



Gebruikersonderzoek voor een optimale SER-website

Adviesrapport

06-06-2011

Afstuderen januari 2011 – mei 2011

Student

Jeffrey Dolkens

Studentnummer: 20063090

Opleiding

Informatiedienstverlening & -Management voltijd (IDM)

Academie ICT & Media

Haagse Hogeschool

Begeleider / examiner: Jos van Helvoort

Expert / examiner: Peter Becker

Sociaal-Economische Raad (SER)

Stagebegeleider: Ruby Davies

Opdrachtgever: Jolanda Maas

Voorwoord

Den Haag, juni 2011,

Dit adviesrapport is geschreven in het kader van mijn afstudeerstage van de opleiding Informatiedienstverlening & -Management aan de Haagse Hogeschool. Gedurende de periode van januari t/m mei 2011 heb ik mijn afstudeeropdracht mogen uitvoeren bij de Sociaal-Economische Raad aan de Bezuidenhoutseweg 60 in Den Haag.

Dit document omvat de analyses van het uitgevoerde onderzoek. De conclusies en aanbevelingen zijn te vinden in het hoofdstuk 7.

Ik wil Jos van Helvoort en Peter Becker bedanken voor de begeleiding vanuit school. Daarnaast wil ik ook iedereen bij de afdeling Communicatie bedanken voor de hulp en de leuke periode bij de SER. In het bijzonder wil ik Ruby Davies en Jolanda Maas bedanken voor de begeleiding in de afgelopen maanden.

Bedankt en hopelijk tot ziens!

Jeffrey Dolkens

Samenvatting

De huidige SER-website bevat uitgebreide informatie over uiteenlopende onderwerpen. Deze informatie is bestemd voor verschillende doelgroepen. De website is in de afgelopen jaren een aantal keer aangepast en de SER zelf is eigenlijk best tevreden. Er is echter nog niet eerder gebruikersonderzoek uitgevoerd en daardoor is er geen inzicht of de website wel aansluit bij de wensen van de websitegebruikers uit de verschillende doelgroepen. Met de constante veranderingen van het internet veranderen ook logischerwijs de wensen en informatiebehoeften van de gebruikers. Is de geboden informatie nog wel relevant, helder verwoord en makkelijk terug te vinden? Zijn er nog diensten en/of functionaliteiten die gemist worden? Kortom welke verbeteringen bevelen de websitegebruikers aan en hoe zijn deze te realiseren? Voordat de website opnieuw inhoudelijk aangepast wordt, wil de SER dan ook eerst antwoord op deze vragen door een gebruikersonderzoek uit laten voeren. In het afstudeerplan is de probleemstelling als volgt geformuleerd:

In hoeverre sluit de huidige SER-website aan bij de wensen van de websitegebruikers uit de verschillende doelgroepen?

Dit document bevat een aantal adviezen die een bijdrage leveren aan de optimalisatie van de SER-website.

Om tot deze adviezen te komen zijn de volgende stappen ondernomen:

Huidige situatie

Als eerst is de huidige situatie van de SER-website in kaart gebracht. Hierbij is ondermeer gekeken naar de doelstellingen, doelgroepen, communicatiestrategie die de SER heeft voor de SER-website. Daarnaast is de navigatie, structuur, vindbaarheid, beheer en statistieken onderzocht.

Kwantitatief onderzoek

Om erachter te komen hoe de website functioneert, welke informatiebehoefte er is en welke wensen aan diensten en functionaliteiten is kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Dit kwantitatieve onderzoek heeft plaats gevonden doormiddel van een online enquête die gemaakt is met de (betaalde) enquêtetool Itfigures. De enquête richtte zich op de volgende onderzoeksaspecten:

- **Profiel:** Demografische kenmerken (geslacht, leeftijd, doelgroep), doel/frequentie van bezoek, via welke route naar de website en informatiebehoefte
- **Vindbaarheid:** Oordeel over de vindbaarheid van informatie en het gebruik van de zoekfunctie
- **Gebruiksvriendelijkheid:** Is informatie aanwezig, snel en gemakkelijk te vinden en begrijpelijk?
- **Interactie en social media:** Interactie mogelijkheden en mening over het gebruik van social media
- **Tips en suggesties:** Zijn er nog dingen die de gebruikers graag anders zouden willen zien?

De enquête heeft drie weken looptijd gehad en is verspreid (in overleg met opdrachtgever en begeleider) onder de doelgroepen van de SER via de volgende kanalen:

- Via e-mail naar de ongeveer 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven.
- Via een verwijzende link op verschillende pagina's op de SER-website
- Via een pop-up op de website die gebruikers bij een eerste bezoek te zien krijgen
- Via een tweet op Twitter naar de 206 volgers (op 8 maart 2011) van de SER
- Via een herhalingsmail naar de 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven.

Uiteindelijk is de enquête ingevuld door 442 respondenten.

Kwalitatief onderzoek

Naast het kwantitatieve onderzoek is ook kwalitatief onderzoek uitgevoerd om specifiekere feedback te krijgen over de SER-website. Het kwalitatieve onderzoek heeft plaatsgevonden doormiddel van testcases via de “hardop denken” methode in combinatie met een aantal interviewvragen. Met behulp van een observatieformulier en geluidsopname zijn de bevindingen van de gebruikers structureel vastgelegd. De volgende testtaken zijn uitgevoerd door de testpersonen:

Introductietaak: Zoek het bezoekadres van de SER op.

- Taak 1: De voorzitter van de SER, Alexander Rinnooy Kan, is voorheen werkzaam geweest bij een aantal andere organisaties. Welke zijn dit? Ga op zoek naar de CV van de voorzitter.
- Taak 2: Ga op zoek naar het artikel “Afschaffing adviesplicht bevrijdt SER van politiek misbruik” uit het SERmagazine van november 2010. Maak hiervoor gebruik van de zoekfunctie op de website.
- Taak 3: U wilt een bekende wijzen op literatuur over het onderwerp “ontslagrecht” Ga op zoek naar de literatuurlijst, boeken over ontslagrecht.
- Taak 4: U wilt het advies “Sociale Zekerheid en Gezondheidszorg” uit 1998/13 lenen, ga op zoek naar het advies. Kunt u het advies lenen? Wat zijn de kosten?
- Taak 5: Er zijn in Nederland ook een aantal provinciale SER'en. Ga na of de Provincie Brabant ook een SER heeft. Ga op zoek naar de link.

De volgende interviewvragen zijn gesteld:

Voor aanvang van het testen

- Vraag 1: Hoe goed bent u bekend met de SER-website?
- Vraag 2: Naar wat voor informatie bent u gebruikelijk op zoek?

Na afloop van het testen

- Vraag 3: Viel het u mee of tegen om de testtaken uit te voeren?
- Vraag 4: Waar had u het meeste moeite mee?
- Vraag 5: Zijn er nog diensten/functionaliteiten/onderdelen en of informatie die u mist op de SER-website?
- Vraag 6: Heeft u misschien nog tips of suggesties om de SER-website te verbeteren?

Uiteindelijk is de testcase in combinatie met de interviewvragen uitgevoerd met 13 testpersonen verdeeld over de volgende doelgroepen:

- 2 Raadsleden
- 2 Leden van subcommissie Grenswaarden
- 1 Gedetacheerde bij Directie Sociale Zaken SER (Min SZW)
- 1 Teammanager Algemeen Economisch Beleid, Onderwijs en Innovatie (VNO-NCW)
- 1 Informatiespecialist Raad voor Werk en Inkomen (RWI)
- 1 Senior beleidsadviseur (AWVN)
- 3 Stagiaires bij de SER (MBO, HBO, Universiteit)
- 2 Externe studenten (Universiteit)

Onderzoek zoekfunctie

Om vast te stellen of de zoekresultaten bij gebruik van de zoekfunctie wel relevant zijn, is aanvullend onderzoek uitgevoerd in de vorm van een opbrengst, vangst en precisie onderzoek.

Om de relevantie te toetsen hanteren Becker, van der Linden, Magrijn, et al (2010, pp 17-18) de volgende termen:

Opbrengst (yield): is het totale aantal treffers dat een zoekactie oplevert. Dit zegt in principe nog niets over de kwaliteit van de zoekactie

Vangst (recall): is het aantal relevante items dat een zoekactie oplevert in verhouding tot het totaal aantal relevante items dat in een systeem aanwezig is. Om de vangst te berekenen wordt de volgende formule gehanteerd: gevonden relevant/totaal relevant.

Precisie (precision): is het aantal relevante treffers in verhouding tot de opbrengst. De formule hierbij is: gevonden relevant/opbrengst

Omdat het lastig te bepalen is hoeveel relevante pagina's, artikelen en documenten de SER-website over een bepaald onderwerp bevat, is de vangst in dit onderzoek niet meegenomen.

De volgende criteria zijn opgesteld:

- Gaat het artikel over het onderwerp? (max 4p)
- De trefwoorden (of trefwoorden van soortgelijke strekking) worden in de titel genoemd (1p)
- De trefwoorden (of trefwoorden van soortgelijke strekking) worden in de koppen genoemd (1p)
- De trefwoorden worden in de introtekst genoemd (1p)
- De trefwoorden worden in combinatie met elkaar genoemd (1p)
- De trefwoorden worden meerdere malen in combinatie met elkaar genoemd (max 2p)

Per zoekresultaat wordt een cijfer van 0 tot 10 gegeven. Een zoekresultaat wordt relevant bevonden als de score tenminste 6 is.

Literatuuronderzoek trends op internet gebied

Als laatst is er nog een literatuuronderzoek uitgevoerd om de trends op internet gebied in kaart te brengen.

Conclusies en aanbevelingen

Zowel uit het kwantitatieve onderzoek als het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de gebruikers van de SER-website in zijn algemeenheid tevreden zijn over de website. Dit blijkt ondermeer uit het gemiddelde rapportcijfer dat de respondenten uit het kwantitatieve onderzoek geven aan de SER-website, een 7,4. Op basis van de onderzoeksresultaten uit het kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek kan geconcludeerd worden dat er, op de zoekfunctie na, geen grote veranderingen nodig zijn aan de SER-website. De huidige zoekfunctie functioneert niet naar behoren omdat gebruikers in vele gevallen niet de gewenste zoekresultaten krijgen. Omdat dit een belangrijk hulpmiddel is om informatie te zoeken op de website, is verbetering noodzakelijk. Ook zijn er enkele pagina's die geoptimaliseerd moeten worden. De belangrijkste secties die daarvoor in aanmerking komen zijn de SER adviezen en de themapagina's. Uit het kwantitatieve onderzoek bleek dat de paginavulling op de pagina's met SER adviezen te druk is. Daarnaast bleek uit het kwalitatieve onderzoek dat de SER adviezen ook nog eens lastig gevonden worden. Over de themapagina's kwamen reacties over de indeling en overzichtelijkheid. Dit zijn belangrijke secties op de SER-website die vaak geraadpleegd worden. Daarnaast is het belangrijk dat de technologische ontwikkelingen nauwlettend gevolgd worden om de SER-website toegankelijk te houden.

Profiel

Op basis van het kwantitatieve onderzoek kan vastgesteld worden dat de gemiddelde bezoeker van de SER-website een man is tussen de 51-60 jaar oud, die de website maandelijks gebruikt voor zakelijke doeleinden. Hij komt op de website door het webadres van de SER-website in te tikken in zijn browser. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers is relatief hoog en het aantal jongeren dat de enquête heeft ingevuld blijft flink achter. De SER-website biedt via de scriptieservice echter ook veel informatie voor studenten. In de top10 van meest geraadpleegde pagina's uit de Google Analytics statistieken is deze sectie terug te vinden. Dit geeft aan dat de SER-website wel veel jonge bezoekers trekt.

Informatiebehoefte

Doordat de SER-website informatie bevat over uiteenlopende onderwerpen, verschilt ook de informatiebehoefte per doelgroep. Uit het kwantitatieve onderzoek en het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de voornaamste informatiebehoefte van bezoekers van de SER-website bestaat uit: publicaties (en dan met name de SER adviezen), nieuws- en persberichten en informatie over specifieke beleidsthema's (de themapagina's). In de webstatistieken staan deze onderdelen ook in de top10.

Op basis van alle onderzoeken kunnen de volgende adviespunten worden opgemaakt:

Homepage

1. Reduceer het aantal ga direct naar links en verander de volgorde van het "ga direct naar" menu
2. Voeg schaduwranden toe tussen de koppen in het "ga direct naar" menu
3. Pas de subnavigatie rechts bovenaan aan door:
 - De vertaalde websites te presenteren als symbolen
 - De zoekbutton te veranderen in een "vergrootglas" symbool

SER adviezen

4. Creëer meer "rust" door de SER adviezen aan te bieden in de vorm van de SERmagazine pagina's.
5. Verander het navigatiemenu onder de hoofdpagina publicaties door "overige publicaties" onderaan het menu te plaatsen
6. Voeg de een link naar de SER adviezen toe in het "ga direct naar menu" op de homepage
7. Link bij de SER Adviezen naar bijbehorende themapagina's.

Actueel

8. Hanteer voor het subnavigatie menu dezelfde volgorde als de content op de pagina actueel.

Themapagina's

9. Verander de presentatie van de overzichtspagina (zie voorstel)
10. Verander de indeling van de onderliggende pagina's (zie voorstel)

SERmagazine

11. Link in het SERmagazine naar relaterende thema's

Zoekfunctie

12. Onderzoek de mogelijkheden om een facet zoekmachine functionaliteit aan te schaffen

Multimedia

13. Onderzoek de mogelijkheden om te investeren in een mobiele versie van de SER-website
14. Onderzoek de mogelijkheden om informatie op alternatieve manieren aan te bieden via bijvoorbeeld QR-Codes.

Interactie en social media

15. Maak het delen van informatie via social media mogelijk op de SER-website
16. Breidt het experiment om contactformulieren aan te bieden bij nog op te leveren SER adviezen uit zodat bezoekers suggesties kunnen doen die eventueel meegenomen kunnen worden bij het opstellen van SER adviezen.
17. Biedt contactformulieren aan bij de themapagina's zodat mensen vragen kunnen stellen en/of hun mening kunnen delen.
18. Biedt korte polls aan op de website

Inhoud

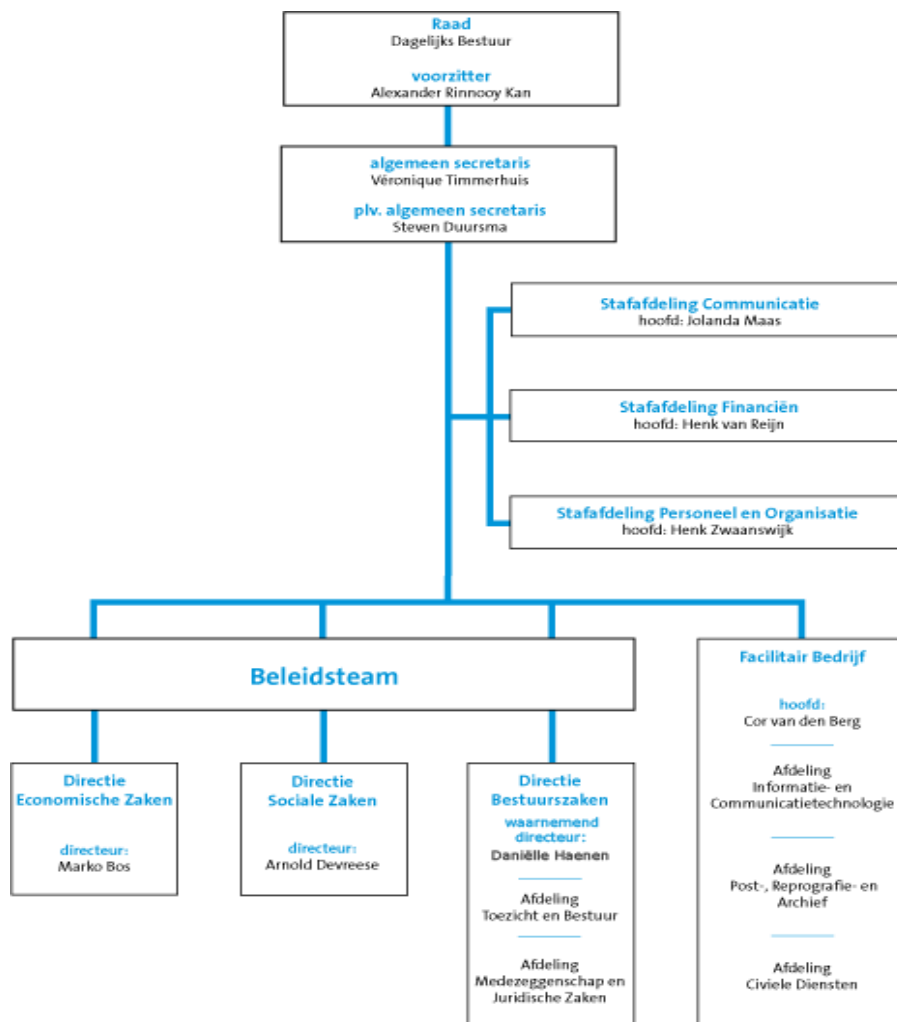
1	Introductie	10
1.1	De afdeling Communicatie	11
1.2	Probleemstelling	12
1.3	Doelstelling	13
1.4	Structuur adviesrapport	13
2	Huidige situatie	14
2.1	Doelstellingen	14
2.2	Doelgroepen	14
2.3	Strategie	15
2.4	Navigatie en structuur	16
2.4.1	Primaire navigatiestructuur	16
2.4.2	Secundaire navigatiestructuur	17
2.4.3	Servicepagina's	18
2.4.4	Zoekfunctie	19
2.5	Vindbaarheid	20
2.6	Beheer	21
2.7	Statistieken	21
3	Kwantitatief onderzoek: enquête	23
3.1	Methodiek	23
3.2	Onderzoekaspecten	24
3.3	Profiel	26
3.3.1	Deelconclusie	28
3.4	Algemene indruk	29
3.4.1	Vindbaarheid	30
3.4.2	Gebruiksvriendelijkheid	32
3.4.3	Interactie en social media	37
3.4.4	Deelconclusie	39
3.5	Specifieke pagina's	42
3.5.1	SER adviezen	42
3.5.2	Themapagina's	45
3.5.3	PBO-bladen	47
3.5.4	Grenswaarden	48
3.5.5	SERmagazine	50
3.5.6	Scriptieservice	51
3.5.7	Deelconclusie	52
3.6	Conclusies uit kwantitatief onderzoek	54

4	Kwalitatief onderzoek: Interviews en testcases	59
4.1	Methodiek	59
4.2	Profiel.....	61
4.3	Introductietaak	62
4.4	Taak 1: CV Voorzitter	63
4.5	Taak 2: Artikel SERMagazine.....	64
4.6	Taak 3: Literatuurlijst ontslagrecht	65
4.7	Taak 4: Advies Sociale Zekerheid en Gezondheidszorg 1998/13	66
4.8	Taak 5: SER Brabant.....	67
4.9	Interviewvragen	68
4.10	Conclusies uit kwalitatief onderzoek	69
5	Opbrengst, vangst en precisie onderzoek (OVP)	72
5.1	Eenvoudig zoeken	72
5.2	Uitgebreid zoeken.....	75
5.3	Conclusies uit opbrengst vang en precisie onderzoek	76
6	Trends op internetgebied	77
6.1	Een socialer internet.....	78
6.2	Een mobieler internet	80
6.2.1	Mobiele websites en applicaties	83
6.2.2	QR-Codes	84
7	Eindconclusie en aanbevelingen.....	87
7.1	Algemeen.....	87
7.2	Profiel en informatiebehoefte.....	87
7.3	Homepage	88
7.3.1	Ga direct naar menu	88
7.3.2	Subnavigatie rechtsboven	90
7.4	SER adviezen	92
7.5	Actueel.....	95
7.6	Themapagina's	96
7.7	SERmagazine.....	102
7.8	Zoekfunctie	103
7.9	Multimedia	106
7.10	Interactie en social media.....	108
7.11	Implementatieoverzicht.....	110
8	Bronnenlijst	112

1 Introductie

De Sociaal-Economische Raad (SER) is een publiekrechtelijke bedrijfsorganisatie die wordt gefinancierd door het bedrijfsleven. Het is een adviesorgaan waar werkgevers, werknemers en onafhankelijke deskundigen (kroonleden) samenwerken. De belangrijkste taak van de SER is advies uitbrengen aan het kabinet en parlement over de hoofdlijnen van het te voeren sociaal-economisch beleid. Dit gebeurt op aanvraag van het kabinet en parlement, maar ook uit eigen beweging. Een andere taak van de SER is het toezicht houden op product- en bedrijfsschappen (PBO's). Dit zijn publiekrechtelijke organisaties van ondernemers en werknemers rondom een bepaald product of in een bepaalde bedrijfstak. De SER is door de overheid ook verantwoordelijk gemaakt voor een aantal wetten die in het bedrijfsleven belangrijk zijn.

Naast de raad heeft de SER een secretariaat bestaande uit ongeveer 125 medewerkers die in dienst zijn van de SER. Zij ondersteunen de raad en de commissies van de SER bij het voorbereiden en uitvoeren van de verschillende werkzaamheden. Dit geldt voor zowel het advieswerk als de toezichthoudende en uitvoerende taken van de raad. Deze ondersteuning is zowel inhoudelijk als facilitair. Onderstaande afbeelding geeft de organisatiestructuur van de SER weer in een organisatieschema:



Afbeelding 1.1: organisatieschema SER 2011,
<http://www.ser.nl/nl/secretariaat/organisatieschema.aspx>

1.1 De afdeling Communicatie

De afdeling Communicatie bestaat uit ongeveer vijftien medewerkers. Gedurende de stageperiode ben ik werkzaam geweest binnen de afdeling Communicatie bij de bibliotheek en documentatie (BIDOC). Binnen de BIDOC zijn er zes medewerkers die zich bezighouden met IDM gerelateerde werkzaamheden.

De afdeling communicatie is hoofdzakelijk verantwoordelijk voor:

Ondersteuning voorzitter en management: versterken van de samenwerking tussen de drie partijen in de SER en het secretariaat. Het management en de voorzitter worden ondersteund bij de in- en externe communicatie doormiddel van communicatieplannen. Hiermee wordt invulling gegeven aan de positionering en profilering van de SER.

Pers en publieksvoorlichting (incl. woordvoering voorzitter): bijdragen aan de optimale doorwerking van SER-producten door gerichte in- en externe communicatie bij de openbaarmaking van SER-producten.

Samenstellen/actualiseren/vertalen SER-producten: corporate presentaties, relatiemagazine, promotiemateriaal, nieuwsbrieven en jaarverslagen

Informatieverstrekking: Verzorgen van het inhoudelijk beheer en het aanbod van het intranet en de informatie op de internetsites van de SER, de Stichting van de Arbeid en de Werkgeversvereniging PBO. Daarnaast wordt informatie verstrekt via attendering over informatie in de eigen collectie en elders aanwezige literatuur via nieuwsbrieven, het SERmagazine, knipselkranten, persberichten, parlementaire informatie, EU-info, etc.

Begeleiding extern georiënteerde bijeenkomsten: organisatie van evenementen, symposia, conferenties (eventueel in samenwerking met derden)

Collectievorming: de bibliotheekcollectie van de SER omvat ruim 12.000 boeken, 450 tijdschriftabonnementen, geselecteerde parlementaire informatie vanaf 1950, een uitgebreide EU-collectie en jaarverslagen.

Documenteren: de medewerkers van Documentatie en Bibliotheek selecteren en ontsluiten voor de SER relevante tijdschriftartikelen, krantenartikelen, rapporten EU-documenten en parlementaire informatie.

1.2 Probleemstelling

De huidige website van de SER is online gegaan in september 2007. De SER-website bevat ondermeer uitgebreide informatie over de taken, samenstelling, werkwijze en het actuele werk van de SER. De website is in de afgelopen jaren wel een aantal keer aangepast en de SER is eigenlijk best tevreden. Er is echter nog niet eerder gebruikersonderzoek uitgevoerd en daardoor is er geen inzicht of de website wel aansluit bij de wensen van de websitegebruikers uit verschillende doelgroepen. Met de constante veranderingen van het internet veranderen ook de wensen van de gebruikers. Is de geboden informatie nog wel relevant, helder verwoord en eenvoudig terug te vinden? Zijn er nog diensten en/of functionaliteiten die gemist worden? Kortom welke verbeteringen bevelen de websitegebruikers aan en hoe zijn deze te realiseren? Voordat de website opnieuw inhoudelijk aangepast wordt, wil de SER dan ook eerst antwoord op deze vragen door een gebruikersonderzoek uit laten voeren. In het afstudeerplan is de probleemstelling als volgt geformuleerd:

In hoeverre sluit de huidige SER-website aan bij de wensen van de websitegebruikers uit de verschillende doelgroepen?

Uit de probleemstelling zijn de volgende deelvragen opgesteld:

Huidige situatie

- Welke doelen beoogt de SER met de website te bereiken?
- Welke doelgroepen beoogt de SER met de website te bereiken?
- Hoe ziet de communicatiestrategie eruit?
- Hoe ziet de huidige situatie van de SER-website er qua structuur, navigatie, vindbaarheid, beheer en statistieken er uit?

Informatiebehoefte en functioneren huidige website

- Hoe functioneert de huidige website volgens de gebruikers uit de doelgroepen?
- Welke informatiebehoefte is er bij de websitegebruikers?
- Welke wensen aan diensten en functionaliteiten is er bij de websitegebruikers?

Literatuuronderzoek

- Welke trends zijn er op het gebied van websites?

Conclusies en aanbevelingen

- Welke conclusies en aanbevelingen kunnen er worden opgemaakt aan de hand van de onderzoeksresultaten?
- Hoe kunnen de aanbevelingen worden geïmplementeerd?
- Wat zijn de consequenties op het gebied van beheer?
- Hoe wordt nieuwe informatie op de SER-website onder de aandacht gebracht?
- Hoe worden eventuele nieuwe diensten en functionaliteiten onder de aandacht gebracht?

1.3 Doelstelling

Doel van de afstudeeropdracht is om inzicht te krijgen in de wensen van de websitegebruikers uit de verschillende doelgroepen en het functioneren van de SER-website. Dit houdt ondermeer in dat gebruikers:

- De website van de SER raadplegen;
- Daar snel relevante informatie te vinden is;
- De informatie naast te raadplegen ook voor een deel te downloaden is vanaf de site;
- Een volgende keer terugkeren op de SER-website voor informatie
- De website als gebruiksvriendelijk ervaren

Op basis van de onderzoeksresultaten worden aanbevelingen gedaan voor de optimalisatie van de SER-website.

1.4 Structuur adviesrapport

Dit rapport is als volgt opgebouwd:

Hoofdstuk 2: Huidige situatie

In dit hoofdstuk wordt duidelijk welke doelstellingen de SER heeft met de SER-website, welke doelgroepen men tracht te bereiken en hoe de communicatiestrategie eruit ziet. Ook wordt de structuur, navigatie, vindbaarheid, beheer en de statistieken van de website besproken.

Hoofdstuk 3: Kwantitatief onderzoek: enquête

Dit hoofdstuk bevat een analyse die opgemaakt is aan de hand van de resultaten uit het kwantitatieve onderzoek.

Hoofdstuk 4: Kwalitatief onderzoek: interviews en testcases

Hoofdstuk 4 bevat een analyse van het kwalitatieve onderzoek dat uitgevoerd is door het uitvoeren van interviews en testcases met testpersonen.

Hoofdstuk 5: Opbrengst, vangst en precisie onderzoek (OVP)

Hoofdstuk 5 bevat een analyse van een aanvullend onderzoek om de relevantie van zoekresultaten bij het gebruik van de zoekmachine te toetsen.

Hoofdstuk 6: Trends op internet gebied

In hoofdstuk 6 wordt duidelijk welke trends op het gebied van internet relevant zijn voor de SER-website.

Hoofdstuk 7: Eindconclusies en aanbevelingen

Dit hoofdstuk bevat de eindconclusies en aanbevelingen die opgemaakt zijn aan de hand van het kwantitatieve onderzoek, het kwalitatieve onderzoek, het OVP onderzoek en de trends op internet gebied.

2 Huidige situatie

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van de huidige situatie van de SER-website. Er wordt antwoord gegeven op de volgende deelvragen:

- Welke doelen beoogt de SER met de website te bereiken?
- Welke doelgroepen beoogt de SER met de website te bereiken?
- Hoe ziet de communicatiestrategie eruit?
- Hoe ziet de huidige situatie van de SER-website er qua structuur, navigatie, vindbaarheid, beheer en statistieken er uit?

2.1 Doelstellingen

De SER heeft de volgende doelstellingen geformuleerd voor de communicatie via de website (Jans, 2008):

- **Het vergroten van de zichtbaarheid** zodat mensen de SER als organisatie kennen en weten te vinden
- **Het profiel verdiepen** zodat men weet wat de functie van de SER is en welke informatie, producten de SER te bieden heeft
- **De doorwerking vergroten** zodat mensen adviezen, richtlijnen, en andere producten van de SER in hun werkzaamheden betrekken
- **Goodwill kweken** zodat mensen zich willen inzetten voor verdere verspreiding van informatie over de SER en zijn producten/werkzaamheden

Verder omschrijft Jans (2008) dat doelgericht communiceren voor de SER betekent dat de communicatie voor de gebruiker:

- Een toegevoegde waarde heeft;
- Gebruikersvriendelijk en uitnodigend is;
- Duidelijke en leesbare teksten bevat;
- Makkelijk toegankelijk en vindbaar is.

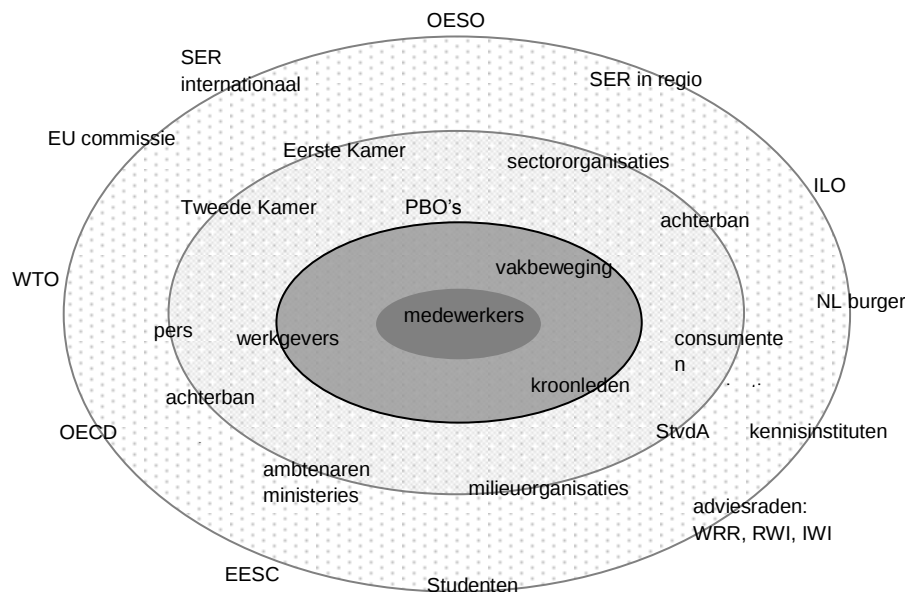
2.2 Doelgroepen

De SER-website biedt uitgebreide informatie voor uiteenlopende doelgroepen. Davies & Duursma (2005) beschrijven de volgende doelgroepen voor de SER-website:

- Bewindspersonen en (beleids)medewerkers bij de overheid
- Leden en (beleids)medewerkers van Tweede en Eerste Kamer en andere vertegenwoordigende lichamen
- Journalisten
- Studenten van universiteiten, hogescholen en scholieren van het voortgezet onderwijs
- Geïnteresseerden in sociaal-economisch beleid (algemene publiek, onderzoekers en studenten)
- Buitenlanders met belangstelling voor opvattingen over sociaal-economisch beleid in Nederland
- Leden van de raad, commissies en werkgroepen van de SER
- (Beleids)medewerkers van organisaties in de SER participerende organisaties met inbegrip van aangesloten bonden en brancheorganisaties, product- en bedrijfsschappen en van de SER zelf

Naast deze doelgroepen is er eigenlijk nog een “verborgen” doelgroep die niet over het hoofd gezien moet worden, namelijk de medewerkers van de SER zelf. Uit de statistieken van de website Hielkema (2010) valt namelijk af te lijden dat de site logischerwijs ook geraadpleegd wordt door medewerkers van de SER zelf.

De primaire doelgroepen van de SER zijn dus nu benoemd. Een schematisch overzicht van alle doelgroepen is terug te vinden in de communicatiedoelstellingen:



Afbeelding 2.1: Communicatiedoelgroepen SER (Maas, 2008)

2.3 Strategie

De ontwikkeling van internet is in de afgelopen jaren als een speer gegaan. Internet is bijna niet meer weg te denken en het belangrijkste middel geworden om informatie en kennis te delen. Het is dan ook niet zo gek dat er in het communicatiebeleid van de SER vanuit gegaan wordt dat de website en andere digitale informatievoorzieningen de belangrijkste middelen worden om de toegankelijkheid van de SER en zijn producten en diensten te realiseren en te vergroten (Maas, 2008). De communicatie naar buiten is bepalend voor het imago en positionering van de SER. Om deze doelen te realiseren onderneemt de SER een aantal activiteiten. Om eenduidigheid en consistentie uit te stralen heeft de SER bijvoorbeeld een eigen huisstijl opgesteld. Onderdelen hiervan zijn:

- De visuele huisstijl: huisstijl als visuele presentatie, met richtlijnen voor vormgeving en productie
- De huisstijl als schrijfwijzer, met richtlijnen voor schrijfwijze en taalgebruik
- Handleidingen met voorbeelden op het intranet (James) van de SER.

Bij de raad en het secretariaat van de SER is een hoop kennis aanwezig en zoals eerder benoemd speelt de SER-website daarbij een belangrijke rol voor het delen van kennis en het bereiken van de voor de SER belangrijke doelgroepen. Dit vergroot de zichtbaarheid en doorwerking van producten en diensten en zorgt voor samenhang tussen producten en diensten als de themanieuwsbrieven en de SER nieuwsbrief. Doelgroepgerichte communicatie vindt zowel proactief als reactief plaats. Met (doelgroep)gerichte communicatie bij de SER-website wordt bedoeld dat de website actueel is, een overzichtelijke navigatiestructuur kent, gebruiksvriendelijk en uitnodigend is, duidelijke en leesbare teksten bevat. Naast de communicatie wordt er ook gelet op kwaliteitsbewaking en vindbaarheid van informatie. Door te evalueren en te zoeken naar verbetermogelijkheden blijft het kwaliteitsniveau van de producten en diensten op peil. Hierbij staan de wensen van de bezoekers centraal.

2.4 Navigatie en structuur

De term navigatie wordt gebruikt voor middelen die bezoekers de weg wijzen en de inhoud voor hen ontsluiten. Navigatie geeft antwoord op de navigatievragen van de bezoeker: Waar ben ik? Waar kan ik naartoe? Waar vind ik het antwoord op mijn zoekvraag? (Punselie, 2003). De structuur van een website geeft bezoekers inzicht in de inhoud van de website en de navigatie dient als hulpmiddel voor bezoekers om erachter te komen wat er op de website te vinden is. Niet elke gebruiker zal namelijk meteen weten welke informatie verkrijgbaar is op de website.

2.4.1 Primaire navigatiestructuur

De homepage van de SER is ingedeeld in acht hoofdsecties: Home, Taken, Raad, Secretariaat, Publicaties, Actueel, Thema's en Educatie. Deze secties zijn bereikbaar via een rij tabs onder het SERlogo.



Afbeelding 2.2: Screenshot SER-website, 7 januari 2010, <http://www.ser.nl/>

Hoofdsecties	Home: Verwijzingen naar het nieuws, de nieuwsbrief, het SERmagazine, SER-themabrieven, congressen en een uitgelicht advies Taken: Beschrijving van de taken en het doel van de SER als organisatie Raad: Uitleg structuur van de raad en diverse sublinks waaronder, agenda en een beeldbank Secretariaat: Beschrijving secretariaat, organisatieschema, vragen over de SER Publicaties: Publicaties van adviezen, CSED-rapporten, jaarverslagen, overige publicaties, SERmagazine, PBO-blad, Parlementaire Informatie, begrotingen en jaarrekeningen Actueel: Actuele adviezen, adviesaanvragen, kabinetsreacties, persberichten, congressen, toespraken van de voorzitter, nieuws- en themanieuwsbrieven, SERmagazine, 60 jaar SER en links Thema's: Uitgebreide informatie over sociaaleconomische onderwerpen Educatie: Scriptieservice
--------------	---

2.4.2 Secundaire navigatiestructuur

Om het de gebruiker zo makkelijk mogelijk te maken om zijn weg te vinden op de SER-website, bevat de SER-website ook secundaire navigatie. Deze navigatie dient als ondersteuning van de hoofdnavigatie. Op de homepage van de SER-website is secundaire navigatie te vinden in de vorm van een "Ga direct naar:" menu (zie afbeelding 2.3). In dit menu zijn de links opgenomen naar belangrijke informatiepagina's op de website.



