

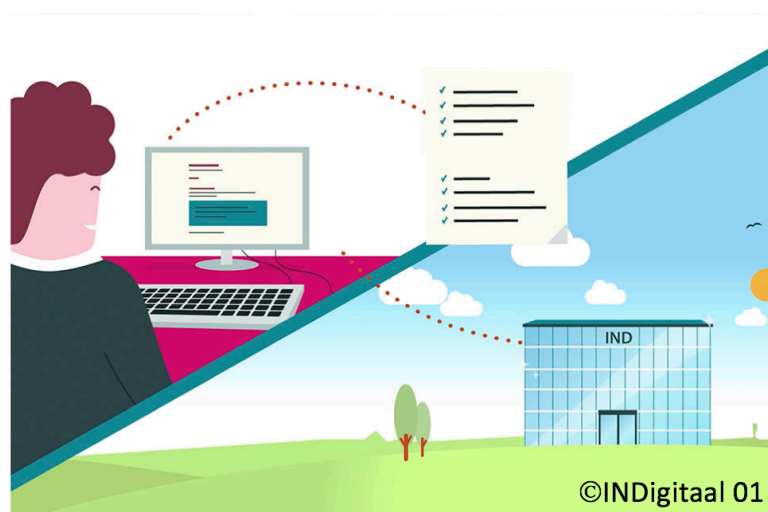
Digitalisering versus toegankelijkheid

Een onderzoek naar de digitalisering van klantprocessen bij de IND

Radboud Universiteit



Immigratie- en Naturalisatiedienst
Ministerie van Veiligheid en Justitie



Sadaf Ebrat (s4357027)
Masterscriptie Bestuurskunde
Specialisatie Organisatie & Management
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen

Scriptiebegeleider RU: prof. dr. Sandra van Thiel
Scriptiebegeleider IND: dr. Michiel Besters & drs. Esther Obradović

Den Haag, september 2017

Voorwoord

Beste lezer,

Voor u ligt de rapportage van het onderzoek naar de toegankelijkheid van digitale diensten die de Immigratie- en Naturalisatiedienst (IND) beschikbaar stelt. Met dit onderzoek sluit ik mijn onderzoeksstage bij de IND en de master Bestuurskunde aan de Radboud Universiteit in Nijmegen af. Tijdens mijn stage heb ik veel geleerd over de werkzaamheden die de IND verricht in het kader van het Vreemdelingenbeleid. Naast het werk op het hoofdkantoor heb ik een aantal dagen op de IND-loketten Den Haag, Rotterdam en Amsterdam mogen meedraaien voor het verzamelen van data.

Als eerst wil ik mijn scriptiebegeleider aan de Radboud Universiteit prof. dr. Sandra van Thiel bedanken. Door haar kritische blik en constructieve feedback heb ik kwalitatief grote stappen gemaakt in het schrijven van mijn scriptie. Daarnaast wil ik mijn stagebegeleiders bij de IND drs. Esther Obradović en dr. Michiel Besters bedanken voor hun begeleiding in het afgelopen half jaar in mijn stage en in het schrijven van mijn scriptie. Zij hebben de zeer drukke periodes van het schrijven van mijn scriptie meegemaakt en mij daarin vooruitgeholpen met hun feedback. Verder wil ik de medewerkers van mijn klankbordgroep bij de IND drs. Irlan Agous programmamanager e-Dienstverlening, Bart Oomen projectleider van de mini-IND, Bibi van Epen relatiemanager Team Zakelijk, drs. Pauline van de Most medewerker behandelen en adviseren, Huub van den Broek senior adviseur bedrijfsvoering, Stefan Makatita medewerker Klantcommunicatie en Chris Andree implementatieleider RVN, bedanken voor de tijd die ze hebben gestopt in het meelesen van mijn scriptie en het geven van inhoudelijk feedback.

Ook wil ik de operationeel managers Judith Pieters, Martin Nijboer en Maarten Kocx van de IND-loketten Den Haag, Rotterdam en Amsterdam bedanken voor hun medewerking. Zij hebben mij in een korte tijd kunnen ontvangen op de loketten en ervoor gezorgd dat het hele team alert was om de juiste groep particuliere klanten naar mij door te sturen voor dit onderzoek. Ik heb met veel plezier mogen samenwerken met mijn IND-collega's op deze loketten en heb op deze wijze verschillende werkomgevingen van de IND mee mogen maken.

Tot slot wil ik mijn collega's van Onderzoek & Analyse en mijn mede stagiairs op deze afdeling bedanken voor de leuke tijd en prettige samenwerking.

Ik wens u veel plezier met het lezen van mijn scriptie.

Sadaf Ebrat

Den Haag, september 2017

Samenvatting

De Immigratie en Naturalisatiedienst (IND) werkt in een dynamische omgeving. Om haar klanten in een tijdperk van digitalisering zo goed mogelijk van dienst te zijn, is het programma e-Dienstverlening (eDV) opgesteld. Het doel van eDV is om de dienstverlening van de IND moderner, efficiënter en klantgerichter te maken door haar diensten te digitaliseren. Op verzoek van de hoofddirecteur IND (HIND) is een casestudy gedaan naar de toegankelijkheid van bestaande digitale diensten in de vorm van een masterthesis. Toegankelijkheid is een belangrijk aspect van dienstverlening. De klant moet gebruik kunnen maken van de digitale diensten die de IND ontwikkelt.

Voor dit onderzoek zijn twee digitale diensten voor klanten uit het regulier migratiebeleid als uitgangspunt genomen. Dit zijn de verblijfsaanvraag van migranten door zakelijke klanten en de vernieuwing van het verblijfsdocument onbepaalde tijd door particuliere klanten. De vraagstelling die in deze thesis wordt beantwoord is: *“Hoe kan de IND haar digitale diensten voor haar zakelijke en particuliere klanten verder optimaliseren met het oog op toegankelijkheid?”*

Uit de wetenschappelijke literatuur zijn vijf variabelen naar voren gekomen die invloed hebben op het gebruik van digitale diensten. De variabelen zijn achtereenvolgens *contactkanalen, informationele privacy, burgerprofiel, digitale participatieladder* en *digitale vaardigheden*. Deze variabelen zijn gekoppeld aan het Technology Acceptance Model van Davis (1985) en is gevormd tot het conceptueel model van dit onderzoek.

De dataverzameling geschiedde op twee manieren. Inhoudsanalyse van documenten met betrekking tot eDV en interviews met medewerkers van de IND, zakelijke klanten en particuliere klanten. Zakelijke klanten van de IND zijn erkende referenten. Dit zijn personen, bedrijven, scholen of organisaties die in het belang van een migrant handelen (Ensie, 2017a). Particuliere klanten zijn vreemdelingen die namens zichzelf handelen. In dit onderzoek zijn drie gemachtigden van erkende referenten geïnterviewd. Zij dienen verblijfsaanvragen in en kiezen voor de schriftelijke aanvraag of de digitale aanvraag. Daarnaast zijn 25 particuliere klanten geïnterviewd bij de IND-loketten in Den Haag, Rotterdam en Amsterdam.

Uit de interviews is gebleken dat wanneer zakelijke en particuliere klanten een vraag hebben over hun aanvraag, ze het telefonisch contactkanaal als voorkeurskanaal ervaren. Daarnaast hebben zakelijke en particuliere klanten aangegeven dat zij vertrouwen hebben in de waarborging van privacygegevens door de IND. Minder dan vijf particuliere klanten gaven aan dat ze hun gegevens het liefst niet digitaal wilden aanleveren, maar dat het niet anders kon. De drempel om over te stappen naar de schriftelijke aanvraag was in deze gevallen te hoog.

Daarnaast is het mogelijk voor zakelijke klanten om in te loggen in het Zakelijk Portaal. In het Zakelijk Portaal is het aanvraagformulier voor migranten niet vooraf ingevuld vanwege privacy redenen. Particuliere klanten hebben geen eigen omgeving op de IND-website. Bij het openen van het digitale formulier, moet de particuliere klant inloggen met zijn DigiD en krijgt hij een vooraf ingevulde formulier waarmee hij zijn verblijfsdocument kan vernieuwen. Uit de interviews met de particuliere klanten is gebleken dat zij dit heel prettig en efficiënt vonden. Zij konden op deze wijze snel door het formulier heen.

De resultaten op de variabele digitale participatieladder waren verschillend voor de zakelijke en particuliere klanten. Het is het werk van zakelijke klanten om systematisch en veelvuldig verblijfsaanvragen in te dienen. Om deze reden worden werknemers geworven die geletterd en digitaal vaardig zijn. Van particuliere klanten in dit onderzoek was 25% niet geletterd en niet in het bezit van een computer. Echter, het heeft niet veel invloed gehad op het indienen van de digitale aanvraag. Uit de resultaten op de variabele digitale vaardigheid is naar voren gekomen dat particuliere klanten die slecht digitaal vaardig zijn, alsnog gebruik maken van de digitale aanvraag. Zij vragen hulp van een kennis, familielid of instantie.

Naast de resultaten uit de variabelen van het conceptueel model, zijn ook motieven naar voren gekomen die zakelijke klanten en particuliere klanten hebben om gebruik te maken van de digitale aanvraag dan wel de schriftelijke aanvraag.

Zakelijke klanten benoemden de volgende motieven voor de digitale aanvraag:

- De snelheid van het invullen van de digitale aanvraag.
- De efficiëntie van de digitale aanvraag doordat zakelijke klanten geen grote hoeveelheden documenten hoeven uit te printen.
- De actualiteit van de digitale aanvraag. De zakelijke klant kan in het Zakelijk Portaal de status van de aanvragen zien.

Particuliere klanten benoemden de volgende motieven voor de digitale aanvraag:

- De snelheid van het invullen van de digitale aanvraag en het meteen betalen van de leges via iDeal.
- Het gebruikersgemak omdat particuliere klanten de aanvraag 24/7 ongeacht de locatie kunnen invullen.
- De efficiëntie van de digitale aanvraag doordat particuliere klanten geen grote hoeveelheden documenten hoeven uit te printen.
- Het bewijs van aanvraag en de directe aantoonbaarheid van de indiening en de betaling van de leges.

Vervolgens zijn uit het onderzoek motieven naar voren gekomen waarom zakelijke klanten en particuliere klanten kiezen voor de schriftelijke aanvraag.

Zakelijke klanten hebben de volgende motieven aangegeven voor de schriftelijke aanvraag:

- Het in het bezit zijn van eHerkenning om toegang te krijgen tot het Zakelijk Portaal.
- Administratieve problemen door het gebruik van eigen werksystemen en drukke werkprocessen waardoor er geen interne transitie naar de digitale aanvraag kan plaatsvinden.
- Technologische problemen doordat het voorkomt dat het Zakelijk Portaal en de IND-website het soms niet doen en omdat er onvoldoende capaciteit is voor het versturen van bijlagen.

Particuliere klanten hebben de volgende motieven aangegeven voor de schriftelijke aanvraag:

- De DigiD is niet in orde doordat particuliere klanten hun gebruikersnaam en/of wachtwoord niet weten of de sms-controle functie niet aan hebben staan.
- Er zijn klanten die zichzelf ouderwets beschouwen en uit gewenning de vernieuwing van hun verblijfsdocument schriftelijk doen.
- Technologische problemen doordat het voorkomt dat de IND-website het weleens niet doet en het weleens is voorgekomen dat tijdens het indienen van de verblijfsaanvraag, de webpagina is vastgelopen.
- Verwachtingen dat de digitale aanvraag heel lastig en moeilijk is.

Uit de resultaten van het onderzoek zijn negen aanbevelingen opgesteld verdeeld onder de zakelijke en particuliere klant.

Zakelijke klant

Aanbeveling 1: eHerkenning

Tijdens de promotie van digitale diensten aan zakelijke klanten de nadruk leggen op de voordelen van eHerkenning.

Aanbeveling 2: Ondersteuning

Onderzoeken in welke mate grote zakelijke klanten ondersteund kunnen worden bij de interne transitie van de schriftelijke aanvraag naar de digitale aanvraag.

Aanbeveling 3: IND-website

Onderzoeken wat de oorzaak is dat het voorkomt dat de IND-website en het Zakelijk Portaal het soms niet doen.

Aanbeveling 4: Bijlagecapaciteit

Onderzoeken wat de mogelijkheden zijn tot uitbreiding van de bijlagecapaciteit bij digitale aanvragen.

Particuliere klant

Aanbeveling 5: Telefonie

Onderzoeken in hoeverre het telefonisch contactkanaal maximaal kan worden bezet met het oog op de kosten waar de bedrijfsvoering rekening mee moet houden.

Aanbeveling 6: Sms-controle

Nagaan in hoeverre de sms-controle van de DigiD kan worden uitgesloten met zekerheid van behoud van privacygegevens van de klant.

Aanbeveling 7: DigiD + sms-controle

Tijdens de promotie van digitale diensten aan particuliere klanten duidelijk maken dat hun DigiD + sms-controle ruim van tevoren in orde moet zijn.

Aanbeveling 8: Voordelen

Tijdens de promotie van digitale diensten aan klanten duidelijk uitleggen en laten zien hoe de doorloop van een aanvraagproces eruitziet en de voordelen van het digitale formulier benoemen (bijvoorbeeld door middel van een instructiefilmpje).

Aanbeveling 9: Ondersteuning

Slecht digitaal vaardigen stimuleren om hulp te vragen van digitaal vaardigen bij het invullen van het digitale aanvraagformulier. Hierbij kan eventueel onderzocht worden hoe de IND slecht digitaal vaardigen zo efficiënt mogelijk kan helpen bij de digitale aanvraag.

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	3
Samenvatting.....	4
Inhoudsopgave	8
Hoofdstuk 1: Inleiding.....	11
1.1 Aanleiding.....	11
1.2 Probleemstelling	13
1.3 Maatschappelijke relevantie	13
1.4 Wetenschappelijke relevantie.....	15
1.5 Leeswijzer	15
Hoofdstuk 2: Theoretisch kader	17
2.1 Inleiding.....	17
2.2 E-government.....	18
2.2.1 <i>Multidimensionaliteit e-government</i>	19
2.2.2 <i>Contactkanalen</i>	21
2.2.3 <i>Indeling van overheidsdiensten</i>	22
2.3 Burgerprofiel	23
2.4 Informatieprivacy	25
2.5 New Public Service	26
2.6 Verhouding reguliere migrant en burger	28
2.7 Technology Acceptance Model	28
2.8 Digitale kloof	31
2.8.1 <i>Digitale participatieladder</i>	31
2.9 Burger Service Code	33
2.10 Conclusie	36
Hoofdstuk 3: Methodologisch kader	40
3.1 Inleiding.....	40
3.2 Operationalisatie	40
3.3 Kwalitatief onderzoek	43
3.4 Onderzoeksstrategie	43
3.5 Praktijkgericht onderzoek	44
3.6 Methoden.....	45
3.6.1 <i>Inhoudsanalyse</i>	45
3.6.2 <i>Interviews</i>	45
3.7 Techniek	47

Hoofdstuk 4: Resultaten en analyse.....	48
4.1 Inleiding.....	48
Deel 1	48
4.2 Programma e-Dienstverlening	49
4.2.1 Serviceprincipes.....	49
4.2.2 Content van digitale diensten.....	51
4.2.3 Casus klantgroepen	53
Deel 2	55
4.3 Contactkanalen	55
4.3.2 Zakelijke klanten.....	56
4.3.3 Particuliere klanten	57
4.3.4 Analyse contactkanaal	58
4.4 Informatieprivacy	59
4.4.1 IND.....	59
4.4.2 Zakelijke klanten.....	60
4.4.3 Particuliere klanten	61
4.4.4 Analyse informatieprivacy	62
4.5 Burgerprofiel	63
4.5.1 IND.....	63
4.5.2 Zakelijke klanten.....	63
4.5.3 Particuliere klanten	64
4.5.4 Analyse burgerprofiel	64
4.6 Digitale participatieladder	65
4.6.1 Zakelijke klanten.....	65
4.6.2 Particuliere klanten	66
4.6.3 Analyse digitale participatieladder.....	68
4.7 Digitale vaardigheden	69
4.7.1 Zakelijke klanten.....	69
4.7.2 Particuliere klanten	70
4.7.3 Analyse digitale vaardigheden	72
Deel 3	73
4.8 Motieven voor schriftelijke aanvraag.....	73
4.8.1 Zakelijke klanten.....	73
4.8.2 Particuliere klanten	76
4.9 Motieven voor digitale aanvraag	77
4.9.1 Zakelijke klanten.....	77
4.9.2 Particuliere klanten	78
Deel 4	79
4.10 Analyse	79
4.10.1 Zakelijke klanten.....	79
4.10.2 Particuliere klanten	81
4.11 Conclusie	82

Hoofdstuk 5: Conclusie	85
5.1 Inleiding	85
5.2 Conclusie	85
5.2.1 Deelvraag 1	85
5.2.2 Deelvraag 2	86
5.2.3 Deelvraag 3	87
5.2.4 Deelvraag 4	89
5.2.5 Deelvraag 5	90
5.2.6 Vraagstelling	92
5.3 Discussie	93
Literatuurlijst.....	96
Bijlage.....	103

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Aanleiding

De IND is een uitvoeringsorganisatie die valt onder het ministerie van Veiligheid en Justitie (IND, z.j.a). Zij voeren het vreemdelingenbeleid van Nederland uit. De organisatie is verantwoordelijk voor de toelating van vreemdelingen, het verkrijgen van Nederlanderschap en de handhaving erop. Deze processen heten *klantprocessen*. Vreemdelingen kunnen asielmigranten zijn die niet veilig zijn in hun eigen land en daarom in Nederland bescherming vragen. Daarnaast kunnen vreemdelingen ook reguliere migranten zijn die naar Nederland willen komen in het kader van studie, onderzoek of werk. De IND onderscheidt hierbij een regulier migratiebeleid en een asielbeleid (Vleugel, 2011, p. 13). In dit onderzoek zal de reguliere migrant centraal staan en daarmee ook het reguliere migratiebeleid. De IND verdeelt haar reguliere migranten in zakelijke klanten en particuliere klanten

In het huidige tijdperk van digitalisering is het van belang dat een organisatie als de Immigratie- en Naturalisatiedienst klantgericht blijft. De IND moet zich daarom blijven ontwikkelen om haar klanten optimaal te bedienen. (IND, 2016). Vanwege de veranderende omgeving waarin de IND werkt en de fluctuerende instroom van migranten is het van belang dat zij een efficiënte en klantgerichte dienstverlener blijft. De voorzieningen hiervoor worden gerealiseerd door het programma e-Dienstverlening (eDV). Klanten moeten in staat zijn om 24/7 hun informatie online in te kunnen zien, de status van hun aanvraag te raadplegen en om overige digitale diensten af te nemen. Er wordt gestreefd om het gehele primaire proces van indienen van de verblijfsaanvraag tot de beslissing te automatiseren.

De digitalisering heeft zowel betrekking op de klanten als op de werkprocessen binnen de IND. De klanten moeten hun verblijfsaanvraag digitaal kunnen invullen en de ICT-structuur van de IND moet in staat zijn om deze aanvragen juist te verwerken en om te zetten in het informatiesysteem INDiGO. Het is belangrijk dat bij digitalisering de toegankelijkheid van de dienst wordt gewaarborgd. Hoe toegankelijker de dienst, hoe meer personen er gebruik van zullen maken en hoe efficiënter de primaire klantprocessen verlopen. In het kader van eDV is een proeftuin ontwikkeld waarin eDV-diensten worden beproefd in een gecontroleerde omgeving met een select groepje deelnemers. De benaming van deze proeftuin is de mini-IND (Laarman, 2017, p.7).

Het digitaliseren van overheidsprocessen is niet nieuw. Een bekend voorbeeld is de online belastingaangifte bij de Belastingdienst. 96% van de aangiften wordt anno 2017 online ingevuld (Tweede Kamer, 2014). Het formulier is voor een groot deel vooraf ingevuld door de Belastingdienst omdat zij de benodigde informatie uit informatiesystemen van andere overheidsorganisaties, banken en hypotheekverstrekkers halen (Rijksoverheid, 2013). Dit zorgt ervoor dat de klanten alleen de informatie hoeven te controleren en waar nodig aan te vullen.

Een voorbeeld van een klantproces dat is gedigitaliseerd binnen de IND is aanvraag en verlenging van het verblijfsrecht van kennismigranten door erkende referenten. Om kennismigranten in dienst te mogen nemen moeten organisaties erkend worden door de IND. Wanneer dat is gebeurd, worden zij aangeduid als erkend referent. Zij handelen namens de kennismigrant. Voorbeelden hiervan zijn universiteiten en onderzoeksbureaus (Ensie, 2017a). Het doel van de erkenning is de betrouwbaarheid van de organisatie te verifiëren. Erkende referenten vallen onder de zakelijke klanten van de IND. Voor deze groep is een Zakelijk Portaal ontwikkeld waarin verblijfsaanvragen digitaal ingediend kunnen worden. Het aanvragen en verlengen van het verblijfsrecht van kennismigranten door erkende referenten is in 2016 beproefd in de mini-IND (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016). De bevindingen van deze proef zullen in dit onderzoek worden behandeld en er wordt gekeken wat het betekent voor de toegankelijkheid van de digitale dienst.

Naast de digitalisering van klantprocessen voor de zakelijke klant, zijn er ook processen gedigitaliseerd voor de particuliere klant (Van de Broek, persoonlijke communicatie, 15 juni 2017). Een voorbeeld is de vernieuwing van verblijfsdocumenten voor onbepaalde tijd voor particulieren. Voorheen moest een ingewikkeld pdf-bestand worden ingevuld en opgestuurd, maar nu kan dat digitaal waarbij bepaalde informatie al vooraf is ingevuld. De IND stuurt een herinnering per post aan de klant om zijn verblijfsdocument te vernieuwen. Hierin wordt nadrukkelijk naar de digitale aanvraag op de website van de IND verwezen. Alsnog maakt ongeveer de helft van deze groep gebruik van het ingewikkelde papieren bestand. Het is interessant om erachter te komen waarom particulieren standvastig zijn in het gebruik van de papieren aanvraag. Dit kan te maken hebben met de toegankelijkheid van de digitale aanvraag. Het doel van universele toegankelijkheid is dat alle individuen gebruik van de dienst moeten kunnen maken. Dit betreft ook individuen met een beperkte digitale vaardigheid. Voor het digitaal indienen van een vernieuwing van een verblijfsvergunning is het noodzakelijk dat particulieren weten hoe ze een computer moeten gebruiken en dat ze toegang hebben tot het internet. Daarnaast moet deze groep extern worden geprikkeld, zodat zij de behoefte ontwikkelen om gebruik te maken van de digitale dienst. Er zijn ook risico's verbonden aan de digitalisering van klantprocessen. Een voorbeeld is de kans op inbreuk van privacygegevens.

De hoofddirecteur van de IND (HIND) heeft een onderzoek aangevraagd waarin expliciet de toegankelijkheid van digitale diensten van de IND wordt onderzocht. Het toegankelijkheidsvraagstuk speelt een belangrijke rol binnen de IND. De vraag die de IND heeft in deze kwestie is op welke wijze de reguliere migrant nog meer gestimuleerd kan worden tot het indienen van een digitale aanvraag. Met deze informatie kan de IND rekening houden bij de uitrol van digitalisering van verblijfsaanvragen.

1.2 Probleemstelling

De doelstelling van dit onderzoek is:

“Aanbevelingen doen op welke wijze de digitale diensten binnen de IND kunnen worden geoptimaliseerd op het gebied van toegankelijkheid.”

De vraagstelling die hieruit voortkomt is:

“Hoe kan de IND haar digitale diensten voor haar zakelijke en particuliere klanten verder optimaliseren met het oog op toegankelijkheid?”

De deelvragen die nodig zijn om de vraagstelling te beantwoorden, zijn als volgt geformuleerd.

Deelvraag 1

Welke factoren zijn belangrijk in de literatuur voor de toegankelijkheid van digitale diensten?

Deelvraag 2

Wat doet de IND in het kader van e-Dienstverlening ten aanzien van de zakelijke klant en particuliere klant met betrekking tot het indienen van digitale aanvragen?

Deelvraag 3

Waarom kiezen zakelijke klanten voor de digitale dan wel de schriftelijke aanvraag?

Deelvraag 4

Waarom kiezen particuliere klanten voor de digitale dan wel de schriftelijke aanvraag?

Deelvraag 5

Welke aandachtspunten omtrent de toegankelijkheid van het digitaal indienen van verblijfsaanvragen door zakelijke en particuliere klanten zijn er?

1.3 Maatschappelijke relevantie

Digitale dienstverlening biedt allerlei voordelen voor de burger. Zij krijgen de mogelijkheid om hun zaken 24/7, overal, snel en gemakkelijk te doen (Nationale Ombudsman, 2013, p.7). Bij het inrichten van de e-Dienstverlening is het belangrijk dat er rekening wordt gehouden met de digitale vaardigheden van burgers. Een overheidsdienst moet namelijk toegankelijk blijven voor iedereen. Door de toegankelijkheid van de digitale dienstverlening te waarborgen wordt de kloof tussen de overheid en burger zoveel mogelijk gedicht. Dit leidt

ertoe dat burgers zich gehoord voelen, waardoor het vertrouwen van de burger in de overheid stijgt. Het is belangrijk dat de overheid rekening houdt met de burgers die niet over voldoende digivaardigheden beschikken. Voor zakelijke klanten spelen digivaardigheden weliswaar minder een rol, maar zij kampen met andere vormen van toegankelijkheidsvraagstukken die ertoe leiden dat ze de aanvraag digitaal of schriftelijk indienen. De resultaten van dit onderzoek zullen bijdragen aan het verbeteren van deze vraagstukken. De particuliere migrant dient zijn aanvraag zelf in. Daarbij speelt de afwezigheid van digivaardigheden een grotere rol. Hoe beter de IND aansluit op de digivaardigheden van deze groep, des te meer particulieren gebruik kunnen maken van digitale diensten.

De relevantie voor de zakelijke en particuliere klant ligt ook in de efficiëntie van de indiening van de aanvraag. In plaats van alles op papier te moeten tekenen en kopieën moeten te maken van relevante papieren, kunnen de klanten de gegevens eenvoudig digitaal aanleveren.

De relevantie voor de IND ligt in het feit dat dit onderzoek aanbevelingen doet waarmee de IND rekening kan houden bij het ontwerpen van de digitale dienst. Het streven is dat reguliere klanten minder problemen ondervinden bij het gebruik van de digitale dienst, waardoor klantprocessen van de IND efficiënter worden. In 2016 heeft de IND ongeveer 100.000 verblijfsdocumenten voor bepaalde tijd uitgereikt en 36.000 verblijfsdocumenten van onbepaalde tijd (IND, 2017, p.9). Door de aanvragen te digitaliseren, hoeft de IND minder tijd te besteden aan het overzetten van gegevens uit een papieren formulier in het IND-systeem. Dit zorgt ervoor dat er tijd wordt bespaard in de afhandeling van verblijfsaanvragen. De bespaarde tijd kan de IND gebruiken in andere werkprocessen rondom de aanvraag van de verblijfsdocumenten. Door het eenvoudiger te maken voor erkende referenten om digitaal te gaan, wordt een bijdrage geleverd aan de Nederlandse kenniseconomie. Dit leidt ertoe dat Nederland aantrekkelijker wordt voor internationale bedrijven en organisaties. De relevantie voor de IND bij de particuliere klanten ligt in het feit dat de resultaten van dit onderzoek gebruikt kunnen worden om klanten te stimuleren gebruik te maken van nieuw ontwikkelde digitale diensten.

Concluderend zit de maatschappelijke relevantie van de toegankelijkheid van de digitale overheid in het feit dat burgers overal en op elk tijdstip meteen gebruik kunnen maken van overheidsdiensten en dat het voor de IND tijdsbesparingen oplevert, de kenniseconomie van Nederland versterkt en dat de IND de aanbevelingen kan gebruiken bij de volgende uitrol van digitale aanvragen.

1.4 Wetenschappelijke relevantie

E-dienstverlening is een relatief nieuw concept in de wetenschap. Internet bestaat bijna 25 jaar, maar pas sinds de afgelopen jaren is de groei van de digitalisering zodanig sterk geweest dat het karakter van de overheid daarmee fundamenteel is veranderd (WRR, 2011, p. 13). In de literatuur is er pas in de laatste jaren onderzoek gedaan naar factoren die tot succes van de digitale overheid leiden (Al-Khalifa, Baazeem & Alamer, 2016, p.1; Kamoun & Almourad, 2014, p. 1-2). Daarbij zijn de gehouden onderzoeken wel extensief en zijn verschillende aspecten binnen e-dienstverlening onderzocht. Meijer en Bekkers (2015) onderzochten of een metatheorie de theoretische fragmentatie over e-dienstverlening tegenging. Homburg (2008) heeft een boek geschreven waarin hij het vakgebied Bestuurskunde in relatie brengt met e-dienstverlening. Tot slot hebben Homburg en Dijkshoorn (2011) de personalisatie van digitale diensten onderzocht. Dit is een belangrijk aspect en zal terugkomen in het theoretisch kader. Het onderzoeksgebied van e-dienstverlening is relatief nieuw en de wetenschappelijk literatuur hierover is volop in ontwikkeling.

Om deze reden is de toegankelijkheid van de digitale overheid een interessant vraagstuk voor de wetenschap. De kennis die uit dit onderzoek naar voren komt, zal een bijdrage kunnen leveren aan wetenschappelijke theorieën over e-dienstverlening. Bestaande theorieën worden toegepast op de empirie en de nieuwe kennis die dit mogelijk oplevert, zal een bijdrage zijn aan de wetenschap. Vervolgens kan er op deze informatie voortgebouwd worden in andere onderzoeken.

Tot slot is het onderzoek wetenschappelijk relevant omdat het nieuwe inzichten geeft in de digitale dienstverlening van de overheid en hoe de dynamiek is tussen de overheid en de mens.

1.5 Leeswijzer

In het tweede hoofdstuk zal de wetenschappelijke literatuur over digitalisering van overheidsprocessen en de mogelijkheden tot het toegankelijk maken ervan worden behandeld. In dit onderzoek staat het contact tussen de overheid en de reguliere migrant centraal. Om deze reden is het theoretisch hoofdstuk ingedeeld in twee delen: de aanbodkant van digitale diensten en de vraagkant van digitale diensten. In het tweede hoofdstuk zal de eerste deelvraag worden beantwoord.

Vervolgens worden in het derde hoofdstuk de methoden van onderzoek behandeld. Hierin wordt duidelijk gemaakt wat voor type onderzoek het is en welke onderzoeksstrategie er wordt toegepast. De begrippen uit de literatuur worden meetbaar gemaakt en aansluitend worden de manieren van dataverzameling gepresenteerd.

Het vierde hoofdstuk geeft de resultaten en analyse van het onderzoek naar de toegankelijkheid van digitale diensten van de IND weer. In dit hoofdstuk zullen de tweede, derde, vierde en laatste deelvraag van dit onderzoek aan de orde komen.

Het vierde hoofdstuk is een omvangrijk hoofdstuk en is daarom ingedeeld in vier delen. In het eerste deel wordt de werkwijze van het e-Dienstverleningsprogramma met betrekking tot de zakelijke en particuliere klant beschreven door middel van inhoudsanalyse van documenten en interviews met medewerkers van de IND. Hiermee wordt de tweede deelvraag beantwoord. In het tweede deel worden de resultaten van de inhoudsanalyse van documenten en interviews met de zakelijke en particuliere klanten behandeld. De factoren uit het conceptueel model dienen als leidraad voor het tweede deel van hoofdstuk vier. Aan de hand van de het conceptueel model wordt nagegaan in hoeverre de variabelen uit de wetenschappelijke literatuur invloed hebben op het daadwerkelijke gebruik van de digitale dienst.

