

Overheidsinformatie Op Maat

Online zoekstrategieën van burgers

RAPPORT

dr. Th. van der Geest
dr. R. Klaassen
dr. J. Karreman



Onderzoek in opdracht van:
Advies Overheid.nl
Project Persoonlijke Internet Pagina

15 december 2005

Universiteit Twente
Faculteit Gedragwetenschappen
Afdeling Communicatiewetenschap

Auteurs:
dr. Th. van der Geest (projectleider)
dr. R. Klaassen
dr. J. Karreman

onderzoeksmedewerkster:
drs. A. Grundel



INHOUDSOPGAVE

1.	INTRODUCTIE	7
1.1.	Dienstbaarheid, klantgerichtheid en efficiency	7
1.2.	Opzet van het onderzoek	9
2.	OVERHEIDSINFORMATIE ZOEKEN EN VINDEN.....	11
2.1.	Het begrip 'Portal'	11
2.2.	Ontwerpen voor informatiezoekers	12
2.3.	Zoeken naar informatie: de zoekvraag	14
2.4.	Complexe zoekvragen.....	16
2.5.	Zoekstrategieën.....	17
3.	NAVIGATIESYSTEMEN IN DE PRAKTIJK.....	20
3.1.	Inleiding	20
3.2.	Navigatiesystemen en –middelen.	21
3.3.	Uitwerking van de meestgebruikte navigatiemiddelen	24
3.4.	Hulpmiddelen gericht op oriëntatie binnen de site.....	30
4.	INFORMATIEBEHOEFTE EN ZOEKSTRATEGIEËN.....	32
4.1.	Inleiding	32
4.2.	Gezochte informatie	32
4.3.	Bezochte instantie en gebruikt kanaal bij eigen zoekvraag.....	35
4.4.	Bezochte instantie en gebruikt kanaal bij voorgelegde scenario's	35
4.5.	Zoekstrategieën op internet.....	38
5.	FORMULERING VAN ZOEKVragen EN ZOEKTERMEN	42
5.1.	Inleiding	42
5.2.	Formulering van de zoekvragen	42
5.3.	Analyse van de gebruikte zoektermen in Overheid.nl	44
6.	CONCLUSIES	54
6.1.	Inleiding	54
6.2.	Conclusies per onderzoeksvraag	54
7.	AANBEVELINGEN	60
7.1.	Aanbevelingen.....	60
7.2.	Uitwerking van de aanbevelingen.....	61
	REFERENTIES	66
	BIJLAGEN (Opgenomen in apart katern)	

1. INTRODUCTIE

1.1. Dienstbaarheid, klantgerichtheid en efficiency

“Het werkveld van ICTU is de elektronische overheid. De elektronische overheid zorgt voor het verbeteren van zowel de werkprocessen bij overheden als de dienstverlening aan de maatschappij en de interactie met burgers. De achterliggende waarden zijn op zichzelf niet nieuw. Wel brengt de inzet van elektronische middelen bij de overheid nieuwe vormen van dienstbaarheid, klantgerichtheid en efficiency met zich mee en zorgt daarmee voor een nieuw elan”. (www.ICTU.nl)

ICTU heeft zich tot taak gesteld de overheidsportal Overheid.nl opnieuw in te richten. Deze website geeft toegang tot alle overheidsinformatie die beschikbaar is op het internet¹. Naast deze website wordt er een persoonlijke internetpagina (PIP) voor burgers en ondernemers ontwikkeld: MijnOverheid.nl. Via deze persoonlijke pagina's zouden informatiezoekers alle overheidsinformatie moeten kunnen vinden die relevant is voor hun persoonlijke situatie.

Deze websites moeten op zo'n manier ingericht worden dat ze optimale ondersteuning bieden aan informatiezoekende burgers, ondernemers en andere betrokkenen. Dit betekent dat deze websites een optimale dienstverlening moeten bieden, dat ze gericht moeten zijn op de informatiezoeker en dat de vraag op een zowel voor de overheid als voor de informatiezoeker zo efficiënt mogelijke manier beantwoord wordt. Zoals op de website van ICTU gezegd wordt, brengt elektronische dienstverlening nieuwe vormen van dienstbaarheid, klantgerichtheid en efficiency met zich mee. Het is dan ook niet op voorhand duidelijk hoe deze vorm van dienstverlening het best gestructureerd kan worden. Websites kunnen op verschillende manieren ingericht worden, maar welke structuur is het meest dienstbaar, klantgericht en efficiënt?

Een klantgerichte website vraagt om een structuur die gebaseerd is op de informatiebehoeften en zoekvragen van de 'klant', in dit geval diegenen die op Overheid.nl naar informatie zoeken. Met andere woorden, de structuur van de site moet 'vraaggestuurd' zijn. Dit in tegenstelling tot een 'aanbodgestuurde' structuur, waarbij de aanbieder, in dit geval de overheid, uitgaat van de informatie die zij via de website toegankelijk wil maken en die ordent op een manier die voor de overheid zelf efficiënt is.

ICTU heeft de afdeling Communicatiewetenschap van de Universiteit Twente gevraagd onderzoek te doen dat besluiten over het vraaggericht ontwerpen van de website Overheid.nl ondersteunt. Dit onderzoek, dat hier gerapporteerd wordt, is

¹ In dit rapport zullen we steeds korthedshalve de term 'informatie' gebruiken als we het hebben over via het Internet ontsloten informatie, diensten en producten van diverse overheidsinstellingen.

gericht op burgers die informatie van de overheid zoeken. De website Overheid.nl is ook bedoeld voor ondernemers, maar deze doelgroep is in dit onderzoek vooralsnog buiten beschouwing gebleven.

Het doel van dit onderzoek is in de eerste plaats te achterhalen op welke manier burgers te werk gaan bij het zoeken naar overheidsinformatie. Met welke vragen kloppen ze aan bij welke instanties? Hoe ziet het zoekproces naar de informatie eruit? En vinden ze de gezochte informatie? Met behulp van de kennis over de werkwijze van burgers die op zoek zijn naar overheidsinformatie, kunnen we aanbevelingen doen voor een dienstbare, klantgerichte en efficiënte structuur van de website Overheid.nl

Hoewel de nadruk van het onderzoek ligt op het zoeken naar informatie op het internet, is dit onderzoek is niet volledig beperkt tot het zoeken op het internet. We hebben onderzocht welke informatie burgers zoeken, welke instanties ze hiervoor benaderen en via welk kanaal (internet of anders) ze dit doen.

We onderscheiden de volgende onderzoeksvragen:

1. Wat voor informatie zoeken burgers?

Deze vraag hebben we beantwoord door burgers te vragen naar welke informatie zij de afgelopen tijd op zoek zijn geweest. We hebben dus geen zogenaamde kwantitatieve ijking uitgevoerd. Dit betekent dat we niet nagegaan zijn hoe vaak burgers de afgelopen tijd naar bepaalde informatie gevraagd hebben. Dit zal in de toekomst uitgezocht moeten worden. Het is nuttig om te achterhalen naar welke informatie het meest gevraagd wordt omdat het aanbieden van een adequaat antwoord op deze vragen op Overheid.nl veel burgers kan helpen. Het plaatsen van deze informatie op een prominente plaats op de website maakt dat veel burgers op een efficiënte manier een antwoord vinden op hun vraag, en het zorgt ervoor dat de overheid op een efficiënte manier een groot aantal burgers helpt.

Toch is niet de frequentie van de zoekvraag het enige argument in een kwantitatieve onderbouwing van een ontwerpbeslissing. Met evenveel recht zou gekeken kunnen worden naar incidentele, complexe vragen die de informatiezoeker veel tijd kosten; of naar vragen die aan de zijde van de overheid veel tijd kosten. Ook, of juist, het antwoord op deze vragen moet op Overheid.nl zo efficiënt mogelijk te vinden zijn.

2. Welke zoekvragen en zoektermen hanteren informatiezoekers?

Deze vraag is van belang om na te gaan of burgers dezelfde formuleringen en termen gebruiken als de overheid. Als informatiezoekers en informatieverstrekters niet dezelfde termen gebruiken, kan het zoekproces niet efficiënt en effectief verlopen.

3. Tot welke instanties wenden informatiezoekers zich en welke kanalen gebruiken informatiezoekers daarbij?

Deze vragen zijn van belang om te achterhalen of informatiezoekers weten bij welke instanties ze terecht kunnen met hun vragen en of ze deze instanties ook via het internet benaderen. Als alle burgers goed inzicht hebben in bij welke instanties ze de gezochte informatie kunnen vinden, zou de informatie op Overheid.nl geordend kunnen worden per overheidsinstantie.

4. Welke zoekstrategieën gebruiken informatiezoekers?

Deze vijfde vraag moet informatie opleveren over de navigatieondersteuning die op Overheid.nl het best gebruikt zou kunnen worden. Maken informatiezoekers bijvoorbeeld veel gebruik van de links die op een website voorkomen, of juist niet?

5. Welke navigatieondersteuning wordt geboden op referentiesites?

Er is ook onderzocht welke ondersteuning andere overheidssites en veel bezochte andere websites bieden om na te kunnen gaan welke navigatiemiddelen veel gebruikt worden.

6. Wat leveren de zoekacties van burgers op?

Uiteindelijk gaat het niet alleen om de manier waarop burgers naar informatie zoeken, het gaat erom dat ze deze informatie vinden. Het beantwoorden van de zesde onderzoeksvraag is van belang om in kaart te kunnen brengen of de strategieën die de burgers gebruiken leiden tot de gewenste informatie.

1.2. Opzet van het onderzoek

Het onderzoek bestaat uit vijf delen. Deze worden hieronder kort toegelicht.

1. Literatuurscan

We hebben een beperkt literatuuronderzoek uitgevoerd. Het doel hiervan was centrale begrippen in het onderzoek te definiëren. Deze begrippen betreffen de 'vraagzijde' van informatiezoeken op internet. De resultaten van deze scan worden beschreven in het tweede hoofdstuk.

2. Analyse van bestaande websites

Ook hebben we een inventarisatie gemaakt van de navigatiemiddelen die op een aantal andere overheidswebsites en op veelbezochte publiekssites worden gebruikt. Deze inventarisatie staat, samen met een inventarisatie van navigatiemiddelen die in de literatuur genoemd worden, centraal in hoofdstuk 3.

3. Gebruikersonderzoek

De kern van het onderzoek wordt gevormd door een gebruikersonderzoek. We hebben 30 burgers geïnterviewd over hun ervaringen met het zoeken naar overheidsinformatie op het internet. Naar welke informatie hebben ze gezocht, hoe hebben ze dat aangepakt en hebben ze de gewenste informatie gevonden? Ook hebben we deze respondenten 12 verschillende scenario's met een zoekvraag

voorgelegd en ze gevraagd te vertellen op welke manier ze een antwoord op deze vragen zouden zoeken. Deze scenario's zijn gebaseerd op veelvoorkomende zoekvragen en -termen op overheidssites. Het doel van de interviews was te achterhalen hoe burgers een zoekvraag formuleren, welke zoekstrategieën en welke zoektermen ze gebruiken. De resultaten van dit gebruikersonderzoek worden besproken in hoofdstuk 4 en 5. Bijlage 1 bestaat uit een verantwoording van de onderzoeksmethode. De scenario's zijn te vinden in bijlage 2, het protocol voor het interview in bijlage 3.

4. Heranalyse van gebruikersonderzoek, dat uitgevoerd is door Dialogic

We hebben de resultaten van een eerder door Dialogic innovatie en interactie uitgevoerd gebruikersonderzoek vergeleken met de resultaten van de interviews. De deelnemers aan het Dialogic onderzoek hebben een beperkt aantal zoekacties op het internet uitgevoerd. Gebruikten zij dezelfde strategieën als de burgers die wij geïnterviewd hebben? Een vergelijking van de uitkomsten staat in hoofdstuk 4.

5. Analyse van ingevoerde zoektermen

We hebben de meest gebruikte zoektermen in Overheid.nl en de zoektermen uit andere zoekmachines die hebben geleid tot een bezoek aan Overheid.nl geanalyseerd om aanbevelingen te kunnen doen over welke (soort) termen er op Overheid.nl gebruikt moeten worden. Deze termen worden in hoofdstuk 5 besproken, samen met de zoektermen die de geïnterviewden noemden.

Deze deelonderzoeken hebben geleid tot conclusies over de manieren waarop burgers te werk gaan bij het zoeken naar overheidsinformatie. Deze conclusies worden in hoofdstuk 6 per onderzoeksvraag beschreven. De aanbevelingen voor de inrichting van Overheid.nl, die volgen uit de conclusies, zijn te vinden in hoofdstuk 7.

2. OVERHEIDSINFORMATIE ZOEKEN EN VINDEN

Ter onderbouwing van het onderzoek dat in de komende hoofdstukken gepresenteerd wordt, is een beperkte scan van de literatuur uitgevoerd. Die scan van de literatuur had tot doel de centrale begrippen in het onderzoek, zoals portal, vraaggestuurde navigatie, informatie zoeken, zoekstrategie, etc. te definiëren.

Conclusies uit de literatuur die rechtstreeks van toepassing zijn op het ontwerp van Overheid.nl en de persoonlijke internetpagina zijn in een kader geplaatst.

2.1. Het begrip 'Portal'

In dit rapport gaat het om het navigatiesysteem voor een overheids-*portal*. Daarbij wordt gedacht aan de bestaande website Overheid.nl, maar ook aan een toekomstige persoonlijke internetpagina (PIP MijnOverheid.nl) van burgers en ondernemers. In feite is daarmee sprake van minstens twee verschillende opvattingen van het begrip *portal* (Tatnall, 2005).

Bij de site Overheid.nl wordt het begrip *portal* gebruikt om aan te duiden dat er één centraal toegangspunt is (of komen zal) op Internet voor een complex aan overheidsinformatie. Dat ene toegangspunt (de *portal*) moet mensen die naar overheidsinformatie zoeken een consistent en makkelijk te gebruiken interface bieden waarmee ze overheidsinformatie, -diensten en -producten kunnen vinden en gebruiken. Die informatie is afkomstig van een grote diversiteit van publieke organisaties en instanties. De site is bedoeld als een hulpmiddel in de navigatie, dat er voor zorgt dat informatiezoekers daadwerkelijk vinden waarnaar ze op zoek zijn, ongeacht de herkomst van die informatie en de instantie die de informatie verstrekt en beheert.

De *portal* kan als volgt gekenmerkt worden:

- één enkel toegangspunt tot overheidsinformatie (single point of access);
- één navigatie- en zoekstructuur voor alle ontsloten bronnen van overheidsinformatie (unified search);
- doorverwijzing naar andere informatiebronnen als belangrijkste functie, fungeert niet of maar in beperkte mate zelf als informatiebron (gateway).

Ook voor de persoonlijke internetpagina MijnOverheid.nl wordt de term *portal* gebruikt, maar er worden daarbij een aantal aanvullende kenmerken verondersteld. In dit geval gaat het om een webpagina die aangepast is op de wensen, behoeften of gebruik van applicaties van een bepaalde informatiezoeker. Informatiezoekers vinden alle informatiebronnen en applicaties die voor hen relevant zijn (in hun contacten met de overheid) bij elkaar, ontsloten via één webpagina.

Naast de drie hierboven genoemde kenmerken, zijn bij dit deze invulling van het begrip portal ook nog de volgende kenmerken van belang:

- gepersonaliseerd: ingericht op de behoeften, wensen en de overheidscontacten van een bepaalde informatiezoeker (burger, ondernemer, onderneming, werknemer binnen een bepaalde organisatie, etc.)
- één toegangsmechanisme voor diverse applicaties (single login and authentication)
- één enkel toegangspunt voor verschillende bronnen en webapplicaties van de overheid (integrated)
- hergebruik van data tussen de verschillende applicaties; gegevens die door de gebruiker bij één applicatie aangeleverd zijn, kunnen in andere (geselecteerde) applicaties gebruikt en getoond worden (data re-use).

In dit rapport richten we ons in eerste instantie op de portal Overheid.nl, in tweede instantie op de Persoonlijke Internet Pagina.

In verband met de consistentie tussen verschillende overheidssites moeten de aanbevelingen voor de inrichting van Overheid.nl ook in aanmerking genomen worden bij het ontwerp van de Persoonlijke Internet Pagina en bij delen van Overheid.nl die voor andere groepen dan burgers bedoeld zijn. Dat geldt niet alleen voor de in de site gepresenteerde navigatiemiddelen, maar ook voor de gehanteerde terminologie en zoekmachine.

2.2. Ontwerpen voor informatiezoekers

De portal Overheid.nl biedt toegang en zal toegang bieden tot een buitengewoon uitgebreid complex van informatie over onderwerpen die de overheid betreffen, informatie die ook nog eens beschikbaar wordt gesteld door veel verschillende partijen binnen de overheden. Vanuit het perspectief van de informatiezoeker is het niet belangrijk welke partij nu precies zorgt voor de informatie, zolang de zoekvraag maar beantwoord wordt. De portal moet de structuur bieden die ervoor zorgt dat de informatiezoeker de weg vindt naar de gezochte informatie. Die structuur bestaat in feite uit verschillende 'structuursystemen'.

- **Sitestructuur, informatiestructuur:** ordening en categorisering van de informatie die in de site aanwezig is en via de site ontsloten wordt. Informatie kan bijvoorbeeld geordend zijn op onderwerp, op chronologie, etc.
- **Naamgevingsstelsel:** Het geheel van namen (termen, labels) waarmee delen van de inhoud worden aangeduid. Die namen worden gebruikt op een knop, menu, in de sitemap, etc. Ze moeten goed inzicht geven in wat er achter de betreffende knop, menu-items, etc. schuilgaat.

- **Navigatiesysteem:** het geheel van middelen waarmee de gebruiker zich kan oriënteren op de inhoud van de site en de weg kan vinden naar de gewenste informatie. Navigeren is dus:
 - o opbouwen van een globaal overzicht van de beschikbare informatie,
 - o weten waar je bent,
 - o weten waar je van hier heen kunt gaan,
 - o weten waar je vandaan bent gekomen.
- **Zoeksysteem:** het geheel van middelen waarmee de gebruiker kan zoeken naar relevante informatie in de site of in het complex van sites. Een zoekmachine binnen de site biedt de gebruiker de mogelijkheid direct naar relevante informatie in de site te springen, dus zonder van pagina naar pagina te navigeren. Zoekmachines werken op basis van door de informatiezoeker ingetypte woorden (Rosenfeld & Morville, 2002).

