

Inzicht & Achtergrond

Een beschrijving en evaluatie van het afstudeertraject



Afstudeerrapport Mellanie van der Beek
Bedrijfscommunicatie - Hogeschool Utrecht

Inzicht en achtergrond

Een beschrijving en evaluatie van het afstudeertraject

Afstudeerrapport Bedrijfscommunicatie
Juni 2012

Auteur: Mellanie van der Beek
Studentnummer: 1547492
Mellanie.vanderbeek@student.hu.nl

Plaats van uitgave: Utrecht
Uitgevende instantie: Hogeschool Utrecht
Begeleidend docent: Arthur Blok
Opdrachtgever: Gemeente Harderwijk
Contactpersoon: Jacqueline van Zwam

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Analyse	4
2.1 Gemeenten in het algemeen	4
2.2 Gemeente Harderwijk	4
2.3 Communicatie binnen de gemeente Harderwijk	11
2.4 Afstudeeropdracht	14
3. Aanpak/methode.....	16
3.1 Hoofdvraag	16
3.2 Deelvragen.....	16
3.3 Onderzoeksmethoden.....	17
3.4 Onderzoekopzet.....	17
3.5 Verwerking onderzoeksresultaten.....	18
4. Procesverslag	20
4.1 PvA versus onderzoeks- en adviesrapport	20
4.2 Verloop planning.....	21
4.3 Risico's en problemen	22
4.4 Urenverantwoording.....	23
4.5 Projectmatig werken	24
4. Evaluatie.....	26
4.1 Persoonlijke evaluatie.....	26
4.2 Evaluatie vanuit de optiek van de opdrachtgever.....	26
4.3 Evaluatie vanuit de optiek van de organisatie.....	27
4.4 Evaluatie vanuit Bedrijfscommunicatieperspectief	27
Bibliografie	29
Bijlagen.....	32
Bijlage 1: Plan van Aanpak	32
Bijlage 2: Feedbackverslag	33
Bijlage 3: Oproep deelname enquête in regionale krant 'Het Kontakt'	61

1. Inleiding

Voor u ligt mijn afstudeerrapport; één van de producten waaraan ik tijdens de afstudeerperiode gewerkt heb. Naast dit afstudeerrapport is er een onderzoeks- en adviesrapport geschreven voor de gemeente Harderwijk. De webmaster van de gemeente Harderwijk vroeg zich af hoe de gemeente Harderwijk haar website zo kan ontwikkelen, dat deze beter aansluit bij de beleving, wensen en behoeften van de inwoners en ondernemers van Harderwijk. Door het uitvoeren van verschillende vormen van onderzoek, heb ik deze vraag kunnen beantwoorden.

In dit afstudeerrapport beschrijf ik hoe dit proces is verlopen. Allereerst analyseer ik de gemeente Harderwijk, hierbij ga ik onder andere in op de missie, visie en kernwaarden en de strategische doelen. Door middel van een DESTEP-analyse analyseer ik de externe omgeving van de gemeente Harderwijk en door middel van een SWOT-analyse beschrijf ik de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van de gemeente Harderwijk.

In hoofdstuk drie ga ik nader in op de aanpak die ik heb gehanteerd om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden. In dit hoofdstuk kunt u de hoofdvraag en deelvragen lezen en beschrijf ik op welke wijze ik onderzoek heb uitgevoerd.

In hoofdstuk vier beschrijf welke problemen ik tegen ben gekomen en hoe ik deze opgelost heb, welke keuzes ik heb gemaakt en waarom ik deze keuzes heb gemaakt. Ook beschrijf ik het verloop van de planning en geef ik een urenverantwoording.

In hoofdstuk vijf evalueer mijn eigen handelen tijdens de afstudeerperiode. Ik geef aan over welke aspecten ik tevreden ben, en over welke aspecten minder. Daarnaast geef ik een evaluatie vanuit de optiek van de opdrachtgever en de organisatie. Tot slot evalueer ik mijn handelen vanuit het perspectief van Bedrijfscommunicatie.

Door middel van dit afstudeerrapport hoop ik u te kunnen laten zien op welke manier ik mezelf heb ontwikkeld tijdens de afstudeerperiode en in hoeverre ik de competenties van de opleiding beheers.

Ik wens u veel leesplezier.

Utrecht, 22 juni 2012
Mellanie van der Beek

2. Analyse

In dit hoofdstuk kunt u lezen wat de taken van een gemeente zijn. Daarna wordt de gemeente Harderwijk geanalyseerd. Tot slot kunt u lezen wat de aanleiding van mijn afstudeeropdracht was.

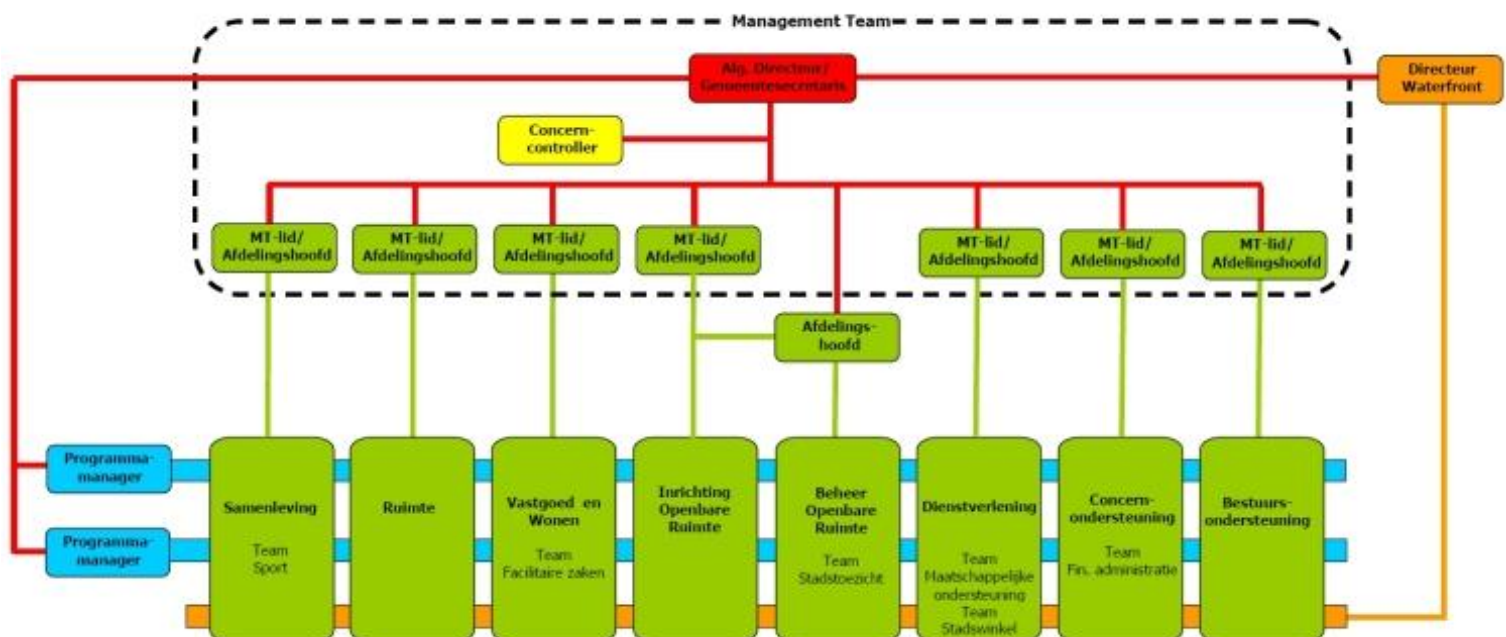
2.1 Gemeenten in het algemeen

De gemeente Harderwijk is net als andere gemeenten geen commerciële organisatie, met andere woorden; zij streven er niet naar om winst te maken. Volgens overheid.nl is een gemeente de kleinste zelfstandige bestuursseenheid. Dit houdt in dat een gemeente zich zowel aan de landelijke regelgeving houdt, als zelf regels creëert en deze regels uitvoert en naleeft. Belangrijke taken van een gemeente zijn dienstverlening en informatievoorziening. Zo zorgt zij voor voldoende woonruimte, een goede doorstroming van het verkeer en het informeren van inwoners en ondernemers van de desbetreffende gemeente.

Bronnen van inkomsten van een gemeente zijn onder andere het heffen van belastingen en parkeergelden. Het merendeel van de inkomsten van gemeenten komt vanuit een jaarlijkse subsidie van de rijksoverheid (De overheid, z.j.).

2.2 Gemeente Harderwijk

De gemeente Harderwijk bestaat uit een ambtelijke- en een bestuurlijke organisatie. Binnen de bestuurlijke organisatie vallen het college, de burgemeester en de raad. De ambtelijke organisatie bestaat uit verschillende afdelingen (samenleving, ruimte, milieu en economie, vastgoed en wonen, inrichting openbare ruimte, beheer openbare ruimte, dienstverlening, concernondersteuning en bestuursondersteuning) De ambtelijke- en bestuurlijke organisatie staan los van elkaar. Wel stuurt de bestuurlijke organisatie de ambtelijke organisatie aan. De beslissingen van de bestuurlijke organisatie zijn dus wel degelijk belangrijk, maar de ambtelijke organisatie geeft hier invulling aan. Dit gebeurt in afstemming met de portefeuillehouders door middel van een wekelijks overleg. Iedere afdeling heeft een afdelingshoofd. Dwars door de organisatie zijn er drie programmamanagers. De gemeente Harderwijk heeft ongeveer driehonderd medewerkers.



Figuur 2.1 Organogram gemeente Harderwijk

2.2.1 Afdeling bestuursondersteuning

De afdeling waarvoor het onderzoeks- en adviesrapport gemaakt is, is de afdeling bestuursondersteuning. Onder deze afdeling vallen ICT, communicatie, veiligheid, het secretariaat, bestuurszaken en GSO. De afdeling communicatie is de afdeling waar ik het meest mee te maken heb gehad, deze afdeling heeft zes communicatiemedewerkers. Deze medewerkers hebben allemaal een eigen portefeuille; zij zijn allemaal verantwoordelijk voor de communicatie van één of meerdere afdelingen. Naast zes communicatiemedewerkers is er sinds 1 maart 2012 een webmaster aangesteld. Deze webmaster zorgt er op dit moment onder andere voor dat de website up-to-date blijft en dat verbeteringen en vernieuwingen doorgevoerd worden. Ook wil hij een nieuwe strategie voor de website opstellen. Het onderzoeks- en adviesrapport is primair bedoeld voor de webmaster en team communicatie.

2.2.2 Missie, visie & kernwaarden

De missie, visie en kernwaarden van een bedrijf, beschrijven waar de gemeente Harderwijk voor staat en waar zij in de toekomst heen wil. Omdat de missie, visie en kernwaarden vastgesteld zijn door de gemeente, worden deze geciteerd van de website harderwijk.nl.

Missie

“De gemeente Harderwijk streeft naar een optimaal leefklimaat voor burgers, bedrijven en organisaties, nu en in de toekomst en stemmen onze dienstverlening hier zo goed mogelijk op af. De gemeente Harderwijk spant zich maximaal in dit te bereiken met verantwoordelijkheid, transparantie en betrokkenheid als uitgangspunten.

Een belangrijke voorwaarde hiervoor is dat de gemeente in haar werk vertrouwd is met de prestaties die worden verwacht. Burgers, bedrijven en instellingen moeten erop kunnen vertrouwen dat de gemeente zich richt op datgene wat de samenleving van haar verlangt, op de kwaliteit van de door haar geleverde producten en diensten en op de prestaties die ze daarvoor moet leveren. Het vormt een uitdaging om dit te realiseren.

De houding van de gemeente laat zich het best als volgt omschrijven:

1. als dienstverlener is de gemeente burgergericht en proactief naar haar burgers;
2. als handhaver is de gemeente consequent en voorspelbaar naar haar burgers;
3. als ontwikkelaar is de gemeente visionair en samenwerkend t.a.v. maatschappelijke vraagstukken;
4. als beheerder is de gemeente rationeel en flexibel richting gebruikers van de openbare ruimte;
5. als politieke organisatie is de gemeente herkenbaar en aanspreekbaar (Gemeente Harderwijk a, z.j.).”

Visie

“Door een hoog dienstverlenend gehalte na te streven voor burgers, bedrijven en instellingen, levert de gemeente een bijdrage aan een groeiende welvaart in de stad en een betere leefomgeving.

De gemeente is ervan overtuigd dat Harderwijk een stad is met kwaliteiten. Ze vindt dat iedereen bij de stad hoort, zonder onderscheid of drempels. Ze wil een nieuwe inhoud geven aan de relatie tussen burger en bestuur: open, transparant en met de hoge ambitie dat iedereen beseft dat het gemeentebestuur zijn of haar bestuur is” (Gemeente Harderwijk b, z.j.).

Kernwaarden

“Harderwijk is een ondernemende stad met een open, menselijk karakter waar men op een ontspannen wijze kan wonen, werken en genieten.

Open

Harderwijk is toegankelijk en gastvrij. Een gemoedelijke stad met een menselijk karakter. Harderwijk is goed bereikbaar in het midden van het land.

Vertaalslag naar de gemeente Harderwijk

De medewerkers van de gemeente Harderwijk zijn betrokken bij hun werk en de burgers in onze stad. Ze staan voor de burgers klaar en zijn er voor hen. Ze zijn integer en aanspreekbaar. Ze werken heel transparant en zijn toegankelijk en bereikbaar.

Ontspannen

In Harderwijk is het genieten. Een complete, veelzijdige stad met een unieke combinatie van water, natuur en cultuur. Harderwijk biedt rust en ruimte.

Vertaalslag naar de gemeente Harderwijk

De medewerkers van de gemeente Harderwijk zijn flexibel, vriendelijk en hebben respect voor elkaar en de burgers.

Ondernemend

Harderwijk is een levendige stad aan het water met tal van activiteiten en evenementen op het gebied van uitgaan, sport, cultuur en natuur. Harderwijk bouwt gezamenlijk aan de toekomst met veelbelovende bouw- en ontwikkelprojecten. Harderwijk speelt een centrale rol in de regio.

Vertaalslag naar de gemeente Harderwijk

De medewerkers van de gemeente Harderwijk ontwikkelen ideeën en projecten samen met inwoners en bedrijven. Ze hebben een hands-on mentaliteit (aankloppen). Met een hoog dienstverlenend niveau leveren ze een daadkrachtige bijdrage aan de welvaart in de stad en een goede leefomgeving" (Gemeente Harderwijk c, z.j.).

2.2.3 Strategische doelen

De gemeente Harderwijk heeft een aantal strategische doelen opgesteld die zij proberen na te streven. Deze doelen staan hieronder geformuleerd:

- "Versterken slagvaardigheid van de organisatie

Meer programmatisch werken om in te spelen op de wensen en behoeften van de klant.

- Vergroten klantgerichtheid van de organisatie

Medewerkers zijn meer gericht op het vervullen van de behoeften van de klanten (Harderwijkse Werkwijze)

- Versterken samenwerking in de regio: Zeewolde, Putten, Ermelo en Harderwijk zullen meer samenwerken.

- Invulling geven aan het nieuwe werken. De medewerkers meer ruimte geven voor zelfsturing en initiatief" (Hummel et al, 2011).

2.2.4 Imago & identiteit

In 2008 heeft de gemeente Harderwijk onderzoek laten doen naar het imago van de stad Harderwijk. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat men Harderwijk als ontspannend, gemoedelijk en levendig ziet.

Samen met stichting HaRT (een lokaal platform voor toerisme en recreatie in Harderwijk) heeft de gemeente bepaald wat de gemeente in zijn geheel wil uitstralen. Het gaat hierbij niet alleen om de stad Harderwijk, maar ook om de gemeente als organisatie, de burgers, de ondernemers, en het dorp Hierden. Stichting HaRT en de gemeente willen dat Harderwijk gezien wordt als open, ontspannend en ondernemend (Couvret, 2008, p. 6). Uit deze gewenste identiteit komen de kernwaarden voort, die u in hoofdstuk 2.2.2 heeft kunnen lezen.

2.2.5 Bedrijfscultuur

Tijdens de afstudeerperiode heb ik de bedrijfscultuur van de gemeente Harderwijk mogen ervaren. Deze cultuur laat zich omschrijven als open en gemoedelijk. De deuren van de kantoren staan altijd open en het is gebruikelijk om bij elkaar naar binnen te lopen. De gemeente Harderwijk laat haar werknemers erg vrij en vertrouwt op de juiste instelling van haar werknemers. Werktijden mogen tot op zekere hoogte zelf bepaald worden en ook thuis werken is geen probleem. Alle werknemers kennen elkaar van gezicht en in de meeste gevallen van naam. Iedereen groet elkaar en van een strikte hiërarchie is in de praktijk geen sprake. Een goed voorbeeld hiervan is dat de directeur regelmatig even bij de verschillende afdeling binnenloopt en dat de deur van de burgemeester altijd openstaat.

2.2.6 DESTEP-analyse

Om de externe omgeving van de gemeente te kunnen analyseren is, is er een DESTEP-analyse (Muilwijk, z.j. a) opgesteld. Deze analyse geeft inzicht in demografische, ecologische, sociaal-culturele, technologische, economische en politiek-juridische factoren. Door de externe factoren te analyseren, kan er beter ingespeeld worden op ontwikkelingen in de omgeving van Harderwijk. Zowel de DESTEP-analyse als de SWOT-analyse (zie paragraaf 2.2.7) zijn ook in het onderzoeks- en adviesrapport geformuleerd.

Demografische factoren

Nederland had in oktober 2011 16.655.799 inwoners, 49,5% van deze inwoners is man en 50,5% is vrouw (CBS, 2011). Harderwijk had op 1 januari 2012 45.429 inwoners. 49,2% van deze inwoners is man, 50,8% is vrouw. Van deze inwoners is 66,5% tussen de 15 en 64 jaar oud. Harderwijk telt 18.836 huishoudens. Op 1 januari 2012 telde Harderwijk 6.946 huishoudens met inwonende kinderen (CBS, 2012).

Economische factoren

Het gemiddeld persoonlijk inkomen van een inwoner in Harderwijk is op 1 januari 2012 € 29.200. Dit getal ligt iets onder het landelijk gemiddelde van € 30.100. De werkloosheid (van de bevolking tussen de 15 en 64 jaar) was in december 2011 3,4%. (CBS, 2012). Hiervan was 52,6% man en 47,4% vrouw. Er zijn meer laagopgeleiden dan hoogopgeleiden werkloos. In 2011 waren er 22.690 banen in Harderwijk. In deze periode hadden zich 3.130 bedrijven in Harderwijk gevestigd (LISA, 2011).