Afbeelding 2.3: Subnavigatie rechterkant homepage SER-website

Verder bevat de SER-website subsecties zoals in afbeelding 2.4 en kruimelpad navigatie (zie afbeelding 2.5). Op deze manier kunnen de bezoekers op de SER-website zien waar zij zich op de site bevinden en welke overige pagina's er zijn. Secundaire navigatie dient dus in feite als hulpmiddel om te weten waar je bent op de site en om weer snel terug te kunnen keren naar een bovenliggende pagina.

- [Adviserende taken](#)
 - [Werkprogramma's](#)
 - [Grenswaarden](#)
 - [Pensioenonderzoek](#)
 - [Provinciale advies- en overlegorganen](#)
- [Bestuurlijke taken](#)
- [Zelfregulering](#)

[Home](#) | [Publicaties](#) | [Adviezen](#) | [2010 - 2011](#)

Afbeelding 2.4: linkermenu pagina Taken SER-website

Afbeelding 2.5: Kruimelpad navigatie

2.4.3 Servicepagina's

Servicepagina's bevatten informatie of diensten die het gebruik van de website makkelijker maken voor de bezoeker. De servicepagina's op SER-website zijn te vinden rechtsboven op elke pagina van de website (zie afbeelding 2.6).



Afbeelding 2.6: Servicepagina's bovenaan de SER-website

De pagina **contact** bevat ondermeer informatie voor bezoekers over de parkeergelegenheid, vergaderzalen, perskamer en draadloos internet. De **sitemap** geeft een overzicht van de pagina's op de SER-website in de vorm van een boomstructuur. De pagina met **links** geeft een overzicht van links naar websites van de product- en bedrijven, adviesorganen, SER'en binnen- en buitenland, overheid en Europa. Als laatste zijn er nog een aantal informatiepagina's te raadplegen in een andere taal. Het gaat om Engelse, Franse, Duitse en Spaanstalige pagina's. De **vertaalde websites** bevatten alleen de belangrijkste pagina's van de Nederlandse website. Ook zijn er servicepagina's onderin de website te vinden (zie afbeelding 2.7).



Afbeelding 2.7: Servicepagina's onderaan de SER-website

De pagina **integriteit** bevat een stuk tekst waarin de SER aangeeft hoe er binnen de SER omgegaan wordt met integriteit. De pagina **privacy** bevat informatie over de manier waarop de SER omgaat met persoonsgegevens. Hier wordt ondermeer uitgelegd dat de SER gebruikt maak van de webanalyse-service Google Analytics. Verder bevat de SER-website nog een voorleesfunctie voor mensen die niet kunnen zien. Webpagina's op de SER-website worden met deze functie van boven naar beneden voorgelezen.

2.4.4 Zoekfunctie

Naast het feit dat de navigatiestructuur duidelijk moet zijn, is het belangrijk dat er een goede zoekfunctie beschikbaar is. Wanneer iemand iets niet direct kan vinden zal hij/zij namelijk een zoekactie uitvoeren om op die manier de gewenste informatie te vinden.

De zoekfunctie op de SER-website is terug te vinden rechtsboven in op elke pagina van de website. Je kunt hier direct een zoekactie uitvoeren of klikken op de uitgebreid zoeken functie.



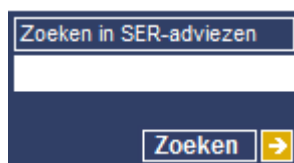
Afbeelding 2.8: Zoekfunctie op de SER-website

Onderstaande afbeelding laat het uitgebreide zoekscherm zien. Hier heeft de gebruiker de mogelijkheid om specifiek in bepaalde secties van de site te zoeken.



Afbeelding 2.9: Uitgebreide zoekscherm op de SER-website

Ook bevat de SER-website in sommige secties van de website een lokale zoekfunctie. Afbeelding 2.10 laat bijvoorbeeld de lokale zoekfunctie zien op de pagina adviezen onder de sectie publicaties. Zo kunnen gebruikers snel zoeken wanneer dit nodig is.



Afbeelding 2.10: Plaatselijke zoekfunctionaliteit bij de SER-adviezen op de SER-website

2.5 Vindbaarheid

Een website kan nog zo goed zijn, maar als potentiële bezoekers na een zoekactie via bijvoorbeeld de zoekmachine Google niet uitkomen bij de website, dan functioneert deze als nog niet goed. Als maatstaaf om vast te stellen of een website belangrijk en goed te vinden is, wordt vaak de PageRank van Google gebruikt. PageRank is in 1998 ontwikkeld door de oprichters van Google Inc. : Larry Page en Sergey Brin (Page, Brin, Motwani, et al., 1999). Het is een methode om pagina's op internet te ordenen naar belangrijkheid. Een website krijgt een hogere ranking als er vanaf andere "belangrijke" websites naar de eigen website gehinkeld wordt.

Websites worden ingedeeld in categorieën van 1 tot 10 (Wikipedia, 2011):

- 0 Niet geregistreerd of zeer zwak.
- 1 Zeer zwak, maar de website is wel geïndexeerd.
- 2 Zwak.
- 3 Gemiddeld. De meeste websites hebben 3.
- 4 Bovengemiddeld, de website is beter dan het gros van de andere.
- 5 Goed. Met deze score komt de website op de eerste pagina met zoekresultaten in de zoekmachines.
- 6 Zeer goed.
- 7 Zeer goed lopende website die internationaal bekend is.
- 8 Grote onderneming met internationale aandacht.
- 9 Alleen de concurrenten van topsites komen hier.
- 10 Voor de topsites, zoals Google.com, Microsoft.com, Macromedia.com en Adobe.com

De Pagerank van de SER-website is getest en komt uit in categorie 6. De ranking in categorie 6 geeft aan dat de SER-website een belangrijke website is op nationaal gebied. Er kan dus geconcludeerd worden dat er op andere Nederlandse websites vaak gehinkeld wordt naar de SER-website. In Nederland is de SER-website dus goed vindbaar. Internationaal is de SER-website minder bekend.

Web Page URL: **http://www.ser.nl**

The Page Rank:  **6/10**

(the page rank value is 6 from 10 possible points)

Afbeelding 2.11: De Pagerank (z.d.) van de SER-website via http://www.prchecker.info/check_page_rank.php

2.6 Beheer

De SER-website wordt beheerd door de medewerkers van Afdeling Communicatie / BIDOC. De SER-website wordt dagelijks aangepast, zowel proactief als op verzoek. De website wordt beheerd in het Content Management Systeem Sitecore. De aanpassingen aan de website zijn voornamelijk gericht op het aanpassen van de informatie op de website. Wanneer er technische veranderingen aan de website nodig zijn, worden deze over het algemeen uitbesteed bij het bedrijf Colours.

Naast het beheer van de SER-website is de Afdeling Communicatie / BIDOC ook verantwoordelijk voor het beheer van ondermeer de volgende websites:

- Stichting van de Arbeid (<http://www.stvda.nl>)
- Werkgeversvereniging PBO (<http://www.werkgeversverenigingpbo.nl/>)
- Commissie Klachtenbehandeling aanstellingskeuringen (<http://www.aanstellingskeuringen.nl/>)
- Veilig werken met chemische stoffen (<http://www.veiligwerkenmetchemischestoffen.nl/>)
- Bedrijfscommissie (<http://www.bedrijfscommissie.nl/>)

Ook het intranet (James) valt onder het beheer van de afdeling Communicatie/ BIDOC. Daarnaast levert de afdeling Communicatie ook informatie aan in de vorm van themanieuwsbrieven, de SERnieuwsbrief, SERmagazine en de scriptieservice voor studenten.

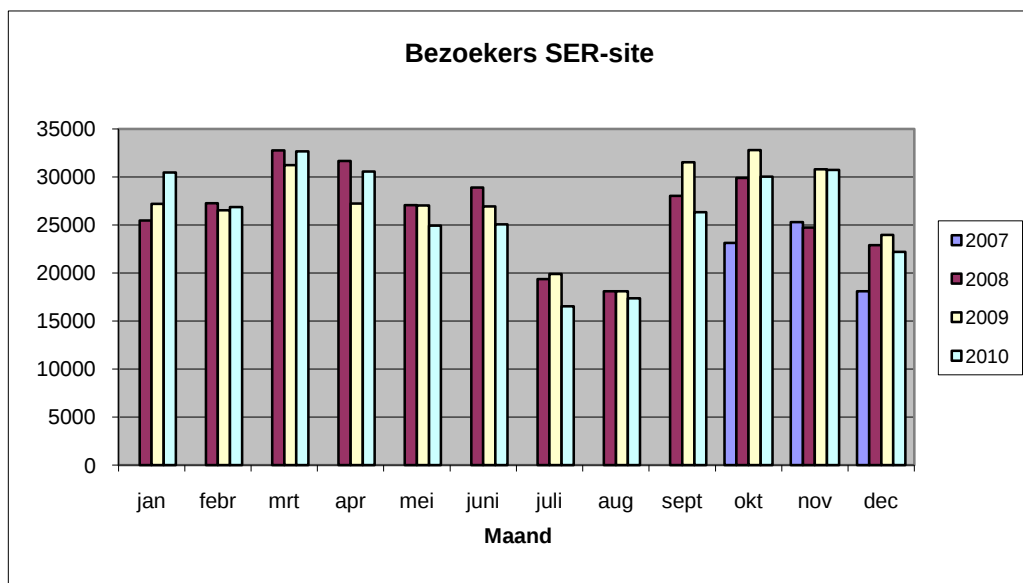
2.7 Statistieken

De medewerkers van de BIDOC houden statistieken bij van de SER-website met behulp van Google analytics. In de broncode van elke pagina op de SER-website zit een stukje code zodat er statistieken bij gehouden kunnen worden door Google analytics. Deze statistieken fungeren als een houvast om enigszins inzicht te krijgen in hoe de website functioneert. Hieraan kan ondermeer worden afgelezen hoe vaak pagina's bekeken worden en wat dus ogenschijnlijk belangrijke informatie op de website is. Hoewel de statistische gegevens een handig hulpmiddel kunnen zijn, moet er voorzichtigheid geboden worden bij het interpreteren van de cijfers. Cijfers geven namelijk vrijwel geen inzicht in de werkelijke gebruikerservaring van de websitegebruikers.

De Google analytics cijfers worden bijgehouden in twee categorieën namelijk de cijfers van alle bezoekers op de SER website en de cijfers van alleen de medewerkers van de SER. Deze keuze is gemaakt omdat de medewerkers van de SER ook veel gebruik maken van de website en er anders een vertekend beeld kan ontstaan bij de totaal cijfers van de geraadpleegde pagina's.

Aan het einde van een jaar wordt er een overzicht gemaakt van een aantal statistieken uit Google analytics. Tussentijds wordt alleen naar de statistieken gekeken als men bijvoorbeeld van een bepaalde pagina wil weten wat de bezoekerscijfers zijn. Op deze manier kan worden gereflecteerd of aanpassingen aan de website wel het gewenste effect hebben.

Onderstaande afbeelding geeft een indicatie van het totaal aantal bezoekers in de afgelopen vier jaar per maand:



Afbeelding 2.12: Bezoekers SER-website 2007-2010 (Hielkema, 2010)

Als we kijken naar opgetelde statistieken van het jaar 2010 dan kan er geconcludeerd worden dat de SER-website 313.646 keer bekeken is. Hiervan zijn er 228.271 unieke bezoekers (Google Analytics, 2011). Het aantal bezoekers dat op de website komt, is ondermeer afhankelijk van de publicatie van SER adviezen. Ook is in de bovenstaande afbeelding duidelijk te zien dat in vakantieperioden de bezoekersaantallen een stuk lager liggen.

De top 10 van meest bezochte pagina's en daarmee dus ook de voornaamste informatiebehoefte van bezoekers bestaat uit:

	Pagina Geen	Paginaweergaves ↓	Unieke paginaweergaves
1.	/	108.206	84.755
2.	/nl/publicaties.aspx	26.653	20.799
3.	/nl/raad.aspx	17.080	13.105
4.	/nl/raad/raadsleden.aspx	15.593	6.312
5.	/nl/actueel.aspx	14.949	11.635
6.	/nl/educatie/scriptieservice/tips.aspx	14.094	12.294
7.	/nl/taken.aspx	13.515	10.233
8.	/nl/secretariaat.aspx	12.980	9.830
9.	/nl/taken/bestuurlijke/orenmedezeggen...	12.550	9.835
10.	/nl/taken/adviserende/grenswaarden.as...	11.666	8.116

Afbeelding 2.13: Top 10 meest bezochte pagina's SER-website periode 01-01-10 – 31-12-10 (Google Analytics, 2011)

Aan deze top 10 is goed te zien dat er veel informatie geraadpleegd wordt over uiteenlopende onderwerpen. Dit komt logischerwijs omdat de SER verschillende doelgroepen heeft.

3 Kwantitatief onderzoek: enquête

Dit hoofdstuk beschrijft de methoden en resultaten met betrekking tot het onderzoek van de volgende deelvragen:

- Hoe functioneert de huidige website volgens de gebruikers uit de doelgroepen?
- Welke informatiebehoefte is er bij de websitegebruikers?
- Welke wensen aan diensten en functionaliteiten zijn er bij de websitegebruikers?

3.1 Methodiek

Voor de beantwoording van bovenstaande deelvragen is kwantitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van een online enquête. Voor aanvang van het kwantitatieve onderzoek zijn de deelvragen specifiekier uitgewerkt om een scherper beeld te krijgen wat er nu eigenlijk onderzocht diende te worden. In het volgende paragraaf wordt hier verder op ingegaan.

De enquête is gemaakt met behulp van de (betaalde) enquêtetool Itfigures. Voorafgaand aan het opstellen van de enquête is ondersteunend literatuuronderzoek uitgevoerd, om het opstellen van de enquête methodisch aan te pakken. Tussentijds zijn er meerdere kwaliteitsslagen gemaakt door conceptversies van de enquête meerdere malen voor te leggen aan de begeleider, de medewerkers van de BIDOC en de opdrachtgever. Met de verkregen feedback is de enquête steeds verbeterd. Tevens is een laatste concept versie getest met drie interne gebruikers en een externe gebruiker (Pre-testing). Hierbij is getest of de gebruikers problemen hadden bij de beantwoording van de vragen en of er nog fouten in de enquête zaten.

De enquête heeft drie weken looptijd gehad en is verspreid (in overleg met opdrachtgever en begeleider) onder de doelgroepen van de SER via de volgende kanalen:

- Via e-mail naar de ongeveer 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven.
- Via een verwijzende link op verschillende pagina's op de SER-website
- Via een pop-up op de website die gebruikers bij een eerste bezoek te zien krijgen
- Via een tweet op Twitter naar de 206 volgers (op 8 maart 2011) van de SER
- Via een herhalingsmail naar de 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven.

3.2 Onderzoeksaspecten

Om uiteindelijk tot een enquête te komen met degelijke vragen is van te voren nagedacht over de vraag: Wat de SER nu eigenlijk te weten komen? Voor aanvang van het kwantitatieve onderzoek zijn de deelvragen daarom specifieker uitgewerkt naar onderzoeksaspecten. Voor het gebruikersonderzoek zijn uiteindelijk de volgende aspecten meegenomen:

Profiel

Om vast te stellen wie de enquête ingevuld heeft, zijn demografische kenmerken gevraagd in de vorm van geslacht, leeftijd en doelgroep.

Naast de demografische kenmerken is het ook interessant om te weten met welk doel mensen de SER website zoeken, hoe vaak zij dit doen en via welke weg zij op de site komen. Zoals in hoofdstuk 2.2 beschreven is heeft de SER een aantal uiteenlopende doelgroepen. Door deze diversiteit aan doelgroepen bevat de SER-website logischer wijs veel informatie over uiteenlopende onderwerpen. Waar de ene gebruiker op zoek zal zijn naar algemene informatie over de SER, zal een ander opzoek zijn veel specifiekere informatie zoals persberichten, SER adviezen, de PBO-bladen of de databank grenswaarden.

Om een duidelijk beeld te krijgen wie de website bezoekt, met welk doel, hoe vaak en via welke weg een gebruiker op de SER-website uitkomt, zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

- Met welk doel bezoeken mensen de SER-website?
- Hoe vaak bezoeken de mensen de SER-website?
- Via welke weg komen bezoekers op de website?
- Naar welke informatie zijn bezoekers op zoek?

Vindbaarheid (findability)

Zowel bij het kwantitatieve als kwalitatieve onderzoek is de focus gelegd op de vindbaarheid van informatie op de website van de SER zelf. Hieruit zijn de volgende onderzoeksvragen ontstaan:

- Kunnen gebruikers de informatie die zij zoeken doorgaans vinden?
- Voldoen bepaalde pagina's op de website aan de verwachtingen van de gebruiker?
- Wordt er gebruik gemaakt van de zoekfunctie?
- Zijn gebruikers tevreden met het zoekresultaat wanneer zij zoeken?
- Wordt er gebruik gemaakt van uitgebreid zoeken?
- Zijn de gebruikers tevreden met het zoekresultaat bij uitgebreid zoeken?

Gebruiksvriendelijkheid (usability)

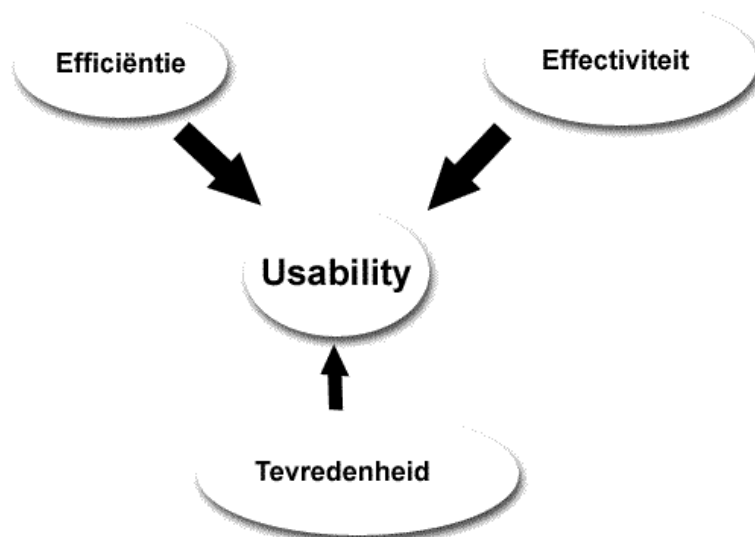
"Don't make me think" (Krug, 2000) is de titel en eerste usability regel uit het boek van Steve Krug. Daarmee doelt Krug op het feit dat gebruikers op een simpele manier een website moeten kunnen gebruiken zonder al te veel na te hoeven denken waar iets zou kunnen staan. Met anderen woorden een website moet zo gebruiksvriendelijk mogelijk zijn. Vaak gebruikt men hier de Engelse term "usability" voor. Hoewel er vele definities van usability bestaan, komt het in grote lijnen neer op de definitie die de International Organisation for Standardisation (1998) hanteert in de ISO norm 9241-11: "Usability is de mate waarin een product door bepaalde gebruikers in een bepaalde gebruikersomgeving kan worden gebruikt om bepaalde doelen effectief, efficiënt en naar tevredenheid te bereiken."

Een website is voor de gebruiker:

Effectief wanneer informatie voor de gebruiker een toegevoegde waarde heeft

Efficiënt wanneer informatie voor de gebruiker makkelijk toegankelijk en vindbaar is.

Naar tevredenheid te bereiken wanneer de website uitnodigend is en duidelijke en leesbare teksten bevat.



Afbeelding 3.1: Effectiviteit, efficiëntie en tevredenheid zijn de dus sleutelbegrippen die de usability van websites en internetapplicaties bepalen (Kassenaar, 2010).

Als we dit concretiseren kunnen hieruit een aantal onderzoeksvragen worden opgesteld:

- Is de informatie waar gebruikers naar opzoek zijn aanwezig?
- Is informatie snel te vinden?
- Vinden gebruikers de navigatiestructuur duidelijk?
- Hoe overzichtelijk vinden de gebruikers bepaalde pagina's op de website?
- Zijn alle pagina's op de site up-to-date?
- Vinden de gebruikers de verhouding tussen het aantal afbeeldingen en tekst op de website goed?
- Bevat de SER-website begrijpelijke content?
- Zijn er voldoende contactmogelijkheden?
- In hoeverre hebben gebruikers problemen met het raadplegen van informatie/media op de website?

Interactie en social media

De internetsites van deze tijd bevatten over het algemeen niet enkel statische informatie. Organisaties gaan met de tijd mee en steeds vaker wordt de gebruiker zelf aangezet tot het delen van kennis. Belangrijk daarin is de opkomst van multimedia op websites en de introductie van interactiemogelijkheden. Ook de communicatie via social media als Twitter, Facebook en LinkedIn is enorm toegenomen.

Voor de enquête zijn de volgende vragen opgesteld met betrekking tot deze onderwerpen.

- In hoeverre hebben gebruikers problemen met het raadplegen van informatie/media op de website?
- Wordt er door de gebruikers gebruik gemaakt van social media?
- Hoe belangrijk vinden gebruikers het dat de SER gebruik maakt van social media?
- Zijn gebruikers al bekend met het feit dat de SER actief is op social media gebied?

Tips, suggesties en vervolgonderzoek

Als laatst zijn er nog enkele onderzoeksvragen te formuleren waarbij gebruikers aan kunnen geven wat zij graag anders zouden zien op de SER-website of welke functionaliteiten en/of onderdelen er nog gemist worden:

- Wat zouden gebruikers anders willen zien op de SER-website?
- Zijn er nog andere opmerkingen met betrekking tot de website?
- Worden er nog functionaliteiten of onderdelen gemist op de website?
- Staan gebruikers open voor een vervolgonderzoek in de vorm van een interview of testcase?

3.3 Profiel

De enquête heeft drie weken gelopen en heeft uiteindelijk 442 Ingevulde enquêtes opgeleverd. Afgaande op de groep van 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven komt dit uit op een invulpercentage van 20,4%. Hierbij is het aantal hits vanuit de pop up en de tweet niet meegeteld.

In deze en volgende paragrafen wordt met de letter N het totaal aantal respondenten bedoeld.

Geslacht

De enquête is ingevuld door 307 mannen en 135 vrouwen.

Man	307	69.5 %	
Vrouw	135	30.5 %	
N	442	100 %	

Leeftijd

Aan de leeftijdstabel is af te lezen dat de meerderheid van de respondenten boven de 40 jaar is. De meeste mensen zijn tussen de 51 en 60 jaar oud. Het aantal jongeren dat de enquête heeft ingevuld blijft flink achterwege.

Onder de 21	6	1.4 %	
21-30	23	5.2 %	
31-40	57	12.9 %	
41-50	104	23.5 %	
51-60	156	35.3 %	
Boven de 60	96	21.7 %	
N	442	100 %	

Doeleinden

Onderstaande tabel geeft aan voor welke doeleinden er gebruik gemaakt wordt van de SER-website. Logischerwijs wordt de SER-website het vaakst gebruikt voor werkdoeleinden.

Privé	89	20.1 %	
Werk	380	86 %	
Studie	56	12.7 %	
N	442	100 %	

Doelgroepen

De 442 respondenten behoren tot de volgende doelgroepen:

Overheid	77	17.4 %	
Lid/(beleids) medewerker van de Tweede of Eerste kamer	0	0 %	
Lid van de raad of een van de commissies of werkgroepen van de SER	19	4.3 %	
Medewerker werkgeversorganisatie of vakvereniging	51	11.5 %	
Medewerker van de SER of product- en bedrijfsschap	15	3.4 %	
Bedrijfsleven	124	28.1 %	
Journalist	11	2.5 %	
Medewerker onderwijsinstelling	22	5 %	
Student	17	3.8 %	
Anders, nl:	106	24 %	
N	442	100 %	

Frequentie gebruik

Uit de frequentietabel kan geconcludeerd worden dat de respondenten de SER-website over het algemeen niet dagelijks of enkele keren per week bezoeken. In de meeste gevallen wordt de SER-website een paar keer per maand bezocht.

Dagelijks	9	2 %	
Enkele keren per week	33	7.5 %	
Enkele keren per maand	219	49.5 %	
Minder dan een keer per maand	181	41 %	
N	442	100 %	

Manier van binnenkomst

De respondenten komen via de volgende manieren op de SER-website:

Door www.ser.nl in te tikken in mijn browser	224	50.7 %	
Het is mijn startpagina	3	0.7 %	
Via het intranet van de SER (James)	6	1.4 %	
Via mijn favorieten	136	30.8 %	
Via een hyperlink in een e-mail	96	21.7 %	
Via Google	92	20.8 %	
Via een andere zoekmachine	0	0 %	
Via een verwijzing in een SER-product	57	12.9 %	
Via een link op een andere site nl:	7	1.6 %	
Op een andere manier nl:	27	6.1 %	
N	442	100 %	

Het vaakst wordt het webadres van de SER-website ingetikt, 224 respondenten (50,7%) doet dit. Op nummer twee staat "via mijn favorieten" (30,8%) en daarna volgt "via een hyperlink in een e-mail (21,7%)". In categorie "op een andere manier nl:" wordt de SER-nieuwsbrief het vaakst genoemd.

3.3.1 Deelconclusie

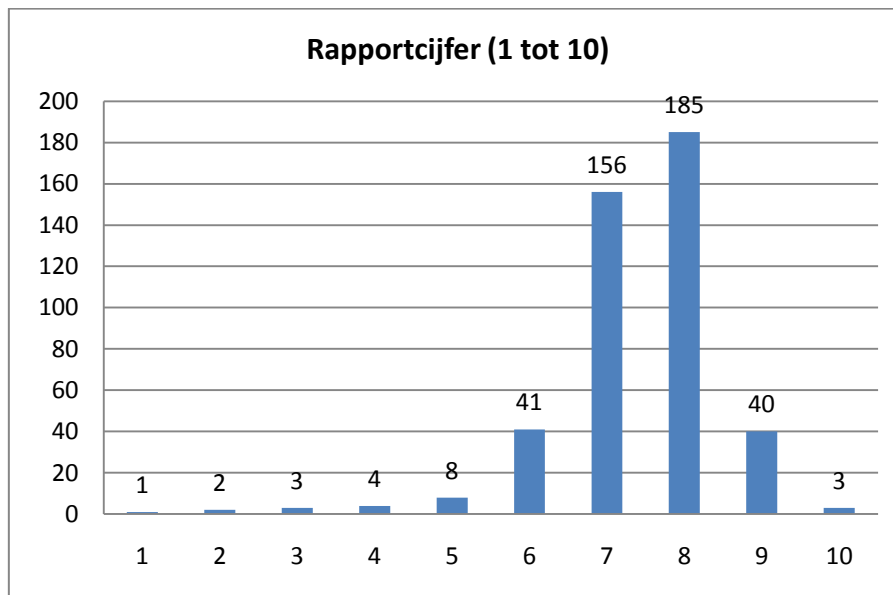
De enquête is ingevuld door 442 respondenten. Afgaande op de groep van 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven komt dit uit op een invulpercentage van 20,4%. Hierbij is het aantal hits vanuit de pop up op de SER-website en de "tweet" op Twitter niet meegeteld.

Op basis van de profielgegevens kan geconcludeerd worden dat de gemiddelde respondent een man is tussen de 51-60 jaar oud, die de website maandelijks gebruikt voor zakelijke doeleinden. Hij komt op de website door het webadres van de SER-website in te tikken in zijn browser.

Voorals de leeftijd van de gemiddelde respondent ligt dus aan de hoge kant. Het aantal jongeren blijft flink achterwege.

3.4 Algemene indruk

Over het algemeen zijn de respondenten positief over de SER-website. Dit blijkt ondermeer uit de volgende grafiek waarin het rapportcijfer dat de respondenten geven aan de SER-website weergegeven is.



Het gemiddelde rapportcijfer dat de respondenten geven aan de SER-website komt uit op een 7,4. Naast het rapportcijfer zijn de respondenten tevreden over een hoop andere punten. In de volgende (sub)paragrafen wordt hier verder op ingegaan.

In de volgende subparagrafen wordt duidelijk hoe de respondenten oordelen over:

- De vindbaarheid van informatie;
- De gebruiksvriendelijkheid van de SER-website;
- De interactiemogelijkheden op de SER-website en social media.

3.4.1 Vindbaarheid

Informatie kan nog zo mooi gepresenteerd worden, maar wanneer de informatie niet gemakkelijk terug te vinden is, is het rendement uiteindelijk nog laag. In deze subparagraaf wordt duidelijk hoe de respondenten oordelen over de vindbaarheid van de informatie op de SER-website.

De respondenten zoeken informatie over uiteenlopende onderwerpen. Het vaakst is men op zoek naar de adviezen die de SER uitbrengt (70,4%) en de nieuws- en persberichten (60,2%). Op de derde plaats komt de informatie over specifieke beleidsthema's.

Algemene informatie over de SER (taken, organisatiestructuur, contact, etc.)	138	31.2 %	
Nieuws- en persberichten	266	60.2 %	
SER Adviezen	311	70.4 %	
Informatie over een specifiek beleidsthema (themapagina's)	249	56.3 %	
Informatie over de werkwijze van de SER	28	6.3 %	
Informatie over de voorzitter en raadsleden van de SER	38	8.6 %	
Congressen	78	17.6 %	
PBO-bladen	23	5.2 %	
Grenswaarden	33	7.5 %	
Ondernemingsraad en medezeggenschap	83	18.8 %	
SERmagazine	59	13.3 %	
SER-themabrieven	118	26.7 %	
SER Nieuwsbrief	141	31.9 %	
Scriptieservice	25	5.7 %	
Anders, nl:	20	4.5 %	
N	442	100 %	

Op de vraag of mensen over het algemeen de informatie kunnen vinden die ze zoeken wordt als volgt antwoord gegeven:

Ja, de informatie die ik zoek is goed te vinden	152	34.4 %	
Ja, de informatie die ik zoek is meestal te vinden	250	56.6 %	
Nee, de informatie die ik zoek is lastig te vinden	35	7.9 %	
Nee, de informatie die ik zoek heb ik niet gevonden	5	1.1 %	
N	442	100 %	

250 respondenten (56.6%) geven aan de informatie die ze zoeken meestal wel kunnen vinden. Een derde van de respondenten kan de informatie op de website zelfs goed vinden. Slechts 40 respondenten (9%) geven aan informatie lastig of niet te vinden.

Om erachter te komen of mensen bij het zoeken van informatie ook de zoekfunctie gebruiken, zijn in de enquête hierover een aantal vragen gesteld.

Er wordt als volgt gebruik gemaakt van de zoekfunctie op de website:

Bij elk bezoek aan de website	73	16.5 %	
Bij een enkel bezoek aan de website	305	69 %	
Ik maak geen gebruik van de zoekfunctie	64	14.5 %	
N	442	100 %	

De zoekfunctie op de website wordt gebruikt door 378 van de 442 respondenten (85,5%). Dit is een aardig hoog percentage en dat maakt de zoekfunctie een belangrijk onderdeel voor het zoeken van informatie op de SER-website. 64 van de 442 respondenten (14,5%) geeft aan de zoekfunctie niet te gebruiken.

Hoe tevreden de respondenten vervolgens zijn met het zoekresultaat is te zien in onderstaande tabel:

Ja	346	91.5 %	
Nee	32	8.5 %	
N	378	85.5 %	

Maar liefst 346 van de 378 respondenten (91,5%) die deze vraag beantwoord hebben zijn tevreden met het zoekresultaat.

Om een beeld te geven van de problemen die de andere 32 respondenten hebben met de zoekfunctie, zijn enkele reacties toegevoegd:

- Soms kan het handig zijn wat hiërarchie in de zoekfunctie aan te brengen. Ik zoek soms naar de adviezen en krijg dan eerst een hoop andere hits op het gezochte onderwerp
- Ik loop er regelmatig tegen aan dat de zoekfunctie op uw site mij niet brengt bij de info die ik zoek. Dat betekent vaker dat ik veel tijd kwijt ben met het afspeuren van pagina's in de site. Gevolg is dat ik alleen zoek als ik wat echt nodig heb. Positief resultaat is dat ik daarbij allerlei andere interessante zaken onder ogen krijg.
- Dat wat ik zocht kwam niet naar voren in het zoekresultaat
- Regelmatig komt het voor dat voor de hand liggende woorden geen hits opleveren
- Ordening van de zoekresultaten
- Niet altijd, soms veel artikelen die niet van toepassing zijn.
- Vaak toch minder nieuwe items dan ik had verwacht
- Krijgt een waslijst aan artikelen
- Zou meer suggesties kunnen geven van soortgelijke strekking
- De structuur is gebaseerd op de SER-werkwijze en niet op aanknopingspunten van bezoekers
- Ik vind niet altijd wat ik zoek, ik gebruik meestal Google om te zoeken op de SER site

Aan de respondenten die de zoekfunctie gebruiken is tevens gevraagd of zij dan ook gebruik uitgebreid zoeken gebruiken. Hier heeft men als volgt over geoordeeld:

Ja, elke keer als ik de zoekfunctie gebruik	37	9.8 %	
Ja, bij een enkele keer dat ik de zoekfunctie gebruik	215	56.9 %	
Nee, ik maak geen gebruik van uitgebreid zoeken	126	33.3 %	
N	378	85.5 %	

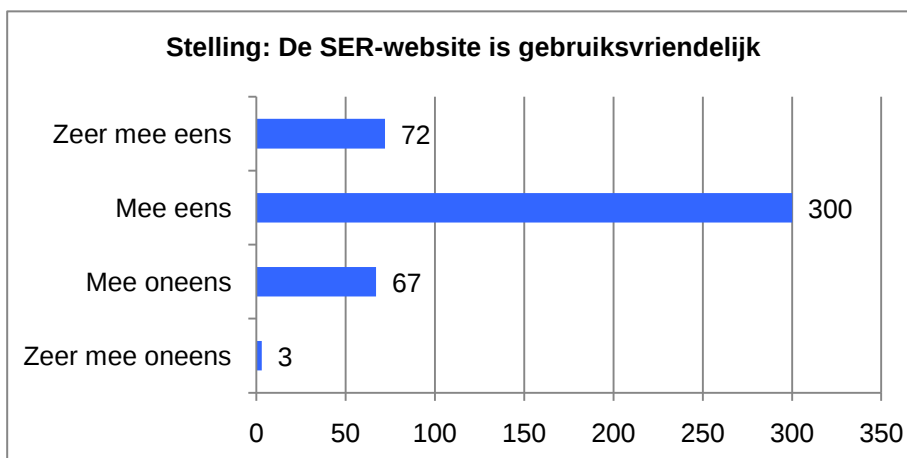
En de tevredenheid over het zoekresultaat bij uitgebreid zoeken:

Ja	227	90.1 %	
Nee	25	9.9 %	
N	252	57 %	

Hoewel meer dan de helft van de respondenten gebruik maakt van uitgebreid zoeken, zijn er toch ook nog 126 respondenten (33,3%) die geen gebruik maken van uitgebreid zoeken functionaliteit.

3.4.2 Gebruiksvriendelijkheid

In de enquête is een stelling opgenomen waarbij een oordeel gevraagd wordt over de gebruiksvriendelijkheid van de SER-website. Onderstaande grafiek laat zien dat ook hier de meerderheid van de respondenten tevreden is over de gebruiksvriendelijkheid van de SER-website.