Dit rapport benadert het probleem van zoeken en vinden van overheidsinformatie vanuit het perspectief van de informatiezoeker. Daarom gaan we niet in op de informatiestructuur, d.w.z. op de vraag hoe de informatie 'achter de schermen' moet worden georganiseerd. De informatiezoeker komt namelijk alleen in aanraking met de informatiestructuur via de drie andere systemen, die als interface of transaction space tussen de informatiezoeker en het hele complex van informatie dienen. Die focus op de vraagzijde, het perspectief van de informatiezoeker, betekent overigens niet dat we de informatiestructuur niet van groot belang achten voor het succes van de zoekacties van de informatiezoeker.

De taak die ICTU zich gesteld heeft is de drie andere structuursystemen te ontwerpen vanuit het perspectief van de gebruiker, de informatiezoeker. In concreto betekent dit dat we de volgende vragen kunnen stellen bij deze systemen:

- Passen de gegeven namen, de gebruikte termen bij de (zoek-)termen die de informatiezoeker hanteert? Begrijpt de informatiezoeker de gebruikte termen, met name woorden in menu's en op knoppen? Weet de informatiezoeker welke informatie (type informatie én inhoud) hij kan verwachten als hij een bepaalde term ziet staan?
- Passen de manieren waarop door de informatie gebladerd en bewogen kan worden bij wat de informatiezoeker verwacht en/of als vanzelfsprekend ervaart? Krijgt en houdt de informatiezoeker het gevoel dat hij weet wat hij aan het doen is terwijl hij navigeert, zonder te verdwalen in het hele complex van informatie?
- Past de manier waarop gericht gezocht kan worden bij wat de informatiezoeker verwacht en vanzelfsprekend vindt? Heeft de informatiezoeker het idee als hij gericht zoekt (met een zoekmachine), hij inderdaad alle informatie gevonden heeft die relevant is voor de zoekvraag?

De aanbevelingen in dit rapport richten zich op het ontwerp van de volgende versie van het naamgevings-, navigatie- en zoekstelsel voor Overheid.nl en de Persoonlijke Internet Pagina. Uitgangspunt is de optimale ondersteuning van de informatiezoekers (vraagzijde).

2.3. Zoeken naar informatie: de zoekvraag

Zoeken naar informatie is een proces waarbij een informatiezoeker een informatiebehoefte constateert en dan doelgericht informatiebronnen identificeert, selecteert en ermee interacteert². Informatiezoekers, bijvoorbeeld burgers of ondernemers, zoeken over het algemeen niet naar overheidsinformatie 'om te weten', maar 'om iets voor elkaar te krijgen'. Ze zoeken vanuit een bepaald doel of belang, dat in een bepaalde context ontstaat of ontstaan is, en dat zich vertaalt in een vraag of probleem. Die vraag of dat probleem wordt hier verder aangeduid als de zoekvraag.

In een onderzoek naar zoekgedrag in bibliotheken, onderscheidt Xie (2002) vier hiërarchisch geordende doelen voor zoekacties, vanuit het perspectief van de informatiezoeker.

- Lange-termijn doelen, bijvoorbeeld een afwisselende, goedbetaalde baan hebben, op een fijne plek wonen.
- Taakgerelateerde zoekdoelen, bijvoorbeeld uitzoeken welke banen beschikbaar zijn, wat het inhoudt om zelf een huis te laten bouwen.
- Specifieke zoekdoelen: de zoekresultaten die de zoeker hoopt te vinden, bijvoorbeeld een overzicht van vacatures in een bepaalde regio, of een procedure voor zelfbouwers.
- *Interactive intentions*: tussendoelen die de zoeker zich tijdens het zoekproces stelt om het specifieke zoekdoel te realiseren. Ze worden interactief genoemd omdat ze ontstaan en nagestreefd worden in de interactie met het informatiesysteem. Een voorbeeld van een tussendoel is 'bepalen of de

informatie op mijn situatie van toepassing is' of 'evalueren of de gevonden informatie overlapt met eerder gevonden informatie'.

De taakgerichte en specifieke zoekdoelen van de informatiezoekende burgers zijn richtinggevend bij het ontwerp van Overheid.nl. Om te zorgen dat de informatiezoeker die doelen kan realiseren, moet de site ondersteuning bieden bij het stellen en realiseren van de daarvoor benodigde tussendoelen. De zoekdoelen worden vertaald in een zoekvraag.

Informatiebehoeften leiden tot zoekdoelen, die vervolgens omgezet worden in zoekvragen.

² Niet elke informatiebehoefte leidt tot daadwerkelijk zoekgedrag. Men kan ook besluiten niet aan de gevoelde behoefte aan informatie te voldoen (de behoefte negeren) of te vertrouwen op al aanwezige kennis en daarmee aan de informatiebehoefte voldoen (Choo, Detlor & Turnbull, 2000). Maar in dit onderzoek gaan we uit van informatiezoekers, met andere woorden mensen die daadwerkelijk op zoek gaan naar overheidsinformatie.

Het antwoord op de zoekvraag wordt in dit geval gezocht bij de overheid. Informatiezoekers verwachten de overheidsinformatie nodig te hebben om een beslissing te nemen, een actie te ondernemen, toegang tot een overheidsdienst of – product te krijgen en/of een transactie met de overheid te verrichten. Zoekvragen naar overheidsinformatie worden soms opgeroepen door gebeurtenissen of veranderingen in de situatie van de informatiezoeker, bijvoorbeeld het bereiken van een bepaalde leeftijd, een verandering van baan, of het kopen van een auto. Maar vaak worden de zoekvragen ook opgeroepen door initiatieven van de zijde van de overheid, met name door nieuwe of veranderende beleidsvoornemens, regels en procedures. Recente voorbeelden van zulke opgeroepen zoekvragen zijn de invoering van de identificatieplicht, de gewijzigde administratieve afhandeling van de huursubsidie en de stelselwijziging in de gezondheidszorg. Door de overheid opgeroepen zoekvragen gaan vaak samen met voorlichtingscampagnes waarbij burgers en ondernemers op het hart gedrukt wordt dat ze moeten zorgen dat ze goed geïnformeerd raken, zonder dat voor hen duidelijk is welke zoekvraag er dan precies beantwoord dient te worden.

Adequate formulering van een zoekvraag, en dus het zoeksucces van de informatiezoeker, wordt bepaald door:

- de reden waarom men op zoek is naar informatie (context);
- de kennis die men heeft over het onderwerp waarover informatie wordt gezocht;
- de kennis die men heeft over (overheids-)informatiebronnen.

Afhankelijk van deze karakteristieken van de zoekvraag in zijn context, kiest een informatiezoeker een bepaalde zoekstrategie. ‘Slimme’ informatiezoekers hebben een duidelijk beeld van de context van hun zoekvraag, beschikken over veel voorkennis over het onderwerp, hebben overzicht over beschikbare en geschikte informatiebronnen en kunnen kiezen uit een scala van zoekstrategieën.

Informatie zoeken en informatiegebruik wordt wel aangeduid als ‘situated action’: de manier waarop het zoekproces zich ontwikkelt hangt af van veranderingen in de zoeksituatie, bijvoorbeeld de informatie die gaandeweg gevonden wordt. De zoekvraag kan bijvoorbeeld verder toegespitst worden of de gevonden informatie leidt tot een heel nieuwe zoekvraag (Choo, Detlor & Turnbull, 2000).

Zoekvragen ontstaan in een door de informatiezoeker bepaalde en geïnterpreteerde context. Het succes van zoekacties kan vergroot worden als het systeem de informatie presenteert in een context die overeenkomt met de context van de informatiezoeker.
--

2.4. Complexe zoekvragen

In de meeste gevallen is de zoekvraag niet met een kort, eenduidig antwoord te beantwoorden. Het betreft over het algemeen complexe zoeksituaties. Een voorbeeld van een niet-complexe, gesloten vraag is: wanneer zijn de schoolvakanties in regio Noord in het schooljaar 2005-2006? Helaas zijn de meeste zoekvragen naar overheidsinformatie niet zo eenvoudig. Een voorbeeld van een complexe vraag is: wat zijn de consequenties van de levensloopregeling voor het moment waarop ik kan stoppen met werken?

Complexe zoeksituaties kunnen als volgt gekarakteriseerd worden:

- Het startpunt is een open vraag.
- Er is meer dan één 'goed' antwoord of adequate oplossing.
- De zoekvraag komt voort vanuit een bepaalde context. De informatiezoeker moet steeds evalueren of de gevonden informatie inderdaad van toepassing is op zijn eigen (interpretatie van de) context.
- De zoekvraag is een stap in een proces dat vaak op zich al gecompliceerd is en tal van subprocessen bevat. Deze subprocessen moeten bij meer dan één instantie of overheidsinstelling afgehandeld worden.
- Er zijn verschillende zoekstrategieën nodig, die vaak ook nog uitgevoerd moeten worden in verschillende informatiebronnen.
- De informatiezoeker moet informatie uit meerdere bronnen met elkaar combineren om tot een adequaat antwoord te komen.
- De gezochte informatie is dynamisch en verandert in de loop der tijd.

De complexiteit van de zoekvraag houdt in dat de informatiezoeker niet alleen de informatie dient te vinden, maar ook steeds moet beoordelen of wat hij vindt inderdaad van toepassing is op zijn eigen situatie. Daar waar een (trans-)actie uitgevoerd wordt, moet de zoeker ook steeds kunnen vaststellen of de actie inderdaad voltrokken is. Het bepalen van de adequaatheid van de gevonden informatie bij een bepaalde zoekvraag is dus méér dan alleen het constateren dat het antwoord op de zoekvraag gevonden is. Het houdt ook in dat de informatiezoeker beoordeelt of het gevonden antwoord past bij wat hij wilde weten, past bij het soort probleem dat hij wilde oplossen, iets toevoegt aan zijn al aanwezige kennis, past bij wat hij verwachtte te vinden en past bij de wijze waarop hij de gevonden informatie denkt te gebruiken (Albers, 2004; Choo et al, 2000). Kortom: zoeken is niet makkelijk, en weten of je gevonden hebt wat je zoekt is een deel van de moeilijkheid.

De gevonden informatie moet niet alleen inhoudelijk passen bij de zoekvraag, maar de informatiezoeker ook ondersteunen bij het toepassen en evalueren van de informatie in de eigen context.
--

De informatie moet in een context gepresenteerd worden. Informatie-elementen kunnen een rol spelen in verschillende contexten. Bijvoorbeeld: informatie over een

speciale parkeerkaart voor mensen met een motorische handicap moet niet alleen getoond worden onder Parkeervergunningen maar ook onder Voorzieningen voor mensen met een handicap.

Er moet in Overheid.nl gestreefd worden naar redundantie: in elke context waar de informatie relevant is, moet deze informatie ook getoond worden.

2.5. Zoekstrategieën

De zoekstrategie is het geheel van door de informatiezoeker ondernomen stappen om tot een antwoord op zijn zoekvraag te komen. Een zoekstrategie omvat vaak meerdere stappen, waarbij gebruik gemaakt kan worden van verschillende navigatiemiddelen. In een onderzoek van Koopmans en Van Meel (2002) onder 38 professionele gebruikers van onderzoeksinformatie werden de volgende stappen onderscheiden.

Vormen van gericht zoeken:

1. Via een generieke zoekmachine zoals Google zoeken op trefwoord; elk mogelijk woord kan dienen als trefwoord. Vrijwel elk woord zal ook daadwerkelijk treffers genereren, maar de meeste treffers zijn niet relevant voor de zoekvraag.
2. Via een zoekmachine binnen een portal zoeken op trefwoord. Elk mogelijk woord kan in principe dienen als trefwoord, maar niet elk woord zal ook treffers genereren.
3. Via een zoekmachine binnen een portal zoeken op (geïndexeerde) zoekterm; een corpus van zoektermen is beschikbaar in een thesaurus.
4. Via de sitemap zoeken op informatie; de sitemap geeft een hiërarchisch overzicht van de thema's waarover informatie beschikbaar is en de manier waarop deze geordend zijn.
5. Menugestuurd zoeken op inhoud; de menu-items geven een hiërarchisch overzicht van thema's waarover informatie beschikbaar is.

Vormen van ongericht zoeken:

6. Grasduinen (browsen) of ongericht zoeken; via een proces van trial and error (rondkijken in de site) uitproberen of er informatie voorhanden is die past bij de zoekvraag.
7. Sneeuwbalmethode: via een interessant beginpunt doorzoeken, waarbij de informatiezoeker via links doorverwezen wordt naar meer specifieke relevante informatie.

Gepersonaliseerd zoeken:

8. Zoeken met 'intelligent agents' of gepersonaliseerde zoekinterfaces; de agent voert zoekacties uit op grond van parameters (zoekinstructies) die de informatiezoeker opgesteld heeft. De agent voert een relevantiebeoordeling uit op de informatie op grond van wat bekend is over de persoonlijke (zoek-)situatie van de informatiezoeker en presenteert informatie op grond van veronderstelde relevantie.

In het onderzoek van Koopmans & Van Meel blijken informatiezoekers met weinig achtergrondkennis over de context, het onderwerp en beschikbare informatiebronnen hun toevlucht te nemen tot zoeken via trefwoorden (in een zoekmachine) of grasduinen (*browse*) in de informatieomgeving totdat ze relevante informatie tegenkomen. In feite wordt de zoekactie gebruikt om de zoekvraag aan te scherpen met trefwoorden die worden aangetroffen. Bij het zoeken op trefwoord, typen zelfs deze ervaren informatiezoekers meestal slechts één woord in de zoekmachine in. Er wordt weinig gebruik gemaakt van geavanceerde zoekopties.

Als de informatiezoeker meer kennis heeft over context, onderwerp en beschikbare bronnen, gaat de voorkeur uit naar zoeken met geïndexeerde zoektermen, thesauri of via menustructuren en sitemaps. Deze middelen geven de zoekterm in een hiërarchische context weer, die richting geeft aan het zoekproces.

Alleen als de informatiezoeker heel precies weet wat er gezocht wordt, is zoeken met een algemene zoekmachine weer zinnig, omdat het aantal treffers dan beperkt blijft en de informatiezoeker genoeg kennis van zaken heeft om de kwaliteit van de treffers te beoordelen.

Informatiezoekers gebruiken verschillende zoekstrategieën voor verschillende zoekvragen. Er moeten dus verschillende manieren van zoeken ondersteund worden. Hiermee wordt ook (enigszins) tegemoet gekomen aan onderlinge verschillen tussen informatiezoekers. De zoekstrategie ontwikkelt zich tijdens het zoekproces en wordt aangepast op grond van wat er gevonden wordt.

Hargittai (2003) rapporteert een onderzoek waarbij de online zoekacties van 97 "doorsnee burgers" die op zoek waren naar belastingformulieren van de Amerikaanse overheid werden geobserveerd en geanalyseerd. 93 % van de respondenten slaagden erin de formulieren te vinden, echter met grote onderlinge verschillen in de tijd die ze nodig hadden om de formulieren te vinden. Van de respondenten begon 60% de zoekacties met termen intypen in een algemene zoekmachine, 40% typte een specifieke URL in. De groep die direct naar een webadres probeerde te gaan, had meer tijd nodig om de zoekactie af te ronden dan de groep die met een zoekmachine zocht. Dit verschil werd veroorzaakt door 'net niet correcte' URL's die de informatiezoekers lieten verdwalen in een woud van

commerciële sites die hun voordeel doen met de bekendheid van de site van de Amerikaanse belastingdienst.

Gezien het intensieve gebruik van zoekmachines, moeten instanties die toegang bieden tot overheidsinformatie, inclusief Overheid.nl, ervoor zorgen dat ze hoog eindigen bij zoekacties in Google, ook als de ingevoerde trefwoorden afwijken van de gangbare ambtelijke terminologie.

Van interne zoekmachines in sites zullen informatiezoekers verwachten dat ze werken als Google en er zelfs uitzien als Google. Die veelgebruikte zoekmachine is het referentiepunt voor elke andere zoekmachine.

3. NAVIGATIESYSTEMEN IN DE PRAKTIJK

3.1. Inleiding

Een van de doelen van het onderzoek is het onderbouwen van keuzes met betrekking tot het navigatiesysteem op Overheid.nl. Daarom is er een globale analyse gemaakt van navigatiesystemen op een aantal referentiesites.

Een navigatiesysteem is het geheel van navigatiemiddelen waarmee de gebruiker zich kan oriënteren op de inhoud van de site en de middelen waarmee hij een weg kan vinden door de site naar de gewenste informatie (weten waar je bent, weten waar je van hier heen kunt gaan en weten waar je vandaan bent gekomen). Voor de inventarisatie is alleen gekeken naar die navigatiemiddelen die op of via de homepage beschikbaar waren.

Er is bekeken welke navigatiesystemen worden aangeboden op twee categorieën sites:

1. Buitenlandse overheidssites met een portalfunctie.
2. Sites van niet-overheidsorganisaties die zich richten op een breed publiek.

In tabel 3.1 staat een overzicht van de geanalyseerde websites. Het gaat hier om 21 organisaties die zich richten op het algemene publiek, en die veel informatie bevatten. Getracht is een spreiding te bewerkstelligen over de verschillende gebruikelijke themacategorieën (zoals bijvoorbeeld in Kuys, 2005). Daarnaast zijn negen buitenlandse overheidswebsites bekeken. Gekozen is voor websites van overheden met een enigszins vergelijkbare staatsinrichting.

Tabel 3.1 Lijst van referentiesites en hun URL's.

Categorie	Website
Algemeen	www.consumentenbond.nl
	www.belastingdienst.nl
Wonen en omgeving	www.funda.nl
	www.domijn.nl
Werken en inkomen	www.cwinet.nl
	www.randstad.nl/content/werknemer/home/
Familie en gezin	www.oudersonline.nl
	www.notaris.nl/main.asp
Onderwijs studie/ opleiding	www.ib-groep.nl
	www.kennisnet.nl
Verkeer en vervoer	www.anwb.nl
	www.ns.nl

Categorie	Website
Zorg en gezondheid	www.menzis.nl www.agisweb.nl www.vgz.nl
Vrije tijd, cultuur en sport	www.tui.nl www.ticket-service.nl www.vacanselect.nl www.vvv.nl
Bestuur, recht orde en veiligheid	www.politie.nl www.postbus51.nl
UK	www.direct.gov.uk
Australië	www.australia.gov.au/
Canada	canada.gc.ca/main_e.html
België	www.vlaanderen.be www.wallonie.be
Duitsland	www.deutschland.de/home.php
Frankrijk	www.premier-ministre.gouv.fr/fr/
USA	www.us.gov/
Zweden	www.sweden.gov.se/

3.2. Navigatiesystemen en –middelen.

Alle geanalyseerde sites beschikken over een navigatiesysteem dat bestaat uit een combinatie van meerdere middelen. De navigatiemiddelen die zijn aangetroffen op de 30 websites staan in volgorde van frequentie in tabel 3.2

Navigatie op thema, de zoekmachine, navigatie op actualiteiten en navigatie op doelgroep zijn duidelijk de meest gebruikte middelen in de geanalyseerde sites. Het aantal ingezette middelen per site loopt uiteen. Het minimum is drie. VGZ Zorgverzekeringen biedt bijvoorbeeld een ingang op doelgroepen, een thematische indeling en een inhoudsopgave in de vorm van een balk met uitklapmenu's. De Canadese overheid biedt maar liefst zeven navigatiemiddelen aan: een ingang op doelgroepen, op instantie, op actualiteiten, een zoekmachine, een sitemap, een lijst Frequently Asked Questions en een index.