Sociaal- culturele factoren

29% van de beroepsbevolking van Harderwijk is hoogopgeleid. Dit houdt in dat hun hoogst genoten opleiding een HBO of WO is. Het percentage hoogopgeleiden in Nederland is iets meer dan 25% (Het Compendium van de Leefomgeving, 2011). Het leesniveau van 40% van de Nederlanders ligt op taalniveau B1. Omdat het percentage hoogopgeleiden in Harderwijk en hoogopgeleiden in Nederland bijna gelijk is, mogen we aannemen dat het leesniveau ook voor Harderwijk geldt. Taalniveau B1 wordt ook wel eenvoudig Nederlands genoemd. BureauTaal schrijft op haar website dat teksten op dit taalniveau een logische opbouw hebben en korte, persoonlijke en actieve zinnen bevatten waarin veelvoorkomende woorden worden gebruikt. Ongeveer 95% van de Nederlanders begrijpt dit taalniveau (BureauTaal, 2008).

Now Nederland, een online platform voor design- en internetprofessionals, stelt dat er een enorm verschil is tussen laag- en hoogopgeleiden wat betreft het bezoeken van overheidswebsites. In 2011 bezocht 35% van de lager opgeleiden wel eens een overheidswebsite, tegenover 83% hoger opgeleiden. Mannen bezoeken vaker een overheidswebsite dan vrouwen (Now Nederland, z.j. a). 91% van de huishoudens in Nederland heeft een internetaansluiting en 73% van de Nederlanders gebruikt het internet dagelijks (Now Nederland, z.j. b). Dit betekent dat de meeste laagopgeleiden wel een internetverbinding hebben, maar een groot gedeelte van deze groep geen overheidswebsites bezoekt.

Technologische factoren

In 2011 had 51% van de Nederlanders toegang tot mobiel internet (Now Nederland, 2011c.). Door de verdere digitalisering zal niet iedereen de website van de gemeente Harderwijk vanaf zijn of haar vaste computer bezoeken. Ook onderweg, met een smartphone of tablet, wil men makkelijk en snel informatie kunnen opzoeken. De tabletmarkt groeit momenteel in rap tempo. Uit het onderzoek 'Trends in digitale media' van Intomart GfK blijkt dat er in december 2011 1.7 miljoen tabletbezitters waren in Nederland. Ook is gebleken dat een tablet gemiddeld twee gebruikers heeft. Uit het onderzoek blijkt tevens dat ook de populariteit van smartphones blijft stijgen. In december 2011 hadden 5,5 miljoen mensen een smartphone (Intomart GfK, z.j.).

Volgens het jaarlijks onderzoek van Cisco, wereldwijde marktleider op het gebied van onder andere netwerkapparatuur, zullen er in 2016 wereldwijd 18,9 miljard netwerkverbindingen zijn. In 2011 waren er 10,3 miljard netwerkverbindingen. Verder valt in het onderzoek te lezen dat in 2011 94% van het internetverkeer door pc's werd gegenereerd. In 2016 zal dit getal dalen naar 81% omdat steeds meer mensen gebruik gaan maken van tablets en smartphones (Cisco, zoals geciteerd in DutchCowboys, 2012). Om haar websitebezoekers te kunnen blijven bedienen, zal de gemeente Harderwijk hier rekening mee moeten gaan houden.

Ecologische factoren

Op dit moment is de gemeente Harderwijk bezig met het veranderen van de kustomgeving van Harderwijk, dit project draagt de naam Waterfront. Het doel van dit project is de 'leefbaarheid in het centrum sterk verbeteren'. Het project strekt zich uit over zes kilometer kustzone. Naast 1.600 nieuwe woningen en een verbeterde toevoer van het verkeer zal er ook een stadsstrand en een natuurgebied worden gerealiseerd. Het project Waterfront moet omstreeks 2018 klaar zijn (Gemeente Harderwijk d, z.j.). Deze ontwikkelingen kunnen de inwoners en ondernemers van Harderwijk behoorlijk bezighouden en kunnen zorgen voor een toename van het websitebezoek. Daarnaast kan het zo zijn dat het imago van de gemeente Harderwijk door dit project in positieve of negatieve zin verandert.

Politiek- juridische factoren

Vanuit de overheid zijn er webrichtlijnen opgesteld. Deze webrichtlijnen geven aan waar overheidswebsites aan moeten voldoen (Logius, z.j.). Sinds 1 januari 2011 zijn gemeenten verplicht hier aan te voldoen. Toch zijn er nog veel gemeenten (waaronder de gemeente Harderwijk) die deze webrichtlijnen nog niet hanteren. Het is niet duidelijk of er in de toekomst sancties zullen volgen op het niet voldoen aan de webrichtlijnen.

Wijzigingen in wet- en regelgeving kunnen er voor zorgen dat mensen bepaalde onderwerpen tijdelijk meer bekijken op de website van de gemeente Harderwijk. Zo is het vanaf 26 juni 2012 niet meer mogelijk om een kind bij te schrijven in een paspoort (Gemeente Harderwijk e, z.j.). Alle bijschrijvingen vervallen op deze datum. Dit betekent dat kinderen zelf een paspoort moeten aanvragen. Het aanvragen van een eigen paspoort was mogelijk tot 1 mei 2012. Deze nieuwe regel zorgt voor meer drukte in het gemeentehuis. Ook kan het zo zijn dat meer mensen hier informatie over opzoeken, bijvoorbeeld op de gemeentelijke website.

2.2.7 SWOT-analyse

Om te achterhalen, waar de sterke en zwakke punten en de bedreigingen en kansen liggen van de gemeente Harderwijk, is er een SWOT-analyse opgesteld (zie figuur 1.2)(Mullwijk, z.j. b). De SWOT-analyse is gericht op de gemeentelijke website. Er is gekeken naar de sterke en zwakke punten van de website en de bedreigingen en kansen van buitenaf.



Strengths

- ❖ Door de aanstelling van de webmaster is er meer kunde, kennis en tijd om de website te optimaliseren. Hierdoor zou de gemeente Harderwijk aan haar ambitie kunnen voldoen om haar publiek nog beter te kunnen bedienen en om koploper van de regio te worden met haar website.
- ❖ De gemeente doet aan benchmarking met andere gemeenten zodat zij scherp blijft, van andere gemeenten kan leren en de positie ten opzichte van andere gemeenten kan bepalen.

Weaknesses

- ❖ Door gebrek aan concurrentie is de website van de gemeente Harderwijk weinig vernieuwend. Omdat de gemeente Harderwijk geen echte concurrenten heeft, bestaat de mogelijkheid dat zij weinig vernieuwend zullen handelen. Wanneer een bedrijf flinke concurrentie heeft, zal het constant scherp blijven. Deze bedrijven zijn constant op zoek naar vernieuwingen en verbeteringen, en zullen hun website inzetten om hun concurrenten altijd één stap voor te zijn. De gemeente Harderwijk heeft geen concurrenten en het maakt in theorie niet uit of de website wel of niet gebruiksvriendelijk is. Bezoekers zullen de website waarschijnlijk blijven bezoeken, omdat zij niet bij andere gemeenten terecht kunnen.
- ❖ Achter de huidige website zit geen plan of strategie. Er staat niet of nauwelijks iets op papier dat de destijds gemaakte keuzes voor de website verantwoordt. Er is geen beleidsplan waarin staat welke zaken wel of niet op de website gepubliceerd mogen worden en op welke manier dit moet gebeuren.
- ❖ De techniek achter de website is verouderd. Ook is de website nog niet ingericht op het bezoeken van de website met een smartphone of tablet.
- ❖ Er is een gebrek aan kennis en/of motivatie onder informatieleveranciers wat betreft het schrijven voor het web. Informatieleveranciers hebben vanuit de gemeente Harderwijk niets geleerd over webgericht schrijven. Dit zorgt ervoor dat sommige teksten op een te hoog taalniveau worden geschreven, vol staan met vaktermen of van slechte kwaliteit

zijn. Daarnaast is niet iedere informatieleverancier gemotiveerd om regelmatig teksten te plaatsen en deze bij te houden. Dit zorgt ervoor dat er over het ene onderwerp heel veel informatie te vinden is op de website (bijvoorbeeld over sport) en over het andere onderwerp veel minder (bijvoorbeeld bouw).

Opportunities

- ❖ Door de aanhoudende en de nog steeds toenemende digitalisering raakt de samenleving steeds meer gewend aan het online regelen van zaken en het opzoeken van informatie. Wanneer de gemeente Harderwijk besluit om meer producten en diensten online aan te bieden, is er een kans dat mensen hier meer gebruik van gaan maken.
- ❖ Door het samenwerkingsverband Meerinzicht kan er meer kennis gedeeld en informatie uitgewisseld worden tussen de deelnemende gemeenten. Dit kan er voor zorgen dat de gemeente Harderwijk scherp blijft en dat ontwikkelingen sneller plaatsvinden.

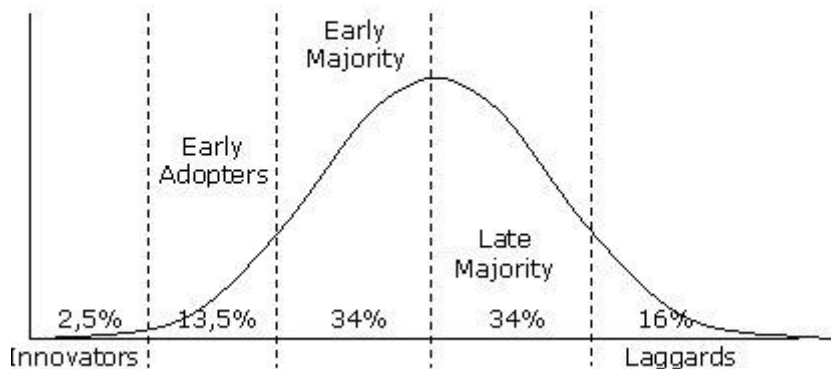
Threats

- ❖ Door de hoeveelheid informatie en de vele gedateerde publicaties op de website, kan het voor websitebezoekers moeilijk zijn om de juiste informatie en diensten op de website te vinden. Op dit moment wordt bijna alle openbare informatie op de website geplaatst. Geen enkele publicatie wordt gewist of gearchiveerd. De website wordt door veel medewerkers gezien als een groot archief met oneindige schapruimte. Door deze enorme hoeveelheid informatie is er een kans dat de websitebezoeker niet de informatie kan vinden waarnaar hij of zij op zoek is. Hierdoor kan het zijn dat een websitebezoeker de volgende keer kiest voor een ander communicatiekanaal, zoals een belletje naar het Klant Contact Centrum of een bezoek aan de stadswinkel.
- ❖ Vanuit de overheid zijn er een aantal webrichtlijnen opgesteld. Deze webrichtlijnen geven aan waar overheidswebsites aan moeten voldoen. Sinds 1 januari 2011 zijn gemeenten verplicht hier aan te voldoen. Toch zijn er nog veel gemeenten (waaronder de gemeente Harderwijk) die hier nog niets mee doen. Het is nog niet duidelijk of er in de toekomst sancties zullen volgen wanneer een gemeentelijke website niet aan de webrichtlijnen voldoet. Wanneer de gemeente Harderwijk de webrichtlijnen niet oppakt, kan dit in de toekomst een bedreiging vormen.

2.2.8 Adoptiecurve van Rogers

Om vast te kunnen stellen op welke manier de gemeente Harderwijk momenteel omgaat met trends en ontwikkelingen, wordt de adoptiecurve van Rogers gebruikt. Desirée van Osch en Arno van Doorn schrijven in het boek 'Communicatiekunde' dat de adoptiecurve gebruikt wordt om het verloop van de introductie van een nieuw product te bepalen (Rogers, zoals geciteerd in van Doorn & van Osch, 2006, p. 96). De adoptiecurve van Rogers wordt weergegeven in figuur 2.3.

Rogers Adoption / Innovation Curve



Figuur 2.3 Adoptiecurve van Rogers (Kerkhofs, z.j.)

De curve kent verschillende gebruikerstypes. De Innovators zijn degene die een product als eerste gebruiken, of in dit geval een trend of ontwikkeling als eerste toepassen, 2,5% van de gebruikers zijn Innovators. Daarnaast zijn er de Early Adopters, zij worden als vroege overnemers gezien. De Early Majority is een relatief grote groep mensen (34%) die de Early Adopters volgen en al snel een trend of ontwikkeling overnemen. De Late majority neemt een product, trend of ontwikkeling pas in een laat stadium over. Tot slot zijn er de Laggards, deze groep mensen zal een trend of ontwikkeling pas overnemen als het echt niet anders kan (van Doorn & van Osch, 2006, p. 96).

De gemeente Harderwijk past trends en ontwikkelingen momenteel pas in een laat stadium toe. Dit heeft verschillende oorzaken, zowel op het gebied van techniek als op het gebied van tijd en kennis. Momenteel hoort de gemeente Harderwijk op websitegebied bij de Late Majority. Er wordt lang gewacht voordat trends en ontwikkelingen worden doorgevoerd op de website.

Om koploper te kunnen worden van de regio, zal de gemeente Harderwijk trends en ontwikkelingen in een eerder stadium moeten toepassen. De gemeente zal ervoor moeten zorgen dat zij een Early Adopter wordt of bij de Early Majority hoort.

2.3 Communicatie binnen de gemeente Harderwijk

In deze paragraaf wordt er nader ingegaan op de communicatie binnen de gemeente Harderwijk. Het communicatiebeleid, de communicatiedoelstellingen en de communicatiemiddelen worden nader toegelicht. Extra aandacht wordt er besteed aan de online communicatie.

2.3.1 Communicatiebeleid

De gemeente Harderwijk heeft onlangs een communicatiebeleid vastgesteld waarin staat op welke manier medewerkers van de gemeente het beste kunnen communiceren. Een aantal facetten uit het communicatiebeleid worden hieronder kort toegelicht.

Spelregels sociale media

De gemeente Harderwijk heeft een aantal spelregels opgesteld omtrent het gebruik van sociale media. Deze spelregels zijn te vinden op het intranet en moeten meer als richtlijn dan als regels beschouwd worden. De belangrijkste boodschappen in dit document zijn dat de medewerkers zelf verantwoordelijk zijn voor hun eigen berichten, dat het duidelijk moet zijn vanuit welke rol je berichten plaats op sociale media en dat er binnen een werkdag moet worden gereageerd op vragen en opmerkingen. Daarnaast wordt er geadviseerd om onderwerpen van negatieve aard over te laten aan de communicatiemedewerkers. Ook is er besloten om één account op Twitter te gebruiken in plaats van meerdere accounts zodat de berichtgeving eenduidig blijft en volgers niet in de war raken. Opvallend is dat er duidelijk wordt uitgelegd waarom deze richtlijnen

gehanteerd moeten worden (Gemeente Harderwijk, z.j. f).

Hanteren van de huisstijl

Op het intranet staat ook de huisstijl uitgelegd. Er wordt omschreven waarom er voor bepaalde logo's en kleurstellingen gekozen is. Ook de 'tone of voice' en het nut hiervan worden hier duidelijk omschreven (Gemeente Harderwijk, z.j. f).

Schrijfwijzer

Op het intranet staat een schrijfwijzer die medewerkers kunnen raadplegen. In deze schrijfwijzer worden allerlei schrijftips gegeven. Zo staat hier bijvoorbeeld in beschreven op welke manier je de lezer het beste kunt aanspreken en hoe je een goede brief opstelt. Onlangs heeft team communicatie een workshop 'Schrijfwijzer' georganiseerd voor alle medewerkers van de gemeente Harderwijk. Medewerkers konden zich voor deze workshop opgeven. Deze workshops zijn een aanvulling op de schrijfwijzer zoals deze op het intranet staan (Gemeente Harderwijk, z.j. g).

2.3.2 Communicatiedoelstellingen

In het communicatiebeleidsplan, dat opgesteld is door de gemeente Harderwijk, staan een aantal speerpunten geformuleerd. Bij elk speerpunt horen verschillende communicatiedoelstellingen. Het gaat om de volgende speerpunten en communicatiedoelstellingen:

"Speerpunt 1: Communicatiebewust"

De gemeentelijke organisatie is communicatiebewust. Bij onze werkzaamheden zijn wij gericht op interne en externe belanghebbenden en communiceren we proactief.

Doelstelling: Inzicht in communicatie

Wij hebben inzicht in communicatie. Wij weten wat communicatie kan bijdragen aan onze werkzaamheden. Hierdoor kunnen wij op een juiste manier communiceren.

Doelstelling: Toegankelijke en betrouwbare informatie

Onze basisdienstverlening is op orde. De gemeentelijke informatie is klantgericht, toegankelijk, begrijpelijk, snel, betrouwbaar en transparant. Door goede informatieoverdracht weten wij wat er in de organisatie gebeurt en weet de samenleving wat er in hun leefomgeving gebeurt. Zonder goede kennisdeling, geen interactie.

Doelstelling: Dialoog met de samenleving

Wij gaan de dialoog aan. Wij hebben interactie met medewerkers en de samenleving. Wij luisteren naar de samenleving, analyseren en reageren op signalen uit de samenleving via de juiste kanalen. Door interactie zijn medewerkers en de samenleving betrokken en wordt er draagvlak gecreëerd. Dit vergroot hun participatie.

Doelstelling: Communicatie in hart van werkzaamheden

Wij denken in een zo vroeg mogelijk stadium na over de inzet van communicatie bij werkzaamheden, beleidsvorming en projecten. Hierdoor wordt communicatie niet alleen ingezet als afsluiting van werkzaamheden of om problemen op te lossen. Communicatie zorgt ervoor dat wij de buitenwereld binnenhalen en goed gebruik maken van signalen.

Speerpunt 2: Sterke positie

De gemeentelijke organisatie positioneert zich eenduidig en onderscheidend.

Doelstelling: Eenduidig en herkenbaar

Wij zijn eenduidig en herkenbaar. Onze identiteit komt duidelijk tot uiting in onze huisstijl, tone of voice en gedrag. Hierdoor sluit ons imago dat bij medewerkers en de samenleving leeft, nauw aan op onze identiteit.

Doelstelling: Zichtbaar en onderscheidend

Wij zijn zichtbaar en onderscheidend. Onze communicatie heeft meer kwaliteit. Hierdoor is de impact en de exposure van onze communicatie groter.

Doelstelling: Risico managend

Wij schatten risico's goed in en anticiperen daarop. Vervolgens reageren wij adequaat op onvoorziene calamiteiten en crisissen. Hierdoor voorkomen of verkleinen wij eventuele schade aan het imago van de organisatie en aan het imago van de stad.

Speerpunt 3: Vernieuwend

De gemeentelijke organisatie is vernieuwend en heeft lef.

Doelstelling: Out of the box

Wij maken gebruik van nieuwe communicatiestrategieën. We denken buiten de kaders, zijn origineel en creatief.

Doelstelling: Koploper

Wij maken gebruik van communicatiemiddelen die aansluiten bij de behoefte van de ontvanger. Wij zijn koploper als het gaat om de inzet van nieuwe communicatiemiddelen.

Doelstelling: Lef

Wij tonen lef door buiten de bewandelde paden te treden. Wij gaan de interactie aan met medewerkers en de samenleving en staan open voor feedback" (Gemeente Harderwijk, 2012).

2.3.3 Communicatiemiddelen

Wanneer er naar de bezoekerscijfers gekeken wordt, kan er geconcludeerd worden dat de website een belangrijk communicatiemiddel is. De website gemiddeld heeft gemiddeld ruim 17.000 bezoekers per maand en wordt ingezet als corporate communicatiemiddel.