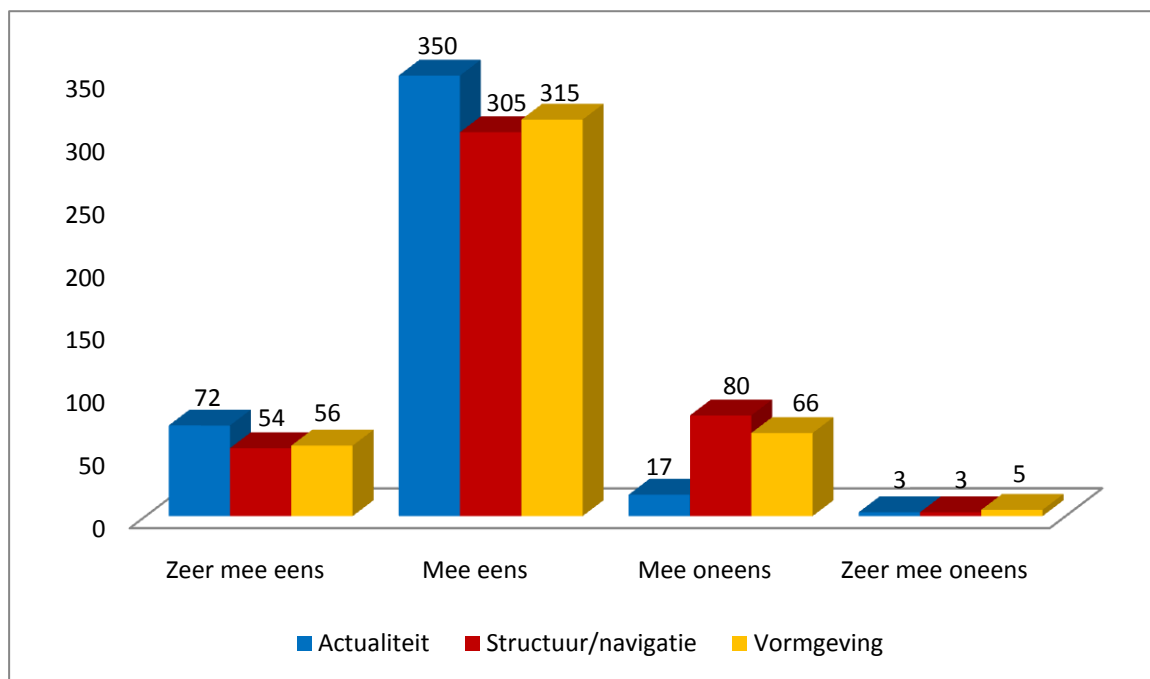


Omdat de stelling erg algemeen van aard is, zijn er in de enquête nog een aantal andere vragen gesteld die betrekking hebben op de gebruiksvriendelijkheid. In deze paragraaf worden daarom verder de volgende punten besproken:

- Actualiteit
- Structuur/navigatie
- Vormgeving
- Teksten op de website
- Contactmogelijkheden
- Multimedia

Onderstaande staafdiagram bevat de resultaten uit de volgende stellingen:

Actualiteit: De SER-website bevat actuele informatie
Structuur/navigatie: De structuur/navigatie van de SER-website is duidelijk
Vormgeving: De vormgeving ervaar ik als prettig



Actualiteit

In de grafiek is te zien dat 350 respondenten (79,2%) tevreden is wat betreft de actualiteit van de informatie op de website. Daarnaast zijn er nog 72 respondenten (16,3%) die het zeer eens is met de stelling en dus de informatie op de SER-website actueel vinden. Dit geeft een indicatie dat er in ieder geval vaak genoeg "nieuwe" informatie geplaatst wordt op de SER-website.

Bij de vraag wat mensen zouden willen veranderen aan de SER-website zijn ondermeer de volgende reacties gegeven:

- Ik vind de website van de SER erg statisch. Ik vind lang dezelfde content op de website terug (artikelen en foto's) en krijg niet het overzicht over voor mij belangrijke nieuwe content. Ik wil graag heldere overzichten over alle nieuwe publicaties van de SER in een bepaalde periode, maar doordat alle publicaties strak gegroepeerd zijn, moet ik eerst alle categorieën openen voor ik weet of er iets nieuws is.
- RSS functionaliteit in plaats van of naast de themabrieven per mail
- RSS-feed voor gebruikers op nieuws/persberichten. Items in de periodieke nieuwsbrief zijn nu vaak niet meer actueel. Dat kan sneller.
- Een uitgebreide agenda van wat er landelijk speelt en wordt georganiseerd over bepaalde beleidsonderwerpen zou handig zijn
- Meer info over trends zoals ik die zelf waarneem[.]
- Actuele grenswaarden dienen op SER.nl bijgewerkt te worden
- Een dagelijks persbericht met enkele belangrijke actuele onderwerpen
- Heffing OR% (duidelijk en tijdig) weergeven.
- Helder overzicht over uitgekomen en nog te verwachten publicaties

Structuur/navigatie

Over de structuur/navigatie zeggen 359 van de 442 respondenten (81,2%) de structuur /navigatie van de SER-website duidelijk vinden. In tegenstelling tot de actualiteit is hier echter een iets grotere groep die niet tevreden is, namelijk 83 respondenten (18,8%).

Bij de vraag wat mensen zouden willen veranderen aan de SER-website zijn ondermeer de volgende reacties gegeven over de structuur/navigatie:

- Nog meer overzicht en nadere detaillering om informatie nog beter en sneller te kunnen vinden. Er is al zoveel informatie in het algemeen en ook op de SER-website. Het gaat om het snel de weg kunnen vinden naar de juiste informatie
- Doorklikken verminderen door beter overzicht te geven
- Niet te veel klikken om bij de adviezen te komen
- Beter aansluiten bij behoeften bezoekers en niet vanuit organisatiestructuur aanbieden van informatie
- Minder tekst per pagina, de navigatiekolom links niet op elke pagina herhalen[..]
- PBO-info zit verstopt

Vormgeving

Als we kijken naar de resultaten van de vormgeving, dan ervaren 361 respondenten (84%) deze als prettig, waarvan 56 (12,7%) zelfs zeer prettig. De overige respondenten (71, 16%) zien de vormgeving liever anders.

Hoewel de overgrote meerderheid tevreden is, kan er wellicht nog gewerkt worden aan het optimaliseren van een aantal punten. Bij de vraag wat mensen zouden willen veranderen aan de SER-website zijn ondermeer de volgende reacties gegeven over de vormgeving:

- Vooral snel en overzichtelijk binnen komen, rustgevend, het zoeken naar info geeft toch al veel prikkels
- Openingssite minder druk
- Homepage vind ik vrij onrustig
- Rust, voorkom een informatie-infarct
- Modernere lay-out. Actualiteit meer benadrukken
- Redesign, ik vind het nu te rommelig
- Veel moderniseren, opnieuw opzetten, andere heldere structuur, meer bij de tijd
- Betere indeling in vakken
- Andere, meer zakelijk, lettertype
- Balken aan de zijkant weg
- Het gebrek aan kleur en uitstraling
- Meer kleur zodat het fijner is om naar te kijken..dat blauwe is best een beetje saai.

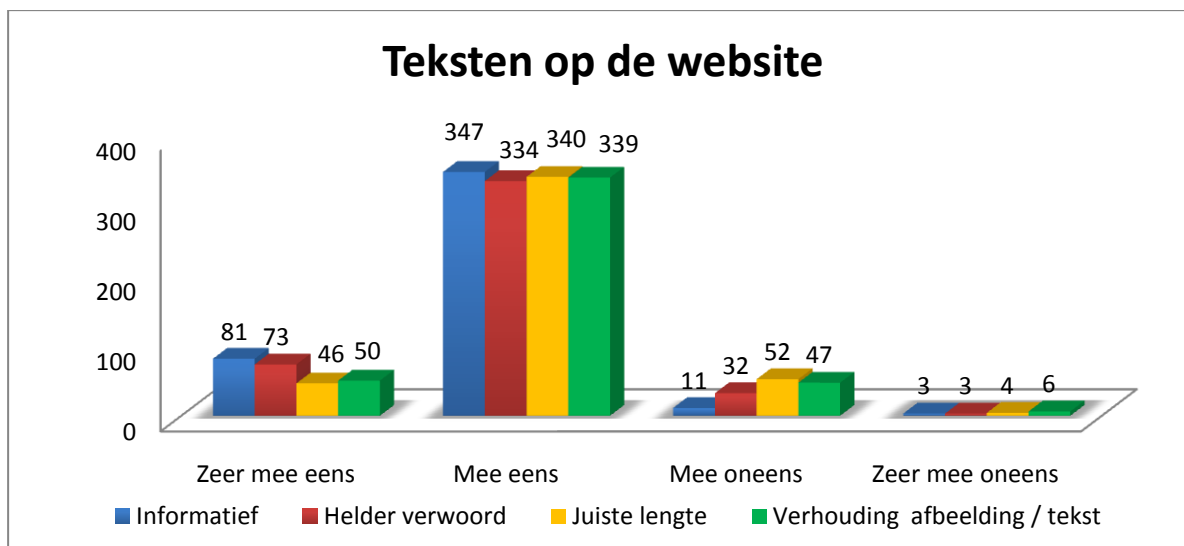
Andere specifieke voorbeelden worden gegeven bij de uitwerking van de specifieke pagina's.

Teksten op de website

Over de teksten op de SER-website zijn de meningen gepolst in de volgende stellingen:

- De teksten op de website vind ik informatief
- De teksten op de website zijn helder verwoord
- De teksten op de website hebben de juiste lengte
- De verhouding afbeeldingen/tekst op de website is goed

Hoe de respondenten oordelen over de teksten op de website is in onderstaande staafdiagram duidelijk te zien. De overgrote meerderheid is het eens met de stellingen.



Contactmogelijkheden

Om te achterhalen of de SER-website voldoende mogelijkheden biedt om contact op te nemen, is in de enquête de volgende stelling opgenomen: "De SER-website biedt voldoende contactmogelijkheden"

345 respondenten (78,1%) is het eens met de stelling en 34 respondenten (7,7%) zijn het zelfs zeer eens met de stelling.

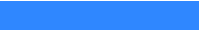
Zeer mee eens	34	7.7 %	
Mee eens	345	78.1 %	
Mee oneens	56	12.7 %	
Zeer mee oneens	7	1.6 %	
N	442	100 %	

Een aantal respondenten dat het oneens of zeer ons eens is met de stelling heeft in het verdere verloop van de enquête hierop de volgende reacties gegeven:

- Een apart kopje op de voorpagina met 'pers' zou geen overbodige luxe, die zit nu nog erg verstopt. Verder is het wellicht handig om ook een mogelijkheid in het leven te roepen om direct met experts van de SER te kunnen communiceren (bijvoorbeeld via een vragenformulier), om als achtergrond te kunnen gebruiken in artikelen
- Contactgegevens die dit dossier behartigen (bij SER adviezen)
- Contactpersoon ontbreekt (bij thema's)

Multimedia

Op de websites van deze tijd is steeds vaker multimedia te vinden als filmpjes en PDF-bestanden. Ook de SER gaat hier steeds meer in mee. Zo bevat de SER-website veel PDF bestanden en bijvoorbeeld filmpjes bij een aantal SER-adviezen. In de enquête is gevraagd in hoeverre mensen wel eens problemen hebben met het ophalen/downloaden van PDF bestanden, filmpjes of pagina's op de SER-website.

Ja	49	11.1 %	
Nee	393	88.9 %	
N	442	100 %	

Verreweg de meeste respondenten ondervinden geen problemen bij het ophalen/downloaden van PDF bestanden, filmpjes of pagina's op de SER-website. De 49 respondenten die aangeven wel eens problemen te hebben, geven de volgende problemen, oorzaken en suggesties:

Problemen

- "Kan PDF document niet openen. Probeer het later nogmaals" of "Fout op de pagina"
- Downloaden filmpjes geeft problemen
- Kopieerbaarheid van stukken tekst en invoegmogelijkheid in eigen tekstbestand

Oorzaken

- Beperkte mogelijkheden van eigen verbinding of netwerk op de werkplaats
- Geen ondersteuning van bepaalde formats op Apple computers, Ipad
- Server problemen, software om filmpje te draaien

Suggesties

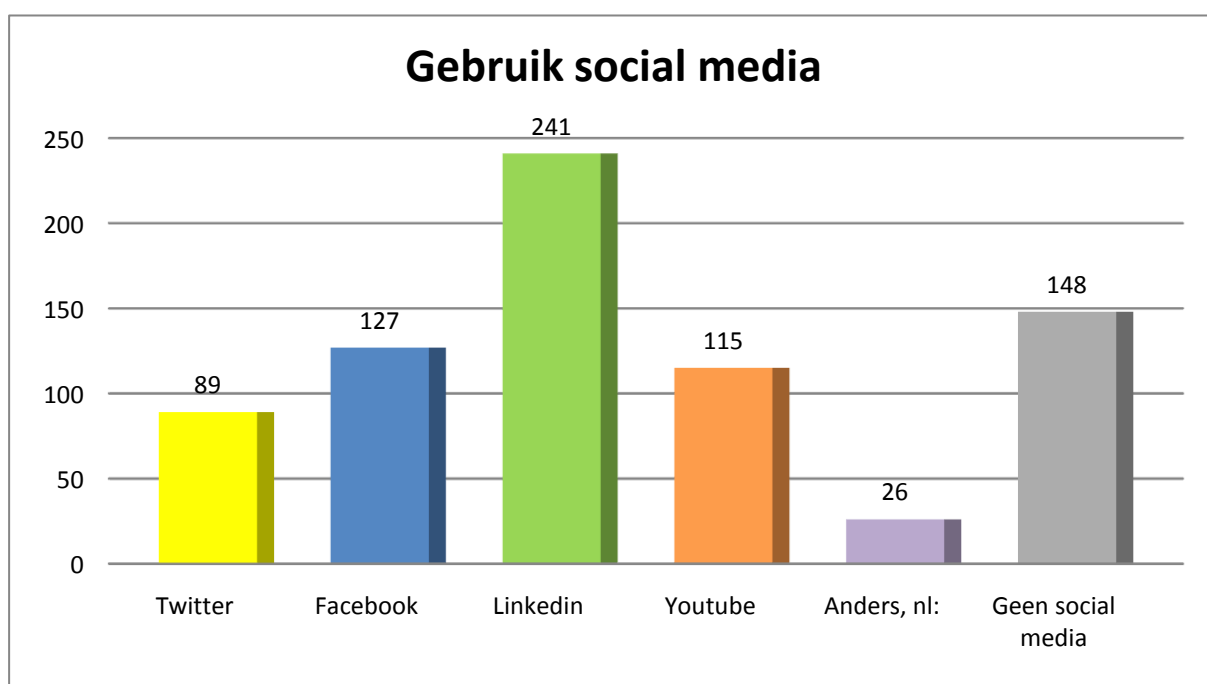
- Meer video's die ik kan embedden
- Zou graag een app'je voor mijn mobiel willen hebben, zodat ik m'n PC niet meer nodig heb onderweg
- mobile versie ap voor iPhone

3.4.3 Interactie en social media

Wie interactie en internet bij elkaar noemt, komt al snel uit bij social media. Bij de uitwerking van de onderzoeksaspecten aan het begin van dit hoofdstuk is al in stilgestaan bij het feit dat organisaties steeds meer doen met multimedia, interactiviteit en social media. Het internet wordt socialer. In de enquête zijn in dit kader de volgende vragen gesteld:

- Maakt u gebruik van social media? Zo ja welke? (meerdere antwoorden mogelijk)
- Vindt u het belangrijk dat de SER actief is op de diverse social media?
- Was u al bekend met het feit dat de SER twittert? (@SER_nl)

Onderstaande staafdiagram geeft de resultaten weer van de vraag: Maakt u gebruik van social media? Zo ja welke? (meerdere antwoorden mogelijk). Omdat er bij deze vraag meerdere antwoorden ingevuld konden worden, komt het totaal aantal antwoorden boven de 442 uit.



Wat eruit springt, is dat LinkedIn het populairst is bij de respondenten, meer dan de helft maakt gebruik van dit “zakelijke” mediakanaal. Verder maakt een derde van de respondenten helemaal geen gebruik van social media. In de categorie “anders” wordt voornamelijk Hyves genoemd en een enkele keer Yammer, een interne Twitter voor organisaties.

Over de vraag “Vindt u het belangrijk dat de SER actief is op de diverse social media?” zijn de meningen nogal verdeeld.

In de tabel is te zien dat een kleine meerderheid van de respondenten het niet heel belangrijk vindt dat de SER actief is op diverse social media. Aan het aantal reacties van de respondenten te zien, houdt het de mensen wel bezig.

Ja	207	46.8 %	
Nee	235	53.2 %	
N	442	100 %	

De belangrijkste meningen **voor:**

- Social media is onderdeel geworden van de samenleving. In die zin 'moet' de SER meedoen.
- Het is belangrijk dat de dingen die in onze maatschappij belangrijk zijn op sociaal gebied aandacht krijgen en daar is de SER voor met hun deskundigheid.
- Ik denk dat de SER bij hoogopgeleide Nederland bekend is maar nog aan haar naamsbekendheid kan werken daar waar het niet-hoogopgeleiden betreft. Via social media bereikt men een brede doelgroep.
- ja omdat de ser een cruciale positie inneemt / kan innemen met name in het faciliteren en coördineren van veel maatschappelijke discussies en zo nog betere adviezen kan aanreiken aan beleidsmakers (of juist terugspelen naar de eigen verantwoordelijkheid van burgers, consumenten, boeren en buitenlui).
- Social Media worden door steeds meer mensen geraadpleegd om op de hoogte te blijven van actualiteiten.
- Ook de SER moet mee in de digitale revolutie. Om jongeren te binden, kan je niet anders.
- Vooral de scriptieservice via dit medium promoten! Ik denk dat veel studenten hier wat aan hebben, maar dat niet iedereen ervan af weet.
- Vergroot vindbaarheid. Triggert lezers ingeval van interessante info om door te linken.
- Zou goed zijn als SER ook meer zichtbaar zou zijn. Kan ook een mogelijkheid zijn om (delen van) adviezen breder onder de aandacht te brengen.
- Het is een laagdrempelige manier voor mensen om in contact te komen met de SER (Linkedin) of om deze te volgen (Twitter). Voor Twitter hoeft je niet steeds naar de ser-site; je kunt gewoon een volger worden. Als de SER een linkedin-groep zou hebben, kan hier door mensen gediscussieert worden over de diverse thema's.
- Het Nieuwe werken draagt verder dan een vaste kantoorwerkplek

De belangrijkste meningen **tegen:**

- Social media vereisen concrete antwoorden van de SER op praktijkvragen over bijvoorbeeld standpunten / adviezen SER. Het lijkt mij lastig voor te stellen dat de SER adviezen kan toespitsen op concrete situaties.
- De taak en informatievoorziening van de SER leent zich uit de aard der zaak niet voor sociale media of het moet alleen een signaleringsfunctie hebben.
- De adviezen van de SER zijn vaak onderdeel van een bepaalde informatie voor een bepaald beleidsthema. Het verder verdiepen vindt plaats in bepaalde werkgroepen. Social media past daar mijn inziens niet in. Blijft vaak te oppervlakkig.
- De SER moet m.n. objectief zijn. Met deelname aan de social media kan de SER ongemerkt in een hoekje worden gedrukt.
- Beetje 'afstand' lijkt me wel bij de SER (raads-en commissieleden) passen.
- In de wirwar van wat zoal vermeld wordt in de sociale media lijkt mij dat compacte en waardevolle informatie uitgaande van SER haar waarde verliest: er is in mijn optiek gemis van samenhang en diepte, iets wat niet altijd te vinden is in het sociale-mediaverkeer. Ik heb de informatie liever gescheiden, daar waar het hoort en waar je "zeker van weet" dat het volledig, objectief en juist van inhoud is. Maar ik begrijp wel en juich wel toe dat men graag samen oordelen (spreken, smsen en twitteren) wil over zaken die SER-verbonden zijn, ze zijn immers maatschappelijk relevant.

Naast de vele reacties op de vragen over social media zijn er ook wat suggesties met betrekking tot de interactie en het delen van kennis:

- interactie met bezoekers - korte discussies voeren over het uitgebrachte advies, combi met blogs
- Meer interactief maken, zodat er gereageerd kan worden bij de voorbereiding van adviezen, dus niet achteraf. Introduceren van consultaties.
- [...]oproep om suggesties te doen voor de website
- Discussiemogelijkheden
- Interactiever maken
- share, zoals addthis bij artikelen

3.4.4 Deelconclusie

In deze subparagraaf wordt een opsomming gegeven van de belangrijkste conclusies met betrekking tot de vindbaarheid, gebruiksvriendelijkheid en interactie en social media.

Vindbaarheid

Algemeen:	Slechts 40 van de 442 respondenten (9%) geven aan informatie op de SER-website lastig of niet te vinden. Er kan dus geconcludeerd worden dat de informatie op de SER-website over het algemeen vindbaar is. Dit geeft echter nog geen inzicht in het gemak waarmee informatie gevonden wordt.
Informatiebehoefte:	De respondenten zijn het vaakst op zoek naar de adviezen, de nieuws- en persberichten en de informatie over specifieke beleidsthema's (themapagina's)
Zoekfunctie:	De zoekfunctie op de website wordt gebruikt door 378 van de 442 respondenten (85,5%). Dit maakt de zoekfunctie een belangrijk onderdeel voor het zoeken van informatie op de SER-website. Opvallend detail hierbij is dat een derde van de mensen die de zoekfunctie gebruiken, de optie uitgebreid zoeken niet gebruikt. Of dit een bewuste keuze is of onbekendheid met de uitgebreide zoekfunctie is niet duidelijk. Uit de reacties van enkele respondenten blijkt ook dat de zoekresultaten qua ordening niet altijd aansluit bij de verwachtingen. Het komt nu wel eens voor dat er eerst een hoop onrelevante zoekresultaten bovenaan komen te staan.

In zijn algemeenheid zijn de respondenten dus tevreden over de vindbaarheid van informatie op de SER-website. Aan de hand van de onderzoekresultaten kan wel geconcludeerd worden dat de zoekfunctie nog verbeterd kan worden. De zoekfunctie is een belangrijke functie voor het vinden van informatie en door deze te verbeteren zou de vindbaarheid van informatie nog beter kunnen zijn.

Gebruiksvriendelijkheid

- Actualiteit: De onderzoekresultaten laten zien dat de SER-website volgens de respondenten actueel genoeg is. Wel missen enkele respondenten het overzicht van "nieuwe" informatie.
- Structuur/navigatie: Er moet soms nog te veel doorgeklikt worden
- Vormgeving: Een aantal pagina's wordt te druk en/of te rommelig bevonden. Dit zijn de homepage, de pagina's met SER adviezen en de themapagina's. Men zou voornamelijk "rustig" binnen willen komen op de homepage.
- Teksten op de website: De teksten zijn informatief, goed qua lengte en de verhouding afbeeldingen/tekst is ook in orde
- Contactmogelijkheden: De meeste respondenten geven aan dat er voldoende contactmogelijkheden zijn op de SER-website. Enkele respondenten geven aan dat er contactpersonen ontbreken bij de thema's en adviezen. Ook geeft iemand aan een kopje Pers op prijs te stellen.
- Multimedia: Er zijn niet veel problemen met het raadplegen van pdf-bestanden, filmpjes of pagina's op de SER-website. De problemen die er zijn worden voornamelijk veroorzaakt door beperkte mogelijkheden van het eigen netwerk van de gebruiker of het netwerk van de organisatie. Andere problemen worden veroorzaakt door het niet ondersteunen van bepaalde formats op mobiele apparaten. Te denken valt aan het gebruik van flash op de website. Een paar mensen geven aan interesse te hebben in een mobiele website of applicatie voor mobiele apparaten.

Verreweg de meeste respondenten zijn tevreden over de gebruiksvriendelijkheid van de SER-website. Wel zijn er enkele aandachtspunten te noemen zoals het aantal clicks om bij gewenste informatie te komen. De vele informatie op pagina's gaat soms ten koste van de overzichtelijkheid. Dit begint als bij de homepage waar (te)veel informatie op je afkomt. In het kader van de toegankelijkheid is ook de opkomst van internet via mobiele apparaten iets om nauwlettend te volgen. In de nabije toekomst zal het gebruik alleen maar toenemen.

Interactie en social media

- Gebruik: Van de 442 respondenten maakt een derde geen gebruik van social media. De respondenten die wel gebruik maken van social media gebruiken het vaakst LinkedIn. Dit geeft aan de meeste respondenten die social media gebruiken, dit doen voor zakelijke doeleinden. Via LinkedIn kunnen mensen namelijk hun zakelijk netwerk onderhouden en kan er gewerkt worden in discussiegroepen.

Belangrijkheid:	De respondenten zijn erg verdeeld over de vraag of de SER actief moet zijn op diverse social media. Een kleine meerderheid van de respondenten (235, 53,2%) geeft aan dit niet belangrijk te vinden. De belangrijkste redenen voor: De SER moet meegaan in de digitale revolutie. De social media kunnen bijdragen aan de zichtbaarheid van de SER op zoveel mogelijk informatiekkanalen. Via deze kanalen zou de SER een bredere doelgroep kunnen bereiken, zodat met name jongeren kennis kunnen maken met de SER. De belangrijkste redenen tegen: Social media zijn er niet alleen om informatie te delen. Het gaat ook om interactie en het reageren op vragen en opmerkingen van andere gebruikers. Social media vereisen concrete antwoorden van de SER op praktijkvragen over bijvoorbeeld standpunten en adviezen van de SER. Dit is lastig te combineren met social media omdat de objectiviteit van de SER gewaarborgd moet blijven. Via social media zou de SER ongewild in een hoek gedrukt kunnen worden.
Interactie:	Enkele respondenten geven aan dat zij de SER-website graag wat interactiever zouden zien. Hierbij valt ondermeer te denken aan het leveren van input bij de voorbereiding van adviezen of na afloop van adviezen. Maar ook bijvoorbeeld de mogelijkheid om nieuws- en persberichten direct te kunnen delen via social media.

Van de 442 respondenten maakt een derde geen gebruik van social media. De respondenten die wel gebruik maken van social media gebruiken het vaakst LinkedIn. Dit geeft aan de meeste respondenten die social media gebruiken, dit doen voor zakelijke doeleinden. Over de belangrijkheid en het gebruik van social media zijn de meningen erg verdeeld. Een krappe meerderheid van de respondenten vindt het niet belangrijk dat de SER actief is op diverse social media. Op dit moment worden de social media gebruikt als signaleringsfunctie om zo een zo groot mogelijke doelgroep te kunnen bereiken. Dit is ook een van de belangrijkste redenen om juist wel actief te zijn op diverse social media. Wel moet rekening gehouden worden met de objectiviteit die de SER moet uitstralen. Daarnaast zijn social media zijn er niet alleen om informatie te delen. Het gaat ook om interactie en het reageren op vragen en opmerkingen van andere gebruikers. Tegenstanders van social media zijn dan ook bang dat de SER ongewild in een bepaalde hoek gedrukt zou kunnen worden.

Naast de discussie over de social media is er bij sommige respondenten de behoefte om te discussiëren op de website. Het creëren van een mogelijkheid om direct te reageren op informatie zou ervoor kunnen zorgen dat er voor een deel geen invloed meer is op wat er op de website komt te staan. Het onderhouden van de reacties zou daarom lastig en niet wenselijk kunnen zijn.

3.5 Specifieke pagina's

In deze paragraaf worden enkele specifieke pagina's behandeld waarover in de enquête vragen zijn gesteld. Dit zijn de volgende pagina's:

- SER adviezen, onder de hoofdpagina publicaties
- Thema's, een specifieke pagina onder de hoofdpagina thema's
- PBO-bladen, onder publicaties
- Grenswaarden, onder de hoofdpagina taken
- SERmagazine, onder publicaties
- Scriptieservice, onder de hoofdpagina educatie

3.5.1 SER adviezen

De SER adviezen zijn een belangrijk onderdeel van de SER website. De screenshot hieronder bevat een SER advies uit 2010. In de enquête is de respondenten gevraagd hun mening te geven over de overzichtelijkheid van deze pagina. Ook is er gevraagd welke onderdelen geraadpleegd worden en of de pagina voldoet aan de verwachtingen.

The screenshot displays the SER website's 'Publicaties' section, specifically the 'Adviezen' (Advice) page for the year 2010. The main title is 'Zzp'ers in beeld: Een integrale visie op zelfstandigen zonder personeel'. The page is structured with a left sidebar containing navigation links for various years and categories, a central content area with the text of the advice, and a right sidebar with additional resources like 'Persberichten' and 'Reacties anderen'. The central text discusses the social-economic position of self-employed individuals without employees, mentioning the 'Commissie Positie Zelfstandig Ondernemers' and providing a list of 12 topics covered in the advice, such as 'Inleiding', 'Sociaal-economische betekenis', and 'Arbeidsomstandigheden'. The right sidebar includes a 'Persberichten' section with a link to 'SER brengt unaniem advies uit over positie ZZP'ers' and a 'Reacties anderen' section with a link to 'FNV: SER geeft zzp'ers een plek in het arbeidsbestel'. There are also thumbnails for a 'Powerpointpresentatie' and a 'Perspresentatie ZZP'.

Home | Publicaties | Adviezen | 2010 - 2011 | 2010 | Zzp'ers in beeld

Lees voor

Zzp'ers in beeld: Een integrale visie op zelfstandigen zonder personeel

Status: [achterban](#) | [raad](#) | [minister](#) | [publicatie](#)

> Meer informatie over de statussen

Advies nr. 2010/04: 15 oktober 2010 (Commissie Positie Zelfstandig Ondernemers)

In dit advies gaat de SER in op de sociaal-economische positie van zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers). De SER brengt gegevens over zzp'ers in kaart en gaat in op de vraag of het stelsel van arbeidsverhoudingen, belastingen en sociale zekerheid voldoende is toegesneden op de toenemende variëteit aan arbeidsrelaties. Daarbij kiest hij voor een integrale benadering van de positie van de zzp'er.

Download: Volledig advies (3275 kB) Samenvatting (42 kB)

Het begrip zzp'er

In de (onderzoeks)praktijk zijn voor zzp'ers verschillende definities in gebruik. De SER dringt aan op een eenduidige definitie, die zou moeten gelden voor de relevante beleidsterreinen. Hij sluit daarvoor aan bij het begrip ondernemer in de inkomstenbelasting. Een zzp'er is een ondernemer voor de inkomstenbelasting die geen personeel in dienst heeft. Onder deze definitie valt zowel de 'klassieke' zzp'er (met bedrijfspand e.d.) als de 'nieuwe' zzp'er (die vooral eigen arbeid/kennis/vaardigheden aanbiedt).

Zzp'ers en hun betekenis

Een toenemend aantal mensen biedt hun arbeid aan als zzp'er. Hun aandeel in de beroepsbevolking steeg van 6,4% in 1996 tot 8,9% in 2009. Twee derde van de zzp'ers is man en bijna de helft is ouder dan 45 jaar. Aan de keuze voor het zzp-schap liggen overwegend positieve motieven ten grondslag, zoals de wens tot zelfstandigheid en flexibiliteit.

Zzp'ers, blijkt uit onderzoek, leveren een belangrijke sociaal-economische bijdrage.

Inhoud

- 1. Inleiding (100 kB)
- 2. Sociaal-economische betekenis zzp'ers (115 kB)
- 3. Wettelijk kader voor zzp'ers en werknemers (62 kB)
- 4. De zzp'er gedefinieerd (84 kB)
- 5. Fiscale faciliteiten (169 kB)
- 6. Scholing (118 kB)
- 7. Arbeidsomstandigheden (61 kB)
- 8. Bijstandverlening zelfstandigen (96 kB)
- 9. Arbeidsongeschiktheid (137 kB)
- 10. Pensioen (122 kB)
- 11. Mededinging en tarieven (66 kB)
- 12. Visie van de raad (103 kB)
- Literatuurlijst (83 kB)
- Bijlagen (2457 kB)
- 1. Adviesaanvraag (909 kB)
- 2. Brief van het dagelijks bestuur

Persberichten

- SER brengt unaniem advies uit over positie ZZP'ers
- SER in ontwerpadvies: De ZZP'er verdient meer aandacht in het beleid

Reacties anderen

- FNV: SER geeft zzp'ers een plek in het arbeidsbestel
- CNV Zelfstandigen wil meer doen aan arbeidsongeschiktheid voor zzp'ers

Powerpointpresentatie

Perspresentatie ZZP

- Videoverslag -

Vertaling

- Samenvatting in Engels

Afbeelding 3.2: voorbeeld van een Advies ZZP'ers in beeld via <http://www.ser.nl/nl/publicaties/adviezen/2010-2019/2010/b29123.aspx>

Uit de resultaten blijkt dat er het vaakst gebruik gemaakt wordt van korte en bondige informatie als de samenvatting, persberichten en de introductietekst. Het volledige advies komt pas op de vierde plaats.

Introductietekst	157	50.5 %	
Persbericht	217	69.8 %	
Volledig advies (pdf)	147	47.3 %	
Samenvatting (pdf)	261	83.9 %	
Hoofdstuk van een advies (pdf)	81	26 %	
Videopersbericht (voor zover aanwezig)	17	5.5 %	
Vertaling (voor zover aanwezig)	13	4.2 %	
Reacties van anderen (voor zover aanwezig)	43	13.8 %	
PowerPoint (voor zover aanwezig)	61	19.6 %	
N	311	70.4 %	

Maar liefst 297 van de 311 respondenten (95,5%) die de vragen over het advies hebben ingevuld geven aan dat alle benodigde informatie aanwezig is. Dit geeft aan dat er in ieder geval niet veel informatie gemist wordt.

Over de overzichtelijkheid is de meerderheid van de respondenten ook tevreden:

Zeer goed	61	19.6 %	
Goed	186	59.8 %	
Matig	56	18 %	
Niet goed	5	1.6 %	
Helemaal niet goed	3	1 %	
N	311	70.4 %	

247 van de 311 respondenten (bijna 80%) is hierover tevreden. Een op de vijf mensen (de overige 20%) vinden de overzichtelijkheid van de pagina's met SER adviezen nog voor verbetering vatbaar.

In de enquête heeft een aantal respondenten al aanknopingspunten gegeven om deze pagina's te optimaliseren. Deze hebben vooral betrekking op de overzichtelijkheid / lay-out en de reacties op de SER-adviezen.

Een aantal van deze tips en suggesties wordt hieronder weergegeven:

Overzichtelijkheid / lay-out

- Markante uitspraken en conclusies accentueren. Het is nu wel een erg grijze brei waar de arme lezer doorheen moet ploeteren. Inhoudelijks niks te klagen hoor, maar hoofd- en bijzaken zouden beter van elkaar onderscheiden kunnen worden.
- Bij een aantal adviezen zijn de teksten aan de lange kant. Dit is voornamelijk visueel niet aantrekkelijk.
- Lay-out van de pagina's kan gebruikersvriendelijker en bevat soms ook redundante info. Beperken tot wat echt tot het issue zelf behoort en niet er weer van alles naast zetten.
- Niet te veel informatie op een pagina. De relevantie is zeer belangrijk. Daarom kan het soms beter zijn te kiezen voor 2 pagina's (b.v.)
- Er staat erg veel informatie op deze pagina. Daarnaast vind ik het persoonlijk niet handig dat ik voor alle verschillende publicaties van de SER aparte pagina's moet openen en niet in een keer een overzicht kan krijgen van de meest recente publicaties over een onderwerp
- het is te vol en daardoor te onrustig..ik word daar ongedurig van
- Hoeft niet alle informatie te bevatten, en wordt dan overzichtelijker en toegankelijker
- Bij lezen, de 'rand' informatie weglaten slechts de gevraagde informatie tonen.
- Wat overzichtelijker. Minder informatie op een pagina.
- Te veel informatie en verschillende columns op één pagina. Een rustiger beeld zou mij welkom zijn.
- Meer overzicht, minder (onderbroken) kolommen. De materie is te complex om zo onoverzichtelijk te presenteren.

Reactie en interactie

- Meer verwijzingen en relevante links opnemen, bijvoorbeeld naar artikelen in de media die over het onderwerp verschenen zijn, standpunten sociale partners.
- Suggestie is om ook reacties op SER-adviezen (kabinetsreactie, eventueel persberichten van andere betrokken partijen) toe te voegen.
- Reactie van stakeholders ontbreken
- Standpunten van partijen, oproep aan kabinet in het advies en follow up na zon advies
- Iets meer over de onderliggende discussies en de verschillende oordelen tussen partijen. de eensluidendheid van ser advies is geen plus, eerder een min in deze diverser wordende samenleving
- Mogelijkheid om direct een reactie te geven, uitnodiging voor de dialoog
- Het regeringsstandpunt hoort er standaard bij; ik vind reacties/beschouwingen van niet SER partijen/ wetenschappers ook interessant voor de beoordeling van een advies.[..] Contactgegevens SER medewerkers die dit dossier behartigen

Overig

- Meer sociaal-culturele informatie zou een goede aanvulling zijn
- Adviezen over bezuinigingen, wel of geen waterschappen, regiovorming, twee lagen model, promotie Thorbeckehuis (Europa, Land en regio's).
- Follow up op adviezen; rendement van adviezen via monitoring; wat leren we voor aanpak SER; benchmark met buitenlandse SER's in organisatie, werkwijze, onderwerpen, invloed en rendement
- Toelichting wat er met een bepaald advies is gebeurd
- Info over regionale SER-adviezen en/of activiteiten
- Wellicht een splitsing aanbrengen tussen de gedegen analyse en de visie plus aanbevelingen
- Niet alle relevante wetteksten
- Ik wil graag van de adviezen die de SER geeft op de hoogte blijven.

3.5.2 Themapagina's

De beleidsthema's staan op de derde plek bij de respondenten als het gaat om informatiebehoefte. Van de 442 respondenten zijn er 249 (56,3%) op zoek naar deze informatie.

Als we kijken naar de onderdelen van de themapagina's die gebruikt worden, dan zijn dat voornamelijk de publicaties, persberichten en de introductietekst.