Niet alle navigatiemiddelen worden even prominent gepresenteerd op de website. Vaak is er een 'hoofdnavigatiemiddel', gecombineerd met andere, minder opvallend aanwezige middelen. In tabel 3.3 is per website vermeld welk navigatiemiddel het meest prominent op de homepage wordt gepresenteerd (zie de laatste kolom). Voor een volledig overzicht van navigatiemiddelen per website zie bijlage 7. Als hoofdnavigatiemiddel komen drie typen het meest frequent naar voren: Actualiteiten (10x), Thema (9x) en Doelgroep (8x). In drie gevallen neemt de zoekmachine de meest prominente plaats in op de site.

Tabel 3.2 Navigatiemiddelen in de dertig geanalyseerde sites

	Navigatiemiddel	Aantal Websites (<i>n</i> =30)
1.	Navigatie op thema	28
2.	Zoekmachine	27
3.	Navigatie op actualiteiten	23
4.	Navigatie op doelgroep	17
5.	Navigatie op instantienaam	8
6.	Sitemap	4
7.	Inhoudsopgave	4
8.	FAQ (veel / meestgestelde vragen)	3
9.	Navigatie op levensmomenten	2
10.	Index	2
11.	Breadcrumbs (linkpad is zichtbaar)	2
12.	Random selectie (Greep uit het aanbod)	2
13.	Navigatie op geografie / regio	1
14.	Navigatie op chronologie	1
15.	Wizard (Zoekhulp mbv dialoogvensters)	1

De hoge score van actualiteiten als navigatiemiddel is opvallend. Het lijkt erop dat veel site-ontwerpers de actuele ingangen prominent op de site plaatsen om die een dynamisch uiterlijk/karakter te geven. Veel sitebeheerders hopen zo waarschijnlijk herhaalde bezoeken te stimuleren. Overigens zegt het feit dat een bepaald middel het meest prominent wordt gepresenteerd niet veel over de reikwijdte van dat middel. Een lijst met actuele onderwerpen biedt doorgaans slechts toegang tot een beperkt deel van de site. Daarom wordt zo'n middel in de regel gecombineerd met bijvoorbeeld een thematische ingang, die door de hiërarchische structuur meer mogelijkheden biedt om een grotere hoeveelheid onderwerpen in onder te brengen.

De thematische benadering is het meest geschikt voor het ordenen van grote hoeveelheden informatie, en het is daardoor begrijpelijk dat deze populair is.

De doelgroepbenadering wordt eveneens vaak toegepast. Op acht sites is het het meest prominente navigatiemiddel, en op nog negen andere sites wordt navigeren op doelgroep ondersteund. De uitwerking is echter lang niet altijd even uitgebreid: soms blijft het bij een keuzemogelijkheid tussen twee doelgroepen/situaties.

Tabel 3.3 Uitwerking van de navigatiemiddelen op 30 referentiesites

Populaire publiekssites	<u>Thema</u>	<u>Doelgroep</u>	<u>Actualiteiten</u>	<u>Zoekmachine</u>	Meest prominente navigatiesysteem op de hoofdpagina
Agis zorgverzekeringen		++	+	o	Doelgroepen
ANWB	+		++	o	Actualiteiten
Belastingdienst	++	+	o	o	Thematisch
Centrum voor Werk en Inkomen	+	+	o	o	Doelgroepen
Consumentenbond	++		+	o	Thematisch
Informatie Beheer Groep	++	+	+		Actualiteiten
Kennisnet		++	+	o	Doelgroepen
Koninklijke Notariële Broederschap	++	+		o	Actualiteiten
Menzis zorgverzekeringen	++	+		o	Thematisch
Nederlandse Spoorwegen		o	++	+	Actualiteiten
Funda.nl	o			++	Zoekmachine
OudersOnline	++		+	o	Thematisch
Politie	o		+	o	Actualiteiten
Postbus51.nl	+		o	o	Thematisch
Randstad Uitzendbureau	++		+		Thematisch
Ticketservice	o		+	+	Actualiteiten
Travel Unie International	+		++	++	Zoekmachine
Vacanselect	+			++	Zoekmachine
VGZ zorgverzekeringen	++	+			Doelgroepen
VVV	++	o	++		Actualiteiten
Woningbouwvereniging Domijn	++	+	o	o	Thematisch
Buitenlandse overheidssites					
Australië	+	++	+	o	Doelgroepen
België: Vlaamse overheid	++		++	o	Actualiteiten
België: Waalse overheid	+	++	o	o	Doelgroepen
Canada		+	+	o	Doelgroepen
Duitsland	++		o	o	Thematisch
Frankrijk	++		+	o	Actualiteiten
Verenigd Koninkrijk	++	+	+	o	Thematisch
Verenigde Staten	++	+		o	Doelgroepen
Zweden	++		+	o	Actualiteiten

Toelichting: ++ = Zeer uitgebreid ondersteund
+ = Uitgebreid ondersteund
o = Beperkt ondersteund

De zoekmachine is veelgebruikt, maar doorgaans in rudimentaire vorm: invoervak-plus-knop. Een enkele site maakt er meer werk van (m.n. funda, NS, TUI, Vacanselect, Ticketservice). Het betreft hier sites met als hoofdfunctie het bieden van een online productcatalogus, of naslagwerk (NS), die zonder gebruikersinput moeilijk te ontsluiten is (door de omvang van het aanbod, en de variëteit aan voorkeuren van gebruikers).

Een indeling in levensmomenten is vanuit het ICTU geopperd als mogelijk navigatiemiddel. In de onderzochte websites komt levensmomenten als ingang vrijwel niet voor. Slechts 2 websites hanteren dit middel op de homepage, en zelfs daar vormt het een onderdeel van een in hoofdzaak thematische bepaalde indeling. Oudersonline bijvoorbeeld heeft een menu met daarin een aantal 'Levensmomenten' in de ontwikkeling van een kind: "zwanger worden", "zwangerschap en bevalling", "babytijd", "dreumestijd", "peutertijd" enzovoorts. Deze staan echter in een rijtje waarin ook thematische ingangen voorkomen als "gezondheid", "voeding", "groei en ontwikkeling", "taal" enzovoorts. In de volgende paragraaf worden de vier meest gebruikte navigatiemiddelen nader geanalyseerd.

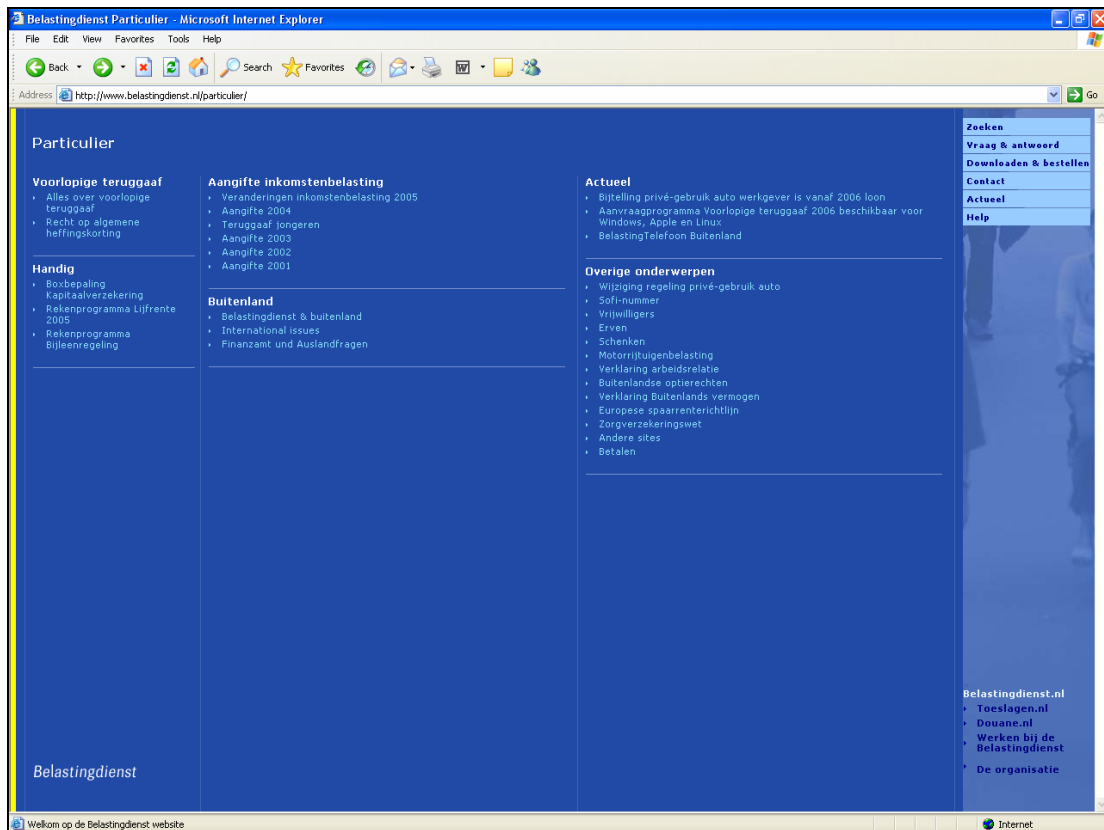
Alle geanalyseerde sites beschikken over een navigatiesysteem dat bestaat uit een combinatie van meerdere middelen. Navigatie op thema, de zoekmachine, navigatie op actualiteiten en navigatie op doelgroep zijn de meest gebruikte middelen.

3.3. Uitwerking van de meestgebruikte navigatiemiddelen

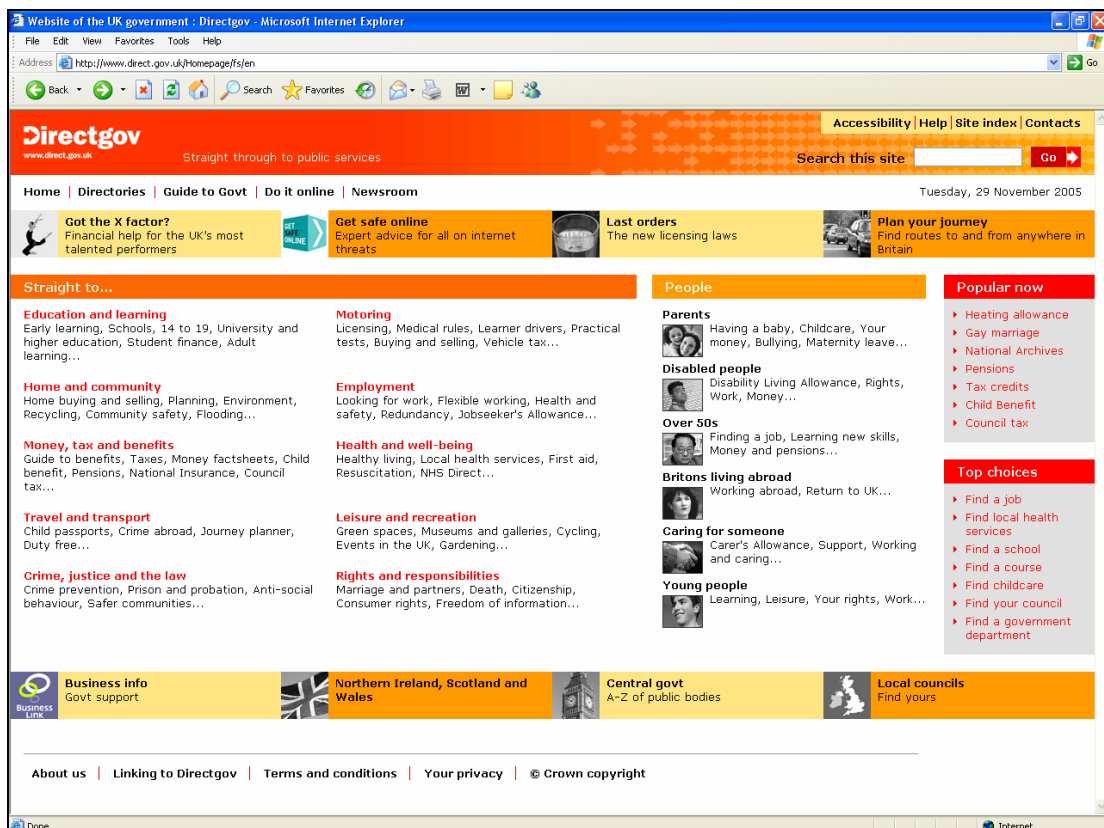
Er zijn behoorlijke verschillen in de wijze waarop deze belangrijkste navigatiemiddelen per site zijn uitgewerkt en vormgegeven. In tabel 3.3 is een globaal oordeel weergegeven over de mate waarin elk van de middelen per site is uitgewerkt. Hieronder zullen we toelichten op welke belangrijke punten de sites onderling verschillen in hun uitwerking van de navigatiemiddelen.

Navigatie op thema

Navigatie op thema is het populairste navigatiemiddel. Het is de 'klassieke' benadering van de portalsite. In de eenvoudigste opzet levert dat een tamelijk zakelijke, droge website op gevuld met rijtjes links, onderverdeeld in thematische categorieën. Een voorbeeld is de website van de Belastingdienst (figuur 3.1). Deze benadering lijkt met name geschikt als de informatiezoeker precies weet wat hij/zij zoekt. Buiten de links om is er weinig hulp of extra informatie te vinden op de pagina. De links zelf zijn grotendeels geformuleerd als korte trefwoorden. Een voorbeeld van een iets meer aangekleed thematisch navigatiemiddel is te vinden op de portalwebsite van de Britse overheid (figuur 3.2). Hier zien we onder elke categorietitel de eerste links binnen die categorie vermeld staan. Dit geeft de gebruiker een beeld van de inhoud van de categorieën. Een andere manier om hetzelfde effect te bereiken is om te werken met uitklapmenu's. Dit heeft als voordeel dat de thema's minder ruimte innemen op de pagina, zodat een aantrekkelijkere opmaak mogelijk wordt met meer ruimte voor actualiteiten of illustraties.



Figuur 3.1 Website van de Belastingdienst: navigeren op thema

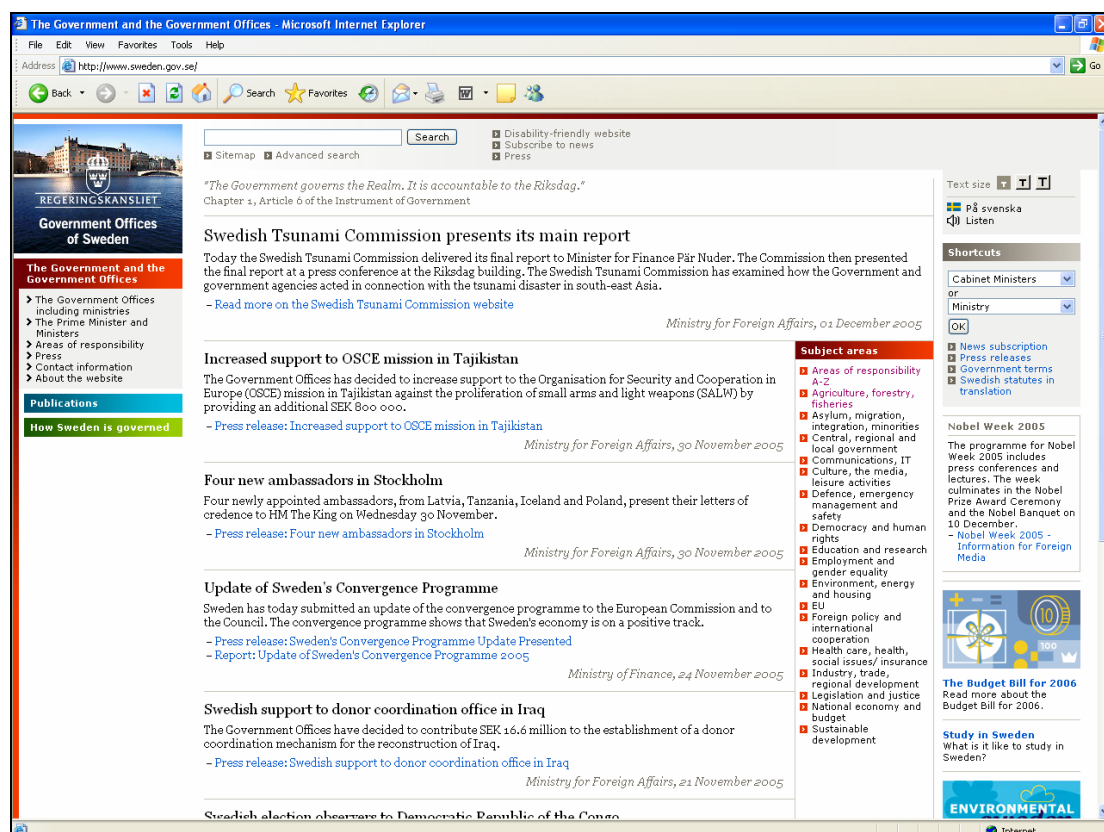


Figuur 3.2 Britse overheidssite. Navigeren op thema, met contextinformatie

Dat de informatiezoeker een beeld heeft van de inhoud van de categorieën is van groot belang bij het thematisch navigeren. Hij/zij moet kunnen inschatten onder welke thema's de door hem/haar gezochte informatie is te vinden. Hoe meer contextinformatie de gebruiker rondom de thema's en categorieën krijgt hoe beter deze inschatting kan worden gemaakt. Het rijtje links onder elk thema in figuur 3.2 geeft dergelijke informatie. Ook van belang is het om de naamgeving van de thema's te laten aansluiten bij de door de gebruiker gehanteerde termen.