Naast de website worden er nog andere communicatiemiddelen gebruikt. Deze staan hieronder beschreven:

Corporate communicatiemiddelen

- ❖ Wekelijkse publicatie in 'Het Kontakt'
- ❖ Het Burgerjaarverslag
- ❖ Twitter
- ❖ Stadswinkel: De stadswinkel is de fysieke balie van de gemeente Harderwijk en kan ook gezien worden als een communicatiekanaal. Ook hier komen mensen om vragen te stellen, producten af te nemen en informatie te krijgen.

Projectmatige communicatie-uitingen

- ❖ Website Waterfront
- ❖ Folders
- ❖ E-mails
- ❖ Brieven
- ❖ Advertenties
- ❖ Bijeenkomsten

2.3.4 Online communicatie

De gemeente Harderwijk heeft geen duidelijk online communicatiebeleid voor haar website. Er is wel een beleid opgesteld over het omgaan met en het gebruiken van sociale media, maar op websitegebied zijn er geen regels vastgesteld. Momenteel zijn er veertig medewerkers van de Gemeente Harderwijk die een account op de website hebben, dit zijn de informatieleveranciers. Deze informatieleveranciers plaatsen berichten of artikelen over hun eigen vakgebied op de website. Iedere afdeling heeft 3,6 uur per week beschikbaar voor de website. Er zijn geen regels opgesteld over het aantal berichten dat zij moeten plaatsen of over de lengte van teksten. Dit zorgt ervoor dat er over de afdelingen waarvan de informatieleveranciers het leuk vinden om met de website bezig te zijn, heel veel informatie te vinden is. Over de afdelingen waarvan de informatieleveranciers het niet leuk vinden om met de website bezig te zijn, is veel minder informatie te vinden. Sommige onderwerpen zijn dus ondervertegenwoordigd en andere onderwerpen zijn oververtegenwoordigd op de website. De berichten op de website zijn van verschillende lengte en kwaliteit.

Van Ruler omschrijft de online communicatie op de website van de gemeente Harderwijk als communicatie als proces van uitstoot. Dit betekent dat er geen rekening gehouden wordt met de behoeften van de ontvanger en dat er nauwelijks nagedacht wordt over op welke manier de websitebezoekers omgaan met de informatie en wat zij er van vinden (Van Ruler, zoals geciteerd in van Doorn & van Osch, 2006, p. 121 & 122).

2.4 Afstudeeropdracht

De afstudeeropdracht is uitgevoerd binnen de gemeente Harderwijk. Omdat ik me verder wilde specialiseren in online communicatie, was ik op zoek naar een opdracht die hierbij aansloot. Tijdens mijn stage bij Sanoma Media heb ik mogen ervaren hoe het is om in een commerciële organisatie te werken. Om ook te ervaren hoe het is om voor een niet-commercieel bedrijf te werken, heb ik gebeld met de gemeente Harderwijk. Het bleek dat ik precies op het goede moment belde; er was net een webmaster aangesteld die de website naar een hoger niveau wilde tillen en wilde weten op welke manier hij dit het beste kon doen. In deze paragraaf beschrijf ik de aanleiding van de afstudeeropdracht, de hoofdvraag en de doelstellingen.

2.4.1 Aanleiding

Binnen de gemeente Harderwijk is sinds 1 maart 2012 een webmaster aangesteld die zich bezig houdt met het verbeteren en vernieuwen van de website. Voorheen was er niemand die zich fulltime met dit soort zaken kon bezighouden. De belangrijkste informatie werd op de website gezet, maar er was de afgelopen jaren niet genoeg mankracht om trends en vernieuwingen door te voeren. Om deze reden zijn er, sinds de website is vernieuwd in 2009, nauwelijks verbeteringen of veranderingen doorgevoerd.

Met de komst van de webmaster is er meer kennis, kunde en tijd om de website naar een hoger niveau te tillen. De webmaster heeft aangegeven dat de huidige website van de gemeente Harderwijk niet goed aansluit op de behoeften van haar bezoekers. Daarnaast heeft het managementteam van de Gemeente Harderwijk, naar aanleiding van een in 2011 geschreven intern beleidsplan over nieuwe media, aangegeven met haar website koploper te willen zijn van de regio.

Om deze doelen te kunnen verwezenlijken, wilde de webmaster dat er onderzocht werd met welke redenen inwoners en ondernemers van Harderwijk momenteel de gemeentelijke website bezoeken en wat de gemeente Harderwijk hen in de toekomst moet gaan bieden. Daarnaast wilde hij ook graag dat er onderzocht werd op welke manier de gemeente invulling kan geven aan de wens van het managementteam om koploper te worden van de regio.

2.4.3 Doelstellingen

Het doel van het onderzoek is om de beleving, behoeften en wensen van de inwoners en ondernemers van Harderwijk met betrekking tot de gemeentelijke website in kaart te brengen. Aan de hand van de uitkomsten van deze onderzoeksresultaten zijn er aanbevelingen geformuleerd. De onderzoeksresultaten en de aanbevelingen zal de webmaster handvatten bieden om een nieuwe strategie te bepalen voor de website. Daarnaast zal hij beslissen of hij verbeteringen door wil voeren op de huidige website of dat er een nieuwe website moet komen.

2.4.4 Doelgroepen

De gemeente Harderwijk bedient verschillende doelgroepen op haar website. De huidige website richt zich vooral op inwoners, ondernemers en toeristen. Daarnaast zijn er nog de non-profit organisaties zoals verenigingen en zorginstellingen.

3. Aanpak

In dit hoofdstuk wordt de aanpak die is gehanteerd om tot een goed onderzoeks- en adviesrapport te komen, geformuleerd.

3.1 Hoofdvraag

Met het de aanleiding en de doelstellingen in het achterhoofd, is de volgende hoofdvraag geformuleerd: *Hoe kan de gemeente Harderwijk haar website zo ontwikkelen dat deze beter aansluit bij de beleving, wensen en behoeften van de inwoners en ondernemers van Harderwijk?*

3.2 Deelvragen

Om de hoofdvraag goed te kunnen beantwoorden, zijn er een aantal deelvragen opgesteld. Deze deelvragen zorgen er voor dat er gericht onderzoek gedaan kan worden. Met een antwoord op de verschillende deelvragen, is de hoofdvraag beantwoord.

De volgende deelvragen zijn beantwoord:

- ❖ Wat is de voornaamste reden dat inwoners ondernemers van Harderwijk momenteel de gemeentelijke website bezoeken?

Voor deze deelvraag is gekozen om de toptaken van de bezoekers te kunnen achterhalen. Wanneer er duidelijk is met welke redenen de website bezocht wordt, kan de gemeente Harderwijk haar website hier beter op inrichten. Hierdoor sluit de website beter aan op de beleving, wensen en behoeften van de websitebezoeker.

- ❖ Welke informatie en diensten willen de inwoners van Harderwijk op de website kunnen vinden?
- ❖ Welke informatie en diensten willen de ondernemers van Harderwijk op de website kunnen vinden?

Deze deelvragen zijn opgesteld om erachter te komen welke informatie en diensten de inwoners en ondernemers nog missen op de website. Samen met de uitkomsten van het huidige websitebezoek, zorgt dit ervoor dat de gemeente Harderwijk beter weet waar zij zich op moet richten met de gemeentelijke website.

- ❖ Wat wil de gemeente Harderwijk terug zien op de website? En zijn er zaken die niet op de website mogen komen?

Omdat er een goede verhouding moet zijn tussen de informatiebehoefte van de inwoners en ondernemers en de informatie die de gemeente zelf wil zenden, is er in kaart gebracht wat de gemeente Harderwijk terug wil zien op de website.

- ❖ Waar komen bezoekers van het stadswinkel¹ precies voor? Kunnen deze zaken ook online worden afgehandeld?

Deze deelvraag sluit aan bij de eerste drie deelvragen. Door in kaart te brengen welke producten en diensten in de stadswinkel afgenomen worden en voor welke informatie de bezoekers komen, kan er bepaald worden welke zaken eventueel op de website geplaatst kunnen worden.

- ❖ Wat doen andere gemeenten in de regio met hun website? Waarom doen zij wat ze doen?

¹ De stadswinkel is de fysieke balie van de gemeente Harderwijk.

Het is belangrijk om te weten wat de 'concurrentie' doet. Dit zorgt ervoor dat het wiel niet twee keer uitgevonden hoeft te worden. Om van buurtgemeenten te kunnen leren en om de positie van de gemeente Harderwijk ten opzichte van de gemeenten in de regio te bepalen, is er voor gekozen om de gemeenten in de regio te analyseren.

- ❖ Wat zou de gemeente Harderwijk moeten doen om in de regio koploper te worden met de website?

Deze deelvraag sluit niet optimaal aan op de hoofdvraag, maar het is een deelvraag die de gemeente Harderwijk graag beantwoord wilde hebben. De webmaster wil met de uitkomsten van het onderzoek een nieuwe strategie vaststellen en wil hier ook in omschrijven hoe zij een koploperspositie kan behalen.

3.3 Onderzoeksmethoden

De definities van de verschillende onderzoeksmethoden, die zijn gebruikt om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden, worden in deze paragraaf omschreven.

Survey-onderzoek

Er zijn verschillende manieren om een onderzoek uit te voeren. Het survey-onderzoek is er hier één van. Piet Verschuren en Hans Doorewaard, beschrijven in het boek 'Het ontwerpen van een onderzoek' de term 'survey' als volgt: "Een [...] onderzoek met grote aantallen willekeurig gekozen onderzoekseenheden, waarbij u een breed overzicht over het terrein in kwestie wilt krijgen, noemt men wel een survey-onderzoek" (Doorewaard & Verschuren, 2007, p. 162). In een survey-onderzoek wordt een groot aantal eenheden onderzocht en het is een arbeidsextensieve manier van onderzoeksgegevens verzamelen. Het onderzoek gaat meer de breedte in dan de diepte en heeft een aselechte steekproef. In een survey-onderzoek worden kwantitatieve gegevens verzameld (Doorewaard & Verschuren, 2007, p. 166).

Cross sectioneel onderzoek

Onder de noemer 'survey' vallen verschillende soorten onderzoek. De enquête die is gehouden onder websitebezoeker wordt ook wel een cross sectioneel onderzoek genoemd. Dit betekent dat er op één tijdstip materiaal wordt verzameld bij één en dezelfde groep (websitebezoekers) (Doorewaard & Verschuren, 2007, p. 167).

Literatuuronderzoek

Naast het cross sectionele onderzoek, is het antwoord op de hoofdvraag voor een groot deel gevonden door literatuuronderzoek. Ik heb er hierbij voor gekozen om bestaande gegevens te analyseren. In het boek 'Wat is onderzoek' schrijft Nel Verhoeven dat het analyseren van bestaande gegevens een vorm van kwantitatief onderzoek is (Verhoeven, 2007 p. 86).

3.4 Onderzoeksopzet

De deelvragen zijn beantwoord door op verschillende manieren onderzoek uit te voeren. Er is gekozen voor het uitvoeren van een eigen onderzoek. Er zijn al aardig wat onderzoeken over dit onderwerp uitgevoerd, maar deze zijn allemaal redelijk algemeen. Om wat meer de diepte in te gaan met het rapport is ervoor gekozen om ook een eigen onderzoek uit te voeren. De onderzoeksopzet is gemaakt aan de hand van het boek 'Het ontwerpen van een onderzoek' van Piet Verschuren en Hans Doorewaard (Doorewaard & Verschuren, 2007, pp. 133-146, 166, 167, 201) en het boek 'Wat is onderzoek' van Nel Verhoeven (Verhoeven, 2009, pp 25, 103-107).

Om erachter te komen op waarom inwoners en ondernemers momenteel de website bezoeken, zijn de statistieken van de website geanalyseerd in het programma OneStat (OneStat Enterprise, 2012). Hierbij is gekeken naar de meest bezochte pagina's en de meest gezochte woorden in

zoekmachines. Ook is er enquête gehouden onder de inwoners en ondernemers waarin werd gevraagd wie zij zijn en wat zij kwamen doen op de website. Deze enquête is afgenomen van het bedrijf AGConsult (AGConsult, z.j.). Hier is voor gekozen omdat de gemeente Zeewolde hier goede ervaringen mee had en de webmaster van de gemeente Harderwijk hier een voorkeur voor had. Bij de enquête hoorde ook een broncode die ervoor zorgde dat de enquête direct naar voren kwam wanneer de website werd geopend. Er is gekozen om dezelfde vragen te stellen aan de bezoeker als de gemeente Zeewolde heeft gedaan. Dit omdat dit precies de vragen waren waarop ik het antwoord wilde weten.

Om te weten te komen welke informatie en diensten de inwoners en ondernemers van Harderwijk op de website willen kunnen vinden, is er deskresearch gedaan. Verschillende bestaande onderzoeken over de behoeften van inwoners en ondernemers zijn hiervoor geraadpleegd. De belangrijkste onderzoeken bij de beantwoording van deze deelvragen zijn de onderzoeksrapporten van Ernst en Young over burgers en ondernemers en eDienstverlening (Ernst & Young a, 2009 & Ernst & Young b, 2009) en een onderzoeksrapport van de Universiteit Twente over de motivaties en het gedrag van burgers ten aanzien van overheidswebsites (van Dijk, ten Tije & Wijngaert, 2011, p. 27, 29 & 30). Daarnaast is er een aanvullende verkenning gehouden onder de websitebezoekers door middel van een enquête. In deze enquête werd onder andere gevraagd welke informatie en diensten zij missen op de website. De vragen van de enquête zijn opgesteld aan de hand van het boek 'Wat is onderzoek' (Verhoeven, 2009 p 103.). Daarna heb ik de vragen nog laten lezen door de webmaster van de gemeente Harderwijk. De enquête is uitgevoerd onder websitebezoekers. Daarnaast is er geënuquëteerd in de stadswinkel.

Omdat de gemeente Harderwijk zelf ook informatie wil zenden, zijn hier met medewerkers van verschillende afdelingen gesprekken gevoerd. Tijdens deze gesprekken zijn de wensen van de gemeente naar voren gekomen.

De redenen van het bezoek aan de stadswinkel zijn in kaart gebracht door de omzetgegevens van de stadswinkel te analyseren. Er is hierbij gekeken naar welke producten het meest worden verkocht. Daarnaast is er gekeken welke informatie er te verkrijgen is bij de stadswinkel.

Om erachter te komen wat de omliggende gemeenten doen met hun website, is er een concurrentieanalyse opgesteld (van den Elzen, 2003). In deze analyse worden de websites van de verschillende gemeenten getoetst aan de hand van verschillende criteria. Daarnaast is er tijdens een workshop over webrichtlijnen, waar de omliggende gemeenten ook aan meededen, aanvullende informatie verkregen.

Er is achterhaald hoe de gemeente Harderwijk een koploperspositie kan krijgen door trends en ontwikkelingen in kaart te brengen. Ook zijn er gesprekken gevoerd met de gemeente Apeldoorn en met de gemeente Den Haag. De webmaster van de gemeente Harderwijk heeft aangegeven deze gemeenten als koplopers te zien.

3.5 Verwerking onderzoeksresultaten

De ingevoerde antwoorden van de enquête waarin werd gevraagd naar het huidige websitebezoek, werden door AGConsult aangeleverd in een Excel bestand. Deze 834 uitkomsten heb ik gesorteerd. Allereerst ben ik groepen gaan maken van de antwoorden op de vraag: Wie bent u? De verschillende antwoorden heb ik onderverdeeld in ondernemers, inwoners, toeristen en bezoekers en anders. De antwoorden op de vraag: Wat komt u vandaag doen? heb ik onderverdeeld in dertig categorieën. Zo ontstonden er categorieën als vacatures, paspoort, contactinformatie en openingstijden. Aan de hand van deze categorieën kon ik beter bepalen voor welke informatie de bezoekers nu eigenlijk kwamen. Van deze gegevens is een codeboek gemaakt in SPSS en zijn er grafieken en tabellen gemaakt in Excel.

Tijdens de gesprekken met de omliggende gemeenten en de koplopers heb ik aantekeningen

gemaakt. Deze aantekeningen heb ik uitgewerkt tot de informatie in het onderzoeks- en adviesrapport.

De omliggende gemeenten zijn geanalyseerd en getoetst op een aantal punten. Deze bevindingen heb ik per gemeente uitgeschreven. Om een duidelijk overzicht te creëren is er een concurrentieanalyse gemaakt.

Het onderzoek naar welke informatie en diensten inwoners en ondernemers willen kunnen vinden op de website is uitgevoerd door middel van een enquête. De resultaten heb ik verwerkt in SPSS, daarnaast zijn er grafieken en tabellen gemaakt in Excel.

4. Procesverslag

In dit hoofdstuk zal ik het afstudeerproces nader omschrijven. Ik vergelijk het Plan van Aanpak met het uiteindelijke rapport en ik beschrijf hoe mijn planning is verlopen en welke problemen ik ben tegengekomen. Daarnaast zal ik mijn uren verantwoorden en beschrijf ik of het me is gelukt om projectmatig te werken.

4.1 PvA versus onderzoeks- en adviesrapport

In het Plan van Aanpak heb ik een aantal taken opgesomd waarvan ik verwachtte dat ik ze zou gaan uitvoeren tijdens de afstudeerperiode. In deze paragraaf licht ik toe welke taken ik wel uitgevoerd heb, welke niet en welke extra taken ik uitgevoerd heb om tot het onderzoeks- en adviesrapport te komen.

Geplande taken

- ❖ Deskresearch doen
- ❖ Gesprek met gemeente Zeewolde over verbeterde website Zeewolde.nl en achterliggend onderzoek
- ❖ Gesprek Peter de Moor (afdelingshoofd dienstverlening) en Erik Luijer (webmaster) over klanttevredenheidonderzoek stadswinkel
- ❖ Bij het callcenter peilen welke vragen er binnen komen m.b.t de website
- ❖ Enquête opstellen
- ❖ Enquête plaatsen op website
- ❖ Uitkomsten enquête analyseren en verwerken
- ❖ Informatie ordenen en sorteren op relevantie
- ❖ Enquête maken over behoeften inwoners en ondernemers
- ❖ Onderzoek uitvoeren behoeften inwoners van Harderwijk
- ❖ Onderzoek uitvoeren behoeften ondernemers van Harderwijk
- ❖ Analyseren onderzoeksresultaten
- ❖ Opstellen concurrentieanalyse
- ❖ Trends analyseren
- ❖ Verbeterpunten vaststellen om koploper te kunnen worden
- ❖ Schrijven adviesrapport
- ❖ Presentatie adviesrapport
- ❖ Schrijven afstudeerrapport

Welke taken heb ik niet uitgevoerd?

De meeste geplande taken heb ik ook daadwerkelijk uitgevoerd. De taken die ik niet uitgevoerd heb zijn: de enquête over het huidige websitebezoek opstellen. Deze enquête is hetzelfde geworden als die van de gemeente Zeewolde, dus dit was niet nodig.