In het derde deel worden de motieven besproken die zakelijke en particuliere klanten hebben voor oftewel de digitale aanvraag of de schriftelijke aanvraag. Dit levert de informatie op om de derde en vierde deelvraag van het onderzoek te beantwoorden. Tot slot worden in het vierde deel de gegeven motieven geanalyseerd en worden aandachtspunten benoemd waarmee de vijfde deelvraag van het onderzoek kan worden beantwoord.

In het laatste hoofdstuk worden de vijf deelvragen achtereenvolgens beantwoord. Met deze informatie kan de hoofdvraag van dit onderzoek worden beantwoord en zal aan de doelstelling worden voldaan. Het conclusiehoofdstuk wordt afgesloten met een discussie waarin gereflecteerd wordt op het onderzoek.

Hoofdstuk 2: Theoretisch kader

2.1 Inleiding

In het theoretisch hoofdstuk worden theorieën en modellen uit de wetenschappelijke literatuur beschreven die te maken hebben met toegankelijkheid van digitale diensten. Het theoretisch kader vormt de wetenschappelijke basis voor dit onderzoek. Met de informatie die dit hoofdstuk oplevert, kunnen factoren worden onderscheiden die van belang zijn voor het behoud van toegankelijkheid van een digitale dienst. Daarbij zal met de kennis uit dit hoofdstuk een antwoord worden gegeven op de eerste deelvraag *“Welke factoren zijn belangrijk in de literatuur voor de toegankelijkheid van digitale diensten?”* Met deze factoren wordt een conceptueel model opgesteld dat dient als visuele weergave voor de verwachte oorzaak-gevolg relatie in dit onderzoek.

Dit hoofdstuk is ingedeeld in twee delen. De reden hiervoor is dat een overheidsdienst een dynamisch concept is. De overheid ontwerpt de dienst en biedt deze aan. De burgers nemen als klanten van de overheid de overheidsdienst af. Om deze reden is dit hoofdstuk ingedeeld in de aanbodkant en de vraagkant van de digitale dienst.

Deel 1: Aanbodkant van digitale diensten

In het eerste deel van het theoretisch kader wordt de aanbodkant van digitale diensten behandeld. Als eerst worden de theorieën over e-governance, e-government en multidimensionaliteit van de overheid behandeld in paragraaf 2.2 en paragraaf 2.2.1 Deze dienen als achtergrondinformatie en zijn nodig om digitale diensten in context te kunnen plaatsen en om het geheel van e-government te kunnen begrijpen. Deze theorieën worden niet meegenomen in het conceptueel model.

Nadat e-government is behandeld, is het van belang om te weten welke contactkanalen burgers hebben om in contact te komen met de medewerkers van de overheid. Dit wordt beschreven in paragraaf 2.2.2 Deze theorie benadrukt de waarde die burgers hechten aan het kiezen van een contactkanaal. Doordat dit de wens van de burger is, moet de overheid hier rekening mee houden in het aanbod van contactkanalen. Om deze reden is deze theorie opgenomen in de aanbodkant van digitale diensten en verwerkt in het conceptueel model. Daarnaast onderscheidt de theorie een drietal doelgroepen van de overheid en dit is weergegeven in paragraaf 2.2.3. Deze groepen worden ook wel de klanten van de overheid genoemd. De meerwaarde achter deze theorie is dat de overheid een kameleon is die met elke groep een andere relatie onderhoudt. Omdat het hier zowel zakelijke en particuliere klanten betreft, is het conceptueel model gebaseerd op zowel de *government to citizen* (G2C) als de *government to business* (G2B) relatietype.

In paragraaf 2.3 komt het burgerprofiel aan bod. Om de digitale dienst voor haar klanten zo eenvoudig mogelijk te maken, kan de overheid specifieke profielen ontwikkelen die het best aansluiten op de digitale behoeften van de burger. Het burgerprofiel vereenvoudigt het gebruik van de digitale diensten en is daarom in het conceptueel model toegevoegd.

Vervolgens wordt de relevantie van persoonlijke gegevens van burgers behandeld in paragraaf 2.4. Om digitale diensten te laten werken, zijn persoonlijke gegevens van de betreffende persoon van belang. Deze gegevens worden gehaald uit andere overheidssystemen, banken e.d. Het doel hiervan is dat de overheid moet weten met wie ze te maken hebben en waar deze persoon recht op heeft. Dit zorgt er ook voor dat het de taak van de overheid wordt om de persoonsgegevens van haar doelgroep te waarborgen. Deze theorie is gekozen om duidelijk te maken dat de overheid een verantwoordelijkheid draagt omtrent de waarborging van persoonsgegevens en zo ook voor de persoonsgegevens van haar klanten. Omdat het zo'n belangrijke variabele is, wordt het meegenomen in het conceptueel model.

Tot slot wordt in paragraaf 2.5 ingegaan op de werkwijze van ambtenaren in de publieke sector. Ambtenaren zijn de sleutelfactor in het toegankelijkheidsvraagstuk. Zij moeten de klanten van de overheid ervan overtuigen dat ze gebruik moeten maken van digitale dienstverlening en hen te hulp staan wanneer dat nodig is. De theorie die de dienstverlening van ambtenaren centraal stelt is de New Public Service (NPS). Omdat ambtenaren de cruciale schakel zijn tussen de overheid en de toegankelijkheid van de aangeboden diensten, hoort deze theorie in de aanbodkant van het theoretisch kader. Het is daarmee ook de theorie waarbij de aanbodkant van digitale diensten en de vraagkant bij elkaar komen op het gebied van toegankelijkheid.

2.2 E-government

Als achtergrondinformatie wordt eerst de theorie over governance en government behandeld om de context te schetsen waar digitale overheid in zit. Daarbij wordt het verschil tussen de concepten governance en government duidelijk gemaakt. Bij governance gaat het om de werkwijze en processen waarmee een samenleving kan worden gestuurd om zo de beoogde doelen te behalen (Islam & Ahmed, 2007, p.36). Wanneer het over specifieke instituties gaat, die wettelijke bevoegdheden hebben om bepaalde taken uit te voeren, dan gaat het over government. Bij governance gaat het om het groter geheel. Government is daarmee een onderdeel van governance.

Van deze twee begrippen bestaat ook de digitale 'e'-variant.

E-governance houdt in dat informatie- en communicatietechnologieën worden gebruikt door verschillende overheidsniveaus met als doel om governance en daarmee de overheidsprocessen te optimaliseren (Palvia & Sharma, 2007, p.2).

E-government is een verzamelnaam voor digitale diensten van organisaties uit de publieke sector (Palvia & Sharma, 2007, p. 1). Het internet wordt ingezet om burgers te betrekken, overheidsactiviteiten te ondersteunen en het aanbieden van overheidsdiensten.

De publieke sector gebruikt ICT om informatie aan de burger te verschaffen. Door middel van e-governance probeert de overheid de burger aan te moedigen om deel te nemen aan het overheidsproces (Palvia & Sharma, 2007, p.3). Daarbij zorgt e-governance ervoor dat de werkwijze van de overheid transparant is. De overheid kan daarmee verantwoordelijk worden gehouden voor haar acties.

Dit onderzoek focust zich op de e-government variant. De reden hiervoor is dat e-dienstverlening een onderdeel is van e-government. De definitie die Bekkers en Thaens geven aan e-government is: *“het (her)ontwerpen van bestaande en nieuwe relaties door de overheid met haar klanten door het gebruik van ICT, zoals het internet, om hiermee toegevoegde waarde te bieden (2002, p. 329).”* De definitie van Bekkers en Thaens en die van Palvia & Sharma zijn niet synoniem aan elkaar maar liggen eerder in het verlengde van elkaar. Het ontwerpen van bestaande en nieuwe relaties tussen de overheid met haar klant door het gebruik van informatie- en communicatietechnologieën (ICT) (Bekkers & Thaens, 2002) is een uitwerking en voorbeeld van de definitie van Palvia & Sharma (2007, p.1), waar e-government alleen het bezit van digitale diensten van organisaties uit de publieke sector is. Bekkers en Thaens (2002) hebben de definitie van Palvia & Sharma (2007, p.1) dus verduidelijkt.

De hoofdgedachte achter e-government is het leveren en continu verbeteren van overheidsdiensten door gebruik te maken van informatie- en communicatietechnologieën. Het strategisch doel van e-government is dat de diensten van de overheid worden vergemakkelijkt (Mishra & Mishra, 2011). Vervolgens heeft de kwaliteit van e-government sterk te maken met het vertrouwen in de overheid. De tevredenheid van de burger hangt af van het gegeven of er aan haar verwachtingen wordt voldaan bij het gebruik van e-government (Welch, Hinnant & Jae Moon, 2005).

2.2.1 Multidimensionaliteit e-government

Bij e-government is er sprake van multidimensionaliteit wat de implementatie van digitale diensten redelijk ingewikkeld maakt. Door de multidimensionaliteit aan te tonen, wordt duidelijk gemaakt welke aspecten invloed hebben op de ontwikkeling, beoordeling en implementatie van digitale diensten. De aspecten (Iskender & Özkan, 2015; Mishra & Mishra, 2011) die eraan zijn verbonden, zijn;

1. Het technologische aspect;
2. Het bestuurskundige aspect;
3. Het juridische aspect;

4. Het financieel-economische aspect en
5. Het organisatiekundig aspect.

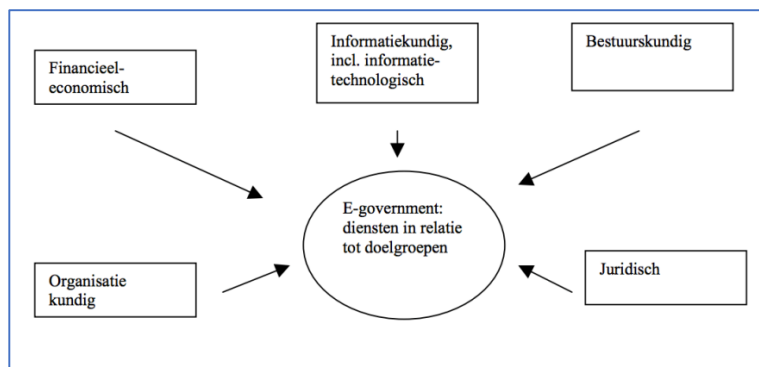
Achter een digitale overheidsdienst zitten ICT-systemen die met elkaar verbonden zijn en waarin bepaalde ontwerpen geïntegreerd zijn. Dit is het technologische aspect. Hierbij is informatiekunde en kennis van computertechnologie van groot belang.

Het bestuurskundige aspect bij e-government zit in de manier van sturen, de dienstverlening aan en de communicatie met burgers, bedrijven en andere overheden. De verhouding en dynamiek tussen deze groepen is van belang bij de werking van de digitale overheid.

Het juridische aspect is belangrijk wanneer het gaat om de bescherming van de persoonlijke levenssfeer. De informatie van burgers die bekend is bij de overheid is vaak privacygevoelig. De privacy van burgers binnen digitale overheidsdiensten moet om deze reden gewaarborgd worden in de wet.

Bij het financieel-economische aspect wordt bekeken wat de kosten zijn van het opstellen van een digitale overheid en hoe groot de investeringen zijn die de overheid daarvoor moet doen.

Het organizekundig aspect houdt in dat wanneer er e-government diensten worden ingevoerd, dit effect heeft op de samenstelling van het personeel. Bepaalde takenpakketten worden geautomatiseerd en personeel die daar eerst voor werd ingezet, zal hoogstwaarschijnlijk op andere taakvelden binnen de organisatie terecht komen.



Figuur 1: Perspectievenmodel (Bekkers & Thaens, 2002)

In figuur 1 is het voorgaande samengevat en is daarmee een overzicht gegeven van de onderzoeksgebieden waarvan de kennis relevant is bij het (her)structuren van e-government. Het voordeel hiervan is dat de verschillende invalshoeken inzicht geven in de gevolgen van de e-government structuur. Het nadeel is, omdat er zoveel verschillende onderzoeksgebieden bij betrokken zijn, dat het zorgt voor meer spelers in het veld. Dit leidt

ertoe dat de totstandkoming en het optimaal laten werken van digitale diensten binnen e-government bemoeilijkt.

2.2.2 Contactkanalen

Na de multidimensionaliteit van e-government te hebben behandeld, wordt nu gekeken naar de specifieke vormgeving van e-government. Het wordt namelijk in de meeste gevallen vormgegeven in overheidsportalen. Deze portalen worden ontwikkeld om betere service te verlenen aan burgers (Ayachi et al., 2016).

In de afgelopen jaren zijn verschillende overheden het met elkaar eens geworden dat ze via deze portalen klantgerichte en gebruiksvriendelijke digitale services moeten aanbieden aan de burgers om de kwaliteit van het overheidshandelen zo hoog mogelijk te houden (Mishra & Mishra, 2011). In het kader van klantgerichte dienstverlening heeft de overheid een uitgebreid aanbod van contactkanalen. Voorbeelden van kanalen zijn contact bij de balie, telefonisch contact, mail-uitwisseling en briefpost.

Persoonlijk contact is de hoogste vorm van toegankelijkheid tot een organisatie (I&O Research, 2016, p.48). De klant heeft contact met een persoon die de kennis bezit om de betreffende vragen direct te beantwoorden.

Telefonisch contact is sneller en efficiënter dan persoonlijk contact. De klant heeft alsnog contact met een persoon die in het bezit is van dezelfde kennis als bij persoonlijk contact. De telefoniste levert de informatie aan de klant zonder dat hij ter plaatse hoeft te komen.

Mail-uitwisseling is daarentegen wat minder toegankelijk. De klant moet zijn probleem in woorden uitleggen en daar de juiste woorden voor kiezen. Vervolgens moet de medewerker die de mails beantwoordt de mail juist interpreteren. De medewerkers schrijven een antwoord op basis van zijn interpretatie van de mail. Een onjuiste formulering van een zin zal leiden tot een verkeerd antwoord. De toegankelijkheid van mailwisseling is daarom minder dan bij persoonlijk en telefonisch contact. In het geval van briefpost, moet rekening gehouden worden met de tijd dat het vergt tot een brief aankomt bij de betreffende organisatie. Vervolgens wordt de brief behandeld en wordt er weer een brief teruggestuurd naar de klant. De toegankelijkheid bij briefpost is daarom ook lager dan bij persoonlijk en telefonisch contact.

Door de uitbreiding van de kanalen streeft de overheid ernaar kostenbesparingen te realiseren (Bekkers & Thaens, 2002). Uit onderzoek is gebleken dat het duurste kanaal voor de overheid om service te verlenen, contact via de balie is. Het goedkoopste kanaal is contact via de website (Bommeljé & Keur, 2013). Het openbaar bestuur moet toegankelijker worden en daarmee dwingt het de overheid om de kwaliteit van haar dienstverlening zo hoog mogelijk te maken (Bekkers & Thaens, 2002). Omdat de keuze aan overheidskanalen invloed heeft op de houding van de klant tegenover de overheid, wordt deze theorie

meegenomen in het conceptueel model. De overheid is dan verantwoordelijk voor het beschikbaar stellen van verschillende contactkanalen.

2.2.3 Indeling van overheidsdiensten

De contactkanalen van de overheid worden gebruikt door klanten. De wetenschappelijke literatuur onderscheidt drie klantgroepen van de overheid. Dit zijn de burgers, bedrijven en de overheid. De externe focus ligt op de burgers en bedrijven en de interne focus bij de overheid zelf (Palvia & Sharma, 2007, p.4). Het belang van deze drie relatietypen is dat in dit onderzoek ook sprake is van een of meerdere relatietypen tussen de overheid en haar klant. De drie relatietypen die de overheid met haar doelgroepen heeft, worden toegelicht.

Government to Citizen - G2C

In deze relatie zorgt de overheid ervoor dat ze voortdurend informatie verschaffen en diensten leveren aan haar burgers. Door middel van G2C diensten krijgen burgers de mogelijkheid om via het web in contact te komen met de overheid en om enkele diensten af te nemen zoals de belastingaangifte en het vernieuwen van het rijbewijs. Verder kunnen burgers met deze onlinediensten bijvoorbeeld hun benodigde formulieren downloaden. De burgers staan dus direct in contact met overheidsorganisaties. Elke overheidsorganisatie heeft in hun onlinedienst een gepersonaliseerd portaal ontworpen voor de burgers. Hierin staan zijn of haar gegevens die bekend zijn bij de betreffende overheidsinstantie (Palvia & Sharma, 2007, p. 4).

Government to Business - G2B

De volgende overheidsrelatie is de government tot business relatie (G2B). Hierin onderhoudt de overheid relaties met bedrijven. Een voorbeeld is de Belastingdienst. Zij hebben relaties met de private sector om zo het inkomen van het personeel op te vragen (Rijksoverheid, 2013). Met deze informatie kan de Belastingdienst de hoogte van de belastingaanslag bepalen. Omgekeerd is het ook zo dat bedrijven hun producten en diensten te koop aanbieden aan de overheid (Palvia & Sharma, 2007, p.5).

Government to Government - G2G

Bij de government to government (G2G) type staan er verschillende overheidsinstanties en overheidslagen in contact met elkaar. De handelingen binnen deze overheidsrelatie zijn erop gericht om de effectiviteit en efficiëntie van het overheidshandelen te verbeteren (Palvia & Sharma, 2007, p. 6). Een voorbeeld van deze relatie is het contact tussen het kerndepartement Veiligheid en Justitie met de uitvoeringsorganisatie IND. Ander voorbeeld is de samenwerking tussen de uitvoeringsorganisaties IND, Dienst Terugkeer & Vertrek en Centraal Opvang Asielzoekers.

In dit onderzoek ligt de nadruk op zowel de G2B relatie als de G2C relatie. Bij G2B wordt de relatie tussen de overheid en haar zakelijke klanten nader onderzocht. Bij G2C wordt de relatie tussen de overheid met haar particuliere klanten onderzocht

2.3 Burgerprofiel

Met toegankelijkheid wordt de mate van bereikbaarheid van een digitale dienst bedoeld. Het doel van toegankelijkheid is dat alle klanten van de overheid en daarmee ook klanten met een beperkte vaardigheid gebruik moeten kunnen maken van een digitale dienst. Webpagina's moeten gebruiksvriendelijk worden ontworpen. Dit houdt in dat er gelet moet worden op de lay-out en leesbaarheid van de pagina's (Abunamy, Al-Badi & Mayhew, 2005, p.100). Een voorbeeld van een gebruiksvriendelijke dienst is het burgerprofiel (Ayachi et al., 2016, 686). Hierin heeft elke burger zijn eigen persoonlijke omgeving binnen de digitale overheid. De burger kan zijn persoonlijke gegevens hierin terugvinden, kijken op welke diensten hij recht heeft en wat de stand van zaken is van die betreffende dienst. Door middel van het burgerprofiel, is de burger verbonden met de diensten die de overheid beschikbaar stelt. Verschillende Europese landen hebben al nationale portalen ontwikkeld waarin burgers beschikking hebben tot gepersonaliseerde webportalen (Homburg & Dijkshoorn, 2011).

Ayachi et al. (2016, p.681) constateren dat er een grote hoeveelheid aan informatie aanwezig is op overheidspagina's. De burger wordt hierbij overladen met informatie. Daarbij zijn er veel diensten beschikbaar die burgers niet altijd nodig hebben. Het is gebleken dat de zoekbalk op overheidswebsites vaak niet de juiste informatie levert basis van een fout gespeld woord of een onduidelijk trefwoord (Ayachi et al., 2016, p. 681). De zoekfunctie kan het trefwoord niet koppelen aan informatie in hun database en zo levert het voor de burger alleen maar frustratie en ergernis op.

Universele dienstverlening is mogelijk door een zo gepersonaliseerd mogelijke dienst aan te bieden (Ayachi et al., 2016, p.681). Uit onderzoek is gebleken dat personalisatie tot tevredenheid leidt (Reffat, 2003). Een overheidsdienst zou elke type gebruiker moeten herkennen en de dienst zou op zo'n manier moeten worden weergegeven zodat best aansluit bij de type gebruiker. De toegankelijkheid van een dienst ligt bij een zo gepersonaliseerd mogelijk dienstverlening (Ayachi et al., 2016).

Personalisatie van diensten kent ook een aantal obstakels (Homburg & Dijkshoorn, 2011). Het vergt namelijk veel samenwerking en informatiewisseling op verschillende overheidsniveaus. Dit is lastig te realiseren vanuit het perspectief van de overheid en het technologische perspectief. Dit komt omdat er informatiestromen ontwikkeld moeten worden tussen de betreffende overheidsniveaus. Ten tweede vergen gepersonaliseerde webportalen veel financiële investeringen omdat de veranderingen die gedaan moeten

worden omvangrijk en ingrijpend zijn. De derde obstakel is dat er ook landen zijn die nog worstelen met wettelijke problemen zoals de digitale handtekening en privacywetten.

Voor het bieden van gepersonaliseerde diensten is het opstellen van een burgerprofiel van belang. Een profiel moet de meest relevante informatie van de burger bevatten. Deze informatie kan voor een groot deel gehaald worden uit andere databronnen van de overheid (Ayachi et al., 2016, p. 686).

Dit profiel bestaat uit vijf elementen (Ayachi et al., 2016).

1. Demografische informatie

Hier vallen gegevens onder zoals naam, leeftijd, burgerlijke staat en ambt van de burger. Met deze algemene informatie wordt de basis van het burgerprofiel gevormd. De burger kan controleren of deze informatie juist is.

2. Context

Hier gaat het om de persoonlijke en sociale situatie van de burger en de diensten die de overheid aanbiedt die van toepassing zijn op die personen. Daarmee wordt het profiel gepersonaliseerd en worden diensten die niet van belang zijn voor een persoon, niet geprioriteerd weergegeven.

3. Interessegebieden

Bij interessegebieden gaat het om de interesses van een burger van welke overheidsdienst hij gebruikt wilt maken. Wanneer een burger bijvoorbeeld in veronderstelling is dat hij huurtoeslag moet aanvragen en die betreffende dienst heeft geraadpleegd binnen zijn burgerprofiel, kan die dienst eerder weergegeven worden of centraal aanwezig blijven in het portaal van die burger.

4. Doelen

Het websysteem van de digitale dienst moet erachter komen waar de burger heen wil met de acties die hij invoert in het portaal. Dit hangt samen met de interessegebieden van de burger. Dit moet verwerkt zijn in het systeem achter het burgerprofiel.

5. Gedrag

De acties die door de burger zijn ingevoerd in het webportaal, moeten door het websysteem worden opgeslagen. Hierdoor kan het systeem een gedragspatroon voor de burger ontwikkelen. De geschiedenis van de invoer van een burger wordt opgeslagen en daarmee worden alleen de meest relevante diensten voor hem geprioriteerd weergegeven.

Deze theorie is gekozen omdat het uit de literatuur is gebleken dat een burgerprofiel de toegankelijkheid van een digitale dienst vergroot (Ayachi et al., 2016). Om deze reden wordt deze theorie toegevoegd aan het conceptueel model.

2.4 Informatieele privacy

Tijdens het onderhouden van de relaties die zijn besproken in paragraaf 2.2.3, vindt er in grote hoeveelheden gegevensuitwisseling plaats tussen de overheid en de klant. Omdat er in digitale diensten vaak persoonsgegevens van de betreffende persoon nodig zijn, speelt de privacy kwestie een belangrijke rol. Het speelt namelijk een rol in het wel of niet invoeren van je gegevens online op het internet (Dwyer, Hiltz & Passerini, 2007, p.10). Deze vorm van privacy heet in de wetenschappelijke literatuur *informatieele privacy*. Deze theorie is meegenomen in dit hoofdstuk omdat de mate ervan invloed uitoefent op het gedrag van mensen.

Momenteel is er een tijdperk van digitalisering aan de gang (Dunleavy et al, 2006, p. 468; Fang, 2002, p. 21). Voor een goede werking van een digitale dienst is informatie van de betreffende burger van groot belang (Jho, 2005; Mishra & Mishra, 2011). De burger dient daarom persoonlijke informatie in te leveren bij de overheidsinstantie om vervolgens digitaal geholpen te kunnen worden (Jho, 2005, p.155). Omdat het van de burgers verwacht wordt dat zij persoonlijke informatie verschaffen aan de overheid, is de overheid verantwoordelijk voor de waarborging van de veiligheid van persoonlijke gegevens (Digitale overheid, z.j.; Medjahed, Rezgui, Bouguettaya & Ouzzani, 2003, p.10).

Informatieele privacy wordt gedefinieerd als “het verlangen van een individu om controle en/of invloed te hebben op hun persoonlijke gegevens (Bélanger & Crossler, 2011, p.1017).” Dit is iets anders dan persoonlijke privacy dat door Mill gedefinieerd wordt als de bescherming van het innerlijke domein van een individu tegen inmenging van de overheid, maatschappelijke instituties en andere burgers (Vedder, 2009, p.10). Omdat het in dit onderzoek gaat om persoonlijke gegevens die online moeten worden ingevuld, wordt de term informatieele privacy aangehouden. De waarborging van persoonlijke gegevens is bij wet vastgelegd. De bekendste regelgeving voor dit thema is de Wet Bescherming Persoonsgegevens (Wbp) waarin regels zijn opgesteld voor de automatisering van persoonsgegevens (Autoriteit Persoonsgegevens, z.j.).

Het neveneffect dat is ontstaan door de verzameling van persoonlijke informatie op het internet is het risico op privacy inbreuk. Dit kan voorkomen wanneer personen die niet bevoegd zijn, toegang hebben tot persoonlijke gegevens. De overheid is verantwoordelijk voor het behoud van de grote hoeveelheid persoonlijke informatie in datasets die zij in hun bezit hebben (Digitale overheid, z.j.; Vasista, 2013). Er zijn ook burgergroepen die ervoor pleiten om actief betrokken te worden in het proces waarin hun persoonlijke informatie wordt verzameld en gebruikt (Jho, 2005, p.155). Er moet dus een balans zijn tussen de

toegankelijkheid van het systeem, dat zowel de privacy van persoonsgegevens waarborgt als goed beveiligd is tegen hackers en andere dreigingen van buitenaf.

2.5 New Public Service

Ook ambtenaren zijn van groot belang bij de waarborging van privacy en het onderhouden van relaties met klanten. Voor elke relatietype (G2C/G2B/G2G) is het van groot belang dat de kwaliteit van de dienstverlening hoog is. Ambtenaren functioneren namelijk als dienaren van het volk (Kaptein, 2013, p.11).

Een theorie waarbij dienstverlening centraal staat is New Public Service (NPS) (Osborne, Radnor & Nasi, 2013). De basis bij NPS ligt bij het idee van democratie en de actieve betrokkenheid van burgers. De theorie focust op de burgers, de maatschappij en het maatschappelijk middenveld (GCPSE, 2015, p.10). De behoeften van de burgers staan voorop bij NPS en krijgen daarmee een centrale rol in het overheidsproces. Het beleid van de overheid moet ervoor zorgen dat het aansluit op de behoefte van de burger (Denhardt & Denhardt, 2015). De rol van de ambtenaren in deze theorie is om burgers te faciliteren zodat zij zelf oplossingen kunnen vinden voor sociaal maatschappelijke problemen. Hiermee proberen de ambtenaren zoveel mogelijk tegemoet te komen aan de belangen die de burger heeft in het openbaar bestuur.

De New Public Service is van groot belang voor het theoretisch kader. Het is namelijk de crux tussen de aanbodkant van digitale diensten en de vraagkant dat in het tweede deel van het theoretisch kader wordt besproken. De ambtenaren zijn werkzaam voor de overheid. Door hun manier van handelen kunnen ze ervoor zorgen dat het aanbod van digitale diensten zo dicht mogelijk aansluit op de behoefte van de burger in de vraag naar digitale diensten. Volgens de theorie moet de ambtenaar met drie aspecten rekening houden (GCPSE, 2015, p.10). Dit zijn toegankelijkheid, verantwoordelijkheid en responsiviteit.

Dit onderzoek omvat alle drie de aspecten van NPS en is verwerkt in het conceptueel model. Met toegankelijkheid wordt de mate van bereikbaarheid van een digitale dienst bedoeld. Het doel van toegankelijkheid is dat alle individuen en daarmee ook individuen met een beperkte digitale vaardigheid gebruik moeten kunnen maken van de digitale dienst. Webpagina's moeten gebruiksvriendelijk worden ontworpen. Dit houdt in dat er gelet moet worden op de lay-out en leesbaarheid van de pagina's (Abunamy, Al-Badi & Mayhew, 2005, p.100). In het toegankelijkheidsaspect komt de aanbodkant en de vraagkant van de theorie bij elkaar. Het aspect verantwoordelijkheid is onderverdeeld in de variabele *privacy*. Het gaat hier om de verantwoordelijkheid die de overheid draagt voor het in stand houden van een goede digitale dienst en de waarborging van de grote hoeveelheid aan persoonsgegevens. Het derde aspect responsiviteit komt in het conceptueel model terug in de variabele *contactkanaal*. Hier gaat het erom dat de overheid responsief hoort te zijn. Dit uit zich door te reageren op de behoefte van de burger. De dienstverlening van de overheid

moet zo ingericht zijn dat het zo dicht mogelijk aansluit op de behoefte van de burger (GCPSE, 2015, p.10).

Wanneer de overheid met deze drie aspecten rekening houdt, is al een eerste stap gezet aan het voldoen van het publiek belang van de burger. Dit maakt verder ook duidelijk dat de NPS-benadering nadruk legt op het benaderen van burgers vanuit vastgestelde regels. Dit heet ook wel een normatieve benadering. Wanneer ambtenaren zich niet aan deze vastgestelde regels houden, hebben de burgers een handvat waarmee ze de ambtenaren kunnen aanwijzen op hun gedrag.

In het eerste deel zijn verschillende theorieën behandeld om zowel digitale diensten in context te plaatsen als theorieën die specifiek over het toegankelijkheidsvraagstuk gaan.

Deel 2: Vraagkant van digitale diensten

In dit deel van het theoretisch kader wordt de vraagkant van digitale diensten behandeld. In dit onderzoek staat de reguliere migrant centraal. Zij kunnen verschillende achtergronden hebben. Voorbeelden zijn arbeidsmigranten, kennismigranten en familieleden van een in Nederland verblijvende vreemdeling. De verhouding tussen de reguliere migrant en de burger wordt behandeld in paragraaf 2.6. De reguliere migrant moet gestimuleerd worden om over te gaan tot het gebruik van een digitale dienst. Dit proces wordt weergegeven in het Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1985) in paragraaf 2.7. Het conceptueel model is afgeleid van dit model. In de literatuur komen de factoren uit de wetenschappelijke literatuur naar voren die effect hebben op het daadwerkelijk gebruik van de digitale dienst. Om deze reden is het gehele Technology Acceptance Model in het conceptueel model opgenomen.

Aan de hand van dit model kan ook duidelijk gemaakt worden wat de digitale kloof is, hoe die ontstaat en hoe die kan worden tegengegaan. De theorie over de digitale kloof (Bommeljé & Keur, 2013) wordt behandeld in paragraaf 2.8 en beschrijft de digitale participatieladder. De ladder bevat voorwaarden waaraan een reguliere migrant moet voldoen en de benodigde middelen die de reguliere migrant moet hebben om gebruik te kunnen maken van de digitale dienst. Deze theorie is verwerkt in het conceptueel model. De laatste variabele uit het conceptueel model is de digitale vaardigheden die een burger moet hebben om gebruik te kunnen maken van de digitale dienst. De theorie over de digitale kloof dient als context om de digitale participatieladder en digitale vaardigheden te begrijpen.