Navigatie op actualiteiten

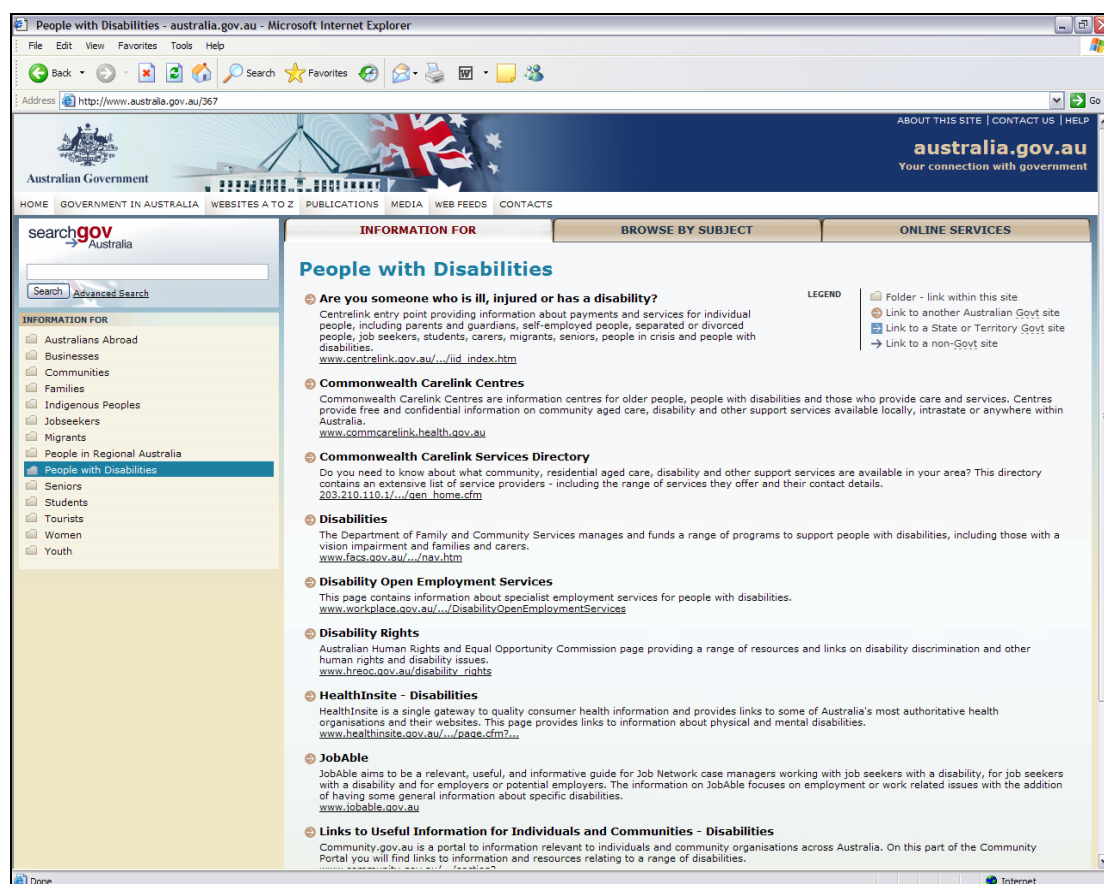
Er zijn meerdere manieren om de navigatie actualiteiten vorm te geven. Een eerste onderscheid dat kan worden gemaakt is een onderscheid naar type actualiteit. Sommige sites bieden alleen 'hot news', echte nieuwsberichten. Een voorbeeld hiervan is de website van de Zweedse overheid (Figuur 3.3). Andere sites bieden vooral links naar actuele onderwerpen. Deze laatste categorie is minder aan directe actualiteit gebonden, en kan wat langer op de site blijven staan. Er bestaan ook varianten. De eerder genoemde site van de Britse overheid biedt onder de noemer "popular now" een lijstje met onderwerpen die op dit moment in trek zijn. De Waalse overheid biedt een agenda aan met actuele gebeurtenissen.



Figuur 3.3 De website van de Zweedse overheid: navigeren op actualiteiten

Vanuit het oogpunt van gebruikersvriendelijkheid is het de vraag of navigeren op actualiteit voorziet in een daadwerkelijke behoefte van de gebruiker. Vaak lijkt dit middel voor de beheerder van de site vooral een mooi platform voor zijn eigen

boodschappen. Gebruikers zijn echter niet primair geïnteresseerd in wat de overheidsorganisatie allemaal aan nieuws te melden heeft. Ze zijn op zoek naar antwoord op hun persoonlijke vraag. Actualiteiten zijn dan ook alleen dan een goed middel als de actuele onderwerpen overeenkomen met thema's waarover op dat moment veel vragen bestaan onder de doelgroep. Uit dit rapport blijkt dat veel gebruikers vanuit een actuele aanleiding een overheidswebsite bezoeken, bijvoorbeeld om informatie te verzamelen over een nieuwe wet of regeling. Vanuit die optiek is het dus wel zinvol om dergelijke onderwerpen een prominente plaats te geven op de website. Dat hoeft echter niet onder de noemer "nieuws". Het is maar de vraag of de informatiezoeker dergelijke informatie onder die noemer verwacht.



Figuur 3.4 Australische overheid. Navigeren op doelgroep: gehandicaptten.

Navigatie op doelgroep

In beginsel is het idee om de informatie op een website toe te snijden doelgroepen goed, en in overeenstemming met alle communicatiehandboeken. Anderzijds is het idee om de totale gebruikersgroep in segmenten te verdelen juist bij het medium internet niet noodzakelijkerwijs verstandig. Internet biedt in theorie de mogelijkheid om informatie toe te snijden op individuele behoeften. Een navigatiesysteem zou daar dan ook zoveel mogelijk op moeten zijn gericht. Het bieden van doelgroepingen is echter alleen zinvol als:

1. De bewuste doelgroep zich herkent in de omschrijving;

2. Er sprake is van een specifieke informatiebehoefte die verband houdt met het behoren bij deze doelgroep;
3. Er een specifiek op deze doelgroep toegesneden aanbod aan informatie is.

In de geanalyseerde websites zijn verschillende gradaties van doelgroepsegmentatie te zien. De Australische overheid bijvoorbeeld onderscheidt maar liefst 14 doelgroepen. Zorgverzekeraar VGZ onderscheidt daarentegen slechts twee doelgroepen: VGZ Zakelijk en VGZ Thuis. De meeste overheden beperken zich ook tot drie of vier doelgroepen. Een overzicht van de onderscheiden doelgroepen op de overheidssites staat in tabel 3.4.

Tabel 3.4 Doelgroepindelingen op overheidsportalsites

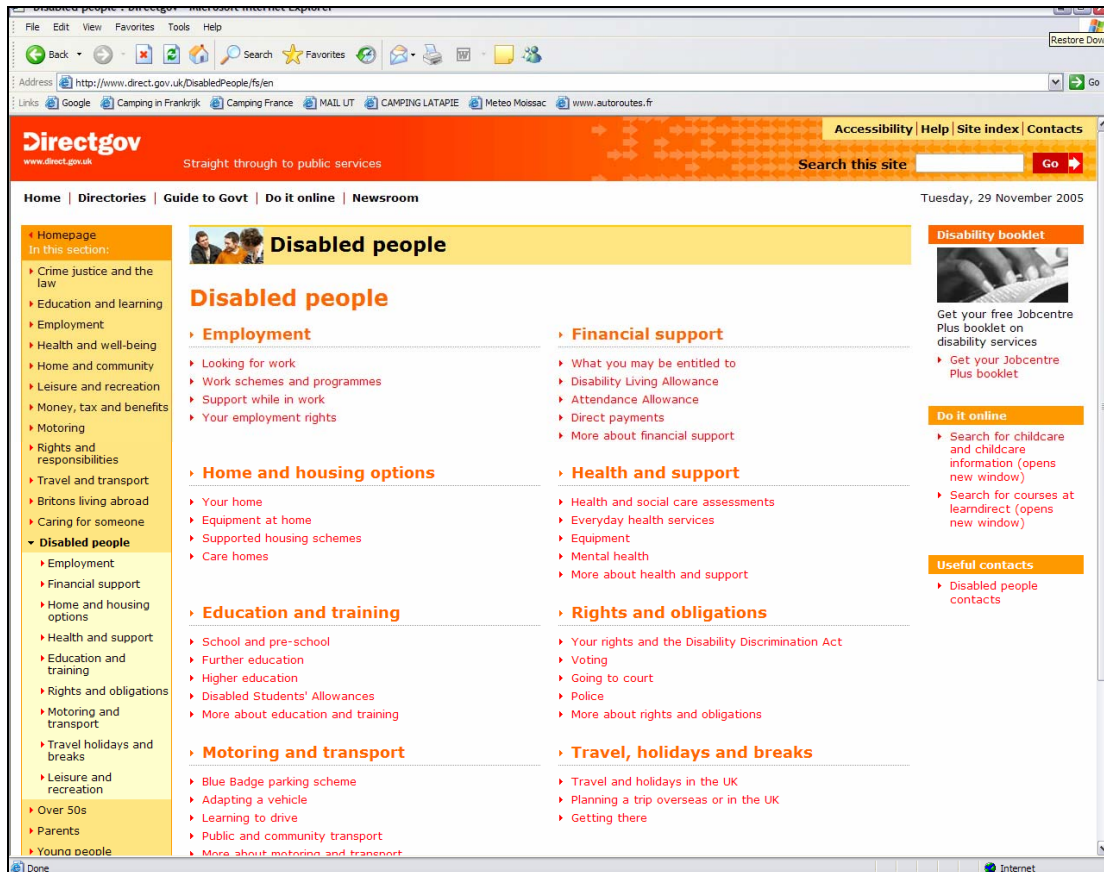
Land	Onderscheiden doelgroepen
Groot Britannië	Parents / Disabled / Over 50s / Britons abroad / 'Caring for someone' / Young people
Australië	Australians Abroad / Businesses / Communities / Families / Indigenous Peoples / Jobseekers / Migrants / People in Regional Australia / People with Disabilities / Seniors / Students / Tourists / Women / Youth
Canada	Canadians and residents / Non Canadians / Canadian Business
België (Wallonië)	Burgers, Bedrijven, Toeristen
USA	Citizens / Businesses and non profits / Federal employees / Govt to govt

Op de Australische website is er voor elk van deze doelgroepen een pagina met links naar websites die informatie bieden voor leden van de doelgroep. Goed hieraan is dat bij elk van die links een toelichting wordt gegeven. Minder sterk is dat de lijst links niet geordend of gestructureerd is (Figuur 3.4). Als men op thema navigeert, treft men op de site overigens wel links aan naar informatie over dat thema voor bepaalde doelgroepen.

De Britse overheid onderscheidt wat minder doelgroepen, maar werkt de informatie voor elke doelgroep wel verder uit (Figuur 3.5). Voor elke doelgroep is er een pagina met gecategoriseerde links. Deze links brengen de gebruiker op een pagina met verder verwijzingen met per link een toelichting. Ook worden indien relevant verwijzingen gegeven naar algemene informatiepagina's die niet specifiek op de doelgroep zijn gericht.

Navigatie met behulp van een zoekmachine

De zoekmachine is op vrijwel elke site aanwezig. In vrijwel alle gevallen zijn ze van de vorm tekstvak + zoekknop (Figuur 3.6). Soms is er een mogelijkheid om een advanced search te doen. De zoekmachine is (terecht) een standaard onderdeel van dit type websites.



Figuur 3.5 De Britse overheid. Navigeren op doelgroep: gehandicapten

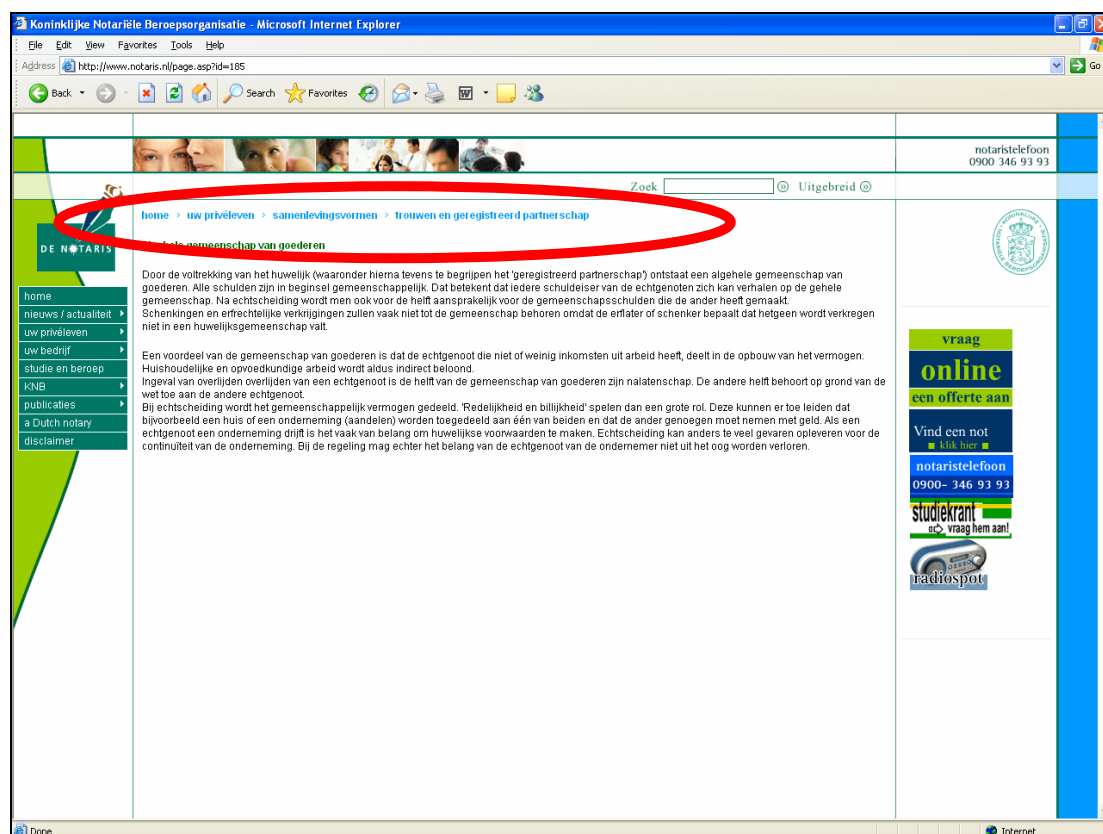


Figuur 3.6 Voorbeelden van zoekmachines van www.australia.gov.au, www.direct.gov.uk en www.belastingdienst.nl

Een enkele website biedt een uitgebreidere zoekfunctie op de homepage, maar dat is alleen zo als de aangeboden producten of diensten dat noodzakelijk of wenselijk maken. Het gaat concreet om de zoekmachines op de sites van reisaanbieders en

de Nederlandse Spoorwegen. De zoekfunctie is hier uitgebreider voor wat betreft het kunnen instellen en selecteren van zoekopties. De zoekmachines bestrijken echter niet de gehele site, maar slechts het productaanbod daarbinnen.

Er is in het kader van dit rapport geen onderzoek gedaan naar het functioneren van al deze zoekmachines. In hoofdstuk 4 bespreken we wel de bruikbaarheid van de algemene zoekmachine 'Google' en de zoekmachine van Overheid.nl.



Figuur 3.7 Website van de Koninklijke Notariële Broederschap, met Zoekpad

3.4. Hulpmiddelen gericht op oriëntatie binnen de site.

Bij het analyseren van de websites kwamen een aantal bruikbare ideeën naar voren voor het ondersteunen van de gebruiker bij het navigeren door een portalsite. Deze noemen we hier kort.

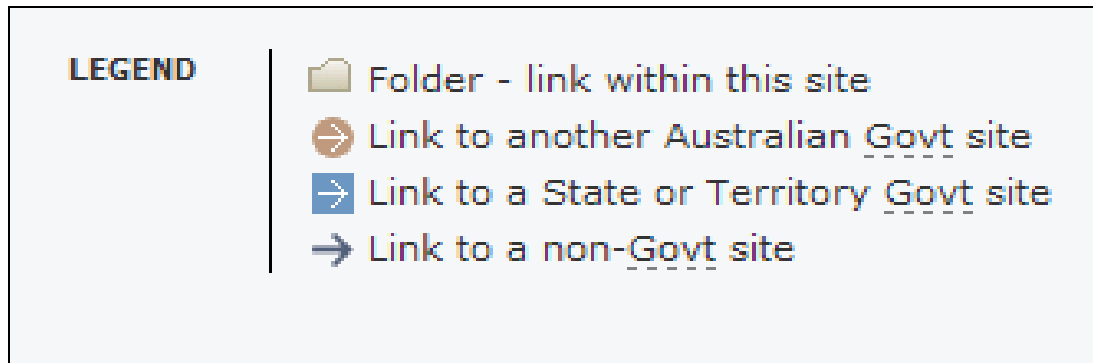
1) Zoekpad ('Breadcrumbs')

Op enkele sites is voortdurend in beeld te zien welk zoekpad men heeft gevolgd. Dit kan de gebruiker houvast en overzicht geven. In figuur 3.7 is dit te zien.

2) Aanduiding van de aard van links

Enkele websites geven informatie over de opgenomen links. Op de website van de Australische overheid wordt onderscheid gemaakt tussen vier soorten links (Figuur 3.8).

De Britse overheid geeft bij verwijzingen binnen haar website steeds aan naar welk deel van de website een link de gebruiker brengt.



Figuur 3.8 legenda van pictogrammen om de aard van links mee aan te geven (www.australia.gov.au)

3) Tabbladen voor verschillende navigatiemiddelen

Sommige websites maken gebruik van (virtuele) tabbladen voor verschillende navigatiemiddelen (zie bijvoorbeeld figuur 3.3). Dit biedt de gelegenheid om veel informatie te presenteren binnen het enkele kader van de hoofdpagina. De tabbladen kunnen ook worden gebruikt om meerdere navigatiesystemen op een pagina aan te bieden. Het voordeel is dat alle informatie en alle navigatiesystemen snel beschikbaar blijven.

Geen enkele site kiest voor het eenzijdig inzetten van één navigatiemiddel, en daar lijkt ook geen aanleiding toe. In een slimme opzet kunnen de verschillende middelen elkaar juist versterken. Thema's bieden de breedste dekking van onderwerpen, doelgroepen en levensmomenten kunnen op bepaalde subthema's een nuttige afbakening van informatie bewerkstelligen. Navigatie met behulp van actualiteiten kan een groot deel van de gebruikers snel naar de gewenste plaats brengen. Zoekmachines zijn er voor de gebruiker die een heel goed beeld heeft van wat hij nodig heeft.