Daarnaast is er geen onderzoek uitgevoerd naar de behoeften van inwoners en ondernemers, dit is uiteindelijk een verkenning geworden. De reden hiervoor is dat er te weinig respondenten waren. In paragraaf 3.3 ga ik hier nader op in. In de eerste instantie zou ik de inwoners en ondernemers apart onderzoeken in twee verschillende enquêtes. In overleg met de webmaster is uiteindelijk besloten dit niet te doen, omdat dit erg onduidelijk kon worden voor de websitebezoekers. Vooral omdat vlak daarvoor de enquête over het huidige websitebezoek online stond, was er een grote kans dat de bezoeker in de war kon raken van al die enquêtes. Er is uiteindelijk gekozen voor één enquête waarin de bezoeker moest aangeven of hij of zij een inwoner of ondernemer is.

Een andere taak die ik uiteindelijk niet goed heb kunnen uitvoeren, is het analyseren van klachten die binnenkwamen bij het callcenter. Ik wilde dat zij een aantal weken lang bijhielden

met welke (website gerelateerde) klachten er werd gebeld. Ik heb een afvinklijst opgesteld met verschillende onderwerpen erop, zodat de medewerkers dit konden invullen. Helaas werd er, ook na enig aandringen, nauwelijks iets ingevuld. De callcentermedewerkers zeiden geen relevante klachten binnen gekregen te hebben.

Ook heb ik geen verbeterpunten opgesteld waarmee de gemeente Harderwijk koploper kan worden. De uitkomsten van het onderzoek brachten voldoende verbeterpunten met zich mee, dat het niet nodig was om deze nogmaals op te stellen.

Welke extra taken heb ik uitgevoerd?

- ❖ Toelichting gevraagd op de websites van omliggende gemeenten.
Tijdens mijn afstudeerperiode werd er een workshop gehouden over het hanteren van webrichtlijnen op de website. Hier namen de omliggende gemeenten aan deel. Op hetzelfde moment was ik bezig om een concurrentieanalyse te maken waarin de websites van deze gemeenten werden getoetst. Omdat ik erachter wilde komen waarom de gemeenten bepaalde keuzes hebben gemaakt, besloot ik deel te nemen aan de workshop. Dit bleek een verstandige beslissing. Ik kreeg erg veel waardevolle achtergrondinformatie over de websites. Om deze reden heb ik besloten deze informatie in mijn rapport te verwerken.
- ❖ Gesprekken met koplopergemeenten in Nederland (gemeente Apeldoorn en de gemeente Den Haag)
De webmaster wilde graag in gesprek met de webredacteurs van de gemeente Apeldoorn en de gemeente Den Haag. De webmaster ziet deze gemeenten als koplopergemeenten van Nederland. Ik heb besloten om hier mee naar toe te gaan en hen vragen te stellen over onder andere de strategie van de website en het beheer. De verkregen informatie kon ik goed gebruiken in mijn rapport, vandaar dat ik deze informatie in het rapport heb verwerkt.
- ❖ Meelopen met een medewerkster van de stadswinkel
Om beter te begrijpen met welke redenen men de stadswinkel bezoekt, heb ik besloten een avond mee te lopen in de stadswinkel. Ik heb hier niet echt onderzoeksresultaten uitgehaald. Toch vond ik het een nuttige ervaring en heeft het me een beter beeld gegeven van de bezoekers van de stadswinkel.
- ❖ Enquêteren in de stadswinkel
Omdat ik erg weinig response heb gekregen op de deelvraag: Welke informatie willen inwoners en ondernemers kunnen vinden op de website? heb ik besloten om een aantal avonden te enquêteren in de stadswinkel.
- ❖ Bezoek overheids- en ICT-beurs
Om achter trends en ontwikkelingen te komen, heb ik de overheids- en ICT-beurs bezocht. Dit heeft me geholpen bij het vinden van een aantal trends op het gebied van overheidswebsites.

4.2 Verloop planning

In grote lijnen is mijn planning gelopen zoals ik het had verwacht. Ik ben op tijd begonnen en was ook op tijd klaar met mijn onderzoeks- en adviesrapport. In mijn planning heb ik aangegeven dat ik de laatste week vooral gebruik om de rapporten te finetunen en te printen, dit is uiteindelijk ook gelukt.

Uiteraard zijn er ook dingen niet volgens planning verlopen. Zo had ik in mijn planning vermeld dat ik maar met één deelvraag tegelijk bezig zou zijn. In de praktijk heb ik de deelvragen door elkaar beantwoord. Dit komt omdat ik iedere keer nieuwe input vond en deze direct wilde

verwerken. Ook ben ik met sommige deelvragen korter of langer bezig geweest dan verwacht. Een vergelijking van de begrote uren en de werkelijke tijd die ik heb besteed aan de verschillende taken, kunt u vinden in hoofdstuk 3.4.

In mijn Plan van Aanpak heb ik beschreven dat ik de ondernemers en de inwoners apart zou onderzoeken bij de deelvragen: Welke informatie en diensten willen de inwoners van Harderwijk op de website kunnen vinden? en Welke informatie en diensten willen de ondernemers van Harderwijk op de website kunnen vinden? Uiteindelijk is er besloten om hier één enquête van te maken. Dit besluit is samen met de opdrachtgever genomen, omdat het plaatsen van meerdere enquêtes op dezelfde plek voor verwarring kon zorgen.

4.3 Risico's en problemen

In het Plan van Aanpak heb ik een aantal risico's opgenomen die ik mogelijk tegen zou komen in de afstudeerperiode. In mijn Plan van Aanpak heb ik niet opgenomen dat ik eventueel te weinig respondenten zou hebben op mijn enquête. Toch is dit het belangrijkste probleem dat ik tegen ben gekomen.

De eerste enquête, waarin werd gevraagd wie de websitebezoeker is en wat hij of zij die dag kwam doen op de website, werd erg goed ingevuld. Ik hoopte op 376 respondenten, uiteindelijk vulden 834 websitebezoekers de enquête in. Omdat deze enquête zo goed verliep, had ik verwacht dat de enquête waarin werd gevraagd welke informatie en diensten de inwoners en ondernemers van Harderwijk op de website wilden kunnen vinden, ook voldoende zou worden ingevuld. Helaas bleek dit niet het geval. De enquête heeft ruim vijf weken op de website gestaan. Maar 85 websitebezoekers hebben de enquête op de website ingevuld. De reden hiervan is waarschijnlijk dat de enquête erg lang was, er werden ongeveer twintig vragen gesteld. Achteraf gezien had ik beter minder vragen kunnen stellen. Een andere reden kan zijn dat er verwarring is ontstaan bij de websitebezoekers. Een aantal weken daarvoor stond immers de enquête van het huidige websitebezoek op de website. Het kan zijn dat mensen dachten dat dit dezelfde enquêtes waren. Daarnaast kan het zo zijn dat de enquête niet zichtbaar genoeg was op de website.

Om het probleem op te lossen, ben ik gaan enquêteren in de stadswinkel. Ook dit verliep niet zoals ik gehoopt had. Veel mensen wilden de enquête niet invullen of zeiden niet bekend te zijn met de website. Ik denk dat het onder andere komt omdat de bezoekers niet lang hoeven te wachten om in de stadswinkel geholpen te worden. Hierdoor namen zij niet de tijd om de enquête in te vullen. Als ze hadden geweten dat ze toch nog een tijd moesten wachten, hadden ze de enquête wellicht sneller ingevuld. Uiteindelijk heb ik maar vijftien mensen zover gekregen om een enquête in te vullen.

Andere pogingen die ik heb genomen om meer respondenten te krijgen is het verloten van een prijs en het aanschrijven van het Secretariaat Bedrijvenkring Harderwijk. Dit is een ondernemersvereniging in Harderwijk. Ik heb deze vereniging verteld waar ik mee bezig was en waarom het belangrijk was dat ook ondernemers de enquête zouden invullen. De contactpersoon heeft deze mail doorgestuurd naar alle ondernemers die bij het Secretariaat Bedrijvenkring Harderwijk waren aangesloten. Hier is een aantal reacties op gekomen. Ook heb ik tweemaal een oproep geplaatst in de plaatselijke krant (Het Kontakt) en is de enquête aangejaagd via Twitter.

Omdat er nog steeds te weinig reacties zijn verkregen, heb ik besloten om de uitkomsten van de enquête als een eerste verkenning te zien. Gelukkig kon ik wel een goed antwoord op mijn deelvraag formuleren door de literatuur aan de uitkomsten van de verkenning te koppelen. Naast dit probleem, ben ik geen andere problemen tegengekomen.

4.4 Urenverantwoording

In figuur 3.1 vindt u een overzicht van de activiteiten die ik heb verricht om tot het eindresultaat te komen. Achter elke activiteit staat hoeveel uur hiervoor begroot was en hoeveel uur ik hier werkelijk aan heb besteed.

Activiteit	Uren begroot	Uren totaal
Kick off		1
Schrijven plan van aanpak	36	34
Plan van aanpak doorspreken met opdrachtgever	1	1
Aanpassen plan van aanpak	1	1
Plan van aanpak doorspreken met school	0,5	0,5
Aanpassen plan van aanpak	4	4,5
Totaal Plan van Aanpak	42,5	41
Deelvraag 1 (Stadswinkel)		
Meelopen stadswinkel		3
Gesprek Peter de Moor		1
Omzetgegevens verwerken		10
Klanttevredenheidsonderzoeken lezen		1
Vraag beantwoorden		14
Totaal stadswinkel	37	29
Deelvraag 2 (Huidig bezoek website)		
Bepalen welke vragen er gesteld moeten worden in de enquête		1
Statistieken analyseren		6
Uitkomsten enquête verwerken		17
Vraag beantwoorden		7
Totaal huidig websitebezoek	37	31
Deelvraag 3 + 4 (informatie en diensten inwoners en ondernemers)		
Inlezen		6
Resultaten deskresearch uitwerken		4
Vragenlijst opstellen en enquête online zetten		6
Enquêteren in de stadswinkel		9
Bericht schrijven Kontakt + E-mail Bedrijvenkring + Cadeaubonnen regelen		1
Uitwerken resultaten enquête en beantwoorden deelvraag		31
Overig (van 2 deelvragen naar 1 deelvraag, overleg etc.)		10
Totaal wensen informatie en diensten	56	67
Deelvraag 5: Wat wil de gemeente?		
Gesprek team communicatie		1,5
Gesprek webmaster		1
Gesprek medewerkster stadswinkel		0,5

Uitzoeken wet- en regelgeving		1
Uitwerken resultaten		23
Totaal wensen gemeente	29	27
Deelvraag 6: Wat doen andere gemeenten?		
Gesprek gemeente Zeewolde		2
Workshop webrichtlijnen		6
Maken concurrentieanalyse		9
Beantwoorden deelvraag		19
Totaal andere gemeenten	37	36
Deelvraag 7: Koploperschap		
Gesprek gemeente Apeldoorn		8
Gesprek gemeente Den Haag		6
Trends en ontwikkelingen zoeken		6
Overheids- en ICT Beurs		8
Beantwoorden deelvraag		10
Totaal koploperschap	27	38
Inlezen		17
Intervisie studiebegeleider en gesprekken webmaster		8
Les gegevens bewerken SPSS		2
Beantwoorden deelvragen en hoofdvraag		9
Rapportindeling maken + schrijven overig		37
Inleveren en doorbespreking conceptversie onderzoeks- en adviesrapport	2	1
Aanpassen onderzoeks- en adviesrapport	4	21,5
Schrijven afstudeerrapport	38	30
Vorbereiden presentatie onderzoeks- en adviesrapport gemeente Harderwijk	1,5	1
Presenteren advies aan gemeente Harderwijk	0,5	0,5
Finetunen adviesrapport en afstudeerrapport	21	19,5
Printen rapport en onvoorziene zaken	10	18
Overig (nalezen rapporten, fouten verbeteren, opmaak rapporten, vergaderingen)		7
Totaal	433,5	440,5
Figuur 3.1. Planning		

4.5 Projectmatig werken

In de afstudeergids staat de competentie projectmatig werken als volgt beschreven: “De afgestudeerde werkt op basis van een communicatieplan een project uit, leidt het project , bereikt afgesproken resultaten en werkt binnen het project samen met andere professionals” (Hogeschool Utrecht , 2011b).

Uit deze beschrijving, kan ik zeker concluderen dat ik er in geslaagd ben projectmatig te werken. Vanuit het Plan van Aanpak heb ik het project uitgevoerd. Dit project, mijn onderzoeks- en adviesrapport, heb ik geleid. Alle resultaten die ik vooraf wilde bereiken, heb ik ook bereikt.

Sommige dingen liepen anders dan gepland, maar ook dat hoort bij een project. Wanneer er zich een probleem voordeed, heb ik gezocht naar een oplossing. Ik had iedere keer goed voor ogen welke taken ik nog moest uitvoeren en hoeveel tijd ik nog had. Dit zorgde ervoor dat ik voldoende tijd had om deze taken ook uit te voeren.

Uiteindelijk heb ik het afgesproken resultaat weten te bereiken. Gedurende de afstudeerperiode, heb ik een aantal keer met de webmaster om tafel gezeten om hem te informeren over mijn bezigheden. Dit zorgde ervoor dat wij hetzelfde eindresultaat voor ogen hadden.

De uren zoals ik ze vooraf heb begroot, komen voor een groot deel niet overeen met de werkelijkheid. In mijn Plan van Aanpak heb ik bij iedere deelvraag ongeveer evenveel uren begroot. Ik vond het op dat moment erg lastig om een inschatting te maken van de tijd die ik per activiteit zou gaan besteden. Vooral het aanpassen van het rapport en het schrijven van het inleidende hoofdstuk kostte meer tijd dan ik verwacht had. Uiteindelijk heb ik 440,5 uur besteed aan mijn opdracht, 7 uur meer dan dat ik begroot had.

5. Evaluatie

In dit hoofdstuk evalueer mijn eigen handelen tijdens de afstudeerperiode. Ik geef aan over welke aspecten ik tevreden ben, en over welke aspecten minder. Daarnaast geef ik een evaluatie vanuit de optiek van de opdrachtgever en de organisatie. Tot slot evalueer ik mijn handelen vanuit Bedrijfscommunicatieperspectief.

4.1 Persoonlijke evaluatie

Over het algemeen ben ik tevreden met mijn onderzoeks- en adviesrapport. Uiteraard ben ik over sommige punten meer tevreden dan over andere punten.

Het meest tevreden ben ik met de manier waarop ik de informatie heb verkregen. Ik vind het goed van mezelf dat ik verder heb gekeken dan alleen naar wat ik 'moest' doen. Ik heb mogelijkheden aangegrepen om extra informatie te kunnen vergaren. Zo heb ik de workshop webrichtlijnen gevolgd en heb ik tijdens deze workshop enorm veel waardevolle informatie gekregen. Ook ben ik naar de overheids- en ICT-beurs geweest om trends op het gebied van overheidswebsites te ontdekken. Daarnaast ben ik in gesprek gegaan met medewerkers van de webredacties van de gemeente Apeldoorn en de gemeente Den Haag. Al deze activiteiten had ik op voorhand niet gepland.

Ook ben ik tevreden over de mate waarin de onderwerpen zijn uitgediept. Ik heb bij de meeste deelvragen op meer dan één manier een antwoord proberen te vinden. Zo heb ik bij de deelvraag over het huidige websitebezoek niet alleen een enquête afgenomen, maar ook de statistieken bestudeerd. Op deze manier kreeg ik een betrouwbaarder antwoord op mijn deelvraag. Tot slot ben ik blij dat er voldoende tijd was om het rapport netjes af te werken. Om bovengenoemde redenen vind ik het behaalde resultaten van voldoende niveau.

Een minder punt van mijn rapport is enquête die ik heb ontworpen om deelvraag 2 en 3 te kunnen beantwoorden. De enquête bestond achteraf gezien uit te veel vragen, dit is waarschijnlijk de reden dat maar weinig mensen de enquête hebben ingevuld. De reden dat de enquête zo lang was, is dat ik zo veel mogelijk informatie wilde verkrijgen. Een volgende keer zou ik alleen de vragen stellen die echt nodig zijn om de deelvragen te kunnen beantwoorden. Daarnaast zou ik beter nadenken over de manier waarop de enquête gepresenteerd wordt op de website, om de enquête meer op te laten vallen.

Het rapport is niet echt creatief, dit komt omdat de opdracht hier ook niet op was gericht. Ik denk dat ik door de trends en ontwikkelingen die ik beschrijf en door de aanbevelingen die ik geef, wel redelijk vernieuwend ben geweest.

4.2 Evaluatie vanuit de optiek van de opdrachtgever

Het onderzoeks- en adviesrapport is bruikbaar voor de gemeente Harderwijk. De webmaster neemt het advies mee in het bepalen van een nieuwe strategie voor de website.

De doelstelling is om de website beter te laten aansluiten op de beleving, wensen en behoeften van de inwoners en ondernemers van Harderwijk. Deze doelstelling kan bereikt worden wanneer de adviezen ter harte genomen worden.

Alle keuzes die ik gemaakt heb, kan ik beargumenteren. De meeste keuzes heb ik ook in de onderzoeksoptzet proberen te beargumenteren. Daarnaast heb ik regelmatig met de webmaster overlegd, hij weet hierdoor waarom bepaalde keuzes gemaakt zijn.

De webmaster zou het onderzoeks- en adviesrapport mee moeten nemen bij het bepalen van een nieuwe strategie. Mede aan de hand van het rapport kan hij bepalen of er een nieuwe website moet komen of dat de huidige website verbeterd moet worden. In beide gevallen kan hij

de adviezen gebruiken om de website meer in te richten op de inwoners en ondernemers van Harderwijk.

4.3 Evaluatie vanuit de optiek van de organisatie

Het onderzoeks- en adviesrapport kan bijdragen aan de strategische doelen van de organisatie. De gemeente Harderwijk heeft namelijk als doel gesteld om meer gericht te zijn op het vervullen van de behoeften van de klanten (Hummel et al, 2011). Een goede website die primair is ingericht op deze behoeften, draagt hier zeker aan bij.

Het belang van een goede website, wordt door veel medewerkers wel gezien. Een aantal van mijn aanbevelingen is gemakkelijk uitvoerbaar en zal hierdoor niet op weerstand stuiten. De conclusie dat de beheerorganisatie, zoals die er nu is, niet optimaal aansluit op de beoogde doelen, kan wel voor weerstand zorgen. Ik adviseer de gemeente om een online communicatiebeleid op te stellen, hier gaat tijd en geld in zitten. Ook adviseer ik om op elke tekst eindredactie toe te passen. Ook dit zal meer tijd en geld kosten. Of de gemeente Harderwijk dit er ook in wil steken, is nu nog onbekend.

Het onderzoeks- en adviesrapport zelf, is niet als innovatief te beschouwen. Wanneer de webmaster besluit om de beschreven trends door te voeren, dan is dit wel innovatief te noemen. Als de afstudeerperiode bijvoorbeeld een half jaar was, dan had ik bijvoorbeeld een online communicatiebeleid kunnen opstellen. Dit zou wat meer innovatief zijn.

