken, vinden de content minder vaak in begrijpelijke taal geschreven (74%)



■ Geheel mee eens ■ Mee eens ■ Niet mee eens, niet mee oneens ■ Mee oneens ■ Geheel mee oneens

XX% = top-2 score % (geheel) mee eens



Copyright © 2016 MetrixLab BV

All rights reserved. Nothing from this report is allowed to be multiplied, to be stored in an automated file, or to be made public electronically, mechanical, by photocopies, prerecording or any other manner, without written consent of MetrixLab. This report has been provided under the supplier conditions of the MOA.