4. INFORMATIEBEHOEFTE EN ZOEKSTRATEGIEËN

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een deel van de resultaten van het gebruikersonderzoek beschreven. De volgende drie onderzoeksvragen zullen beantwoord worden.

Wat voor informatie zoeken burgers?

In paragraaf 4.2 wordt beschreven naar welke informatie de respondenten recent op zoek zijn geweest.

Tot welke instanties wenden informatiezoekers zich en welke kanalen gebruiken informatiezoekers daarbij?

We hebben de respondenten niet alleen gevraagd naar wat voor een informatie ze op zoek zijn geweest, maar ook bij welke instanties ze gezocht hebben en via welk kanaal ze dat gedaan hebben. Ook hebben we de respondenten scenario's voorgelegd waarin een situatie werd beschreven waarin een burger op zoek moest naar overheidsinformatie. We hebben de respondenten gevraagd bij welke instantie en via welk kanaal zij, als ze zich in de beschreven situatie zouden bevinden, op zoek zouden gaan naar de gevraagde informatie. De antwoorden op deze vragen worden beschreven in paragraaf 4.3.

Welke strategieën gebruiken informatiezoekers?

In paragraaf 4.4 wordt beschreven welke zoekstrategieën de respondenten denken te gebruiken als ze zich in de situatie zouden bevinden die in de voorgelegde scenario's werd beschreven. Deze zoekstrategieën hebben we vergeleken met de zoekstrategieën die de respondenten in het onderzoek van Dialogic gebruikt hebben.

4.2. Gezochte informatie

In totaal werkten dertig respondenten mee aan het gebruikersonderzoek. Het enige selectie criterium voor deelname was dat zij in de voorafgaande drie maanden minstens eenmaal gezocht hadden naar overheidsinformatie op internet. De resultaten laten zien dat de respondenten naar uiteenlopende onderwerpen hebben gezocht. Sommige respondenten hadden een duidelijke, niet-complexe gesloten zoekvraag, zoals:

" Ik had een mutatieformulier nodig voor de zorg- en huurtoeslag".

Veel anderen keken wat meer vrijblijvend rond op het web. Zij hadden minder duidelijk geformuleerde, en vaak ook complexere zoekvragen. Enkele voorbeelden

van de omschrijvingen die deze respondenten geven van de informatie waarnaar ze hadden gezocht zijn:

“Zorgtoeslag. Hoe gaat het verder? Wat gaat het kosten? Wat krijg je precies? Huurtoeslag net zo eigenlijk.”

" Hoe kun je aan een kamer komen? Wat heb je er allemaal voor nodig? Hoe moet je dat allemaal gaan doen?"

“Ik zocht informatie bij het CWI, UWV, gemeente Enschede en de belastingdienst, want ik wilde een uitkering aanvragen.”

De onderwerpen waarvoor de respondenten informatie hebben gezocht, zijn onderverdeeld in vijf categorieën. Maar liefst tien van de dertig respondenten waren op zoek naar informatie over de huur- dan wel zorgtoeslag. De behoefte aan deze informatie is duidelijk opgeroepen door een initiatief van de zijde van de overheid. Op het moment van het onderzoek was de aanstaande invoering van de huur-, zorg- en kindertoeslag veel in het nieuws.

De informatiebehoefte van de andere informatiezoekers werd veroorzaakt door veranderingen in de situatie van de informatiezoekers zelf. Vijf respondenten zochten naar informatie die betrekking had op paspoorten, reisdocumenten, visa etc. Nog eens vier respondenten zochten naar informatie over school/studeren. Er waren drie respondenten die informatie hebben gezocht over werk en inkomsten. De informatie waarnaar de overige acht respondenten hebben gezocht, is ingedeeld in de categorie ‘Diversen’ (zie tabel 4.1).

De meeste respondenten gaven aan dat zij niet lang hoefden te zoeken naar het antwoord op hun eigen zoekvraag en dat zij tevreden waren met het gevonden antwoord. In tabel 4.1 wordt weergegeven op welke websites de respondenten hebben gezocht naar het antwoord op hun eigen zoekvraag. Daarbij komt niet elke zoekvraag aan de orde, maar worden de vijf hoofdcategorieën weergegeven.

Burgers zoeken naar allerlei verschillende soorten informatie. Relatief vaak wordt de informatiebehoefte opgeroepen door initiatieven van de zijde van de overheid, zoals veranderende regelgeving.

Tabel 4.1 Bezochte websites in de zoekactie

Onderwerp	Aantal respondenten	Naam website/ zoekmachine
Huur- en zorgtoeslag	10	3 x www.toeslagen.nl 2 x www.belastingdienst.nl 2 x www.enschede.nl 2 x www.vrom.nl 1 x www.belasting.nl 1 x www.belastingtoeslag.nl 1 x www.Overheid.nl 1 x www.toeslagenwet.nl 1 x www.zorgtoeslag.nl 1 x Google
Internationale aangelegenheden	5	2 x www.enschede.nl 1 x loket.enschede.nl 1 x www.overheid.nl 1 x website van het ministerie 1 x Google
School/studeren	4	2 x Google 1 x www.belastingdienst.nl 1 x www.ib-groep.nl 1 x loket.enschede.nl 1 x www.schoolweb.nl
Werk/inkomen	3	1 x www.belastingdienst.nl 1 x www.cwi.nl 1 x www.kvk.nl 1 x www.uvw.nl 1 x www.werk.nl
Diversen	8	2 x www.belastingdienst.nl 2 x www.gemeenteenschede.nl 2 x Google 1 x www.best.nl 1 x www.bodemplus.nl 1 x www.dinkelland.nl 1 x www.enschede.nl 1 x www.lnv.nl 1 x www.oosterwijk.nl 1 x www.rijnwade.nl 1 x www.senternovem.nl 1 x www.vrom.nl

Uit tabel 4.1 blijkt dat www.overheid.nl bij de respondenten nog niet veel bekendheid geniet, zeker niet gezien het feit dat specifiek gevraagd werd naar een situatie waarin zij op zoek waren gegaan naar *overheidsinformatie*. De sites van de Belastingdienst en de Gemeente Enschede worden het vaakst genoemd. Geconcludeerd kan worden dat het niet alleen belangrijk is om een vraaggerichte structuur voor Overheid.nl te ontwerpen, maar ook om meer bekendheid te geven aan deze website als dé portal voor alle overheidsinformatie.

Bij veel burgers die overheidsinformatie zoeken is de website Overheid.nl niet bekend. Als informatiezoekers weten op welke website ze de gewenste informatie

zouden kunnen vinden, kijken ze direct op die website. Weten ze dit niet, dan zoeken ze via de algemene zoekmachine Google naar websites die waarop ze de gewenste informatie verwachten.

4.3. Bezochte instantie en gebruikt kanaal bij eigen zoekvraag

De tweede onderzoeksvraag was: tot welke instanties wenden informatiezoekers zich en welke kanalen gebruiken ze hiervoor? We hebben de respondenten gevraagd op welke manier(en) zij gezocht hebben naar de informatie die ze nodig hadden. De antwoorden hebben we onderverdeeld in de volgende vier categorieën:

- op het internet bij een overheidsinstantie;
- op het internet bij een andere instantie;
- direct contact met een overheidsinstantie (telefonisch of bezoek);
- direct contact met een andere instantie of persoon (telefonisch of bezoek).

Een meerderheid van de respondenten, zeventien personen, heeft alleen het internet gebruikt als kanaal om de gewenste informatie te vinden. Deze respondenten hebben deze informatie ook inderdaad op internet gevonden. De andere respondenten gebruikten behalve internet ook andere kanalen (zie tabel 4.2). Hieruit kan afgeleid worden dat internet een belangrijke bron van informatie is, maar dat het medium niet op zich staat. In veel gevallen zoeken burgers ook via andere kanalen naar de gewenste informatie. Deze zoekacties staan niet los van elkaar; vaak bellen burgers naar aanleiding van op internet gevonden informatie met de betreffende instantie.

Tabel 4.2 Wijze van zoeken naar antwoord eigen zoekvraag

Wijze van zoeken	Aantal respondenten	Reden van eventuele vervolgactie
Alleen op internet	17	
Eerst elders, dan internet	1	
Eerst internet, dan elders	7	1 x gebeld voor toesturen formulieren 3 x antwoord niet kunnen vinden 3 x bezoek gebracht aan betreffende instar
Eerst elders, dan internet, dan eld	5	1 x gebeld voor informatie 2 x gebeld voor toesturen formulieren 2 x gebeld voor afspraak betreffende instar

4.4. Bezochte instantie en gebruikt kanaal bij voorgelegde scenario's

In het tweede deel van het interview werd aan de respondenten gevraagd om aan te geven hoe zij te werk dachten te gaan bij het zoeken van bepaalde (overheids)informatie. Daartoe werden in totaal twaalf scenario's voorgelegd aan hen voorgelegd. Steeds ging het om een situatie waarin een burger informatie nodig had van een overheidsinstantie. In het vervolg van deze paragraaf wordt besproken hoe de respondenten hun zoekacties zouden uitvoeren. Daarbij wordt steeds aangegeven of de respondent dacht gebruik te gaan maken van internet en zo ja, bij welke websites hij zou zoeken naar informatie. Van de respondenten die zeiden geen gebruik te zullen maken van internet wordt weergegeven welke kanalen zij dan dachten te gebruiken.

Tabel 4.3 geeft per scenario weer hoe de respondent denkt te werk te gaan. Uit deze tabel is af te lezen van welke kanalen de respondenten het meest gebruik denken te maken.

Tabel 4.3 Gekozen kanalen en Instanties bij het oplossen van de scenario's							
Scenario	Aantal pp dat zoekt op Internet	Aantal respondenten dat zoekt op overheids-sites (+ URL's)	Andere gebruikte websites	Aantal resp. dat direct contact zoekt met overheidsinstanties (+ namen)	Andere genoemde organisaties		
Paspoort	10	9	enschede.nl utrecht.nl	Google	18	Gemeente Stadskantoor	Bekende Huis-aan-huisblad
Levensloop-regeling	20	5	enschede.nl overheid.nl postbus51.nl vrom.nl 'overheidswebsite'	Google pggm.nl	1	Gemeente	Werkgever Collega's Pensioen- fonds Bekende
Teruggaaf Hypotheek- rente	12	10	belastingdienst.nl overheid.nl	Google	10	Belastingdienst Belastingtelefoon	Hypotheek- adviseur Bekende Makelaar
Huur- subsidie	17	11	postbus51.nl toeslagen.nl site van VROM site van Ministerie	Google Woning bouwver.	6	Belastingdienst Gemeente VROM	Woning-bouwver. Bekende Huurbaas
School- Vakantie	15	7	maastricht.nl overheid.nl postbus51.nl site van basisschool	Google	4	Basisschool Gemeente Leerlinginspectie	Agenda Bekende VVV- Maastricht
WW- uitkering	12	10	cwi.nl gemeente.nl uww.nl vrom.nl werk.nl	Google	13	Arbeitsbureau CWI GAK UWW	Werkgever Vakbond Bekende

Scenario	Aantal pp dat zoekt op Internet	Aantal respondenten dat zoekt op overheids-sites (+ URL's)	Andere gebruikte websites	Aantal resp. dat direct contact zoekt met overheidsinstanties (+ namen)	Andere genoemde organisaties		
----------	---------------------------------	--	---------------------------	---	------------------------------	--	--

Minimum- loon	23	6	arbeidsbureau.nl belastingdienst.nl cwi.nl gemeente.nl kvk.nl uuv.nl vrom.nl	Google Site vakbond Site uitzendt Site nationale ombudsma	3	Arbeidsbureau Arbeidsinspectie Cadans CWI GAK Gemeente	Vakbond Werkgever Bekende
Fysio- therapie	11	1	toeslagen.nl	Site verzekeraar Google	1	Belastingdienst	Verzekeraar Wachten op folder van verzekeraar Fysio- therapeut
Teruggaaf jongeren	17	16	belastingdienst.nl belastingen.nl	Google	10	Belastingdienst	Werkgever Belastingacc. Loonstrook bekijken
Rijbewijs	5	5	enschede.nl gemeenteenschede.r		25	Gemeente Stadskantoor	
Motor- Rijtuigen- belasting	19	16	belastingdienst.nl rdw.nl wegenbelasting.nl	Google	6	Belastingdienst RDW	Bekende ANWB Verzekerings- maatschappij
Kinder- opvang	11	4	belastingdienst.nl enschede.nl overheid.nl 'overheidswebsite'	Google	4	Belastingdienst CWI Gemeente Ministerie van Onderwijs Postbus51	Werkgever Kinderdag-verblijf Bekende

Tot welke instantie informatiezoekers zich wenden en via welk kanaal ze dit doen, lijkt samen te hangen met de soort informatie waarnaar gezocht wordt. Het zoekgedrag van respondenten bestaat primair uit het zoeken naar de juiste bronnen, instanties, en in veel mindere mate uit het (her)formuleren van een zoekvraag. Van sommige onderwerpen in de twaalf scenario's is het voor vrijwel iedereen onmiddellijk duidelijk welke overheidsinstelling 'er over gaat'. Dat geldt voor de scenario's over de volgende onderwerpen:

- Paspoort (gemeente)
- Teruggaaf hypotheekrente (Belastingdienst)
- Huursubsidie (VROM/Belastingdienst)
- WW-uitkering (CWI)
- Teruggaaf jongeren (Belastingdienst)
- Rijbewijs (gemeente)
- Motorrijtuigenbelasting (Belastingdienst/RDW)

Opvallend is dat de respondenten juist hier een sterke voorkeur laten zien voor het direct contact zoeken met de overheid. Uitzonderingen zijn de scenario's over huursubsidie, teruggaaf jongeren en motorrijtuigenbelasting, waar een voorkeur voor

online zoeken bij de overheid steeds het hoogst scoort. Niettemin scoort het direct contact zoeken ook in deze gevallen hoog.

De overige scenario's stelden de respondenten voor meer problemen. Hier was het minder helder bij welke instantie de gewenste informatie verkregen kon worden. Het ging om scenario's met de volgende onderwerpen:

- Levensloopregeling
- Schoolvakantie
- Minimumloon
- Fysiotherapie
- Kinderopvang

Bij deze scenario's zoeken respondenten in eerste instantie bij andere (niet-overheids)organisaties. Hier gaat de voorkeur uit naar het zoeken in online bronnen (levensloopregeling, schoolvakantie, minimumloon) of het direct zoeken van contact met andere organisaties (fysiotherapie en kinderopvang). Ook hieruit blijkt dat het zoekgedrag van burgers voornamelijk gericht is op het vinden van een informatiebron.

Als de vraag niet vanzelfsprekend thuishoort op het bordje van een (bekende) overheidsorganisatie, dan zoekt men naar een organisatie waarvan men aanneemt dat die er (ook) verstand van moet hebben, en waarmee direct contact mogelijk is. Dat wordt met name duidelijk uit de scenario's over fysiotherapie en kinderopvang.

Informatiezoekers proberen in de eerste plaats te bedenken bij welke instantie ze terecht kunnen. Probleem hierbij is dat ze vaak niet weten welke overheidsinstantie de gewenste informatie kan verstrekken.

Het gebruikte kanaal is afhankelijk van de soort informatie die gezocht wordt. Als duidelijk is welke overheidsinstantie de gewenste informatie kan verstrekken, zoeken informatiezoekers vaak rechtstreeks contact met deze instantie en zoeken ze niet op het internet.

4.5. Zoekstrategieën op internet

Niet elke respondent zoekt bij ieder scenario op het internet naar informatie. Hierboven is aan de orde gekomen dat respondenten ook op tal van andere manieren te werk denken te gaan. In deze paragraaf komen per scenario de zoekacties op het internet aan bod. Daarbij wordt nagegaan op welke manier de respondenten gebruik maken van het internet; welke zoekstrategieën zeggen de respondenten te gebruiken als ze zich in de beschreven situatie zouden bevinden? In tabel 4.4 wordt weergegeven op welke wijze respondenten denken via internet te werk te gaan.

De tabellen 4.3 en 4.4 komen behoorlijk met elkaar overeen. Ook uit tabel 4.4 blijkt dat de respondenten die weten waar ze terecht kunnen, rechtstreeks gaan zoeken bij een overheidsinstantie. Ze typen dan een URL in van een website waar ze de gewenste informatie verwachten. Eenmaal op de website vervolgen ze hun zoekactie door ofwel de zoekmachine op de website te gebruiken ofwel te browsen door de website. Het gebruiken van een zoekmachine binnen een site komt vaker voor dan het browsen door een site.

Tabel 4.4 Zoekstrategie op internet bij het oplossen van de scenario's

Scenario	Meest gebruikte zoekstrategie(ën) ¹⁾	
Teruggaaf hypotheekrente	URL intypen, zoekmachine binnen site	URL intypen, browsen binnen site
WW-uitkering	URL intypen, zoekmachine binnen site	
Teruggaaf jongeren	URL intypen, zoekmachine binnen site	
Rijbewijs	URL intypen, zoekmachine binnen site	
Motrorrijtuigen-belasting	URL intypen, zoekmachine binnen site	
Paspoort	URL intypen, browsen binnen site	Google
Levensloopregeling	Google	
Huursubsidie	Google	URL intypen, zoekmachine binnen site
Schoolvakantie	Google	
Minimumloon	Google	
Fysiotherapie	Google	URL intypen, zoekmachine binnen site
Kinderopvang	Google	

1) Als bij een scenario twee strategieën beide ongeveer even vaak voorkwamen, zijn ze allebei genoemd.

Als respondenten niet weten bij welke instantie ze terecht kunnen, proberen ze via een zoekmachine (vrijwel altijd Google) een antwoord te vinden. Dit gebeurt voornamelijk bij de volgende scenario's:

- Levensloopregeling;
- Huursubsidie;
- Schoolvakantie;
- Minimumloon;
- Fysiotherapie;
- Kinderopvang.

Voor de scenario's over huursubsidie en de vergoeding voor fysiotherapie geldt overigens dat behoorlijk veel respondenten wel weten waar ze moeten zijn. Deze

geven dan aan te gaan zoeken binnen de sites van respectievelijk VROM, de Belastingdienst (huursubsidie) en de eigen zorgverzekeraar (fysiotherapie). Bij deze scenario's geven respondenten vaak aan van plan te zijn Google te gebruiken om bij een bepaalde instantie uit te komen, waarvan de URL niet bekend is.