4.4 Evaluatie vanuit Bedrijfscommunicatieperspectief

Om te kunnen bepalen waarin mijn werk zich kenmerkt als het typische werk van een BC'er, geef ik eerst mijn visie op het vakgebied en geef ik aan welke kenmerken ik vind passen bij een BC'er.

Een BC'er is flexibel, creatief, multi-inzetbaar en communicatief erg vaardig. Een BC'er weet zich zowel in woord als in schrift uitstekend uit te drukken. Hij of zij kan crossmediaal denken en weet welke communicatiemiddelen er ingezet moeten worden om een bepaald doel te bereiken. Daarnaast kan hij of zij goed adviseren en strategische plannen schrijven.

Tijdens mijn afstudeerperiode heb ik me flexibel opgesteld. Ik heb geprobeerd het onderzoeks- en adviesrapport zo goed mogelijk aan te laten sluiten op de gemeente Harderwijk. Daarnaast heb ik de gemeente geadviseerd, hierbij heb ik de strategische doelen niet uit het oog verloren. Vooral het omschrijven van trends, het maken van een concurrentieanalyse, het analyseren van het bedrijf en het formuleren van aanbevelingen is het typische werk van een BC'er.

Mijn beroepskwaliteiten zijn onder andere dat ik professioneel en creatief kan handelen. Daarnaast weet ik hoe ik goede (web) teksten moet produceren en kan ik adviseren, presenteren en overtuigen. Ook kan ik omgaan met programma's als Photoshop en InDesign. Ik heb me geprobeerd meer te specialiseren in digitale communicatie en weet hier dan ook meer van dan van de traditionele communicatie.

Op de website van de Hogeschool Utrecht staat het volgende over de opleiding Bedrijfscommunicatie:

"Bij Bedrijfscommunicatie leer je hoe je diverse middelen inzet om professioneel te communiceren met alle doelgroepen. [...] Je leert bijvoorbeeld hoe organisaties werken, hoe je een goed onderzoek uitvoert, een projectplan maakt, een strategisch communicatieplan maakt, een goed adviesgesprek voert en hoe je een adviesrapport opstelt" (Hogeschool Utrecht, 2011b).

Ik vind dat ik voldoende opgeleid ben om de arbeidsmarkt te kunnen betreden. Wel heb ik heel veel ervaring op moeten doen in de praktijk, door middel van stage, afstuderen en eigen initiatief. Bij de beschrijving van Bedrijfscommunicatie, staat bijvoorbeeld dat studenten leren om een goed onderzoek uit te voeren. Hier ben ik het niet mee eens. Er is ooit tien weken aan het

vak onderzoek besteed waarbij we grotendeels zelf een onderzoek moesten uitvoeren. Nadien is hier nooit meer aandacht aan besteed. Dit vind ik erg jammer. Nu heb ik het mezelf moeten leren tijdens de afstudeerperiode en heb ik hierdoor ook een beginnersfout gemaakt (te veel vragen in de enquête). Mijn onderzoek zou wellicht nog beter zijn geweest als hier meer aandacht aan besteed was in de opleiding. Op het gebied van nieuwe media en communicatie vind ik dat ik wel goed opgeleid ben. Ook het presenteren en het adviseren is uitgebreid aan bod gekomen.

Bibliografie

- AGConsult. (z.j.). *Enquete Online*. Opgeroepen op 27 04, 2012, van Enquete Online:
<http://www.enquete-online.be>
- BureauTaal. (2008). *Wat is eenvoudig Nederlands?* Opgeroepen op 06 06, 2012, van BureauTaal:
<http://www.bureautaal.nl/wat-is-eenvoudig-nederlands-1.html>
- CBS. (2011). *CBS Statline: Bevolking; kerncijfers*. Opgeroepen op 11 06, 2012, van CBS:
[http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,\(l-1\)-l&HD=120611-0857&HDR=G1&STB=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,(l-1)-l&HD=120611-0857&HDR=G1&STB=T)
- CBS. (2012). *CBS*. Opgeroepen op 06 06, 2012, van CBS: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/home/default.htm>
- Couvret, d. E. (2008). *Imago Harderwijk*. TNS Nipo.
- Dijk, J. van & Tije, S. ten & Wijngaert, L. van de. (2011). *De eOverheid op weg. Motieven en gedrag van Nederlandse burgers ten aanzien van het gebruik van de elektronische overheid*. Enschede: Universiteit Twente. Centre for e-Government Studies.
- Doorewaard, H & Verschuren, P. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Den Haag: Uitgeverij LEMMA.
- Doorn, A. van & Osch, D. van. (2006). *Communicatiekunde*. Beverwijk/Lisse: Boom Onderwijs.
- DutchCowboys. (2012). *Internet in 2016 vier keer zo groot*. Opgeroepen op 10 06, 2012, van Dutch Cowboys: <http://www.dutchcowboys.nl/online/24887>
- Elzen, H. van den. (2003). *Naar voren: analyse en beeldvorming*. Opgeroepen op 15 05, 2012, van Naar voren: <http://naarvoren.nl/artikel/analyse.html>
- Ernst & Young. (2009 a). *Burgers en eOverheid. Wat verwacht de burger van de dienstverlening door de gemeente?* Den Haag.
- Ernst & Young. (2009 b). *Ondernemers gaan voor eOverheid. Wat verwacht de ondernemer van de dienstverlening door de overheid?* Den Haag.
- Gemeente Harderwijk. (z.j. a). *Onze Missie*. Opgeroepen op 17 06, 2012, van Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/HarderwijkseWerkwijze/OnzeMissie.htm>
- Gemeente Harderwijk. (z.j. b). *Onze Visie*. Opgeroepen op 17 06, 2012, van Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/HarderwijkseWerkwijze/OnzeVisie.htm>
- Gemeente Harderwijk. (z.j. c). *Onze Kernwaarden*. Opgeroepen op 17 06, 2012, van Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/HarderwijkseWerkwijze/OnzeKernwaarden.htm>

- Gemeente Harderwijk. (z.j. d). *Project Waterfront*. Opgeroepen op 21 05, 2012, van Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/WonenEnLeven/Projecten/ProjectWaterfront.htm>
- Gemeente Harderwijk. (z.j. e). *Paspoort en identiteitsbewijs (id)*. Opgeroepen op 21 05, 2012, van Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/DigitaleLoketten/ProductenEnDiensten.htm?dbid=29&typeofpage=78758>
- Gemeente Harderwijk. (z.j. f). *Schrijfwijzer*. Opgeroepen op 21 06, 2012, van Intranet gemeente Harderwijk: <http://intranet/web/show/id=200315>
- Gemeente Harderwijk, afdeling communicatie. (2012). *Communicatiebeleidsplan*. Harderwijk.
- Het compendium voor de leefomgeving. (2011). *Opleidingsniveau beroepsbevolking*. Opgeroepen op 17 04, 2012, van Compendium voor de leefomgeving:
<http://www.compendiumvoordeleefomgeving.nl/indicatoren/nl2100-Opleidingsniveau-beroepsbevolking.html?i=15-12>
- Hogeschool Utrecht. (2011). *Afstudeergids 2011-2012*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Hogeschool Utrecht. (z.j. b). *Bedrijfscommunicatie (communicatiesystemen)*. Opgeroepen op 18 06, 2012, van Bachelors - Hogeschool Utrecht:
<http://bachelors.hu.nl/alle%20bacheloropleidingen/bedrijfscommunicatie.aspx?tab=uitgebreide%20informatie&article=de%20opleiding%20bedrijfscommunicatie>
- Hummel, W. Ike, J. Kluijs, J.Provoost, S. Roskam, R. van der Spek, D. Tink, R & Verhoeven, P. . (2011). *Oog voor organisatieontwikkelingen, Gemeente Harderwijk 2012-2015*. Harderwijk: Gemeente Harderwijk.
- Intomart GfK. (z.j.). *Spectaculaire toename tabletgebruikers*. Opgeroepen op 06 06, 2012, van Intomart GfK:
http://www.intomartgfk.nl/imperia/md/content/intomart/digitale_trends_dec_2011.pdf
- LISA. (2011). *Ovezicht LISA-data per gemeente*. Opgeroepen op 21 05, 2012, van LISA:
<http://www.lisa.nl/>
- Logius. (z.j.). *Achtergrond. Het ontstaan van de webrichtlijnen*. Opgeroepen op 05 02, 2012, van De Webrichtlijnen: <http://www.webrichtlijnen.nl/wat-en-waarom/achtergrond>
- Muilwijk, E. (z.j. a). *Destep-analyse*. Opgeroepen op 16 05, 2012, van Intemarketing:
<http://www.intemarketing.nl/marketing/analyses/destep>
- Muilwijk, E. (z.j. b). *SWOT-analyse*. Opgeroepen op 12 06, 2012, van Intemarketing:
<http://www.intemarketing.nl/marketing/analyses/swot-analyse>
- NOW Nederland. (2010). *Eenpersoons huishoudens internetgebruik*. Opgeroepen op 10 05, 2012, van NOW Nederland: <http://www.nownederland.nl/2010/10/eenpersoonshuishoudens-geen-internet/>

NOW Nederland. (2011). *Gebruik mobiel internet in cijfers*. Opgeroepen op 10 05, 2012, van Now Nederland: <http://www.nownederland.nl/facts/bellen-mobiel/gebruik-mobiel-internet/>

NOW Nederland. (z.j.). *Gebruik van digitale overheid*. Opgeroepen op 10 05, 2012, van Nownederland Webtrends: <http://www.nownederland.nl/facts/internetvaardigheid/digitale-overheid/>

OneStat Enterprise. (2012, 04 05). Bezoekers in periode. Opgeroepen op 03 05, 2012, van OneStat.com: www.onestat.com

Overheid. (z.j.). *Wat is de gemeente?* Opgeroepen op 09 04, 2012, van Overheid.nl, de wegwijzer naar informatie en diensten van alle overheden: <http://www.overheid.nl/zowerktdeoverheid/wievormendeoverheid/degemeente>).

Verhoeven, N. (2009). *Wat is onderzoek?* Uitgeverij Boom Lemma.

Bijlagen

Bijlage 1: Plan van Aanpak



GEMEENTE
HARDERWIJK

PLAN VAN AANPAK

9/4/2012

Auteur: Mellanie van der Beek/ Studentnummer: 1547492/
Opdrachtgever: Gemeente Harderwijk/ Onderwijsinstelling:
Hogeschool Utrecht/ Afstudeerbegeleider: Arthur Blok/
Bedrijfscommunicatie JBC-B301

Inleiding

Voor u ligt mijn plan van aanpak, de eerste stap van het maken van een afstudeeropdracht. In dit plan van aanpak leest u op welke manier ik een antwoord ga vinden op de probleemstelling die ik voor de gemeente Harderwijk geformuleerd heb. De gemeente Harderwijk is een redelijk grote organisatie. Bijna iedere inwoner, ondernemer of toerist heeft wel eens met de gemeente te maken. De kernwaarden van de gemeente Harderwijk zijn samen te vatten met de drie O's: open, ontspannen en ondernemend. *"Harderwijk is een ondernemende stad met een open, menselijk karakter waar men op een ontspannen wijze kan wonen, werken en genieten"* (gemeente Harderwijk, datum onbekend).

Veel inwoners, ondernemers of toeristen kijken eerst op de website voordat zij de gemeente bellen of naar de stadswinkel gaan. Omdat de gemeente Harderwijk de focus in de toekomst niet alleen maar op informatievoorziening wil leggen, maar ook dienstverlenend te werk wil gaan, moet de website perfect aansluiten op de wensen en de behoeften van de doelgroep.

De afstudeeropdracht heeft als doel het in kaart brengen van de beleving, wensen en behoeften van de samenleving van Harderwijk. Wanneer dit duidelijk is kan de gemeente Harderwijk haar website hier beter op aansluiten. Om er achter te komen wat de beleving, wensen en behoeften van de samenleving van Harderwijk zijn, ga ik onderzoek verrichten. Ik zal zowel deskresearch doen als zelf onderzoek uitvoeren. Er is landelijk al veel onderzoek naar dit onderwerp gedaan, deze onderzoeken ga ik allemaal bestuderen. Daarnaast bestudeer ik relevante literatuur.

Als ik uiteindelijk genoeg informatie heb, zal ik de onderzoeksresultaten en mijn advies presenteren in een uitgebreid adviesrapport.

Uiteraard zijn er een aantal risico's bij het maken van een grote opdracht. Deze risico's heb ik in kaart gebracht zodat ik niet voor onaangename verrassingen kom te staan. Daarnaast zijn er een aantal afspraken gemaakt met de opdrachtgever, de belangrijkste afspraak is dat alle onderwerpen goed moeten worden uitgediept.

Al deze afspraken, methoden en analyses samen moeten er voor zorgen dat mijn afstudeerproces loopt zoals gepland.

Ik wens u veel leesplezier.

Mellanie van der Beek

13-04-2012

Inhoud

1.	Analyse.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
1.1.2	Gemeente Harderwijk	
1.1.3	Afdeling bestuursondersteuning.....	
1.2	Beschrijving missie, visie en kernwaarden.....	
1.2.1	Missie	
1.2.2	Visie.....	
1.2.3	Kernwaarden.....	
1.3	SWOT-Analyse	
1.4	Identiteit, imago en huisstijl	
1.6	Communicatiebeleid en -middelen.....	
1.6.1	Communicatiemiddelen	
1.6.2	Communicatiebeleid	
1.7	Communicatiedoelstellingen	
1.7.1	Interactief werken.....	
2.	Opdracht en resultaten	
2.1	Probleemstelling.....	
2.2	Doelstelling.....	
2.3.	Welke tussen- en eindproducten zijn er?	
3	Activiteiten.....	
3.1	Welke activiteiten zijn er?	
3.2	Literatuurlijst	
3.3	Hoeveel tijd kost iedere activiteit?	
3.3.1	Welke afhankelijkheden zijn er tussen de verschillende activiteiten?.....	
3.3.2	Welke taken moeten er worden uitgevoerd in de verschillende fasen?	
3.3.3	Wat moet er gedaan worden om de gewenste tussen- en eindproducten te kunnen opleveren?	
3.4	Randvoorwaarden	
3.5	Ruwe planning	
3.6	Planning.....	
3.6	Planning.....	
3.7	Strokenplanning	
3.8	Adviesrapport.....	
4.	Risico's en afspraken.....	
4.1	Risico's.....	
4.2	Afspraken	
	Bibliografie.....	

1. Analyse

In dit hoofdstuk wordt de gemeente Harderwijk geanalyseerd. De algemene typering van de gemeente, de missie, de visie en de kernwaarden komen aan bod. Ook wordt er aan de hand van een SWOT-analyse bepaald wat de sterke en zwakke punten zijn, alsmede de kansen en bedreigingen. Daarnaast wordt er beschreven wat het imago, de identiteit en de huisstijl van de gemeente Harderwijk is, welke communicatiemiddelen er gebruikt worden en welk communicatiebeleid er gehanteerd wordt. Tot slot leest u de aanleiding van mijn afstudeeropdracht.

1.1 Algemene typering

Wat zijn de kenmerken van een gemeente en wat zijn haar taken? Wat zijn de typering van de gemeente Harderwijk? Wat doet de afdeling bestuursondersteuning precies? Op deze vragen wordt antwoord gegeven in de volgende paragrafen.

1.1.1 Gemeenten in het algemeen

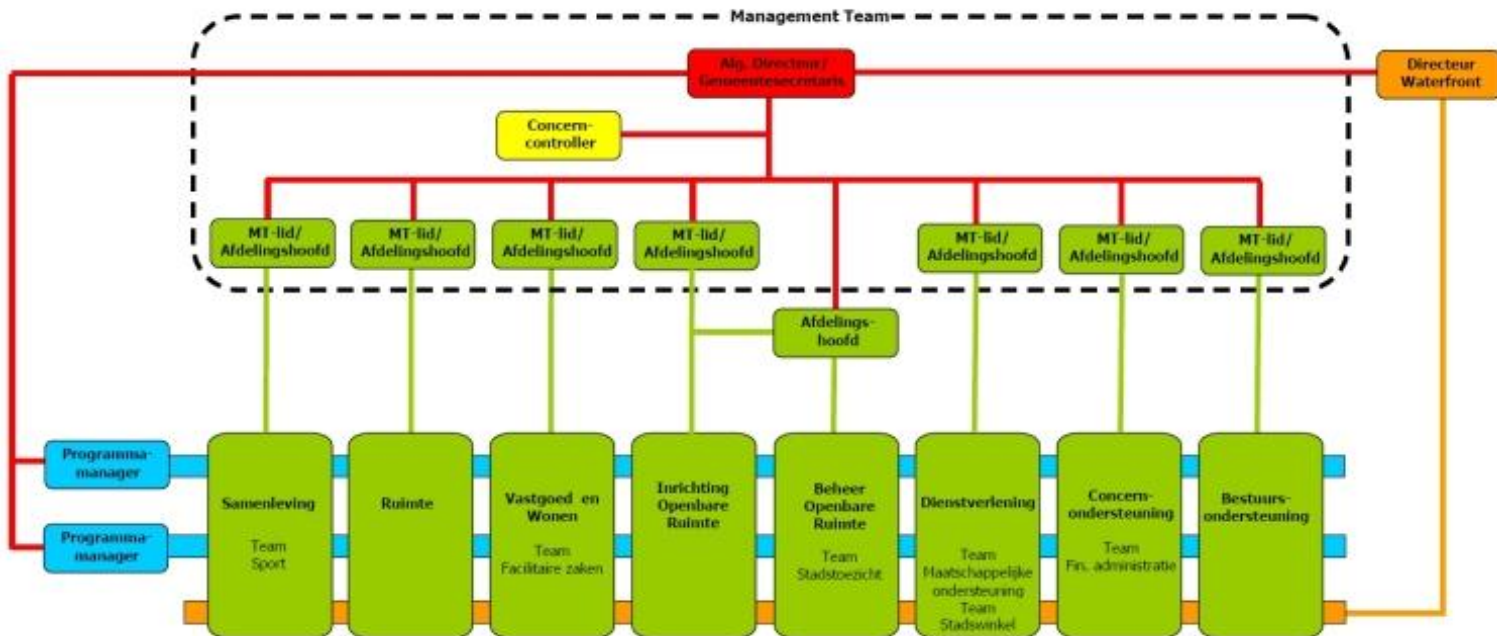
De gemeente Harderwijk is net als andere gemeenten geen commerciële organisatie, met andere woorden; zij streven er niet naar om winst te maken. Volgens overheid.nl is een gemeente de kleinste zelfstandige bestuurseenheid. Dit houdt in dat een gemeente zich zowel aan de landelijke regelgeving houdt, als zelf regels creëert en deze regels uitvoert en naleeft. Belangrijke taken van een gemeente zijn dienstverlening en informatievoorziening. Zo zorgen zij voor voldoende woonruimte, een goede doorstroming van het verkeer en het informeren van inwoners en ondernemers van de desbetreffende gemeente.