Tot slot wordt de theorie over de Burger Service Code (BSC) behandeld (Burgerlink, 2008) in paragraaf 2.9. Deze theorie is een duidelijke vorm van New Public Service geweest die in de aanbodkant is behandeld. De overheid heeft de BSC opgesteld in samenwerking met de burger. Hierin zijn elementen van toegankelijkheid in verwerkt. De overheid moet zich met

de BSC aan een coherent set van codes houden bij haar dienstverlening. Deze theorie heeft invloed op de voorgaande theorieën omdat de overheid bij elke vorm en ontwerp van een digitale dienst, rekening moet houden met de BSC. Met deze theorie kan gekeken worden of de betreffende regels zijn ervaren door de respondenten in het onderzoek.

2.6 Verhouding reguliere migrant en burger

In het internationaal recht wordt burgerschap aangeduid als nationaliteit (Bauböck, 2006, p.16). Echter, in de wetenschappelijke literatuur is er een strikt onderscheid tussen burgerschap en nationaliteit. Dit wordt duidelijk in het volgende citaat:

“Nationality refers to the international and external aspects of the relation between an individual and a sovereign state, whereas citizenship pertains to the internal aspects of this relation that are regulated by domestic law” (Bauböck, 2006, p. 17).

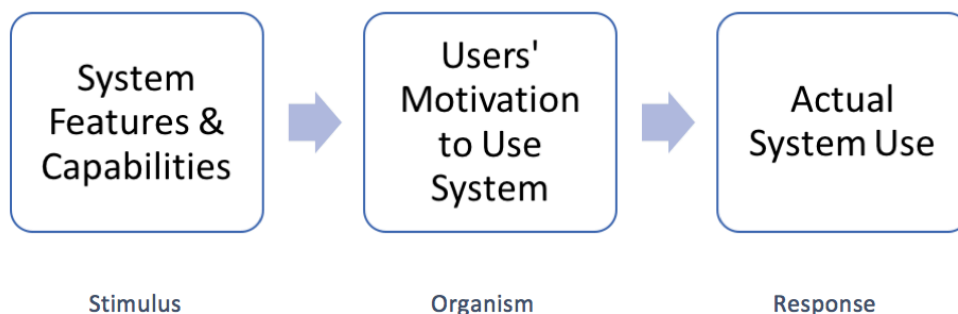
Bij nationaliteit gaat het om de externe aspecten van de relatie tussen het individu en de soevereine staat en bij burgerschap gaat het om de interne aspecten van deze relatie die geregeld worden door nationale wetgeving (Bauböck, 2006, p.17).

Migratie is een vorm van mobiliteit waarbij individuen territoriale landsgrenzen overschrijden en zich vestigen in andere gemeenten, regio's of landen (Bauböck, 2006,17-18). Hedendaags wordt mobiliteit gezien als een mensenrecht. Er zijn landen die hun grenzen openstellen voor migratie en er zijn landen die alleen instroom toestaan van individuen met een bepaalde nationaliteit. Wanneer immigranten toegelaten zijn tot het land, krijgen ze hetzelfde recht als inheemse burgers om gebruik te maken van hun mobiliteit binnen dat land. Burgerschap is een lidmaatschap dat verleend is door de politieke staat en waarbij onderscheid gemaakt kan worden tussen inheemse burgers en immigranten. Migranten zijn per definitie burgers uit één land die zich verplaatsen naar een ander land. In dit onderzoek worden migranten ook wel aangeduid als burgers, omdat een individu in alle gevallen (m.u.v. staatloosheid) lid is van een staat. Migranten zijn dan geen burgers van de Nederlandse staat, maar het conceptueel model is van toepassing op alle burgers ongeacht het lidmaatschap van de staat.

2.7 Technology Acceptance Model

De overheid moet de burger overtuigen om gebruik te maken van hun digitale diensten. Hiervoor heeft Davis (1985) het Technology Acceptance Model (TAM) ontworpen. Dit model is ontwikkeld met twee belangrijke doelen. Het eerste doel geeft inzicht in het acceptatieproces van een digitale dienst. Uit dit inzicht kunnen nieuwe theoretische verklaringen worden ontworpen die gebruikt kunnen worden bij de implementatie van het model. Het tweede doel dient als theoretische basis voor experimenten bij acceptatie van digitale diensten (Davis, 1985).

Het model bestaat uit drie concepten (Davis, 1985, p.10). Dit zijn systeemeigenschappen, motivatie en het daadwerkelijke gebruik van de digitale dienst. De systeemeigenschappen van de dienst en de vaardigheden van burgers zorgen voor de stimulans om gebruikt te maken van de digitale dienst. De burgers beoordelen de dienst op de interface en wegen af of het hun meer voordelen biedt dan nadelen. De motivatie van burgers om de dienst te gebruiken en het daadwerkelijke gebruik van de dienst is het tweede concept. Hoe een 'nieuw' systeem zich presenteert aan een persoon heeft invloed op de motivatie van een persoon om het systeem wel of niet te gebruiken. Als een persoon genoeg motivatie heeft, zal dit leiden tot het derde concept en dat is het daadwerkelijke gebruik van het digitale systeem. Dit is dan de reactie van de burger op de digitale dienst. Het model is weergegeven in figuur 2.



Figuur 2: Concepten Technology Acceptance Model (Davis, 1985, p.10)

Het TAM wordt gebruikt om de gebruikersacceptatie van technologie in beeld te brengen. De theorie geeft weer dat de overtuigingen van een persoon ervoor zorgen dat de intentie van diegene wordt beïnvloed. De intentie zorgt er vervolgens voor dat de gedragingen van de persoon worden beïnvloed. Met dit model kan een voorspelling worden gedaan in hoeverre een persoon bereid is het digitale systeem te accepteren en vervolgens te gebruiken (Davis, 1985). Met dit model kan men ook achterhalen wat die invloed is en hoe groot de invloed is van externe factoren op de houding en gedrag van een persoon (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989, p. 985). Door middel van deze informatie kunnen ontwerpers rekening houden met het inrichten van de digitale dienst om het gebruik ervan zo gemakkelijk mogelijk te laten verlopen.

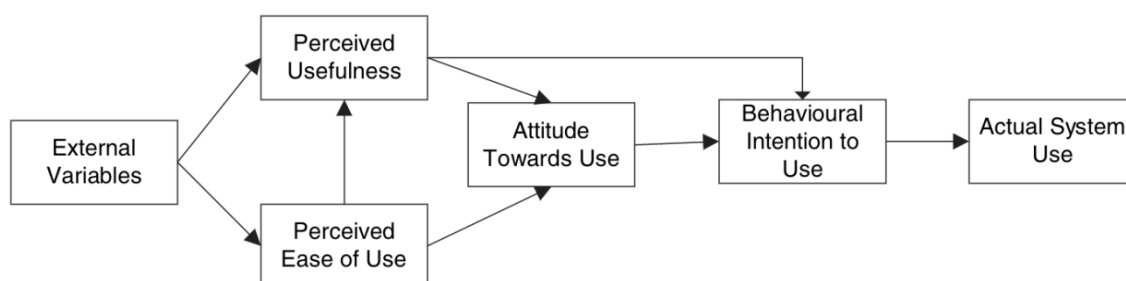
Het TAM is gebaseerd op een bekende theorie uit de psychologische wereld namelijk de Theorie van Gepland Gedrag van Ajzen (1985). Om deze reden bevat het TAM elementen uit de psychologische onderzoeksveld (Carter & Bélanger, 2005, p.7). Dit is duidelijk te zien in het gedragsaspect van het TAM.

Het model begint met de *externe variabelen* (Davis, 1985, p.25-26). Dit zijn alle variabelen waaraan een burger wordt blootgesteld wanneer zij worden verleid om gebruik te maken

van een digitale dienst. Voorbeelden zijn reclames of brochures over de digitale dienst. De *externe variabelen* hebben invloed op de gebruikersmotivatie dat bestaat uit de *waargenomen bruikbaarheid*, *waargenomen gebruikersgemak* en houding jegens het gebruik ervan. De *waargenomen bruikbaarheid* is de mate waarin een persoon gelooft dat door het gebruik te maken van een bepaald systeem, zijn of haar werkprestatie ermee wordt verbeterd. Het *waargenomen gebruikersgemak* is de mate waarin een persoon gelooft dat het gebruik van een bepaald digitale systeem, vrij is van inspanning en dus vloeiend verloopt. Hoe makkelijker een systeem is voor een persoon, des te bruikbaarder het is. De gebruikersmotivatie heeft vervolgens invloed op de *gedragsintentie* van een persoon. Deze twee variabelen in het model hebben invloed op de derde variabele van de gebruikersacceptatie van een persoon. De houding heeft invloed op de intenties van een persoon en dit leidt tot wel of geen daadwerkelijk gebruik van het digitale systeem.

In dit onderzoek is voor het TAM gekozen omdat de gebruikersacceptatie van een persoon helder in beeld wordt gebracht. Het TAM is weergegeven in figuur 3. Door erachter te komen welke variabelen invloed hebben op het gedrag van een persoon, kan geprobeerd worden deze variabelen te beïnvloeden om zo de gebruikersacceptatie van een digitale dienst te vergroten. Daarnaast heeft de gebruikersacceptatie van een digitale dienst te maken met hoe toegankelijk het is. Om deze reden hoort dit model ook aan de vraagkant van de digitale dienst. Om de gebruikersacceptatie te vergroten, moet de toegankelijkheid ook zo groot mogelijk worden gemaakt.

Daarnaast kan de informatie uit het TAM toegepast worden op het toegankelijkheidsvraagstuk van dit onderzoek. Uit het TAM komen elementen naar voren waar organisaties rekening mee moeten houden. Deze elementen leiden ten eerste tot de vergroting van de toegankelijkheid van de digitale dienst en ten tweede tot de acceptatie van gebruikers om gebruik te maken van de digitale dienst.



Figuur 3: Technology Acceptance Model (Davis, 1985, p.24)

In de volgende paragraaf wordt duidelijk gemaakt welke variabelen ervoor zorgen dat burgers/klanten juist geen gebruik van digitale diensten maken en zo voor een zogeheten digitale kloof zorgen.

2.8 Digitale kloof

Bij het ontwerpen van een digitale dienst moet de overheid rekening houden dat de dienst toegankelijk blijft voor alle burgers en daarmee ook voor burgers die beperkte digitale vaardigheden hebben. Bij digitale dienstverlening moet rekening worden gehouden met de doelgroep(en) van de dienst. Door de kwaliteit van de diensten zo hoog mogelijk te houden, kan maximaal bereik worden verkregen bij de burgers. Bommeljé & Keur (2013) stellen dat een vindbare, toegankelijke digitale overheid een grondrecht is van de Nederlandse burgers en dat de gemiddelde burger zijn weg erin moet vinden.

De definitie van de digitale kloof is dat er een groep mensen uitgesloten is van een digitale dienst om het feit dat ze niet de middelen en/of vaardigheden hebben tot de benodigde technologie e.d. een computer en internet (Servon, 2002, p.1; Warschauer, 2003, p.6). Om te bepalen of er een digitale kloof is, wordt in paragraaf 2.8 gekeken naar de treden van de digitale participatieladder waar de burger aan moet voldoen voordat zij (herhaaldelijk) gebruik maken van een digitale dienst.

2.8.1 Digitale participatieladder

Burgers zullen niet automatisch overheidsdiensten digitaal afnemen. Ze moeten hier de juiste vaardigheden voor hebben en de behoefte om het digitaal te doen. Als een digitale dienst hem voordelen oplevert, zal de burger er gebruik van maken.

Bommeljé & Keur (2013) hebben een digitale participatieladder ontwikkeld waarin wordt weergegeven aan welke voorwaarden de burger moet voldoen voordat hij gebruiker wordt van een digitale dienst. De ladder bestaat uit vijf treden. Deze treden kunnen gezien worden als drempels aangezien een burger aan elke trede moet voldoen voordat zij overgaan op het gebruik van de digitale dienst.

1. Geletterdheid
2. Computer en internet
3. Voorkeur digitale dienst
4. Voordelen inzien
5. Positieve ervaring

1. Geletterdheid

Eerst moet de burger geletterd zijn om de informatie die hij te zien krijgt, te begrijpen. Het Expertisecentrum Beroepsonderwijs (ECBO) definieert geletterdheid ofwel functionele

taalvaardigheid als “het begrijpen en analyseren van geschreven teksten” (ECBO, 2014, p.10). Burgers zouden moeten kunnen handelen met de informatie uit deze teksten en er iets mee kunnen doen.

2. Computer en internet

Vervolgens moet de burger beschikken over een computer met internet en hierin digitaal vaardig zijn. Hij moet weten hoe hij met een computer moet omgaan. Bommeljé en Keur (2013, p. 28-29) onderscheiden vijf moeilijkheidsgraden bij computervaardigheden met oplopende moeilijkheidsgraad. Dit zijn *operationele vaardigheden*, *formele vaardigheden*, *informatievaardigheden*, *communicatievaardigheden* en *strategische vaardigheden*. Bij operationele vaardigheden gaat het om de zogenoemde knoppenkennis waarbij de burger de browser moet kunnen bedienen. Bij strategische vaardigheden gaat het om erom dat een burger de computer eigen heeft gemaakt en het internet kan gebruiken voor een persoonlijke of professioneel doel.

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) heeft in 2016 onderzoek gedaan naar de digitale vaardigheden van burgers (CBS, 2017, p.12). Het CBS heeft geconstateerd dat 17% van alle Nederlanders weinig vaardigheden heeft in ICT. Afgerond heeft 0% van de Nederlanders geen vaardigheden. In de groep 15 tot 45 had een groot deel meer dan alleen basale vaardigheden in de ICT. Bij ouderen ligt dit percentage fors lager. Veel ouderen zijn niet in het bezit van de basale vaardigheden in de ICT. Daarbij heeft het CBS geconstateerd dat er een flinke kloof is tussen jongeren en ouderen en tussen laag- en hoogopgeleiden. De digitale vaardigheden zijn als apart variabele toegevoegd aan het conceptueel model.

3. Voorkeur digitale dienst

De burger moet een voorkeur hebben of krijgen voor het gebruik van de digitale dienst ten opzichte van andere kanalen.

4. Voordelen inzien

De burger moet de voor- en nadelen van de dienst tegen elkaar afwegen waarbij de voordelen zwaarder moeten wegen. Voorbeelden van voordelen zijn de 24/7 beschikbaarheid van de dienst en het gemak om er thuis gebruik van te maken.

5. Positieve ervaring

Tot slot moet de burger een positieve ervaring hebben (gehad) met de digitale dienst. Dit zorgt ervoor dat de burger het gebruik van de dienst via de digitale weg zal herhalen.

Wanneer aan deze vijf treden is voldaan, zal de burger volgens deze theorie ervoor kiezen om gebruiker te worden van de digitale dienst (Bommeljé & Keur, 2013). Wanneer het duidelijk is op welke trede burgers momenteel staan, is het mogelijk om de dienstverlening gericht in te richten.

Uit de participatieladder komt naar voren dat geletterdheid een basisvaardigheid is die een burger moet bezitten voordat hij met een computer kan omgaan. In Nederland zijn er 1,3 miljoen mensen tussen de 16-65 laaggeletterd (Stichting Lezen & Schrijven, 2016, p. 8). Zij beschikken over onvoldoende lees- en schrijfvaardigheden en kunnen daarom niet mee doen met de Nederlandse kenniseconomie. Door dit gebrek, is deze groep niet in staat om hun formulieren in te vullen. Laaggeletterden zitten vaak ook in de laagste inkomenscategorieën (Bommeljé & Keur, 2013, p. 22)

Het onderzoek van het CBS maakt duidelijk dat 2,8 miljoen Nederlanders niet over de vaardigheden beschikken om in een kenniseconomie mee te komen (CBS, 2017, p.12). Dit is dan ook een grote doelgroep die moeite zal hebben met de digitale dienstverlening en binnen deze groep zijn er mensen die nooit zelfstandig gebruik kan maken van de diensten van de overheid. Uit het onderzoek van Lezen & Schrijven is duidelijk geworden dat migranten van de eerste generatie vaker laaggeletterd zijn (ECBO, 2016, p.18). Uit het onderzoek van het ECBO is ook duidelijk geworden dat laaggeletterdheid sterk oververtegenwoordigd is onder migranten van de eerste generatie (ECBO, 2014, p.18). Meer dan een derde deel is hier laaggeletterd. Bij migranten onder de eerste generatie die thuis een andere voertaal hebben dan Nederlands is het percentage laaggeletterden zelfs 40%.

Deze theorie is gekozen om te onderzoeken of er een digitale kloof is tussen de IND en haar doelgroep.

2.9 Burger Service Code

Om ervoor te zorgen dat de digitale kloof zo veel mogelijk wordt overbrugd, is de Burger Service Code (BSC) opgesteld. In deze gedragscode zijn tien kwaliteitseisen opgenomen voor de relatie tussen de overheid en de burger in een moderne (digitale) samenleving (NORA, 2017). In de BSC zijn de rechten van de burgers en de plichten van de overheid opgenomen. De BSC is van belang omdat het een actieve handeling van de overheid is geweest om de afstand tussen de overheid en de burger op digitaal gebied te verkleinen. De code geeft aan dat informatie makkelijk te vinden moet zijn en in eenvoudige taal moet worden opgesteld. Daarbij verplicht de code dat de overheidsorganisatie burgers betreft bij de overheidsdienst (Bommeljé & Keur, 2013, p. 34).

De code is algemeen geformuleerd zodat het gebruikt kan worden in elke overheidslaag of beleidssector. Zij kunnen dan zelf invulling geven aan de regels in de vorm van een kwaliteitshandvest. Hierin staan afspraken over de (digitale) dienstverlening van één overheidsorganisatie. Deze overheidsorganisatie maakt concrete beloften over hun dienstverlening (Burgerlink, 2008, p. 5).

De overheden hebben afgesproken om zich te houden aan deze burgercode (Bommeljé & Keur, 2013; NORA, 2017). De burger kan deze code gebruiken om de overheid aan te spreken op de kwaliteit van hun (digitale) dienstverlening. De overheid kan vervolgens deze normen gebruiken om de digitale informatie en diensten die zij leveren, in orde te maken (Burgerlink, 2008, p. 3).

De tien normen uit de Burger Service Code zijn weergegeven in tabel 1.

Tabel 1: Burger Service Code

1.	Keuzevrijheid contactkanaal
2.	Vindbaarheid overheidsproducten
3.	Begrijpelijke voorzieningen
4.	Persoonlijke informatieservice
5.	Gemakkelijke dienstverlening
6.	Transparante werkwijzen
7.	Digitale betrouwbaarheid
8.	Ontvankelijke bestuur
9.	Verantwoordelijk beheer
10.	Actieve betrokkenheid

Bron: (Bommeljé & Keur, 2013, p. 34)

1. Keuzevrijheid contactkanaal

Er zijn verschillende communicatiemethoden om met de overheid in contact te komen (Burgerlink, 2008, p. 8). Voorbeelden zijn afspraak bij de balie, telefonisch contact en het versturen van een e-mail. Het is voor de burger belangrijk dat zij keuzevrijheid hebben in het kiezen van een communicatiemethode; een 'contactkanaal'. De burger moet alsnog naar een balie kunnen gaan als hij geen antwoord heeft kunnen krijgen op zijn vraag via het internet en telefoon.

2. Vindbaarheid overheidsproducten

De tweede norm is de vindbaarheid van overheidsproducten (Burgerlink, 2008, p.9). De overheid wordt als één instelling gezien en de burgers moeten snel naar de juiste plek worden geleid. Wanneer een aanvrager niet weet waar hij moet beginnen met het aanvragen van een verblijfsvergunning moet het internet, de telefoon of een e-mail hem gelijk voorzien van de primaire bron.

3. Begrijpelijke voorzieningen

De derde norm is de begrijpelijkheid van voorzieningen (Burgerlink, 2008, p. 12). De overheid maakt aan de burger duidelijk op welke voorzieningen de burger recht heeft zoals huurtoeslag en zorgtoeslag. Dit doet de overheid door een persoonlijke internetpagina te

maken voor elke burger waarin alle informatie die beschikbaar is bij de overheid over de burger, is verwerkt.

4. Persoonlijke informatieservice

De burger heeft recht op juiste en volledige informatie (Burgerlink, 2008, p. 14). De levering van informatie gebeurt op maat en is specifiek afgestemd op de situatie.

5. Gemakkelijke dienstverlening

Wat ook een belangrijk punt is bij het invullen van een grote hoeveelheid aan gegevens bij een verblijfsaanvraag is dat deze gegevens maar één keer ingevuld moeten worden (Burgerlink, 2008, p. 16). De overheid maakt vervolgens duidelijk welke gegevens er allemaal bij hen liggen en zal niks gebruiken zonder de toestemming van de burger.

6. Transparante werkwijzen

De zesde norm is een transparante werkwijze van de overheid (Burgerlink, 2008, p. 18). Het is de plicht van de overheid om de burger op de hoogte te houden van het verloop van procedures waar hij bij is betrokken.

7. Digitale betrouwbaarheid

De zevende norm is digitale betrouwbaarheid (Burgerlink, 2008, p. 20). De burger moet erop kunnen vertrouwen dat de overheid op digitaal gebied de bescherming van burgergegevens zorgvuldig waarborgt.

Omdat alles nu meer digitaal wordt, zijn de burgers ook afhankelijk van de beschikbaarheid van de e-dienstverlening. Deze dienst zal dan ook altijd moeten blijven werken. De medewerkers die deze gegevens onder ogen krijgen, moeten ook zodanig zijn opgeleid dat ze weten hoe ze met deze gegevens om moeten gaan.

8. Ontvankelijk bestuur

Van de overheid wordt verwacht dat zij ontvankelijk zijn voor verbeteringen van hun systeem voor de burger (Burgerlink, 2008, p. 22). Aan de hand van deze feedback kan de overheid leren en kan de overheid haar dienstverlening op een andere wijze inrichten.

9. Verantwoordelijk beheer

De negende norm is verantwoordelijk beheer, wat aansluit op de transparantie van de overheid (Burgerlink, 2008, p. 24). Wanneer de prestaties van de overheden openbaar te vinden zijn, kan de burger verschillende overheidsinstanties controleren, met elkaar vergelijken en beoordelen.

10. Actieve betrokkenheid

De laatste norm uit de Burger Service Code is actieve betrokkenheid van burgers (Burgerlink, 2008, p. 26). Zij krijgen de mogelijkheid om mee te denken bij de inrichting van het systeem en op welke manieren hun belangen kunnen worden behartigd. De overheid moet deze participatie ondersteunen door de burgers de benodigde informatie aan te bieden.

Het belang van deze theorie is omdat het duidelijk maakt dat de burger inspraak heeft gehad in de toegankelijkheid van de overheid en wat de burger onder toegankelijkheid verstaat. Met deze tien thema's zal de IND in ieder geval rekening moeten houden bij de inrichting van hun digitale dienstverlening.

2.10 Conclusie

In dit hoofdstuk is een antwoord gegeven op de eerste deelvraag *welke factoren zijn belangrijk in de literatuur voor de toegankelijkheid van digitale diensten?* De literatuur over e-government en de toegankelijkheid ervan voor organisaties is behandeld. Het hoofdstuk is ingedeeld in twee delen: de aanbodkant en de vraagkant van digitale diensten. Deze twee concepten dienen naadloos op elkaar aan te sluiten, wil de toegankelijkheid gewaarborgd blijven.

Uit het eerste deel is naar voren gekomen dat e-government een onderdeel is van e-governance. Omdat de overheid haar diensten continu probeert te verbeteren en haar werkprocessen wil optimaliseren door gebruik van informatie- en communicatietechnologieën, is de overheid onder andere overgegaan tot het digitaliseren van aanvraagprocessen. Om deze reden past digitalisering in het kader van e-government. Met deze theorieën is de context van digitalisering duidelijk gemaakt. Verder heeft eerder onderzoek uitgewezen dat klanten van de overheid veel waarde hechten aan verschillende contactkanalen (Bommeljé & Keur, 2013). Bij het digitaliseren van diensten moet rekening worden gehouden dat aan deze waarde van de klant wordt voldaan zodat de klant het digitale kanaal ook toegankelijk acht. Verder zijn er drie relatietypen naar voren gekomen die de overheid kan onderhouden met haar klanten (Palvia & Sharma, 2007). Aan de hand van de relaties die de overheid onderhoudt, kunnen ze hun doelgroepen regelmatig informeren over nieuwe digitale diensten en kunnen ze gericht optreden tegen deze groepen.

Daarna is het duidelijk geworden dat het ontwerpen van een burgerprofiel een mogelijkheid is om een digitale dienst toegankelijk te maken. Wanneer de overheid een standaard profiel voor erkende referenten en reguliere migranten ontwerpt, draagt dit bij aan de toegankelijkheid van de dienst.

Vervolgens is uit het eerste deel ook naar voren gekomen dat persoonlijke gegevens van burgers nodig zijn om een digitale overheidsdienst goed te laten werken. Digitalisering gaat

gepaard met het gebruik van privacygevoelige informatie. De privacy van de klant zal altijd voorop moeten staan. Dit leidt ertoe dat de overheid verantwoordelijk is voor de waarborging van vertrouwelijkheid van deze gegevens (Digitale overheid, z.j.; Medjahed, Rezgui, Bouguettaya & Ouzzani, 2003, p.10).

Tot slot leidt digitalisering van overheidsdiensten ertoe dat er rekening moet worden gehouden met de toegankelijkheid van de dienst. Een mogelijkheid hiervoor is dat de overheid de kwaliteit van haar dienstverlening vergroot. Wanneer de overheid door interactie met de burger erachter probeert te komen wat de behoeften van de burger zijn en deze vooropstelt, zorgen zij er daarmee voor dat de burger actief betrokken raakt bij het overheidsproces.

Bovenstaande informatie is voortgekomen uit de aanbodkant van digitale diensten vanuit de overheid. Vervolgens hebben we de vraagkant behandeld. Hieruit hebben we geleerd dat de reguliere migrant onderscheidt kan worden in twee groepen namelijk de zakelijke klant ook wel de erkende referenten en de particuliere klanten. Daarbij is duidelijk geworden dat de reguliere migrant een burger is maar dat hij niet binnen de territoriale landsgrenzen zit van het land waar hij burger van is (Bauböck, 2006). Vervolgens kwam het Technology Acceptance Model (Davis, 1985) aan bod. Dit proces maken zakelijke en particuliere klanten door wanneer ze tot het besluit komen om wel of niet gebruik te maken van het digitale aanvraagformulier. Met dit model kan in het onderzoek worden nagegaan welke variabelen invloed hebben gehad op de houding en intentie van de reguliere migrant ten aanzien van de toegankelijkheid van de digitale dienst waardoor zij over zijn gegaan op het wel of niet gebruiken ervan.

Het Technology Acceptance Model zal daarbij ook een verklaring kunnen bieden waarom er een digitale kloof is en wat hier ten grondslag aan ligt. Door deze kloof te overbruggen is het belangrijk dat de overheid rekening houdt met de vaardigheden en capaciteiten van de burger.

Vervolgens is het belangrijk dat er geen sprake is van een digitale kloof tussen de reguliere migrant en de digitale dienst. Dit houdt in dat er rekening gehouden moet worden met de vaardigheden, capaciteiten en mogelijkheden van de reguliere migrant om alsnog de toegankelijkheid te waarborgen. Immers, wanneer een dienst zo eenvoudig mogelijk wordt opgesteld, kan het een grote groep reguliere migranten bereiken en met de juiste prikkels overhalen om er gebruik van te maken.

Tot slot is de Burger Service Code een voorbeeld van New Public Service dat in het eerste deel van het theoretisch kader is besproken. De overheid heeft de Burger Service Code in samenwerking met de burger opgesteld met als doel om de behoeften van de burger in de digitale dienst mee te nemen.

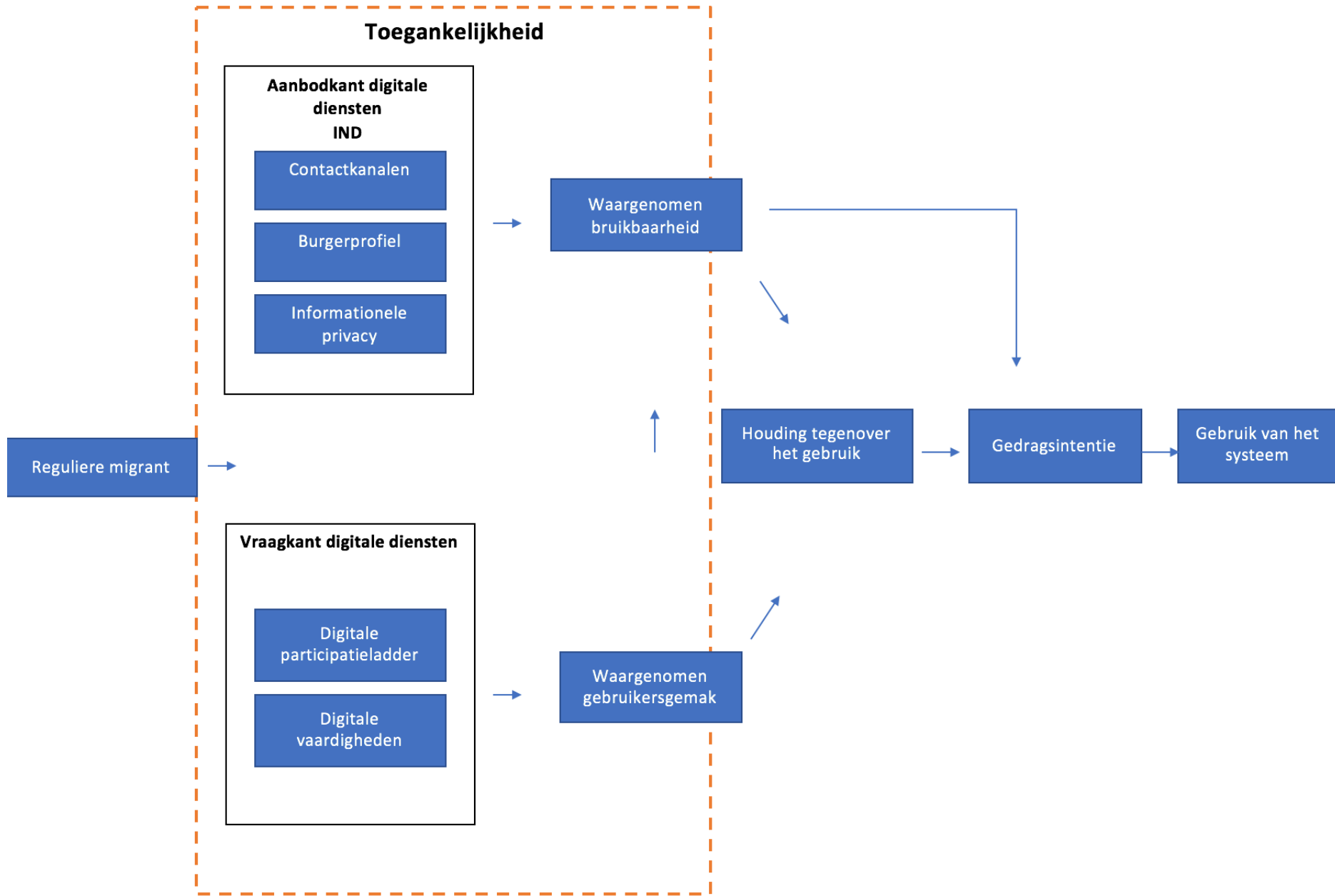
Concluderend is uit het theoretisch kader naar voren gekomen dat de bovengenoemde factoren van belang zijn bij het behoud van toegankelijkheid bij een digitale dienst en ervoor kunnen zorgen dat de aanvraagprocessen van reguliere migranten zo toegankelijk mogelijk worden gemaakt. In afbeelding 4 is het conceptueel model weergegeven waarin alleen de factoren/variabelen zijn toegevoegd die invloed hebben op de perceptie van digitale diensten en daarmee op het gebruik ervan.