Introductietekst	127	51 %	
Persberichten	159	63.9 %	
Publicaties	189	75.9 %	
Werkprogramma	53	21.3 %	
Artikelen Sermagazine	53	21.3 %	
Literatuurlijsten	26	10.4 %	
SER-Themabrief	85	34.1 %	
Externe informatie	24	9.6 %	
Actueel	78	31.3 %	
N	249	56.3 %	

Bijna alle respondenten (232, 93,2%) geven aan alle benodigde informatie op deze pagina's te vinden. In de screenshot hieronder is een voorbeeld te zien van hoe informatie op dit moment aangeboden wordt:

The screenshot displays the SER Themapagina for 'Arbeidsparticipatie'. The page layout includes a top navigation bar with 'Home | Thema's | Arbeidsparticipatie' and a 'Lees voor' button. A left sidebar lists various topics, with 'Arbeidsparticipatie' highlighted. The main content area is titled 'Arbeidsparticipatie' and contains a definition, a list of recent SER documents, and several categorized sections: 'Persberichten' (Unaniem advies over participatie jongeren met stoornissen en gedragsproblemen; Maatwerk nodig voor participatie), 'Publicaties' (Publieksbrochure: De winst van maatwerk; De winst van maatwerk: je kunt er niet vroeg genoeg bij zijn), 'Werkprogramma' (Toekomstige arbeidsmarktpositie jongeren), 'Artikelen Sermagazine' (SER-kroonlid Hans Kamps over advies jongerenarbeidsmarkt; Hoogleraar Janneke Plantenga over flexibilisering van arbeid), and 'Literatuurlijsten' (Arbeidsparticipatie; Deeltijdarbeid; Arbeidsparticipatie ouderen; Arbeidsparticipatie etnische). On the right, there are sections for 'SER-Themabrief' (Arbeidsmarkt en Arbeidsparticipatie -28 januari 2011; Aanmelden), 'Externe informatie' (Dossier AOW - Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid; Wijziging van de AOW - Officiële Publicaties), and 'Actueel' (De discussie voorbij - Eindrapport van de Taskforce DeeltijdPlus). A 'print' button is located at the bottom right of the main content area.

Afbeelding 3.3: De pagina Arbeidsparticipatie onder de thema's via <http://www.ser.nl/nl/themas/arbeidsparticipatie.aspx>

Volgens 64 (25,7%) van de 249 mensen die de themapagina's gebruiken is de overzichtelijkheid Matig (58) of niet goed (6). De meerderheid van de respondenten is echter tevreden over de overzichtelijkheid, 136 respondenten (54,6%) geven een "goed" en 49 (19,7%) zelfs een "zeer goed".

Ondanks dat de meerderheid van de mensen tevreden is over de overzichtelijkheid, zijn deze pagina's zeker nog te verbeteren. Een op de vier respondenten is immers nog niet (helemaal) tevreden.

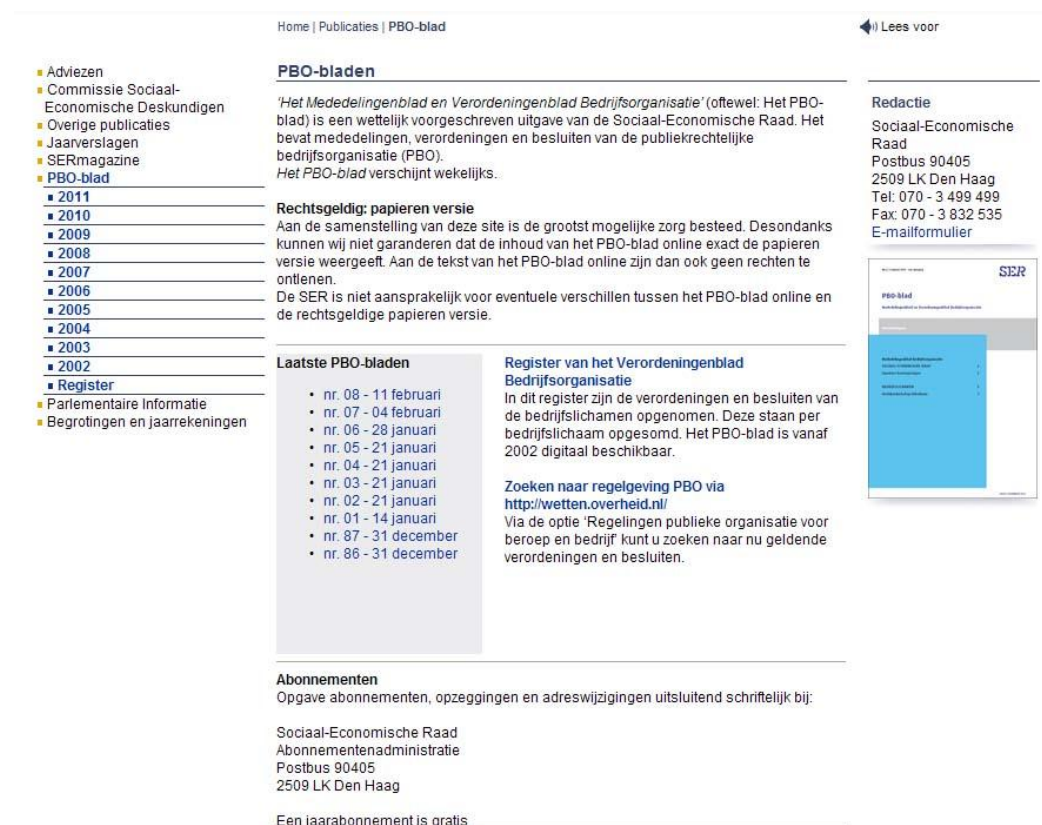
Een aantal reacties van de respondenten geven misschien een indicatie hoe de pagina's geoptimaliseerd kunnen worden:

- De indeling is over de pagina heen teveel verdeeld. Dit geeft een beetje rommelig beeld. Het is prettiger om van boven naar beneden te lezen dan over de hele breedte vd pagina.
- Optisch meer rust in brengen, bijvoorbeeld door de verschillende secties (persberichten, publicaties etc.) onder elkaar met meer breedte te presenteren en niet zoals nu naast elkaar met vrij smalle scroll raampjes.
- Ik wist niet dat deze pagina's bestonden. Het kan dus duidelijker worden aangegeven dat deze optie bestaat.
- Knipselkrantachtige invulling, dagelijks over onderwerpen die partners in werkveld werkgevers en werknemers raken. Zie opzet unie van waterschappen met hun dagelijkse berichtgeving op terrein van waterschappen.
- Veel onderwerpen gaan uit van gelijke behandeling, gelijke omstandigheden, gelijke vertrekpunten, etc. En dat wil nog wel eens verschillen. Maatwerk, ook in de thema's! Als u deze laatste up-to-date houdt, dan is daar niets mis mee.
- Ga uit van 'toegankelijkheid van informatie' ipv 'distributie van informatie'. Sommige lezers werken vanuit thema's van de SER (en kennen de producten van de SER) maar de meeste lezers kennen deze niet en moeten zich 'rotzoeken' naar de juiste info (de toegankelijkheid van de info is dan laag).
- Een ander meer overzichtelijke indeling. Alle informatie is te vinden, maar wat rommelig neergezet
- ik zou de tekst die nu rechts op het scherm staat direct onder het desbetreffende thema zien staan. Het is nu een beetje weggestopt.
- [...]Publicaties uit vorige jaren zijn moeilijk te vinden.
- ook hier: meer ruimte voor de diversiteit van meningen vzw deze geen feitelijkheden zijn
- ook te vol en die scroll mappen zijn te klein..
- teveel info, beperken!
- Hij staat heel vol, waardoor overzicht een beetje verloren gaat.
- Minder tekst. Nog meer helderheid.
- Toegankelijkheid neemt toe met een zoekfunctie, thema's etc.
- Hou het simpel en begrijpelijk
- iets minder drukke paginavulling zou prettiger zijn
- minder chaotisch op 1 pagina
- Wellicht op startpagina ook data van publicatie/nieuwsberichten vermelden voor een beter overzicht.
- Wellicht mag de samenvatting wat uitgebreider
- Wat speelt er 'binnenskamers af', op welke dossiers?
- contactpersoon ontbreekt
- Herkenbare koppelingen met rijksbeleid/thema's, 2^e kamer debatten
- links naar relevante actuele wetgeving over het onderwerp
- Links naar sites over thema's
- wat meer over pensioenen
- Uitgebreide en relevante Informatie m.b.t. de AOW en aanvullende pensioenen
- Een goed gedegen en simpel verwoording van alle pensioenvraagstukken

3.5.3 PBO-bladen

De PBO-bladen zijn relevant voor een specifieke doelgroep, de product- en bedrijfsschappen. In de enquête hebben 23 respondenten (5,7%) aangeven op zoek te zijn naar informatie over de product en bedrijfsschappen.

In de enquête is een oordeel gevraagd over de overzichtelijkheid van de overzichtspagina van de PBO-bladen (zie onderstaande screenshot)



Afbeelding 3.4: Screenshot overzichtspagina PBO-bladen via http://www.ser.nl/nl/publicaties/overzicht_pbo_bladen.aspx

Uit de resultaten blijkt dat 12 van de 23 respondenten (52,2%) tevreden is over de overzichtelijkheid. Vijf respondenten (21,7%) geven aan de overzichtelijkheid zeer goed te vinden. Zes personen (26,1%) hebben aangegeven de overzichtelijkheid matig te vinden.

Over het algemeen zijn de mensen dus tevreden wat betreft de overzichtelijkheid. Ook geven alle 23 respondenten aan alle informatie te vinden die ze verwachten.

Zeer goed	5	21.7 %	
Goed	12	52.2 %	
Matig	6	26.1 %	
Niet goed	0	0 %	
Helemaal niet goed	0	0 %	
N	23	5.2 %	

Wel zijn er nog een paar tips/suggesties gegeven:

- index van mededelingenblad zoals bij verordeningenblad op elke bladzijde in PBO blad jaargang, datum, nummer
- Het is onmogelijk via een shortlink te verwijzen naar een specifieke verordening of besluit. Het gehele PBO-blad moet worden geshortlinked: erg vervelend.
- Optisch meer structuur aanbrengen, wellicht door het werken met (kleuren) vlakken
- Graag een mailservice voor PBO-bladen

3.5.4 Grenswaarden

Ook de grenswaarden zijn alleen relevant voor een specifieke doelgroep. Grenswaarden worden in de praktijk gehanteerd door overheid en bedrijfsleven als een soort norm voor de maximale blootstelling aan bepaalde stoffen en bij de beoordeling van de arbeidsomstandigheden. In de enquête hebben 33 respondenten (7,5%) aangegeven op zoek te zijn naar informatie over grenswaarden. In de Google Analytics statistieken heeft de sectie grenswaarden een top10 ranking. Deze sectie wordt dus vaak geraadpleegd.

In de enquête zijn de volgende vragen gesteld over de sectie grenswaarden:

- Hoe waardeert u de overzichtelijkheid van de databank?
- Welke methode gebruikt u om de databank te doorzoeken?
- Heeft de databank grenswaarden alle informatie die u verwacht te vinden?
- Heeft u nog opmerkingen en/of suggesties om de overzichtelijkheid van de databank te verbeteren?

Home | Taken | Adviserende taken | Grenswaarden | Overzicht stoffen | C-D Lees voor

Adviserende taken

- Werkprogramma's
- Grenswaarden**
 - Overzicht stoffen
 - A-B
 - C-D
 - E-F-G
 - H-I-J
 - K-L
 - M-N
 - O-P
 - R-S-T
 - U-V-W
 - X-Y-Z
 - Overzicht CAS nummers
 - Toelichting Databank
 - Begrip Grenswaarde
 - Nederlandse grenswaardestelsel
 - Procedure vaststelling publieke grenswaarden
 - Nieuwsrubriek
 - Procedure 1976 - 2007
- Pensioenonderzoek
- Provinciale advies- en overlegorganen
- Bestuurlijke taken
- Zelfregulering

Grenswaarden C-D

C beta-Chloropreen beta-Cyfluthrin Cadmium en -verbindingen Cadmiumchloride Cadmiumoxide (rook) Cadmiumsulfaat Calciumcarbonaat Calciumchromaat Calciumcyanamide Calciumcyanide Calciumhydroxide Calciumoxide Calciumsilicaat Calciumsulfaat Captafol Captan Carbadox Carbaryl Carbendazim Carbofuraan Carbon black Carbonylfluoride en PTFE-pyrolyseproducten, als F 3-Careen Cellulose (papierstof) Cesiumhydroxide Chloor 1-Chloor-1,1-difluorethaan (FC142b) 1-Chloor-1-nitropropan 1-chloor-2-propanol 2-Chloor-6-(trichloormethyl)pyridine Chlooracetaldehyde 2-Chlooracetaldehyde Chlooraceton Chlooracetylchloride Chloorbenzeen Chloorbifenyli (42% Cl) Chloorbifenyli (54% Cl) Chloorbifenyloxyde Chloordaan Chloordifenyloxyde Chloordifluormethaan (FC22) Chloordioxide Chloorethaan 2-Chloorethanol Chloortuormethaan 4-Chloor-ortho-fenyleendiamine	Chloorpromazine 2-Chloorpropionzuur Chloorpyrifos Chloortrifluoride Chloortrifluormethaan (FC13) Chloortrimethylsilaan Chloroform 3-Chloropreen Chlorozotocine 2-choor-1-propanol chromylchloride Chroom (III) chromaat (als Cr) Chroom (III) verbindingen, onoplosbaar Chroom (metallisch) Chroom (VI) oplosbare verbindingen Chroom II verbindingen (anorganisch) Chroom III verbindingen, wateroplosbaar Chroomtrioxide Cisplatin Clodolol Cortison <u>Cresolen (o-, m- en p-)</u> Cristoballiet Crotonaldehyde Cruformaat Cumeen Cyanamide Cyaniden (incl. cyanwaterstof) Cyanogeenchloride Cyclofosfamide Cyclohexaan Cyclohexanol Cyclohexanon Cyclohexeen Cyclohexylamine Cyclopentaa 1,3-Cyclopentadien Cyclopropan Cyclosporin Cyhexatin o-Chloorbenzylidenmalonitri o-Chloorstyreen o-Chloortolueen p-Chlooraniline p-Chloor-m-cresol p-Cresylglycidylether p-Cymeen
--	---

Zoeken in grenswaarden

Zoeken

Afbeelding 3.5: Screenshot Grenswaarden via

<http://www.ser.nl/nl/taken/adviserende/grenswaarden/overzicht%20van%20stoffen/c-d.aspx>

Over de overzichtelijkheid van bovenstaande pagina wordt als volgt geoordeeld:

Zeer goed	4	12.1 %	
Goed	24	72.7 %	
Matig	5	15.2 %	
Niet goed	0	0 %	
Helemaal niet goed	0	0 %	
N	33	7.5 %	

De databank grenswaarden wordt het vaakst doorzocht door middel van het overzicht van de stoffen.

Overzicht stoffen	25	75.8 %	
Overzicht CAS nummers	16	48.5 %	
Zoekfunctie grenswaarden	8	24.2 %	
N	33	7.5 %	

Op de vraag of de databank grenswaarden alle informatie heeft die men verwacht te vinden, geven 9 respondenten het antwoord "Nee, nl:"

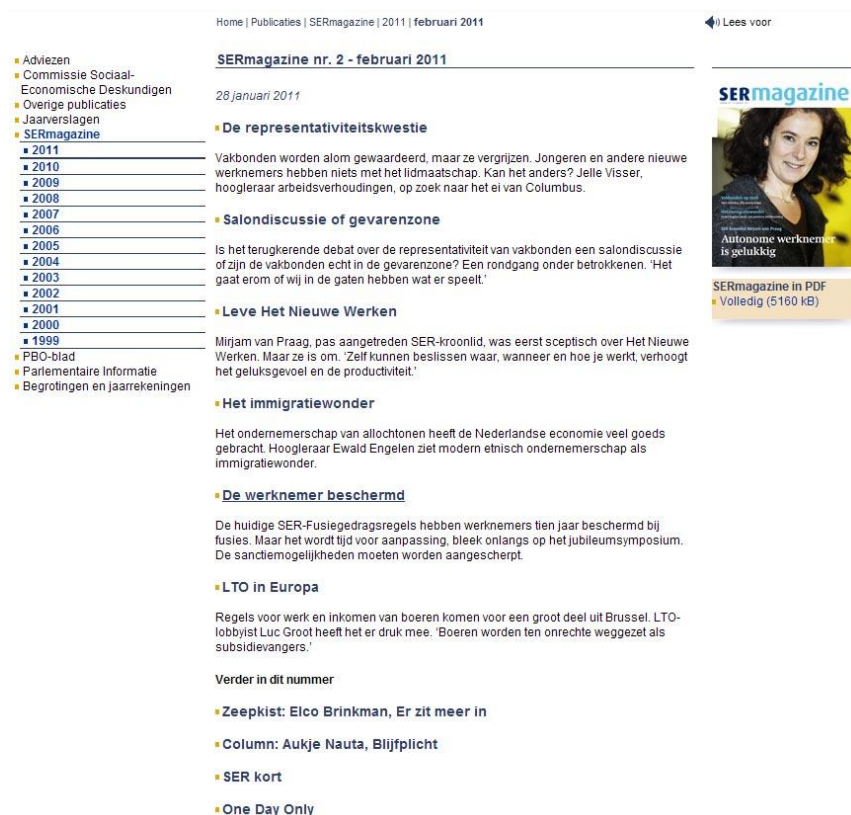
Ja	24	72.7 %	
Nee, nl:	9	27.3 %	
N	33	7.5 %	

Uit deze antwoorden en tips/suggesties blijkt voornamelijk het volgende:

- Er worden stoffen/producten gemist
- Niet alle onderliggende stukken zijn openbaar of worden niet doorgelinked
- Er is een wens om meer alternatieve namen (synoniemen) op te nemen.
- Meer informatie over de stoffen gewenst
- Duidelijker vermelden waar de grenswaarde betrekking op heeft en of het een officiële is en hoe je eventueel buitenlandse (USA) database kunt benaderen

3.5.5 SERmagazine

Het SERmagazine wordt op de SER-website aangeboden als tekst en als PDF bestand. Onderstaande afbeelding bevat een screenshot van het SERmagazine van februari 2011.



Afbeelding 3.6: Screenshot SERmagazine van februari 2011 via http://www.ser.nl/nl/publicaties/overzicht%20ser%20bulletin/2011/februari_2011.aspx

De overzichtelijkheid van deze pagina wordt als volgt gewaardeerd:

Van de 59 respondenten die deze vraag hebben ingevuld zijn er 37 (62,7%) tevreden en 14 (23,7%) is zeer tevreden. De meeste respondenten oordelen dus positief over de overzichtelijkheid van de bovenstaande screenshot. Daarnaast geven 55 (93,2%) mensen aan alle verwachte informatie terug te vinden op de pagina. Verder zijn er inhoudelijk over het SERmagazine nog een aantal reacties gekomen. Hieronder een aantal reacties:

Zeer goed	14	23.7 %	
Goed	37	62.7 %	
Matig	6	10.2 %	
Niet goed	2	3.4 %	
Helemaal niet goed	0	0 %	
N	59	13.3 %	

- Kijk naar vormgeving (soort lettertype, kleur). Het beeld zou nog iets rustiger mogen
- Foto's zijn niet aantrekkelijk. Tekst zijn lang en niet spannend. En er is geen rode draad (thema)
- Bij thema's blijven op grond van SWOT, strategische opties, economische consequenties nationaal & eventueel internationaal, consequenties wetgeving en risico/impact situaties.
- Doorklik mogelijkheid per artikel?
- Iets kleurrijker zou aantrekkelijkheid vergroten, zowel letters als foto's
- [...] Een heel stuk beter dan de leesbaarheid van het SER-Magazine, want dat blijft (voor mij en anderen die last hebben van lezen van teksten op gekleurde achtergronden) slecht leesbaar.!!!
- Graag wat minder beleid en wat meer naar 'de praktijk'

3.5.6 Scriptieservice

De scriptieservice is voornamelijk bedoeld voor studenten die bezig zijn met hun scriptie of zich willen oriënteren op bepaalde onderwerpen. Hier zijn literatuurlijsten te vinden over thema's en SER-publicaties. Ook wordt er uitleg gegeven hoe men een scriptie kan schrijven en opbouwen. Uit de Google Analytics statistieken blijkt dat deze sectie vaak geraadpleegd wordt. De scriptieservice staat namelijk in de top10 van meest bezochte pagina's. In de enquête is dit wat minder goed terug te zien, slechts 25 respondenten geven aan op zoek te zijn naar informatie over de scriptieservice.

Home | Educatie | Scriptieservice | Literatuurlijsten thema's | Onderwijs | Beroepsonderwijs | SER-publicaties

Scriptieservice

- Literatuurlijsten thema's
 - Sociaal-economische publicaties
 - Arbeidsmarkt vraagstukken
 - Arbeidsverhoudingen
 - Duurzame Ontwikkeling en Ruimtelijk Beleid
 - Economische Ordening
 - Europa
 - Internationaal sociaal-economisch beleid
 - Kenniseconomie
 - Lonen
 - Ondernemingen
 - Onderwijs
 - Overlegeconomie
 - Sociaal beleid
 - Sociale zekerheid en gezondheidszorg
- Literatuur SER-publicaties
- Bibliotheek
- Hoe schrijf je een scriptie?

SER-publicaties

Literatuurlijst Beroepsonderwijs

SER-publicaties - Boeken - Tijdschriftartikelen

- SER, *Opleiden is net-werken : advies over de koers van het middelbaar beroepsonderwijs en de volwasseneneducatie*
Den Haag : SER, 2004.
SER Adviezen, nr. 2004/13
Advies over de nota 'Koers BVE, Het regionale netwerk aan zet'. In de beleidsnota Koers BVE schetst het kabinet zijn visie op de toekomst van het middelbaar beroepsonderwijs en de volwasseneneducatie voor de komende vier jaar. In die periode moet het middelbaar beroepsonderwijs uitgroeien tot een belangrijke steunpilaar van de kenniseconomie. De raad heeft in zijn commentaar op de nota een brede benadering gekozen. Het eerste deel van het advies gaat daarom in op de context waarbinnen het middelbaar beroepsonderwijs functioneert. De arbeidsmarkt is voor de raad het belangrijkste referentiekader. De raad wijst er vervolgens op dat het middelbaar beroepsonderwijs bezig is met de invoering van belangrijke onderwijsvernieuwingen namelijk de omslag naar competentiegericht beroepsonderwijs en het realiseren van doorlopende leerlijnen. Een betere doorstroming van leerlingen naar de langere mbo-opleidingen en naar het hbo, kan de kenniseconomie dichterbij brengen. Ook de nieuwe bestuurlijke verhoudingen moeten bijdragen aan meer responsief onderwijs. Het kabinet heeft de raad ook gevraagd in te gaan op vier specifieke aspecten van Koers BVE, namelijk de kenniscirculatie, de samenwerking tussen onderwijsinstellingen en het bedrijfsleven, het duale leren en ondernemerschap. Deze vragen komen in het tweede deel van het advies aan de orde. (B23221)
- SER, *Inburgeren met beleid : advies over duale trajecten taalverwerving en arbeid*
Den Haag : SER, 2003.
SER Adviezen, nr. 2003/10
Hoofddlijn van het advies 'Inburgeren met beleid' is dat migranten beter kunnen inburgeren als ze niet alleen Nederlands leren, maar daarbij ook werken of een beroepsopleiding volgen. Er moeten daarom meer combinatie-trajecten van de grond komen. Daartoe is noodzakelijk dat gemeenten en het beroepsonderwijs bij hun inburgeringsbeleid meer rekening houden met de behoeften en mogelijkheden van werkgevers op de regionale arbeidsmarkt. Niet iedere migrant is echter vaardig genoeg om direct aan de slag te gaan. En de mogelijkheid van bedrijven om extra leer- en werkplekken aan te bieden is niet groot. De rijksoverheid en de gemeenten moeten daarom ook de gebruikelijke inburgeringscursussen grondig vernieuwen, onder andere door meer maatwerk te leveren. (22132)

Abbeelding 3.7: Screenshot Literatuurlijsten thema's onder scriptieservice via <http://www.ser.nl/sitecore/content/Internet/nl/Educatie/Scriptieservice/Themas/Onderwijs/Beroepsonderwijs/SER-publicaties.aspx>

Op de stelling "Hoe waardeert u de overzichtelijkheid van de literatuurlijsten?" (zie bovenstaande screenshot) is als volgt gereageerd:

Zeer goed	9	36 %	
Goed	12	48 %	
Matig	3	12 %	
Niet goed	1	4 %	
Helemaal niet goed	0	0 %	
N	25	5.7 %	

Er zijn slechts 4 respondenten die de overzichtelijkheid van de pagina's voor verbetering vatbaar vinden. Alle 25 respondenten geven aan dat alle informatie aanwezig is die ze verwachten. Ook worden alle onderdelen wel gebruikt:

Literatuurlijsten thema's	19	76 %	
Literatuurlijsten SER-publicaties	15	60 %	
Bibliotheek	17	68 %	
Hoe schrijf je een scriptie?	12	48 %	
N	25	5.7 %	

3.5.7 Deelconclusie

In deze deelparagraaf staat een opsomming van de belangrijkste conclusies per pagina.

- Homepage:** In de enquête zijn geen specifieke vragen gesteld over de homepage. Toch hebben enkele respondenten reacties gegeven over de homepage. Uit deze reacties blijkt dat homepage is zijn huidige vorm te druk wordt bevonden. Men zou graag rustiger willen binnenkomen op de homepage. Een rustig beeld draagt bij aan de overzichtelijkheid.
- Actueel:** Ook over de pagina actueel zijn geen vragen gesteld in de enquête. Wel heeft een oplettende respondent geconstateerd dat het menu en de content op deze pagina niet overeenkomen qua volgorde. Dit scheidt verwarring.
- SER adviezen:** De SER adviezen staan op de eerste plaats als het gaat om informatiebehoefte bij de respondenten. Dit geeft aan dat de SER adviezen een heel belangrijk onderdeel van de SER-website zijn. Het is dan ook belangrijk dat de respondenten hier tevreden over zijn. Uit de resultaten blijkt dat dit over het algemeen ook het geval is. Wel willen enkele mensen graag meer reacties zien van stakeholders, sociale partners en andere betrokken bij de adviezen. Andere opmerkingen hebben voornamelijk betrekking tot de lay-out van de pagina's met adviezen. In sommige gevallen staat er namelijk zoveel tekst en randinformatie dat het ten koste gaat van de overzichtelijkheid. Een rustiger beeld op deze pagina's is gewenst.
- Themapagina's:** De themapagina's staan op derde plaats bij de informatiebehoefte en vormen daarmee een belangrijke sectie op de SER-website. Het vaakst worden de publicaties, persberichten en de introductietekst geraadpleegd. De informatie op deze pagina's is ingedeeld in kolommen. Hoewel de meeste respondenten wel tevreden zijn over de informatie op en de overzichtelijkheid van de pagina's, zijn er toch een aantal reacties waaruit blijkt dat informatie teveel over de pagina's heen verdeeld is. Ook de scrollvensters binnen de pagina's zijn te klein. Dit geeft een rommelig beeld en gaat ten koste van de overzichtelijkheid. Net als bij de SER adviezen is op de themapagina's een rustiger beeld gewenst.

- PBO-bladen: De vragen over de PBO-bladen zijn ingevuld door 23 respondenten. De meeste hiervan zijn tevreden over de overzichtelijkheid. Alle respondenten geven aan dat alle benodigde informatie aanwezig is. Vanwege het geringe aantal respondenten die de vragen over de PBO-bladen hebben ingevuld, moet er voorzichtig worden omgegaan met het trekken van conclusies. Wel wordt er in de reacties van respondenten aangegeven dat wellicht wat meer structuur aangebracht zou kunnen worden doormiddel van kleurgebruik. Ook zou iemand graag een mailservice zien voor de PBO-bladen.
- Grenswaarden: Hoewel de grenswaarden niet zo hoog scoort in de informatiebehoefte bij de respondenten, blijkt uit de Google Analytics statistieken van de SER-website dat de informatie over de grenswaarden veel geraadpleegd wordt. Uit de reacties van de kleine groep respondenten die de vragen over de grenswaarden hebben beantwoord, blijkt voornamelijk dat er stoffen missen. De voornaamste oorzaak hiervan zal zijn dat de databank tot op heden maar voor 95% gevuld is. Verder is er bij enkele mensen behoefte aan meer synoniemen voor de stoffen.
- SERmagazine: Verreweg de meeste respondenten die de vragen over het SERmagazine beantwoord hebben (dit zijn er 59), zijn tevreden over de overzichtelijkheid en vinden over het algemeen alles wat ze verwachten. De ontvangen reacties gaan voornamelijk over de inhoud van het SERmagazine. Dit valt buiten de scope van dit project.
- Scriptieservice: Over de scriptieservice zijn geen noemenswaardige dingen te melden. Van de 25 respondenten die aangeven de scriptieservice te gebruiken geven slechts er slechts vier aan dat de overzichtelijkheid voor verbetering vatbaar is. Verder geven alle 25 respondenten aan dat alle informatie aanwezig is die men verwacht te vinden. Ook worden alle onderdelen gebruikt.

De respondenten zijn over het algemeen tevreden over de pagina's die behandeld zijn in de enquête. De meeste opmerkingen van de respondenten gaan over de overzichtelijkheid van de pagina's. De indeling in kolommen en de soms vele informatie op pagina's zorgt voor een onrustig beeld. Dit is niet bevorderlijk voor de vindbaarheid, overzichtelijkheid en leesbaarheid. Van de pagina's die behandeld zijn in de enquête zijn de belangrijkste pagina's om te optimaliseren de pagina's met SER adviezen en de themapagina's. Deze worden namelijk het vaakst geraadpleegd en vormen daarmee belangrijke secties op de SER-website.

3.6 Conclusies uit kwantitatief onderzoek

In deze paragraaf worden per onderdeel de belangrijkste conclusies uit het kwantitatieve onderzoek beschreven.

Profiel

De enquête is ingevuld door 442 respondenten. Afgaande op de groep van 2168 abonnees op de SER-nieuwsbrief en themanieuwsbrieven komt dit uit op een invulpercentage van 20,4%. Hierbij is het aantal hits vanuit de pop up op de SER-website en de "tweet" op Twitter niet meegeteld.

Op basis van de profielgegevens kan geconcludeerd worden dat de gemiddelde respondent een man is tussen de 51-60 jaar oud, die de website maandelijks gebruikt voor zakelijke doeleinden. Hij komt op de website door het webadres van de SER-website in te tikken in zijn browser.

Met name de leeftijd van de gemiddelde respondent ligt dus aan de hoge kant. Het aantal jongeren blijft flink achterwege.

Vindbaarheid

Algemeen:	Slechts 40 van de 442 respondenten (9%) geven aan informatie op de SER-website lastig of niet te vinden. Er kan dus geconcludeerd worden dat de informatie op de SER-website over het algemeen vindbaar is. Dit geeft echter nog geen inzicht in het gemak waarmee informatie gevonden wordt.
Informatiebehoefte:	De respondenten zijn het vaakst op zoek naar de adviezen, de nieuws- en persberichten en de informatie over specifieke beleidsthema's (themapagina's)
Zoekfunctie:	De zoekfunctie op de website wordt gebruikt door 378 van de 442 respondenten (85,5%). Dit maakt de zoekfunctie een belangrijk onderdeel voor het zoeken van informatie op de SER-website. Opvallend detail hierbij is dat een derde van de mensen die de zoekfunctie gebruiken, de optie uitgebreid zoeken niet gebruikt. Of dit een bewuste keuze is of onbekendheid met de uitgebreide zoekfunctie is niet duidelijk. Uit de reacties van enkele respondenten blijkt ook dat de zoekresultaten qua ordening niet altijd aansluit bij de verwachtingen. Het komt nu wel eens voor dat er eerst een hoop onrelevante zoekresultaten bovenaan komen te staan.

Over het algemeen zijn de respondenten dus tevreden over de vindbaarheid van informatie op de SER-website. Aan de hand van de onderzoekresultaten kan wel geconcludeerd worden dat de zoekfunctie nog verbeterd kan worden. De zoekfunctie is een belangrijke functie voor het vinden van informatie en door deze te verbeteren zou de vindbaarheid van informatie nog beter kunnen zijn.

Gebruiksvriendelijkheid

- Actualiteit: De onderzoekresultaten laten zien dat de SER-website volgens de respondenten actueel genoeg is. Wel missen enkele respondenten het overzicht van "nieuwe" informatie.
- Structuur/navigatie: Er moet soms nog te veel doorgeklikt worden
- Vormgeving: Een aantal pagina's wordt te druk en/of te rommelig bevonden. Dit zijn de homepage, de pagina's met SER adviezen en de themapagina's. Men zou voornamelijk "rustig" binnen willen komen op de homepage.
- Teksten op de website: De teksten zijn informatief, goed qua lengte en de verhouding afbeeldingen/tekst is ook in orde
- Contactmogelijkheden: De meeste respondenten geven aan dat er voldoende contactmogelijkheden zijn op de SER-website. Enkele respondenten geven aan dat er contactpersonen ontbreken bij de thema's en adviezen. Ook geeft iemand aan een kopje Pers op prijs te stellen.
- Multimedia: Er zijn niet veel problemen met het raadplegen van pdf-bestanden, filmpjes of pagina's op de SER-website. De problemen die er zijn worden voornamelijk veroorzaakt door beperkte mogelijkheden van het eigen netwerk of het netwerk van de organisatie. Andere problemen worden veroorzaakt door het niet ondersteunen van bepaalde formats op bijvoorbeeld de Ipad. Te denken valt aan het gebruik van flash bij filmpjes op de website. Een paar mensen geven aan interesse te hebben in een mobiele website of applicatie voor mobiele apparaten.

Verreweg de meeste respondenten zijn tevreden over de gebruiksvriendelijkheid van de SER-website. Wel zijn er enkele aandachtspunten te noemen zoals het aantal clicks om bij gewenste informatie te komen. De vele informatie op pagina's gaat soms ten koste van de overzichtelijkheid. Dit begint als bij de homepage waar (te)veel informatie op je afkomt. In het kader van de toegankelijkheid is ook de opkomst van internet via mobiele apparaten iets om in de gaten te houden. In de nabije toekomst zal het gebruik hoogst waarschijnlijk alleen maar toenemen.

Interactie en social media

Gebruik: Van de 442 respondenten maakt een derde geen gebruik van social media. De respondenten die wel gebruik maken van social media gebruiken het vaakst LinkedIn. Dit geeft aan de meeste respondenten die social media gebruiken, dit doen voor zakelijke doeleinden. Via LinkedIn kunnen mensen namelijk hun zakelijk netwerk onderhouden en kan er gewerkt worden in discussiegroepen.

Belangrijkheid: De respondenten zijn erg verdeeld over de vraag of de SER actief moet zijn op diverse social media. Een kleine meerderheid van de respondenten (235, 53,2%) geeft aan dit niet belangrijk te vinden.

De belangrijkste redenen voor:

De SER moet meegaan in de digitale revolutie. De social media kunnen bijdragen aan de zichtbaarheid van de SER op zoveel mogelijk informatiekkanalen. Via deze kanalen zou de SER een bredere doelgroep kunnen bereiken, zodat met name jongeren kennis kunnen maken met de SER.

De belangrijkste redenen tegen:

Social media zijn er niet alleen om informatie te delen. Het gaat ook om interactie en het reageren op vragen en opmerkingen van andere gebruikers. Social media vereisen concrete antwoorden van de SER op praktijkvragen over bijvoorbeeld standpunten en adviezen van de SER. Dit is lastig te combineren met social media omdat de objectiviteit van de SER gewaarborgd moet blijven. Via social media zou de SER ongewild in een hoek gedrukt kunnen worden.

Interactie: Enkele respondenten geven aan dat zij de SER-website graag wat interactiever zouden zien. Hierbij valt ondermeer te denken aan het leveren van input bij de voorbereiding van adviezen of na afloop van adviezen. Maar ook bijvoorbeeld de mogelijkheid om nieuws- en persberichten direct te kunnen delen via social media.

Van de 442 respondenten maakt een derde geen gebruik van social media. De respondenten die wel gebruik maken van social media gebruiken het vaakst LinkedIn. Dit geeft aan de meeste respondenten die social media gebruiken, dit doen voor zakelijke doeleinden. Over de belangrijkheid en het gebruik van social media zijn de meningen erg verdeeld. Een krappe meerderheid van de respondenten vindt het niet belangrijk dat de SER actief is op diverse social media. Op dit moment worden de social media gebruikt als signaleringsfunctie om zo een zo groot mogelijke doelgroep te kunnen bereiken. Dit is ook een van de belangrijkste redenen om juist wel actief te zijn op diverse social media. Wel moet rekening gehouden worden met de objectiviteit die de SER moet uitstralen. Daarnaast zijn social media zijn er niet alleen om informatie te delen. Het gaat ook om interactie en het reageren op vragen en opmerkingen van andere gebruikers. Tegenstanders van social media zijn dan ook bang dat de SER ongewild in een bepaalde hoek gedrukt zou kunnen worden.

Naast de discussie over de social media is er bij sommige respondenten de behoefte om te discussiëren op de website. Het creëren van een mogelijkheid om direct te reageren op informatie zou ervoor kunnen zorgen dat er voor een deel geen invloed meer is op wat er op de website komt te staan. Het onderhouden van de reacties zou daarom lastig en niet wenselijk kunnen zijn.