Bronnen van inkomsten van een gemeente zijn onder andere het heffen van belastingen en parkeergelden. Het merendeel van de inkomsten van gemeenten komt vanuit een jaarlijkse subsidie van de rijksoverheid.²

1.1.2 Gemeente Harderwijk

De gemeente Harderwijk bestaat uit een ambtelijke- en een bestuurlijke organisatie. Binnen de bestuurlijke organisatie vallen het college, de burgemeester en de raad. De ambtelijke organisatie bestaat uit verschillende afdelingen (samenleving, ruimte, milieu en economie, vastgoed en wonen, inrichting openbare ruimte, beheer openbare ruimte, dienstverlening, concernondersteuning en bestuursondersteuning) De ambtelijke- en bestuurlijke organisatie staan los van elkaar, wel stuurt de bestuurlijke organisatie de ambtelijke organisatie aan. De beslissingen van de bestuurlijke organisatie zijn dus wel degelijk belangrijk, maar de ambtelijke organisatie geeft hier invulling aan. Dit gebeurt wel in afstemming met de portefeuillehouders door middel van een wekelijks overleg. Iedere afdeling heeft een afdelingshoofd. Dwars door de organisatie zijn er drie programmamanagers.

² De overheid, datum onbekend



Figuur 1. Organogram gemeente Harderwijk

1.1.3 Afdeling bestuursondersteuning

De afdeling waarvoor ik mijn afstudeeropdracht maak is de afdeling bestuursondersteuning. Hieronder valt ICT, communicatie, veiligheid, het secretariaat, bestuurszaken en GSO. De afdeling communicatie is de afdeling waar ik het meest mee te maken heb, deze afdeling heeft 7 medewerkers. Eén van de belangrijkste communicatiemiddelen van de gemeente Harderwijk is de website harderwijk.nl. Sinds 1 maart 2012 is er een webmaster aangesteld, deze webmaster zorgt er op dit moment onder andere voor dat de website up-to-date blijft en dat er verbeteringen op de website worden doorgevoerd. Het adviesrapport zal uiteindelijk ook voor de webmaster bestemd zijn.

1.2.1 Beschrijving missie, visie en kernwaarden

De missie, visie, kernwaarden en strategie zijn belangrijke uitgangspunten bij het uitvoeren van een afstudeeropdracht. Het is noodzakelijk te weten waar een organisatie voor staat voordat je iets voor haar betekenen kan. Omdat de missie, visie, kernwaarden en strategie vastgesteld zijn door de gemeente, worden deze geciteerd van de website harderwijk.nl.

Missie

‘De gemeente Harderwijk streeft naar een optimaal leefklimaat voor burgers, bedrijven en organisaties, nu en in de toekomst en stemmen onze dienstverlening hier zo goed mogelijk op af. De gemeente Harderwijk spant zich maximaal in dit te bereiken met verantwoordelijkheid, transparantie en betrokkenheid als uitgangspunten.

Een belangrijke voorwaarde hiervoor is dat de gemeente in haar werk vertrouwd is met de prestaties die worden verwacht. Burgers, bedrijven en instellingen moeten erop kunnen vertrouwen dat de gemeente zich richt op datgene wat de samenleving van haar verlangt, op de kwaliteit van de door haar geleverde producten en diensten en op de prestaties die ze daarvoor moet leveren. Het vormt een uitdaging om dit te realiseren.

De houding van de gemeente laat zich het best als volgt omschrijven:

1. als dienstverlener is de gemeente burgergericht en proactief naar haar burgers;
2. als handhaver is de gemeente consequent en voorspelbaar naar haar burgers;
3. als ontwikkelaar is de gemeente visionair en samenwerkend t.a.v. maatschappelijke vraagstukken;

4. als beheerder is de gemeente rationeel en flexibel richting gebruikers van de openbare ruimte;
5. als politieke organisatie is de gemeente herkenbaar en aanspreekbaar.’³

1.2.2 Visie

‘Door een hoog dienstverlenend gehalte na te streven voor burgers, bedrijven en instellingen, levert de gemeente een bijdrage aan een groeiende welvaart in de stad en een betere leefomgeving.

De gemeente is ervan overtuigd dat Harderwijk een stad is met kwaliteiten. Ze vindt dat iedereen bij de stad hoort, zonder onderscheid of drempels. Ze wil een nieuwe inhoud geven aan de relatie tussen burger en bestuur: open, transparant en met de hoge ambitie dat iedereen beseft dat het gemeentebestuur zijn of haar bestuur is.’⁴

1.2.3 Kernwaarden

‘Harderwijk is een ondernemende stad met een open, menselijk karakter waar men op een ontspannen wijze kan wonen, werken en genieten.

Open

Harderwijk is toegankelijk en gastvrij. Een gemoedelijke stad met een menselijk karakter. Harderwijk is goed bereikbaar in het midden van het land.

Vertaalslag naar de gemeente Harderwijk

De medewerkers van de gemeente Harderwijk zijn betrokken bij hun werk en de burgers in onze stad. Ze staan voor de burgers klaar en zijn er voor hen. Ze zijn integer en aanspreekbaar. Ze werken heel transparant en zijn toegankelijk en bereikbaar.

Ontspannen

In Harderwijk is het genieten. Een complete, veelzijdige stad met een unieke combinatie van water, natuur en cultuur. Harderwijk biedt rust en ruimte.

Vertaalslag naar de gemeente Harderwijk

De medewerkers van de gemeente Harderwijk zijn flexibel, vriendelijk en hebben respect voor elkaar en de burgers.

Ondernemend

Harderwijk is een levendige stad aan het water met tal van activiteiten en evenementen op het gebied van uitgaan, sport, cultuur en natuur. Harderwijk bouwt gezamenlijk aan de toekomst met veelbelovende bouw- en ontwikkelprojecten. Harderwijk speelt een centrale rol in de regio.

Vertaalslag naar de gemeente Harderwijk

De medewerkers van de gemeente Harderwijk ontwikkelen ideeën en projecten samen met inwoners en bedrijven. Ze hebben een hands-on mentaliteit (aankpakken). Met een hoog

³ Gemeente Harderwijk, datum onbekend (Missie)

⁴ Gemeente Harderwijk, datum onbekend (Visie)

dienstverlenend niveau leveren ze een daadkrachtige bijdrage aan de welvaart in de stad en een goede leefomgeving.’⁵

1.3 SWOT-analyse

Strengths - Stabiele organisatie - Door de komst van een webmaster meer tijd en kennis voor verbetering website - Benchmarking	Weaknesses - Veel besluitvormingsorganen - Door gebrek aan concurrentie weinig vernieuwend - Verouderde website
Threats - Vindbaarheid van informatie en diensten op website Verplichte webrichtlijnen vanuit de overheid	Opportunities - Door verdere digitalisering meer bezoekers website

Figuur 2. SWOT-Analyse gemeente Harderwijk

Strengths

1. Omdat de gemeente geen commerciële organisatie is en de gemeente overheidssubsidies ontvangt is het een stabiele organisatie. Inwoners en ondernemers zullen dit ook zo ervaren. Daarnaast is er om deze reden makkelijker budget beschikbaar te maken om projecten op te zetten en uit te voeren.

2. Door de aanstelling van de webmaster is er meer tijd en kennis om de website te optimaliseren. Hierdoor zou de gemeente Harderwijk aan haar ambitie kunnen voldoen om haar publiek nog beter te kunnen bedienen en om koploper van de regio te worden met haar website.

3. De gemeente doet aan benchmarking met andere gemeenten zodat zij scherp blijven en van elkaar kunnen leren.

Weaknesses

1. De verschillende besluitvormingsorganen in de organisatie kunnen ervoor zorgen dat projecten vertraagd worden. Belangrijke beslissingen moeten niet alleen door het afdelingshoofd goedgekeurd worden maar ook door het college. Het kan zelfs voorkomen dat het managementteam en de raad ook naar de beslissing kijken. Er moeten dus meerdere goedkeuringen verkregen worden voordat er een definitief besluit genomen kan worden. Dit kan leiden tot verwarring of vertraging. Hierbij moet opgemerkt worden dat deze verschillende besluitvormingsorganen bestaan zodat er democratie heerst. In een politieke organisatie als een gemeente is het van groot belang dat meerdere besluitvormingsorganen zich over een voorstel buigen.

2. Omdat de gemeente Harderwijk geen echte concurrenten heeft, bestaat de mogelijkheid dat zij weinig vernieuwend zullen handelen. Wanneer een bedrijf flinke concurrentie heeft, zullen zij constant scherp zijn. Deze bedrijven zijn constant op zoek naar vernieuwingen en verbeteringen om hun concurrenten altijd één stap voor te zijn. De gemeente Harderwijk heeft geen concurrenten en het maakt in theorie niet uit of de website wel of niet handig is. Zij zullen er financieel niet veel van merken en bezoekers zullen de website –noodzakelijk- blijven bezoeken.

⁵ Gemeente Harderwijk, datum onbekend

3. De techniek achter de website is verouderd. Ook is de website nog niet ingericht op het bezoeken van de website met een Smartphone of tablet.

Opportunities

1. Door de verdere digitalisering raakt de samenleving steeds meer gewend aan het online regelen van zaken. Inwoners en ondernemers zullen in veel gevallen eerst informatie opzoeken op het internet voordat zij naar het stadhuis stappen of de telefoon pakken. Hier liggen kansen voor de gemeente Harderwijk, vooral als zij besluiten meer zaken online aan te bieden. De gemeente Harderwijk kan nog meer dienstverlenend te werk gaan.

Threats

1. Op de website harderwijk.nl staat ontzettend veel informatie. Het zou kunnen gebeuren dat bezoekers verdwalen in al deze informatie. Daarnaast kan het zoeken problemen opleveren. Dit blijkt uit een onderzoek uit 2010 naar de vindbaarheid van informatie en diensten op gemeentelijke websites, uitgevoerd door de Universiteit Twente. Uit dit onderzoek blijkt dat 90% van de zoekopdrachten op gemeentelijke websites mislukt door de slechte vindbaarheid. Ook blijkt het jargon dat op gemeentelijke websites wordt gebruikt voor sommige bezoekers lastig te begrijpen kan zijn.⁶ Deze zaken kunnen ook voor de website van de gemeente Harderwijk een bedreiging zijn.

2. Vanuit de overheid zijn er een aantal webrichtlijnen opgesteld. Deze webrichtlijnen geven aan waar overheidswebsites aan moeten voldoen. Sinds 1 januari 2011 zijn gemeenten verplicht hier aan te voldoen. Toch zijn er nog veel gemeenten (waaronder de gemeente Harderwijk) die hier nog niets mee doen. Wanneer de gemeente Harderwijk dit niet oppakt, kan dit een bedreiging zijn.

⁶ Sdu Information Solutions , 2010

1.4 Imago, identiteit en huisstijl

In 2008 heeft de gemeente Harderwijk onderzoek laten doen naar het imago van de stad Harderwijk⁷. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat men Harderwijk als ontspannend, gemoedelijk en levendig ziet. Andere steekwoorden die de ondervraagden op Harderwijk van toepassing vonden zijn: vis, water en recreatie.

Samen met stichting HaRT (een lokaal platform voor toerisme en recreatie in Harderwijk) heeft de gemeente bepaald wat de gemeente in zijn geheel wil uitstralen. Het gaat hierbij niet alleen om de stad Harderwijk, maar ook om de gemeente als organisatie, de burgers, de ondernemers, en het naastliggende dorp Hierden. Stichting HaRT en de gemeente willen dat Harderwijk gezien wordt als open, ontspannend en ondernemend. Uit deze gewenste identiteit komen de kernwaarden voort, die u in hoofdstuk 1.2.3 heeft kunnen lezen.

Huisstijl

De afdeling communicatie heeft een huisstijl vastgesteld. Op het intranet is te vinden waaraan de communicatie naar buiten moet voldoen. Zo is er bijvoorbeeld een schrijfwijzer beschikbaar voor de medewerkers zodat iedereen dezelfde 'tone of voice' gebruikt. Daarnaast worden er vaste logo's en kleurstellingen gebruikt. Ook is er een huisstijlboek dat geraadpleegd kan worden door medewerkers.

1.5 Strategische doelen

- *'Versterken slagvaardigheid van de organisatie*

Meer programmatisch werken om in te spelen op de wensen en behoeften van de klant.

- *Vergroten klantgerichtheid van de organisatie*

Medewerkers zijn meer gericht op het vervullen van de behoeften van de klanten (Harderwijkse Werkwijze)

- *Versterken samenwerking in de regio*

Zeewolde, Putten, Ermelo en Harderwijk zullen meer samenwerken.

- *Invulling geven aan het nieuwe werken*

De medewerkers meer ruimte geven voor zelfsturing en initiatief⁸.

1.6 Communicatiebeleid en -middelen

De gemeente Harderwijk heeft een communicatieafdeling met zeven medewerkers. Deze medewerkers hebben allemaal hun eigen taken en verantwoordelijkheden. Door middel van een communicatiebeleidsplan is het communicatiebeleid en de daarbij horende doelen vastgesteld.

1.6.1 Communicatiemiddelen

De website is een van de belangrijkste communicatie-uitingen van de gemeente Harderwijk. Gemiddeld komen er ongeveer 17.000 unieke bezoekers per maand op de website. De website is een corporate communicatiemiddel. Andere corporate communicatiemiddelen zijn de wekelijkse publicatie in de regionale krant 'Het Kontakt', het burgerjaarverslag en de vermeldingen op Twitter.

⁷ TnsNipo, 11-08-2008

⁸ R. Tink, W. Hummel, J. Kluijs, E. Okkema, S. Provoost, R. Roskam, P. Verhoeven, J. Ike, D. van der Spek 2011

Op Twitter worden ook projectmatige communicatie-uitingen gedaan. Het gaat hierbij om berichten over specifieke doelen en projecten, bijvoorbeeld een melding van geluidshinder in de wijk Drielanden. Wanneer er projecten plaatsvinden zet de gemeente Harderwijk ook tal van communicatiemiddelen in om mensen te informeren. Communicatiemiddelen die hierbij gebruikt worden zijn bijvoorbeeld folders, e-mails, brieven en bijeenkomsten.

1.6.2 Communicatiebeleid

Spelregels sociale media

De gemeente Harderwijk heeft een aantal spelregels omtrent het gebruik van sociale media opgesteld. Deze spelregels zijn te vinden op het intranet en moeten meer als richtlijn dan als regels beschouwd worden. De belangrijkste boodschappen in dit document zijn dat de medewerkers zelf verantwoordelijk zijn voor hun eigen berichten, dat het duidelijk moet zijn vanuit welke rol je berichten plaats op sociale media en dat er binnen een werkdag gereageerd moet worden op vragen en opmerkingen. Daarnaast wordt er geadviseerd om onderwerpen van negatieve aard over te laten aan de communicatiemedewerkers. Ook is er besloten om één account op Twitter te gebruiken in plaats van meerdere accounts zodat de berichtgeving eenduidig blijft en volgers niet in de war raken. Opvallend is dat er een goede uitleg bijstaat over het waarom van deze richtlijnen.

Hanteren van de huisstijl

Op het intranet staat ook de huisstijl uitgelegd. Er wordt duidelijk omschreven waarom er voor bepaalde logo's en kleurstellingen gekozen wordt. Ook de 'tone of voice' en het nut hiervan worden hier duidelijk omschreven.

Communicatieplan

De afdeling communicatie heeft een communicatieplan opgesteld. Hierin zijn de communicatie-doelstellingen te lezen tot en met 2015.

Inloopsessies

Er worden inloopsessies georganiseerd over het schrijven op het web en het gebruik van sociale media. Deze sessies worden georganiseerd door de afdeling communicatie en zijn bedoeld voor de medewerkers van de gemeente Harderwijk.

1.7 Communicatiedoelstellingen

Team communicatie heeft onlangs een nieuw communicatiebeleidsplan opgesteld. In dit plan richten zij hun aandacht op drie speerpunten. Onder elk speerpunt worden een aantal doelstellingen geformuleerd.

'Speerpunt 1: Communicatiebewust

De gemeentelijke organisatie is communicatiebewust. Bij onze werkzaamheden zijn wij gericht op interne en externe belanghebbenden en communiceren we proactief.

Doelstelling: Inzicht in communicatie

Wij hebben inzicht in communicatie. Wij weten wat communicatie kan bijdragen aan onze werkzaamheden. Hierdoor kunnen wij op een juiste manier communiceren.

Doelstelling: Toegankelijke en betrouwbare informatie

Onze basisdienstverlening is op orde. De gemeentelijke informatie is klantgericht, toegankelijk, begrijpelijk, snel, betrouwbaar en transparant. Door goede informatieoverdracht weten wij wat er in de organisatie gebeurt en weet de samenleving wat er in hun leefomgeving gebeurt. Zonder goede kennisdeling, geen interactie.

Doelstelling: Dialoog met de samenleving

Wij gaan de dialoog aan. Wij hebben interactie met medewerkers en de samenleving. Wij luisteren naar de samenleving, analyseren en reageren op signalen uit de samenleving via de juiste kanalen. Door interactie zijn medewerkers en de samenleving betrokken en wordt draagvlak gecreëerd. Dit vergroot hun participatie.

Doelstelling: Communicatie in hart van werkzaamheden

Wij denken in een zo vroeg mogelijk stadium na over de inzet van communicatie bij werkzaamheden, beleidsvorming en projecten. Hierdoor wordt communicatie niet alleen ingezet als afsluiting van werkzaamheden of om problemen op te lossen. Communicatie zorgt ervoor dat wij de buitenwereld binnenhalen en goed gebruik maken van signalen.

Speerpunt 2: Sterke positie

De gemeentelijke organisatie positioneert zich eenduidig en onderscheidend.

Doelstelling: Eenduidig en herkenbaar

Wij zijn eenduidig en herkenbaar. Onze identiteit komt duidelijk tot uiting in onze huisstijl, tone of voice en gedrag. Hierdoor sluit ons imago dat bij medewerkers en de samenleving leeft, nauw aan op onze identiteit.

Doelstelling: Zichtbaar en onderscheidend

Wij zijn zichtbaar en onderscheidend. Onze communicatie heeft meer kwaliteit. Hierdoor is de impact en de exposure van onze communicatie groter.

Doelstelling: Risico managend

Wij schatten risico's goed in en anticiperen daarop. Vervolgens reageren wij adequaat op onvoorziene calamiteiten en crisissen. Hierdoor voorkomen of verkleinen wij eventuele schade aan het imago van de organisatie en aan het imago van de stad.

Speerpunt 3: Vernieuwend

De gemeentelijke organisatie is vernieuwend en heeft lef.

Doelstelling: Out of the box

Wij maken gebruik van nieuwe communicatiestrategieën. We denken buiten de kaders, zijn origineel en creatief.

Doelstelling: Koploper: Wij maken gebruik van communicatiemiddelen die aansluiten bij de behoefte van de ontvanger. Wij zijn koploper als het gaat om de inzet van nieuwe communicatiemiddelen.