Conceptueel model

De externe variabelen uit de aanbodkant zijn ten eerste de keuze in *contactkanalen* voor de reguliere migrant en daarmee de burger om met de overheid in contact te komen. De burger heeft expliciet duidelijk gemaakt dat zij waarde hechten aan het kunnen kiezen tussen verschillende contactkanalen. Om deze reden is de keuze van het contactkanaal een variabele die invloed uitoefent op de waargenomen bruikbaarheid en gebruikersgemak van de burger. Daarna is het van groot belang dat de IND een persoonlijk burgerprofiel aanmaakt voor zowel de zakelijke klant als de particuliere klant. Door middel van dit burgerprofiel, kan er informatie vooraf worden ingevuld die al bekend is bij de overheid en heeft elke burger een persoonlijke digitale omgeving bij een betreffende overheidsinstantie. Vervolgens oefent de waarborging van *privacy* invloed uit op het model. Wanneer burgers het gevoel hebben dat de informatie die zij digitaal aanleveren goed wordt gewaarborgd, zullen ze volgens het model de bruikbaarheid ervan inzien en hun houding hierop aanpassen. De houding van de burger heeft invloed op de gedragsintentie en uiteindelijk tot het gebruik van de digitale dienst.

De externe variabelen aan de vraagkant is ten eerste de digitale participatieladder. De ladder bestaat uit vijf treden die in paragraaf 2.8.1 zijn behandeld. Wanneer aan al deze vijf treden is voldaan, zal de perceptie van de burger op de digitale dienst veranderen. De laatste variabele is digitale vaardigheden. Er zijn verschillende moeilijkheidsgraden bij het bedienen van een computer. Door te onderzoeken of de burger deze vaardigheden bezit, kan gekeken worden naar het ontwerp van de digitale dienst en zou deze misschien aangepast kunnen worden. Deze variabelen hebben invloed op de waargenomen bruikbaarheid en gebruikersgemak. De perceptie van de digitale dienst heeft vervolgens invloed op de houding tegenover de dienst. De houding heeft invloed op de gedragsintentie van de burger en zal het bepalen of de burger overgaat tot het gebruik van het digitale aanvraagformulier.

In de wetenschappelijke literatuur zijn geen onderzoeken gevonden naar de toegankelijkheid van digitale diensten van bedrijven en organisaties. Bedrijven die gespecialiseerd zijn in het indienen van verblijfsaanvragen, hebben mensen in dienst die hier de juiste kennisniveau voor hebben. Er wordt hier al van tevoren op vaardigheden geselecteerd. Het is mogelijk dat bedrijven op andere gebieden met toegankelijkheidsvraagstukken te maken hebben.



Figuur 4: Conceptueel model

Hoofdstuk 3: Methodologisch kader

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de methodologie van dit onderzoek gepresenteerd en voorzien van argumentatie waarbij rekening wordt gehouden met de validiteit en betrouwbaarheid. Eerst komt de operationalisatie van de onderzoeksvariabelen uit het conceptueel model aan bod. Deze variabelen worden meetbaar gemaakt en de wijze waarop de dataverzameling plaats gaat vinden, wordt in paragraaf 3.2 weergegeven. Daarna wordt in paragraaf 3.3 beargumenteerd waarom dit onderzoek een kwalitatief onderzoek betreft en wordt in paragraaf 3.4 de onderzoeksstrategie uiteengezet. In paragraaf 3.5 wordt een link gelegd tussen het doel van dit onderzoek en het feit dat een praktijkgericht onderzoek betreft. Tot slot zal in paragraaf 3.6 de wijze van dataverzameling worden toegelicht en in de slotparagraaf komt de techniek aan de orde die gebruikt wordt om de verzamelde data te verwerken.

3.2 Operationalisatie

In deze paragraaf worden de begrippen uit het conceptueel model geoperationaliseerd. Hiermee wordt de link gelegd tussen de theorie en de empirie. De vijf begrippen die meetbaar worden gemaakt zijn achtereenvolgens contactkanalen, burgerprofiel, informationele privacy, digitale participatieladder en digitale vaardigheden. Het operationaliseren van deze begrippen gebeurt in drie stappen. Deze begrippen worden vanaf nu variabelen genoemd. Omdat er verschillende definities voor elke variabele zijn, wordt als eerst de variabele gedefinieerd aan de hand van het theoretisch hoofdstuk. Hierdoor wordt het duidelijk welke definitie er in dit onderzoek wordt gehanteerd. Op basis van de definitie worden indicatoren opgesteld. Aan de hand van indicatoren kan de onderzoeksvariabele gemeten worden in de praktijk. Vervolgens zal aan de indicator een waarde worden toegekend. De uitkomst van deze waarde laat de sterkte en mate van aanwezigheid zien van de indicator. De waardes variëren van ja/nee tot een 5-puntschaal bestaande uit slecht-matig-voldoende-goed-uitstekend.

Als voorbeeld wordt de eerste variabele doorgelopen. Dit is *contactkanalen* en de definitie die gevonden is uit de literatuur is *communicatiemethoden om met de IND in contact te komen door klanten*. In de derde kolom is de definitie uitgesplitst in verschillende indicatoren. Eerst moet het duidelijk zijn via welke kanalen de IND bereikbaar is. Vervolgens dient de dienstverlening bij elke kanaal voldoende te zijn. Dit vergt kennis en expertise van de medewerkers. De waarden die deze indicatoren hebben verschillen van ja/nee tot de mate van expertise en ervaring bij de medewerkers op de communicatieafdeling.

De informatie die in tabel 2 is verwerkt, is opgesteld uit zowel de wetenschappelijke literatuur als eigen inzicht op basis van de casestudy.

Tabel 2: Operationalisatie

Variabele	Definitie	Indicator	Waarde	Bron	Onderzoeksmethode	
					Interviews	Inhoudsanalyse van documenten
Contactkanalen	Communicatiemethoden om met de IND in contact te komen door de klant.	<ul style="list-style-type: none"> Bereikbaarheid via de website Bereikbaarheid via de mail Bereikbaarheid via de telefoon Bereikbaarheid via de loket Kwaliteit van de dienstverlening 	Ja/nee Ja/nee Ja/nee Ja/nee 5-puntsschaal	IND.nl IND.nl IND.nl/Zakelijke klant/Particuliere klant IND.nl Klanttevredenheidsonderzoek IND 2017 Zakelijke klant Particuliere klant	 x x x x	x x x x
Informationele privacy	Waarborging van persoonlijke gegevens van klanten	<ul style="list-style-type: none"> Sterk beveiligingssysteem achter de digitale dienst (https://) Bevoegdheid van medewerkers tot deze gegevens Mate van vertrouwen in waarborging gegevens 	Ja/nee Ja/nee Laag/redelijk/	IND.nl E-dv programmaplan Manager/Projectleider mini-IND Zakelijke klant Particuliere klant Medewerker klantencommunicatie Zakelijke	x x	x

			hoog	klant/Particuliere klant		x
Burgerprofiel	Profiel bestaande uit persoonlijke gegevens van een klant	<ul style="list-style-type: none"> • Demografische informatie (Naam/leeftijd, woonplaats) • Gepersonaliseerd portaal 	Ja/nee	Projectleider mini-IND	x	x
			Ja/nee	Demo portaal IND Projectleider mini-IND Erkende referent	x	x
Digitale participatieladder	Vereisten voor de klant om gebruik te maken van een digitale dienst	<ul style="list-style-type: none"> • Geletterdheid van de doelgroep • Beschikking tot een computer • Ziet doelgroep voordeel in digitale dienst/heeft doelgroep voorkeur • Positieve ervaring van de doelgroep met de digitale dienst 	5-puntsschaal	Particuliere klant/ zakelijke klant	x	
			Ja/nee	Particuliere klant/zakelijke klant	x	
			Ja/nee	Particuliere klant/zakelijke klant	x	
			Ja/nee	Particulieren/Zakelijke klant	x	
Digitale vaardigheden	Moeilijkheidsgraden bij het omgaan met een computer bij de reguliere migrant	<ul style="list-style-type: none"> • Mate van digitale vaardigheid 	Slecht/redelijk/goed/zeer goed	Particuliere klanten	x	

3.3 Kwalitatief onderzoek

In de wetenschappelijke literatuur is er onderscheid tussen kwantitatief en kwalitatief onderzoek. Bij kwantitatief onderzoek worden de feiten achterhaald en weergegeven in cijfers, tabellen en grafieken. Kwalitatief onderzoek is meer gericht op waarom iets is zoals het is. Het gaat in op de diepte en de achterliggende gevoelens van personen. Dit soort onderzoek wordt om deze reden meestal in woorden weergegeven (Swanborn, 2002; Verschuren & Doorewaard, 2007). Alle vormen van talig materiaal worden verzameld en geïnterpreteerd en op basis hiervan worden uitspraken gedaan over een sociaal verschijnsel (Bleijenbergh, 2013, p.10). In dit onderzoek wordt een inhoudsanalyse gedaan van de bestaande IND-documenten over e-dienstverlening. Daarnaast worden er interviews gehouden met zakelijke klanten van de IND, particuliere klanten en medewerkers van de IND die zich bezighouden met de betreffende digitale diensten die onderzocht worden in dit onderzoek.

3.4 Onderzoeksstrategie

Dit onderzoek betreft een casestudy. Hierbij wordt een sociaal verschijnsel in de natuurlijke omgeving onderzocht, tijdens een bepaalde periode, met behulp van diverse databronnen, teneinde uitspraken te doen over patronen en processen die het verschijnsel verklaren (Bleijenbergh, 2013, p.32). Hierbij is het vanzelfsprekend dat er gebruik wordt gemaakt van kwalitatieve onderzoeksmethoden zoals interviews en inhoudsanalyse van documenten. Doordat dit onderzoek van beide methoden gebruikt maakt, is er sprake van triangulatie (Bleijenbergh, 2013, p.32). Het voordeel daarvan is dat verschillende waarnemingen tijdens de interviews met IND-medewerkers, zakelijke klanten, particuliere klanten en documentenanalyses worden gedaan. Op deze wijze wordt de case tot in de diepte onderzocht en draagt het daarbij aan de interne validiteit van dit onderzoek (Bleijenbergh, 2013, p. 111-112). Door verschillende respondenten te interviewen die betrokken zijn bij hetzelfde onderwerp, wordt gemeten wat er daadwerkelijk gemeten moet worden. Het nadeel is wel dat de informatie die deze respondenten leveren over het onderwerp en daarmee over de casestudy niet of nauwelijks te generaliseren zijn. Dit betreft de externe validiteit van het onderzoek. Voor de casestudy zijn er helaas geen manieren om de externe validiteit te vergroten maar in plaats van naar de resultaten van het onderzoek te kijken, kan men letten op de patronen die eruit voort zijn gekomen. Deze patronen zijn tot een bepaalde mate wel extern valide. De betrouwbaarheid van een casestudy is net als de externe validiteit gering door het beperkt aantal waarnemingseenheden. De compensatie hiervoor is om langdurig waarnemingen te verrichten. Echter, dit is niet mogelijk in het onderzoek omdat een digitale aanvraag een momentopname is en het om één meetopname gaat. Hier kan geen langdurig onderzoek naar worden verricht.

Dit onderzoek betreft een enkelvoudige casestudy met een genest design (Van Thiel, 2015, p. 113). De casus is het proces van het indienen van aanvragen bij de IND door de reguliere migrant. De reguliere migrant kan uitgesplitst worden naar de zakelijke klant en naar de particuliere klant. Deze twee klantgroepen betreffen de subeenheden van de casestudy en

dienen als databron voor dit onderzoek. De twee subeenheden zijn pragmatisch omdat er volledige toegang is tot alle beschikbare informatie erover (Van Thiel, 2015, p.111). De resultaten uit de subeenheden *zakelijk* en *particulier* zijn verbonden aan het ontwerp van de case en daarmee heeft het een hoge interne validiteit. Om de betrouwbaarheid van de enkelvoudige casestudy te verhogen wordt gebruik gemaakt van triangulatie.

Onderzoeksbenadering en -subeenheden

Dit onderzoek is deductief van aard. Uit het theoretisch hoofdstuk is een conceptueel model afgeleid. Het theoretisch hoofdstuk heeft bepaalde variabelen geleverd die hebben geholpen bij het selecteren van de twee subeenheden (Van Thiel, 2015, p.111). In dit geval zijn de subeenheden de gemachtigden van erkende referenten, ofwel zakelijke klanten, die verblijfsaanvragen indienen voor reguliere migranten en particuliere klanten die een aanvraag indienen om hun verblijfsvergunning onbepaalde tijd te vernieuwen. Het conceptueel model wordt getoetst aan de werkelijkheid.

3.5 Praktijkgericht onderzoek

Dit onderzoek moet inzicht geven in de motieven van zakelijke en particuliere klanten die doorslaggevend zijn geweest voor hun keuze om gebruik te maken van de digitale aanvraag dan wel de schriftelijke aanvraag. Binnen de IND is het programma e-Dienstverlening ingesteld om onder andere de dienstverlening en informatievoorziening van de IND te verbeteren door digitalisering (IND, 2016). Naar aanleiding van dit plan is gekozen om klantprocessen te digitaliseren. Dit nieuwe product is als eerst geëxperimenteerd in de mini-IND. Hierin worden nieuwe producten en diensten als eerst beproefd en dit levert een bijdrage aan het lerend vermogen van de IND (Laarman, 2017, p. 7). Aan de hand van de gesprekken met projectleiders en managers die op dit gebied werkzaam zijn, is duidelijk geworden dat het toegankelijkheidsvraagstuk een rol speelt bij digitalisering.

Voor deze kwestie worden oplossingen bedacht die de toegankelijkheid van de digitale dienst optimaliseren. Hieruit wordt het duidelijk dat dit praktijkgericht onderzoek en ontwerpgericht onderzoek betreft (Bleijenbergh, 2013, p. 23). Het gaat hier niet alleen om oplossingen en aanbevelingen te bedenken voor de huidige stand van zaken omtrent digitalisering, maar ook het bijvoorbeeld bijstellen van de huidige procedures binnen de IND bij de digitalisering van hun producten en diensten (Bleijenbergh, 2013, p.24). De resultaten van dit onderzoek worden toegepast bij de promotie van andere verblijfsvergunningen die onder de werksoort verlenging vallen. Voorbeelden zijn vermissing en vervanging van het verblijfsdocument en verlenging van de verblijfsvergunning voor bepaalde tijd. Met de promotie wordt getracht het aantal digitale aanvragen voor bovengenoemde gevallen te stimuleren (B. Oomen, persoonlijke communicatie, 23 augustus 2017).

3.6 Methoden

3.6.1 Inhoudsanalyse

In dit onderzoek wordt als eerste een inhoudsanalyse gedaan met de bestaande documenten over e-dienstverlening binnen de IND. In deze documenten zijn verschillende processen van e-Dienstverlening vastgelegd. Het voordeel van deze documenten is dat het een momentopname betreft over de werking van een digitale dienst. Hiermee is de validiteit van de bronnen hoog omdat er een verslag is gelegd van de situatie op dat betreffende moment (Bleijenbergh, 2013, p. 47). Omdat er in dit onderzoek voornamelijk documenten uit het huidige jaar en de afgelopen twee jaar worden gebruikt, geeft dit een goed inzicht in het ontwikkelingsproces van e-Dienstverlening in de afgelopen jaren met betrekking tot de casus en de subeenheden. Daarbij zal de casebeschrijving plaatsvinden middels inhoudsanalyse van documenten en interviews met de programmamanager van e-Dienstverlening en de projectleider van de mini-IND.

De selectie van documenten geschiedt met de doel- en vraagstelling in het achterhoofd. De bronnen worden gelezen en beoordeeld op basis van relevantie met betrekking tot de hoofdvraag en deelvragen. Bij elke bron wordt bekeken of het een vraag uit dit onderzoek zou kunnen beantwoorden. Verder zal bij de selectie van documenten rekening worden gehouden met de zes criteria die Bleijenbergh hier voorschrijft. Deze zijn namelijk *inhoudelijke relevantie, onderlinge samenhang, periode, domein, betrokken actoren* en het *medium* (Bleijenbergh, 2013, p. 50-52). Door deze methode te hanteren, wordt de betrouwbaarheid van de bronnen vergroot. Op deze wijze worden geen documenten uitgesloten die iets te maken hebben met de casus. De onderzoeker kan er zeker van zijn dat op deze manier geen bruikbare informatie in documenten verloren gaat. Middels de informatie in deze documenten en de interviews met de IND-medewerkers kan deelvraag 2 worden beantwoord.

3.6.2 Interviews

Naast inhoudsanalyse van documenten worden in dit onderzoek interviews gehouden om informatie te verzamelen en vervolgens een uitspraak te doen over de toegankelijkheid van digitale aanvragen. De techniek van codering wordt in paragraaf 3.7 beschreven. De respondenten die zijn geïnterviewd kunnen in drie groepen worden ingedeeld. De eerste groep zijn medewerkers van de IND op het gebied van e-Dienstverlening. Voor het onderzoek zijn er vier medewerkers geïnterviewd. De interviewgide voor deze medewerkers staat in bijlage 3. De respondenten zijn de programmamanager van e-Dienstverlening, de projectleider van de mini-IND, de relatiemanager van Team Zakelijk en een adviseur die zich bezighoudt met de marketing van digitale diensten. Deze groep wordt geïnterviewd om erachter te komen wat e-Dienstverlening inhoudt, welke functie zij vervullen in het eDV programma, welke rol zij hebben in de casestudy en hoe de digitale dienst is ingericht met het oog op de vijf variabelen uit het conceptueel model.

Naast de medewerkers van de IND worden zakelijke klanten geïnterviewd. De zakelijke klanten van de IND zijn erkende referenten. In veel gevallen heeft een erkend referent een gespecialiseerd bureau, immigratieadvocaat of accountantskantoor gemachtigd om verblijfsaanvragen gericht op kennismigratie voor hun in te dienen (B. Oomen, persoonlijke communicatie, 7 juni 2017; P. Van der Most, persoonlijke communicatie, 8 augustus 2017). In dit onderzoek worden drie gemachtigden van erkende referenten geïnterviewd die allen een verschillende achtergrond hebben. In dit onderzoek worden de drie gemachtigden van erkende referenten aangeduid als 'gemachtigde' en zij zijn de zakelijke klant van de IND.

Voor dit onderzoek is gekozen om gemachtigden te interviewen vanwege het feit dat zij de verblijfsaanvraag van kennismigranten indienen en dus kiezen tussen de schriftelijke en digitale aanvraag. De interviewgide voor de zakelijke klanten is te vinden in bijlage 4. De eerste gemachtigde betreft een advocatenkantoor gespecialiseerd in het arbeidsrecht en internationale arbeidsmigratie. De tweede gemachtigde is een organisatie die steun verleent op fiscale en immigratie-gerelateerde vraagstukken. De derde gemachtigde is gespecialiseerd in immigratie- en relocatieservices. In het kader van anonimiteit worden de gemachtigden aangeduid met een cijfer. In dit onderzoek zullen motieven naar voren komen waarom gemachtigden de aanvraag schriftelijk dan wel digitaal invullen. Wanneer de motieven van beide kanten duidelijk worden, kunnen aanbevelingen worden opgesteld om ervoor te zorgen dat de zakelijke klanten die de aanvraag nog schriftelijk indienen, worden overgehaald om het digitaal in te dienen.

De derde groep respondenten zijn de particuliere klanten. In dit onderzoek worden 25 particuliere klanten ter plekke geïnterviewd bij de IND-loketten. Wanneer een klant zijn vernieuwde verblijfsdocument ophaalt, heeft hij ofwel de digitale weg gebruikt of de papieren weg gebruikt. De interviewgide voor particuliere klanten die of de aanvraag digitaal hebben ingediend of schriftelijk hebben ingediend, zijn te vinden in bijlage 5 en 6. Beide groepen zijn interessant om te ondervragen. De groep die het digitale formulier heeft gebruikt, wordt gevraagd wat hun beweegredenen waren om dit op deze manier te doen. De groep die het schriftelijke formulier heeft gebruikt wordt gevraagd waarom zij dit doen en wat hun tegenhoudt om de digitale weg te gebruiken. Met de redenen die de klanten geven, kan de IND bekijken of er mogelijkheden zijn tot verandering in het systeem, of dat er nadruk moet worden gelegd bij het helpen van de particulieren bij de transitie naar de digitale aanvraag. Aan deze groep wordt ook gevraagd in hoeverre de vijf variabelen uit het conceptueel model invloed hebben gehad op hun uiteindelijke keus om voor de schriftelijke of digitale aanvraag te kiezen.

Een voordeel van het houden van interviews in dit onderzoek is dat het programma e-DV vanaf 2015 gestart is en de betreffende respondenten, zowel medewerkers als klanten, er onlangs mee te maken hebben gekregen (IND, 2017, p. 2).

Dit verkleint de kans dat de respondenten zich bepaalde informatie niet meer kunnen herinneren of anders herinneren.

Interviews met zowel de zakelijke als particuliere klanten betreffen semigestructureerde interviews. Dit houdt in dat de respondenten zelf hun antwoorden mogen formuleren. Dit is in tegenstelling tot gesloten interviews waarin respondenten moeten kiezen tussen vooraf geformuleerde antwoordcategorieën. De beweegredenen van zakelijke klanten die de aanvragen digitaal hebben ingediend tijdens de pilot in de mini-IND zijn te vinden in het klantonderzoek die de IND heeft laten uitvoeren naar de aanvraag verlenging/vernieuwing van verblijfsvergunningen (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016) en worden behandeld in paragraaf 4.9.

De interviewvragen worden als leidraad gebruikt. Als de respondent informatie geeft die niet in de interviewgide staat, wordt daarop doorgevraagd. Als de respondent te veel afdwaalt, wordt het gesprek weer teruggebracht door een vraag te stellen uit de interviewgide. Doordat gebruik is gemaakt van een interviewgide, zijn aan alle respondenten van elke categorie dezelfde vragen gesteld. Dit komt ten goede aan de betrouwbaarheid omdat elke respondent dezelfde vraag moet beantwoorden. Om de validiteit zo goed mogelijk te waarborgen wordt aan de respondent gevraagd of zij nog bepaalde punten wil inbrengen tijdens het interview.

3.7 Techniek

Van de interviews worden transcripten gemaakt en deze worden vervolgens gecodeerd (Van Thiel, 2015, p.168). Met het toekennen van een code aan bepaalde fragmenten in het transcript, wordt kort weergegeven waar het fragment betrekking op heeft. Wanneer fragmenten uit het transcript met een code zijn gelabeld, kunnen ze met elkaar worden vergeleken. Omdat het hier een deductief onderzoek betreft, zijn de codes gelijk aan de operationalisatie van de onderzoeksvariabelen (Van Thiel, 2015, p.170).

Het coderen gaat volgens een driestappen proces. Als eerst wordt het transcript gecodeerd. Hierbij worden er labels toegekend aan fragmenten met begrippen uit het operationalisatieschema (Bleijenbergh, 2013, p. 96). Door de codes wordt de tekst in grote fragmenten ingedeeld op basis van variabelen uit het operationalisatieschema. De transcripten met de erkende referenten en particuliere migranten worden op deze wijze als eerst gecodeerd. De tweede stap is axiaal coderen. Hierbij worden er verbanden gelegd tussen de codes en komen daar thema's uit voort. Deze gelden als overkoepelende categorie in het transcript. Door thema's op te stellen vanuit de codes, vindt er een reductie van codes plaats en daarmee van het materiaal. In de derde stap wordt er selectief gecodeerd. Fragmenten die onder dezelfde thema vallen worden onderling met elkaar vergeleken. Hieruit moeten patrooncodes naar voren komen. Alle transcripten van de interviews zullen op deze manier deductief worden gecodeerd.

Hoofdstuk 4: Resultaten en analyse

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de inhoudsanalyse van documenten en de interviews weergegeven die gedaan zijn om de hoofdvraag te beantwoorden. Het hoofdstuk is ingedeeld in vier delen. In het eerste deel wordt het e-dienstverleningsprogramma van de IND weergegeven en wordt het genest design van de casestudy, dat bestaat uit twee klantgroepen, uiteengezet. Met deze informatie wordt de tweede deelvraag van dit onderzoek *‘Wat doet de IND in het kader van e-Dienstverlening ten aanzien van de zakelijke klant en particuliere klant?’* beantwoord.

Vervolgens komt het tweede deel aan bod. Hierin worden de vijf variabelen uit het operationalisatietabel gebruikt om als structuur te dienen voor de weergave van de resultaten. Elke variabele wordt voorzien van informatie uit minstens drie bronnen. Dit zijn de inhoudsanalyse van documenten, de interviews met de erkende referenten en de interviews met de particuliere klanten.

In het derde deel worden de motieven weergegeven van zakelijke en particuliere klanten om de verblijfsaanvraag schriftelijk dan wel digitaal te doen. Met de informatie uit deel 2 en 3 wordt de derde deelvraag *‘Waarom kiezen zakelijke klanten voor de digitale dan wel de schriftelijke aanvraag?’* en vierde deelvraag *‘Waarom kiezen particuliere klanten voor de digitale dan wel de schriftelijke aanvraag?’* beantwoord.

Tot slot wordt in het vierde deel de informatie uit het resultatenhoofdstuk geanalyseerd en worden daaruit aandachtspunten gevormd omtrent de toegankelijkheid van het digitaal indienen van verblijfsaanvragen. Met deze informatie wordt de laatste deelvraag van dit onderzoek *‘Welke aandachtspunten omtrent de toegankelijkheid van het digitaal indienen van verblijfsaanvragen door zakelijke en particuliere klanten zijn er?’* beantwoord. Aan het einde van het hoofdstuk wordt een conclusie gegeven.

Deel 1

In het eerste deel wordt het programma e-dienstverlening met betrekking tot het indienen van de digitale aanvraag beschreven. De informatie voor dit deel komt voort uit inhoudsanalyse van documenten en interviews met de programmanager van e-Dienstverlening en de projectleider van de mini-IND. De informatie uit dit deel wordt gebruikt om de tweede deelvraag *‘Wat doet de IND in het kader van e-Dienstverlening ten aanzien van zakelijke klanten en particuliere klanten met betrekking tot het indienen van digitale aanvragen?’* te beantwoorden.

4.2 Programma e-Dienstverlening

Het e-Dienstverleningsprogramma is opgericht om door middel van digitalisering de dienstverlening en informatievoorziening van de IND te verbeteren (IND, 2016). Het programma digitaliseert zoveel mogelijk soorten verblijfsaanvragen die de IND aanbiedt. Met het eDV programma beoogt de IND haar dienstverlening moderner, efficiënter en klantgerichter te maken. Daarbij is het de bedoeling dat de klantprocessen, waar mogelijk, geautomatiseerd worden. Tijdens de ontwikkeling van haar digitale diensten is een ontwerp en ontwikkelmethodiek gehanteerd die de klantgerichtheid waarborgt (IND, 2015). De basis van deze methodiek ligt in de behoefte en mogelijkheden van de eindgebruikers van de dienst. Zij zijn om deze reden ook betrokken bij de ontwikkeling van de digitale diensten. De IND biedt een groot aanbod van digitale diensten aan en elke dienst varieert in inhoud, doel en complexiteit. Een concreet voorbeeld van een digitale dienst is het aanvragen van een bepaald type verblijfsvergunning, het online maken van een afspraak en het inzien van de status van een aanvraag.

4.2.1 Serviceprincipes

Bij het ontwikkelen van de digitale diensten wordt rekening gehouden met zeven serviceprincipes die als anker fungeren. Elke nieuwe of verbeterde dienst die de IND ontwikkelt, zal op basis van deze serviceprincipes geschieden (IND, 2015).

Tabel 3: Serviceprincipes

1. De klant wordt niet geacht de wet te kennen.

De IND gaat er niet vanuit dat de gebruikers van de digitale diensten de wet en de procedures kennen. Om deze reden moet de IND haar klanten op weg helpen en praktisch handelen. Het verlenen van een goede service is van groot belang. De informatie in de digitale dienst moet kort en duidelijk worden weergegeven. Daarbij moet de juridische lading eenvoudig en beter in deze tekst worden weergegeven.

2. De klant ervaart de facetten van dienstverlening van de IND als onderling samenhangend.

De klant ervaart de dienstverlening van de IND via verschillende contactkanalen als samenhangend. Het kan daarom voorkomen dat de informatie die de klant via de telefoon krijgt anders is dan via e-mail. Deze tegenstrijdige informatie roept wantrouwen op bij de klanten en moet daarom voorkomen worden. Daarnaast ervaart de klant ook samenhang tussen de dienstverlening van de IND en die van andere overheidsorganisaties. Het is belangrijk dat de service van alle overheidsorganisaties op één niveau zit om zo verschillen in dienstverlening en daarom tevredenheid per overheidsorganisatie te voorkomen.

3. Biedt informatie en taken op maat en gedoseerd aan.

De digitale dienst moet de klant naar de passende aanvraag leiden zodat voorkomen wordt dat de klant onnodige bestanden gaat invullen. Complexe taken worden onderverdeeld in simpele taken die eenvoudiger kunnen worden voltooid. Op deze wijze worden de digitale diensten op maat gemaakt voor de klant.

4. Ga slim om met gegevens en vraag alleen wat je echt nodig hebt.

De IND zal alleen om gegevens vragen die nodig zijn voor de aanvraag of voor handhavingsdoeleinden. De digitale dienst probeert zoveel mogelijk gebruik te maken van voorinvulling van gegevens die al bekend zijn bij de overheid. Uit het onderzoek van de IND is gebleken dat klanten geïrriteerd raken als ze meer informatie moeten geven dan zij nodig achten. Daarnaast kost het invullen van formulieren veel tijd. Minder invullen zorgt daarom voor tijdsbesparing voor de klant.

5. Elke onlinedienst moet een verbetering opleveren.

De onlinedienst moet altijd een verbetering zijn ten opzichte van de huidige dienstverlening voor de klant en voor de IND. Het product moet aansluiten op de behoeften van de klant.

6. De online-diensten zijn intuïtief, transparant en toegankelijk.

De digitale diensten worden ontworpen zodat iedereen er gebruik van kan maken zonder voorkennis nodig te hebben. Door de klant de mogelijkheid te geven inzicht te krijgen in de status van hun aanvraag is aan de transparantie van die dienst voldaan. De klanten weten ten alle tijde waar ze aan toe zijn. Daarbij worden de onlinediensten altijd ontworpen zodat ze voldoen aan de Webrichtlijnen en open standaarden. De diensten zijn altijd online en de klant kan er op elk moment van de dag gebruik van maken.

7. Respecteer de privacy van klanten

Klanten moeten vertrouwen hebben in de digitale diensten die de IND hen aanbiedt. Daarom moet de dienst aandacht geven aan de waarborging van privacygegevens. Over het algemeen geeft het gebruik van de DigiD en eHerkenning het gevoel dat ze in een beveiligde omgeving zitten op het internet.

Bron: (IND, 2015)

4.2.2 Content van digitale diensten

Digitale diensten worden aan de klant overgedragen in de vorm van inhoud en interactie (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). De inhoud van de digitale dienst moet geschreven worden vanuit de behoefte van de gebruiker om ervoor te zorgen dat de gebruikers het begrijpen. De inhoud moet de klant niet belemmeren in het voltooiën van de dienst. De IND kiest een taalniveau dat door een groot deel van de klanten wordt begrepen. Het taalgebruik moet aansluiten op het kennisniveau van de klanten. De tekst moet effectief worden geschreven en dit is mogelijk door ervoor te zorgen dat de klant de samenhang tussen de tekstdelen begrijpt. Voorbeelden hiervan zijn door eenvoudige woorden te gebruiken en eventueel moeilijke woorden toe te lichten. Daarbij is de toonzetting van de tekst belangrijk voor de lezer. De toon moet zakelijk en vriendelijk zijn. Door de content van de digitale dienst zodanig in te richten wordt getracht de taakvoltooiing van de digitale dienst te beïnvloeden.