Specifieke pagina's

Homepage:	In de enquête zijn geen specifieke vragen gesteld over de homepage. Toch hebben enkele respondenten reacties gegeven over de homepage. Uit deze reacties blijkt dat homepage is zijn huidige vorm te druk wordt bevonden. Men zou graag rustiger willen binnenkomen op de homepage. Een rustig beeld draagt bij aan de overzichtelijkheid.
Actueel:	Ook over de pagina actueel zijn geen vragen gesteld in de enquête. Wel heeft een oplettende respondent geconstateerd dat het menu en de content op deze pagina niet overeenkomen qua volgorde. Dit schept verwarring.
SER adviezen:	De SER adviezen staan op de eerste plaats als het gaat om informatiebehoefte bij de respondenten. Dit geeft aan dat de SER adviezen een heel belangrijk onderdeel van de SER-website zijn. Het is dan ook belangrijk dat de respondenten hier tevreden over zijn. Uit de resultaten blijkt dat dit over het algemeen ook het geval is. Wel willen enkele mensen graag meer reacties zien van stakeholders, sociale partners en andere betrokken bij de adviezen. Andere opmerkingen hebben voornamelijk betrekking tot de lay-out van de pagina's met adviezen. In sommige gevallen staat er namelijk zoveel tekst en randinformatie dat het ten koste gaat van de overzichtelijkheid. Een rustiger beeld op deze pagina's is gewenst.
Themapagina's:	De themapagina's staan op derde plaats bij de informatiebehoefte en vormen daarmee een belangrijke sectie op de SER-website. Het vaakst worden de publicaties, persberichten en de introductietekst geraadpleegd. De informatie op deze pagina's is ingedeeld in kolommen. Hoewel de meeste respondenten wel tevreden zijn over de informatie op en de overzichtelijkheid van de pagina's, zijn er toch een aantal reacties waaruit blijkt dat informatie teveel over de pagina's heen verdeeld is. Ook de scrollvensters binnen de pagina's zijn te klein. Dit geeft een rommelig beeld en gaat ten koste van de overzichtelijkheid. Net als bij de SER adviezen is op de themapagina's een rustiger beeld gewenst.
PBO-bladen:	De vragen over de PBO-bladen zijn ingevuld door 23 respondenten. De meeste hiervan zijn tevreden over de overzichtelijkheid. Alle respondenten geven aan dat alle benodigde informatie aanwezig is. Vanwege het geringe aantal respondenten die de vragen over de PBO-bladen hebben ingevuld, moet er voorzichtig worden omgegaan met het trekken van conclusies. Wel wordt er in de reacties van respondenten aangegeven dat wellicht wat meer structuur aangebracht zou kunnen worden doormiddel van kleurgebruik. Ook zou iemand graag een mailservice zien voor de PBO-bladen.
Grenswaarden:	Hoewel de grenswaarden niet zo hoog scoort in de informatiebehoefte bij de respondenten, blijkt uit de Google Analytics statistieken van de SER-website dat de informatie over de grenswaarden veel geraadpleegd wordt. Uit de reacties van de kleine groep respondenten die de vragen over de grenswaarden hebben beantwoord, blijkt voornamelijk dat er stoffen missen. De voornaamste oorzaak hiervan zal zijn dat de databank tot op heden maar voor 95% gevuld is. Verder is er bij enkele mensen behoefte aan meer synoniemen voor de stoffen.
SERmagazine:	Verreweg de meeste respondenten die de vragen over het SERmagazine beantwoord hebben (dit zijn er 59), zijn tevreden over de overzichtelijkheid en

vinden over het algemeen alles wat ze verwachten. De ontvangen reacties gaan voornamelijk over de inhoud van het SERmagazine. Dit valt buiten de scope van dit project.

Scriptieservice: Over de scriptieservice zijn geen noemenswaardige dingen te melden. Van de 25 respondenten die aangeven de scriptieservice te gebruiken geven slechts er slechts vier aan dat de overzichtelijkheid voor verbetering vatbaar is. Verder geven alle 25 respondenten aan dat alle informatie aanwezig is die men verwacht te vinden. Ook worden alle onderdelen gebruikt.

De respondenten zijn over het algemeen tevreden over de pagina's die behandeld zijn in de enquête. De meeste opmerkingen van de respondenten gaan over de overzichtelijkheid van de pagina's. De indeling in kolommen en de soms vele informatie op pagina's zorgt voor een onrustig beeld. Dit is niet bevorderlijk voor de vindbaarheid, overzichtelijkheid en leesbaarheid. Van de pagina's die behandeld zijn in de enquête zijn de belangrijkste pagina's om te optimaliseren de pagina's met SER adviezen en de themapagina's. Deze worden namelijk het vaakst geraadpleegd en vormen daarmee belangrijke secties op de SER-website.

Eindconclusie kwantitatief onderzoek

Aan de testresultaten is duidelijk te zien dat de respondenten over het algemeen positief zijn over de SER-website. Belangrijk hierbij is dat de informatie op de website actueel, vindbaar en leesbaar is. Een ander teken waaruit blijkt dat de respondenten tevreden zijn over de SER-website is terug te zien aan het gemiddelde rapportcijfer dat de respondenten geven aan de website. Dit cijfer komt namelijk uit op een 7,4.

De meeste reacties van respondenten hebben betrekking op de overzichtelijkheid van pagina's. Er moet gewaakt worden voor een informatie overload. Pagina's als de SER adviezen en de themapagina's bevatten namelijk veel informatie die verdeeld is over kolommen. Dit gaat ten koste van de overzichtelijkheid. Een rustiger beeld is gewenst. Dit begint al bij de homepage die te druk wordt bevonden.

Daarnaast geven zoekresultaten bij het gebruik van de zoekfunctie niet altijd het gewenste resultaat. Dit heeft met name betrekking op de ordening van de zoekresultaten. In de huidige situatie komen er soms onrelevante zoekresultaten bovenaan te staan.

Op basis van de resultaten uit het kwantitatieve onderzoek kan geconcludeerd worden dat de belangrijkste onderdelen om te optimaliseren de SER adviezen, de themapagina's en de zoekfunctie zijn. Daarnaast neemt communicatie via social media kanalen kansen maar ook bedreigingen met zich mee. Ook de techniek staat niet stil, waardoor de toegankelijkheid van de SER-website in de nabije toekomst in het geding zou kunnen komen als er op dit punt geen actie wordt ondernomen.

4 Kwalitatief onderzoek: Interviews en testcases

Naast het kwantitatieve onderzoek is ook kwalitatief onderzoek uitgevoerd om specifiekere feedback te krijgen over de SER-website. Het kwalitatieve onderzoek heeft plaatsgevonden doormiddel van testcases via de “hardop denken” methode in combinatie met een aantal interviewvragen. Met behulp van een observatieformulier zijn de bevindingen van de gebruikers structureel vastgelegd.

Dit hoofdstuk beschrijft de methoden en resultaten met betrekking tot het onderzoek van de volgende deelvragen:

- Testen: Is de informatie op de SER-website toegankelijk?
Sluit de informatie aan op de verwachtingen?
- Interview: Welke informatiebehoefte is er bij de websitegebruikers?
Welke wensen aan diensten en functionaliteiten is er bij de websitegebruikers?

4.1 Methodiek

Voor het kwalitatieve onderzoek zijn globaal gezien de volgende stappen ondernomen:

Bepalen methode(n)

Er zijn vele manieren om kwalitatief onderzoek uit te voeren met gebruikers. Voor dit onderzoek is gekozen om gebruikers testtaken uit te laten voeren op de SER-website. Bij het uitvoeren van de testtaken wordt aan de gebruikers gevraagd om hardop te denken. Na afloop van de testtaken is er nog een aantal interviewvragen gesteld.

Ondersteunend literatuuronderzoek en colleges testen

Om de bevindingen van de gebruikers tijdens het testen van de SER-website gestructureerd te kunnen noteren en te verwerken, is voor aanvang van de interviews en testcases ondersteunend literatuuronderzoek uitgevoerd. Ook zijn in het deeltijdonderwijs IDM colleges testen gevolgd ter verdieping van het onderwerp testen.

Bepalen testtaken en interviewvragen

Voor dit onderzoek zijn testtaken opgesteld om erachter te komen tegen welke problemen de testpersonen aanlopen tijdens het gebruik van de SER-website.

Voor de testtaken die gebruikers uitvoeren bij de gebruikerstest is in eerste instantie uitgegaan van één introductietaak en een viertal testtaken zoals beschreven in de werkwijzer Testen (Winkel, 2011). Uiteindelijk is er toch gekozen om een extra testtaak op te stellen.

Testtaken

De volgende testtaken zijn opgesteld:

Introductietaak:	Zoek het bezoekadres van de SER op.
Taak 1:	De voorzitter van de SER, Alexander Rinnooy Kan, is voorheen werkzaam geweest bij een aantal andere organisaties. Welke zijn dit? Ga op zoek naar de CV van de voorzitter.
Taak 2:	Ga op zoek naar het artikel "Afschaffing adviesplicht bevrijdt SER van politiek misbruik" uit het SERmagazine van november 2010. Maak hiervoor gebruik van de zoekfunctie op de website.
Taak 3:	U wilt een bekende wijzen op literatuur over het onderwerp "ontslagrecht" Ga op zoek naar de literatuurlijst, boeken over ontslagrecht.
Taak 4:	U wilt het advies " Sociale Zekerheid en Gezondheidszorg" uit 1998/13 lenen, ga op zoek naar het advies. Kunt u het advies lenen? Wat zijn de kosten?
Taak 5:	Er zijn in Nederland ook een aantal provinciale SER'en. Ga na of de Provincie Brabant ook een SER heeft. Ga op zoek naar de link.

Interviewvragen

De volgende interviewvragen zijn opgesteld:

Voor aanvang van het testen	
Vraag 1:	Hoe goed bent u bekend met de SER-website?
Vraag 2:	Naar wat voor informatie bent u gebruikelijk op zoek?
Na afloop van het testen	
Vraag 3:	Viel het u mee of tegen om de testtaken uit te voeren?
Vraag 4:	Waar had u het meeste moeite mee?
Vraag 5:	Zijn er nog diensten/functioniteiten/onderdelen en of informatie die u mist op de SER-website?
Vraag 6:	Heeft u misschien nog tips of suggesties om de SER-website te verbeteren?

Testpersonen

Om na te gaan of de informatie op de SER-website toegankelijk is en voldoet aan de verwachtingen van gebruikers zijn mensen uit de doelgroepen van de SER benaderd. Dit is gebeurd via een enquêtevraag in de enquête voor de website, maar ook via email en telefonisch contact met mensen die van te voren geselecteerd zijn. Omdat de SER-website zich richt op uiteenlopende doelgroepen is er gekozen om de testtaken uit te voeren met 10-15 gebruikers die een band hebben met de SER, maar de website niet door en door kennen.

Testopstelling

Om alle testpersonen gelijk te behandelen zijn de testtaken uitgevoerd in een zelfde testopstelling. De testopstelling bestond uit een afsluitbare kamer met pc. De testpersoon zat achter de pc en de testleider ernaast om te observeren. Voor aanvang van het testen is aan de testpersonen gevraagd of zij bezwaar hadden als er een geluidsopname gemaakt zou worden.

Pre-testen testtaken

De testtaken zijn vooraf intern bij de SER getest met een gebruiker die de website niet door en door kent. Door het Pre-testen van de testtaken is duidelijk geworden of de testtaken uit te voeren zijn en waar de knelpunten zaten.

4.2 Profiel

De gebruikerstest is uiteindelijk uitgevoerd met een dertiental testpersonen uit verschillende disciplines en organisaties. De diversiteit van de testgroep zorgt voor een reële afspiegeling van de doelgroepen van de SER.

Het onderstaande overzicht geeft het aantal testpersonen, de diversiteit van de doelgroep (incl. ervaring en informatiebehoefte) weer:

Aantal testpersonen		13
Geslacht	Man	9
	Vrouw	4
Doelgroep/organisatie	2	SER Raadsleden (1 kroonlid, 1 bestuurlid vakcentrale MHP)
	2	Leden van de subcommissie Grenswaarden SER (1 CNV, 1 FNV)
	1	Gedetacheerde bij Directie Sociale Zaken SER (Min SZW)
	1	Teammanager Algemeen Economisch Beleid, Onderwijs en Innovatie (VNO-NCW)
	1	Informatiespecialist Raad voor Werk en Inkomen (RWI)
	1	Senior beleidsadviseur (AWVN)
	3	Stagiaires bij de SER (MBO, HBO en Master)
	2	Externe studenten (Universiteit)
Ervaring met SER-website		Over het algemeen maandelijks gebruik, dus niet door en door bekend met de SER-website
Naar wat voor informatie op zoek?		(oude) adviezen, publicaties, Informatie over beleidsthema's, scriptieservice, achtergrondinformatie SER, Informatie over grenswaarden

4.3 Introductietaak

Om de testpersonen vanaf het begin op hun gemak te laten voelen is de gebruikerstest gestart met een eenvoudige introductietaak. Op deze manier had de testpersoon een idee wat uiteindelijk de bedoeling was.

Voor de introductietaak is testpersonen gevraagd het bezoekadres van de SER op de SER-website op te zoeken.

Kortste route:

- Contact (1 click)
- Ga direct naar menu: Voor bezoekers (1 click)

Taak	Aantal x geslaagd	Tijden (in sec)	Frequentie	Afgelegde pad	Clicks
Introductietaak	13 uit 13	7, 8(x2), 10, 18	5	Contact	1
		10(x4), 26	5	Ga direct naar menu: Voor bezoekers	1
		8, 10	2	Ga direct naar menu: Voor bezoekers / routebeschrijving	2
		20	1	Secretariaat / Contact	2
Gemiddelde		11,9 sec			1,2 clicks

Kortst mogelijke route	Gemiddelde clicks	Afwijking ideale clickroute
1 clicks	1,2 clicks	0,2 clicks

4.4 Taak 1: CV Voorzitter

De eerste echte taak die de testpersonen uitgevoerd hebben is de volgende: De voorzitter van de SER, Alexander Rinnooy Kan, is voorheen werkzaam geweest bij een aantal andere organisaties. Welke zijn dit? Ga op zoek naar de CV van de voorzitter.

Kortste route:

- Ga direct naar menu: Raadsleden / dr. A.H.G. Rinnooy Kan (voorzitter) (2 Clicks)
- Eenvoudige zoeken: Alexander Rinnooy Kan – “Voorzitter - dr. A.H.G. (Alexander) Rinnooy Kan” (2 clicks)

Taak	Aantal x geslaagd	Tijd (in sec)	Frequentie	Afgelegde pad	Clicks
Taak 1: CV Voorzitter	12 uit 13	13, 17, 20, 35, 40	5	Raad / Dagelijks bestuur / Alexander Rinnooy Kan	3
		10, 13, 18	3	Raad / Raadsleden / Alexander Rinnooy Kan	3
		22, 24	2	Secretariaat / organisatieschema / Alexander Rinnooy Kan	3
		28	1	Raad / Actueel / Toespraken / Alexander Rinnooy Kan	4
		25	1	Eenvoudig zoeken: Alexander Rinnooy Kan - 5 ^e hit: “Voorzitter Rinnooy...”	2
	Niet gelukt:	1.17 min	1	Uitgebreid zoeken: Rinnooy Kan cv / "gezichten van de SER..." = geen res Eenvoudig zoeken: functies Rinnooy: Gestopt!	4
Gemiddelde		26,3 sec			3,5 clicks

Kortst mogelijke route	Gemiddelde clicks	Afwijking ideale clickroute
2 clicks	3,5 clicks	1,5 clicks

4.5 Taak 2: Artikel SERMagazine

De 2^e taak bestond uit het opzoeken van een artikel uit het SER Magazine van november 2010 met de naam: "Afschaffing adviesplicht bevrijdt SER van politiek misbruik". Hierbij werd de het gebruik van de zoekfunctie verplicht gesteld. Op deze manier is de vindbaarheid van het artikel in de zoekmachine getest en hoe de testpersonen gebruik maken van de zoekmachine.

Taak	Aantal x geslaagd	Tijd (in sec)	Frequentie	Afgelegde pad	Clicks
Taak 2: Artikel SERMagazine (verplicht zoekfunctie)	13 uit 13	20, 28, 30	3	Eenvoudig: Afschaffing adviesplicht / "afschaffing.."	2
		15, 35	2	Eenvoudig: Afschaffing adviesplicht bevrijdt SER / "afschaffing.."	2
		25	1	Eenvoudig: Adviesplicht / "afschaffing.."	2
		44	1	Eenvoudig: Afschaffing adviesplicht bevrijdt SER van politiek misbruik/ "afschaffing.."	2
		1 min	1	Eenvoudig: Ser magazine 2010= geen res Uitgebreid: afschaffing adviesplicht / SER magazine / "afschaffing.."	4
		54	1	Eenvoudig: Ser bulletin button uitgebreid zoeken ipv zoekknop uitgebreid zoeken: adviesplicht / "SER magazine.." / "afschaffing.."	5
		39	1	Uitgebreid: Adviesplicht / SERmagazine / "afschaffing.."	3
		37	1	Uitgebreid: Adviesplicht / SERmagazine / datum / "afschaffing..."	4
		1.10 min	1	Uitgebreid: Afschaffing adviesplicht / SERmagazine/datum / "afschaffing.."	3
		58	1	Uitgebreid: afschaffing adviesplicht bevrijdt SER/ SERmagazine / "afschaffing"	3
Gemiddelde		39,6 sec			2,8 clicks

Kortst mogelijke route	Gemiddelde clicks	Afwijking ideale clickroute
2 clicks	2,8 clicks	0,8 clicks

4.6 Taak 3: Literatuurlijst ontslagrecht

De 3^e taak bestond uit het zoeken van de literatuurlijsten over het onderwerp “ontslagrecht” en dan specifiek de boeken over het onderwerp.

Kortste route: Thema's /ontslagrecht / literatuurlijst ontslagrecht / boeken (4 clicks)

Taak	Aantal x geslaagd	Tijden (in sec)	Frequentie	Afgelegde pad	Clicks
Taak 3: Literatuurlijst ontslagrecht	12 uit 13	19,20, 30	3	Thema's / ontslagrecht / lit. ontslagrecht / boeken	4
		35	1	Publicaties / Thema's / ontslagrecht / lit. / boeken	5
		30	1	Publicaties / adviezen / educatie/ scriptieservice/ lit. thema's /arbeidsverhoudingen / ontslagrecht / lit. ontslagrecht/ boeken	8
		2.30 min	1	Publicaties / eenvoudig: ontslagrecht=geen res / taken/ thema's/ ontslagrecht/ lit. ontslagrecht/ boeken	7
		1 min	1	Publicaties / Thema's / Ontslagrecht / ontslagpraktijk en werkloosheidswet Thema's / ontslagrecht / lit. ontslagrecht / boeken	8
		30	1	Educatie / scriptieservice / lit. thema's / arbeidsverhoudingen / ontslagrecht lit. ontslagrecht / boeken	7
		51	1	Eenvoudig: ontslagrecht pag 1,2, 3: literatuurlijst ontslagrecht / boeken	5
		1.23 min	1	Eenvoudig: ontslagrecht = geen res: ontslagrecht literatuur = geen res Thema's / ontslagrecht / lit. ontslagrecht / boeken	6
		2.26 min	1	Eenvoudig: ontslagrecht button uitgebreid zoeken ipv zoekknop / ontslagrecht =geen res / Thema's / Arbeidsmarktvragestukken/ arbeidsverhoudingen/ ontslagrecht / lit. ontslagrecht / boeken	9
		1.56 min	1	Eenvoudig: ontslagrecht = geen res/ home / taken/ raad / secretariaat / organisatieschema / afdeling Personeel en organisatie/ werken en leren bij de SER/publicaties/actueel/ thema's/ ontslagrecht/ lit. ontslagrecht / boeken	14
		1.42 min	1	Uitgebreid: literatuurlijst ontslagrecht = geen res: ontslagrecht = geen res: ontslagrecht literatuurlijst = geen res = gestopt!	4
	Niet gelukt:				
Gemiddelde		1 min 7 sec			6,5 clicks

Kortst mogelijke route	Gemiddelde clicks	Afwijking ideale clickroute
4 clicks	6,5 clicks	2,5 clicks

4.7 Taak 4: Advies Sociale Zekerheid en Gezondheidszorg 1998/13

Voor taak 4 is de testpersonen gevraagd om op zoek te gaan naar een SER advies uit 1998 met de titel: "Sociale Zekerheid en Gezondheidszorg". Ook is gevraagd om te kijken of het advies geleend kan worden en welke kosten daar aan verbonden zijn.

Kortste route: Publicaties / adviezen / 1990 - 1999/ sociale zekerheid en gezondheidszorg / lenen (5 clicks)

Taak	Aantal x geslaagd	Tijd (in sec)	Frequentie	Afgelegde pad	Clicks
Taak 4:	10 uit 13	30, 1 min, 1.15 min, 2min	4	Publicaties / adviezen / 1990 - 1999/ sociale zekerheid en gezondheidszorg / lenen	5
advies 1998/13		32 (x2), 48, 50	4	Publicaties / adviezen / 1990 -1999/ 1998 / sociale zekerheid en gezondheidszorg / lenen	6
		1.12 min	1	Eenvoudig: sociale zekerheid 1998 = geen res: sociale zekerheid = geen res / Publicaties/ adviezen / 1990 - 1999 / sociale zekerheid en gezondheidszorg / lenen	7
		57	1	Educatie / scriptieservice / bibliotheek / literatuurlijsten Ser publicaties/ publicaties / 1990 -1999 / 1998 / sociale zekerheid en gezondheidszorg / lenen	9
	Niet gelukt:	1.44 min	1	Publicaties / overige publicaties / home / werkprogramma's / home / secretariaat / gestopt!	6
		1.41 min	1	Eenvoudig: Sociale zekerheid en gezondheidszorg:sociale zekerheid en gezondheidszorg = geen res gestopt!	2
		3.32 min	1	Thema's / Educatie / gezondheidszorg / Publicaties / overige publicaties / 1990 - 1999 / 1998 = geen res Eenvoudig: sociale zekerheid / sociale zekerheid / gestopt!	9
Gemiddelde		1 min 16 sec			5,9 clicks

Kortst mogelijke route	Gemiddelde clicks	Afwijking ideale clickroute
5 clicks	5,9 clicks	0,9 clicks

De afwijking is niet groot omdat er een testpersoon is geweest die al naar twee clicks gestopt is. Anders zou het gemiddelde iets hoger uitkomen

4.8 Taak 5: SER Brabant

Voor de laatste testtaak is de testpersonen gevraagd om erachter te komen of de SER ook een provinciale SER in Brabant heeft. De opdracht was dit te achterhalen en vervolgens op zoek te gaan naar de externe link. Kortste route: Links / Ser'en Binnenland / SER Brabant (3 clicks) of Ga direct naar menu: SER in het kort / SER in de provincie / SER Brabant (3 clicks)

Taak	Aantal x geslaagd	Tijd (in sec)	Frequentie	Afgelegde pad	Clicks
Taak 5: SER Brabant	12 uit 13	23	1	Links / Ser'en Binnenland / SER Brabant	3
		11, 27	2	Ga direct naar menu: SER in het kort / SER in de provincie / SER Brabant	3
		37	1	Raad / Links / Ser'en Binnenland / SER Brabant	4
		1.13 min	1	Eenvoudig: SER Brabant = geen res / Home / Ga direct naar menu: Ser in het kort / SER in de provincie / SER Brabant	5
		40	1	Eenvoudig: SER Brabant pag 1,2 SER in de provincie / SER Brabant	4
		1.56 min	1	Raad / Taken / Eenvoudig: SER Brabant = geen res: SER provincie Brabant / "SER in de provincie" / SER Brabant	6
		1.30 min	1	Raad / Eenvoudig: SER Brabant = geen res / Home / Ga direct naar menu: SER in het kort / SER in de provincie / SER Brabant	6
		1.20 min	1	Eenvoudig: SER Brabant = geen res: structuur SER = geen res / Home / Ga direct naar menu: Ser in het kort / Ser in de provincie / SER Brabant	7
		2.46 min	1	Eenvoudig: SER Brabant = geen res / Home / Taken / Raad / Thema's / Uitgebreid: SER provinciaal: "onafhankelijke.." = geen res / sitemap ctrl f Brabant = geen res: Provinciale / Taken; Provinciale advies- en overlegorganen/ SER Brabant	13
		2.13 min	1	Eenvoudig: SER Brabant = geen res: provinciale SER pag 1,2:"onafhankelijke.." = geen resultaat / Secretariaat / vragen over de SER / "Is de SER ook in de provincie.."/ zie: Provinciale advies- en overlegorganen / SER Brabant	8
		59	1	Taken / Raad / Beeldbank / Commissies / Raadsleden / SER in het kort / SER in de provincie / SER Brabant	8
	Niet gelukt:	2.27 min	1	Eenvoudig: Provinciale SER = geen res / Home / uitgebreid: provinciale SER = geen res: Brabant = geen res: Brabant SER = geen res / Gestopt!	6
Gemiddelde		1 min 17 sec			5,8 clicks

Kortst mogelijke route	Gemiddelde clicks	Afwijking ideale clickroute
3 clicks	5,8 clicks	2,8 clicks

4.9 Interviewvragen

Deze paragraaf bevat de resultaten van de interviewvragen die na afloop van het testen zijn gesteld.

Vraag 3: Viel het u mee of tegen om de testtaken uit te voeren?

- Viel mee, de SER-website zit goed in elkaar
- Viel mee, de informatie is goed geordend
- Ja, de website is overzichtelijk en duidelijk
- Wanneer je bekend bent met een onderwerp dan is de informatie snel te vinden op de SER-website. Onderdelen waar je minder bekend mee bent zijn lastiger.
- Viel tegen had verwacht dat het makkelijker zou zijn om de informatie te vinden.

Vraag 4: Waar had u het meeste moeite mee?

- 6x SER Brabant
- 4x Advies, 1 iemand geeft aan geen aanknopingspunt te hebben.
- 3x Literatuurlijst ontslagrecht
- 1x Zoekfunctie

Vraag 5: Zijn er nog diensten/functionariteiten en/of onderdelen die u mist op de SER-website?

- Alleen de literatuurlijsten zijn opgenomen niet de publicaties zelf
- 12x Nee

Vraag 6: Heeft u misschien nog tips en suggesties om de SER-website te verbeteren?

- Kleurgebruik: belangrijke punten accentueren met kleuren
- Het ga direct naar menu op de homepage bevat te veel links
- Zoekfunctie verbeteren
- Contactknop in het menu neerzetten ipv bovenaan de homepage
- Informatie over SER'en in het Binnenland toevoegen onder de hoofdpagina Raad
- De homepage is rommelig en onoverzichtelijk
- Adviezen zijn ontoegankelijk als er gezocht wordt op woorden. Ik moet nu de jaartallen doorspitten als ik op zoek ga naar oude adviezen.

Overige opmerkingen

- 2x Het "ga direct naar" menu op de homepage is handig
- Voor ervaren gebruikers zal informatie op de SER website in principe makkelijk te vinden zijn.
- Ik heb veel aan de scriptieservice die de SER aanbiedt.

4.10 Conclusies uit kwalitatief onderzoek

In deze paragraaf wordt een opsomming gegeven van de belangrijkste conclusies uit het kwalitatieve onderzoek.

Vraag 1: Profiel

De dertien testpersonen uit het onderzoek komen uit verschillende disciplines en/of organisaties. Dit is in lijn met de verschillende doelgroepen die de SER heeft. Over het algemeen waren de testpersonen niet heel bekend met de SER website en gebruikten zij de website maandelijks.

Vraag 2: Informatiebehoefte:

Omdat de testpersonen uit verschillende disciplines komen verschilt ook de informatiebehoefte. Waar studenten vooral op zoek zijn naar informatie over bepaalde thema's voor bijvoorbeeld hun scriptie, zijn andere mensen op zoek naar adviezen en nieuws- en persberichten voor hun werk.

Introductietaak:

De introductietaak is door alle dertien testpersonen zonder problemen uitgevoerd. Tien testpersonen hebben de kortste route naar het bezoekadres gevonden. Met een gemiddelde tijd van 11,9 sec en 1,2 clicks kan geconcludeerd worden dat het bezoekadres van de SER gemakkelijk te vinden is.

Taak 1: CV Voorzitter:

Hoewel slechts één testpersoon de kortste route heeft gevonden is de CV van de voorzitter goed te vinden. Gemiddeld werden er 3,5 clicks gedaan en heeft men 26,3 sec aan de testtaak besteed. Slechts één testpersoon heeft de cv niet kunnen vinden. Deze testpersoon maakte gebruik van de uitgebreide zoekfunctie waarbij geen relevante zoekresultaten naar boven kwamen.

Taak 2: Art. SERmagazine:

Bij de tweede testtaak, waarbij het gebruik van de zoekfunctie verplicht was, hebben zich geen problemen voorgedaan. Alle testpersonen hebben het artikel kunnen vinden in gemiddeld 39,6 sec en 2,8 clicks. De eenvoudige zoekfunctie is het vaakst gebruikt.

Taak 3: Lit. ontslagrecht:

Aan de resultaten van de derde testtaak valt op dat er slechts drie testpersonen direct via de hoofdpagina thema's zijn gaan zoeken naar de literatuurlijst over het onderwerp "ontslagrecht". Over het algemeen was de hoofdpagina publicaties of de zoekfunctie de eerste stap. De zoekresultaten vielen erg tegen bij het gebruik van voor de hand liggende trefwoorden in de zoekmachine. Vrijwel niemand kwam op relevante resultaten over het onderwerp ontslagrecht. Daarnaast werden er gemiddeld 2,5 clicks meer gedaan dan kortst mogelijke route naar de literatuurlijst.

Taak 4: Advies

Van de vijf testtaken is het vinden van het SER advies “sociale zekerheid en gezondheidszorg 1998/13” het vaakst niet gelukt. Drie van de dertien testpersonen is het niet gelukt om het advies te vinden. Daarnaast is aan de gemiddelde tijd van 1.16 min te zien dat het voor de meeste testpersonen niet eenvoudig was om bij de SER adviezen te komen. Omdat de SER adviezen het belangrijkste product is wat de SER naar buiten brengt aan informatie, zijn deze resultaten nogal zorgwekkend. Ook opvallend bij de testtaak om het SER advies te zoeken was dat er twee testpersonen geklikt hebben op “overige publicaties” in het subnavigatie menu onder de hoofdpagina publicaties. Deze testpersonen hebben de eerste kop “adviezen” gemist.

Taak 5: SER Brabant:

Opvallend aan de resultaten van de laatste testtaak is dat vrijwel niemand via dezelfde route bij de externe link van SER Brabant uit is gekomen. Dit is ook terug te zien aan de afwijking van het aantal clicks ten op zichten van de korst mogelijke route om bij de informatie te komen. Er werden gemiddeld 2,8 clicks meer gedaan dan de kortst mogelijke route. Van alle testtaken is hier de grootste afwijking te zien. Het merendeel van de testpersonen heeft gebruik gemaakt van eenvoudig zoeken. Vrijwel niemand kwam via de zoekmachine op relevante resultaten met voor de hand liggende trefwoorden als “SER Brabant” of “provinciale SER”.

Vraag 3:Knelpunten (1)

Over het algemeen is het de testpersonen meegevallen om de testtaken uit te voeren en de gevraagde informatie te vinden. Uit de reacties van de testpersonen blijkt dat zij de link van SER Brabant het lastigst vonden om te vinden. Zes van de dertien testpersonen gaven dit aan.

Vraag 4: Knelpunten (2)

Uit de onderzoeksresultaten van vraag 4 blijkt dan de testpersonen het meeste moeite hadden met het vinden van de externe van regionale SER Brabant. Dit komt overeen met de resultaten van taak 5 waaruit afgelezen kan worden dat men het langst over deze taak gedaan heeft. Het aantal clicks was bij deze vraag echter niet het hoogst.

Vraag 5: Ontbreken van informatie

Over vraag 5 zijn geen noemenswaardige resultaten gekomen. Hieruit kan voorzichtig geconcludeerd worden dat men in ieder geval geen informatie of functionaliteiten mist op de website van de SER.

Vraag 6:Tips, suggesties, opmerkingen

De testpersonen hebben een aantal tips en suggesties en opmerkingen gegeven om de SER-website te verbeteren. Deze hebben ondermeer betrekking tot de homepage, de SER adviezen en de zoekfunctie.

Overige opmerkingen

Naast de interviewvragen zijn er nog enkele opmerkingen gekomen van de testpersonen. Zo geven twee testpersonen aan het “ga direct naar” menu handig te vinden. Een student geeft aan de scriptieservice die de SER aanbiedt zeer op prijs te stellen.

Op het gebied van webdesign is er een ongeschreven regel dat informatie op een website binnen drie clicks te vinden moet zijn. Bezoekers hebben de behoefte om snel tevreden gesteld te worden. Er wordt verondersteld dat bezoekers afhaken als zij informatie niet kunnen binnen drie clicks kunnen vinden (Zeldman, 2001). De “drie keer klikken” regel kan dan ook een handig hulpmiddel zijn om goede gestructureerde websites te maken. Uit onderzoek van Porter (2003) blijkt echter dat gebruikers klagen als zij informatie niet kunnen vinden. Wanneer informatie wel gevonden wordt dan klagen de gebruikers over het algemeen niet over het aantal clicks dat zij hebben gedaan. Het aantal clicks is dus voor gebruikers niet belangrijk, maar het feit of ze vinden wat ze zoeken.

Uit de resultaten van het kwalitatieve onderzoek zijn twee zorgwekkende conclusies te trekken. De eerste omvat de SER adviezen. De adviezen behoren tot de belangrijkste informatie op de SER-website en worden in deze testcase het vaakst niet gevonden. Drie van de dertien testpersonen hebben het advies niet kunnen vinden. Dit lijkt misschien niet veel maar als we kijken naar de gemiddelde tijd dat de testpersonen hebben besteed aan het vinden van het SER advies, dan blijkt dit nog niet eenvoudig te zijn. De tweede conclusie omvat de zoekfunctie. Het zoeken van specifieke informatie als een artikel uit het SERmagazine levert geen problemen op. Wanneer de zoekvraag algemener is dan komen de gewenste zoekresultaten, ondanks voor de hand liggende trefwoorden, er vrijwel in alle gevallen niet uit. Het resultaat is veel hits maar weinig tot geen relevante informatie.

5 Opbrengst, vangst en precisie onderzoek (OVP)

Naast de enquête en de testcases in combinatie met de interviewvragen is er ook aanvullend onderzoek gedaan in de vorm van een opbrengst, vangst en precisie onderzoek. Doel van dit aanvullende onderzoek is om het functioneren van de zoekfunctionaliteit of de SER-website te testen.

Om de relevantie te toetsen hanteren Becker, et al (2010, pp 17-18) de volgende termen:

Opbrengst (yield): is het totale aantal treffers dat een zoekactie oplevert. Dit zegt in principe nog niets over de kwaliteit van de zoekactie

Vangst (recall): is het aantal relevante items dat een zoekactie oplevert in verhouding tot het totaal aantal relevante items dat in een systeem aanwezig is. Om de vangst te berekenen wordt de volgende formule gehanteerd: gevonden relevant/totaal relevant.

Precisie (precision): is het aantal relevante treffers in verhouding tot de opbrengst. De formule hierbij is: gevonden relevant/opbrengst

De formules worden uitgedrukt in percentages.

Omdat het lastig te bepalen is hoeveel relevante pagina's, artikelen en documenten de SER-website over een bepaald onderwerp bevat, is de vangst in dit onderzoek niet meegenomen.

Om vast te stellen of een zoekresultaat relevant is, zijn criteria opgesteld op basis van

- Hoofdstuk 12.4 Technieken voor relevantieordening (Becker, et al. 2010, p. 225)
- Syllabus TIRS = Text Information Retrieval Systemen (Kips, 2007)

De volgende criteria zijn opgesteld:

- Gaat het artikel over het onderwerp? (max 4p)
- De trefwoorden (of trefwoorden van soortgelijke strekking) worden in de titel genoemd (1p)
- De trefwoorden (of trefwoorden van soortgelijke strekking) worden in de koppen genoemd (1p)
- De trefwoorden worden in de inleidende tekst genoemd (1p)
- De trefwoorden worden in combinatie met elkaar genoemd (1p)
- De trefwoorden worden meerdere malen in combinatie met elkaar genoemd (max 2p)

Per zoekresultaat wordt een cijfer van 0 tot 10 gegeven. Een zoekresultaat wordt relevant bevonden als de score tenminste 6 is.

5.1 Eenvoudig zoeken

Zoekvraag: SER Brabant

Voor dit onderzoek is de volgende zoekvraag opgesteld: Als bezoeker ben je op zoek naar informatie over de regionale SER Brabant.

Op basis van de resultaten uit kwalitatieve onderzoek kan geconcludeerd worden dat de meeste gebruikers de trefwoorden "SER" en "Brabant" invoeren. Omdat dit relatief abstracte begrippen zijn is de verwachting dat het aantal relevante zoekresultaten tegen zal vallen.