Doelstelling: Lef

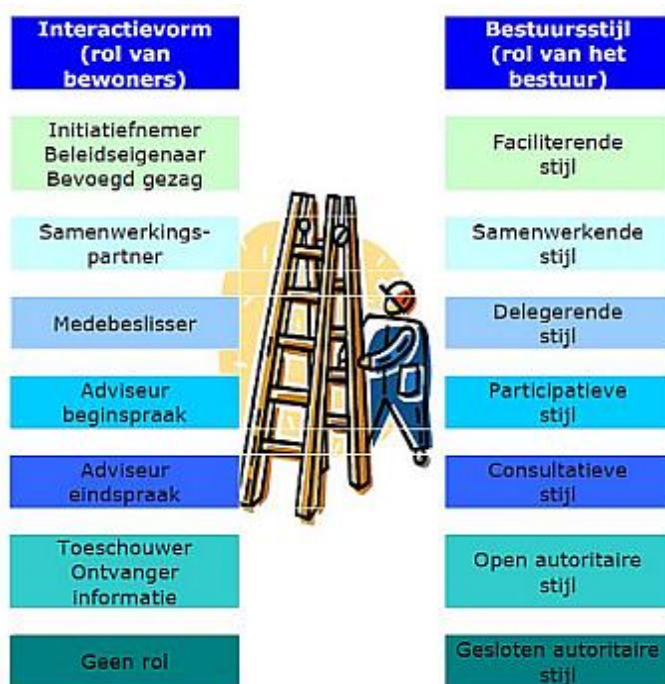
Wij tonen lef door buiten de bewandelde paden te treden. Wij gaan de interactie aan met medewerkers en de samenleving en staan open voor feedback.⁹

1.8 Interactief werken

Naast de communicatiedoelstellingen focust men zich ook op het interactief werken.

‘Uitgangspunten van interactief werken zijn het betrekken, uitnodigen en stimuleren van de inwoners om mee te doen, mee te denken of mee te beslissen.’¹⁰ Onlangs is hier een expertisegroep voor opgesteld. Op intranet wordt een toolkit interactief werken aangeboden.

Hieronder ziet u een participatieladder die de rolverdeling tussen de verschillende bestuursstijlen duidelijk moet maken.



Figuur 3. Participatieladder gemeente Harderwijk

1.8 Aanleiding vraag/probleem

Het management van de gemeente Harderwijk heeft aangegeven met haar website koploper te willen zijn van de regio. Dit hebben zij aangegeven naar aanleiding van een beleidsplan over nieuwe media. Op dit moment is de website vooral bedoeld om bezoekers van informatie te voorzien. De informatie die van belang kan zijn voor inwoners van Harderwijk wordt op de website gezet, verder is er de laatste paar jaar niet veel veranderd aan de website. De gemeente Harderwijk wil in de toekomst de focus niet alleen leggen op informatievoorziening maar ook dienstverlenend te werk gaan. Sinds 1 maart is er een webmaster aangesteld die zich bezig houdt met het verbeteren en vernieuwen van de website. Voorheen was er niemand die zich met dit soort zaken bezig hield. De

⁹ Communicatiebeleidsplan, 2012

¹⁰ Intranet, geraadpleegd op 19-04-2012

webmaster wil, voordat hij begint aan deze verbeteringen en vernieuwingen, eerst weten wat de wensen en behoeften zijn van de inwoners en ondernemers van Harderwijk.

2. Opdracht en resultaten

In dit hoofdstuk leest u welke opdracht ik van de opdrachtgever heb gekregen, wat de doelstellingen zijn en welke tussen- en eindproducten er opgeleverd gaan worden.

2.1 Probleemstelling

De probleemstelling luidt als volgt: *Hoe kan de gemeente Harderwijk haar website zo ontwikkelen dat deze beter aansluit bij de beleving, wensen en behoeften van de samenleving van Harderwijk?*

Om een advies te kunnen vormen en antwoord te kunnen geven op de probleemstelling heb ik een aantal deelvragen geformuleerd.

Deelvraag 1: Waar komen bezoekers van de stadswinkel precies voor? Kunnen deze zaken ook online worden afgehandeld?

Het antwoord op deze deelvraag ga ik vinden door een gesprek aan te gaan met Peter de Moor. Hij is hoofd van de afdeling dienstverlening. Een tijd terug is er een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd waarin werd onderzocht wat mensen vonden van de stadswinkel en wat men er kwam doen. Uit dit onderzoek denk ik genoeg informatie te kunnen halen om deelvraag 1 te kunnen beantwoorden. Per activiteit bekijk ik dan of deze zaken ook online geregeld kunnen worden. Hierbij moet ik onder andere rekening houden met de regelgeving wat betreft online dienstverlening.

Deelvraag 2: Wat is de voornaamste reden dat ondernemers en inwoners van Harderwijk momenteel de website harderwijk.nl bezoeken?

Het antwoord op deze deelvraag ga ik vinden door een kort vragenformulier op de website te plaatsen. De vragen op dit formulieren zullen onder andere zijn: Wie bent u (ondernemer, inwoner, toerist)? En wat komt u doen? Hoe dit formulier er verder uit komt te zien is op dit moment nog niet bekend. Het is ook nog niet bekend wanneer dit formulier op de website wordt geplaatst. Dit moet ik nog overleggen met de webmaster.

Ook zal ik de statistieken van de website gaan analyseren. Welke pagina's worden veelvuldig bezocht en welke niet of nauwelijks? Deze twee onderzoeken samen moeten uitwijzen wat de voornaamste redenen zijn dat ondernemers en inwoners van Harderwijk momenteel de website bezoeken.

Deelvraag 3: Welke informatie en diensten willen de inwoners van Harderwijk op de website kunnen vinden?

Om achter het antwoord van deze vraag te komen zal ik de analyse van de zoekwoorden gebruiken. Daarnaast zal ik soortgelijke landelijke onderzoeken raadplegen. Ook ga ik een onderzoek uitvoeren op de website. Dit ga ik doen door middel van een enquête. Het doel van deze enquête is achter de wensen van de inwoners te komen.

Volgens de cijfers van het CBS telde Harderwijk op 1 januari 2012 45429 inwoners¹¹. Om een betrouwbaar onderzoek te kunnen doen moet ik volgens de steekproefcalculator van

¹¹ ABF Research, 2012

allesovermarktonderzoek.nl¹² 381 ingevulde enquêtes terug krijgen. Dit zou dan resulteren in een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Tijdens het uitvoeren van mijn onderzoek zal ik het boek 'Wat is onderzoek' van Nel Verhoeven raadplegen.

Deelvraag 4: Welke informatie en diensten willen de ondernemers van Harderwijk op de website kunnen vinden?

Om achter het antwoord van deze vraag te komen zal ik de analyse van de zoekwoorden gebruiken. Daarnaast zal ik soortgelijke landelijke onderzoeken raadplegen. Ook ga ik een onderzoek uitvoeren op de website. Dit ga ik doen door middel van een enquête. Het doel van deze enquête is om achter de wensen van de ondernemers te komen.

Volgens de cijfers van het CBS uit 2009 zijn er 2457 ondernemers in Harderwijk. Om een betrouwbaar onderzoek te kunnen doen moet ik volgens de steekproefcalculator van allesovermarktonderzoek.nl 332 ingevulde enquêtes terug krijgen. Dit zou dan resulteren in een betrouwbaarheidsniveau van 95%.

Deelvraag 5: Wat wil de gemeente Harderwijk terug zien op de website? En zijn er zaken die niet op de website mogen komen?

Het antwoord op deze vraag ga ik vinden door het verschillende medewerkers van de organisatie te vragen. Wie deze medewerkers zullen zijn weet ik op dit moment niet. Dit ga ik overleggen met de opdrachtgever.

Deelvraag 6: Wat doen andere gemeenten in de regio met hun website? Waarom doen zij wat ze doen?

Om deze vraag te beantwoorden moet ik eerst weten met welke gemeenten in de regio de gemeente Harderwijk zich wil meten. Dit zal ik overleggen met de opdrachtgever. Ik zal de websites van deze gemeenten analyseren en ik maak een concurrentieanalyse. Daarnaast ga ik in gesprek met Carolien Nicolai, zij is een medewerkster van de gemeente Zeewolde en tevens verantwoordelijk voor de website van deze gemeente. Onlangs heeft de gemeente Zeewolde haar website verbeterd. Om er achter te komen waar zij op hebben gelet en waarom ze bepaalde veranderingen doorgevoerd hebben zal ik een gesprek met haar hebben.

De literatuur die ik ga gebruiken is het boek 'Webdesign van concept tot realisatie' van H. van den Elzen. Ook gebruik ik de bijbehorende website: <http://naarvoren.nl/artikel/analyse.html>.

Deelvraag 7: Wat zou de gemeente Harderwijk moeten doen om in de regio koploper te worden met de website?

Om deze vraag te beantwoorden zal ik de concurrentieanalyse, die ik gemaakt heb om deelvraag 6 te

¹² Alles over marktonderzoek, 2012

kunnen beantwoorden, gebruiken. Ik ga kijken welke verbeterpunten er doorgevoerd moeten worden om koploper te worden binnen de regio. Daarnaast zal ik rekening houden met trends op het gebied van digitale communicatie, bijvoorbeeld de groei in tablet- en smartphone gebruik.

2.2 Doelstelling

Het doel van het onderzoek naar de wensen en behoeften van de samenleving is om aan de hand van de onderzoeksresultaten de website dusdanig in te richten dat bezoekers makkelijk de juiste informatie kunnen vinden. Daarnaast heeft de gemeente Harderwijk de ambitie om uiteindelijk koploper¹³ te worden van de regio met haar website. Dit kan alleen als de wensen en de behoeften van de samenleving van Harderwijk worden onderzocht omdat de burgers de uiteindelijke gebruikers zijn.

Welke tussen- en eindproducten zijn er?

Het uiteindelijke product dat ik zal inleveren is een uitgebreid adviesrapport. Dit gebeurt aan de hand van de onderzoeksresultaten. Voor de indeling van dit adviesrapport verwijs ik u naar hoofdstuk 3.8.

3. Activiteiten

In dit hoofdstuk wordt beschreven welke activiteiten er uitgevoerd moeten worden om antwoord te kunnen geven op de deelvragen en de hoofdvraag.

3.1 Welke activiteiten zijn er?

- Deskresearch doen
- Gesprek met gemeente Zeewolde over verbeterde website Zeewolde.nl en achterliggend onderzoek
- Gesprek Peter de Moor (afdelingshoofd dienstverlening) en Erik Luijer (webmaster) over tevredenheidsonderzoek stadswinkel en vragen van de inwoners bij het callcenter.
- Enquête plaatsen op website
- Uitkomsten enquête analyseren en verwerken
- Onderzoeksformulier plaatsen op website
- Uitkomsten onderzoeksformulier analyseren en verwerken
- Informatie ordenen en sorteren op relevantie
- Onderzoek uitvoeren behoeften inwoners van Harderwijk
- Onderzoek uitvoeren behoeften ondernemers van Harderwijk
- Analyseren onderzoeksresultaten
- Schrijven adviesrapport
- Presentatie adviesrapport

¹³ De term koploper betekent in deze:

“Het accent ligt op innovatie en samenwerking. De gemeente zet actief in op de vormen van interactie en dienstverlening en beschikt daarmee over veel kennis en ervaring. Het digitale kanaal is hét primaire communicatie- en dienstverlening kanaal van de gemeente. Nieuwe trends worden in een vroeg stadium onderzocht op mogelijkheden en de bruikbaarheid voor de gemeente. [...] De informatie en de diensten zijn ook toegankelijk via mobiele apparaten. Harderwijk bekleedt een hoge positie in de landelijke en regionale rankings en wordt gezien als een aantrekkelijke samenwerkingspartner.” (bron: E. Luijer, M. van der Weerd, N. Manten, 2011)

- Schrijven procesrapport
- Schrijven evaluatie

3.2 Literatuurlijst

Om de informatie te verkrijgen die ik nodig heb zal ik de volgende literatuur raadplegen:

(Onderzoeks)rapporten

- Carolien Nicolai (27-04-2011). *Contentplan* www.zeewolde.nl. Gemeente Zeewolde.
Dit plan gebruik ik als aanvulling op mijn eigen onderzoek. Ook kan ik dit plan gebruiken bij het maken van een concurrentieanalyse.
- C.C.F. Polderman (februari, 2011) *Onderzoek klantencontacten 2010*. Gemeente Zeewolde.
Dit gebruik ik om uit te zoeken hoe de gemeente Zeewolde onderzoek heeft gedaan.
- Ernst & Young (april 2009). *Burgers en eOverheid. Wat verwacht de burger van de dienstverlening door de gemeente?*
Dit landelijk onderzoek naar de verwachtingen van burgers gebruik ik als aanvulling op mijn onderzoek.
- Ernst & Young (april 2009). *Ondernemers gaan voor eOverheid. Wat verwacht de ondernemer van de dienstverlening door de overheid?*
Dit landelijk onderzoek naar de verwachtingen van ondernemers gebruik ik als aanvulling op mijn eigen onderzoek.

Boeken

- Raymond Klompsma en Stefan Wobben. (juni 2010). *Zo kan het ook. Websites ontwerp je voor mensen*. Uitgeverij Concept7 B.V.
In dit boek staan onderzoeksmethoden om de behoefte van de websitebezoeker in kaart te brengen. Daarnaast staan er algemene tips in hoe je een website inricht voor je klanten. Dit kan me helpen bij het beantwoorden van de probleemstelling.
- Nel Verhoeven. (Juli 2009). *Wat is onderzoek?* Uitgeverij Boom Lemma.
Dit boek zal ik gebruiken bij het opzetten van mijn onderzoek.
- Steve Krug. (maart 2011). *Don't make me think. Een nuchtere kijk op webusability*. Thema, Uitgeverij van Shouten en Nelissen.
Dit boek geeft me inzicht in hoe een bezoeker een website gebruikt. Ik gebruik deze kennis als algemene informatie en ik weet nog niet of het me gaat helpen de deelvragen te beantwoorden.
- Wiep Hamstra en René Notenbomer. (maart 2011). *Het geheim van de overheidswebsite. Handboek voor toegankelijke internetcommunicatie*. Uitgeverij Creative Commons.
Hierin staat beschreven op welke manier je met je doelgroep moet communiceren. Dit boek richt zich speciaal op overheidswebsite. Het boek kan me helpen om deelvraag 3, 4 en 7 te beantwoorden.
- Ronald Groeneweg en Timo ten Cate. (September 2007). *De zaak X: Zaaksgewijs werken in theorie*

en digitale praktijk. Uitgeverij Digital Display.

Dit boek gaat over zaaksgewijs werken. Het kan me helpen mijn advies te formuleren.

H. van den Elzen. (2003). *Webdesign van concept tot realisatie*. Uitgeverij Academic Service.

Websites

Logius. (datum onbekend). *De webrichtlijnen, voor toegankelijke websites van hoge kwaliteit*.
www.webrichtlijnen.nl.

Op deze website staan alle webrichtlijnen waaraan een gemeentelijke website zou moeten voldoen.
Deze webrichtlijnen moet ik in mijn achterhoofd houden bij het formuleren van een advies.

Gemeente Harderwijk (april 2012). *Gemeente Harderwijk*. www.harderwijk.nl.
Dit is de huidige website.

Hedwyg van den Elzen. (2003) *Analyse en beeldvorming. De eerste stap naar een website*.
<http://naarvoren.nl/artikel/analyse.html>

Gemeente Zeewolde (april 2012). *Gemeente Zeewolde*. www.zeewolde.nl.
Deze website gebruik ik voor mijn concurrentieanalyse en om eventueel inspiratie op te doen.

Overheid (Datum onbekend). *Wat is de gemeente?* Overheid.nl, de wegwijzer naar informatie en diensten van alle overheden.
<http://www.overheid.nl/zowerktdeoverheid/wievormendeoverheid/degemeente>.
Op deze website staat wat meer achtergrondinformatie over gemeenten. Het helpt me de organisatiestructuur te begrijpen.

Sdu Information Solutions. (2010). *Hoe centraal staat de burger op uw gemeentewebsite?*
Universiteit Twente.
http://www.utwente.nl/ctit/cfes/docs/Rapporten/2010_10__BurgerCentraalopGemeentewebsite.pdf
ABF Research (datum onbekend) *Harderwijk in cijfers*. <http://www.harderwijk.incijfers.nl/>
Op deze website staat een onderzoek naar gemeentewebsites. Uit dit onderzoek kan ik al veel wensen en behoeften van de samenleving halen.

Daarnaast zal ik een aantal online achtergrondartikelen lezen die zijn verzameld door de webmaster.
De artikelen die ik zal gebruiken om mijn advies te formuleren zal ik toevoegen aan de literatuurlijst in mijn adviesrapport. Ook zal ik nog op zoek gaan naar websites die mij kunnen helpen mijn deelvragen te beantwoorden.

3.3 Hoeveel tijd kost iedere activiteit?

In het hoofdstuk 'Planning' leest u hoeveel tijd iedere activiteit kost. Deze planning is een schatting.
In mijn afstudeerrapport valt te lezen hoeveel tijd iedere activiteit daadwerkelijk heeft gekost.

3.4 Welke afhankelijkheden zijn er tussen de verschillende activiteiten?

Het beantwoorden van de hoofd- en deelvragen zijn afhankelijk van de uitkomst van het onderzoek. Om een zo betrouwbaar mogelijke uitkomst te krijgen, is het nodig om gedegen en diepgaand onderzoek uit te voeren. Ook het advies hangt af van de onderzoeksresultaten.

3.3.2 Welke taken moeten er worden uitgevoerd in de verschillende fasen?

	Tussen/eindproduct	Competentie
Initiatieffase	Afstudeervoorstel	(Oriënteren)
Definitiefase	Plan van aanpak	Probleem analyseren
Realisatiefase	Beroepsproducten:	
	Adviesrapport	Adviseren
Evaluatiefase	Afstudeerrapport	Probleem analyseren
		Professioneel handelen
		Projectmatig werken
		Evalueren

Figuur 4. Fasering afstudeerperiode

3.3.3 Wat moet er gedaan worden om de gewenste tussen- en eindproducten op te leveren?

Mijn belangrijkste taak is het doen van onderzoek. Zonder onderzoek is het niet mogelijk antwoord te geven op de verschillende deelvragen. Het is nu nog onduidelijk of ik alleen deskresearch ga doen of de doelgroep ook zelf moet gaan benaderen. Er zijn al ontzettend veel soortgelijke onderzoeken gedaan op dit gebied. Ik verwacht hier erg veel informatie uit te kunnen halen en deze informatie om te kunnen zetten naar een gedegen adviesrapport. Mocht er tijdens het proces uitkomen dat ik niet voldoende informatie heb, dan ga ik zelf onderzoek doen. Ik ga in ieder geval een onderzoek doen in de vorm van een vragenlijst op de website harderwijk.nl.