Wettelijke eisen digitale aanvraag

Aan de digitale aanvraag zijn wettelijke en kwalificatie-eisen verbonden (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). Deze lijsten zijn vastgelegd in INDiGO. De aanvraag kan in twee delen worden ingedeeld namelijk gestructureerde gegevens en ongestructureerde gegevens. Gestructureerde gegevens bestaan uit persoonlijke gegevens van de klant en ongestructureerde gegevens zijn bijvoorbeeld scans van paspoorten en geboorteakten. Er zijn veel kwaliteitseisen waar de digitale aanvraag aan moet voldoen. De website waarop de aanvraag kan worden ingediend is 24/7 beschikbaar. Dit zorgt ervoor dat er aan de bereikbaarheid wordt voldaan. De aanvraag kan via de computer, tablet of smartphone worden gedaan. Vervolgens wordt alle informatie die al bekend is bij de IND vooraf ingevuld in het aanvraagformulier. Dit zorgt ervoor dat klanten hun informatie nooit dubbel hoeven door te geven. Dit bevordert het gemak van het gebruik van het digitale formulier. Verder is rekening gehouden met de taal van de digitale aanvraag. Zowel in het Nederlands als in het Engels is B1 het taalniveau dat wordt gehanteerd. Momenteel is de website zo opgebouwd dat het tot 1000 aanvragen per dag kan verwerken. In de toekomst wordt gestreefd om er meer dan 1000 per dag te verwerken (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017).

Tabel 4:Huidig en toekomstig proces van de particuliere klant

Huidig proces	Toekomstig proces
1. Klant stuurt schriftelijke aanvraag naar de IND.	1. Klant volgt de Informatiewijzer of de content op www.ind.nl .
2. De aanvraag wordt in Ter Apel gescand.	2. De klant vult de digitale aanvraag in en betaalt de leges direct via iDeal.
3. DRV ¹ voert de zaak en de klanten op en relaties worden gelegd.	3. De aanvraag komt digitaal binnen bij de IND. Het is wenselijk dat de aanvragen automatisch worden verwerkt.
4. Ontvangstbevestiging naar de klant.	4. Er gaat een (digitale) ontvangstbevestiging naar de klant.
5. Klant krijgt HV ² -brief waarin hem wordt gevraagd aan de leges te voldoen.	5. De aanvraag wordt in behandeling genomen.
6. Na betaling leges wordt de aanvraag in behandeling genomen.	

Bron: I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017).

Huidig en toekomstig proces

In tabel 3 is het huidige proces en het toekomstige proces van het indienen van verblijfsaanvragen overzichtelijk weergegeven (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). Momenteel stuurt de particuliere klant een schriftelijke aanvraag naar de IND en na het betalen van de leges wordt de aanvraag in behandeling genomen. De IND ziet in de toekomst idealiter dat de klant via de Informatiewijzer bij het digitale portaal terechtkomt en gelijk bij de aanvraag de leges betaalt. Dit maakt het mogelijk dat de verblijfsaanvraag meteen in behandeling kan worden genomen.

Om van het huidige naar het nieuwe proces te komen, is een aantal veranderingen vereist (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). Ten eerste dient de website van de IND te worden aangepast voor eenvoudigere toegang tot digitale formulieren. Daarnaast moet worden nagegaan welke gegevens noodzakelijk zijn in een digitale aanvraag. Hierbij moet worden gelet of de gegevens en bescheiden die bekend zijn in INDiGO correct zijn. Vervolgens moeten de digitale diensten worden gerealiseerd en ontsloten.

1 Directie Regie Vreemdelingenketen
2 Herstelverzuim

Mini-IND

De mini-IND is een project binnen het programma E-dienstverlening waarmee nieuwe producten en diensten in een gecontroleerde (lab-) omgeving worden beproefd (B. Oomen, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). In de mini-IND kunnen de ontworpen digitale diensten van tevoren worden beproefd en kunnen de effecten daaruit worden vastgesteld. Met de mini-IND wordt innovatie gestimuleerd en ideeën uitgewerkt en vervolgens getoetst in de praktijk. De resultaten van de beproevingen dragen bij aan het lerend vermogen van de IND en op basis van de uitkomsten worden er aanbevelingen gedaan. De mini-IND bestaat uit medewerkers die werkzaam zijn in het primaire proces. Zij hebben ervaring met het afhandelen van digitale aanvragen en kunnen aan de hand van hun ervaring de klantbeleving peilen en navragen. De beproevingen worden gedaan in de vorm van pilots. Dit houdt in dat aan een klein deel van de betreffende doelgroep wordt gevraagd of zij de nieuwe dienst willen gaan gebruiken. Na afloop van de beproeving wordt er een klantonderzoek gehouden. De resultaten zullen weer teruggekoppeld worden aan de verdere uitrol van digitale aanvragen.

4.2.3 Casus klantgroepen

Zakelijke klanten

In dit onderzoek wordt de focus bij de zakelijke klanten gelegd op één aanvraag namelijk het indienen van het aanvraagformulier voor reguliere migranten. Bij de digitalisering zijn erkende referenten de meest voor de hand liggende doelgroep: zij dienen frequent en in grote hoeveelheden verblijfsaanvragen in voor reguliere migranten. Voor deze groep is de meeste winst in tijd te behalen op korte termijn en bevordert aanzienlijk de efficiëntie van het indienen van verblijfsaanvragen. De digitale aanvragen voor zakelijke klanten zijn beschikbaar in het Zakelijk Portaal van de IND. Organisaties en bedrijven hebben eHerkenning nodig om gebruik te kunnen maken van het Zakelijk Portaal. Dit is een soort DigiD voor bedrijven en is persoonsgebonden. Binnen het bedrijf kan een persoon worden gemachtigd om het namens de leidinggevende of manager te gebruiken (Digidentity, z.j.a). Wel is het zo dat een groot deel van de erkende referenten gebruik maakt van gemachtigden. Dit zijn personen, organisaties of bureaus die gemachtigd worden door de erkende referent om het administratieve werk voor hun te doen (B. Oomen, persoonlijk contact, 7 juni 2017).

Momenteel wordt de digitale aanvraag al gebruikt door een deel van de zakelijke klanten. Uit interne documenten van de IND is duidelijk geworden dat er zakelijke klanten zijn die de aanvraag alsnog schriftelijk indienen. Het is interessant om erachter te komen waarom deze klanten nog gebruik maken van de schriftelijke aanvraag. In dit onderzoek zijn twee gemachtigden geïnterviewd die de verblijfsaanvraag voor reguliere migranten schriftelijk indienen en één gemachtigde die de verblijfsaanvraag zowel schriftelijk als digitaal indient.

Particuliere klanten

De tweede groep klanten in dit onderzoek zijn de particuliere klanten. Het eDV programma heeft verschillende digitale diensten voor de particuliere klanten gerealiseerd. In dit onderzoek is de focus gelegd op één digitale dienst; vernieuwing van de verblijfsvergunning voor onbepaalde tijd.

De particuliere klanten in dit onderzoek zijn in het bezit van een verblijfsvergunning voor onbepaalde tijd. Op het pasje van de IND dat een particuliere klant in zijn bezit heeft, is aangegeven met welke verblijfsvergunning deze persoon rechtmatig verblijf heeft in Nederland. Het pasje is daarmee het verblijfsdocument van de particuliere klant. De verblijfsvergunning heeft een geldigheidsduur van vijf jaar. Na vijf jaar moet er weer een aanvraag worden ingediend voor de vernieuwing van de verblijfsvergunning onbepaalde tijd en ontvangt de particuliere klant een nieuw verblijfsdocument/pasje waarop de geldige verblijfsvergunning staat (P. van der Most, persoonlijke communicatie, 6 september 2017).

In 2016 werd in het kader van eDV de aanvraag voor vernieuwing van de verblijfsvergunning onbepaalde tijd gedigitaliseerd. Particulieren kregen een brief thuis met de melding dat hun verblijfsvergunning vernieuwd moest worden. In de brief werd verwezen naar het digitale aanvraagformulier voor vernieuwing op de website van de IND (H. van den Broek, persoonlijke communicatie, 14 juni 2017). Dit aanvraagformulier is voor een groot deel vooraf ingevuld door gegevens die al bekend zijn bij de IND uit INDiGO. Meer dan de helft (54%) van de particuliere klanten maakte hier gebruik van. De overige 46% zocht alsnog de schriftelijke aanvraag op IND.nl op die met bijlagen uit achttien pagina's bestaat en die relatief ingewikkeld is. Zij printen de schriftelijke aanvraag uit, vulden deze in stuurden het vervolgens op naar de IND.

Het eDV programma heeft op dit gebied targets opgesteld waar zij jaarlijks naar streven. De targets zijn het percentage klanten dat gebruik maakt van het digitale aanvraagformulier. Uit interne documenten van de IND is duidelijk geworden dat de target van 2016 behaald is. Hiermee is voldaan aan de verwachte hoeveelheid digitale aanvragen door particuliere klanten in 2016. Om dit percentage te verhogen is het interessant om erachter te komen welke redenen particuliere klanten hebben waardoor zij geen gebruik maken van de digitale aanvraag. Deze informatie kan de IND gebruiken in het benaderen van haar particuliere klanten en kan de IND manieren bedenken hoe zij de groep die het schriftelijk indient, over kunnen halen om gebruik te maken van de digitale aanvraag. Op deze wijze wordt een bijdrage geleverd in het behalen van de target voor 2017 en 2018 en kan de toegankelijkheid van de digitale dienst worden geoptimaliseerd.

In augustus 2016 is een klantonderzoek geweest naar deze kwestie met als centrale vraag: *welke belemmeringen zijn er voor klanten om de aanvraag om vernieuwing van een verblijfsdocument onbepaalde tijd digitaal in te dienen* (Van Maaren & Van der Vaart, 2016,

p. 5). De redenen die uit dit onderzoek naar voren kwamen waren onder andere dat particuliere klanten niet wisten dat het verblijfsdocument digitaal vernieuwd kon worden, zij geen internet hadden, het hun niet was gelukt en dat ze het bewust niet digitaal wilden aanvragen (Van Maaren & Van der Vaart, 2016, p.20). De algemene observaties van de onderzoekers waren dat de respondenten die ze gesproken hadden, tot de doelgroep van oudere migranten behoorden die nooit Nederlander zijn geworden. Daarnaast waren deze oudere migranten afhankelijk van hun sociale omgeving om in contact te komen met de overheid omdat ze de Nederlandse taal niet voldoende beheersten (Van Maaren & Van der Vaart, 2016, p.22).

Bovengenoemd onderzoek heeft zich voornamelijk gefocust op de belemmeringen die particulieren ervaren. In dit onderzoek worden zowel de belemmeringen van zakelijke en particuliere klanten onderzocht als voordelen die ze hebben ondervonden tijdens de aanvraag.

Deel 2

Het tweede deel is ingedeeld in vijf paragrafen waarin de vijf variabelen uit het conceptueel model worden behandeld. Paragrafen 4.3, 4.4 en 4.5 bestaan uit vier subparagrafen. Hierin worden de resultaten van het onderzoek per variabele weergegeven aan de hand van informatie die de IND heeft uit eerdere onderzoeken, de interviews met de zakelijke klanten en de interviews met de particuliere klanten. In de laatste subparagraaf wordt de variabele geanalyseerd om de verschillen en overeenkomsten tussen de zakelijke en particuliere klanten aan het licht te brengen. In paragraaf 4.6 wordt de digitale participatieladder behandeld en in paragraaf 4.7 worden de digitale vaardigheden behandeld. De informatie voor deze variabelen komt grotendeels uit de interviews en niet uit documenten van de IND. Om deze reden is gekozen om paragraaf 4.6 en 4.7 in drie subparagrafen in te delen bestaande uit zakelijke klanten, particuliere klanten en analyse van de variabele.

4.3 Contactkanalen

4.3.1 IND

Het belang van de beschikbaarheid van verschillende contactkanalen en de bereikbaarheid ervan is dat de klanten van de IND de mogelijkheid moeten hebben om contact op te nemen wanneer zij vragen hebben over de digitale aanvraag of problemen ervaren met de digitale dienst. Wat opgemerkt moet worden is dat bij elk contactkanaal ook kosten staan tegenover de bedrijfsvoering van de IND. Via de website van de IND kan een klant in contact komen via de volgende kanalen weergegeven in tabel 5.

Tabel 5: Contactkanalen IND

Contactkanalen
- E-mail;
- E-mail voor erkende referenten en wetenschappelijke onderzoekers
- Telefonisch;
- Loketten;
- Post;
- Voorlichting op locatie;
- Twitter en
- Fax.

Bron: (IND, z.j.b.)

De klant heeft verscheidene mogelijkheden om bij de IND terecht te kunnen met zijn vraag omtrent de digitale aanvraag. Het gaat er dan voornamelijk om welke contactkanaal het beste bij de klant past. Hiermee is de bereikbaarheid van de IND in kaart gebracht. Vervolgens is het belangrijk om te weten wat de kwaliteit van deze bereikbaarheid is. Dit is onderzocht in het klantonderzoek van de kleine keten uit 2017 (Kantar Public, 2017). De kleine keten bestaat uit de Immigratie- en Naturalisatiedienst (IND), Centraal Orgaan opvang Asielzoekers (COA) en Dienst Terugkeer en Vertrek (DT&V). De IND is onder andere beoordeeld op haar dienstverlening door haar ketenpartners (Kantar Public, 2017, p.53). Ketenpartners zijn medewerkers van de IND, COA, DT&V en externe partners zoals advocatenkantoren en vreemdelingenpolitie (Kantar Public, 2017, p.38). 15% van de respondenten vond de dienstverlening van de IND beter dan COA en DT&V en 46% ervaarde de dienstverlening hetzelfde als de overige ketens (Kantar Public, 2017, p. 52-53). De ketenpartners waren het meest positief over de respectvolle behandeling en de vriendelijkheid van de medewerkers van de IND. Uit het klantonderzoek kwam naar voren dat de ketenpartners het minst tevreden waren over de bereikbaarheid naar de IND. Hierin is dus een contrast te zien tussen de hoeveelheid contactkanalen die de IND aanbiedt en de kwaliteit van deze contactkanalen.

4.3.2 Zakelijke klanten

De gegevens van de drie gemachtigden zijn te vinden in bijlage 1. De drie gemachtigden hebben tijdens hun interview aangegeven dat ze gebruik hebben gemaakt van de bestaande contactkanalen om in contact te komen met de IND. De kanalen betroffen in twee van de drie gevallen telefonisch contact en een enkel geval mailwisseling. Het telefonische contact was bij alle drie de zakelijke klanten het eerste contactkanaal waar ze gebruik van wilden maken. Dit komt omdat ze hierdoor meteen een antwoord op hun vraag krijgen.

Gemachtigde 1 heeft contact opgenomen omdat de informatie op de website en de formulieren die zij nodig hadden, onduidelijk was. De betreffende formulieren werden onder andere kopjes gezet of weggehaald en gemachtigde 1 was van mening dat dat niet goed gecommuniceerd werd. Nadat gemachtigde 1 contact had opgenomen, zijn de problemen voor de helft van de gevallen opgelost en voor de andere helft was er meer communicatie tussen de gemachtigde en de IND nodig om het probleem op te lossen.

Gemachtigde 2 was van mening dat de IND redelijk te bereiken was. Ook deze organisatie kreeg van de communicatieafdeling verschillende antwoorden terug waar geen overeenstemming in zat. Met die antwoorden kon gemachtigde 2 het probleem niet oplossen en daar was gemachtigde 2 teleurgesteld in.

Gemachtigde 3 heeft gezegd dat zij vaak contact hebben met de IND. Dit is om allerlei redenen geweest. Deze gemachtigde is van mening dat de dienstverlening van de IND de laatste jaren erop vooruit is gegaan. De situaties waar de derde gemachtigde mee te maken kreeg, zijn voor een groot deel opgelost.

Dit zijn de resultaten die voort zijn gekomen uit de interviews met de zakelijke klanten. In de volgende paragraaf worden de resultaten van de interviews met de particuliere klanten behandeld.

4.3.3 Particuliere klanten

Uit de interviews met de particuliere klanten is duidelijk geworden dat zij een voorkeur hebben voor het telefonisch contactkanaal. Op het loket na is telefonie de duurste contactkanaal voor de bedrijfsvoering van de IND vanwege de inzet van IND-medewerkers. De gegevens van de particuliere klanten zijn weergegeven in bijlage 2. Ze willen graag met iemand een gesprek hebben aan wie ze hun situatie kunnen voorleggen en vervolgens meteen antwoord kunnen verwachten. Over de bereikbaarheid van het telefonisch contactkanaal zijn de meningen verdeeld.

Respondent 6 heeft ons meegedeeld dat hij meerdere malen heeft geprobeerd de IND telefonisch te bereiken maar dat dit telkens niet is gelukt. Om die reden is de klant naar het IND-loket in Rotterdam gekomen om zijn vraag alsnog te kunnen stellen. De overige respondenten hebben naast het telefonisch contactkanaal de voorkeur gegeven aan het loket. Respondent 3 was een hoogbejaarde man en wilde naar het loket komen voor persoonlijke interactie met de IND-werknemer. Dezelfde reden had respondent 7 voorgelegd. Hij vindt namelijk dat je bij het loket dichterbij de medewerker staat. Daarnaast vond hij het bij het telefonisch contactkanaal te lang duren totdat je iemand aan de telefoon kreeg. Respondent 16 was 62 jaar oud en zij vermeldde ook dat ze het liefst langs wil komen op het loket voor de persoonlijke interactie. Respondent 8 had het loket als voorkeur van contactkanaal omdat hij slecht Nederlands sprak. Via de telefoon vond hij het moeilijk om

zijn boodschap over te laten komen. Als je tegenover een IND-medewerker zit kan je beter je verhaal kwijt en is de mogelijkheid tot elkaar begrijpen groter dan via de telefoon. De overige respondenten hebben allemaal aangegeven dat ze het liefst de IND telefonisch willen bereiken. Respondent 5 heeft aangegeven dat ze de voorkeur heeft voor telefonie boven e-mail, omdat er dan minder snel miscommunicatie zou zijn. Bij e-mail is de kans groot dat de ontvanger het verhaal van de verzender niet goed interpreteert. Dit gaat gepaard met tijdsverlies terwijl de zaken bij de IND vaak binnen een tijdsperiode afgehandeld moeten worden. Dit vindt respondent nummer 5 niet efficiënt en ze kiest daarom voor het telefonische contactkanaal. Geen van de respondenten gaf een andere voorkeur van contactkanaal aan dan loket of telefonie.

4.3.4 Analyse contactkanaal

Op de IND-website worden zeven contactkanalen vermeld waarmee de klant contact kan opnemen met de organisatie (IND, z.j.b.). Dit is een redelijk groot aanbod en zorgt ervoor dat de klant genoeg keuzemogelijkheden heeft. Daarbij is uit klantonderzoek naar voren gekomen dat ketenpartners van de kleine keten het meest positief waren over de respectvolle behandeling en de vriendelijkheid van de IND-medewerkers (Kantar Public, 2017). De klanten zijn dus tevreden over hoe zij worden benaderd door de IND. Waar de IND wel rekening mee moet houden, is de toegankelijkheid van de telefonie in de zin van bereikbaarheid. De bereikbaarheid van de IND wordt als lastig ervaren en dit is terug te zien in de interviews met de zakelijke en particuliere klanten.

Uit de interviews met de drie zakelijke klanten is naar voren gekomen dat het contact dat zij met de IND hebben gehad, matig tot voldoende hebben ervaren. Er was geen overeenstemming in de antwoorden tussen verschillende IND-medewerkers en de communicatie verliep niet top. De derde gemachtigde vertelde dat zij een stijgende lijn hebben ervaren in de interactie met de IND. Wel moet hierbij opgemerkt worden dat dit de resultaten zijn van drie zakelijke klanten terwijl IND er ongeveer 6.000 heeft (P. van der Most, 24 augustus 2017). De resultaten van deze drie zakelijke klanten kunnen hierdoor niet gegeneraliseerd worden naar alle zakelijke klanten, maar het resultaat geeft wel een indicatie. Uit het klantonderzoek dat de IND heeft laten uitvoeren naar verscheidene aanvraagprocessen zijn vergelijkbare resultaten naar voren gekomen (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016, p.19).

Een groot deel van de particuliere klanten heeft aangegeven dat telefonie hun voorkeurskanaal is om te de IND te bereiken. Wanneer naar enkele ervaringen werd gevraagd, werd duidelijk dat het lang duurt voordat je een medewerker aan de lijn krijgt en dat het ook voorkomt dat de verbinding wordt verbroken omdat niemand je te woord kan staan. Enkele respondenten die aan het loket zijn gekomen, hebben aangegeven dat ze niemand hebben kunnen bereiken aan de telefoon en daarom langs zijn gekomen.

Het is duidelijk dat het telefonisch contactkanaal het voorkeurskanaal is voor veel klanten, alleen moet er rekening worden gehouden dat de bereikbaarheid van dit contactkanaal een aandachtspunt is voor de IND om kwalitatief goede dienst te kunnen verlenen en toegankelijk te blijven voor de klant.

Met bovenstaande informatie wordt het conceptueel model uit paragraaf 2.10 ingevuld voor de variabele contactkanaal. Door de verscheidenheid aan contactkanalen die de IND beschikbaar stelt aan haar klanten, wordt de toegankelijkheid van de IND als organisatie vergroot. Klanten zijn bewust van de verschillende manieren waarmee zij in contact kunnen komen met de IND. Doordat de zakelijke en particuliere klanten deze wegen kennen, kunnen zij contact opnemen met de IND wanneer zij tegen een probleem aanlopen bij het gebruik van het digitale aanvraagformulier. De klant bedenkt de voor- en nadelen van de digitale dienst en maakt hieruit de bruikbaarheid van de digitale dienst op. Nadat de voor- en nadelen bekend zijn zullen ze of sympathiek tegenover de dienst staan of er juist afkeer voor hebben.

Uit de interviews met de particuliere klanten waren twee respondenten die geen voorkeur hadden voor de digitale dienst. Het komt voor dat klanten na het waarnemen van de bruikbaarheid van een digitale dienst en het afwegen van de voor- en nadelen alsnog een negatieve houding hebben tegenover de digitale dienst. Dit kan met de persoonlijke principes van een persoon te maken hebben. Het is lastig voor de IND om deze principes te beïnvloeden. Wanneer er klanten zijn die wel een positieve houding ontwikkelen na het afwegen van de voor- en nadelen, heeft dit effect op de gedragsintentie. De klant heeft dan de intentie om gebruik te maken van de dienst. Wanneer de klant bij zijn standpunt blijft en de intentie heeft om de aanvraag digitaal in te dienen, leidt dit tot het daadwerkelijke gebruik van de digitale dienst. Het model kan op deze variabele ook op een andere manier werken. Wanneer klanten al daadwerkelijk gebruik maken van het systeem maar er alsnog vragen over hebben, dan willen ze de IND bereiken om hun vraag voor te leggen. Dan ligt het weer aan het contactkanaal of de klant doorgaat met het gebruik van de digitale dienst. Deze variabele werkt daarom van twee kanten. Het is van belang dat de IND gelijk al goede informatie verleent en de klant de voordelen van de digitale dienst in laat zien. Tijdens het gebruik van die digitale dienst door de klant moet de IND in staat zijn vragen te beantwoorden over de dienst zodat de klant door blijft gaan met het gebruik van de digitale dienst.

4.4 Informatieprivacy

4.4.1 IND

Bij de privacy van persoonsgegevens is de beveiliging van de website van groot belang. Op het web zijn er verschillende soorten dataverkeer. Een herkenbaar voorbeeld is het verschil tussen Hypertext Transport Protocol (HTTP) en Hypertext Transport Protocol Secure (HTTPS) (InstantSSL, z.j.). Bij HTTPS gebruikt de computer een code om te tonen dat het dataverkeer

op die webpagina versleuteld is en dat het daarmee alleen leesbaar is voor de betreffende persoon die er gebruik van maakt. Bij het invoeren van persoonlijke gegevens in de digitale aanvraag is het van belang dat die webpagina versleuteld is voor derden. Wanneer particuliere klanten naar <http://ind.nl> gaat, is er automatisch een beveiligde verbinding en verandert het webadres naar <https://ind.nl>. De beveiligde verbinding is al geïntegreerd in de website. Wanneer zakelijke klanten naar het Zakelijk Portaal gaan op de IND-website blijft de verbinding beveiligd. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de digitale dienst in het eerste geval een sterk beveiligingssysteem heeft omtrent de beveiligde verbinding.

Naast de https-verbinding, vereist het portaal voor erkende referenten eHerkenning. Dit is een soort DigiD voor bedrijven en regelt de digitale authenticatie (eHerkenning, z.j.). Daarbij wordt bij het online afnemen van een dienst bekeken of iemand digitaal bevoegd is om gebruik te maken van die betreffende dienst. eHerkenning heeft vijf betrouwbaarheidsniveaus die van laag tot zeer hoog gaan. Het eHerkenningmiddel is persoonsgebonden en hoort fraude binnen een organisatie tegen te gaan. Wel is het mogelijk om iemand te machtigen om namens de organisatie zaken te doen. Het verschil in betrouwbaarheidsniveaus bestaat omdat niet alle webdiensten een even sterke beveiliging nodig hebben. Het soort informatie dat uitgewisseld wordt, is van belang bij de keuze in het betrouwbaarheidsniveau. Wanneer iemand in het bezit is van een eHerkenning met een hoog betrouwbaarheidsniveau, dan kan diegene ook gebruik maken van webdiensten die een lager betrouwbaarheidsniveau nodig hebben. De IND heeft ervoor gekozen dat haar zakelijke klanten in het bezit moeten zijn van eHerkenning met minimaal het derde niveau. Dit draagt bij aan het sterke beveiligingssysteem achter de dienst (Digidentity, z.j.b).

Uit het interview met de projectleider van de mini-IND is duidelijk geworden dat de medewerkers die de aanvraag in behandeling nemen en erover besluiten een normale bevoegdheid hebben (B. Oomen, persoonlijke communicatie, 7 juni 2017). Alle medewerkers die in dienst komen bij de IND, dienen onder andere een geheimhoudingsformulier te ondertekenen en de eed of belofte af te leggen (Rijksporaal, 2017a). Dit is in het kader van de integriteitsregels. Wanneer een ambtenaar zich niet aan deze regels houdt, dan is er sprake van plichtsverzuim en kan hij uit dienst worden gezet of ongeschikt voor zijn functie wordt bevonden (Rijksporaal, 2017b).

4.4.2 Zakelijke klanten

De gemachtigden die zijn geïnterviewd, zijn ook gevraagd naar hun bevoegdheid om digitale aanvragen in te dienen. Gemachtigde 1 betrof een advocatenkantoor en had advocaten en juridische medewerkers in dienst die de schriftelijke aanvragen indienen. Zij zijn gemachtigd door de erkend referent om juridische procedures namens de erkend referent te voltrekken en daarmee ook verblijfsaanvragen voor kennismigranten in te dienen.

De tweede gemachtigde is een klein bedrijf en er zijn twee medewerkers ingezet voor de schriftelijke verblijfsaanvragen van kennismigranten. Beide medewerkers hebben het indienen van verblijfsaanvragen tijdens hun werk geleerd. Gemachtigde 2 heeft niet de middelen om de aanvraag digitaal te doen. Deze gemachtigde gaf aan dat vanwege het feit dat zij een klein bedrijf zijn, dat ze nog geen tijd hebben gehad om hun digitale systemen te updaten. Verder is gemachtigde 2 nog niet achter de benodigdheden aangegaan om een digitale aanvraag in te kunnen dienen.

De derde gemachtigde is gespecialiseerd in immigratie en relocatie. De medewerkers op de immigratieafdeling vullen de verblijfsaanvragen in. De kennis die ze hiervoor nodig hebben, leren ze tijdens 'job trainingen' op het werk. Het bureau levert hierdoor de benodigde informatie aan de medewerkers en houdt hiermee de kennis van de medewerkers up-to-date. Daarnaast is het bedrijf door hun machtiging in het bezit van alle benodigdheden om de aanvraag digitaal te doen.

Alle drie de gemachtigden hebben meegedeeld dat zij vertrouwen hadden in dat de gegevens die zij aanleveren bij de IND veilig zowel schriftelijk als digitaal gewaarborgd werden. Twee gemachtigden hadden nog geen gebruik gemaakt van de digitale aanvraag. Dit privacyvraagstuk heeft verder geen rol gespeeld in hun keuze om de aanvraag digitaal of schriftelijk in te dienen. De zakelijke klanten uit dit onderzoek hebben een hoge mate van vertrouwen in de waarborging van persoonsgegevens door de IND.

4.4.3 Particuliere klanten

Uit het klantonderzoek van de IND naar de bevindingen van vernieuwing van de verblijfsvergunning is gebleken dat 5% van de respondenten vanwege privacyredenen ervoor hebben gekozen om de aanvraag niet digitaal te doen (Van Maaren & Van der Vaart, 2016, p. 16). Zij wilden zo min mogelijk persoonlijke gegevens op het internet achterlaten. Daarbij moeten particuliere klanten in het bezit zijn van een DigiD met sms-controle om toegang te krijgen tot het digitale aanvraagformulier. Dit zorgt ervoor dat de toegang tot de privacygegevens van de klant extra beveiligd is.

Uit de interviews met de 25 respondenten is gebleken dat 18 van hen geen probleem had met het invullen van zijn of haar gegevens in het IND-portaal. Antwoorden als 'ik vind het geen probleem' en 'dat zit wel goed' zijn vaak gehoord. Respondent 7 benadrukte dat je pas de aanvraag kon invullen als je inlogt met je DigiD en dat het persoonsgebonden is. Hierdoor kan er niet zo snel gerommeld worden met identiteitsfraude. Respondent 15 en 22 merkten gelijk op dat bij de digitale aanvraag gebruik wordt gemaakt van een 'secure network' en dat het invullen van gegevens in die beveiligde omgeving betrouwbaar was. Voor deze respondenten heeft het verder ook geen invloed gehad in de keuze of ze het schriftelijk of digitaal hebben ingevuld.

7 van de 25 respondenten had wel een probleem had met het invullen van hun privacygegevens. Respondent 12 gaf aan dat hij dat het liefst niet wilde doen maar dat het wel noodzakelijk was. Respondent 14 deelde mee dat hij helemaal geen vertrouwen had in de waarborging van zijn privacygegevens door de IND. Hij zei dat hij zeker wist dat deze gegevens openbaar worden gemaakt naar derden en dat er een grote kans is dat het systeem gehackt kan worden in deze tijden. Hij heeft het alsnog digitaal ingevuld, maar had veel argwaan. Op een paar respondenten na heeft de particuliere klantgroep van de IND vertrouwen in de waarborging van hun privacygegevens door de IND.