NR#	Titel	Relevantie cijfer
1	'HBO heeft afgelopen 25 jaar een prestatie van formaat geleverd'	0
2	Vertrouwen consument belangrijk voor welslagen e-commerce	0
3	Studiedag met SER-Vlaanderen	0
4	Het Zeeuwse dilemma: economie of rust	3
5	SERmagazine nr. 2 - februari 2010	6
6	Ondernemers zien kansen in krimpgebieden	2
7	Onafhankelijke deskundigen zijn de kracht van provinciale SER	9
8	Adviesaanvraag over gevolgen dalend inwonertal	6
9	SER-bulletin, nr. 7/8 - juli/augustus1999	0
10	Successen in filebestrijding	0
11	SER-kort	0
12	Nederland nadert bevolkingspiek	0
13	Mobiliteitscentra vangen de eerste klap op	0
14	Dries van Agt was geen man van de overlegeconomie	0
15	Agrarisch Limburg wil maatschappelijk respect	0
16	SER'en Binnenland	6
17	SER in de provincie	6
18	Provinciale advies- en overlegorganen	6
19	Najaarsoverleg provinciale SER'en	5
20	Maries Pauwels	0
21	Mantelzorgers onmisbaar kapitaal voor onze samenleving: Vierde Nationale Mantelzorglezing	0
22	Kroonlid Van der Heijden roert in de wetten van de macht	0
23	Jacqueline Cramer	0
24	Het netwerk is van onschatbare waarde	1
25	Proefschrift Frank Dietz over mestprobleem: Groen poldermodel als hulpmiddel bij milieuconflicten	0
26	Beslissingen van de Geschillencommissie Fusiegedragsregels	0
27	"Je moet d�rven praten"	6
28	PBO-blad register: Landbouwschap (L)	0
29	Brabantse SER wil provinciale economie weerbaarder maken	8
30	De nieuwe gezichten van het platteland	5
31	Mechatronica biedt hoop	0
32	"Landschapsinrichting moet op regionaal niveau worden uitgevochten"	0
33	SER in ontwerpadvies: vernieuwing op het platteland komt van onderop	0
34	Opening 2009-2010 Academic Year of Eindhoven University of Technology (TUE)	0
35	"De SER mag best zwaarder adviseren over uitvoeringskwesties"	0
36	Yvonne van Rooy benoemd tot plaatsvervangend kroonlid	0
37	Technologie en innovatie : verslag van de SER-werkconferentie technologie en innovatie gehouden op vrijdag 26 april 1996	0
38	Oude geluiden uit de Treveszaal	0
39	Mooie kreten en losse feitjes	0
40	Eerste vrouw krijgt biografie	0
41	Negen provinciale overleg- en adviesraden	6
42	Vrouwen hielpen Nederland er bovenop	0
43	Tien jaar aandacht voor duurzaamheid	0
44	Bart-Jan Constandse kijkt het liefst vooruit	0
45	VNO-NCW-voorzitter Jacques Schraven: "Uiteindelijk zal realisme wel overwinnen"	0

Opbrengst (yield) = 45 resultaten
Aantal resultaten relevant = 9
Precisie (precision) = $9/45 * 100 = 20\%$

Aan de resultaten is te zien dat de eerdere voorspelling uitgekomen is. Het aantal relevante resultaten is laag omdat de zoektermen waarschijnlijk te abstract zijn. Slechts 9 van de 45 resultaten zijn relevant.

Zoekvraag: Provinciale SER Brabant

Wanneer het trefwoord "provinciale" wordt toegevoegd aan de zoekvraag, wordt de precisie al een stuk beter:

Zoekvraag: provinciale SER Brabant
Opbrengst (yield) = 45 resultaten
Aantal resultaten relevant = 9
Precisie (precision) = $9/18 * 100 = 50\%$

NR#	Titel	Relevantie cijfer
1	Het Zeeuwse dilemma: economie of rust	3
2	SERmagazine nr. 2 - februari 2010	6
3	Ondernemers zien kansen in krimpgebieden	2
4	Onafhankelijke deskundigen zijn de kracht van provinciale SER	9
5	Adviesaanvraag over gevolgen dalend inwonertal	6
6	SER'en Binnenland	6
7	SER in de provincie	6
8	Provinciale advies- en overlegorganen	6
9	Najaarsoverleg provinciale SER'en	5
10	Kroonlid Van der Heijden roert in de wetten van de macht	0
11	Het netwerk is van onschatbare waarde	1
12	"Je moet d�rven praten"	6
13	Brabantse SER wil provinciale economie weerbaarder maken	8
14	Negen provinciale overleg- en adviesraden	6
15	PBO-blad register: Landbouwschap (L)	0
16	"Landschapsinrichting moet op regionaal niveau worden uitgevochten"	0
17	De nieuwe gezichten van het platteland	5
18	SER in ontwerpadvies: vernieuwing op het platteland komt van onderop	0

5.2 Uitgebreid zoeken

Naast het eenvoudig zoeken is er ook onderzoek gedaan naar de relevantie van de zoekresultaten bij de uitgebreid zoeken functionaliteit.

Zoekvraag: SER Brabant

Filters:

SERmagazine

Periode: 01-01-2000 – 01-01-2011

Gesorteerd op: Relevantie

NR#	Titel	Relevantie cijfer
1	'HBO heeft afgelopen 25 jaar een prestatie van formaat geleverd'	0
2	Het Zeeuwse dilemma: economie of rust	3
3	SERmagazine nr. 2 - februari 2010	6
4	Onafhankelijke deskundigen zijn de kracht van provinciale SER	9
5	Adviesaanvraag over gevolgen dalend inwonertal	6
6	Successen in filebestrijding	0
7	SER-kort	0
8	Nederland nadert bevolkingspiek	0
9	Mobiliteitscentra vangen de eerste klap op	0
10	Dries van Agt was geen man van de overlegeconomie	0
11	Agrarisch Limburg wil maatschappelijk respect	0
12	Kroonlid Van der Heijden roert in de wetten van de macht	0
13	Het netwerk is van onschatbare waarde	1
14	Proefschrift Frank Dietz over mestprobleem: Groen poldermodel als hulpmiddel bij milieuconflicten	0
15	Brabantse SER wil provinciale economie weerbaarder maken	8
16	Mechatronica biedt hoop	0
17	De nieuwe gezichten van het platteland	5
18	"Landschapsinrichting moet op regionaal niveau worden uitgevochten"	0
19	Mooie kreten en losse feitjes	0
20	"De SER mag best zwaarder adviseren over uitvoeringskwesties"	0
21	Oude geluiden uit de Treveszaal	0
22	Eerste vrouw krijgt biografie	0
23	Tien jaar aandacht voor duurzaamheid	0
24	Bart-Jan Constandse kijkt het liefst vooruit	0
25	VNO-NCW-voorzitter Jacques Schraven: "Uiteindelijk zal realisme wel overwinnen"	0

Opbrengst (yield) = 25 resultaten

Aantal resultaten relevant = 4

Precisie (precision) = $4/25 * 100 = 16\%$

Zoekvraag: provinciale SER Brabant

Filters:

SERmagazine

Periode: 01-01-2000 – 01-01-2011

Gesorteerd op: Relevantie

NR#	Titel	Relevantie cijfer
1	Het Zeeuwse dilemma: economie of rust	3
2	SERmagazine nr. 2 - februari 2010	6
3	Onafhankelijke deskundigen zijn de kracht van provinciale SER	9
4	Adviesaanvraag over gevolgen dalend inwonertal	6
5	Kroonlid Van der Heijden roert in de wetten van de macht	0
6	Het netwerk is van onschatbare waarde	1
7	Brabantse SER wil provinciale economie weerbaarder maken	8
8	“Landschapsinrichting moet op regionaal niveau worden uitgevochten”	0
9	De nieuwe gezichten van het platteland	5

Opbrengst (yield) = 9 resultaten

Aantal resultaten relevant = 4

Precisie (precision) = $4/9 * 100 = 44,4\%$

5.3 Conclusies uit opbrengst vang en precisie onderzoek

Zowel uit het kwantitatieve onderzoek als het kwalitatieve onderzoek is gebleken dat de zoekfunctie vaak niet de gewenste resultaten oplevert. Het aanvullende OVP onderzoek ondersteunt deze conclusies. Bij alle zoekvragen in dit aanvullende onderzoek is de precisie laag te noemen. Wel wordt de precisie beter als de zoekvraag verder gespecificeerd wordt.

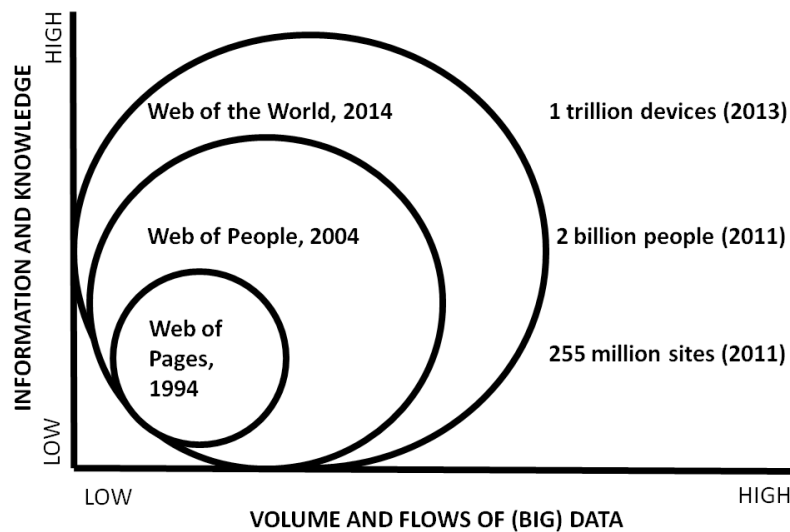
Het probleem van de huidige zoekfunctionaliteit is dat je bij uitgebreid zoeken alleen kunt filteren op secties van de website en de datum. Het uitsluiten van secties of documenttype gaat lastiger. Zo kun je bijvoorbeeld niet alle resultaten krijgen op de artikelen uit het SERmagazine na. Bij de zoekvraag uit dit aanvullende onderzoek zou dit al 25 van het totaal aantal resultaten van 45 (bij de meest algemene zoekvraag) schelen.

6 Trends op internetgebied

Dit hoofdstuk geeft een beeld van enkele trends op het gebied van internet, die voor de SER-website relevant zijn. De volgende deelvraag wordt in dit hoofdstuk behandeld:

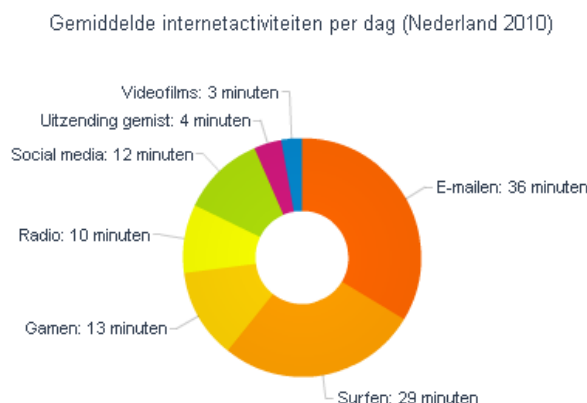
- Welke trends zijn er op het gebied van websites?

Het internet verandert continu en is in de huidige tijd waarin we leven vrijwel niet weg te denken. De wensen en eisen van gebruikers veranderen ook regelmatig en daarmee ook het surfgedrag op internet. Sinds de doorbraak van het World Wide Web in 1994 heeft het internet een enorme groei doorgemaakt. Sinds die doorbraak is het aantal webpagina's in rap tempo toegenomen. In 2009 had 90% van de Nederlanders al internettoegang (CBS, 2009). Wereldwijd waren er aan het eind van 2010 al meer dan 255 miljoen websites (Duivestein & Bloem, 2011).



Afbeelding 6.1 : De ontwikkeling van het World Wide Web (Duivestein & Bloem, 2011)

Als we kijken naar de internetactiviteiten van Nederlanders in 2010 dan is te zien dat we gemiddeld meer dan 100 minuten per dag op internet actief zijn. De meeste tijd wordt nog steeds besteedt aan e-mailen (36 minuten) gevolgd door het surfen op internet (29 minuten) en het spelen van spelletjes (13 minuten) (NOW Nederland, 2010).



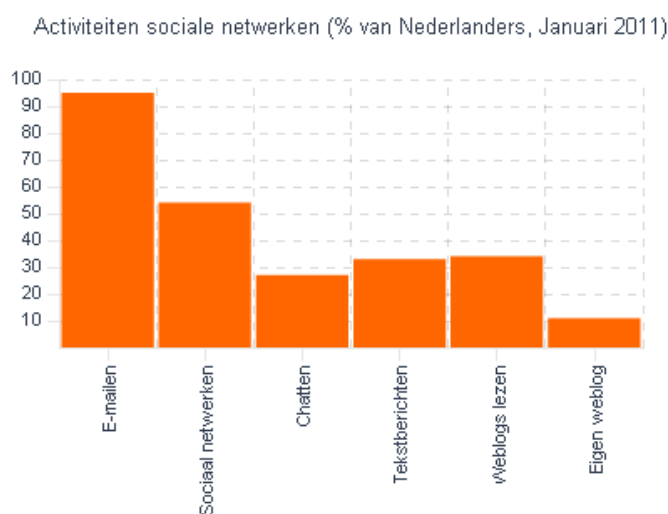
©2010 NOW Nederland Webbureau | www.nownederland.nl

Afbeelding 6.2 Gemiddelde internetactiviteiten per dag (Nederland 2010) (NOW Nederland, 2010)

6.1 Een sociaal internet

Het kan niemand ontgaan zijn dat het internet de afgelopen jaren flink is veranderd. Een belangrijke verandering vond plaats in 2004. In dat jaar begon zoals Duivesteyn & Bloem (2011) het noemen "The social Web of People", het jaar van de eerste Web 2.0-conferentie. Sindsdien wordt het internet voor socialere doeleinden gebruikt. Het internet van nu is al lang geen eenrichtingsverkeer meer. Waar voor die tijd gebruikers vooral het internet opgingen om informatie te raadplegen, is sinds 2004 het delen van kennis centraal komen te staan. Gebruikers willen interessante informatie kunnen delen met hun netwerk of reageren op nieuwsberichten op de website. Belangrijk hierbij is de komst van social media als Twitter, Hyves en Facebook.

In de onderstaande tabel is te zien dat in januari 2011 55% van alle Nederlanders actief waren op sociale netwerken. Het vaakst zijn het de jongeren die actief zijn op social media. Maar liefst 91% van de Nederlandse jongeren tussen de 16 en 25 jaar maakt gebruik van deze social media (NOW Nederland, 2011).



©2011 NOW Nederland Webbureau | www.nownederland.nl

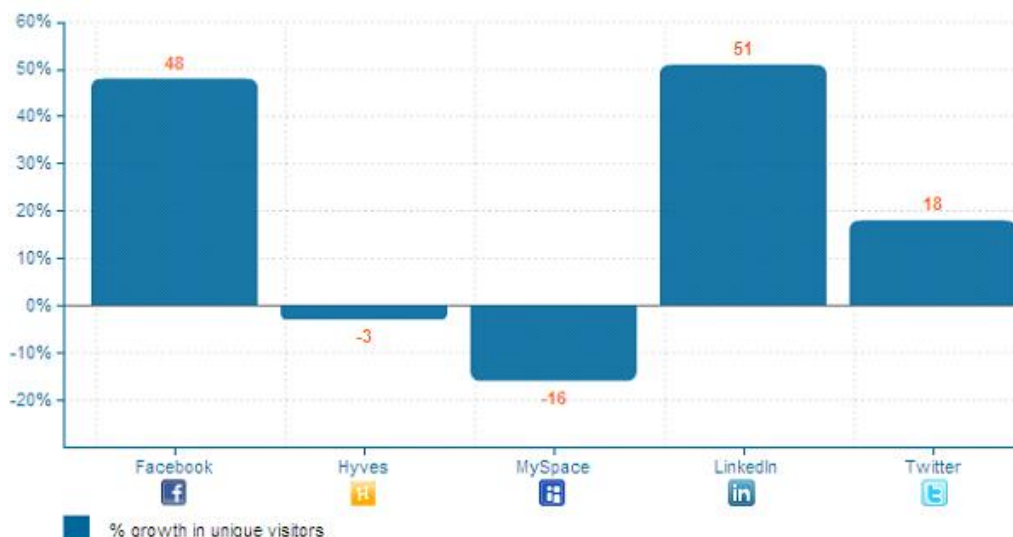
Afbeelding 6.3 Activiteiten sociale netwerken in percentage Nederlanders januari 2011, (NOW Nederland, 2011)

In de onderstaande tabel is het gebruikerspercentage van verschillende social media kanalen in Nederland van februari tot juli 2010 te zien geordend naar leeftijd (Alphenaar, 2010):

Leeftijdscategorie	Facebook	Hyves	Twitter	Linkedin
15-24	39,5%	79,1%	17,3%	8,3%
25-34	44,7%	67,5%	16,8%	17,3%
35-44	36,6%	65,5%	18,2%	22,2%
45-55	32,7%	65,6%	19,6%	19,1%
55+	28,2%	46,4%	15,7%	9%

Tabel 6.1: Gebruik social media in Nederland feb-juli 2010 geordend naar leeftijd

In Nederland is Hyves over alle leeftijdscategorieën het meest gebruikte sociaal mediakanaal. Het aantal unieke bezoekers per social media kanaal verandert echter nog altijd flink. Dit is te zien in de tabel op de volgende pagina. Hierin worden de groeipercentages weergegeven van het aantal unieke bezoekers per sociale netwerk in november 2010 ten opzichte van juni 2010. Opvallend is de sterke groei van LinkedIn en Facebook.



Afbeelding 6.4: Groeipercentages unieke bezoekers sociale netwerken Nederland november 2010 ten opzichte van juni 2010, TNS Nipo (2010)

De groei van LinkedIn laat zien dat social media steeds vaker ook voor zakelijke doeleinden worden gebruikt. Steeds vaker worden hier zakelijke discussies gevoerd. Ook uit het kwantitatieve onderzoek is gebleken dat de respondenten het vaakst gebruik maken van LinkedIn. Het nut en kansen van de verschillende social media voor de SER moeten onderzocht worden. Een ding wat echter vast staat is dat kennisdeling en de meningen van gebruikers steeds belangrijker worden op het internet. Doordat het internet de afgelopen jaren socialer is geworden passen zelfs zoekmachines zich hierop aan. Anno 2011 wordt de mening van gebruikers namelijk zo belangrijk dat zoekmachines als Google en BING verder gepersonaliseerd zullen gaan worden. Onderstaande voorbeelden laten zien hoe resultaten in Google en BING sinds kort een socialer karakter kunnen krijgen.

[Nieuws - Nico Wiselaar Assurantien](#)

1 juni 2011 ... Dat stelt de Sociaal Economische Raad (SER) in het rapport **Werk maken van baan-baanmobiliteit**. Besprekingen Griekenland bijna afgerond ...
www.wiselaar.nl/index.php?t=n - 1 uur geleden

[het laatste nieuws - Rietveld Rosenberg Otten adviseurs en accountants](#)

Dat stelt de Sociaal Economische Raad (SER) in het rapport **Werk maken van baan-baanmobiliteit**. lees verder... Steeds meer payrollers. 1 juni 2011. ...
www.ro-accountants.nl/clientonlineerss.php - 1 uur geleden



[ZZPupdate](#) SER-advies: **Werk maken van baan-baanmobiliteit**: 1 juni 2011

Minister Kamp van Sociale Zaken en Werkgelegen... [#flex](#)

[FlexService](#) » SER-advies: **Werk maken van baan-baanmobiliteit** - flexservice.com

Twitter - 1 uur geleden



[Adm1nFlex](#) SER-advies: **Werk maken van baan-baanmobiliteit**: 1 juni 2011

Minister Kamp van Sociale Zaken en Werkgelegenheid h...

[FlexService](#) » SER-advies: **Werk maken van baan-baanmobiliteit** - flexservice.com

Twitter - 1 uur geleden

[FlexService » SER-advies: Werk maken van baan-baanmobiliteit](#)

1 juni 2011 ... In het rapport **Werk maken van baan-baanmobiliteit** adviseert de SER dat het makkelijker en normaler moet worden om vrijwillig over te ...
www.flexservice.com/?p=55297 - 1 uur geleden

Afbeelding 6.5 Sociale zoekresultaten vanuit Twitter in Google

Op deze manier wordt het dus mogelijk om op elk gewenste moment te zien wat er speelt over bepaalde onderwerpen. Dit biedt dus automatisch mogelijkheden voor de SER om tweets vanuit Twitter te laten verschijnen in zoekresultaten. Op deze manier komt de SER meer in de aandacht.

Bing en Facebook hebben ook de handen ineen geslagen. Op dit moment is het mogelijk om de "likes" uit Facebook terug zien in de zoekresultaten zoals te zien is in onderstaande afbeelding. Wel moet je hiervoor ingelogd zijn op Facebook. Deze functie is momenteel alleen uitgerold in Amerika, maar zal binnenkort wereldwijd uitgerold worden.

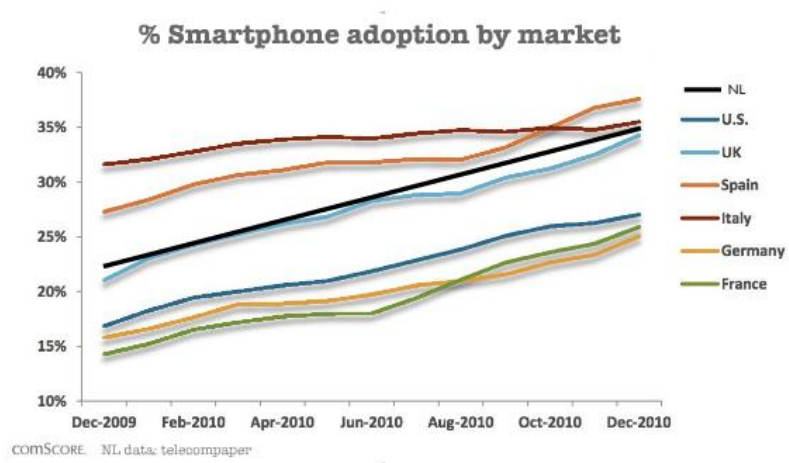


Afbeelding 6.6 Sociale "likes" vanuit Facebook in Bing

6.2 Een mobieler internet

Naast de veranderingen die het internet in de afgelopen jaren doorstaan heeft, is ook het gebruik van het aantal mobiele apparaten zoals ipad's en smartphones in een sneltreinvaart toegenomen. Een van belangrijkste oorzaken van deze groei is dat smartphones zijn niet langer alleen voor de zakelijke markt, maar worden ook massaal aangeschaft worden voor privegebruik. Aan het einde van 2010 waren er in Nederland al 3,3 miljoen smartphone gebruikers, waarvan 2,2 miljoen mensen mobiel internet gebruiken (Nu.nl, 2010). In 2011 zullen er naar schatting nog eens 3 miljoen smartphones verkocht worden (Bartels, 2011). Onderstaande afbeelding impliceert zelfs dat een derde van de Nederlanders nu een smartphone heeft en naar schatting zal dit in 2012 50% zijn (OMI2, 2011).

1 in 3 people now have a smartphone; in 2012: 1 in 2



Afbeelding 6.7: Smartphone adoptie in Europa in de periode december 2009 tot december 2010

De groei van mobiele apparaten is ook terug te zien aan de Google Analytics statistieken van de SER. Onderstaande afbeelding laat het de bezoekersaantallen geordend naar besturingssysteem uit 2009 zien.

	Besturingssysteem	Geen	Bezoeker	Bezoeken
1.	Windows		308.215	95,37%
2.	Macintosh		11.999	3,71%
3.	Linux		1.843	0,57%
4.	(not set)		423	0,13%
5.	iPhone		417	0,13%
6.	SymbianOS		127	0,04%
7.	iPod		57	0,02%
8.	Android		31	0,01%
9.	BlackBerry		19	0,01%
10.	SunOS		14	> 0,00%

Afbeelding 6.8: Bezoekersaantallen 2009 geordend naar besturingssysteem (Google Analytics, 2011)

Ook in 2010 werd de top 3 van besturingssystemen nog altijd gekenmerkt door de systemen die draaien op pc's of laptops zoals Windows, Macintosh en Linux. De overige plaatsen in de top 10 laten echter zien dat er een toename is van het aantal bezoekers dat de SER-website via een mobiel apparaat zoals de iPhone, iPad en de Android smartphones bezoekt.

	Besturingssysteem	Geen ▾	Bezoeken ▾ ↓	Bezoeken
1.	Windows		291.219	92,86%
2.	Macintosh		16.959	5,41%
3.	Linux		2.772	0,88%
4.	iPhone		1.109	0,35%
5.	iPad		492	0,16%
6.	Android		266	0,08%
7.	BlackBerry		201	0,06%
8.	(not set)		200	0,06%
9.	SymbianOS		196	0,06%
10.	iPod		145	0,05%

Afbeelding 6.9: Bezoekersaantallen 2010 geordend naar besturingssysteem (Google Analytics, 2011)

In de eerste maanden van 2011 zagen de bezoekersaantallen er als volgt uit:

	Besturingssysteem	Geen ▾	Bezoeken ▾ ↓	Bezoeken
1.	Windows		119.899	90,79%
2.	Macintosh		8.577	6,49%
3.	iPad		1.019	0,77%
4.	iPhone		895	0,68%
5.	Linux		812	0,61%
6.	Android		366	0,28%
7.	BlackBerry		183	0,14%
8.	(not set)		120	0,09%
9.	SymbianOS		96	0,07%
10.	iPod		80	0,06%

Afbeelding 6.10: Bezoekersaantallen jan-mei 2011 geordend naar besturingssysteem (Google Analytics, 2011)

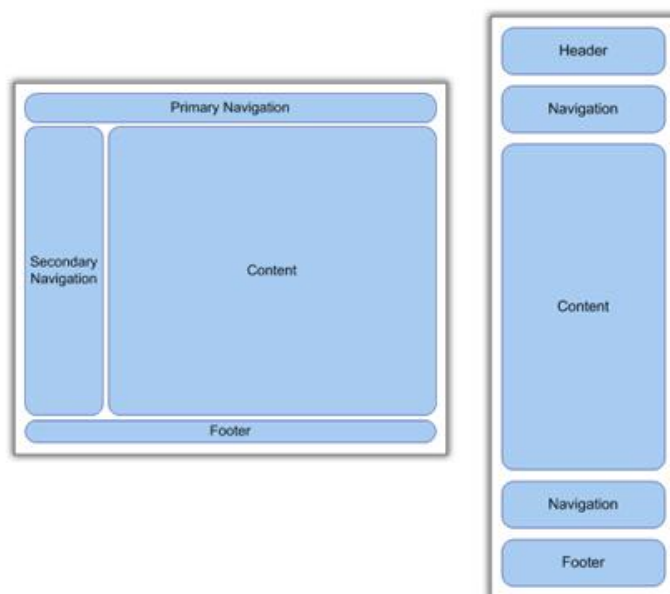
Wanneer de jaartallen naast elkaar gezet worden is de groei duidelijk te zien. In de eerste vijf maanden van 2011 is het aantal mobiele bezoekers al hoger dan het totaal aantal bezoekers in heel 2010.

Bezoekers vanaf mobiele besturingssystemen

	2009	2010	2011 (jan-mei)	Totaal
Iphone	417	1109	895	2421
Ipad	0	492	1019	1511
Andriod	31	266	366	663
Blackberry	19	201	183	403
SymbianOS	127	196	96	419
Ipod	57	145	80	282
Totaal	651	2409	2639	5699

6.2.1 Mobiele websites en applicaties

De groei van het gebruik van mobiele apparaten heeft er voor gezorgd dat er anno 2011 andere manieren nodig zijn om informatie te delen. Te denken valt aan mobiele applicaties en het aanbieden van een mobiele website. Vooral dat laatste wordt nu steeds belangrijker. De meeste websites op het internet zijn nog niet geschikt voor mobiel gebruik. Omdat de websites op mobiele apparaten veel kleiner worden getoond, wordt het navigeren op de website lastig of soms zelfs onmogelijk gemaakt. Een knelpunt is bijvoorbeeld de uitklap menu's op websites die in de meeste gevallen zeer onbruikbaar zijn op mobiele apparaten. Onderstaande afbeeldingen laten het verschil zien tussen een normale website en een mobiele versie.



Afbeelding 6.11: lay-out standaard website en de lay-out van een mobiele website (Mobiforge) (z.d.). , 17 mei 2011 via <http://mobiforge.com/book/mobile-web-navigation-paradigms>



Afbeelding 6.12: Standaard website bol.com (links) en de mobiele versie (rechts) (Dotsolutions, 2010) Geraadpleegd op 17 mei 2011, <http://www.dotsolutions.nl/nieuws/waarom-mobiele-websites>

Naast het feit dat mobiele websites vaak een andere navigatie en lay-out hebben, worden ze vaak ook voor andere doeleinden gebruikt en op andere tijden geraadpleegd. Mobiel internet wordt niet gebruikt voor achtergrondinformatie. Schermresolutie en moment van gebruik lenen zich daar niet voor. Mobiele internetters zijn op zoek naar eenvoudige, praktische informatie. Denk aan: openingstijden, telefoonnummers, adressen, namen van personen en producten. (van Riet, 2008). In de situatie van de SER zou mogelijke content voor op de mobiele website de nieuws- en persberichten, adresgegevens, openingstijden en agenda's van congressen kunnen zijn.

6.2.2 QR-Codes

Een andere manier waarop informatie steeds vaker wordt aangeboden is via QR-codes. Een QR-code is een tweedimensionale streepjescode die in 1994 is ontwikkeld door Denso-Wave, een dochteronderneming van het Japanse bedrijf Denso (Wikipedia, 2011). De letters QR staan voor Quick response, of te wel een snelle reactie. Een QR-code is als het ware een snelkoppeling naar informatie. De codes zijn te vergelijken met de streepjescode op producten in de supermarkt. Om een QR-code te lezen heb je een telefoon met camera en scan software nodig. Deze software is beschikbaar voor smartphones. Het gaat als volgt in zijn werk. Een gebruiker scant met zijn mobiele apparaat de QR-code waarna vervolgens een website of andere informatiebron geopend wordt.

Onderstaande afbeelding geeft een voorbeeld hoe QR-codes gebruikt worden in de makelaardij. Een persoon loopt langs een woning en ziet daar informatie over het huis. Doordat de mobiele telefoon gericht wordt op de QR-code wordt deze informatie ook daarop geopend. Op deze manier kan de informatie op een later tijdstip nog eens teruggekeken worden.

TE KOOP:

GILDEMARK 34
DE MARKEN
ALMERE HAVEN






Woningtype :	eengezinswoning met carport
Bouwjaar :	1980
Inhoud :	373 m ³
Woonopp. :	122 m ²
Perceelopp. :	156 m ²
Aantal kamers :	5
Oplevering :	in overleg
Vraagprijs:	€ 225.000,- k.k.

Bekijk alle info van deze woning op uw mobiele telefoon!

Scan deze QR-code met uw mobiel en u hebt alle informatie, website, e-mail, telefoonnummer.

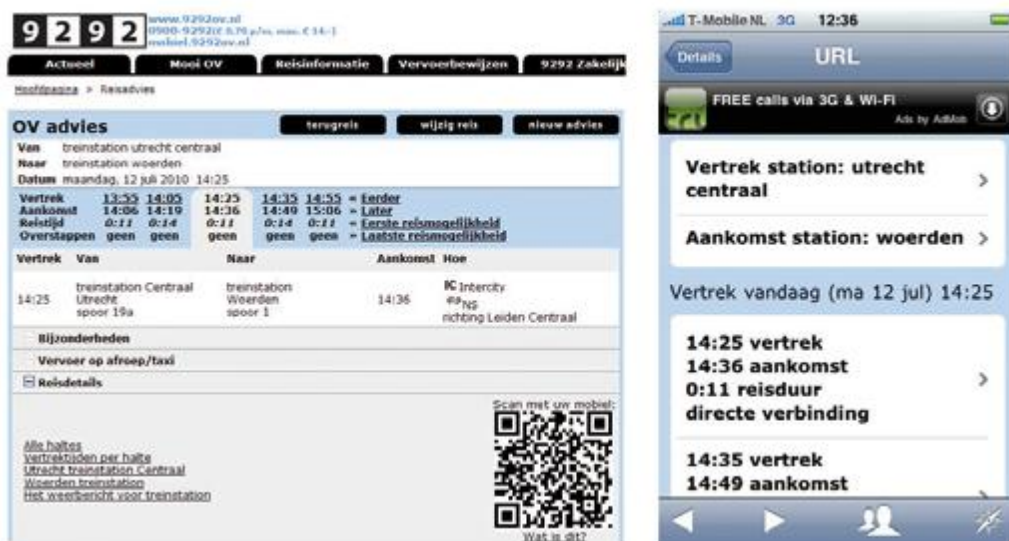




Afbeelding 6.13: Voorbeeld van het gebruik van QR-codes in de makelaardij Huis te koop Almere (Huistekoopalmere)(z.d). Geraadpleegd 17 mei 2011, <http://www.huistekoopalmere.nl>

Hoewel de QR-codes op zichzelf dus niet zo nieuw zijn, worden ze wel steeds meer gebruikt. In Nederland zijn QR-codes al te vinden in onder andere boeken en posters, maar ook worden ze bijvoorbeeld gebruikt in de makelaardij en op e-tickets van de NS.

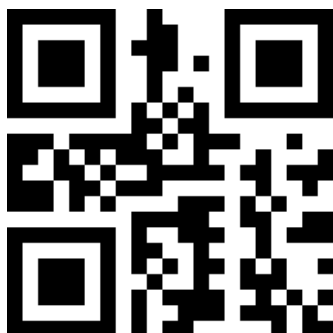
Ook het volgende voorbeeld laat de waarde van QR-codes zien. Iemand vraagt een reisadvies via internet op de reisadviesite 9292ov.nl. Door de camera van de mobiele telefoon te richten op de QR-code krijgt de persoon zijn reisinformatie ook mobiel



Afbeelding 6.14: Voorbeeld van het gebruik van QR Codes bij de reisadviezen site 9292ov.nl

(Grimberg & ter Steeg, 2010)

De onderstaande QR-code bevat bijvoorbeeld een snelkoppeling naar de SER-website.



Afbeelding 6.15: QR-Code SER-website gegenereerd via (<http://qrgenerator.nl/>)

Het gebruik van QR-codes biedt dus mogelijkheden om in fysieke producten snelkoppelingen te leggen naar een website. De SER zou er voor kunnen kiezen om in producten als brochures over de SER een QR-Code op te nemen. Ook zou er bijvoorbeeld doormiddel van QR-codes naar contactformulieren of formulieren om te reageren op SER adviezen gehinkeld kunnen worden.

Doordat we nu ook steeds meer via mobiele apparaten online zijn, komen we steeds meer in een situatie terecht waarin we altijd en overal online zijn. De rol van internet zal de komende jaren veranderen het open karakter van het World Wide Web naar een wat meer gesloten karakter waar mobiele applicaties steeds meer gaan samenwerken en zullen integreren. Door deze ontwikkeling hebben belangrijke spelers als Google, Facebook en Apple steeds meer controle over de informatie die beschikbaar gesteld wordt aan gebruikers (Speldekamp & Visser, 2011). Duivesteyn & Bloem (2011) verwachten in 2014 wat zij noemen het "Web of the World". Het is bijna niet voor te stellen, maar tegen die tijd zullen er naar verwachting meer dan 1 triljoen apparaten met internet verbonden zijn.

7 Eindconclusie en aanbevelingen

Dit hoofdstuk bevat de eindconclusies en aanbevelingen die opgemaakt zijn aan de hand van het uitgevoerde gebruiksonderzoek en het literatuuronderzoek naar trends op het gebied van internet.

De volgende deelvragen worden behandeld:

- Welke conclusies en aanbevelingen kunnen er worden opgemaakt aan de hand van de onderzoeksresultaten?
- Hoe kunnen de aanbevelingen worden geïmplementeerd?
- Wat zijn de kosten en baten van de aanbevelingen?
- Wat zijn de consequenties op het gebied van beheer?
- Hoe wordt nieuwe informatie op de SER-website onder de aandacht gebracht?
- Hoe worden eventuele nieuwe diensten en functionaliteiten onder de aandacht gebracht?

De kosten in dit hoofdstuk zijn gemaakt op basis van schatting en op kostenindicatie door Colours. Deze kunnen dus nog afwijken.