Hoewel veel respondenten aangaven dat zij denken via een zoekmachine naar een oplossing voor het scenario te zullen zoeken, moet hierbij wel aangetekend worden dat de respondenten zich voor moesten stellen wat ze zouden doen als ze zich in de beschreven situatie bevonden. Ze hebben niet daadwerkelijk naar informatie gezocht. Het lijkt makkelijker om je voor te stellen dat er een zoekmachine op een site aanwezig is dan je voor te stellen op welke manier je door een website zou kunnen browsen op zoek naar de gewenste informatie.

De door ons geconstateerde voorkeur voor zoekmachines komt niet naar voren uit de resultaten van de studie van Dialogic. De deelnemers aan dit onderzoek werd gevraagd vier zoekacties daadwerkelijk uit te voeren. Net als in onze interviews werden de zoekvragen hier in de vorm van scenario's beschreven. De resultaten van dit onderzoek ondersteunen voor een deel de resultaten van ons onderzoek. Ook de deelnemers in dit onderzoek gebruikten per scenario verschillende strategieën (zie tabel 4.5). Was niet duidelijk bij welke overheidsinstantie de gevraagde informatie gevonden kon worden, dan zochten ze vaak met behulp van Google. Ging het echter om een vraag waarvan bekend was bij welke overheidsinstantie het antwoord te vinden moest zijn, dan typten de respondenten van de URL in van de betreffende instantie. Vrijwel iedere respondent wist bijvoorbeeld dat bouwvergunningen verleend worden door de gemeente. De meeste respondenten begonnen dan ook met het intypen van het internetadres van hun eigen gemeente.

In tegenstelling tot onze respondenten hebben de respondenten in het onderzoek van Dialogic niet zo'n sterke voorkeur voor het gebruiken van de zoekmachine op een site. Zoals in tabel 4.5 te zien is, volgen de respondenten die een URL intypten bij het begin van hun zoektocht, vaak de links en de menuopties die ze op de site tegengekomen. De zoekmachines op de site werden relatief weinig gebruikt. De voorkeur voor het volgen van links bleek ook uit de opmerkingen die de respondenten maakten: "meer kernwoorden op de startpagina", "beter indelen in rubrieken", "een link op de website, zodat je niet hoeft te zoeken in de website". Overigens maakten ook enkele respondenten uit ons onderzoek vergelijkbare opmerkingen, met name bij het scenario over het aanvragen van een paspoort: "dat is wel één van de aangegeven onderwerpen is waar je meteen op kunt klikken".

Als burgers een idee hebben over waar ze de gewenste informatie zouden kunnen vinden, dan bestaat hun zoekstrategie uit het intypen van een URL gevolgd door ofwel het gebruik maken van de zoekmachine op de website, ofwel door het browsen door de site.

Tabel 4.5 Gebruikte zoekstrategieën in het onderzoek van Dialogic

Zoekvraag	Meest gebruikte
-----------	-----------------

	zoekstrategie
<p>Scenario 1: zoek op internet uit of een bewoner of bedrijf in uw buurt de afgelopen maand een bouwvergunning, bijvoorbeeld voor de uitbreiding van een huis of voor het bouwen van een nieuw bedrijfspand, heeft aangevraagd.</p>	<p>URL intypen browsen op site</p>
<p>Scenario 2: Omdat uw oude paspoort verlopen was, moest u voor uw vakantie dit jaar een nieuw paspoort aanvragen. Dit nieuwe paspoort kostte u € 50,-. Uw collega hoefde in de buurgemeente echter maar de helft te betalen. U wilt natuurlijk weten of het wel rechtvaardig is dat uw gemeente een hogere prijs vraagt. Zoek deze informatie op internet op.</p>	<p>algemene zoekmachine</p>
<p>Scenario 3: U ontvangt elke maand huursubsidie. Per 1 januari 2006 verandert de huursubsidie in huurtoeslag. Dat betekent dat er een aantal veranderingen optreden. Zoek informatie over deze veranderingen op.</p>	<p>URL intypen browsen op site</p>
<p>Scenario 4: Per 1 januari 2006 wordt het onderscheid tussen particuliere en ziekenfonds-verzekering opgeheven. Er is vanaf dat moment één wettelijke zorgverzekering voor iedereen. U wilt - liefst van een neutrale partij - weten wat er verplicht onder het basispakket van de nieuwe zorgverzekering valt. Zoek deze informatie op het internet op.</p>	<p>URL intypen browsen op site en algemene zoekmachine</p>

Hieruit moeten we concluderen dat de voorkeur voor zoekmachines die respondenten in ons onderzoek hebben om een deel van de zoekvragen te beantwoorden, voor een deel verklaard worden door de moeite die het kost een beeld te vormen van een onbekende website. Het kost minder moeite om je voor te stellen dat er een zoekmachine aanwezig zal zijn dan om je de links op de site voor te stellen. Voeren respondenten de zoekacties daadwerkelijk uit, zoals in het Dialogic-onderzoek, dan blijkt dat ze juist veel gebruik maken van de links en de menuopties die ze op de websites zien.

Als burgers niet weten waar ze de gewenste informatie zouden kunnen vinden, dan proberen ze doorgaans met behulp van de zoekmachine Google de informatie te vinden.

5. FORMULERING VAN ZOEKVRAGEN EN ZOEKTERMEN

5.1. Inleiding

Voor wie een overheidsinformatiesysteem moet bouwen dat nuttig is voor burgers, is het verleidelijk om ervan uit te gaan dat burgers rondlopen met vragen die ze aan zo'n systeem zouden kunnen stellen. Wellicht is dat te optimistisch gedacht. Zoals gezegd (in hoofdstuk 2) is een zoekactie van een burger bij de overheid nooit (of zelden) een op zichzelf staand gegeven. "De zoekvraag is een stap in een proces dat vaak op zich al gecompliceerd is en tal van subprocessen bevat". Het vinden van informatie is in dat proces nooit het hoofddoel. Dat is de concrete activiteit die men wil uitvoeren: het bouwen van een dakkapel, het inschrijven bij een universiteit, het regelen van de erfenis etc.. Ergens in dat proces kan de behoefte ontstaan aan informatie of wordt de noodzaak om met de overheid contact op te nemen duidelijk.

Met andere woorden: burgers redeneren vanuit het perspectief van een bepaalde persoonlijke doelstelling. Zodra ze zich realiseren dat ze daarbij de overheid (of anderen) nodig hebben, is hun primaire strategie niet die van het vertalen van hun zoekvraag in hanteerbare zoekvragen en –termen. Veel burgers gaan in eerste instantie op zoek naar een goede bron: een persoon of instantie waarvan men verwacht de nodige informatie te kunnen krijgen (zie paragraaf 4.4).

Niettemin is getracht een beeld te verkrijgen van de manier waarop burgers hun informatiebehoefte vertalen in concrete zoekvragen en –opdrachten. Daarbij is burgers allereerst gevraagd om hun laatste online zoekactie naar overheidsinformatie te beschrijven. Proefpersonen werd gevraagd om de termen / vragen die men bij die zoekactie had gehanteerd te noemen. Daarnaast is een uitgebreide analyse gemaakt van de zoektermen die door bezoekers van overheid.nl worden in getoetst. Voor deze analyse is gebruik gemaakt van twee bestanden:

1. MZD : de zoektermen die zijn ingetypt in de zoekmachine van overheid.nl (58.000 termen in de periode januari t/m oktober 2005).
2. URCHIN: de zoektermen die in externe zoekmachines zijn ingetypt, en die hebben geleid tot een bezoek aan overheid.nl (100 meest gebruikte termen in de periode 1 januari t/m 20 oktober 2005).

5.2. Formulering van de zoekvragen

Voor wat betreft het formuleren van de zoekvraag levert het onderzoek vooral het inzicht op dat dit voor respondenten zeer moeilijk is. Als het gaat om de vraag naar de laatste zelf ondernomen zoekactie kunnen de meeste proefpersonen niet of

nauwelijks reconstrueren welke vraag men precies heeft gesteld, of welke zoektermen men heeft gebruikt.

Ook bij het scenario-onderzoek blijkt dat respondenten het moeilijk vinden om zelf gegeven een bepaald probleem, een zoekvraag en zoektermen te formuleren. Men ziet de opdracht (het gegeven scenario) als zoekvraag, en men gebruikt dan ook bij voorkeur termen uit de opdracht bij het zoeken. Hoewel burgers in het dagelijks leven niet vaak aan de hand van door anderen gegeven opdrachten naar informatie zoeken, lijkt het aannemelijk dat burgers ook dan termen zullen gebruiken die dicht liggen bij hun kennis van het onderwerp, en de manier waarop zij gewend zijn erover te spreken. Het concept dat voor een geslaagde zoekstrategie de probleemomschrijving moet worden vertaald naar een formulering die geschikt is voor het gekozen kanaal (in dit geval internet) is bij veel proefpersonen in het geheel niet aanwezig. Neem bijvoorbeeld de volgende zoekvraag:

"Hoe zit het met de belasting. Ik kreeg een flinke aanslag en snapte niet hoe dat kon. Had te maken met overhevelingstoeslag".

Deze respondent ging naar de site van de belastingdienst en typte het woord "overhevelingstoeslag" in in de zoekmachine. Hielp dat? De respondent: *"Nee, ik had 5 tot 10 minuten gezocht en kwam er niet verder mee".*

Het blijkt dat burgers niet tot nauwelijks beschikken over een mentaal model van de informatie, die relevant zou kunnen zijn voor hun zoekvraag. Zonder zo'n mentaal model is het erg moeilijk om zoekvragen op een hoger, abstracter niveau te formuleren dan de specifieke eigen situatie. Min of meer noodgedwongen gebruikt men daarom eigen woorden en formuleringen, of termen die men kent via andere overheidscommunicatie (correspondentie, campagnes), van bekenden, of uit de media. Het spreekt voor zich dat deze termen lang niet altijd overeenkomen met het ambtelijk jargon. Bijvoorbeeld: Een van de voorgelegde scenario's had als eindvraag: "Hoe zou u het aanpakken om uit te zoeken of het lage salaris van uw dochter toegestaan is?" Minder dan de helft van de respondenten komt hier op de term "minimumloon".

Burgers verwachten dat ze worden begrepen als ze de overheid in hun eigen, dagelijkse taal benaderen. Men is niet in staat en/of bereid om een zoekvraag te formuleren in door de overheid gebruikte termen.

Burgers hebben geen mentaal model van de informatie die voor hun situatie en vraag relevant zou kunnen zijn. Dit leidt ertoe dat de formulering van vragen en zoektermen niet aansluit bij het informatie-aanbod.

5.3. Analyse van de gebruikte zoektermen in Overheid.nl

In het kader van het onderzoek is een analyse gemaakt van gebruiksgegevens van de websites www.overheid.nl en www.postbus51.nl. De volgende bestanden zijn gebruikt:

1. Overzicht van zoekopdrachten, ingevoerd in de zoekmachine van Overheid.nl (periode januari – oktober 2005, 54.654 zoekopdrachten)
2. Overzicht van de 100 meest gebruikte zoekopdrachten, ingevoerd in externe zoekmachines, die hebben geleid tot een bezoek aan Overheid.nl (periode januari - oktober 2005)

De data zijn geanalyseerd aan de hand van de volgende vragen:

1. Welke zoektermen hanteren gebruikers?
2. In hoeverre zijn de zoektermen te plaatsen in de thematische en levensmomentgeoriënteerde categorieën zoals die in conceptvorm circuleren binnen ICTU?
3. Welke zoekresultaten behalen de gebruikers?

De antwoorden op deze vragen worden hierna in afzonderlijke paragrafen gegeven.

5.3.1. Welke zoektermen hanteren gebruikers?

Besloten is om de lijst van termen uit externe zoekmachines (Urchin-bestand) en de interne zoektermen (MZD-bestand) samen te voegen tot één lijst. Het maakt voor de analyse van de zoekvragen van gebruikers niet uit waar deze hun vraag precies gesteld hebben. Aldus ontstond een lijst van 54.756 termen.

De gebruikte zoektermen hadden het vaakst betrekking op de categorieën "bestuur, recht en veiligheid", gevolgd door... "werk en inkomen". Veel gebruikers van Overheid.nl zijn op zoek naar informatie over specifieke wetten en regelingen, en over bestuursorganen en bewindslieden. Het is waarschijnlijk dat deze informatie niet primair wordt gezocht door de doelgroep burgers, maar veeleer door ambtenaren. Verder blijkt ook hier dat actualiteiten een belangrijk deel van de informatiebehoefte aansturen. "spaarloon" en "grondwet" staan beide in de top-10. Daarnaast scoort informatie over vacatures en werken bij de overheid hoog.

Voor het trekken van verdergaande conclusies over het zoekgedrag van gebruikers aan de hand van de lijst met zoektermen, moet deze worden bewerkt. Ten eerste bevat de lijst de weergave van bezoeken van allerlei gebruikersgroepen. Burgers, ondernemers, maar niet in de laatste plaats ook ambtenaren.

Ten tweede bevatten de lijst veel bijna-doublures. Een ingetikte extra punt of spatie levert al een aparte registratie in het bestand op (bijvoorbeeld "huursubsidie" en "huur subsidie". Hetzelfde geldt voor synoniemen en verwante begrippen.

Ten derde leveren combinaties van zoekwoorden in verschillende samenstellingen en volgordes ook steeds een nieuw item in de lijst op. De volgende zoekacties bijvoorbeeld tellen in het bestand mee als vier aparte items, terwijl het aannemelijk is dat de gebruikers naar hetzelfde type informatie op zoek waren.

- werken+bij+de+overheid
- werken+bij+de+overheid.nl
- werken+bij+overheid
- werken+overheid

Het gevolg is dat de lijst niet zonder meer een goed beeld geeft van het soort onderwerpen waar de meeste belangstelling naar uit gaat. Om dit beeld te verkrijgen diende ze opgeschoond te worden.

Daartoe zijn rondom de meest gebruikte zoektermen clusters gemaakt. Dit is gedaan door in de lijst te zoeken naar verwante termen. Bij het selecteren van verwante termen zijn de volgende soorten termen geaccepteerd:

1. Letterlijke of bijna letterlijke kopieën van de zoekterm
2. Letterlijke of bijna letterlijke kopieën van de zoekterm in combinatie met andere termen
3. Synoniemen
4. Inhoudelijk verwante woorden (bijvoorbeeld: ministeries / ministers / kabinet / regering)

Tabel 5.1 Zoektermen verwant aan 'ministeries', en hun frequentie

Zoekterm	Frequentie
ministeries	6837
ministers	1701
ministeries	1446
ministerie	1202
ministerie+van+sociale+zaken	588
www.ministerie.nl	528
ministerie+van+onderwijs	516
minister	473
regering	410
regering	366
kabinet	348
ministerie+van+defensie	315
ministerie+van+economische+zaken	267

Neem bijvoorbeeld de term "ministeries", nummer 7 op de lijst met een frequentie van 6.837. Middels een Query is gezocht naar termen die voldeden aan de volgende criteria:

- minister*
- departement*
- bewindsli*
- regering kabinet

(De * is een zgn. wildcard: voor de * kan elke tekencombinatie worden ingevuld.)

Op deze manier zijn 754 termen en combinaties van termen gevonden die verwant zijn aan "ministeries". De termen die meer dan 250 maal zijn gebruikt staan in tabel 5.1.

Door termen in de lijst op deze wijze te clusteren wordt een beter en scherper beeld verkregen van de gezochte onderwerpen en informatie. Na clustering van de eerste 17 meestgebruikte termen ontstonden 11 clusters. Geen 17, want onder de 17 meestgebruikte termen bevinden zich ook geclusterde woorden. Bijvoorbeeld de zoektermen "vacatures" (nr. 9) en "werken bij de overheid" (nr. 10). In tabel 5.2 staat een overzicht van de meest gebruikte termen en hun frequentie (kolom 1 en 2), alsmede de opbouw, omvang en frequentie van het cluster (kolom 3-5).

Tabel 5.2 Overzicht van populairste trefwoorden, clusters en frequenties van beide

Top [x] Zoekterm	Frequentie Eerste term	Opbouw cluster verwante termen	Aantal verwante termen	Frequentie alle termen
overheid	24758	overheid	876	58,781
diefstal	9746	AND/OR rijks* diefstal OR inbra* OR inbreke*	56	10,091
grondwet	8901	grondwet OR referendum	151	11,639
cao	8277	Cao	1095	21,174
ministeries	6837	minister* AND/OR departement* AND/OR bewindsli* AND/OR regering AND/OR kabinet	754	22,905
Spaarloon	4149	spaar*	133	6,136
vacatures	3155	vacature* AND/OR baan AND/OR werken	271	15,666
paspoort	2752	Paspoort	182	5,040
Top [x] Zoekterm	Frequentie Eerste term	Opbouw cluster verwante termen	Aantal verwante termen	Frequentie alle termen
Subsidie ¹⁾	2276	Subsidie	706	12,641

		Subsidie + huur	41	4,431
Bpr ²⁾	2198	bpr	58	2,678
		basisreg	16	178
		OR basisadmin		
		vaar OR binnenvaar*	61	2,717
		AND/OR reglem* ORregelem*		
burgerlijk wetboek	2180	(burgerlijk/burgelijk (wet/recht)	And 215	4,960

¹⁾ Binnen het cluster Subsidie bleek Huursubsidie zo'n groot aandeel te hebben dat het maken van een apart cluster huursubsidie gerechtvaardigd was.

²⁾ De afkorting bpr staat voor zowel "Basisregistratie Persoonsgegevens" als "Binnenvaart Politiereglement". Voor beide betekenissen is een apart cluster gevormd.

De clustering levert interessante informatie op. Ten eerste blijkt dat er veranderingen optreden in de volgorde van populariteit van onderwerpen. Overheid is na clustering nog steeds veruit het populairste zoekobject, maar daarna treden wat verschuivingen op. In tabel 5.3 zijn de oude en de nieuwe volgorde weergegeven.

Tabel 5.3 Volgorde in gebruiksfrequentie van zoekwoorden voor en na clustering

	Oude volgorde	Volgorde na clustering
1.	overheid	overheid
2.	diefstal	ministeries
3.	grondwet	cao
4.	cao	vacatures
5.	ministeries	subsidie
6.	spaarloon	grondwet
7.	vacatures	diefstal
8.	paspoort	spaarloon
9.	subsidie	paspoort
10.	bpr	burgerlijk wetboek
11.	burgerlijk wetboek	bpr

Zelfs clustering van slechts de eerste 17 termen levert al een helderder beeld op. Overheid en ministeries scoren hoog, gevolgd door cao en vacatures. Dit beeld komt overeen met de categorisering van trefwoorden die in de volgende paragraaf wordt beschreven.