4.4.4 Analyse informatiele privacy

Uit het bovenstaande kan geconcludeerd worden de digitale aanvraag een sterk beveiligingssysteem heeft. Dit zorgt ervoor dat de privacygegevens van klanten goed gewaarborgd zijn. Het beveiligingssysteem is sterk door twee aspecten. Als eerst heeft de IND-website een beveiligde verbinding https. Dit zorgt ervoor dat het dataverkeer via een beveiligde verbinding verloopt en versleuteld is voor andere gebruikers. Als tweede moeten bedrijven eHerkenning aanschaffen en minimaal betrouwbaarheidsniveau 3 hebben om in het Zakelijk Portaal te komen. De erkende referenten hebben deze bedrijven specifiek gemachtigd om bepaalde diensten voor hun te doen. Hierdoor wordt de kans op oneigenlijk gebruik van de eHerkenning klein, omdat nagegaan kan worden wie gebruik heeft gemaakt van welke dienst. Onder dit aspect valt ook dat particuliere klanten in het bezit moeten zijn van DigiD, die persoonsgebonden is, met extra sms-controle. Dit zorgt er ook voor dat de kans op identiteitsfraude minimaal wordt gemaakt. De digitale aanvraag is dan toegankelijk voor zakelijke klanten die in het bezit zijn van eHerkenning. Wanneer bedrijven hier niet in het bezit van zijn, kunnen ze niet inloggen in het Zakelijk Portaal en zouden ze de aanvraag schriftelijk moeten indienen. Dit aspect wordt nader uitgelegd in paragraaf 4.8.1.

Uit deze resultaten kan geconcludeerd worden dat op enkele respondenten na, het grootste gedeelte van de zakelijke en particuliere klanten de waarborging van privacygegevens door de IND als veilig en betrouwbaar beschouwen en daarmee de toegankelijkheid van de digitale dienst bevordert. De klanten vertrouwen erop dat hun privacygegevens in goede handen terecht komt.

Wanneer de klant het gevoel heeft dat de IND zijn privacygegevens goed waarborgt, zullen ze de bruikbaarheid van de digitale dienst beter beoordelen. Bij het wegen van de voor- en nadelen van de dienst zal de privacy in dit geval geen rol spelen. De klant zal een houding nemen ten aanzien van de digitale dienst en daaruit vormt hij de intentie om wel of geen gebruik te maken van de dienst. Wanneer zijn intentie positief is, maakt hij gebruik van de digitale dienst en wanneer het negatief is, maakt hij er geen gebruik van en zal hij overstappen naar de schriftelijke aanvraag.

Uit de interviews met de particuliere klanten is bekend geworden dat bij een aantal klanten wel kwesties omtrent de waarborging van privacy een rol speelden. Deze respondenten hebben het alsnog digitaal ingediend. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de informationele privacy geen doorslaggevend effect heeft op het wel of niet gebruiken van de digitale dienst.

4.5 Burgerprofiel

4.5.1 IND

De IND werkt bij digitale aanvraagformulieren met informatie die al bekend is bij de IND in hun informatiesysteem INDiGO. (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). Wanneer een klant al eens eerder zijn of haar gegevens heeft aangeleverd bij de IND, dan is deze informatie gekoppeld aan een dossier. Dit dossier is vervolgens gekoppeld aan het vreemdelingennummer (v-nummer) van de klant. Met het v-nummer kan elke klant in Nederland worden geïdentificeerd door de IND en haar ketenpartners (Ensie, 2017b). Deze gegevens hoeven alleen gecontroleerd te worden door de klant (I. Agous, persoonlijke communicatie, 30 augustus 2017). De klant moet dan vragen invullen die voor hem van toepassing zijn. Omdat de klant betaalt bij de digitale aanvraag, wordt deze meteen in behandeling genomen. De beslissing wordt vervolgens weer digitaal opgestuurd naar de klant.

4.5.2 Zakelijke klanten

De zakelijke klanten komen na het inloggen met hun eHerkenning in het Zakelijk Portaal terecht. In het Zakelijk Portaal staan alle digitale diensten weergegeven waar zij geautoriseerd voor zijn. Het is dan voor hun mogelijk om de status te zien van alle lopende zaken en de resultaten van een beslissing op een zaak. Het voordeel van het Zakelijk Portaal is onder andere het overzicht, het inzicht in de tussentijdse aanvragen, minder herhaling en de snelheid van het invullen (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016, p.8).

Bij de zakelijke klant is het digitale aanvraagformulier niet vooraf ingevuld (B. Oomen, persoonlijke communicatie, 22 augustus 2017). De reden hiervoor heeft met de privacy van de kennismigrant te maken. Het is niet de bedoeling dat bedrijven automatisch gegevens van hun klanten krijgen, zonder dat de klant deze zelf heeft aangeleverd en hun onderlinge relatie nog niet is vastgesteld. De zakelijke klanten moeten altijd het gehele aanvraagformulier invullen met gegevens van de kennismigrant. Gemachtigde 1 en 2 maakten geen gebruik van de digitale aanvraag. Zij vulden alle gegevens van de kennismigrant schriftelijk in. Gemachtigde 3 heeft wel verblijfsaanvragen digitaal ingediend en het invullen van het hele aanvraagformulier was een onderdeel van hun werkzaamheden.

De ingevulde digitale aanvragen worden geautomatiseerd en opgevoerd in INDiGO. Vervolgens nemen de IND-medewerkers de aanvragen in behandeling en beslissen binnen de beslistermijn op de aanvraag.

4.5.3 Particuliere klanten

Van de klant die zijn verblijfsvergunning voor onbepaalde tijd wil vernieuwen, zijn al gegevens bekend bij de IND. Bij de aanvraag voor de vernieuwing van de verblijfsvergunning wordt het dossier van de vreemdeling opgehaald uit INDiGO en worden de bekende gegevens vooraf ingevuld in het digitale formulier. Dit zorgt ervoor dat de klant alleen deze informatie hoeft te controleren en de overgebleven velden moet invullen. Dit zorgt voor efficiëntie in het doorlopen van de digitale aanvraag.

Uit interviews met 12 particuliere klanten die hun vernieuwing digitaal hebben ingediend, is een hoge mate van tevredenheid omtrent de voorinvulling in het digitale aanvraagformulier. Respondent 25 vertelde dat een groot gedeelte van de aanvraag al was ingevuld en dat ze het alleen hoefde te controleren. Ze was binnen drie minuten klaar. Respondent 22 had dezelfde mening erover en zei dat ze er snel doorheen kon en de tekst goed te begrijpen was.

4.5.4 Analyse burgerprofiel

Uit het voorgaande kan worden opgemaakt dat gebruik wordt gemaakt van een burgerprofiel bij de digitale diensten van de IND. De zakelijke klant maakt gebruik van het Zakelijk Portaal waarin zij toegang hebben tot digitale diensten waar zij geautoriseerd voor zijn. Bij het indienen van een aanvraag voor een migrant zijn zij wel genoodzaakt om alle gegevens van de kennismigrant in te vullen vanwege privacy redenen. Omdat de zakelijke klant geen vooraf ingevulde aanvraagformulier krijgt, heeft het burgerprofiel geen invloed in het wel of niet gebruiken van de digitale dienst.

Voor de particuliere klanten is er geen portaal waarin ze beschikking hebben tot alle digitale diensten. Zij moeten als eerst weten welk aanvraagformulier zij nodig hebben voordat ze met hun DigiD kunnen inloggen. Nadat ze zijn ingelogd, komen ze aan bij de aanvraag waarvan het grootste gedeelte al is ingevuld. Dit zorgt er voor een snellere doorloop van het formulier en voor efficiëntie. Dit vergroot de bruikbaarheid van de digitale aanvraag en dit heeft een positieve invloed op de houding van de klant en de gedragsintentie tegenover het gebruik van deze digitale dienst. De klanten bij de loketten hebben hier ook het voordeel van ondervonden en dit is ook door enkele klanten bevestigd tijdens de interviews.

Uit de resultaten wordt het duidelijk dat het burgerprofiel bijdraagt aan de snelheid van het invullen van de digitale aanvraag voor alleen particuliere klanten. Het verhoogt voor hen het gebruikersgemak van de digitale dienst. Voor de zakelijke klant heeft deze variabele geen invloed op het wel of niet gebruiken van de digitale dienst. Voor de particuliere klanten is het vooraf ingevulde formulier efficiënt omdat van de klanten niet meer gevraagd wordt om informatie die ze al eens eerder hebben ingevuld, nogmaals in te vullen. Dit heeft invloed op

de intentie van de particuliere klant en dit leidt tot het daadwerkelijke gebruik van de digitale dienst.

4.6 Digitale participatieladder

4.6.1 Zakelijke klanten

De treden van de digitale participatieladder zijn weergegeven in paragraaf 2.8.1. De zakelijke klanten zijn zoals eerder vermeld allemaal gemachtigden die gespecialiseerd zijn in het indienen van verblijfsaanvragen. De medewerkers zijn geselecteerd op hun kennis en daarmee kan vastgesteld worden dat de medewerkers geletterd zijn. De zakelijke klanten voldoen hiermee aan de eerste trede van de digitale participatieladder.

Vervolgens hebben de gemachtigden aangegeven dat zij in het bezit zijn van computers met internet om hun dagelijkse werkzaamheden uit te kunnen voeren. Hieruit wordt duidelijk dat de zakelijke klanten ook aan de tweede trede van de participatieladder voldoen.

Twee van de drie gemachtigden gaven aan dat ze de voorkeur hadden voor digitaal indienen van verblijfsaanvragen. Gemachtigde 2 heeft aangegeven dat ze de voorkeur hebben om het digitaal in te dienen, maar dat ze er nog niet aan toegekomen zijn om de benodigde aanpassingen door te voeren in hun systemen. De voorkeur gaat wel uit naar digitaal indienen, maar de organisatie heeft nog geen stappen gezet om over te gaan op de digitale aanvraag. Gemachtigde 3 heeft zelf ook 100% de voorkeur om de aanvraag digitaal in te dienen. De reden dat dit niet altijd gebeurt, komt doordat het voorkomt dat het Zakelijk Portaal niet werkt. Dan schakelen medewerkers over op de schriftelijke aanvraag.

Gemachtigden 2 en 3 gaven aan dat ze de voordelen zagen van de digitale aanvraag en noemden snelheid en efficiëntie als een van de grootste voordelen. Snelheid omdat de zakelijke klant gelijk een bevestiging ontvangt en de verblijfsaanvraag direct bij de IND ligt en efficiëntie in het feit dat grote hoeveelheden formulieren niet uitgeprint hoeven te worden en vervolgens weer ingescand moeten worden door IND medewerkers. Gemachtigde 1 had niet zozeer de voorkeur voor de digitale aanvraag.

De voordelen die gemachtigden opnoemen uit het klantonderzoek komen grotendeels overeen met wat er uit dit onderzoek is gebleken.

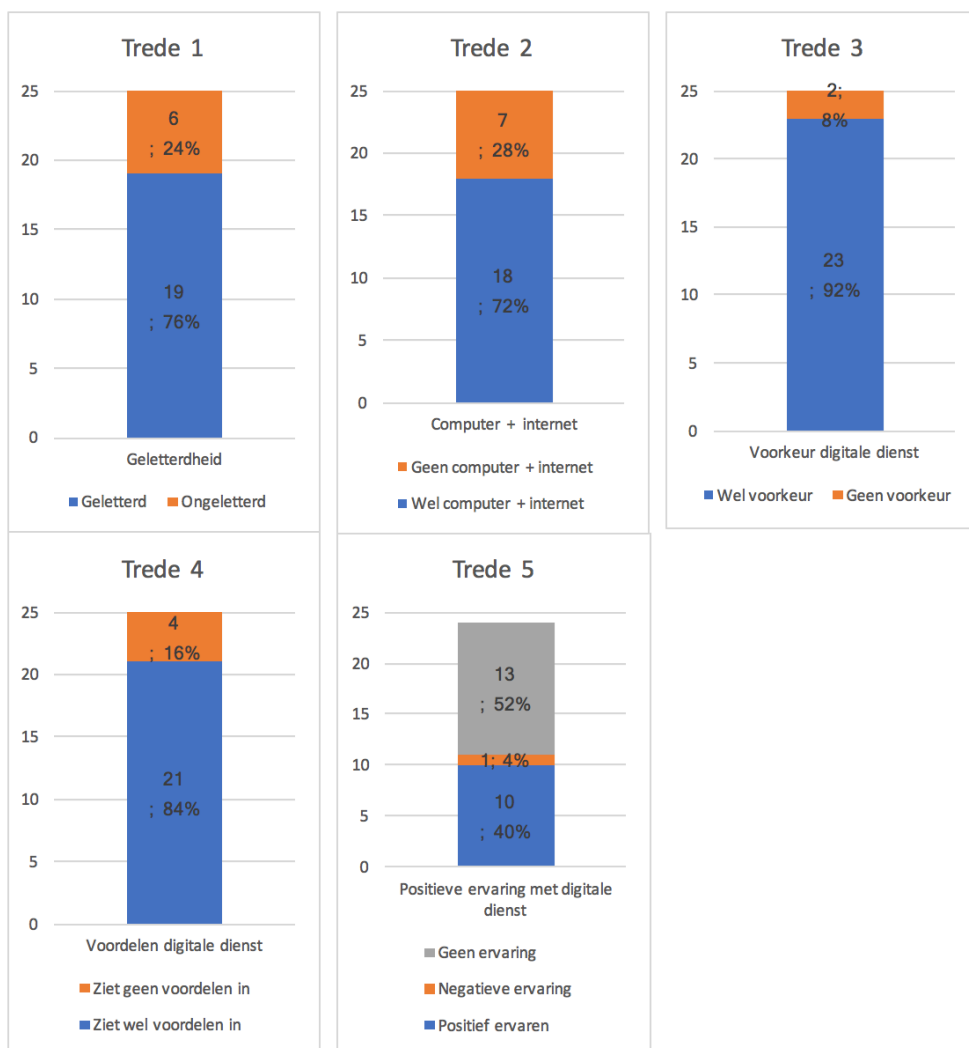
“Meer snelheid, meer relevantie, minder herhaling en actueel statusinzicht” (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016, p. 8).

De informatie uit de interviews en het klantonderzoek wijst erop dat de zakelijke klant de voordelen inziet van het digitale aanvraagformulier. De laatste trede van de participatieladder is of de klant een positieve ervaring heeft gehad met de digitale dienst.

Gemachtigde 1 heeft benadrukt dat de hoeveelheid bijlages die meegestuurd kunnen worden, te beperkt zijn en dat zij op basis daarvan gekozen hebben om alsnog de verblijfsaanvragen schriftelijk aan te leveren. Hieruit kan niet gesteld worden dat de gemachtigde een positieve ervaring heeft gehad met de digitale dienst, maar ook niet dat zij een negatieve ervaring hebben gehad. De tweede gemachtigde heeft verblijfsaanvragen nog niet digitaal ingediend. Zij konden niet concluderen of ze een positieve of negatieve ervaring hebben gehad met de digitale dienst. De derde gemachtigde heeft aanvragen zowel schriftelijk als digitaal ingediend. Zij hebben positieve ervaringen gehad met de digitale dienst, maar wanneer het zakelijk portaal niet werkt of de bijlages die gestuurd moeten worden te groot zijn, kiezen zij er alsnog voor om het op deze momenten schriftelijk te doen.

4.6.2 Particuliere klanten

Van de particuliere klanten was de digitale participatieladder meer verdeeld. Dit is te zien in figuur 5.



Figuur 5: Visualisatie resultaten digitale participatieladder particuliere klanten

Bij de eerste trede waren 19 van de 25 respondenten geletterd. Zij konden de tekst in het aanvraagformulier lezen en begrijpen. Wel was er onzekerheid bij klanten omdat het belangrijke documenten van de overheid zijn en of het bepaalde jargon bevatte. Dit heeft respondent 5 aangegeven. Omdat ze bij het invullen van de digitale aanvraag te maken hebben met een overheidsinstantie, kan een foute invulling voor grote gevolgen zorgen. Van de overige 6 respondenten die niet geletterd waren, kreeg 1 hulp van een instantie en 5 respondenten kregen hulp van een familielid bij de indiening van de aanvraag voor vernieuwing van hun verblijfsdocument.

Van de 25 respondenten, waren 18 respondenten in het bezit van een computer met internet. Opvallend is dat het aantal respondenten dat niet in het bezit is van een computer bijna één derde deel is. 7 respondenten hadden geen computer. 3 van deze 7 respondenten hadden wel internet op hun telefoon. Hieruit wordt het duidelijk dat ongeveer een derde deel van de 25 respondenten al afvalt op de tweede trede van de participatieladder. Zonder in het bezit te zijn van computer met internet, kunnen ze ook geen goed oordeel vormen over de volgende treden van de participatieladder.

Van de 25 respondenten hebben 12 de vernieuwing van hun document onbepaalde tijd digitaal vernieuwd. Zij hebben aangegeven in zekere mate een voorkeur te hebben voor de digitale dienst. Wanneer zij erachter kwamen dat het formulier ook digitaal ingevuld kon worden, hebben zij daarvoor gekozen. 4 respondenten deelden mee dat ze bewust werden van de vernieuwing van hun verblijfsvergunning door de brief die de IND naar huis had opgestuurd. 5 respondenten vertelden dat ze via Google en/of de IND-website bewust werden dat de aanvraag digitaal ingediend kon worden. Er waren ook klanten die het schriftelijk hadden ingediend, maar wel de voorkeur hadden voor de digitale dienst. Zij konden hier geen gebruik van maken omdat hun DigiD met sms-controle niet in orde was. Dit was bij vier respondenten het geval. Op twee respondenten na hadden alle geïnterviewden de voorkeur voor de digitale dienst. De twee respondenten betroffen bejaarde mannen van 75+.

De volgende trede is het voordeel inzien van het digitale aanvraagformulier. Van alle respondenten konden er vier de voordelen van het digitale aanvraagformulier niet opnoemen en/of hadden geen voordelen van ondervonden. Respondent 22 had haar aanvraag schriftelijk ingediend en wist daarom niet welke voordelen het digitale aanvraagformulier met zich meebracht. Respondent 14 heeft de aanvraag digitaal gedaan en vertelde achteraf dat hij geen specifieke voordelen had ondervonden. De overige respondenten kwamen met een verscheidenheid van voordelen:

- De snelheid van het invullen van het digitale formulier en het meteen betalen via iDeal, werden het meest genoemd.

- Daarna werd gebruikersgemak genoemd. Men hoefde thuis geen formulieren meer te downloaden, uit te printen, in te vullen en op te sturen. Dit was erg efficiënt voor de klanten omdat ze nu geen groot aantal pagina's hoefden uit te printen als zij al een goedwerkende printer hadden die dat aan zou kunnen. Daarbij ervaarden de klanten het als fijn dat ze de aanvraag gewoon thuis konden doen op elk tijdstip dat hun uitkwam
- Tot slot noemden 2 respondenten het bewijs van aanvraag en de directe aantoonbaarheid van het ingediende aanvraagformulier als voordeel. Respondent 24 vertelde dat hij de schriftelijke aanvraag via de post had gestuurd, maar dat het nooit was aangekomen. Vervolgens heeft hij het digitaal gedaan en op deze wijze was hij gerust dat de aanvraag direct bij de IND lag en heeft de bevestiging van indiening opgeslagen als bewijs.

De laatste trede van de participatieladder is een positieve ervaring hebben met de digitale dienst. Alle respondenten die gebruik hebben gemaakt van de digitale dienst, hebben een positieve ervaring gehad. Wel werden er door enkele respondenten een aantal dingen genoemd waar zij niet volledig tevreden over waren. Respondent 17 vond het een blokkade dat zij bij het inloggen met haar DigiD meerdere malen op 'volgende' moest klikken. Dit ervaarde zij als vervelend en verwarrend. Dit zou voor haar een reden zijn om het de volgende keer niet meer digitaal aan te vragen. Respondent 5 had graag begeleiding gewild bij het invullen van de digitale aanvraag. Zij wilden het liefst voorzichtig te werk gaan omdat het om belangrijke documenten gaat. Er was één respondent die aangaf een negatieve ervaring te hebben gehad met de digitale dienst. De digitale aanvraag liep namelijk tijdens de procedure vast en de aanvraag moest geheel opnieuw worden gedaan. Op deze respondent na hadden de overige 12 respondenten die de aanvraag digitaal hadden ingediend een positieve ervaring gehad met de digitale dienst.

4.6.3 Analyse digitale participatieladder

Uit het voorgaande is duidelijk geworden dat er een groot verschil is in de score op de digitale participatieladder tussen zakelijke klanten en particuliere klanten. Het is het werk van de gemachtigden om systematisch en veelvuldig verblijfsaanvragen van hun erkende referenten in te dienen. Om deze reden worden er ook werknemers geworven die geschoold zijn en dus geletterd zijn en daarbij gelijk digitaal vaardig. Tussen de 3 gemachtigden had er maar 1 geen voorkeur voor de digitale dienst wegens praktische problemen. Wel zagen ze alle 3 de voordelen van de digitale dienst en had alleen gemachtigde 3 een positieve ervaring gehad met de digitale dienst omdat zij het zowel schriftelijk als digitaal indienden. De overige 2 gemachtigden hadden het helemaal nog niet digitaal ingediend, dus zij hebben géén ervaring met de digitale dienst. Hieruit kan geconcludeerd worden dat zakelijke klanten geen toegankelijkheidsproblemen ervaren op de variabele digitale participatieladder. Ze zijn

in het bezit van alle benodigdheden om de aanvraag in te kunnen dienen en onderling is er verschil tussen de voorkeur van de digitale dienst en of ze er al wel of geen gebruik van hebben gemaakt om over de ervaring te kunnen oordelen.

De resultaten van de zakelijke klanten wijken af van de resultaten van de particuliere klant. Van de particuliere klanten was een kwart niet geletterd. Dit waren meestal de klanten die de Nederlandse taal geheel niet of niet goed spraken. Vaak werd een aanvraag voor hen ingediend door een familielid of kennis. Daarnaast waren 7 van de 25 particuliere klanten niet in het bezit van een computer en/of internet. Hieruit wordt het duidelijk dat er alsnog genoeg aantal mensen in Nederland zijn die niet in het bezit zijn van een computer en daarom geen toegang kunnen hebben tot de digitale aanvraag. Dit beperkt de toegankelijkheid van de digitale aanvraag. Vervolgens had het grootste gedeelte van de respondenten een voorkeur voor de digitale dienst en zagen zij gelijk ook de voordelen ervan. Snelheid, handig en klantgemak waren de drie belangrijkste voordelen voor de respondenten. Tot slot hebben alle respondenten die de aanvraag digitaal hebben ingediend, een positieve ervaring gehad met de digitale dienst. Wel waren er hier en daar een paar opmerkingen met hoe het beter zou kunnen. De digitale participatieladder is op het gebied van toegankelijkheid een goede meetlat vanwege de reden wanneer klanten al dan niet geletterd zijn en/of geen computer met internet hebben, zij dan ook geen toegang kunnen krijgen tot het digitale aanvraagformulier en zullen zij het alsnog schriftelijk blijven doen.

De score op de digitale participatieladder heeft invloed op het waargenomen gebruikersgemak. Wanneer een klant aan de vijf treden van de participatieladder voldoet, dan pas kan hij het gebruikersgemak van de dienst ervaren. Wanneer een klant dus al niet in het bezit is van computer met internet, dan zal hij het gebruikersgemak van de digitale dienst niet kunnen waarnemen. Wanneer het waargenomen gebruikersgemak hoog genoeg wordt ervaren door de klant, zal dit invloed hebben op de gedragsintentie. Dit leidt tot het gebruik van de digitale dienst.

4.7 Digitale vaardigheden

4.7.1 Zakelijke klanten

Gemachtigde 1 heeft aangegeven dat zij advocaten en juridische medewerkers in dienst hebben die de verblijfsaanvragen voor hen indienen. Dit valt onder de werkzaamheden van de medewerkers en wordt veelvuldig gedaan. Om deze reden vormen de praktische benodigdheden voor het digitale aanvraagformulier en de digitale vaardigheden van de personen die de aanvraag indienen bijna geen rol meer in.

Ook uit het klantonderzoek dat is gehouden naar aanleiding van de pilot in de mini-IND is dezelfde conclusie getrokken (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016, p.5-6). Doordat de indieners van verblijfsaanvragen professionals zijn, weten zij ook wat ze kunnen

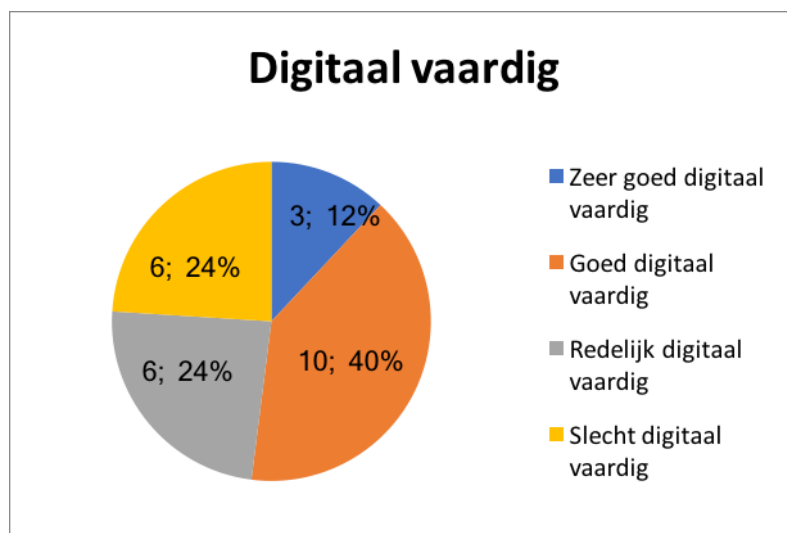
verwachten van het gehele aanvraagproces. Ze gaan gemakkelijk door het proces heen vanwege hun hoge kennisniveau. Het onderzoek heeft wel opgemerkt dat het belangrijk is om deze kennis up to date te houden.

Gemachtigde 2 heeft de benodigde digitale vaardigheden voor het indienen van verblijfsaanvragen opgedaan tijdens het werk. Hierdoor zijn de medewerkers van het gemachtigde bedrijf digitaal vaardig genoeg om de verblijfsaanvragen efficiënt in te dienen. Gemachtigde 3 geeft regelmatige 'job trainingen' en daarin wordt aan de medewerkers geleerd hoe ze verblijfsaanvragen moeten indienen. Hieruit wordt het duidelijk dat de medewerkers bij het derde bedrijf ook digitaal vaardig genoeg zijn om verblijfsaanvragen in te dienen.

De interviews met de gemachtigden komen overeen met hetgeen al is vastgesteld in het klantonderzoek. Medewerkers dienen veelvuldig verblijfsaanvragen in en door deze ervaringen en interne opleidingen zijn ze in het bezit van de juiste digitale vaardigheden.

4.7.2 Particuliere klanten

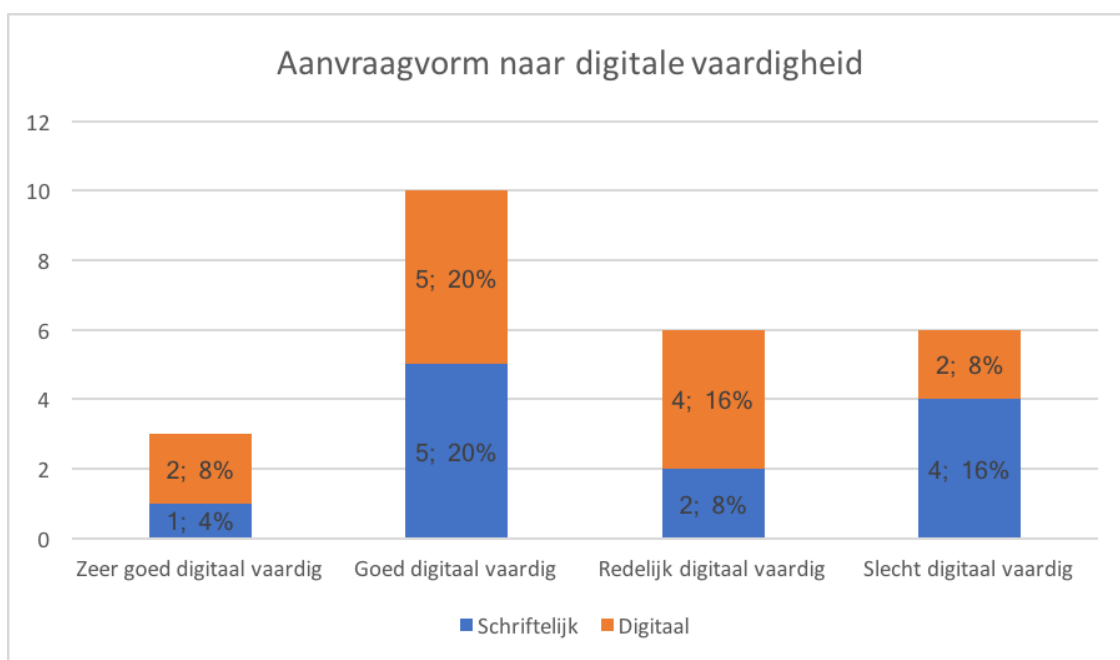
De digitale vaardigheden van particuliere klanten verschilden van respondent tot respondent. De resultaten zijn weergegeven in figuur 6. Er kwamen personen langs die zelfredzaam en digitaal vaardig genoeg waren om het digitale aanvraagformulier zelf in te vullen. Aan de andere kant waren er ook respondenten die totaal niet digitaal vaardig waren en de hulp hebben moeten inschakelen van familieleden, hun naasten of een hulpinstantie bij het invullen van de aanvraagformulieren zowel digitaal als schriftelijk.



Figuur 6: Visualisatie digitale vaardigheid particuliere klanten

Van de 25 respondenten beschouwden 13 zich goed digitaal vaardig. 3 van de 13 benadrukten dat ze zeer goed digitaal vaardig waren. 6 van de 25 respondenten beoordeelden zichzelf als redelijk digitaal vaardig. Zij konden hun weg wel vinden op het internet en hadden genoeg vaardigheden om de aanvraag in te kunnen vullen. Tot slot waren er ook 6 respondenten die meedeelden dat ze helemaal niet of slecht digitaal vaardig waren. Deze groep heeft in vele gevallen de hulp van een familielid of kennis/vriend ingeschakeld bij het invullen van de verblijfsaanvraag. Zo heeft respondent 2 hulp van haar dochter gehad bij het invullen van het digitale aanvraagformulier omdat zij niet voldoende kennis had van de Nederlandse taal en niet met de computer overweg kon. Respondent 5 gaf aan dat ze redelijk digitaal vaardig waren maar dat het aanvraagformulier altijd wel 'moeilijke taal' bevatte en dat het daardoor onduidelijk werd. Hieruit blijkt dat de tekst van het aanvraagformulier invloed heeft op de perceptie van het invullen van het aanvraagformulier. Dit maakt het digitale aanvraagformulier lastig in te vullen voor deze klant en heeft hij eerder vragen voor het IND. Dit zorgt er weer voor dat er contact gezocht wordt via de overige beschikbare contactkanalen.