7.1 Algemeen

Zowel uit het kwantitatieve onderzoek als het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de gebruikers van de SER-website in zijn algemeenheid tevreden zijn over de website. Dit blijkt ondermeer uit het gemiddelde rapportcijfer dat de respondenten uit het kwantitatieve onderzoek geven aan de SER-website, een 7,4. Op basis van de onderzoeksresultaten uit het kwantitatieve en kwalitatieve onderzoek kan geconcludeerd worden dat er, op de zoekfunctie na, geen grote veranderingen nodig zijn aan de SER-website. De huidige zoekfunctie functioneert niet naar behoren omdat gebruikers in vele gevallen niet de gewenste zoekresultaten krijgen. Omdat dit een belangrijk hulpmiddel is om informatie te zoeken op de website, is verbetering noodzakelijk. Ook zijn er enkele pagina's die geoptimaliseerd moeten worden. De belangrijkste secties die daarvoor in aanmerking komen zijn de SER adviezen en de themapagina's. Uit het kwantitatieve onderzoek bleek dat de paginavulling op de pagina's met SER adviezen te druk is. Daarnaast bleek uit het kwalitatieve onderzoek dat de SER adviezen ook nog eens lastig gevonden worden. Over de themapagina's kwamen reacties over de indeling en overzichtelijkheid. Dit zijn belangrijke secties op de SER-website die vaak geraadpleegd worden. Daarnaast is het belangrijk dat de technologische ontwikkelingen nauwlettend gevolgd worden om de SER-website toegankelijk te houden.

7.2 Profiel en informatiebehoefte

Op basis van het kwantitatieve onderzoek kan vastgesteld worden dat de gemiddelde bezoeker van de SER-website een man is tussen de 51-60 jaar oud, die de website maandelijks gebruikt voor zakelijke doeleinden. Hij komt op de website door het webadres van de SER-website in te tikken in zijn browser. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers is relatief hoog en het aantal jongeren dat de enquête heeft ingevuld blijft flink achter. De SER-website biedt via de scriptieservice echter ook veel informatie voor studenten. In de top10 van meest geraadpleegde pagina's uit de Google Analytics statistieken is deze sectie terug te vinden. Dit geeft aan dat de SER-website wel veel jonge bezoekers trekt.

Doordat de SER-website informatie bevat over uiteenlopende onderwerpen, verschilt ook de informatiebehoefte per doelgroep. Uit het kwantitatieve onderzoek en het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de voornaamste informatiebehoefte van bezoekers van de SER-website bestaat uit: publicaties (en dan met name de SER adviezen), nieuws- en persberichten en informatie over specifieke beleidsthema's (de themapagina's). In de webstatistieken staan deze onderdelen ook in de top10 (zie hoofdstuk 2.7).

7.3 Homepage

De homepage is in principe de etalage van elke website. De meeste bezoekers komen via deze weg op de website en vanuit daar moet het voor gebruikers duidelijk zijn welke route zij moeten nemen wanneer zij op zoek zijn naar informatie. Uit het gebruikersonderzoek blijkt dat de gebruikers de structuur en navigatie van de SER-website duidelijk vinden. Het "ga direct naar" menu wordt als handig hulpmiddel wordt beschouwd. Wel blijkt uit het gebruikersonderzoek dat de homepage in zijn huidige vorm te druk wordt bevonden. Men zou graag meer "rust" willen hebben op de homepage. Door meer rust te creëren blijft de pagina overzichtelijk en de informatie op de website toegankelijk.

7.3.1 Ga direct naar menu

Dat het "ga direct naar" menu handig bevonden wordt, is niet onlogisch omdat dit snelle ingangen biedt naar informatie. In de huidige situatie bevat het menu echter maar liefst vijftien links. Dit komt de overzichtelijkheid van de homepage niet ten goede. Op het gebied van webdesign is er een ongeschreven richtlijn die stelt dat menu's op websites uit niet meer dan vijf opties moeten bestaan. Bij meer dan vijf opties kunnen bezoekers verward raken (Zeldman, 2001). Volgens Zeldman (2001) is het voor gebruikers makkelijker om te bepalen waar zij heen willen als een menu uit niet meer dan vijf opties bestaat. Bij meer dan vijf opties wordt het voor de gebruiker al lastiger gemaakt om te bepalen waar de gewenste informatie te vinden is. Wanneer gebruikers voldoende in verwarring gebracht worden, zullen zij afhaken.

Omdat de SER-website veel informatie bevat over uiteenlopende onderwerpen, richt zij zich op veel verschillende doelgroepen. Door de diversiteit van de informatiebehoefte bij de gebruikers uit de verschillende doelgroepen, is het lastig om directe links uit het "ga direct naar" menu te halen. Er moet namelijk rekening gehouden worden met alle doelgroepen waardoor het hanteren van de "vijf opties" richtlijn vrijwel onmogelijk wordt.

Huidige situatie

Naast het feit dat het "ga direct naar" menu veel links bevat, is in onderstaande tabel duidelijk te zien dat de links niet goed gegroepeerd zijn. Als we kijken naar de huidige volgorde van de links in het menu, dan lijkt het erop alsof er gekozen is voor een pragmatische ordening, of te wel waar het meeste vraag naar is of welke doelgroep het belangrijkste gevonden wordt. Volgens Becker, et al. (2010, p.38) werkt deze volgorde echter alleen als het aantal opties in een oogopslag te overzien is. Bij het huidige aantal links valt dit te betwijfelen.

Huidige indeling

Naam	Soort
Voor bezoekers	Over de SER
SER in het kort	Over de SER
Publiekrechtelijke Bedrijfsorganisatie	Bestuurlijke taken
Enquêteformulier Heffing OR	Bestuurlijke taken / OR en Medezeggenschap/
Grenswaarden	Adviserende taken
Consumentenvoorwaarden	Zelfregulering
Scriptieservice	Publicaties/literatuur
Werken en leren bij de SER	Over de SER
Congressen	Actueel/activiteiten
OR en Medezeggenschap	Bestuurlijke taken
Commissies	Raad
Raadsleden	Raad
Fusiegedragsregels	Zelfregulering
Werkprogramma's	Adviserende taken
Toezicht en Bestuur	Bestuurlijke taken / PBO/
Totaal aantal links = 15	

Gewenste situatie

Onderstaande tabel geeft een meer geordende volgorde weer. Hierbij is rekening gehouden met de theorie voor het ordenen van collecties zoals Becker, et al. (2010, pp. 97-120) het beschrijven. Er is gekozen om een indeling te maken die van algemene naar specifieke informatie gaat. De algemene bezoeker zal namelijk op zoek zijn naar achtergrondinformatie. Mensen die de website vaker raadplegen zullen wel op zoek zijn naar specifieke producten/onderwerpen maar om deze bovenaan in het “ga direct naar” menu te zetten is niet wenselijk.

Nieuwe indeling

Naam	Soort
Voor bezoekers	Over de SER
SER in het kort	Over de SER
Werken en leren bij de SER	Over de SER
Congressen	Actueel
Werkprogramma's	Adviserende taken
Grenswaarden	Adviserende taken
OR en Medezeggenschap	Bestuurlijke taken
Publiekrechtelijke Bedrijfsorganisatie	Bestuurlijke taken
Consumentenvoorwaarden	Zelfregulering
Fusiegedragsregels	Zelfregulering
SER Adviezen	Publicaties/literatuur
Scriptieservice	Publicaties/literatuur
Totaal aantal links = 12	

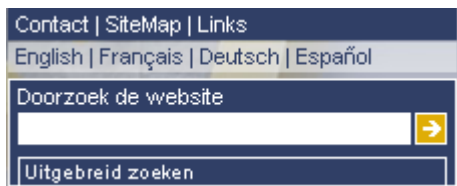
Mutaties	Reden
SER Adviezen (Toegevoegd)	Uit het kwantitatieve onderzoek blijkt dat de SER adviezen lastig gevonden worden en dat er relatief veel geklikt moet worden om bij de SER adviezen uit te komen. Via het ga direct naar menu wordt er een kortere en tevens extra route gecreëerd. Hierdoor moeten de SER adviezen beter bereikbaar worden
Enquêteformulier Heffing OR (verwijderd)	Het menu bevat al een link naar OR en Medezeggenschap. Het enquêteformulier is hieronder duidelijk te vinden. Wanneer dit formulier toch prominent aangeboden moet worden kan dit beter gedaan worden via een banner.
Commissies (verwijderd)	Overbodig, duidelijk te vinden onder Raad in het hoofdmenu
Raadsleden (verwijderd)	Informatie over de raadsleden is goed en snel te vinden onder de kop “Raad” in de hoofdnavigatie. Dit maakt deze link overbodig in dit menu. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het kwalitatieve onderzoek waarin geen van de testpersonen de link in het “ga direct naar” menu heeft gebruikt om de cv van Alexander Rinnooy Kan te vinden. De testpersonen gingen direct naar “Raad” in de hoofdnavigatie of een andere route..
Toezicht en Bestuur (verwijderd)	Deze link valt onder de publiekrechtelijke bedrijfsorganisatie. Hieronder is Toezicht en Bestuur duidelijk te vinden. Ook wordt het toezicht en bestuur al gepromoot via een banner op de homepage.

Door deze mutaties komt het aantal links in het “ga direct naar” menu nog uit op 12. Dit is te hoog, maar noodzakelijk. Om het menu toch overzichtelijker te maken, kunnen er schaduwranden geplaatst worden tussen de koppen in het “ga direct naar” menu. Dit wordt op de SER-website al gedaan in de rechter kolommen bij de randinformatie. Op deze manier wordt het menu toch wat overzichtelijker.

7.3.2 Subnavigatie rechtsboven

Huidige situatie

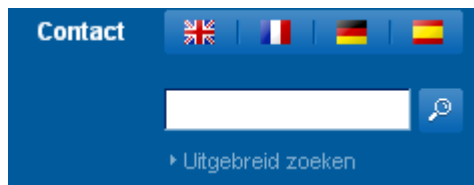
Het rechter subnavigatie menu bovenaan de SER-website bevat een aantal servicepagina's, de vertaalde websites en de zoekfunctie. In de huidige situatie zit deze informatie redelijk op elkaar gedrukt in de bovenhoek van de SER-website. Dit gaat ten koste van overzichtelijkheid en draagt bij aan de onrustigheid die enkele respondenten voelen wanneer zij de SER-website bezoeken. Uit het kwalitatieve onderzoek is gebleken dat de zoekbutton niet voor iedereen even duidelijk is. In het onderzoek werd er namelijk tweemaal op "uitgebreid zoeken" geklikt wanneer iemand zijn trefwoorden al had ingetypt in het zoekvenster.



Afbeelding 7.1: Huidige situatie rechter subnavigatie SER-website <http://www.ser.nl>

Gewenste situatie

Om meer rust te generen op de homepage kan het rechterblok bovenaan de pagina aangepast worden. In de afbeelding hieronder wordt een voorbeeld gegeven van de subnavigatie op de website van de stichting van de Arbeid. Dit navigatieblok heeft een rustigere uitstraling doordat er minder tekst en meer symbolen worden gebruikt. Ook de zoekbutton is duidelijker dan in de huidige situatie op de SER-website. Wat in het onderstaande voorbeeld mist is de sitemap en de links. Deze moeten behouden worden.



Afbeelding 7.2: Zoekfunctie en vertaalde websites op de website van de stichting van de arbeid <http://www.stvda.nl/>

Adviespunten

1. Reduceer het aantal ga direct naar links en verander de volgorde van het "ga direct naar" menu (zie toelichting paragraaf 7.2.1)
2. Voeg schaduwranden toe tussen de koppen in het "ga direct naar" menu
3. Pas de subnavigatie rechts bovenaan aan door:
 - De vertaalde websites te presenteren als symbolen
 - De zoekbutton te veranderen in een "vergrootglas" symbool

Baten:

- Het "ga direct naar" menu wordt korter en overzichtelijker waardoor de routes naar belangrijke informatie duidelijker worden
- De SER adviezen worden beter vindbaar door de toevoeging van de SER adviezen in het "ga direct naar" menu
- Door de subnavigatie rechts bovenaan aan te passen wordt er meer "rust" gecreëerd en wordt de zoekbutton duidelijker.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Homepage	SER-Bidoc	<u>Ga direct naar</u> Aanpassen in CMS	30 min	Geen
	Colours	<u>Subnavigatie</u> Huidig vakje vervangen door nieuw vakje	Enkele uren	€ 500 - 800

7.4 SER adviezen

De SER adviezen staan op de eerste plaats bij de informatiebehoefte van de gebruikers. Het is dan ook belangrijk dat de gebruikers deze informatie eenvoudig kunnen vinden en tevreden zijn over de overzichtelijkheid. Uit de resultaten van het kwantitatieve onderzoek blijkt dat de respondenten over het algemeen tevreden zijn over de pagina's met SER adviezen. De reacties van de respondenten hebben voornamelijk betrekking tot de lay-out van de pagina's met adviezen. In sommige gevallen staat er namelijk zoveel tekst en randinformatie dat het ten koste gaat van de overzichtelijkheid. Onderstaande afbeelding geeft hiervan een goed voorbeeld:

Home | Publicaties | Adviezen | 2010 - 2011 | 2010 | Overheid én markt: Het resultaat telt!

Lees voor

Overheid én markt: het resultaat telt! Voorbereiding bepalend voor succes

Status: [achterban](#) | [raad](#) | [minister](#) | [publicatie](#)
> Meer informatie over de statussen

Adviezen

2010 - 2011

2011

2010

2000 - 2009

1990 - 1999

1980 - 1989

1970 - 1979

1960 - 1969

1951 - 1959

CSED-rapporten

Overige publicaties

Jaarverslagen

SERmagazine

Nieuws- en themabrieven

PBO-blad

Parlementaire Informatie

Begrotingen en jaarrekeningen

Advies nr. 2010-01: 19 maart 2010 (Commissie Marktwerving en Publieke Belangen)

De SER heeft een advies uitgebracht over marktwerving en publieke belangen. Dit is een reactie op een adviesaanvraag van de Tweede Kamer over de introductie van (verdere) marktwerving in de toekomst.

De insteek van de SER is geweest om vast te stellen hoe het orderingsbeleid van de overheid verbeterd kan worden. Er is gebruikgemaakt van ervaringen met marktwerving en marktwervingsbeleid in sectoren zoals energie, gezondheidszorg en re-integratie. De aanbevelingen zijn echter voor alle vormen van orderingsbeleid en voor alle sectoren relevant.

Download:

Volledig advies (2314 kB)

Samenvatting (124 kB)

Publieke belangen

Bij publieke belangen is de behartiging voor de samenleving als geheel wenselijk; om die reden trekt de politiek die zich aan. De SER behandelt verschillende beleidsinstrumenten van de overheid om publieke belangen te realiseren. Ook gaat de SER in op randvoorwaarden gesteld door de Europese Unie (EU-Verdrag en Hof van Justitie) over vrij verkeer, mededingingsregels en staatssteun. Het benoemen van publieke belangen en al dan niet overgaan tot overheidsingrijpen is uiteindelijk een taak van de politiek. Aanleiding hiervoor kunnen zijn: sociale overwegingen, consumentenbescherming of de beperkingen van de markt (marktfalen). Wel moet de politiek zich daarbij rekenschap geven dat ook de overheid kan falen (overheidsfalen).

Orderingsbeleid: geen tweedeling, maar overheid én markt

In de praktijk doen zich vele mengvormen van overheidsbemoeienis en marktwerving voor. Daarom spreekt het ontwerpadvies over 'orderingsbeleid': een mix van uiteenlopende instrumenten met een rol voor én de markt én overheid.

Het gaat het volgens de SER niet simpel om de keuze tussen (meer) 'markt' of (meer)

Inhoud

1. Inleiding (67 kB)

2. Publieke belangen als uitgangspunt (269 kB)

3. De randvoorwaarden van het Europese recht (121 kB)

4. Instrumenten van de overheid om publieke belangen te realiseren (260 kB)

5. Lessen uit de praktijk van het marktwervingsbeleid (248 kB)

6. De rol van effectanalyses (120 kB)

7. Een voorstel voor een effectanalyse (178 kB)

Literatuurlijst (117 kB)

Bijlagen (889 kB)

1. Adviesaanvraag (852 kB)

2. Samenstelling Commissie (42 kB)

Persberichten

Kabinet waardeert pragmatische insteek SER-advies over marktwerving

Unaniem advies over markt en overheid vast

Publiek belang vraagt maatwerk in marktwerving

Reactie kabinet

Kabinetsreactie (PDF, 93 kB)

Van der Hoeven: 'publieke belangen moeten voorop staan' (Persbericht EZ 19-03-2010)

Reacties anderen

Algemene Onderwijsbond: SER waarschuwt voor onbezonnen marktwerving (19-03-2010)

Perspresentatie: overheid én markt - Videoverslag -

Vertaling

Samenvatting in Engels

Afbeelding 7.3: Voorbeeld van een drukke paginavulling bij een SER advies pagina

92

Een rustiger beeld op deze pagina's is dus gewenst. Een manier om de pagina's met SER adviezen overzichtelijker te maken is om deze pagina's aan te bieden in de vorm van de SERmagazine pagina's. Zie onderstaand voorbeeld:

- Adviezen
- CSED-rapporten
- Overige publicaties
- Jaarverslagen
- **SERmagazine**
 - 2011
 - 2010
 - 2009
 - 2008
 - 2007
 - 2006
 - 2005
 - 2004
 - 2003
 - 2002
 - 2001
 - 2000
 - 1999
- Nieuws- en themabrieven
- PBO-blad
- Parlementaire Informatie
- Begrotingen en jaarrekeningen

SERmagazine nr. 4 - april 2011

24 maart 2011

■ **Waardeer ervaring**

Werkgevers hebben te weinig waardering voor de kennis en kunde van oudere werknemers. Prof. Joop Schippers vindt het tijd voor een cultuuromslag. 'Ouderen willen niet uitbollen.'

■ **Or-heffing verdwijnt**

Werkgevers en werknemers hebben een akkoord bereikt over een andere financiering van de scholing van ondernemingsraadsleden. De verplichte or-heffing vervalt, maar het recht op scholing en financiering wordt wel duidelijker in de wet geregeld.

■ **Zelfbewust maar bescheiden**

Als oud-politica kent Jet Bussemaker de Haagse mores. Die kennis is mooi meegenomen nu ze SER-kroonlid is. Ze vindt dat de raad zich bescheiden maar zelfbewust moet opstellen.

■ **Prinsjesdagbrief**

In een verlate Prinsjesdagbrief heeft het kabinet zijn adviesvoornemens aan de SER bekendgemaakt. Het kabinet wil advies over minstens zes onderwerpen. Van scholing tot economische verhoudingen.

■ **Van hulp naar handel**

Geen hulpprojecten maar handelsrelaties. Het bedrijfsleven moet een belangrijke rol spelen in armoedebestrijding in ontwikkelingslanden, vindt het kabinet. De SER denkt erover mee.



SERmagazine

SERmagazine in PDF
■ Volledig (PDF, 5260 kB)

Afbeelding 7.4: SERmagazine nr.4 – april 2011

In de nieuwe opzet worden de hoofdstukken onderbroken door koppen en niet meer aangeboden als pdf per hoofdstuk. Uit het kwantitatieve onderzoek bleek namelijk dat deze deel pdf-bestanden niet bijzonder vaak geraadpleegd worden. Door op een kop te klikken wordt het betreffende hoofdstuk geopend. Voor de korte teksten onder de kop kan gekozen worden voor de eerste alinea van het hoofdstuk of de belangrijkste conclusies en/of opmerkingen uit het hoofdstuk. Het volledige advies en de samenvatting komen als pdf-bestand in de rechterkolom te staan. De introductietekst wordt veel geraadpleegd dus moet ook in de nieuwe situatie terugkomen. Ook wordt in de rechterkolom randinformatie nog steeds aangeboden. Doormiddel van deze presentatie worden de pagina's overzichtelijker, leesbaarder en krijgen ze een eigentijdsere uitstraling. Het invoeren van een advies zal in de nieuwe opzet niet meer tijd gaan kosten maar zal ook niet veel tijdbesparing opleveren. Daarnaast willen enkele mensen, hoewel dit al wel gebeurd, meer reacties zien van stakeholders, sociale partners en andere betrokken bij de adviezen.

Op enkele reacties uit het kwantitatieve onderzoek na zijn de respondenten dus best tevreden over de pagina's met SER adviezen. Een minder positief beeld valt op te maken als we kijken naar de resultaten uit het kwalitatieve onderzoek. Van de testtaken werd namelijk het zoeken van een SER advies het slechtst gemaakt. Drie van de dertien testpersonen hebben het advies niet kunnen vinden. Dit lijkt niet veel maar omdat het hier belangrijke informatie als de SER adviezen omvat, is deze conclusie zorgwekkend te noemen. Ook aan de gemiddelde tijd van 1.16 min die de testpersonen besteed hebben om het SER advies te vinden valt af te lezen dat het advies niet gemakkelijk gevonden werd (zie hoofdstuk 4.7). Ook opvallend bij de testtaak om het SER advies te zoeken was dat er twee testpersonen geklikt hebben op "overige publicaties" in het subnavigatie menu onder de hoofdpagina publicaties. Deze testpersonen hebben de eerste kop "adviezen" gemist.

De routes naar de SER adviezen moeten dus duidelijker worden en waar mogelijk worden uitgebreid. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door een link op te nemen in het "ga direct naar" menu op de homepage. Andersom geredeneerd zou er vanuit de pagina's met SER adviezen gehinkeld kunnen worden naar relateerde thema's om op deze manier ook nog achtergrond informatie aan te bieden.

Adviespunten SER Adviezen

4. Creëer meer "rust" door de SER adviezen aan te bieden in de vorm van de SERmagazine pagina's.
5. Verander het navigatiemenu onder de hoofdpagina publicaties door "overige publicaties" onderaan het menu te plaatsen (of alles onder deze kop herplaatsen)
6. Voeg de een link naar de SER adviezen toe in het "ga direct naar menu" op de homepage
7. Link bij de SER Adviezen naar bijbehorende themapagina's.

Baten:

- De pagina's met SER adviezen worden overzichtelijker, leesbaarder en krijgen een eigentijdse uitstraling door ze aan te bieden in de vorm van de SERmagazine pagina's
- Het navigatie menu onder de hoofdpagina publicaties wordt minder verwarrend
- De adviezen worden beter vindbaar doordat er een snellere route geplaatst wordt op de homepage.
- De link naar de themapagina's zorgt voor een directe link naar andere relevante en relaterende informatie.

Consequenties:

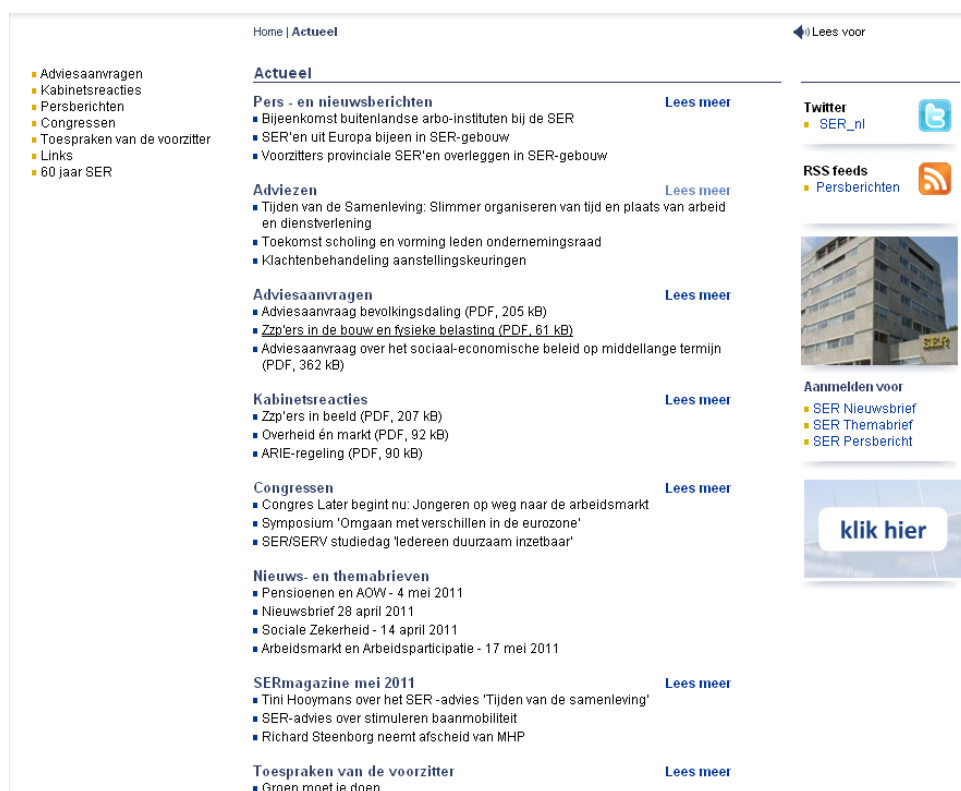
Op de pagina's met SER adviezen opnieuw in te delen moet een nieuwe webpagina aangemaakt worden. Dit is technisch niet lastig maar er moet rekening gehouden worden met wat er met de huidige adviezen gedaan moet worden. Op dit moment staan er meer dan 1000 adviezen op de website en om deze om te zetten naar de nieuwe opzet zal een behoorlijke tijdsinvestering nodig zijn. Wellicht is een conversie mogelijk maar dit zal ook niet eenvoudig zijn en daar komt ook wat controlewerk bij kijken. De mogelijkheden op dit gebied moeten daarom worden onderzocht. Wellicht kan er gekozen worden om voor een oplossing waar slechts een deel van de adviezen omgezet worden naar de nieuwe vorm of pas te beginnen met de nieuwe vorm vanaf een bepaalde datum.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
SER Adviezen	Colours en Bidoc	<u>Nieuwe opzet</u> Om de pagina opnieuw in te delen moet een nieuwe webpagina worden aangemaakt. De adviezen moeten omgezet worden naar de nieuwe opzet.	Bidoc - enkele maanden Colours - Enkele weken	€ 4.000 – 5.000
	SER-Bidoc	<u>Subnavigatie</u> Aanpassen in CMS	10 min	Geen
	SER-Bidoc	<u>Ga direct naar link</u> Aanpassen in CMS	5 min	Geen
	SER-Bidoc	<u>Link naar themapagina's</u>	Structurele tijdsinvestering (kort)	Geen

7.5 Actueel

De pagina actueel is niet meegenomen in het gebruikersonderzoek. Er is echter wel een respondent bij het kwantitatieve onderzoek geweest die heeft opgemerkt dat de subnavigatie en de content van deze pagina niet overeenkomen. Onderstaande afbeelding laat de pagina actueel zien waaruit inderdaad blijkt dat de subnavigatie en de content niet consequent zijn. Dit kan bij gebruikers zorgen voor verwarring en komt ook de overzichtelijkheid van de pagina niet ten goede. Het subnavigatie menu en de content op elkaar aan laten sluiten is dan ook gewenst. De volgorde van de content is ingedeeld naar waar het meeste vraag naar is (pragmatisch). Omdat deze onderwerpen het meest gebruikt worden is dit ook de meest logische volgorde. De subnavigatie kan hier het beste op worden afgestemd. Technisch is dit een kleine ingreep maar wel een nuttige omdat dit onduidelijkheid bij de gebruiker kan voorkomen.



Afbeelding 7.5: Pagina actueel op de SER-website

Adviespunten Actueel

8. Hanteer voor het subnavigatie menu dezelfde volgorde als de content op de pagina actueel.

Baten:

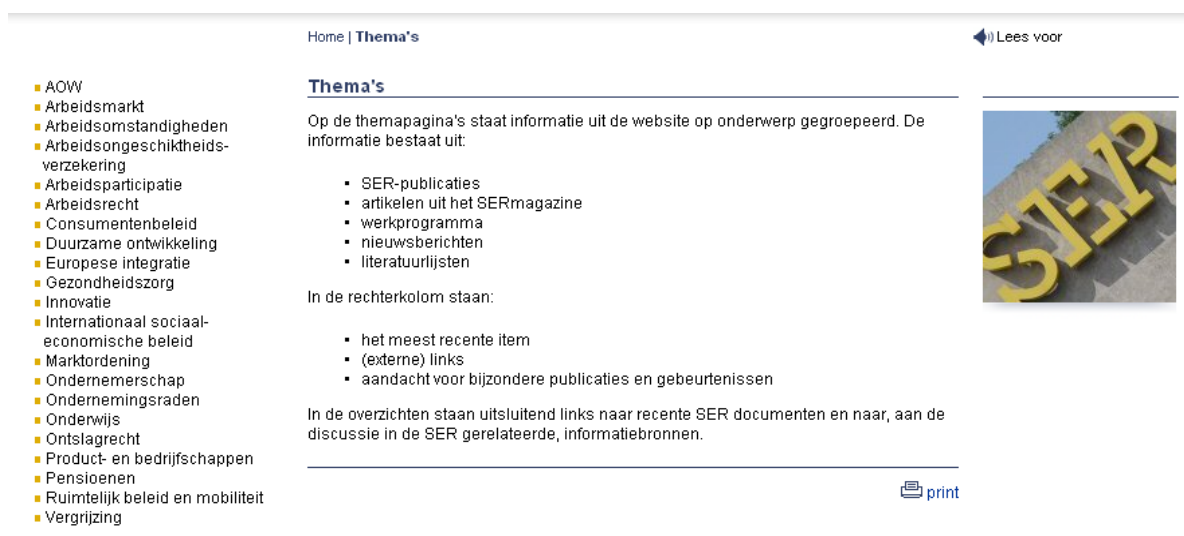
- Het laten aansluiten van het subnavigatie menu en de content zorgt voor consistentie en voorkomt verwarring bij gebruikers

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Actueel pagina	SER-Bidoc	Aanpassen in CMS	10 min	geen

7.6 Themapagina's

De themapagina's staan op derde plaats bij de informatiebehoefte en vormen daarmee een belangrijke sectie op de SER-website. Het vaakst worden de publicaties, persberichten en de introductietekst geraadpleegd. De informatie op deze pagina's is ingedeeld in kolommen. Hoewel de meeste respondenten in het kwantitatieve onderzoek wel tevreden zijn over de informatie op en de overzichtelijkheid van de pagina's, zijn er toch enkele reacties waaruit blijkt dat men graag contactgegevens bij de thema's zou willen zien. Ook blijkt dat de informatie teveel over de pagina's heen verdeeld is. Omdat er veel randinformatie in de rechterkolom staat, gaven de respondenten aan dat ze van links naar rechts te moeten lezen, terwijl van boven naar beneden gewenst is. Ook de scrollvensters binnen de pagina's zijn te klein. Dit geeft een rommelig beeld en gaat ten koste van de overzichtelijkheid. Net als bij de SER adviezen is op de themapagina's een rustiger beeld gewenst. Op dit moment bestaat de sectie uit 21 thema's.



Afbeelding 7.6: Overzichtspagina Thema's op de SER-website



Afbeelding 7.7: Themapagina AOW op de SER-website

In de enquête zijn enkele suggesties gegeven voor websites waaraan de SER een voorbeeld zou kunnen nemen. Met betrekking tot de presentatie van beleidsthema's zijn de volgende voorbeelden interessant.

Bij het 1^e voorbeeld worden de thema's geïntroduceerd met een afbeelding. Na doorklikken kom je op een overzichtelijke vervolgpagina waar de teksten niet te lang zijn en de informatie ingedeeld is in blokken. Tevens staan de contactmogelijkheden prominent in beeld.

THEMA'S

**GEZOND
LEVEN**

**INDUSTRIËLE
INNOVATIE**

**INTEGRALE
VEILIGHEID**

**ENERGIE**

**MOBILITEIT**

**GEBOUWDE
OMGEVING**

**INFORMATIE
MAATSCHAPPIJ**

ENERGIE

- › Innovatiegebieden
- › Markten
- › Proposities
- › Projecten
- › Publicaties
- › Partners
- › Agenda
- › Nieuws
- › Contactgegevens

TNO.NL > Thema's > Energie

Energie

ENERGIE

Wereldwijd stijgt de behoefte aan energie door hogere levensstandaarden en opkomende economieën. De olie- en gasreserves zijn echter eindig, steeds moeilijker te winnen, en CO₂-uitstoot zorgt voor milieuproblemen. TNO zet in op technologische innovatie voor energiebeschikbaarheid, waarbij het gaat om energiebesparing, energieopslag, efficiëntere exploratie van bestaande bronnen en innovatie om duurzame energiebronnen rendabel te maken.



Wereldwijd wijzigt de energievoorziening de komende decennia ingrijpend. De vraag naar energie stijgt, de voorraad gemakkelijk winbare olie en gas slinkt snel en alternatieve energiebronnen zijn volop in ontwikkeling. TNO springt hierop in met technologieën die fossiele brandstofwinning en -gebruik efficiënter en schoner maken en combineert dit met duurzame energiebronnen.

INNOVATIEGEBIEDEN

- › Olie & Gas
- › Energie-efficiëntie
- › Geologische Dienst Nederland

MARKTEN

- › Olie en Gas
- › Bodem en Water
- › Procesindustrie

CONTACTPERSOON



dr. M.J. (Mart) van Bracht
088 866 44 66
[Contact opnemen](#)

- › Contact & Route

TREFWOORDEN

- › energievoorziening
- › olie
- › gas
- › CO₂
- › milieuproblemen

NIET GEVONDEN WAT U ZOCHT?

Zoek binnen TNO 

- › TNO Wegwijzer

97

GERELATEERDE ITEMS

NIEUWS

12-04-2011

Nieuwsbrief Olie en Gas (2011-1)

30-03-2011

TNO-brief over betrouwbaarheid en toekomstbestendigheid van ...

09-03-2011

Kennis diepe ondergrond verdiept

21-02-2011

Tekort aan steeds meer

[Alle nieuwsitems \(38\)](#) >>

AGENDA

27-04-2011

Seminar "Mapping the deep subsurface in the Netherlands"

27-04-2011

Seminar "Mapping the deep subsurface in the Netherlands"

26-05-2011

DINO-gebruikersdag 2011

26-05-2011

DINO-gebruikersdag 2011

[Alle evenementen \(7\)](#) >>

PUBLICATIES

› CCS - CO2 capture and storage

› Het zuidelijk Perm Bekken: Atlas en GIS DVD

› Het zuidelijk Perm Bekken: Atlas en GIS DVD

› Utrecht in steen

› Geology of the Netherlands

[Alle publicaties \(10\)](#) >>

PROJECTEN

› Duurzame tomaten groeien op geothermische warmte

› COCATE - Samenvoegen CO2 uit kleine bronnen

› Schip-naar-schip verlading van LNG

› UMASIS: Verbeter uw inspectietechnologie

› Innovatieve voorspelling van olie fasen verzadiging

[Alle projecten \(24\)](#) >>

Afbeelding 7.8 : Presentatie thema's: Organisatie voor toegepast-natuurwetenschappelijk onderzoek (TNO) (z.d). Geraadpleegd op 18 mei 2011, <http://www.tno.nl>

Bij het 2^e voorbeeld zijn de thema's onderverdeeld in een aantal hoofdrubrieken. Hier wordt kort en bondig aangegeven welke onderwerpen behandeld worden. Na doorklikken kom je op een overzichtelijke pagina met een duidelijke onderverdeling in koppen. Ook hier zijn de contactmogelijkheden duidelijk aangegeven.

Belastingen → Verordeningen en beleidsregels Waterschapsbelastingen	Bestuurszaken → Bestuursprogramma Bestuurlijke organisatie Nationaal Wateroverleg (NWO) Waterschapsaccounts Verkiezingen	Communicatie → Arbeidsmarktcommunicatie Communicatiebeleid Nederland leeft met Water Tijdschrift Het Waterschap Waterschapsdag
Europa en Internationaal → Europese belangenbehartiging Internationaal beleid Internationale samenwerking Grensoverschrijdende stroomgebieden	Financiën en economie → Inkopen en aanbesteden Markt en Overheid EMU-saldo Financiering Sepa	Informatiemanagement en ICT → E-overheid Geo-informatie Informatiehuis Water Basisregistratie Grootschalige Topografie Inspire

Home > [Beleidsvelden](#) > **Belastingen**
Belastingen

- Verordeningen en beleidsregels
- Waterschapsbelastingen

Belastingen
Verordeningen en beleidsregels
Waterschapsbelastingen

Nieuws
04/04/2011 Dilemma's bij belastingsamenwerking
07/02/2011 VNG Belastingconferentie 2011
20/01/2011 Waterschapsbelastingen nader verklaard
19/01/2011 Stijging waterschapsbelastingen van 2,1 procent voorzien in 2011
14/12/2010 2011 cruciaal jaar voor waterbeleid volgens staatssecretaris
07/12/2010 Spoedwet - Gevolgen voor de waterschappen
21/10/2010 Kwijtschelden waterschapsbelastingen geautomatiseerd
19/10/2010 Waterschapscongres Lokale belastingen
26/04/2010 Provinciewens overname waterschappen is blufpoker

Ledenbrieven
07/04/2011 Kwijtscheldingsmogelijkheid kleine ondernemers
04/08/2010 Uitspraak Raad van State inzake onthouding goedkeuring kostentoedelingsverordening
20/01/2010 Wijziging kwijtscheldingsnormen

Contact
Wie
Virginia Anches
Martin Koster
Telefoon
070-3519820
070-3519751

Relevante downloads
Toelichting op de model-kostentoedelingsverordening watersysteembeheer 2009.pdf
Model-kostentoedelingsverordening watersysteembeheer.pdf
Evaluatie effecten nieuw belastingstelsel 2009.pdf
Uitspraak Raad van State inzake onthouding goedkeuring kostentoedelingsverordening
Handreiking tariefdifferentiatie.pdf

Relevante producten
Water en waterschappen
Model-kostentoedelingsverordening watersysteembeheer

Abbeelding 7.9: Presentatie thema's: Unie van Waterschappen (UVW)(z.d). Geraadpleegd op 18 mei 2011, <http://www.uvw.nl/>

Gewenste situatie

De gewenste situatie voor de overzichtspagina is een combinatie van de voorgaande voorbeelden:

- Een overzichtspagina met afbeeldingen van de thema's (voorbeeld TNO)
- Een overzichtspagina met hoofd- en subthema's (voorbeeld UVW)

Om dit te bereiken moet het volgende gebeuren:

- De thema's moeten opgedeeld worden in hoofd- en subthema's
- Per thema moet er een afbeelding gekozen worden.