Allereerst wil ik research doen zodat ik alle informatie die er beschikbaar is over het onderwerp bezit. Deze informatie wil ik gaan sorteren op relevantie. Ook kijk ik welke informatie bij welke deelvraag past. Wanneer ik genoeg informatie heb begin ik met het beantwoorden van de deelvragen. De uitkomsten van de deelvragen zet ik overzichtelijk neer in mijn onderzoeksrapport. De uitkomsten van mijn onderzoeksrapport analyseer ik. Vanuit deze analyse schrijf ik een adviesrapport.

Randvoorwaarden

Een randvoorwaarde voor het schrijven van het adviesrapport is dat er genoeg informatie vindbaar is. Als dit niet het geval is, dan moet er budget en/of tijd vrijgemaakt worden om onderzoek uit te voeren.

3.5 Ruwe planning

Week 1	(9 april – 13 april)	PVA + research
Week 2	(16 april – 20 april)	Deelvraag 1
Week 3	(23 april – 27 april)	Deelvraag 2
Week 4	(30 april – 4 mei)	Deelvraag 3 + 4
Week 5	(7 mei – 11 mei)	Deelvraag 4 + 5
Week 6	(14 mei – 18 mei)	Deelvraag 5 + 6
Week 7	(21 mei – 25 mei)	Deelvraag 6 + 7
Week 8	(28 mei – 1 juni)	Start schrijven adviesrapport
Week 9	(4 juni – 8 juni)	Schrijven adviesrapport + inleveren conceptversie
Week 10	(11 juni – 15 juni)	Schrijven procesverslag + Evaluatie + presentatie
Week 11	(18 juni – 22 juni)	Finetunen en printen adviesrapport, onvoorziene zaken

Figuur 5. Ruwe planning

3.6 Planning

Activiteit	Tijd in uren
Kick off	1
Schrijven plan van aanpak	36
Plan van aanpak doorspreken met opdrachtgever	1
Aanpassen plan van aanpak	1
Plan van aanpak doorspreken met school	0,5
Aanpassen plan van aanpak	4
Deelvraag 1	37
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Deelvraag 2	37
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Deelvraag 3	27
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Deelvraag 4	29
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Deelvraag 5	29
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Deelvraag 6	37
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Deelvraag 7	27
<i>Research + beantwoorden deelvraag</i>	
Resultaten analyseren vragenlijst deelvraag 2	8
	28

Analyseren onderzoeksresultaten + schrijven adviesrapport	82
Inleveren en doorbespreking conceptversie adviesrapport	2
Aanpassen adviesrapport	4
Schrijven afstudeerrapport	38
Vorbereiden presentatie adviesrapport gemeente Harderwijk	1,5
Presenteren advies aan gemeente Harderwijk	0,5
Finetunen adviesrapport en afstudeerrapport	21
Printen rapport en onvoorziene zaken	10
Totaal	433,5

Figuur 6. Planning

3.7 Strokenplanning



Figuur 7.
Strokenplanning

3.8 Adviesrapport

Het adviesrapport zal de volgende indeling krijgen:

1. Inleiding
 - 1.1 Aanleiding/context
 - 1.2 Doel van onderzoek
 - 1.3 Probleemstelling en deelvragen
 - 1.4 Doelstelling/resultaat
 - 1.5 Scope
 - 1.6 Begripsafbakening
 - 1.7 Theoretische ondersteuning
 - 1.8 Leeswijzer
 - 1.9 Hypothese?
2. Stadswinkel
 - 2.1 Onderzoeksopzet
 - 2.1.1 Populatie en steekproef
 - 2.1.2 Meetinstrumenten
 - 2.1.3 Dataverzamelingsmethoden en verloop veldwerk (misschien anders formuleren)
 - 2.1.4 Analyse methoden
 - 2.2 Resultaten
 - 2.2.1 Beschrijving onderzoeksgroep
 - 2.2.2 Alle resultaten en weergaven daarvan
3. Huidig gebruik website
 - 3.1 Onderzoeksopzet
 - 3.1.1 Populatie en steekproef
 - 3.1.2 Meetinstrumenten
 - 3.1.3 Dataverzamelingsmethoden en verloop veldwerk (misschien anders formuleren)
 - 3.1.4 Analyse methoden
 - 3.2 Resultaten
 - 3.2.1 Beschrijving onderzoeksgroep
 - 3.2.2 Alle resultaten en weergaven daarvan
4. Wensen burgers en ondernemers
 - 4.1 Onderzoeksopzet
 - 4.1.1 Populatie en steekproef
 - 4.1.2 Meetinstrumenten
 - 4.1.3 Dataverzamelingsmethoden en verloop veldwerk (misschien anders formuleren)
 - 4.1.4 Analyse methoden
 - 4.2 Resultaten
 - 4.2.1 Beschrijving onderzoeksgroep
 - 4.2.2 Alle resultaten en weergaven daarvan
5. Wensen gemeente
 - 5.1 Onderzoeksopzet
 - 5.1.1 Populatie en steekproef
 - 5.1.2 Meetinstrumenten
 - 5.1.3 Dataverzamelingsmethoden en verloop veldwerk (misschien anders formuleren)

- 5.1.4 Analyse methoden
- 2.1 Onderzoeksopzet
- 2.2 Resultaten
- 3. Huidig bezoek website
- 3.1 Onderzoeksopzet
- 3.2 Resultaten
- 4. Wensen inwoners en ondernemers
- 4.1 Onderzoeksopzet
- 4.2 Resultaten
- 5. Wensen gemeente
- 5.1 Onderzoeksopzet
- 5.2 Resultaten
- 6. Omliggende gemeenten
- 6.1 Onderzoeksopzet
- 6.2 Resultaten
- 7. Koploperschap
- 7.1 Onderzoeksopzet
- 7.2 Resultaten
- 8. Conclusies/aanbevelingen
- 8.1 Herhaling hoofdvraag + centrale vraag
- 8.2 Koppeling resultaten aan de deelvraag
- 8.3 Antwoord op de centrale vraag
- 8.4 Overige conclusies
- 8.5 Aanbevelingen
- 9. Literatuurlijst
- 10. Bijlagen

4. Risico's en afspraken

In deze paragraaf beschrijf ik welke risico's de kwaliteit van de opdracht kunnen bedreigen. Ook beschrijf ik welke afspraken er gemaakt zijn tussen de opdrachtgever en mij.

4.1 Risico's

- *Tijd*: Wanneer er onvoldoende informatie beschikbaar is, zal ik een onderzoek moeten opzetten en uitvoeren. Dit kan ervoor zorgen dat ik in tijdnood kom.

Hoe kan ik dit risico verkleinen/vermijden?

Ik ga zo snel mogelijk beginnen met het doen van deskresearch. Ook ga ik de eerste weken meer dan de gebruikelijke 42 uur aan mijn afstudeeropdracht werken zodat ik aan het eind tijd over hou.

Mocht het nodig zijn om onderzoek te doen dan kan ik hier op tijd mee beginnen en kom ik niet in tijdnood.

- *Middelen*: Geraadpleegde webpagina's kunnen verdwijnen of aangepast worden. Dit kan er voor zorgen dat de door mij gebruikte bronnen niet meer te raadplegen zijn door de lezers van mijn adviesrapport en deze dus niet meer geldig zijn.

Hoe kan ik dit risico verkleinen/vermijden?

Dit risico is niet te vermijden. Wel zorg ik er voor dat ik niet alleen webpagina's raadpleeg maar ook boeken en onderzoeksrapporten. Ook zal ik proberen meerdere bronnen te raadplegen zodat ik altijd een back-up heb.

- *Informatie*: Een tekort aan juiste informatie kan er voor zorgen dat ik de probleemstelling en de deelvragen niet kan beantwoorden.

Hoe kan ik dit risico verkleinen/vermijden?

Wanneer ik niet voldoende informatie heb ga ik zelf onderzoek uitvoeren om alsnog de gewenste informatie te krijgen.

- *Organisatie*: Het kan voorkomen dat de uitkomsten van mijn adviesrapport lijnrecht tegenover de wensen en behoeften van de organisatie staan.

Hoe kan ik dit risico verkleinen/vermijden?

Het is niet nodig dit risico te verkleinen of te vermijden. Het is aan de organisatie of het adviesrapport uiteindelijk wel of niet gebruikt wordt.

- *Kwaliteit*: De kwaliteit van mijn adviesrapport en onderzoek kan in gevaar komen wanneer ik in tijdsnood kom of niet de juiste informatie heb kunnen vinden.

De opdrachtgever is niet tevreden met de kwaliteit van het adviesrapport.

Hoe kan ik dit risico verkleinen/vermijden?

Met de opdrachtgever is afgesproken dat ik de kwaliteit van mijn onderzoek en advies voorop stel. Ik ga de deelvragen goed uitdiepen ook al kost dat me veel tijd. Mocht ik in tijdnood komen, dan is er afgesproken dat ik sommige deelvragen niet beantwoord.

Het risico dat de opdrachtgever niet tevreden is met de kwaliteit van het adviesrapport probeer ik te beperken door regelmatig terug te koppelen waar ik mee bezig ben. Op deze manier krijgt de opdrachtgever inzicht in mijn bezigheden. Ook heb ik de verwachtingen van de opdrachtgever met de opdrachtgever doorgesproken zodat er geen misverstanden bestaan over het af te leveren adviesrapport.

4.2 Afspraken

De gemeente Harderwijk heeft een aantal eisen gesteld aan het adviesrapport. Het adviesrapport moet concrete adviezen bevatten waarmee de webmaster direct aan de slag kan. Daarnaast heeft de opdrachtgever aangegeven dat de onderwerpen goed moeten worden uitgediept zodat er een

gedegen advies uit komt. De opdrachtgever wil geen oppervlakkige adviezen maar een op de onderzoeksresultaten gebaseerd advies waarin de wensen en behoeften van de samenleving centraal staan.

Ik ben niet verplicht om dagelijks op het kantoor te zitten maar er is afgesproken dat ik dit wel zoveel mogelijk doe. Deze afspraak komt vooral vanuit mijzelf omdat ik denk dat ik op deze manier beter werk. Ook vind ik het handig dat op het kantoor alle informatie beschikbaar is en ik vragen direct kan stellen aan de juiste personen.

Wanneer mijn adviesrapport geschreven is, zal ik de uitkomsten van mijn onderzoek en de daarbij horende adviezen presenteren aan een aantal medewerkers. Hierbij leg ik ook uit wat het belang is van mijn adviezen.

Er is geen budget vastgesteld voor mijn opdracht omdat er nu nog niet duidelijk is welke kosten en of er kosten komen kijken bij mijn opdracht.

Voor het schrijven van het adviesrapport krijg ik tijdens mijn afstudeerperiode een vergoeding van €300,- bruto per maand.

Bibliografie

1. Overheid. (Datum onbekend). *Wat is de gemeente?* Opgeroepen op 04 09, 2012, van Overheid.nl, de wegwijzer naar informatie en diensten van alle overheden:
<http://www.overheid.nl/zowerktdeoverheid/wievormendeoverheid/degemeente>).
2. Gemeente Harderwijk. (Datum onbekend). *Onze missie*. Opgeroepen op 04 06, 2012, van Gemeente Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/HarderwijkseWerkwijze/OnzeMissie.htm>
3. Gemeente Harderwijk. (Datum onbekend). *Onze Visie*. Opgeroepen op 04 06, 2012, van Gemeente Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/HarderwijkseWerkwijze/OnzeVisie.htm>
4. Gemeente Harderwijk. (Datum onbekend). *Onze Kernwaarden*. Opgeroepen op 04 06, 2012, van Gemeente Harderwijk.nl:
<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/HarderwijkseWerkwijze/OnzeKernwaarden.htm>
5. Sdu Information Solutions. (2010). *Hoe centraal staat de burger op uw gemeentewebsite?* Opgeroepen op 04 09, 2012, van Universiteit Twente:
http://www.utwente.nl/ctit/cfes/docs/Rapporten/2010_10__BurgerCentraalopGemeentewebsite.pdf
6. TnsNipo: Drs. E. Couvret. (11 augustus, 2008). *Imago Harderwijk*. Pagina 6.
7. R. Tink, W. Hummel, J. Kluijs, E. Okkema, S. Provoost, R. Roskam, P. Verhoeven, J. Ike, D. van der Spek (2011). *Oog voor organisatieontwikkelingen. Gemeente Harderwijk 2012-2015*. Harderwijk. Pagina 14.
8. Team Communicatie. (2012). *Communicatiebeleidsplan 2012-2015*. Harderwijk. Pagina 9.
10. CBS: bewerking ABF Research B.V. (2012). *Bevolking statistiek per maand*. Geraadpleegd op 21-04-2012 van <http://www.harderwijk.incijfers.nl/>
11. Auteur onbekend, 2012. *Steekproefcalculator*. Geraadpleegd op: 24-04-2012 van: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/Steekproef-algemeen/steekproefcalculator>
12. E. Luijter, N. M. (2011). *Beleidsplan nieuwe media*. Harderwijk. Pagina 4.

Figuur 1. Organogram gemeente Harderwijk.

<http://www.harderwijk.nl/Gemeente/OverDeGemeente/DeOrganisatie.htm>

Figuur 2. SWOT-Analyse gemeente Harderwijk.

Figuur 3. Participatieladder gemeente Harderwijk (Bron: Intranet)

Figuur 4. Fasering afstudeerperiode. Paula Borsboom. 08-03-2012. Powerpointpresentatie *Eindproducten en eindverslag 2011-2012*.

<https://cursussen.sharepoint.hu.nl/FCJ/99/prbekhe/Studie%20Materiaal/Forms/AllItems.aspx>

Figuur 5. Ruwe planning

Figuur 6. planning.

Figuur 7. Strokenplanning. Met behulp van www.tomsplanner.com

Bijlage 2: Feedbackverslag

Feedbackgesprek 12-06-2012

Op vrijdag 8 juni heb ik het concept van mijn onderzoeks- en advies ingeleverd bij mijn afstudeerbegeleider Arthur Blok. Op dinsdag 12 juni kreeg ik hier van hem feedback op. Het eerste punt van feedback was dat mijn inleidende hoofdstuk niet helemaal voldeed. Ik had veel zaken dubbel genoemd, dit moest ik proberen korter en bondiger op te schrijven. Daarnaast was de indeling van het inleidende hoofdstuk niet correct. Ik had de paragraaf doelstelling pas geformuleerd na mijn hoofdvraag en deelvragen, terwijl dit voortvloeit uit de aanleiding. Ook de termen probleemstelling en hoofdvraag had ik door elkaar gehaald, Arthur adviseerde mij om hier nog eens goed naar te kijken. Aan de hand van het boek Rapporteren van Cees Braas heb ik een nieuwe indeling gemaakt.

Bij het inleveren van het concept heb ik Arthur gevraagd te kijken naar de volgorde van mijn deelvragen. Er werd me geadviseerd om de belangrijkste deelvragen als eerste te bespreken. Dit advies heb ik opgevolgd.

Ook had ik achter elke deelvraag een conclusie en een advies. Hierdoor wist ik niet goed meer wat ik in het hoofdstuk advies moest schrijven. In overeenstemming met Arthur heb ik besloten de adviezen te bewaren tot het eind.

Verder ging het er voornamelijk om dat ik dingen korter, bondiger en scherper moest verwoorden en dat ik de lezer aan de hand moest nemen door het rapport. Ook moest ik mijn rapport meer verkopen aan de lezer. Arthur vond dat ik sommige stukken tekst moest schrappen omdat het weinig toevoegt om tot een antwoord op de hoofdvraag te komen. Arthur raadde me aan om alleen de belangrijkste tabellen en grafieken in het verslag te zetten. Dit advies heb ik opgevolgd, de minder relevante resultaten heb ik naar de bijlage verplaatst.

Arthur vroeg me ook of de begrippenlijst wel voor in het verslag moest staan. Ik heb er over nagedacht en bewust de keuze gemaakt om dit zo te laten, dit omdat de lezers deze begripsafbakening nodig hebben om het verslag te lezen en het me wel zo aardig leek om hen dit vooraf aan te bieden.

Ik heb geen feedback gevraagd op mijn afstudeerrapport omdat ik deze niet op tijd af had.

Bijlage 3: Oproep deelname enquête in regionale krant 'Het Kontakt'



Raad informatie

De raad van de gemeente Harderwijk heeft op donderdag 15 mei 2014 een vergadering gehouden. U bent van harte welkom op de openbare raadszitting op dinsdag 17 juni 2014 om 19.30 uur in de raadzaal van de Stadsink.

De raadszitting wordt geleid door de burgemeester. De raadszitting wordt openbaar. De raadszitting wordt geleid door de burgemeester.

Zwembad De Sydel duurzaam

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

De zwembad De Sydel is een duurzaam zwembad. Het zwembad is gemaakt van beton en heeft een dak van zonnepanelen. Het zwembad is geschikt voor iedereen.

Cultuur.Uit sluit vanaf juni haar deuren

De Cultuur.Uit sluit vanaf juni haar deuren. De Cultuur.Uit is een organisatie die zich inzet voor de cultuur in Harderwijk.

De Cultuur.Uit sluit vanaf juni haar deuren. De Cultuur.Uit is een organisatie die zich inzet voor de cultuur in Harderwijk.

De Cultuur.Uit sluit vanaf juni haar deuren. De Cultuur.Uit is een organisatie die zich inzet voor de cultuur in Harderwijk.

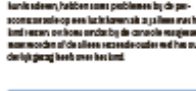
Aanhoudende zomerse temperaturen in Harderwijk! Het water van buitenbad De Sydel is aangenaam verwarmd. Kom zwemmen in het spetterende buitenbad! Kijk op www.zwembaddesydel.nl.

Reizen met kinderen met andere achternaam



Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.



Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Reizen met kinderen met andere achternaam. Het is belangrijk om de juiste documenten te hebben voor de reis.

Sommige bomen zonder vergunning kappen

Sommige bomen kunnen zonder vergunning gekapt worden. Het is belangrijk om de juiste procedure te volgen.

Sommige bomen kunnen zonder vergunning gekapt worden. Het is belangrijk om de juiste procedure te volgen.

Uitreiking diploma's cum laude leerlingen verkeersexamens



Uitreiking diploma's cum laude leerlingen verkeersexamens. De leerlingen hebben uitstekende resultaten behaald.

Versieringen WK voetbal: houd het veilig

Versieringen WK voetbal: houd het veilig. Het is belangrijk om de veiligheid te waarborgen tijdens de versieringen.

Versieringen WK voetbal: houd het veilig. Het is belangrijk om de veiligheid te waarborgen tijdens de versieringen.

Versieringen WK voetbal: houd het veilig. Het is belangrijk om de veiligheid te waarborgen tijdens de versieringen.

Versieringen WK voetbal: houd het veilig. Het is belangrijk om de veiligheid te waarborgen tijdens de versieringen.

Wensen en behoeften van websitebezoekers veranderen maar ook de digitale mogelijkheden. Uw mening draagt bij aan een betere website. Vul de enquête in op www.harderwijk.nl/enquete. Onder de deelnemers verloten wij een aardige attentie.

Werk aan de weg

Verkeersbinder

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.

Verkeersbinder. Het is belangrijk om de verkeersbinder te gebruiken om de verkeersveiligheid te waarborgen.