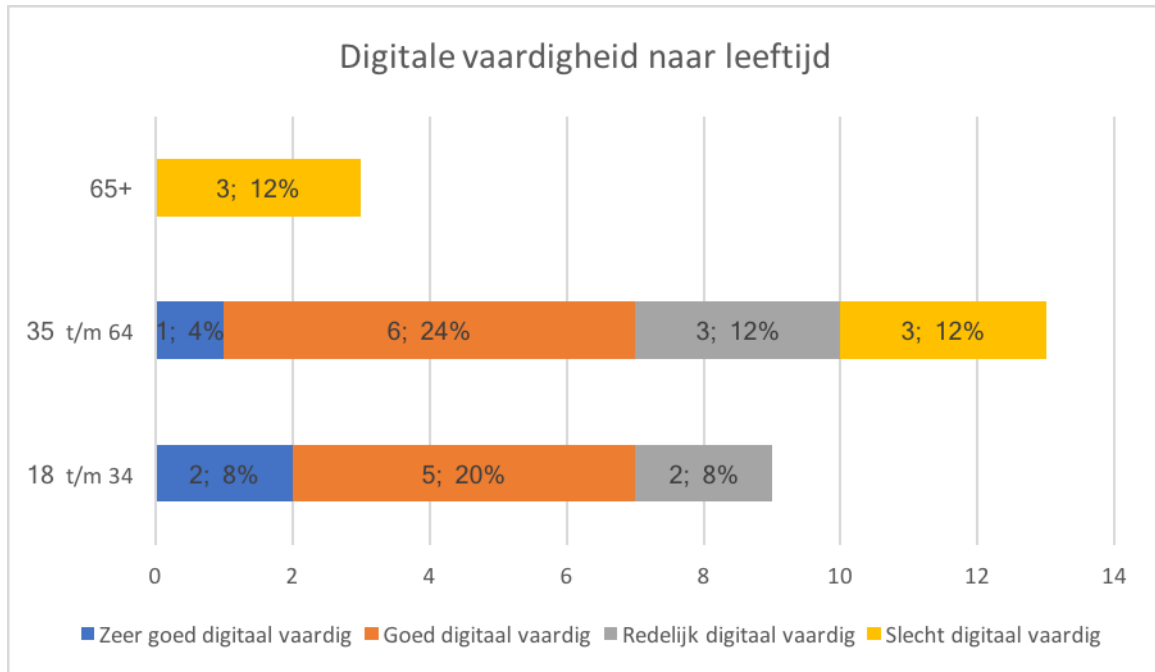
In figuur 7 is een visualisatie gegeven van de aanvraagvorm die particuliere klanten hebben gekozen bij het vernieuwen van hun verblijfsgunning. Dit is afgezet tegen de digitale vaardigheid van de particuliere klant.



Figuur 7: Visualisatie aanvraagvorm naar digitale vaardigheid van de particuliere klant

In figuur 7 wordt het duidelijk dat het voorkomt dat particuliere klanten die zeer goed digitaal vaardig zijn alsnog gebruik maken van de schriftelijke aanvraag. Daarnaast heeft de helft van de klanten die zichzelf als goed digitaal vaardig beschouwden, de aanvraag schriftelijk ingevuld. Bij de groep redelijk digitaal vaardigen heeft de meerderheid wel de

aanvraag digitaal ingevuld en bij de slecht digitaal vaardigen heeft meer dan de helft het schriftelijk ingevuld. Hieruit kan opgemaakt worden dat het alleen digitale vaardig zijn er niet direct toe leidt tot het gebruik van het digitale aanvraagformulier. Hier zijn meer factoren van invloed en die worden weergegeven in paragraaf 4.8.2.



Figuur 8: Visualisatie digitale vaardigheid naar leeftijd

In figuur 8 is de digitale vaardigheid naar leeftijdscategorieën weergegeven. Drie respondenten van 65+ en drie respondenten in de leeftijdscategorie 35 t/m 64 beschouwden zich als slecht digitaal vaardig. Dit is 24% van het totaal aantal respondenten. De jongere respondenten beschouwden zich redelijk tot zeer goed digitaal vaardig Dit is 76% van het totaal aantal respondenten.

4.7.3 Analyse digitale vaardigheden

Uit de voorgaande paragrafen is duidelijk geworden dat de digitale vaardigheid van persoon tot persoon verschilt. Bij de zakelijke klanten speelt deze variabele weliswaar geen rol omdat zij gespecialiseerd zijn in dit werk en daarom personen werven die digitaal vaardig zijn en/of het juiste niveau aangeleerd krijgen op het werk. Hieruit kan geconcludeerd worden dat digitale vaardigheden geen drempel zijn voor zakelijke klanten.

De variabele 'digitale vaardigen' is vooral van toepassing op de particuliere klanten. Van de 25 respondenten beoordeelde twee derde deel zich als redelijk tot goed digitaal vaardig. Dit waren veelal respondenten van jonge tot middelbare leeftijd. Zij waren vaardig in het bedienen van de computer en zij konden het aanvraagformulier zelfstandig invullen. Ook

was deze groep in het bezit van een computer met internet waardoor het digitale aanvraagformulier toegankelijk was voor hen.

Voor een kwart dat slecht tot niet digitaal vaardig was, is het digitale aanvraagformulier niet toegankelijk. Deze groep was niet in het bezit van een computer en enkelen hadden internet op hun telefoon. Om deze reden, ligt het voor de groep slecht digitaal vaardigen niet voor de hand om de vernieuwing van hun verblijfsvergunning online te doen. Deze groep respondenten kiest ervoor om het schriftelijk te doen. Wel is gebleken dat drie van de zes slecht digitaal vaardigen hulp hebben ingeschakeld van ofwel hun familielid of een hulpinstantie om de aanvraag alsnog digitaal voor hun in te dienen. Hoewel de digitale aanvraag niet toegankelijk was voor deze personen, hebben ze wel de voorkeur ervoor gehad en hulp ingeschakeld van een derde persoon.

Concluderend wordt digitale vaardigheid niet als een drempel beschouwd door zakelijke klanten. Bij de particuliere klant weegt de variabele digitale vaardigheid zwaarder. Het digitale aanvraagformulier was in eerste instantie niet toegankelijk voor slecht digitaal vaardigen die niet in het bezit waren van een computer met internet. Bij deze groep ligt het aan hun voorkeur of ze hulp willen inschakelen van derden om gebruik te maken van de digitale dienst. Wanneer een klant wel digitaal vaardig is, ligt het eraan of hij de waargenomen gebruikersgemak van de digitale dienst inziet voordat hij overgaat op de dienst. Uit figuur 4 is gebleken dat alleen digitaal vaardig zijn, niet direct leidt tot het gebruik van het digitale aanvraagformulier. Er zijn meerdere factoren van invloed op het daadwerkelijke gebruik van de digitale dienst.

Deel 3

In het vorige deel zijn de resultaten weergegeven van de variabelen uit het conceptueel model en deze zijn tevens geanalyseerd. In dit deel worden de motieven voor de schriftelijke aanvraag en de digitale aanvraag uiteengezet. In de interviews met de zakelijke en particuliere klanten is gevraagd wat hun beweegredenen zijn geweest om de aanvraag in te dienen op de wijze waar zij voor hebben gekozen.

4.8 Motieven voor schriftelijke aanvraag

4.8.1 Zakelijke klanten

Voor deze motieven zijn medewerkers van de IND ondervraagd en gemachtigden die aanvragen indienen namens de erkende referent.

Motief 1: eHerkenning

- *eHerkenning is niet rendabel*

Om het Zakelijk Portaal in te kunnen, moeten zakelijke klanten in het bezit zijn van eHerkenning (B. Oomen & B. van Epen, persoonlijke communicatie, 7 & 12 juni 2017). Voor eHerkenning moet al voor het laagste betrouwbaarheidsniveau een bedrag tussen de 15 en 65 euro per jaar worden betaald. Kleine bedrijven die bijvoorbeeld 1 - 3 aanvragen per jaar indienen, zouden de bedrijven als niet rendabel kunnen beschouwen. Dit kan een reden zijn dat kleine bedrijven het via de schriftelijke weg doen in plaats van digitaal.

- *eHerkenning lastig te verkrijgen door afstand werknemer - directeur*

Het aanvragen van eHerkenning kan een ingewikkeld proces zijn (B. Oomen & B. van Epen, persoonlijke communicatie, 7 & 12 juni 2017). Voor het indienen van aanvragen is eHerkenning op het hoogste niveau nodig. Dit houdt in dat er een handtekening of machtiging nodig is van de directeur van een bedrijf. Voor kleine bedrijven is de afstand tussen de werknemer en directeur vaak niet zo groot. Voor grote bedrijven en multinationals is dit een ander verhaal. Daarbij is de directeur vaak minder in zicht en in persoon aanwezig op de werkplek. Het is dus lastig om de directeur te bereiken en dit verzoek bij hem neer te leggen. Dit is ook een reden waarom sommige referenten (nog) geen digitale aanvraag indienen.

- *Perceptie van fraudegevoeligheid met eHerkenning*

Een ander motief is dat werknemers die gemachtigd zijn om met eHerkenning aanvragen digitaal in te dienen, allen toegang krijgen tot bepaalde informatie (B. Oomen & B. van Epen, persoonlijke communicatie, 7 & 12 juni 2017). Het is mogelijk dat het MT-team liever niet wil dat de gewone medewerkers hier toegang tot hebben. Deze blokkade geldt ook als een motief.

- *Geen KvK-nummer*

Sommige erkende referenten maken gebruik van een gemachtigde die in het buitenland is gevestigd. Deze buitenlandse gemachtigde is niet ingeschreven in de Kamer van Koophandel (B. Oomen & B. van Epen, persoonlijke communicatie, 7 & 12 juni 2017). Dit is nodig om eHerkenning aan te kunnen vragen. Dit zorgt ervoor dat deze buitenlandse bedrijven de aanvragen alsnog via de schriftelijke weg invullen.

Uit het voorgaande wordt duidelijk dat toegankelijkheid niet alleen te maken heeft met bijvoorbeeld het in staat zijn in het bedienen van een computer en begrijpen wat er van je wordt gevraagd, maar dat het verder strekt. De voorwaarden die verbonden zijn aan eHerkenning en daarmee zorgen voor de veiligheid van de digitale aanvraag kunnen belemmerend zijn voor het indienen van digitale aanvragen. De variabele informationele privacy botst daarmee met toegankelijkheid. Deze motieven maken duidelijk dat de overstap

naar de digitale aanvraag nog te groot is en het de zakelijke klanten op dit moment meer tijd en geld gaat kosten in plaats van opleveren.

Motief 2: Administratie

- *Behoud van eigen werksystemen*

Het is zo dat bedrijven al die jaren dat ze aanvragen hebben ingediend, een eigen systeem en/of proces hebben opgesteld voor het gemakkelijk invoeren van grote hoeveelheden verblijfsaanvragen (B. Oomen & B. van Epen, persoonlijke communicatie, 7 & 12 juni 2017). Het komt voor dat bedrijven niet af willen stappen van hun eigen systeem omdat ze dat prettiger vinden werken en daar gewend aan zijn.

- *Arbeidsmarkttoets door UWV*

Gemachtigde 1 heeft naast het probleem met de bijlagen ook gemengde gevoelens over de arbeidsmarkttoets die door de UWV wordt uitgevoerd. Dit gebeurt namelijk via de schriftelijke weg. Dit is niet functioneel volgens gemachtigde 1. Het werk gebeurt alsnog schriftelijk. Dit moet dan ook digitaal worden gedaan. Echter, de UWV-toets beslaat maar 1 à 2 procent van de hele aanvraag en wordt alleen uitgevoerd als de IND twijfels heeft over het verblijfsdoel van de reguliere migrant. Dit komt niet regelmatig voor (P. van der Most, persoonlijke communicatie, 8 augustus 2017). De arbeidsmarkttoets heeft verder geen invloed in het aanvraagproces van de gemachtigde. Het wordt alleen als niet functioneel gezien door de gemachtigde.

- *Geen tijd voor aanpassing om over te gaan tot de digitale aanvraag*

Uit het gesprek met gemachtigde 2 kwam naar voren dat zij wel bereid waren om gebruik te maken van de digitale aanvraag. Het probleem waar zij tegenaan liepen was dat zij hun systemen nog niet hadden aangepast om de digitale aanvraag te doen. De oorzaken hiervan waren de drukke werkprocessen van de gemachtigde en omdat de schriftelijke aanvraag alsnog mogelijk is, is er geen prioriteit gegeven aan de betreffende benodigheden voor de digitale aanvraag.

Motief 3: Technologie

- *Onvoldoende capaciteit voor het sturen van bijlagen*

In het interview met gemachtigde 1 is als belangrijkste punt naar voren gekomen dat het digitale aanvraagformulier het niet toestaat om meer dan een bepaald aantal bijlagen op te sturen. Gemachtigde 3 heeft dit ook als belangrijkste blokkade genoemd tijdens het interview. Het aanvraagformulier kan maar een bepaald aantal MB's aan. Gemachtigde 1 wil alle documenten meesturen naar de IND om zo onduidelijkheden omtrent de arbeidsovereenkomsten en de verblijfsaanvraag te voorkomen. De maximumcapaciteit van het sturen van het aantal bijlagen is de grootste blokkade voor gemachtigde 1 en 3.

- *Zakelijk Portaal werkt niet*

Gemachtigde 3 heeft aangegeven dat het weleens is voorgekomen dat het Zakelijk Portaal op de website van de IND niet werkt. Het Zakelijk Portaal geeft dan een foutmelding aan. De klant moet de webpagina vervolgens afsluiten en kan niet doorgaan met zijn werk. Dit is de reden dat gemachtigde 3 op zulke momenten overgaat op de schriftelijke aanvraag.

4.8.2 Particuliere klanten

Motief 1: DigiD

- *Gebruikersnaam en wachtwoord*

Uit de interviews met de particuliere klanten hebben een aantal respondenten meegedeeld dat de reden dat zij het schriftelijk hebben ingediend is dat zij problemen hebben gehad met hun DigiD, dat vereist is voor de aanvraag. Respondent 1 vertelde dat zij haar gebruikersnaam en wachtwoord was vergeten en dat ze op dat moment geen nieuwe DigiD kon aanvragen. Respondent 9 is naar het loket in Amsterdam gekomen om het schriftelijk in te dienen omdat hij zijn DigiD gebruikersnaam en wachtwoord was kwijtgeraakt. Deze respondent had erbij vermeld dat als hij zijn DigiD gewoon had, dat hij het zeker digitaal had gedaan en dat hij genoeg digitale vaardigheden heeft om de computer te bedienen.

- *Sms-controle*

Respondent 12 had een DigiD maar had zijn sms-code niet geactiveerd. Toen de sms-code werd aangevraagd, vertelde de respondent dat hij bericht kreeg dat het drie weken zou duren voordat de sms-code wordt geactiveerd. De betreffende respondent wilde daar niet op wachten en heeft het aanvraagformulier schriftelijk ingevuld. Van de 25 respondenten hebben 4 klanten aangegeven dat ze niet in het bezit waren van de sms-controle en daarom de schriftelijke aanvraag hebben gebruikt.

Motief 2: Ouderwets

- *Oudere klanten*

Respondent 3 was een man van 86 jaar en had het schriftelijk ingediend omdat hij dat graag wilde. Zijn dochter deelde mee dat hij een man van de oude tijd was. Hij wilde het aanvraagformulier kunnen voelen omdat hij op die wijze kon afstrepen wat hij wel of niet had gedaan. Hij kon niet meer overgehaald worden om het digitaal te doen/laten doen. Respondent 11 was een man van 77 jaar oud en wilde ook bewust de digitale aanvraag niet invullen. Naar eigen zeggen vond hij het digitale aanvraagformulier 'niet leuk'. Hij had een afkeer aan de technologische revolutie en wilde alles zo ouderwets mogelijk doen. Deze respondent viel ook niet meer over te halen om de aanvraag digitaal te doen.

- *Gewenning*

Respondent 20 was een jonge vrouw van 27 en had de aanvraag schriftelijk ingediend. De reden hiervoor was omdat de respondent bijna niets digitaal te doen. Het was gemakkelijker om het formulier uit te printen en in te vullen dan dat de DigiD erbij gezocht moest worden voor de digitale aanvraag. Schriftelijk was het eenvoudiger en verder had de respondent er niet bij nagedacht om gebruik te maken van de digitale aanvraag.

Motief 3: Technologie

- *IND-website werkt niet*

Respondent 7 heeft geprobeerd zijn document voor onbepaalde tijd via de digitale weg te vernieuwen. Dit is niet gelukt omdat de IND-website niet werkte. Hij was toen genoodzaakt om de schriftelijke aanvraag in te vullen en op te sturen. Deze respondent was bereid geweest om het digitaal in te vullen en had de noodzakelijke documenten daarvoor bij de hand. 3 van de 25 klanten hebben aangegeven dat de IND-website niet werkte toen zij gebruik wilden maken van de digitale aanvraag. Dit heeft geleid tot de schriftelijke aanvraag.

Motief 4: Drempel

- *Moelijk*

Respondent 8 diende de schriftelijke aanvraag voor zijn oom in. Respondent 8 zei dat hij zelf de Nederlandse taal niet volledig begreep. Hij wist totaal niet hoe hij de aanvraag digitaal moest invullen en wat hij ervoor nodig had. Hij vond het geruststellender om gewoon het schriftelijke formulier in te vullen. Respondent 13 was van middelbare leeftijd en heeft de schriftelijke aanvraag voor zichzelf ingevuld. Hij had het gevoel dat de digitale aanvraag ingewikkeld zou zijn. Hij had daarbij ook geen sms-code en moest die ervoor aanvragen. Dit heeft ertoe geleid dat hij de aanvraag schriftelijk heeft ingediend. Respondent 23 vertelde dat zij er niet uit kwam digitaal. Ze had besloten om het toen schriftelijk aan te vragen omdat het om een belangrijk pasje gaat. Ze had het gevoel dat het op papier veiliger was.

Particuliere klanten hebben met deze vier motieven aangeduid waarom zij gebruik maken van de schriftelijke aanvraag. In de volgende paragraaf komen de motieven voor de digitale aanvraag aan bod.

4.9 Motieven voor digitale aanvraag

4.9.1 Zakelijke klanten

De motieven die zakelijke klanten hebben voor het gebruik van de digitale aanvraag zijn precies de voordelen die een digitale aanvraag biedt voor haar klanten. Digitalisering past bij de tijdsgeest en zorgt daardoor voor vele voordelen. In het klantonderzoek hebben de zakelijke klanten de voordelen al benoemd (Hoogeveen, Gerritsen & Schoenmaker, 2016).

Motief 1: Snelheid

Door het aanvraagformulier digitaal in te vullen en te verzenden, komt het binnen bij de IND. Op deze wijze kunnen de IND-medewerkers de aanvraag sneller in behandeling nemen en daardoor eerder een besluit nemen. Dit is voordelig voor de zakelijke klant, omdat zij zo sneller de migrant en de erkende referent van dienst kunnen zijn. Daarnaast hoeft de zakelijke klant het aanvraagformulier niet meer op te sturen via de post en de beslissing ontvangen per post. De zakelijke klant is daarom niet meer afhankelijk van een derde partij. Alle communicatie verloopt tussen hen en de IND.

Motief 2: Efficiëntie

De informatie die op het digitale aanvraagformulier staat, is actueel en op maat gemaakt. De digitale aanvraag is efficiënt doordat er minder papierwerk hoeft te worden uitgeprint door de gemachtigde bedrijven. Dit draagt weer bij aan het papierloos en daarmee duurzaam werken

Motief 3: Actueel

Doordat de aanvraag via het Zakelijk Portaal is ingediend, hebben de zakelijke klanten de mogelijkheid om de status van de aanvraag in te zien. Uit eerder onderzoek is gebleken dat werknemers bij gemachtigde bedrijven dit prettig vinden (Makatita, persoonlijke communicatie, 3 augustus 2017). De werknemers kunnen op deze wijze zien wanneer er een beslissing komt op een zaak die zij hebben ingediend. Dit is handig bij het inplannen van verlofdagen. Normaal gesproken moesten alle zaken van een medewerker overgedragen worden aan een andere medewerker indien een beslissing in de tussenperiode zou vallen. Nu wordt het vooruit gepland door de medewerker en worden alleen zaken overgedragen die niet in de tussenperiode vallen. Dit scheelt ook veel tijd en werk voor de medewerkers van de gemachtigde bedrijven.

4.9.2 Particuliere klanten

De resultaten van de particuliere klanten komen uit de interviews die zijn gedaan in de loketten.

Motief 1: Snelheid

Ook de particuliere klanten hebben aangegeven dat de snelheid van het digitale aanvraagformulier een grote rol speelt in hun keuze. Hierdoor hebben ze sneller een antwoord en weten ze waar ze aan toe zijn. Doordat een groot gedeelte van het aanvraagformulier vooraf is ingevuld, zeiden een paar respondenten dat ze er binnen 3 tot 5 minuten doorheen waren. Bijna alle respondenten hebben aangegeven dat snelheid het grootste voordeel is van de digitale aanvraag. Daarnaast benadrukte een respondent dat als ze ergens een foute invoer deed, dat ze dat gelijk kon verwijderen en opnieuw invullen. Als

het op papier was geweest moest ze weer de betreffende pagina's opnieuw uitprinten. Uit de interviews is gebleken dat snelheid een belangrijk aspect is dat klanten overhaalt om de aanvraag digitaal te doen.

Motief 2: Gebruikersgemak

Naast snelheid, is gebruikersgemak ook veelvuldig als voordeel genoemd. Respondenten vinden het handig dat zij het aanvraagformulier gerust thuis kunnen invullen op elk tijdstip dat zij prefereren. Dit bevordert het gebruikersgemak en maakt het aanvragen van de vernieuwing van het verblijfsdocument aangenamer.

Motief 3: Efficiënt

Tot slot kiezen particuliere klanten ervoor om de aanvraag digitaal in te dienen omdat het efficiënt is. Normaal gesproken moet de klant een groot bestand uitprinten waarvan de helft uit bijlages bestaan, en 9 van de 10 bijlages niet nodig zijn voor de aanvraag. Dit kost veel papier en inkt. De gewone burger heeft geen bedrijfsprinter thuis staan en de aanvraag is een veel te groot bestand om zomaar uit te printen. Bij de digitale aanvraag worden de juiste bijlages gelijk weergegeven. De klant hoeft nu alleen de informatie te controleren en waar nodig aan te vullen. Daarna hoeven ze alleen de betreffende bijlages die voor hun situatie geldt in te vullen. Dit formulier wordt verzonden en komt digitaal bij de IND terecht. Het direct betalen van de leges tijdens de aanvraagprocedure is ook als voordeel genoemd door de klanten. Dan hoefden ze alleen het pasje op te halen bij het loket.

Deel 4

In dit deel worden de motieven geanalyseerd die de zakelijke klanten en particuliere klanten hebben om ofwel digitaal te gaan of schriftelijk. Hieruit komen aandachtspunten naar voren waarmee de vijfde deelvraag van dit onderzoek wordt beantwoord.

4.10 Analyse

In paragraaf 4.7 en 4.8 zijn de motieven om gebruik te maken van de schriftelijke aanvraag of de digitale aanvraag van de zakelijke en particuliere klanten uiteengezet. In deze paragraaf zullen de motieven geanalyseerd worden waarom de zakelijke en particuliere klanten geen gebruik maken van de digitale aanvraag. In paragraaf 4.9.1 wordt een analyse gemaakt van de motieven van de zakelijke klant waarom zij niet voor de digitale aanvraag kiezen. Vervolgens wordt in paragraaf 4.9.2 een analyse gemaakt van de motieven van de particuliere klanten waarom zij niet voor de digitale aanvraag kiezen. Vanuit deze analyse worden aandachtspunten omtrent de toegankelijkheid van de digitale dienst ontworpen.

4.10.1 Zakelijke klanten

Bij zakelijke klanten zijn uit de interviews drie globale motieven naar voren gekomen waarom gebruik wordt gemaakt van de schriftelijke aanvraag.

- *eHerkenning*

eHerkenning wordt aangeboden door een derde partij en het bedrijf moet hiervoor betalen. Aan eHerkenning zitten veel voorwaarden voordat een bedrijf het kan aanschaffen. Deze voorwaarden zijn ervoor om eHerkenning als dienst zo veilig mogelijk te houden. Echter, de voorwaarden zorgen er ook voor dat bedrijven toegankelijkheidsproblemen ervaren. Bedrijven die zelden verblijfsaanvragen indienen, zullen niet snel geneigd zijn om in eHerkenning te investeren en bedrijven die hun administratiekantoor in het buitenland hebben gevestigd, kunnen ook niet aan eHerkenning komen. Zonder eHerkenning is het Zakelijk Portaal ook niet toegankelijk voor de zakelijke klant. Uit het onderzoek is gebleken dat er bedrijven zijn die tegen deze voorwaarden botsen en daarom liever gebruik maken van de schriftelijke aanvraag.

Het is belangrijk dat er een manier komt waarmee bedrijven gestimuleerd worden om de moeite te nemen om eHerkenning aan te vragen. Aan deze bedrijven moeten genoeg voordelen van de dienst kenbaar worden gemaakt. Niet alleen het voordeel om verblijfsaanvragen digitaal in te dienen, maar bijvoorbeeld dat het ook voor genoeg andere diensten gebruikt kan worden. Immers, digitalisering is de trend en het is de bedoeling dat alle contact tussen de overheid en het bedrijf digitaal verloopt. Bedrijven zullen geconfronteerd worden met het feit dat ze in het bezit moeten zijn van eHerkenning. EHerkenning moet gepromoot worden en de zakelijke klanten moeten verleid worden om in eHerkenning te investeren.

- *Administratie*

Daarnaast is duidelijk geworden dat er zakelijke klanten zijn die hun interne bedrijfsprocessen en werkpatronen nog niet op orde hebben om de overgang te maken naar het digitaal indienen. Uit het interview met gemachtigde 2 is gebleken dat zij erg druk zijn en te weinig tijd hebben om alles goed uit te zoeken. Doordat de aanvraag ook schriftelijk kan worden ingediend, voelt deze bedrijf niet de noodzaak om in een drukke tijdsperiode hun systemen om te gooien. Zij hebben aangegeven absoluut een voorkeur te hebben voor de digitale dienst. Voor deze bedrijven zou het een duwtje in de rug zijn als ze een vorm van steun krijgen vanuit de IND in manieren hoe zij zo snel mogelijk startklaar kunnen zijn om gebruik te maken van de digitale vragen. Wanneer het eenmaal klaar is voor gebruik, kunnen ze de aanvragen digitaal indienen. Zonder interventie zullen de bedrijven wachten tot de noodzaak eenmaal hoog genoeg is om over te gaan op de digitale aanvraag.

- *Technologie*

Vervolgens hebben zakelijke klanten aangegeven dat ze tegen technologische problemen aanlopen. Gemachtigde 1 en 3 vertelden tijdens het interview dat ze over zouden gaan op het digitale aanvraagformulier als er meer bijlages gestuurd mochten worden. De bijlagecapaciteit is daarom een aandachtspunt voor de IND. Wanneer er bedrijven zijn die aanvragen indienen voor reguliere migranten, vinden ze het prettiger om alle bestanden te

sturen zodat het niet voorkomt dat er belangrijke bestanden niet bij de IND terecht zijn gekomen. De IND zou op dit gebied ervoor kunnen zorgen om de bijlagelimit bij de digitale aanvraag te vergroten om het zo toegankelijk te maken voor klanten die bijvoorbeeld een advocatenkantoor als achtergrond hebben en daarom bepaalde juridische stukken willen meesturen.

Tot slot komt het voor dat het Zakelijk Portaal niet werkt of even uit de lucht is. Wanneer zakelijke klanten aanvragen moeten indienen en erachter komen dat het portaal het niet doet, schakelen ze over naar de schriftelijke aanvraag. Dat de website van de IND of van het Zakelijk Portaal het even niet doet, heeft gevolgen voor het manier van het indienen van de verblijfsaanvragen. Het aandachtspunt dat hieruit gevormd wordt is de technologische kant van de IND-website. De website dient ten alle tijden goed te moeten werken zodat de digitale dienst toegankelijk blijft voor de zakelijke klanten van de IND.

4.10.2 Particuliere klanten

Bij de particuliere klanten zijn er uit de interviews vier globale motieven naar voren gekomen waarom gebruik wordt gemaakt van de schriftelijke aanvraag.

- *DigiD*

Als eerst is DigiD een struikelblok voor enkele respondenten geweest. Zij hebben dit vaak niet op orde doordat ze hun gebruikersnaam en/of wachtwoord niet weten. Daarbij weten ze niet dat er een sms-controle vereist is om bij de IND in te loggen. Het aanvragen van een sms-controle duurt drie werkdagen (DigiD, z.j.). Wanneer dit als te lang wordt gezien, gaan particuliere klanten over op de schriftelijke aanvraag. Het hebben van een DigiD en een sms-controle kan soms als belemmering in de toegankelijkheid van de digitale aanvraag worden ervaren. Als aandachtspunt is het belangrijk dat de IND haar particuliere klanten bewust maakt van het feit dat zij moeten beschikken over een DigiD met sms-controle. Wanneer klanten op tijd weten dat ze voor hun aanvraag hun DigiD op orde moeten hebben, zullen ze bij het indienen van de digitale aanvraag niet meer voor een verassing te komen staan omtrent de toegankelijkheid met de DigiD.

- *Gewenning*

Het komt voor dat klanten uit de leeftijdscategorie 18 t/m 34 gebruik maken van de schriftelijke aanvraag met als reden dat zij hier gewend aan zijn. Deze respondenten gaven aan dat de schriftelijke aanvraag uit gemak werd gedaan. Daarnaast is een belangrijk aspect dat er particuliere klanten zijn die al op leeftijd zijn en slechte digitale vaardigheden hebben. Dit leidt ertoe dat deze klanten ouderwets zijn en het liefst uit gewenning de aanvraag nog schriftelijk in willen dienen. De betreffende respondenten uit het onderzoek hadden geen sympathieke houding tegenover de digitale aanvraag en zij waren ook niet meer over te halen. Wel is uit onderzoek gebleken dat slecht digitaal vaardige ouderen openstaan voor de digitale aanvraag als ze geholpen worden door iemand. Het aandachtspunt dat hierbij

gemaakt kan worden, is dat de IND kan inspelen op dit aspect. Tijdens het promoten van de digitale dienst moet de IND mensen stimuleren om de aanvraag voor een ouder familielid te doen. Daarbij moeten meteen de voordelen van de digitale aanvraag worden vermeld.

- *Technologie*

Vervolgens kampten particuliere klanten met hetzelfde probleem als waar zakelijke klanten te maken kregen. De website van de IND werkte niet, de link waarop de aanvraag gemaakt kon worden was uit de lucht of het aanvraagproces liep vast en daarmee zijn alle gegevens verloren gegaan. Dit zou niet voor moeten komen op een overheidswebsite als de IND. Dit aandachtspunt zou nader onderzocht moeten worden om de oorzaak ervan te achterhalen.

- *Drempel*

Tot slot hebben particuliere klanten de perceptie dat het digitale aanvraagformulier moeilijk en lastig is. Ze zijn bang dat er ambtelijk en juridische taal wordt gebruikt. Om deze klanten gerust te stellen, moet de IND bekend maken dat zij gebruik maken van een gemiddeld taalniveau en dat het indienen van de aanvraag via de digitale manier maximaal 10 minuten duurt. De IND moet de voordelen van de digitale aanvraag duidelijk aan de klant overbrengen. Daardoor krijgt de klant de perceptie dat de digitale aanvraag toegankelijk is voor hen.

4.11 Conclusie

In dit hoofdstuk is informatie naar voren gekomen waarmee de tweede, derde, vierde en vijfde deelvraag van dit onderzoek beantwoord kunnen worden. Dit zal plaatsvinden in het volgende hoofdstuk.

In dit hoofdstuk is het conceptueel model uit paragraaf 2.10 ingevuld met de resultaten uit de inhoudsanalyse van IND-documenten en de interviews met de IND-medewerkers, zakelijke klanten en particuliere klanten.

Voor de variabele *contactkanaal* is naar voren gekomen dat telefonie het voorkeurskanaal is voor de zakelijke en particuliere klanten. Echter, de kwaliteit van dit contactkanaal is een aandachtspunt voor de IND. Particuliere klanten merkten op dat het heel lang duurt om een IND-medewerker aan de lijn te krijgen en het komt ook voor dat de lijn wordt afgebroken. Dit is een reden voor de particuliere klant om naar het loket te komen zodat hij daar alsnog zijn vraag te kunnen stellen. Daarnaast merkten de zakelijke klanten dat er inhoudelijke consistenties zijn tussen de antwoorden van verschillende IND-medewerkers. De IND heeft verschillende kanalen waarmee zij bereikt kunnen worden door de klant. Negatieve ervaringen hebben tot frustraties geleid en heeft voor een toename van klanten bij de loketten gezorgd. Wel is het zo dat het telefonisch contactkanaal een relatief duur contactkanaal is voor de bedrijfsvoering van de IND en dat daar soms keuzes in moeten worden gemaakt.