Voor de onderverdeling in hoofd- en subthema's zou de volgende indeling gemaakt kunnen worden:

Arbeid ▪ Arbeidsmarkt ▪ Arbeidsomstandigheden ▪ Arbeidsparticipatie ▪ Arbeidsrecht ▪ Ondernemingsraden ▪ Ontslagrecht	Duurzame ontwikkeling & Ruimtelijk beleid ▪ Duurzame ontwikkeling ▪ Ruimtelijk beleid en mobiliteit	Economie ▪ Consumentenbeleid ▪ Marktordening ▪ Ondernemerschap ▪ Product- en bedrijfschappen
Internationaal beleid ▪ Europese integratie ▪ Internationaal Sociaal-economische beleid	Kennis & Onderwijs ▪ Innovatie ▪ Onderwijs	Sociaal beleid & Sociale zekerheid ▪ AOW ▪ Arbeidsongeschiktheidsverzekering ▪ Pensioenen ▪ Gezondheidszorg ▪ Vergrijzing

Deze indeling bevat zes hoofdthema's en is gemaakt op basis van de indeling die gemaakt is bij de literatuurlijsten thema's onder de sectie scriptieservice. Bij de indeling is rekening gehouden met de theorie voor het indelen van onderwerpen in homogene groepen zoals deze beschreven wordt door Becker, et al. (2010, pp 29-39). De hoofd- en subthema's zijn geordend op alfabetische volgorde.

Tussen de hoofd- en subthema's moeten afbeeldingen komen te staan die betrekking hebben tot het betreffende hoofdthema. Deze foto's kunnen gehaald worden uit de Shutterstock database waar de SER al mee werkt.

De gewenste situatie voor de vervolgpagina's is ook een combinatie van de twee voorbeelden en de huidige situatie van de thema's:

• Sociale beleid & Sociale zekerheid • AOW • Arbeidsongeschiktheidsverzekering • Pensioenen • Gezondheidszorg • Vergrijzing	Algemene ouderdomswet (AOW) De Algemene Ouderdomswet (AOW) is een volksverzekering die de hele bevolking van Nederland verzekert tegen de financiële gevolgen van ouderdom. De AOW wordt volgens een omslagstelsel betaald en keert uit vanaf het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd van 65 jaar. De AOW vormt de zogenaamde eerste pijler van het Nederlandse pensioenstelsel. In dit overzicht staan links naar recente SER documenten en naar, aan de discussie in de SER gerelateerde, informatiebronnen. Persberichten ▪ SER bereikt geen overeenstemming over AOW-advies ▪ Advies alternatieven voor AOW-leeftijd naar 67 jaar Alle persberichten (6) >> Publicaties ▪ Wegnemen belemmeringen voor doorwerken na 65 jaar ▪ Van alle leeftijden ▪ Fiscale oudedagsparaplu Alle publicaties (3) >> Artikelen SERmagazine • Langer werken gaat niet vanzelf • Sociale partners trots op pensioenakkoord • SER-voorzitter Alexander Rinnooy Kan over mislukt AOW-advies Alle Artikelen (9) >> Relevante producten • Literatuurlijst AOW • SER Themabrief Pensioenen en AOW - 4 mei 2011	 Contactinformatie ▪ Contactformulier Relevante downloads ▪ Akkoord Stichting van de Arbeid 25 maart 2009 (PDF, 18 kB) ▪ Resultaat Sociaal Overleg 2009 - Brief minister Donner aan de Tweede Kamer (PDF, 149 kB) Externe informatie ▪ Dossier AOW van het Ministerie van SZW ▪ Sociale Verzekeringsbank ▪ Wijziging van de AOW - Officiële Publicaties
--	---	--

In deze nieuwe opzet is ondermeer het volgende veranderd:

- De subnavigatie is een stuk korter
- Informatie onder elkaar in plaats van in scrollvensters
- Doorklikken op bijvoorbeeld alle persberichten
- Een categorie relevante producten (intern)
- Contactinformatie toegevoegd
- Rubriek relevante downloads toegevoegd (extern)

Adviespunten Themapagina's

9. Verander de presentatie van de overzichtspagina (zie voorstel)

10. Verander de indeling van de onderliggende pagina's (zie voorstel)

Baten:

- Doordat de thema's ingedeeld zijn in zes hoofdrubrieken op de nieuwe overzichtspagina worden de routes naar de thema's duidelijker.
- De indeling van de onderliggende pagina's is overzichtelijker.
- Er wordt tegemoet gekomen aan de wens om contactmogelijkheden te plaatsen bij de thema's
- Bij andere secties op de SER-website zal er meer gehinkeld worden naar de thema's waardoor deze beter vindbaar worden.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Themapagina	Colours	Herprogrammeren webpagina De webpagina zal aangepast moeten worden door een programmeur.	Enkele weken	In 2009 heeft een soort gelijke wijziging: € 3.200 excl. BTW gekost

7.7 SERmagazine

Over de SERmagazine sectie zijn de gebruikers over het algemeen positief. De sectie is overzichtelijk en de verwachte informatie wordt gevonden. Ook zijn de artikelen uit het SERmagazine goed te vinden met behulp van de zoekfunctie op de SER-website. Om de lezers van het SERmagazine nog meer achtergrond informatie te bieden, zouden er nog meer links gelegd kunnen worden naar relaterende thema's. Dit wordt in de huidige situatie niet gedaan terwijl er vanuit de thema's wel gehinkeld wordt naar artikelen uit het SERmagazine.

Adviespunt SERmagazine

11. Link in het SERmagazine naar relaterende thema's

Baten:

- Door te linken naar relateerde thema's vanuit het SERmagazine heeft de bezoeker meer toegang tot achtergrond informatie en de mogelijkheid om op nieuwe/relaterende informatie uit te komen.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
SERmagazine	SER-Bidoc	Links leggen naar relateerde thema's	Vergt een korte structurele tijdsbesteding	geen

7.8 Zoekfunctie

De SER-website biedt op dit moment meerdere mogelijkheden om informatie te zoeken via een zoekfunctionaliteit. Er kan gezocht worden op de volgende manieren:

Eenvoudig zoeken

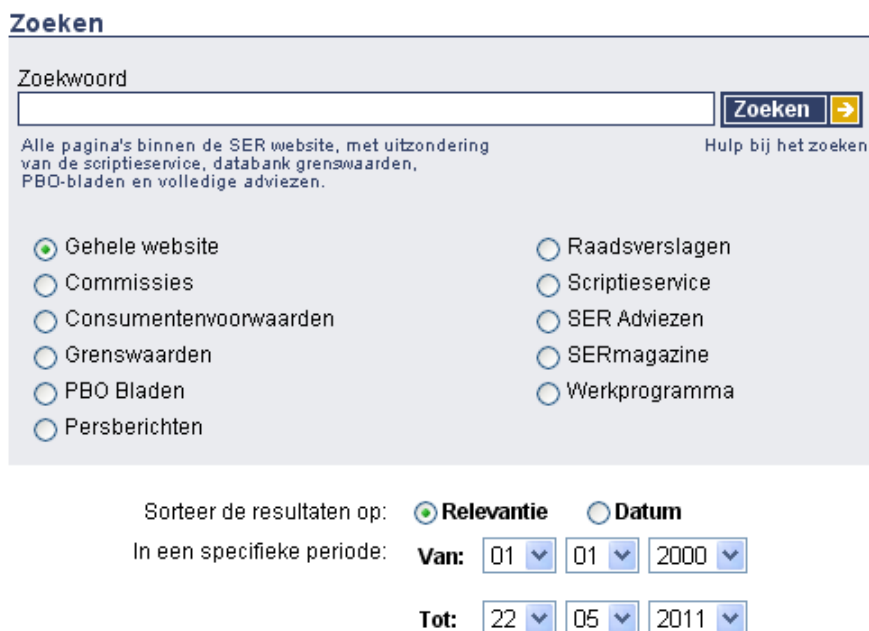
- Een gebruiker vult een of meerdere zoektermen in het zoekvenster in



Afbeelding 7.10: Eenvoudig zoeken venster op de SER-website

Uitgebreid zoeken

- De gebruiker vult een of meerdere zoektermen in en heeft daarnaast de mogelijkheid om in bepaalde secties van de websites te zoeken, resultaten te sorteren op relevantie of datum en resultaten te filteren naar een specifieke periode.



Afbeelding 7.11: Het uitgebreid zoeken venster op de SER-website

Lokaal zoeken

- Een paar secties van de SER-website bevatten lokale zoekmogelijkheden om specifiek te zoeken in de specifieke sectie.



Afbeelding 7.12: Lokale zoekvenster bij de sectie grenswaarden op de SER-website

De resultaten uit het kwantitatieve onderzoek impliceren dat er veel gebruik gemaakt wordt van de zoekfunctie op de SER-website. 378 van de 442 respondenten (85,5%) geven aan de zoekfunctie te gebruiken. Dit maakt de zoekfunctie een belangrijk onderdeel voor het zoeken van informatie op de SER-website. Opvallend detail hierbij is dat een derde van de mensen die de zoekfunctie gebruiken, de optie uitgebreid zoeken niet gebruikt. Of dit een bewuste keuze is of onbekendheid met de uitgebreide zoekfunctie is niet duidelijk. Uit de reacties van enkele respondenten blijkt ook dat de zoekresultaten qua ordening niet altijd aansluit bij de verwachtingen. Het komt nu voor dat er eerst veel onrelevante zoekresultaten bovenaan komen te staan. Dit wordt nog eens bevestigd als we kijken naar de resultaten uit het kwalitatieve onderzoek. Hieraan is goed te zien dat in vele gevallen de zoekresultaten niet aan de verwachtingspatronen voldoen. De zoekfunctie werkt goed wanneer er specifieke zoekvragen ingevoerd worden. Wanneer er bijvoorbeeld gezocht wordt naar specifieke artikelen uit het SERmagazine dan werkt het eenvoudig zoeken en uitgebreid zoeken goed. Wanneer gebruikers echter algemenere zoekvragen invoeren, dan komt het gewenste resultaat er in vele gevallen niet uit.

Om de zoekfunctie te verbeteren, zou er nagedacht kunnen worden om facet zoekmachine software aan te schaffen. Bij een facet zoekmachine worden trefwoorden ingevoerd in een eenvoudig zoekscherm. De zoekmachine geeft de gebruiker vervolgens een lijst met zoekresultaten. Deze selectie kan vervolgens verfijnd worden doordat de gebruiker de mogelijkheid heeft om te kiezen voor informatiesoort. In afbeelding 7.13 is dit terug te zien in het blok "categorieën". Door deze manier van zoeken wordt het de gebruiker makkelijk gemaakt om zijn eigen pad te kiezen bij het zoeken van informatie via de zoekmachine. Om dit wat te verduidelijken wordt er nu een voorbeeld gegeven van een scherm nadat er een zoekactie is uitgevoerd in de facet zoekmachine die gebruikt wordt door de organisatie voor toegepast-natuurwetenschappelijk onderzoek (TNO). De zoekvraag bij dit voorbeeld is: Aardgas

[TNO.NL](#) > Zoekresultaten

ZOEKRESULTATEN

powered by 

ZOEKEN NAAR

ZOEKEN »

Niet gevonden wat u zocht?

» TNO Wegwijzer

Resultaten 1 - 20 van 96 voor **aardgas**

TNO - BENZINE, DIESEL OF AARDGAS?

... 07 februari 2009 Benzine, diesel of **aardgas**? TNO ... km. Fijnstof (PM10) is niet gemeten bij de twee auto's op **aardgas** en benzine. ...

TNO - TNO-ONDERZOEK NAAR MILIEUPRESTATIES LPG- EN AARDGAS-AUTO'S ...

... 18 juni 2010 TNO-onderzoek naar milieuprestaties LPG- en **aardgas**-auto's: Gas is relatief schone en zuinige brandstof. Gas is een ...

TNO - TNO-ONDERZOEK NAAR MILIEUPRESTATIES LPG- EN AARDGAS-AUTO'S ...

... 18 juni 2010 TNO-onderzoek naar milieuprestaties LPG- en **aardgas**-auto's: Gas is relatief schone en zuinige brandstof. Gas is een ...

TNO - WINST MET ENERGIE EN CO2 DOOR HOTCO2

... 2 installatie te ontwikkelen die zuivere CO₂ en warmte onafhankelijk van elkaar produceert om maximaal rendement te halen per kubieke meter verbruikt **aardgas**. ...

TNO - TESTEN EN CERTIFICEREN LNG

TNO test slang om vloeibaar **aardgas** (LNG) van schip naar schip over te pompen op veiligheid. ...

TNO - K12-B, CO2-OPSLAG EN VERBETERDE GASWINNING

... Het geproduceerde **aardgas** heeft een relatief hoog gehalte CO₂ (13%). Voorafgaand aan transport naar de kust wordt het CO₂ gescheiden van het **aardgas**. ...

TNO - HOTCO2 BIEDT PERSPECTIEF VOOR DE TUINBOUW

Een nieuw soort tuinbouwketal kan onafhankelijk warmte en CO₂ leveren bij verbranding van **aardgas** of biogas. ...

CATEGORIEËN

- » **Alle resultaten (96)**
- » Nieuws en dossiers (19)
- » Producten (8)
- » Projecten (4)
- » Publicaties (5)
- » Partners (1)
- » Expertisegroepen (1)

FILTERS

Thema's

Taal

Websites

☐ tno.nl

☐ Werken bij

Soort

☐ Webpagina's

☐ PDF

VERFIJN

Afbeelding 7.13: Zoekresultaten bij de zoekvraag "Aardgas" in de zoekmachine van (TNO)

In de afbeelding is te zien dat er bij de zoekvraag "Aardgas" 96 resultaten worden weergegeven. Aan de rechterkant van de pagina is te zien dat de zoekresultaten zijn uitgesplitst in categorieën ook wel facetten genoemd. Wanneer iemand bijvoorbeeld op zoek is naar enkel de publicaties over het onderwerp aardgas dan kan er geklikt worden op publicaties in het menu "categorieën". De selectie wordt dus zo kleiner gemaakt en er blijven slechts 5 documenten over.

ZOEKRESULTATEN

powered by Google

ZOEKEN NAAR

aardgas **ZOEKEN »**

Niet gevonden wat u zocht?
 > TNO Wegwijzer

Resultaten 1 - 5 van 5 voor **aardgas**

TNO - EMISSIEPRESTATIES VAN JONGE NEDERLANDSE PERSONENWAGENS MET ...
 ... De fijnstofemissie van moderne LPG- en **aardgas**-auto's ligt op hetzelfde als, of in individuele gevallen soms op een hoger niveau dan die van dieselauto's ...

TNO - VERGELUKEND ONDERZOEK EMISSIES EEV-STADSBUSSEN
 ... In deze TNO-studie voor PON Holdings BV zijn emissies van diverse EEV-**aardgas**- en EEV-diesels met elkaar vergeleken op basis van meetgegevens van diverse ...

TNO - ALTERNATIEVE BRANDSTOF OPTIES VOOR STADSBUS TOEPASSING IN ...
 ... De vergeleken brandstoffen zijn: Reguliere zwavelarme (EN590) diesel; GTL (Gas naar vloeistof, een synthetische diesel motorbrandstof geproduceerd uit **aardgas**); ...

TNO - HOTCO2 BIEDT PERSPECTIEF VOOR DE TUINBOUW
 ... HotCO2 biedt perspectief voor de tuinbouw. Een nieuw soort tuinbouwketel kan onafhankelijk warmte en CO₂ leveren bij verbranding van **aardgas** of biogas. ...

TNO - FACTSHEETS VOERTUIGBRANDSTOFFEN EN MILIEU
 ... In dit overzicht komen de recente ontwikkelingen op het gebied van benzine en diesel aan bod, evenals de 'alternatieve' brandstoffen LPG, **aardgas**, groen gas ...

CATEGORIEËN

- > Alle resultaten (91)
- > Nieuws en dossiers (14)
- > Producten (8)
- > Projecten (4)
- > **Publicaties (5)**
- > Partners (1)
- > Expertisegroepen (1)

FILTERS

Thema's
 Geen voorkeur ▼

Taal
 Geen voorkeur ▼

Websites
☐ tno.nl
☐ Werken bij

Soort
☐ Webpagina's
☐ PDF

VERFIJN

Afbeelding 7.14: Resultaten bij de zoekvraag "Aardgas" na uitsplitsing in de zoekmachine van (TNO)

In de situatie van de SER zouden de zoekresultaten bijvoorbeeld gesplitst kunnen worden naar de volgende facetten:

- Nieuws & persberichten
- SER Adviezen
- SERmagazine artikelen
- SER themabrieven
- Toespraken van de voorzitter
- Raadsverslagen
- PBO-bladen
- Grenswaarden
- Consumentenvoorwaarden
- Literatuurlijsten

Naast de uitsplitsing van resultaten op basis van de aard van de gevonden documenten, is er nog de mogelijkheid om de resultaten te filteren naar thema, taal, soort website en soort bestandstype. In de situatie van de SER-website zouden de filters thema's en taal nuttig kunnen zijn.

Adviespunt Zoekfunctie

12. Onderzoek de mogelijkheden om een facet zoekmachine functionaliteit aan te schaffen

Baten:

- Informatie/documenten zijn sneller te vinden doordat de zoekresultaten beter geordend zijn en doordat de gebruiker de selectie zoekresultaten sneller kan doorzoeken. Elke bezoeker kan hierbij zijn eigen prioriteiten aangeven en daarmee een eigen pad volgen naar gewenste informatie/documenten
- Gerelateerde informatie staat bij elkaar waardoor gebruikers op een snelle manier een overzicht krijgen van informatie over een bepaald onderwerp en zo ook weer bij nieuwe informatie uit kunnen komen. Wanneer iemand bijvoorbeeld zoekt naar een specifiek artikel over het onderwerp ontslagrecht. Het artikel wordt gevonden maar tegelijkertijd worden er ook andere artikelen gevonden die gerelateerd zijn aan het onderwerp ontslagrecht.

Consequenties:

Dit is een behoorlijk ingreep. De huidige zoekmodule die de SER gebruikt kan niet worden omgebouwd naar een facet zoekmachine. Er moet dus een keuze gemaakt worden voor een nieuwe zoeksoftware en deze moet vervolgens geïmplementeerd worden op de SER-website. Omdat de manier van zoeken heel erg verschilt met de huidige manier van zoeken, zal het voor sommige bezoekers even wat wennen zijn.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Facet zoekfunctie	Colours	Er moet een keuze worden gemaakt voor nieuwe zoeksoftware en deze moet geïmplementeerd worden op de SER-website (denk ook aan de ontsluiting van pdf bestanden)	Enkele maanden	Software: Nader te onderzoeken Implementatie: € 3000

7.9 Multimedia

Momenteel zijn er niet veel problemen met het raadplegen van pdf-bestanden, filmpjes of pagina's op de SER-website. De problemen die er zijn worden voornamelijk veroorzaakt door beperkte mogelijkheden van het eigen netwerk van de bezoeker of het netwerk van de organisatie.. In hoofdstuk 6.3 is duidelijk geworden dat het gebruik van mobiele apparaten in de afgelopen jaren flink gestegen. Hierbij liggen toegankelijkheidsproblemen op de loer omdat bepaalde mobiele apparaten nog niet alle technieken ondersteunen die door websites worden gebruikt. Te denken valt aan het gebruik van flash banners op websites. In het kader van de toegankelijkheid is dit iets om nauw gezet te volgen. Zeker omdat het gebruik van mobiele apparaten alleen maar toe zal nemen. Nieuwe technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat websites nooit stil kunnen staan, maar dat er altijd geïnvesteerd moet blijven worden in de toekomst. Hierbij valt de denken aan het aanbieden van alternatieve manieren om informatie toegankelijk te maken. Enkele van deze opties zijn in dit rapport al naar voren gekomen zoals het aanbieden van een andere grafische weergave van de SER-website voor mobiele apparaten of het aanbieden van QR-codes in fysieke publicaties van de SER (zie hoofdstuk 6.3.2).

Adviespunten Multimedia

13. Onderzoek de mogelijkheden om te investeren in een mobiele versie van de SER-website

14. Onderzoek de mogelijkheden om informatie op alternatieve manieren aan te bieden via bijvoorbeeld QR-Codes.

Baten:

Mobiele website

- De SER-website blijft toegankelijk voor de mobiele bezoeker
- De mobiele bezoeker heeft snel toegang tot belangrijke informatie op de SER-website.

QR-Codes

- Door het aanbieden van QR-codes in publicaties van de SER, kunnen mobile bezoekers sneller doorgelinked worden naar informatie op de SER-website.

Mogelijke consequenties:

- Mogelijk meer tijdsbesteding nodig van BIDOC voor het beheer van de mobiele website.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Multimedia	SER-BIDOC/ Colours	<u>Mobiele versie website</u> Er moet een ontwerp gemaakt worden. En de website moet zo geprogrammeerd worden dat bezoekers met een mobiele applicatie de mobiele versie op het scherm krijgen.	6 weken minimaal	Nader te onderzoeken
	SER-Communicatie	<u>QR-codes</u> Publicaties voorzien van de codes, gratis te genereren via internet bijvoorbeeld bij http://qrcode.kaywa.com/	Vergt om een structurele tijdsbesteding bij het opmaken van publicaties	geen

7.10 Interactie en social media

Van de 442 respondenten maakt een derde geen gebruik van social media. De respondenten die gebruikmaken van social media gebruiken het vaakst LinkedIn. Dit geeft aan de meeste respondenten die social media gebruiken, dit doen voor zakelijke doeleinden. Over de belangrijkheid en het gebruik van social media zijn de meningen erg verdeeld. Een krappe meerderheid van de respondenten vindt het niet belangrijk dat de SER actief is op diverse social media. Op dit moment worden de social media gebruikt als signaleringsfunctie om zo een zo groot mogelijke doelgroep te kunnen bereiken. Dit is een van de belangrijkste redenen om actief te zijn op diverse social media. In hoofdstuk 6 is daarnaast de integratie van social media in zoekresultaten bij Google en Bing al besproken. Door deze ontwikkeling kan de SER door te tweeten over bepaalde onderwerpen beter zichtbaar worden. De kansen worden namelijk groter om gevonden te worden in de zoekresultaten van zoekmachines.

De respondenten die negatief tegenover het gebruik van de social media staan, geven aan dat er rekening gehouden moet worden met de objectiviteit die de SER moet uitstralen. Social media zijn er niet alleen om informatie te delen. Het gaat ook om interactie en het reageren op vragen en opmerkingen van andere gebruikers. Tegenstanders van social media zijn dan ook bang dat de SER ongewild in een bepaalde hoek gedrukt zou kunnen worden.

Het beleid dat de SER nu heeft gekozen om de social media voornamelijk te gebruiken als signaleringsfunctie om een zo breed mogelijke doelgroep te bereiken, is mijn inziens de goede. Er wordt zorgvuldig gelet op wat er getweet wordt en de discussie wordt niet gezocht.

Op de website zelf zou een mogelijkheid om informatie te delen via social media, dus een "share this on" optie nuttig kunnen zijn. In de onderstaande afbeelding is te zien hoe de nieuwssite Nu.nl deze mogelijkheid aanbiedt.



Afbeelding 7.15: Mogelijkheden om informatie te delen op Nu.nl

Naast de discussie over de social media is uit het kwantitatieve onderzoek gebleken dat er contactmogelijkheden gemist worden bij de SER adviezen en de themapagina's. Om een handreiking te geven aan de mensen die behoefte hebben aan het delen van hun mening, kan gedacht worden aan het aanbieden van contactformulieren op de website.

Het nut om mensen achteraf nog kunnen mening te laten delen bij de SER adviezen via een contactformulier is er niet echt. Nadat SER adviezen afgerond zijn gaat de politiek hier namelijk mee aan de slag en worden er inhoudelijk geen aanpassingen meer gedaan. Een mogelijkheid om vooraf input aan te leveren voor SER adviezen die nog gemaakt gaan worden zou wel interessant kunnen zijn. Onlangs is hier al mee geëxperimenteerd bij een advies over ontwikkelingssamenwerking. Dit experiment zou ook bij andere adviezen uitgevoerd moeten worden om te kijken of dit nuttige input oplevert wat meegenomen kan worden bij het opleveren van adviezen. De ingevulde contactformulieren moeten dan terecht komen bij de secretaris van de commissie die over het betreffende SER advies gaat. Dit zou gepromoot kunnen worden via een banner op de homepage.

Ook bij de themapagina's kan een contactformulier geplaatst worden. Het ingevulde formulier kan verstuurd worden naar een algemeen e-mailadres van het secretariaat waarna het doorgestuurd kan worden naar specifieke afdelingen of beleidsmedewerkers.

Naast de contactformulieren kan er gedacht worden aan het aanbieden van korte polls op de website. Door korte vragen te stellen kunnen bezoekers hun mening uiten op de SER-website.

Adviespunten interactie en social media

15. Maak het delen van informatie via social media mogelijk op de SER-website
16. Breidt het experiment om contactformulieren aan te bieden bij nog op te leveren SER adviezen uit zodat bezoekers suggesties kunnen doen die eventueel meegenomen kunnen worden bij het opstellen van SER adviezen.
17. Biedt contactformulieren aan bij de themapagina's zodat mensen vragen kunnen stellen en/of hun mening kunnen delen.
18. Biedt korte polls aan op de website

Baten:

- Het aanbieden van de mogelijkheid om informatie te delen via social media kan zorgen voor meer bezoekers op de website, dienen als een soort signaleringsfunctie en kan tevens een bijdrage leveren aan het vergroten van de bekendheid van de SER.
- Via contactformulieren en polls kan er gehoor gegeven worden aan de wens van de gebruikers om hun mening over bepaalde onderwerpen te delen.
- Gebruikers krijgen via contactformulieren de mogelijkheid om input te leveren voor SER adviezen die nog gemaakt moeten worden. Ook bij de themapagina's kunnen mensen nu hun mening of vragen kwijt via de contactformulieren. Op deze manier wordt gehoor gegeven aan de wens om meer contactmogelijkheden aan te bieden op de website.

Kosten, handelingen en tijd:

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Interactie/sociale media	SER-Communicatie Bidoc	<u>Delen via sociale media</u> Icoontjes zijn eenvoudig te plaatsen <u>Uitbreiden aantal contactformulieren</u> De formulieren kunnen eenvoudig geplaatst worden op de SER-website. Wel vergt het iets meer van de contactpersonen bij het antwoorden van vragen <u>Houden van polls</u> Het plaatsen van polls kan op dit moment al en is eenvoudig. Wel moet er vastgelegd worden wat er met de resultaten wordt gedaan.	Extra contactformulieren en het houden van polls vraagt om een structurele tijdsbesteding voor onderhoud en het verwerken van feedback en resultaten.	Geen

7.11 Implementatieoverzicht

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de adviezen en bijbehorende werkzaamheden, tijd en kosten. De kosten in deze tabel zijn gebaseerd op oude facturen en op kostenindicaties die opgevraagd zijn bij Colours.

Onderdeel Website	Werk door	Omschrijving werkzaamheden	Tijd	Kosten
Homepage	SER-Bidoc	<u>Ga direct naar</u> Aanpassen in CMS	30 min	Geen
	Colours	<u>Subnavigatie</u> Huidig vakje vervangen door nieuw vakje	Enkele uren	€ 500 – 800
SER Adviezen	Colours en Bidoc	<u>Nieuwe opzet</u> Om de pagina opnieuw in te delen moet een nieuwe webpagina worden aangemaakt. De adviezen moeten omgezet worden naar de nieuwe opzet.	Bidoc - enkele maanden Colours - Enkele weken	€ 4.000 – 5.000
	SER-Bidoc	<u>Subnavigatie</u> Aanpassen in CMS	10 min	Geen
	SER-Bidoc	<u>Ga direct naar link</u> Aanpassen in CMS	5 min	Geen
	SER-Bidoc	<u>Link naar themapagina's</u>	Structurele tijdsinvestering (kort)	Geen
Actueel pagina	SER-Bidoc	Aanpassen in CMS	10 min	Geen
Themapagina	Colours	Herprogrammeren themapagina De webpagina zal aangepast moeten worden door een programmeur.	Enkele weken	In 2009 heeft een soort gelijke wijziging: € 3.200 excl. BTW gekost
SERmagazine	SER-Bidoc	Links leggen naar relateerde thema's	Vergt een korte structurele tijdsbesteding	Geen
Facet zoekfunctie	Colours	Er moet een keuze worden gemaakt voor nieuwe zoeksoftware en deze moet geïmplementeerd worden op de SER-website (denk ook aan de ontsluiting van pdf bestanden)	Enkele maanden	Software: Nader te onderzoeken Implementatie: € 3000

Multimedia	SER-BIDOC/ Colours	<u>Mobiele versie website</u> Er moet een ontwerp gemaakt worden. En de website moet zo geprogrammeerd worden dat bezoekers met een mobiele applicatie de mobiele versie op het scherm krijgen.	6 weken minimaal	Nader te onderzoeken
	SER-Com	<u>QR-codes</u> Publicaties voorzien van de codes, gratis te genereren via internet bijvoorbeeld bij http://qrcode.kaywa.com/	Vergt om een structurele tijdsbesteding bij het opmaken van publicaties	Geen
Interactie/sociale media	SER-Bidoc	<u>Delen via sociale media</u> Icoontjes zijn eenvoudig te plaatsen <u>Uitbreiden aantal contactformulieren</u> De formulieren kunnen eenvoudig geplaatst worden op de SER-website. Wel vergt het iets meer van de contactpersonen bij het antwoorden van vragen <u>Houden van polls</u> Het plaatsen van polls kan op dit moment al en is eenvoudig. Wel moet er vastgelegd worden wat er met de resultaten wordt gedaan.	Extra contactformulieren en het houden van polls vraagt om een structurele tijdsbesteding voor onderhoud en het verwerken van feedback en resultaten.	Geen

8 Bronnenlijst

- Alphenaar, J. (2010, september 17). Social Media in Nederland: cijfers en feiten. *Marketingfacts.nl* .
- Bartels, J. (2011). De smartphone revolutie. *Retail Vision, GFK Retail and Technology* .
- Becker, P., van der Linden, M., Magrijn, H. et al. (2010). 1.2.2 Opbrengst, vangst en precisie. In P. Becker, M. van der Linden, H. Magrijn, et al., *Organiseer je informatie; aan de slag met thesauri, taxonomieën, tags en topics* (pp. 17-18). Leidschendam: Biblion Uitgeverij.
- Becker, P., van der Linden, M., Magrijn, H. et al. (2010). 2.3.4 Stap 4: Collocatievolgorde. In P. Becker, M. van der Linden, H. Magrijn, et al., *Organiseer je informatie; aan de slag met thesauri, taxonomieën, tags en topics* (p. 38). Leidschendam: Biblion Uitgeverij.
- Becker, P., van der Linden, M., Magrijn, H. et al. (2010). 12.4 Technieken voor relevantieordening. In P. Becker, M. van der Linden, H. Magrijn, et al., *Organiseer je informatie; aan de slag met thesauri, taxonomieën, tags en topics* (p. 225). Leidschendam: Biblion Uitgeverij.
- Becker, P., van der Linden, M., Magrijn, H. et al. (2010). Hoofdstuk 2: Ordening als basis. In P. Becker, M. van der Linden, H. Magrijn, et al., *Organiseer je informatie; aan de slag met thesauri, taxonomieën, tags en topics* (pp. 29-39). Leidschendam: Biblion Uitgeverij.
- Becker, P., van der Linden, M., Magrijn, H. et al. (2010). Hoofdstuk 7: Classificatie - Het ordenen van collecties. In P. Becker, M. van der Linden, H. Magrijn, et al., *Organiseer je informatie; aan de slag met thesauri, taxonomieën, tags en topics* (pp. 97-120). Leidschendam: Biblion Uitgeverij.
- CBS. (2009). *De digitale economie 2009*. Den Haag: Centraal Bureau voor de statistiek.
- Davies, R., & Duursma, S. (2005, augustus 25). Belangrijkste doelstellingen i.v.m SER-website. *Memo KBG/476* .
- Dotsolutions. (2010). *Waarom mobiele websites*. Geraadpleegd 17 mei 2011, via Dotsolutions: <http://www.dotsolutions.nl/nieuws/waarom-mobiele-websites>
- Duivestein, S., & Bloem, J. (2011). *Trendrapport: We The Web; de herovering van het leven op de hectiek*. Frankwatching & Sogeti / VINT.
- Google Analytics. (2011). SER-website statistieken.
- Grimberg, G., & ter Steeg, B. (2010). *Best of Mobile*. Leidschendam: Jungle Minds.
- Hielkema, M. (2010). Statistieken SER-website.
- Huistekoopalmere*. (z.d.). Geraadpleegd 16 mei 2011, via <http://www.huistekoopalmere.nl>: <http://www.huistekoopalmere.nl>
- International Organisation for Standardisation. (1998). ISO DIN 9241-11, Guidance on usability.
- Jans, J. (2008). *webcommunicatie bij de SER*.
- Kassenaar, P. (2010). *Usability: Ontwerp gebruikersvriendelijke, doelmatige en toegankelijke websites*. Culemborg: van Duuren Informatica.
- Kips, E. (2007). *Syllabus TIRS= Text Information Retrieval Systemen*.
- Krug, S. (2000). *Don't make me think; A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders.
- Maas, J. (2008). *Corporate Communicatie bij de SER: het gemaal in de polder*.

Mobiforge. (z.d.). *Mobile Web Navigation Paradigms*. Geraadpleegd 17 mei 2011, via Mobiforge: <http://mobiforge.com/book/mobile-web-navigation-paradigms>

NOW Nederland. (12 januari, 2011). *91% Nederlandse jongeren actief in sociale netwerken*. Geraadpleegd 8 mei 2011, via NOW Nederland: <http://www.nownederland.nl/nieuws/2011/01/sociale-netwerken/>

NOW Nederland. (17 juni, 2010). *Internetgebruik Nederland: gemiddeld 104 minuten per dag*. Geraadpleegd 7 mei 2011, via NOW Nederland: <http://www.nownederland.nl/nieuws/2010/06/internetgebruik-nederland/>

Nu.nl. (24 december, 2010). *Nederland in 2010 massaal overgestapt op smartphone*. Geraadpleegd 12 mei 2011, via Nu.nl: <http://www.nu.nl/gadgets/2409261/nederland-in-2010-massaal-overgestapt-smartphone.html>

OMI2. (11 april, 2011). *Mobiel internet groeit als kool*.

Page, L., Brin, S., Motwani, R., et al. (1999). *The pagerank Citation Ranking; Bringing order to the web*. Stanford: Stanford Infolab.

Porter, J. (april, 2003). *Testing the Three-click Rule*. Geraadpleegd 12 mei 2011, via User Interface Engineering: http://www.uie.com/articles/three_click_rule/

Punselie, R. (2003). *Websites die werken: succesfactoren, beleid en uitvoering van webcommunicatie*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Rank checker. (z.d.). Geraadpleegd 8 maart 2011, via <http://www.html-site.nl/rank-check.php>

Speldekamp, C., & Visser, T. (2011). *Zoekmachine marketing 2011; Scoren in SEO: sociaal, mobiel, lokaal en relevant*. Enschede: Indenty BV.

TNO. (z.d.). *Toegpast-natuurwetenschappelijk onderzoek*. Geraadpleegd 18 mei 2011, via Toegpast-natuurwetenschappelijk onderzoek: <http://www.tno.nl>

TNS Nipo. (2010). *Onderzoeksrapport Hyves versus Facebook*

UVW. (z.d.). *Unie van waterschappen (UVW)*. Geraadpleegd 18 mei 2011, via Unie van waterschappen (UVW): <http://www.uvw.nl>

van Riet, F. (31 december, 2008). *Mobiele webstrategie: de juiste content op je mobiele website. Frankwatching*.

Wikipedia. (2011). *QR-code*. Geraadpleegd 16 mei 2011, via <http://nl.wikipedia.org/wiki/QR-code>: <http://nl.wikipedia.org/wiki/QR-code>

Wikipedia. (2011). *Pagerank*. Geraadpleegd 9 maart 2011, via Wikipedia: <http://nl.wikipedia.org/wiki/PageRank>

Zeldman, J. (2001). *Taking Your Talent to the web*. Indiana, United States of America: New Riders Publishing.