Ten tweede biedt de clusteranalyse inzicht in de informatiebehoefte van gebruikers rondom een thema. De hoogst scorende trefwoorden zijn bijna zonder uitzondering enkelvoudige trefwoorden, die weinig zeggen over het soort vragen dat erachter schuilgaat. Opvallend is het grote aantal verwante termen dat per zoekterm in de lijst voorkomt. "Cao" komt in 1095 andere zoektermen voor. "Diefstal" kent 'slechts' 56 verwante begrippen, toch altijd nog een respectabel aantal. Een kleine berekening maakt duidelijk dat het hanteren van clusters een veel beter overzicht geeft. De 17 originele termen vormen 0.03% van de in totaal 54.580 termen. De 11 daarop gebaseerde clusters bevatten samen 4.628 termen: 8,5% van het totaal.

Met behulp van een clusteranalyse kan met andere woorden snel en met weinig moeite een beeld worden verkregen van het type vragen dat rondom een onderwerp bestaat. Bijvoorbeeld het trefwoord "paspoort". Dit is 2752 maal ingevoerd. Het cluster paspoort (een cluster bevat alle zoekopdrachten met het betreffende trefwoord en/of aanverwante termen) bevat 183 verschillende termen die samen 5040 keer zijn ingevoerd. Nadere beschouwing laat zien dat tenminste een deel van de zoekers eigenlijk op zoek was naar het "warenwet paspoort". Anderen zijn op zoek naar informatie over de geldigheid van een paspoort in andere landen, het verlengen van een paspoort, het bijschrijven van kinderen op een paspoort, het verlengen van een paspoort vanuit het buitenland, wat te doen bij beschadiging van een paspoort, etc. Echter: de meeste gebruikers formuleren hun zoekvraag eenvoudig weg als "paspoort".

De voorkeur voor het gebruik van brede algemene termen is ook in cijfers uit te drukken: gemiddeld is per cluster 3% van de trefwoorden goed voor 75% van de zoekacties; 18% van de trefwoorden is goed voor 90% van de zoekacties.

5.3.2. Geclusterde zoektermen en navigatiesystemen

Voor de 350 meestgebruikte zoektermen binnen Overheid.nl is gekeken in hoeverre deze termen 'passen' in bestaande categorisering, die worden gehanteerd in concepten en rapporten van het ICTU, met name de indelingen in levensmomenten en thema's uit het rapport Vooronderzoek Vraagstructurering d.d. 26 augustus 2005. Daarnaast is gekeken in hoeverre de termen samenhangen met actuele onderwerpen, en in hoeverre de termen thuis te brengen waren bij instanties binnen het overheidsbestuur. Een kanttekening die hierbij gemaakt moet worden is dat het natuurlijk lastig is om aan de hand van enkelvoudige zoektermen te bepalen wat precies de achterliggende zoekvraag was. Niettemin kan een dergelijke analyse wel inzicht geven in de bruikbaarheid van verschillende indelingen.

Tabel 5.4 **Categorisering op vier manieren van de 350 meestgebruikte zoektermen in Overheid.nl**

Thema's	Aantal gerelateerde zoektermen	Levensmomenten	Aantal gerelateerde zoektermen
Bestuur en rechtsgebieden	144	Een baan vinden, verliezen	37
Werk en inkomen	62	Wonen en bouwen	12
Orde en veiligheid	16	Ziek worden	10
Wonen en woonomgeving	14	Geboorte en kinderen	6
Verkeer en vervoer	13	Studeren	6
Gezin en familie	11	Gehandicapt raken	3
Onderwijs, studie, opleiding	8	Pensioen krijgen	3
Vrije tijd, cultuur, sport	3	Trouwen	2
		Schulden hebben	1
		Een sterfgeval meemaken	0
<i>Niet categoriseerbaar</i>	<i>79</i>	<i>Niet categoriseerbaar</i>	<i>270</i>
Dekkingspercentage	85%	Dekkingspercentage	22%
Actualiteiten	Aantal gerelateerde zoektermen	Instanties	Aantal gerelateerde zoektermen
Zorgstelsel	9	Rijk	135
Huursubsidie toeslag	3	Gemeente	15
EU Grondwet	3	Waterschap	3
Levensloopregeling	2	Provincie	1
Kinderopvang toeslag	1	Overig	1
Spaarloon	1		
<i>Niet categoriseerbaar</i>	<i>331</i>	<i>Niet categoriseerbaar</i>	<i>195</i>
Dekkingspercentage	9%	Dekkingspercentage	52%

In tabel 5.4 staan de gehanteerde indelingen weergegeven. Per item is het aantal zoektermen weergegeven waarmee dit item verband lijkt te houden (van in totaal 350 termen). Per indeling is vermeld hoeveel termen niet gecategoriseerd konden worden, en wat de dekking van de gecategoriseerde termen is. Met het laatste wordt bedoeld het aantal zoekacties dat met de gecategoriseerde termen is uitgevoerd uitgedrukt als percentage van het totaal aantal uitgevoerde zoekacties met de 350 gebruikte zoektermen.

De thematische indeling blijkt met het laagste aantal oncategoriseerbare termen en een dekkingpercentage van 85% het meest geschikt. De overige indelingen scoren aanmerkelijk minder goed.

In de thematische indeling springen de thema's Bestuur en rechtsgebieden en Werk en inkomen eruit. Het meestgezochte levensmoment is "Een baan vinden, verliezen". De 'populariteit' van het thema werk en inkomen kan te maken hebben met de huidige economische conjunctuur. De hoge score van Bestuur en rechtsgebieden wordt veroorzaakt doordat een groot aantal gebruikers Overheid.nl gebruiken voor het vinden van specifieke wetsteksten, of informatie over ministeries en andere overheidsinstanties. Uit de scores onder "Instantie" blijkt dat Overheid.nl nog vooral voor informatie op Rijksniveau wordt gebruikt.

5.3.3. Welke zoekresultaten behalen de gebruikers?

Voor de 11 geclusterde termen uit de clusteranalyse (zie hiervoor) is gekeken wat het intikken van deze termen in de zoekmachine van Overheid.nl oplevert. De test vond plaats op 25 november 2005. In tabel 5.5 is het resultaat weergegeven voor de eerste vijf termen (zie bijlage 6 voor alle resultaten). Per zoekwoord zijn de eerste 5 'hits' omschreven.

Tabel 5.5 Zoekresultaten van de meest gebruikte zoektermen in Overheid.nl			
Zoekterm	Eerste vijf resultaten (titel/URL)	Type	Bron
overheid	Andereoverheid.nl	Ext Link	
	GBO.overheid.nl	Ext Link	
	burger.overheid.nl/actueel	Ext Link	
	webrichtlijnen.overheid.nl/begrippen	Vaste rubriek	OVNL
	lastvandeoverheid.nl	Ext Link	
diefstal	Melding diefstal blanco kentekenplaten	Vaste rubriek	OVNL
	Een op vijf bedrijven slachtoffer diefstal	Persbericht	Min. Justitie (2002)
	Dure elektronica mee op vakantie vergroot risico diefstal	Nieuwsbericht	OVNL (2005)
	Marechaussee lost diefstal uit vliegtuigen op	Broken Link	Min. Defensie
	Diefstal Detailhandel	Rapport	Min. BZK/Just. (2004)
grondwet	Grondwet Koninkrijk der Nederlanden 2002	Wettekst	Tweedekamer.nl
	Website Europese grondwet betreft burger bij debat	Nieuwsbericht	Min. Justitie (2005)
	Manifest Europese Grondwet (VNG en IPO)	Ext Link	Prov. Zuid Holland
Zoekterm	Eerste vijf resultaten (titel/URL)	Type	Bron
(grondwet)	Adres Algemene Rekenkamer Prov. Limburg	Vaste rubriek	OVNL
	De Grondwet	Vaste rubriek	OVNL

cao	Directie uitvoering Arbeidsvoorwaardenwetgeving	Ext. Link	Min. SZW
	inzet cao rijk CMHF	Document	Centrum Arbeidsverh.
	Deelneming bedrijfstakpensioenfondsen, vrijstelling eigen cao	Vaste rubriek	OVNL
	onderhandelaarsakkoord CAO PO en VO 2005	Document	Min. OCW
	keuzeformulier CAO a la carte- basis.xls	Document	Uiv. Utrecht
ministerie	Programma Onderzoek van Ontwikkelingssamenwerking	Vaste rubriek	OVNL
	VWS gaat meldcodes kindermishandeling inventariseren	Nieuwsbericht	Min. Justitie (2003)
	Ministerie van Economische Zaken	Ext. Linkpagina	Octrooicentrum NL
	Ministerie van Justitie	Ext. Linkpagina	Staiksterk.nl
	Ministerie zoekt oplossing brandweer Vierlingsbeek	Broken Link	Ministerremkes.nl

Zoals valt te verwachten zijn de resultaten van het zoeken met zulke brede algemene trefwoorden niet bemoedigend. Bijvoorbeeld: het trefwoord "diefstal" (nummer 2 op de lijst meest gebruikte trefwoorden) levert in Overheid.nl als eerste treffer een verwijzing naar de procedure die moet worden gevolgd bij vermissing van blanco kentekenplaten, gevolgd door een persbericht over diefstal in de detailhandel uit 2002.

De ratio achter de resultaten die de zoekmachine levert is moeilijk te doorgronden. De gepresenteerde documenten komen uit alle richtingen, van alle niveaus van de overheid. Ook de aard van de documenten loopt sterk uiteen. Overigens is het vaak nodig om een document of website te openen voor kan worden vastgesteld om welk document het gaat, en wie de afzender is. De URL maakt dat niet altijd duidelijk.

In een tweede test zijn de trefwoorden die de respondenten uit het scenario-onderzoek noemden ingevoerd in Overheid.nl en google. Omdat hier wel bekend was wat de zoekvraag was (nl. het scenario) kon hier worden vastgesteld wat de kwaliteit van de zoekresultaten precies was. Bijlage 5 bevat een overzicht van alle resultaten. In tabel 5.6 staan de resultaten samengevat. Te zien is op welke positie de site met het antwoord op de gegeven vraag stond. In de tabel zijn de resultaten in Google aangegeven met een "G", de resultaten in Overheid.nl met een "O"

Tabel 5.6 Zoekresultaten per scenario van de door respondenten meest genoemde zoektermen binnen Overheid.nl en google.nl

scenario	Zoektermen	1)	Aantal resultaten	Antwoord op nr.
----------	------------	----	-------------------	-----------------

1: een nieuw paspoort nodig	Paspoort	O	100	1
		G	2.520.000	10
2: eerder stoppen met werken (levensloopregeling)	Eerder stoppen met werken	O	20	7
		G	1.210.000	18
	Pensioen	O	100	Geen antwoord
		G	1.216.000	Geen antwoord
	Levensloopregeling	O	76	1
		G	250	4
3: voorlopige teruggaaf ivm hypotheekrenteafrek	Hypotheek	O	36	Geen antwoord
		G	2.330.000	Geen antwoord
	Belastingvoordeel	O	28	Geen antwoord
		G	185.000	Geen antwoord
4: verandering huursubsidie- regeling	Huurtoeslag	O	41	1
		G	65.3	1
5: schoolvakanties 2006	Schoolvakanties	O	102	Geen antwoord
		G	560	1
	Vakanties	O	40	1
		G	1.950.000	5
6: een werkloosheidsuitkering regelen	Uitkering	O	50	2
		G	2.560.000	1
7: welk salaris is toegestaan (minimumloon)	Minimumloon	O	36	5
		G	244.000	2
8: veranderingen in de vergoeding voor fysiotherapie	Fysiotherapie	O	39	Geen antwoord
		G	780	Geen antwoord
	vergoeding	O	49	Geen antwoord
		G	2.610.000	Geen antwoord
9: teruggaaf inkomstenbelasting ivm vakantiewerk	T-biljet	O	3	Geen antwoord
		G	16400	4
	Belastingteruggave	O	34	Geen antwoord
		G	21200	Geen antwoord
10: rijbewijs verlopen	Rijbewijs	O	101	1
		G	2.310.000	1
scenario	Zoektermen	1)	# hits	Antwoord op nr.
11: wegenbelasting voor een kampeerbusje	Wegenbelasting	O	34	Geen antwoord
		G	242	1
12: tegemoetkoming in de kosten voor kinderopvang	Kinderdagverblijf	O	11	Geen antwoord
		G	385	Geen antwoord

¹⁾ O= Overheid.nl, G= Google

Opvallend vaak leveren de trefwoorden die de respondenten zouden gebruiken geen bruikbaar antwoord op. We spreken van geen antwoord als zich bij de eerste zoekresultaten geen bruikbare websites of documenten bevinden. Voor Google is gekeken naar de eerste 50 links (5 pagina's). Aan Overheid.nl zijn iets hogere eisen gesteld. Hier hebben we alleen de eerste 10 links (1 pagina) bekeken. In tabel 5.7 zijn de scores van Google en Overheid.nl naast elkaar gezet. Google lijkt beter te scoren dan Overheid.nl, maar de verschillen zijn niet groot.

Tabel 5.7 Scores van Google en Overheid.nl vergeleken

Aantal maal bruikbaar antwoord op:	Google	Overheid.nl
De 1e positie	5	5
Positie 2 tot 5	4	2
Positie 6 tot 10	1	1
Positie boven nr. 20	1	NVT
Geen bruikbaar antwoord	7	10

Overigens zijn er ook thema's waar de respondenten meer kans van slagen hebben. Paspoort, rijbewijs, vakanties, huurtoeslag en levensloopregeling zijn trefwoorden die meteen leiden tot een bruikbaar antwoord. Het gaat hier dan ook om standaard overheidsthema's, die merendeels ook hoog scoren in de lijst meestgebruikte trefwoorden. Bij minder eenduidige scenario's lopen mensen eerder vast.

Hoe complexer de zoekvraag is, hoe eerder burgers vastlopen in hun zoekactie. De trefwoorden die zij verzinnen geven vaak geen goede resultaten in zoekmachines. Bij eenvoudige, routinematige of zeer actuele thema's is het makkelijker om trefwoorden te kiezen die ook resultaat opleveren.

6. CONCLUSIES

6.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt per onderzoeksvraag een conclusie geformuleerd. In hoofdstuk 7 worden aanbevelingen gedaan voor de inrichting van de burgerportal van Overheid.nl op basis van de hier gepresenteerde conclusies. De onderzoeksvragen luiden:

1. Wat voor informatie zoeken burgers?
2. Welke zoekvragen en zoektermen hanteren informatiezoekers?
3. Tot welke instanties wenden informatiezoekers zich en welke kanalen gebruiken informatiezoekers daarbij?
4. Welke zoekstrategieën gebruiken informatiezoekers?
5. Welke navigatieondersteuning wordt geboden op referentiesites?
6. Wat leveren de zoekacties van burgers op?

6.2. Conclusies per onderzoeksvraag

6.2.1. Wat voor informatie zoeken burgers?

De behoefte aan overheidsinformatie bij burgers kan op twee manieren ontstaan: (1) vanuit een verandering in de persoonlijke situatie, en (2) vanuit een verandering in de regelgeving van de overheid die (mogelijk) van belang is voor de burger. Deze laatste categorie is niet onbelangrijk. Een derde deel van de respondenten was op zoek naar informatie over de zorg- en/of huurtoeslag. Voor het overige is het arsenaal aan onderwerpen waarover men informatie zoekt zeer divers.

Een analyse van de in Overheid.nl ingevoerde zoekwoorden in de periode januari to en met oktober 2005 levert een vergelijkbaar beeld op, met de kanttekening dat het niet altijd goed mogelijk is te bepalen welke zoekvraag schuilgaat achter een trefwoord.

Er zijn grote verschillen in zoekniveau tussen burgers. De zoekacties van de respondenten in het gebruikersonderzoek vallen voor ongeveer een derde deel in de categorie specifiek, en voor het overige in de categorie taakgerelateerd (terminologie van Xie, 2002). Mensen die een specifiek zoekdoel hebben weten vrij exact wat ze zoeken (of denken dat te weten). Bijvoorbeeld: " Het aanvraagformulier voor een verblijfsvergunning". Mensen met een taakgerelateerd zoekdoel hebben nog geen

helder beeld van de uitkomst van de zoekactie. Zij hebben vragen in de trant van "hoe zit het", "wat komt er allemaal kijken bij...".

De meerderheid van de burgers benadert de online informatiedienst met een open, complexe zoekvraag, vanuit een vaak zeer persoonlijke, individueel bepaalde context.

6.2.2. Welke zoekvragen en zoektermen hanteren burgers?

Gegeven het feit dat de zoekvragen van burgers vaak open en complex van karakter zijn wekt het geen verbazing dat velen moeite hebben met het vertalen van hun informatiebehoefte in een concrete vraag, of een goede set zoektermen. Het lijkt daarbij niet uit te maken of men de vraag wil voorleggen aan een zoekmachine op internet of aan een ambtenaar van een overheidsorganisatie. Voor zover men zoektermen formuleert doet men dat geheel vanuit de persoonlijke context.

Het blijkt dat burgers niet tot nauwelijks beschikken over een mentaal model van de informatie, die relevant zou kunnen zijn voor hun zoekvraag. Zonder zo'n mentaal model is het erg moeilijk om zoekvragen op een hoger, abstracter niveau te formuleren dan de specifieke eigen situatie.

Burgers verwachten dat ze worden begrepen als ze de overheid in hun eigen, dagelijkse taal benaderen. Men is niet in staat en/of bereid om een zoekvraag te formuleren in door de overheid gebruikte termen.

Burgers hebben geen mentaal model van de informatie die voor hun situatie en vraag relevant zou kunnen zijn. Dit leidt ertoe dat de formulering van vragen en zoektermen niet aansluit bij het informatie-aanbod.

Een analyse van de in Overheid.nl ingevoerde zoektermen ondersteunt bovenstaande conclusies. De meerderheid van de gebruikers hanteert brede, algemene termen. De clusteranalyse laat echter ook zien dat achter deze algemene termen een veel bredere waaier aan termen en combinaties van termen kan schuilgaan. Een dergelijke analyse kan zeer bruikbaar zijn bij het vaststellen van ten eerste de onderwerpen waaraan aandacht moet worden besteed op de site. Ten tweede biedt het inzicht in de termen die gebruikers associëren met bepaalde thema's. Aangezien de informatiebehoefte van burgers constant verandert, is regelmatige herhaling van deze analyses nodig.

Gebruikers voeren bij voorkeur enkelvoudige algemene zoektermen in. Daarnaast is er een kleine groep gebruikers die specifiekere zoekacties uitvoert. De variatie in gebruikte zoektermen is bij beide groepen echter groot.

6.2.3. Tot welke instanties wenden informatiezoekers zich en welke kanalen gebruiken informatiezoekers daarbij?

Aan de hand van het scenario-onderzoek is vast te stellen aan welke kanalen burgers de voorkeur geven bij het zoeken van overheidsinformatie. Er is een lichte voorkeur voor het direct contact zoeken met de betreffende instantie (telefonisch of in de vorm van een bezoek). Echter: het online zoeken naar informatie scoort niet veel lager. Daarnaast raadplegen burgers ook relatief vaak andere (niet overheids-)organisaties, eveneens met een lichte voorkeur voor direct boven online contact.

Of men de overheid benadert danwel een andere organisatie lijkt samen te hangen met de aard van de zoekvraag. Als men weet bij welke instantie men moet zijn benadert men die instantie. Als dat niet meteen duidelijk is benadert men een andere organisatie (meestal geen overheidsinstantie), waarvan men verwacht dat die beschikt over de gezochte informatie. Vrijwel alle respondenten zouden bijvoorbeeld voor het zoeken naar paspoort-informatie contact opnemen met de eigen gemeente. Echter als de vraag is om uit te zoeken hoe de tegemoetkoming in de kosten voor kinderopvang is geregeld is het voor de burgers veel minder helder welke instantie hier het antwoord heeft. De respondenten doen dan ook een beroep op een diverse verzameling kanalen, variërend van een zoekactie in Google tot het raadplegen van de eigen werkgever, kinderdagverblijven, de belastingdienst, de gemeente en het ministerie van Onderwijs.

Het zoekgedrag van burgers is primair gericht op het vinden van de juiste instantie. Hoe zekerder men is over de te benaderen instantie, hoe groter de voorkeur voor direct contact. Als men daarentegen erg onzeker is, dan kiest men sneller voor het zoeken via algemene zoekmachines, het browsen door verschillende websites, en het direct benaderen van andere organisaties.

6.2.4. Welke zoekstrategieën gebruiken informatiezoekers?

Beperken we ons tot online zoeken, dan komt uit het scenario-onderzoek in eerste instantie een voorkeur voor het gebruik van zoekmachines naar voren. Voor zover het gaat om zoekvragen waarvan men niet weet welke instantie men moet benaderen ligt dit voor de hand: dan wordt vaak Google gebruikt. Men is opvallend optimistisch over de verwachte opbrengst van deze zoekacties: *"Ik gebruik een zoekmachine, en tik in : overheid + ziekenfonds. Ik neem aan dat er dan wel iets tevoorschijn komt."*

Echter ook binnen de websites van instanties geven de respondenten aan bij voorkeur de daar aanwezige zoekmachine te zullen gebruiken. Dit is opvallend. In de gekozen opzet hoefden de respondenten de zoekactie niet daadwerkelijk uit te voeren, maar alleen aan te geven hoe ze het zouden aanpakken. De voorkeur voor zoekmachines die dan naar voren komt is in tegenspraak met gebruikersonderzoek waarbij de proefpersonen de zoekactie wèl daadwerkelijk moesten uitvoeren (Dialogic, 2005). Daaruit blijkt dat gebruikers zich sterk laten leiden door hetgeen ze op de website aantreffen. Men volgt de links en menu-items die men aantreft. Een nadere analyse van het proefpersooncommentaar laat zien dat deze strategie ook bij onze respondenten wel degelijk aanwezig is:

"Men heeft vast op de homepagina al een verwijzing naar de nieuwe regeling."

"Binnen Overheid.nl zou ik 'hypotheek' intypen. Voor de rest zou ik voornamelijk afgaan op de website zelf"

"Ik zoek altijd eerst op de buttons, want met de zoektermen lijkt het wel of ik er altijd net een beetje naast zit".

Behalve het gebruik van zoekmachines is ook het eenvoudigweg intypen van een URL populair. De respondenten blijken doorgaans een aantal overheidssites te kennen, en ze zijn ook geneigd deze sites te gebruiken bij het zoeken naar informatie. Overheid.nl wordt door de acht van de dertig respondenten genoemd. Deze acht respondenten gebruiken Overheid.nl bij 11 van de in totaal 96 (8x12) aan hen voorgelegde scenario's. In totaal zijn aan de 30 respondenten 336 scenario's voorgelegd. Vergeleken met dat aantal is 11 een bescheiden score. De bekendheid van Overheid.nl kan nog flink worden verbeterd. Veel bekender zijn de sites van de belastingdienst en de eigen gemeente (in dit geval doorgaans Enschede.nl). Ook huursubsidie.nl is bekend.

Als burgers niet weten welke website ze nodig hebben gebruiken ze eerst algemene zoekmachines om de juiste site(s) te vinden. Vervolgens probeert men eerst het antwoord te vinden met behulp van de informatie en de links die men op de site aantreft, of men gebruikt de interne zoekmogelijkheden van de site (bij voorkeur een zoekmachine).

6.2.5. Welke navigatieondersteuning wordt geboden op referentiesites?

Alle geanalyseerde referentiesites bieden de gebruiker meer dan één manier om naar informatie te zoeken. De vier meestgebruikte navigatiemiddelen zijn:

1. Het bieden van een overzicht van actuele thema's en nieuws
2. Het bieden van een thematische indeling van onderwerpen
3. Het bieden van aparte ingangen voor verschillende doelgroepen

4. Het bieden van een zoekmogelijkheid

Vrijwel altijd is een combinatie van deze vier beschikbaar. De eerste drie principes worden ongeveer even vaak als meest prominente ingang gepresenteerd. De zoekmachine is in 10% van de gevallen het nadrukkelijkst aanwezige navigatiemiddel op de openingspagina. Los van de vraag welk principe het meest nadrukkelijk zichtbaar is op de site, is navigeren op thema met afstand het vaakst gebruikte middel.

Er bestaan grote verschillen in de manier waarop met name de navigatie op thema en de navigatie op doelgroep in de praktijk worden uitgewerkt. De meest uitgewerkte thematische indelingen bevatten links tot wel drie lagen onder de homepage. De links zijn dan voorzien van begeleidende toelichtende teksten. De doelgroepingang leidt idealiter tot informatie die is afgestemd op de betreffende doelgroep. Soms echter gaat de afstemming niet verder dan een selectie van (mogelijk) relevante stukken algemene informatie. De meest uitgewerkte doelgroepingen blijven ook op dieperliggende niveaus duidelijk gericht op de doelgroep.

De thematische indeling is het meest geschikt om grote hoeveelheden informatie toegankelijk te maken.

De analyse van referentiesites levert ook enkele ideeën om contextinformatie in het navigatiesysteem in te bouwen. Dit zijn

1. het in beeld brengen van het zoekpad
2. het bieden van een aanduiding van aard en status van de links
3. het werken met tabbladen om verschillende navigatiemiddelen te presenteren

6.2.6. Wat leveren de zoekacties van burgers op?

De respondenten zijn over het algemeen (65%) tevreden over de resultaten van hun laatste online zoekactie. Slechts een minderheid (10%) is ontevreden. Dit zegt echter nog weinig over het functioneren van Overheid.nl, want slechts twee van de dertig respondenten heeft deze website gebruikt.

Een analyse van de ingevoerde trefwoorden in Overheid.nl geeft een weinig bemoedigend beeld van de resultaten die gebruikers hiermee kunnen boeken. De meest gebruikte trefwoorden leveren een rijtje links op die niet lijken aan te sluiten op een benoembare informatiebehoefte van de burger. Door de summiere presentatie is de status en relevantie van de gevonden links overigens moeilijk te beoordelen.

De trefwoorden die de respondenten noemen om antwoord te krijgen op de in het scenario-onderzoek gestelde vragen scoren niet veel beter. Tien van de 18 door respondenten veelgenoemde trefwoorden leveren geen antwoord op in Overheid.nl.

De waarde van zoekmachines voor burgers moet niet worden overschat. De burgers hebben moeite met het formuleren van goede zoekvragen. De zoekmachines leveren geen relevante, actuele informatie op basis van zeer brede algemene termen.

7. AANBEVELINGEN

7.1. Aanbevelingen

We bevelen aan de volgende uitgangspunten te hanteren voor de toegangsstructuur van de burgerportal op Overheid.nl:

1. Een combinatie van navigatiemiddelen. Geen rigoreuze keuze voor één middel, maar gebruik van verschillende navigatiemiddelen op die plaatsen waar dat vanuit de gebruiker gezien logisch is.
2. De informatiezoeker moet bij zijn zoekactie zoveel mogelijk worden voorzien van 'contextinformatie'. De bezoeker moet steeds overzicht hebben over zijn zoekactie. Daartoe moet hij weten waar hij zich in de site bevindt, waar hij vandaan komt en waar hij heen kan gaan. Dit wordt gerealiseerd door het bieden van Themapagina's (zie 5), en navigatiehulpen (zie 9-11).
3. Op het hoofdniveau navigatie op thema's. Selectie van thema's op basis van de indeling zoals gehanteerd [in het rapport van Kuys, en in de analyse van Van den Toorn]. De thema's bieden de beste mogelijkheid om op de hoofdpagina toegang te geven tot alle beschikbare informatie.
4. Op lagere niveau's (pagina's onder de hoofdpagina) is ook navigatie op doelgroep en levensmoment mogelijk.
5. Voor de belangrijkste, meestgezochte, onderwerpen komen er themapagina's. Deze bevinden zich maximaal twee lagen onder de hoofdpagina. Elke themapagina geeft een overzicht van alle relevante informatie rondom een thema in lopende tekst (begrijpelijke taal). Aan de hand van de informatie op deze pagina moet de burger een overzicht hebben van de beschikbare informatie, de voor hem relevante informatie, en de vindplaatsen van deze informatie. De keuze voor onderwerpen voor deze pagina's moet mede worden gebaseerd op de logs van uitgevoerde zoekacties.
6. De themapagina's zijn via de thematische navigatiestructuur bereikbaar, maar ook via de zoekmachine. Met andere woorden: Op basis van de meestgebruikte zoekwoorden moeten achter de schermen links worden gelegd tussen de zoekmachine en de relevante themapagina's, zodat deze hoog (liefst op positie 1) verschijnen in de zoekresultaten.

7. Zoekmachine: Op elke pagina is de zoekmachine beschikbaar. Deze biedt de mogelijkheid om te zoeken binnen de gehele site, maar (d.m.v. een extra button of keuzevakje) ook alleen binnen het thema van die pagina.
8. Actualiteiten: Op elke pagina komt een kader met maximaal vijf actuele / veelgevraagde onderwerpen. Deze zijn contextafhankelijk. Dus: de actualiteiten op de eerste pagina onder de hoofdpagina betreffen alleen het thema van die pagina.
9. Op elke pagina zijn zgn. 'Breadcrumbs' zichtbaar. Deze geven de burger inzicht in het gevolgde zoekpad.
10. Op elke pagina wordt zoveel mogelijk contextinformatie gegeven bij de links. Op de hoofdpagina kan dat in de vorm van het laten zien van de eerste/belangrijkste vervolglinks onder elk thema. Op de lager gelegen pagina's kan dat door bij elke link een korte toelichting te geven. Ook een concept-map (Aquabrowser) zou hiervoor kunnen worden gebruikt.
11. Op de themapagina's wordt statusinformatie bij de links gegeven, die aangeven waar men terechtkomt bij het volgen van die link (op een interne pagina, een externs overheidssite, een externe niet-overheidssite etc.).

7.2. Uitwerking van de aanbevelingen

In tabel 7.1 zijn de aanbevelingen uitgewerkt voor het thema Werk & Inkomen. De eerste kolom bevat de items zoals ze op de hoofdpagina te zien zullen zijn. De tweede kolom bevat de items die op de Werk & Inkomenpagina komen te staan, gerangschikt onder kopjes. Deze kopjes geven de paginaindeling aan (een sectie/kolom/kader per kopje). De derde kolom bevat de items die op de themapagina's komen te staan.

De uitwerking is nog in conceptvorm. Beslissingen over welke informatie van belang is zullen op inhoudelijke gronden, en op basis van de informatiebehoefte van de doelgroep door deskundigen genomen dienen te worden.

De invulling van de laatste kolom is nog tamelijk schetsmatig, en hier en daar onvolledig. In Figuur 7.1 is de structuur voor het thema in hoofdlijnen weergegeven.

Werk & Inkomen

Werkzoekenden

- Een baan vinden
- Werken bij de overheid

Werknemers

- Arbeidscontract
- Arbeidsvoorwaarden
- Arbeidsomstandigheden
- U wordt ziek of arbeidsongeschikt
- U wordt ontslagen
- Belastingen

Werkgevers

- Link naar Bedrijvenloket

Sociale zekerheid & verzekeringen

- Pensioen en VUT
- Bijstand en werkloosheidsuitkeringen
- Uitkeringen bij ziekte en arbeidsongeschiktheid
- overige regelingen en verzekeringen

Actuele thema's

- Levensloopregeling / spaarloonregeling
- WIA
- Toeslag kinderopvang

Figuur 7.1 Hoofdstructuur thema Werk & Inkomen

Tabel 7.1 Detail-uitwerking van het thema Werk & Inkomen.

Hoofdpagina (themapagieden)	Vervolgpagina 1 (selectie op subthema, levensmoment doelgroep actualiteit, faq.) De vetgedrukte kopjes geven de paginaindeling aan: Per doelgroep een sectie/kolom met thema's + toelichting er aparte kolom over sociale zekerheid en verzekeringen. Een aparte sectie voor actuele onderwerpen	Vervolgpagina 2: ofwel een externe link of een themapagina (overzicht van alle relevante informatie met toelichting en verwijzingen)
--------------------------------	--	--

Werk & Inkomen	Actuele onderwerpen	
	Levensloopregeling / spaarloon	verwijzing naar...
	WIA / arbeidsongeschiktheid	verwijzing naar ministerie van SZW (?)
	Toeslag kinderopvang	verwijzing naar Belastingdienst

Werkzoekenden

Een baan vinden	Themapagina: Een baan vinden Zoeken naar vacatures - werk vinden met het CWI (Werk.nl) - themapagina werken bij de overheid Solliciteren - Het schrijven van een sollicitatiebrief - Tips voor het sollicitatiegesprek Rechten en plichten als werknemer - themapagina arbeidscontract en CAO - themapagina arbeidsvoorwaarden Combineren van leren en werken - Opleidingsmogelijkheden voor werkzoekenden Opnieuw aan het werk gaan - themapagina over reïntegratie - Ruim baan voor vrouwen Actuele onderwerpen - Ruim baan voor minderheden - Taskforce Jeugdwerkloosheid
-----------------	--

Werken bij de overheid

Themapagina met Externe links naar alle vacaturesites van de overheid + informatie over bijvoorbeeld arbeidsomstandigheden en voorwaarden bij de overheid.

Werknemers

Arbeidscontract

themapagina arbeidscontract en CAO

- Uitleg over CAO's
- Wat is een collectieve arbeidsovereenkomst (CAO)?
- Wanneer val ik onder een CAO?
- Wanneer is een CAO geldig?
- Waar vind ik meer informatie over mijn CAO?
- Kan ik op mijn loonstrook zien of ik onder een CAO val?
- Kan ik mijn werkgever dwingen de CAO na te leven?
- Welke wetten zijn belangrijk bij (totstandkoming van) CAO's?
- Verwijzingen naar alle CAO's

Arbeidsvoorwaarden

Themapagina arbeidsvoorwaarden

- Minimumloon
- Pensioenen (via Themapagina uitkeringen en sociale zekerheid)
- Werkloosheidswet (via Themapagina uitkeringen en sociale zekerheid)
- WIA (via Themapagina ziekte en arbeidsongeschiktheid)
- Verlofregelingen
- Vakantiedagen en vakantiegeld
- Kinderopvang
- Ouderschapsverlof

FAQ:

- Welke afspraken moet mijn werkgever schriftelijk vastleggen bij indiensttreding?
- Wat is een proeftijd en hoe lang duurt die?
- Hoe kan ik vaststellen of ik een arbeidsovereenkomst heb en voor hoeveel uren deze geldt?
- Wat is de overheid van plan met het concurrentiebeding?
- Wat houdt de levensloopregeling in?

Arbeidsomstandigheden

Themapagina arbeidsomstandigheden

- Arboret
- Veilige werkomgeving
- Arbeidsinspectie
- Arboconvenanten

- Arbodiensten
- Stop RSI
- (etc.)

U wordt ziek of arbeidsongeschikt themapagina ziekte en arbeidsongeschiktheid

U wordt ontslagen Themapagina over ontslag

- Ontslaggronden
- Procedures en regelingen omtrent ontslag
- ontslagvergoeding
- Een werkloosheidsuitkerings aanvragen
- etc.

Belastingen Themapagina over loon en inkomstenbelasting
(indien mogelijk link naar Belastingdienst)

Werkgevers Externe link naar relevante pagina's op bedrijvenloket

Sociale zekerheid en verzekeringen

Pensioen en VUT Themapagina

Bijstand en werkloosheidsuitkeringen Themapagina

Uitkeringen bij ziekte en arbeidsongesch
overige regelingen en verzekeringen Themapagina ziekte en arbeidsongeschiktheid

Themapagina

REFERENTIES

Albers, M.J. (2004). *Communication of Complex Information: User Goals and Information Needs for Dynamic Web Information.* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Choo, C.W., Detlor, B., & Turnbull, D. (2000). *Web Work. Information Seeking and Knowledge Work on the World Wide Web.* Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Koopmans, N.I. & Meel, M. van (2002). *Behoeftteonderzoek Onderzoekinformatie in Nederland.* NIWI (Nederlands Instituut voor Wetenschappelijke Informatiediensten). Rapport 127/20021001/OI.

Kuys, G. (2005). *Overheid.nl Rapport vooronderzoek vraagstructurering.* (Intern rapport) Den Haag: ICTU, Advies overheid.nl.

Rosenfeld, L. & Morville, P. (2002). *Information Architecture for the World Wide Web.* Second Edition. Beijing, etc: O'Reilly.

Tatnall, A. (2005). *Web Portals. The New Gateway to Internet Information and Services.* Hershey, etc: Idea group Publishing.

Xie, H. (2002). Patterns between interactive intentions and information-seeking strategies. *Information Processing & Management* 38, 55-77.