De variabele *informationele privacy* heeft weinig invloed op het gebruik van de digitale dienst door de zakelijke en particuliere klanten. Ten eerste hebben de zakelijke en particuliere klanten vertrouwen in de waarborging van hun privacygegevens door de IND. Om bij het aanvraagformulier te komen is of eHerkenning nodig, of de DigiD met sms-controle. Dit maakt de kans op identiteitsfraude klein en zo kunnen er ook geen privacygegevens van de klant bij een ander individu terecht komen. Ten tweede hebben zeven particuliere klanten aangegeven dat ze het liefst hun privacygegevens niet wilden invullen op het internet, maar er wel aan moesten geloven en daarom toch het digitale formulier invulden. De drempel om over te stappen naar het schriftelijke aanvraagformulier was hier te groot. Ook al zouden klanten argwaan hebben in het delen van hun privacygegevens, ze doen dit toch omdat het eenmaal moet.

De variabele *burgerprofiel* heeft alleen invloed op de particuliere klanten. De zakelijke klanten hebben een Zakelijk Portaal waarin digitale diensten staan waar het bedrijf voor geautoriseerd is. Bij het invullen van het aanvraagformulier voor de reguliere migrant moet de zakelijke klant alle gegevens van de reguliere migrant aanleveren. Zij krijgen niet te maken met een vooraf ingevulde aanvraagformulier vanwege privacyaspecten. Particuliere klanten hebben geen eigen omgeving bij de IND. Zij loggen in met hun DigiD bij de betreffende digitale dienst. Het aanvraagformulier voor de vernieuwing van hun verblijfsdocument is in tegenstelling tot de zakelijke klant wel vooraf ingevuld. De particuliere klant controleert dit en levert de overige benodigde gegevens aan. Particuliere klanten hebben aangegeven zeer tevreden te zijn met deze functie. Het heeft ertoe geleid dat ze niet langer dan vijf minuten bezig waren met de aanvraag.

De vierde variabele is de *digitale participatieladder* en dit is ook voornamelijk van invloed op particuliere klanten. Uit het onderzoek van het CBS (2017) en uit de interviews met de zakelijke klanten is gebleken dat zij goed scoren op alle treden van de digitale participatieladder. De verscheidenheid in de scores was te zien bij de particuliere klanten en dit is gevisualiseerd in figuur 2 in paragraaf 4.6. Het grootste verschil zat gelijk in het feit of een particuliere klant geletterd was. 6 van de 25 respondenten in dit onderzoek was niet geletterd. Dit hing samen met de tweede trede van de participatieladder; in het bezit zijn van computer met internettoegang. De zes respondenten hadden geen computer tot hun bezit en een enkeling was in het bezit van internettoegang op hun telefoon. Deze 6 respondenten hebben ook aangegeven dat zij slecht digitaal vaardig waren. Het is wel gebleken dat wanneer de klant slecht digitaal vaardig was, maar wel de voorkeur had voor de digitale dienst, zij hulp hebben ingeschakeld van een familielid, kennis of hulpinstantie. De voorkeur voor de digitale dienst is daarmee een sleutelfactor waarmee digibeten alsnog gebruik maken van de digitale aanvraag. Er zou ingespeeld moeten worden op de trede *voorkeur voor de digitale dienst*.

De vijfde variabele is *digitale vaardigheden*. Net zoals bij de digitale participatieladder, speelt deze variabele geen rol bij zakelijke klanten. Bedrijven selecteren ten eerste werknemers op hun kennis en uit de interviews met de gemachtigden is gebleken dat medewerkers regelmatig intern opgeleid worden om hun werkzaamheden uit te kunnen voeren. Bij de particuliere klanten was de score op deze variabele uiteenlopend. Dit is weergegeven in figuur 3 in paragraaf 4.7. 13 van de 25 respondenten beschouwden zich als goed tot zeer goed digitaal vaardig. In figuur 3 is de aanvraagvorm naar digitale vaardigheid weergegeven en daaruit kan opgemaakt worden dat 7 van de 13 digitaal vaardigen het alsnog schriftelijk hebben ingediend. Het feit dat iemand digitaal vaardig is, leidt niet direct tot het gebruik van de digitale aanvraag. Hieruit wordt het duidelijk dat alleen de variabele digitale vaardigheid niet genoeg is om gebruik te maken van de digitale aanvraag, maar dat er meer factoren een rol spelen. Deze factoren zijn behandeld in paragraaf 4.8.2.

Hoofdstuk 5: Conclusie

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de deelvragen van dit onderzoek beantwoord door middel van de theoretische literatuur, de uitkomsten uit de inhoudsanalyse van documenten en resultaten van de interviews die met zakelijke en particuliere klanten zijn gehouden. Aan de hand van deze conclusies zijn aanbevelingen opgesteld voor de IND waarmee de digitale diensten binnen de IND geoptimaliseerd kunnen worden op het gebied van toegankelijkheid. Vervolgens komt er een reflectie op het onderzoek. Er wordt gereflecteerd op welke wijze onder andere de caseselectie en methoden van onderzoek van invloed zijn geweest op de uitkomsten. Daarnaast worden de beperkingen van het onderzoek weergegeven en komen eventuele mogelijkheden voor vervolgonderzoek aan bod.

5.2 Conclusie

In deze paragraaf worden de vijf deelvragen achtereenvolgens beantwoord aan de hand van de informatie die in dit onderzoek naar voren is gekomen. Voor het overzicht wordt elke deelvraag in een subparagraaf beantwoord en zal in de laatste subparagraaf de vraagstelling van het onderzoek worden beantwoord en aan de doelstelling worden voldaan.

5.2.1 Deelvraag 1

De eerste deelvraag van dit onderzoek is *‘Welke factoren zijn belangrijk volgens de literatuur voor de toegankelijkheid van digitale diensten?’* De informatie om deze deelvraag te beantwoorden is in het literatuurhoofdstuk naar voren gekomen.

De eerste drie factoren vallen onder de aanbodkant van digitale diensten.

1. De eerste factor die volgens de literatuur belangrijk is voor de toegankelijkheid van digitale diensten is de verscheidenheid aan contactkanalen (Ayachi et al., 2016; Mishra & Mishra, 2011). Hoe meer wegen er zijn voor de klant om een betreffende organisatie te bereiken, hoe toegankelijker de organisatie en de betreffende diensten die zij leveren worden geacht.
2. Vervolgens is de tweede factor waarmee digitale diensten toegankelijker worden het burgerprofiel (Ayachi et al., 2016, p.681). Dit zijn speciale portalen ontwikkeld voor de klant om de digitale dienst eenvoudiger te doorlopen. Daarnaast wanneer er gegevens bekend zijn van de aanvrager, kan het burgerprofiel daarmee zo nauwkeurig mogelijk gepersonaliseerd worden. Dit zorgt ervoor dat de klant een eigen plek heeft in de digitale omgeving van de overheidsorganisatie. Hierin kan de klant zijn gegevens terugzien en kijken van welke digitale diensten hij gebruik kan maken.

3. De laatste factor die onder de aanbodkant van digitale diensten valt is de waarborging van informationele privacy (Digitale overheid, z.j.; Vasista, 2013). Omdat digitale diensten persoonlijke gegevens van burgers nodig hebben om hun procedure te kunnen vervolledigen, is het ook de verantwoordelijkheid van de overheidsorganisatie om deze privacygegevens te waarborgen. De mate van bescherming van persoonsgegevens door de overheidsorganisatie moet duidelijk aan de klant kenbaar worden gemaakt. Pas wanneer de klant weet hoe sterk zijn gegevens worden gewaarborgd, zullen zij de digitale aanvraag als toegankelijk beschouwen.

Hiermee is de aanbodkant van digitale diensten behandeld. De belangrijkste component dat de aanbodkant met de vraagkant van digitale diensten verbindt, is dienstverlening oftewel New Public Service (Osborne, Radnor & Nasi, 2013). De overheid moet de behoefte van haar burgers altijd vooropstellen en haar klanten zo goed mogelijk van dienst zijn bij de digitalisering van hun diensten. De burger moet actief betrokken zijn bij dit overheidsproces zodat zij enigszins invloed kunnen uitoefenen op de toegankelijkheid van digitale diensten.

Aan de vraagkant van de digitale diensten zijn twee factoren uit de wetenschappelijke literatuur naar voren gekomen.

1. Dit is ten eerste de digitale participatieladder. De klanten van de IND moeten aan de treden van de digitale participatieladder voldoen voordat zij gebruik gaan maken van de digitale dienst (Bommeljé & Keur, 2013, p.19). Deze treden bestaan uit *geletterdheid, computer en internet, voorkeur digitale dienst, voordelen inzien en positieve ervaring*. Wanneer hieraan wordt voldaan, is het waarschijnlijker dat de klant overgaat op de digitale dienst omdat zij het toegankelijker achten.
2. Tot slot is digitale vaardigheid de laatste factor die voor de toegankelijkheid van digitale diensten zorgt (Bommeljé & Keur, 2013, p. 30). Wanneer klanten digitaal vaardig zijn is een digitale dienst meer toegankelijk voor ze. Wederom hangt het hier van de klant af of zij de digitale dienst wel of niet als toegankelijk waarnemen voordat ze het gaan gebruiken.

5.2.2 Deelvraag 2

De tweede deelvraag luidt: *‘Wat doet de IND in het kader van e-Dienstverlening ten aanzien van de zakelijke klant en particuliere klant met betrekking tot het indienen van digitale aanvragen?’* Het programma e-Dienstverlening digitaliseert zoveel mogelijk soorten verblijfsaanvragen van de IND en houdt daarbij rekening met zeven serviceprincipes die als anker van de ontwikkeling fungeren. De serviceprincipes zijn een vorm van de Burger Service Code uit paragraaf 2.9. De IND heeft een eigen kwaliteitshandvest opgesteld voor haar klanten om de toegankelijkheid van de digitale dienst te garanderen. Diensten die volledig

ontwikkeld zijn, worden als eerst beproefd in de mini-IND voordat ze beschikbaar worden gesteld voor het brede publiek. De bedoeling is dat de diensten uit het eDV programma waar mogelijk geautomatiseerd worden. In dit onderzoek zijn twee digitale diensten van het eDV programma onderzocht. Een van die diensten die is ontwikkeld, is het digitaal indienen van aanvragen om een verblijfsvergunning voor reguliere migranten door hun erkend referent. De erkende referenten zijn de zakelijke klant van de IND. Voor dit onderzoek is dit type verblijfsaanvraag door de erkende referent als de eerste casus gekozen. Deze dienst is beproefd in de mini-IND en is vervolgens breed beschikbaar gesteld voor alle zakelijke klanten. Bij deze dienst kunnen klanten via het Zakelijk Portaal door middel van eHerkenning toegang krijgen tot de diensten waar zij voor gemachtigd zijn. Een van deze diensten is het aanvragen van verblijfsvergunningen voor kennismigranten.

De tweede digitale dienst van dit onderzoek is de aanvraag voor vernieuwing van de verblijfsvergunning onbepaalde tijd van particuliere klanten. Dit kan via de website van de IND. Een DigiD met sms-controle is vereist om de digitale aanvraag te kunnen openen. Eenmaal bij de aanvraag gekomen worden gegevens van de particuliere klant die al bekend zijn bij de IND vooraf ingevuld in het digitale formulier. De particuliere klanten hoeven deze gegevens alleen te controleren en de overige velden in te vullen. Daarbij kan de klant gelijk voor zijn verblijfsdocument/pasje betalen. Het enige resteert om het pasje op te halen bij een IND-loket bij hem in de buurt. De zakelijke klant dient te allen tijde het gehele aanvraagformulier in te vullen. Zij krijgen geen vooraf ingevulde aanvraagformulier in het Zakelijke Portaal in verband met privacyaspecten.

5.2.3 Deelvraag 3

De derde deelvraag luidt: *‘Waarom kiezen zakelijke klanten voor de digitale dan wel de schriftelijke aanvraag?’* Voor de beantwoording van de derde deelvraag zijn interviews gehouden met drie zakelijke klanten van de IND en heeft inhoudsanalyse van documenten plaatsgevonden.

Er zijn drie hoofdzakelijke motieven naar voren gekomen waarom zakelijke klanten voor de schriftelijke aanvraag kiezen en drie motieven waarom zij voor de digitale aanvraag kiezen.

1. Als eerste levert de verplichting van eHerkenning een toegankelijkheidsprobleem op voor verscheidene zakelijke klanten. Zonder eHerkenning heeft een zakelijke klant geen toegang tot het Zakelijk Portaal. Hierdoor kan de klant niet bij de digitale diensten waaronder het digitale formulier voor verblijfsaanvragen van reguliere migranten. Redenen die zakelijke klanten aanhaalden is dat het aanschaffen van eHerkenning niet rendabel is, hun administratiekantoor in het buitenland gevestigd is en derhalve niet in het bezit zijn van een Nederlands KvK-nummer, de afstand tussen de werknemer en de directeur te groot is om de goedkeuring van de directeur te krijgen voor de dienst en dat werknemers toegang hebben tot diensten en gegevens

en daardoor mogelijkheid tot fraude wordt versterkt.

2. Het tweede motief is administratief van aard. Zakelijke klanten die hebben geïnvesteerd in eigen bedrijfsprocessen om de aanvraag schriftelijk in te dienen zijn niet snel geneigd om hun huidige systeem te veranderen. Daarnaast wordt het als niet functioneel ervaren door de zakelijke klant dat een onderdeel van de verblijfsaanvraag alsnog schriftelijk wordt gedaan. Dit is de arbeidsmarkttoets door de UWV en wordt alleen aangevraagd als de IND twijfels heeft over het verblijfsdoel van de kennismigrant. De zakelijke klant moet dan een grote hoeveelheid aan documenten schriftelijk aanleveren bij de UWV. De arbeidsmarkttoets heeft verder geen invloed op de aanvraagprocedure voor de zakelijke klant.
3. Het derde motief beschrijft de technologische aspecten van de digitale aanvraag. Het komt voor dat de IND-website of het Zakelijk Portaal niet werkt en dat zakelijke klanten een foutmelding te zien krijgen. Daarnaast is de bijlagecapaciteit van de digitale aanvraag beperkt. Zakelijke klanten die veel bijlagen willen meesturen, zien dit als een blokkade voor het gebruik van de digitale aanvraag. Deze motieven maken duidelijk dat de toegankelijkheid van de digitale aanvraag geblokkeerd wordt door technologische mankementen.

Uit de inhoudsanalyse van documenten is duidelijk geworden dat zakelijke klanten drie motieven hebben voor de digitale aanvraag.

1. Ten eerste zijn de enige partijen die betrokken zijn bij het invullen van het digitale aanvraagformulier de zakelijke klant en de IND. Dit bevordert de snelheid van communicatie. De zakelijke klant is niet meer afhankelijk van de post om de berichtgeving van de IND te ontvangen.
2. Het tweede motief is dat het invullen van de aanvraag minder tijdrovend is. In plaats van alles schriftelijk in te moeten vullen, kunnen de medewerkers dezelfde gegevens in het digitale aanvraagformulier typen. Daarbij speelt efficiëntie een belangrijke rol. Bedrijven die regelmatig verblijfsaanvragen indienen moeten het omvangrijke aanvraagformulier met bijlagen uitprinten en invullen. Met de digitale aanvraag wordt bijgedragen aan duurzaam werken en is het niet meer nodig om grote hoeveelheden formulieren uit te printen.
3. Tot slot is een motief van zakelijke klanten om voor het digitale formulier te kiezen omdat hun werknemers inzicht hebben in de status van de aanvraag. Op deze wijze kunnen de werknemers het werk onderling beter verdelen en kan verwacht worden wanneer er een beslissing gaat komen op een aanvraag. Dit brengt meer zekerheid in de taak van de werknemers van het bedrijf.

5.2.4 Deelvraag 4

De vierde deelvraag ging in op de particuliere klanten namelijk: *‘Waarom kiezen particuliere klanten voor de digitale dan wel de schriftelijke aanvraag?’* Tijdens de interviews met particuliere klanten is naar de motieven voor de schriftelijke en digitale aanvraag gevraagd. Hieruit zijn vier motieven voor de schriftelijke aanvraag naar voren gekomen en drie voor de digitale aanvraag.

1. Het eerste motief voor de schriftelijke aanvraag is dat de DigiD van particuliere klanten vaak niet op orde was. Of ze wisten hun gebruikersnaam en/of wachtwoord niet of ze hadden geen sms-controle. Het ontvangen van de sms-controle duurt ongeveer drie werkdagen en dat duurt vaak te lang voor de klanten. Om deze reden gaan ze over op de schriftelijke aanvraag omdat dat naar hun gevoel sneller gaat.
2. Vervolgens heeft IND ook klanten die op leeftijd zijn en bij deze groep komt het vaak voor dat ze minder digitaal vaardig zijn dan de rest van de particuliere klanten. Zij kiezen er daarom voor om de aanvraag schriftelijk in te dienen omdat ze hieraan gewend zijn en niet de digitale vaardigheden hebben om het digitaal in te dienen. Daarbij zijn er ook relatief jonge particuliere klanten die uit gewenning en gemakzucht gebruik hebben gemaakt van het schriftelijke aanvraagformulier.
3. Het derde motief komt overeen met dat van de zakelijke klant. Ook particuliere klanten zijn foutmeldingen tegengekomen bij het starten van de IND-website of de link naar het digitale formulier om hun verblijfsvergunning te vernieuwen werkte niet. Daarbij zijn er ook klanten geweest die meegedeeld hebben dat tijdens het invullen van het aanvraagformulier de site ineens vastliep en ze al hun gegevens waren kwijtgeraakt. Dit heeft ertoe geleid dat ze de aanvraag schriftelijk hebben ingediend.
4. Het laatste motief is dat klanten de digitale aanvraag als lastig zien. Omdat dit een nieuwe dienst is en klanten zich op onbekend terrein begeven, zijn ze vaak terughoudend in het uitproberen ervan. Zij verwachten dat er lastige woorden in staan of dat de procedure te lastig is. Om deze redenen kiezen deze klanten voor zekerheid en met de schriftelijke aanvraag weten ze wat ze kunnen verwachten.

Vervolgens zijn voor de particuliere klant drie motieven naar voren gekomen waarom zij wel gebruik maken van het digitale aanvraagformulier. Deze motieven komen grotendeels overeen met die van de zakelijke klanten.

1. Als eerste benadrukten de klanten tijdens de interviews de snelheid van de digitale aanvraag. Eenmaal ingelogd met de DigiD verliep de aanvraagprocedure snel omdat

een groot deel van de aanvraag al vooraf is ingevuld.

2. Het tweede motief dat klanten aanhaalden was dat het digitale formulier handig was. Ze konden de aanvraag thuis op hun laptop of computer doen op elk tijdstip dat hen uitkwam. Dit zagen de klanten ook in en waren enthousiast over deze optie.
3. Tot slot is de digitale aanvraag efficiënt voor de particuliere klant. De klant hoeft het aanvraagformulier niet meer uit te printen en hoeft ook niet meer de juiste bijlagen erbij te zoeken.

5.2.5 Deelvraag 5

De vijfde deelvraag brengt de aandachtspunten omtrent de toegankelijkheid van de digitale aanvraag aan het licht en luidt: *'Welke aandachtspunten omtrent de toegankelijkheid van het digitaal indienen van verblijfsaanvragen door zakelijke en particuliere klanten zijn er?'*

Uit de antwoorden op deelvraag 3 en 4 kunnen aandachtspunten worden gevormd omtrent de toegankelijkheid van het digitaal indienen van verblijfsaanvragen. Deze aandachtspunten zijn voortgekomen uit de inhoudsanalyse van documenten en interviews met IND-medewerkers, zakelijke klanten en particuliere klanten.

1. Het eerste aandachtspunt geldt voor de zakelijke klanten en dat is in het bezit zijn van eHerkenning. Zakelijke klanten moeten de meerwaarde van eHerkenning inzien en erin gaan investeren. Hiermee zal de toegankelijkheid van de digitale aanvraag voor alle zakelijke klanten worden vergroot.
2. Het tweede aandachtspunt is dat er zakelijke klanten zijn die een hoge werkdruk ervaren binnen de organisatie en om die reden geen tijd hebben gehad om hun interne werkprocessen aan te passen aan het digitale aanvraagformulier. Deze klanten hebben aangegeven bereid te zijn en hebben de voorkeur voor de digitale aanvraag, maar kunnen uit overmacht nog niet het digitale aanvraagformulier gebruiken door hun huidige werkprocessen. Dit zorgt ervoor dat de digitale aanvraag ontoegankelijk blijft voor deze groep zakelijke klanten. Daarbij zijn er zakelijke klanten die eigen bedrijfssystemen hebben ontwikkeld om de verblijfsaanvraag van reguliere migranten te automatiseren en zij stappen niet snel af van hun huidige werkproces. Immers, het is gewoon mogelijk om de verblijfsaanvraag schriftelijk in te dienen.
3. Het derde aandachtspunt gaat over de bereikbaarheid van de IND-website, het Zakelijk Portaal en de link naar de aanvraag voor vernieuwing van het verblijfsdocument. Het komt voor dat deze niet werken en daardoor niet toegankelijk zijn voor de zakelijke en particuliere klanten. Wanneer een dergelijke foutmelding tevoorschijn komt voor de klant, dan is de digitale dienst op dat moment niet meer

toegankelijk en moet de klant het op een ander tijdstip weer proberen, of gebruik maken van de schriftelijke aanvraag. Daarbij hebben zakelijke klanten aangegeven dat ze moeite hebben met de grootte van de huidige bijlagecapaciteit. Dit is veel te klein volgens hen.

4. Bij het vierde aandachtspunt staat de bereikbaarheid van het telefonische contactkanaal centraal. Zakelijke klanten en particuliere klanten hebben aangegeven dat ze de IND het liefst telefonisch willen bereiken, maar dat het lastig is om in contact te komen met een IND-medewerker. De wachtrij duurt te lang en soms zijn de IND-medewerkers helemaal niet te bereiken via de telefoon en wordt de lijn afgesloten. Bij deze aandachtspunt is de multidimensionaliteit van de digitale overheid uit paragraaf 2.2.1 zichtbaar. De telefonie bij de IND wordt beïnvloed door het financieel-economisch aspect. Omdat de bezetting op telefonie afhankelijk is van een budget, is dit een aandachtspunt voor de bedrijfsvoering van de IND. Daarnaast wordt de telefonie beïnvloed door het organisatiekundige aspect doordat IND-medewerkers uit andere onderdelen mogelijk ingezet kunnen worden op telefonie.
5. Het vijfde aandachtspunt gaat over de DigiD. De particuliere klant moet in het bezit zijn van een DigiD met sms-controle voordat ze gebruik kunnen maken van de digitale aanvraag. Het komt voor dat particuliere klanten hun DigiD niet op orde hebben doordat ze hun gebruikersnaam en/of wachtwoord niet weten, of de sms-controle niet hebben. Het op orde hebben van de DigiD is daarom een belangrijk aandachtspunt.
6. Het zesde aandachtspunt gaat over de digitale vaardigheden van de particuliere klant. Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat wanneer een klant goed tot zeer goed digitaal vaardig is, het niet gelijk betekent dat hij gebruik maakt van de digitale aanvraag. Met deze informatie wordt de theorie over de digitale kloof in paragraaf 2.8 gedeeltelijk weerlegd. Klanten die slecht digitaal vaardig zijn maken ook niet meteen gebruik van de schriftelijke aanvraag. Verschillende aspecten spelen hier een rol in.
7. Het laatste aandachtspunt is dat particuliere klanten het digitale aanvraagformulier als moeilijk zien. Het is een product van de overheid en overheidsformulieren en de particuliere respondenten uit het onderzoek hebben aangegeven dat ze ambtelijke taal moeilijk kunnen interpreteren. Doordat het digitale formulier een nieuw gebied is voor particuliere klanten, raken ze er onzeker door en maken ze liever gebruik van iets wat al bekend is bij ze en dat is het schriftelijke aanvraagformulier.

5.2.6 Vraagstelling

De vraagstelling van dit onderzoek luidt: *'Hoe kan de IND haar digitale diensten voor haar zakelijke en particuliere klanten verder optimaliseren?'*

Uit dit onderzoek zijn verschillende motieven naar voren gekomen waarom zakelijke en particuliere klanten gebruik maken van de digitale of schriftelijke aanvraag. Om de vraagstelling te beantwoorden worden aanbevelingen opgesteld waarmee de IND haar digitale diensten voor haar zakelijke en particuliere klanten verder kan optimaliseren. De aanbevelingen zijn onderverdeeld voor de zakelijke klant en voor de particuliere klant.

Aanbevelingen voor de IND

Zakelijke klant

Aanbeveling 1: eHerkenning

De IND kan tijdens de promotie van haar digitale diensten aan de zakelijke klant, de nadruk leggen op de meerwaarde van eHerkenning. In het tijdperk van digitalisering gaan steeds meer overheidsdiensten digitaal. Bedrijven gaan te maken krijgen met eHerkenning en om er zo vroeg mogelijk al mee te werken zal in het voordeel van de bedrijven werken. Hoe meer zakelijke klanten in het bezit zijn van eHerkenning, hoe toegankelijker het Zakelijk Portaal als geheel wordt.

Aanbeveling 2: Ondersteuning

De IND kan onderzoeken in hoeverre zij zakelijke klanten, die bereid zijn om over te gaan op de digitale aanvraag, kunnen ondersteunen bij hun interne transitie. De IND kan hiervoor eerst in gesprek gaan met de grootste groep zakelijke klanten. De resultaten uit deze groep kan de IND weer gebruiken bij haar andere zakelijke klanten.

Aanbeveling 3: IND-website

De IND kan een onderzoek uit te laten voeren naar de werking van de IND-website. De resultaten van dit onderzoek hebben uitgewezen dat het weleens voorkomt dat de website en het Zakelijk Portaal het niet doen. Het is belangrijk om te weten wat de oorzaken hiervan zijn om het vervolgens op te lossen.

Aanbeveling 4: Bijlagecapaciteit

De IND kan een onderzoek laten uitvoeren naar de mogelijkheden van het uitbreiden van de bijlagecapaciteit met betrekking tot digitale aanvragen in het Zakelijk Portaal. 2 van de 3 gemachtigden hebben aangegeven dat dit een blokkade is voor de toegankelijkheid van het digitale formulier.

Aanbevelingen voor de IND

Particuliere klant

Aanbeveling 5: Telefonie

De IND kan onderzoeken in hoeverre het telefonische contactkanaal maximaal kan worden bezet met het oog op de kosten waar de bedrijfsvoering rekening mee moet houden.

Aanbeveling 6: Sms-controle

De IND kan onderzoeken in hoeverre de sms-controle kan worden uitgesloten bij de digitale aanvraag met zekerheid van behoud van privacygegevens van de klant. 4 van de 12 respondenten hebben de aanvraag schriftelijk ingevuld omdat zij de sms-controle functie niet hadden. Hierbij wordt opgemerkt dat de Belastingdienst bij de belastingaangiftes gebruik maakt van DigiD zonder sms-controle terwijl zij ook met privacygegevens werken.

Aanbeveling 7: DigiD + sms-controle

Wanneer de sms-controle wel nodig blijkt te zijn, kan de IND tijdens de promotie van haar digitale diensten aan particuliere klanten duidelijk maken dat de DigiD met sms-controle ruim om tijd op orde moet zijn. Het aanvragen van een DigiD en een sms-code kost namelijk tijd.

Aanbeveling 8: Voordelen

Tijdens de promotie van digitale diensten kan de IND duidelijk aan klanten uitleggen en laten zien hoe het aanvraagproces eruit ziet en de voordelen van het digitale formulier benoemen (bijvoorbeeld door middel van een instructiefilmpje).

Aanbeveling 9: Ondersteuning

De laatste aanbeveling gaat in op de digitale vaardigheid van particuliere klanten. De particuliere klantengroep van de IND is divers. De kans is groot dat daar slecht digitaal vaardigen tussen zitten. De IND kan tijdens haar promotie particuliere klanten, die slecht digitaal vaardig zijn, stimuleren om hulp te vragen van hun omgeving (bijvoorbeeld een familielid, kennis of hulpinstantie).

5.3 Discussie

In deze paragraaf wordt gereflecteerd op het theoretisch hoofdstuk en op de methodologie van het onderzoek en wat het heeft betekend voor de resultaten die eruit zijn voortgekomen. Tot slot worden aanbevelingen opgesteld voor vervolgonderzoek.

Het theoretisch hoofdstuk is omvangrijk met verschillende wetenschappelijke literatuur; van de context van waar digitale diensten uit voortkomen tot aan richtlijnen en codes waarbij rekening moet worden gehouden bij het opstellen van een digitale dienst. Echter, uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat de theorie over de digitale kloof gedeeltelijk weerlegd

is. Een ongeletterde en slecht digitaal vaardige klant die geen beschikking heeft tot een computer met internettoegang, maakt alsnog gebruik van de digitale dienst wanneer zij de voorkeur hiervoor heeft. Verder is in dit onderzoek duidelijk geworden dat de theorie over informationele privacy geen grote invloed heeft op het gebruik van digitale diensten. Klanten die hun persoonlijke gegevens liever niet op het internet willen achterlaten, doen dit alsnog bij de digitale aanvraag omdat de drempel om weer gebruik te maken van de schriftelijke aanvraag, te groot is voor hun.

Echter, in de literatuur is geen theorie opgenomen over toegankelijkheidsproblemen die zakelijke klanten/bedrijven ervaren met digitale diensten. Hierdoor konden de resultaten uit de interviews niet teruggeleid worden tot een theorie of tot het conceptueel model. Met dit onderzoek is mogelijk nieuwe literatuur voortgekomen op het gebied van toegankelijkheid van digitale overheidsdiensten voor bedrijven. Deze informatie kan een bijdrage leveren aan de *government-to-business (G2B)* relatietype.

Daarnaast is een belangrijke notie in dit onderzoek de combinatie van informationele privacy en de toegankelijkheid van digitale diensten. De sms-controle die de IND verplicht aan haar particuliere klanten heeft in vier gevallen ervoor gezorgd dat de klant zijn aanvraag schriftelijk heeft ingediend. Het belang van de sms-controle kan hier nader worden onderzocht. Bij de Belastingdienst zijn ze al erg ver met hun digitale diensten en voor het invullen van de belastingaangifte is géén sms-controle nodig terwijl het daar ook om privacygegevens gaat. Het is interessant om te onderzoeken hoe de Belastingdienst de privacygegevens van haar klanten waarborgt zonder het gebruik van de sms-controle en hoe dit toegepast zou kunnen worden bij de digitale diensten van de IND.

Vervolgens is de methodologie van de interviews een punt geweest waar kritisch op gelet moet worden. De IND heeft ruim 6.000 zakelijke klanten (P. van der Most, persoonlijke communicatie, 24 augustus 2017). Een groot deel van de klanten die verblijfsaanvragen indienen voor kennismigranten is al benaderd door de IND voor eerdere onderzoeken. Om het haalbaar binnen het kader van dit onderzoek te houden, is gekozen om interviews te houden met ten minste vijf zakelijke klanten. Met zes zakelijke klanten is contact gezocht waarvan drie hebben toegestemd om mee te doen aan het onderzoek. Doordat er met drie zakelijke klanten interviews zijn gehouden, moet de lezer zich ervan bewust zijn dat in geen geval de resultaten van deze drie klanten gegeneraliseerd kunnen worden voor de 6.000 zakelijke klanten (P. van der Most, persoonlijke communicatie, 24 augustus 2017). Hierbij wordt wel benadrukt dat het wel om een casestudy gaat. De resultaten die uit de interviews met de drie zakelijke klanten zijn gekomen, zijn meegenomen in het onderzoek en in de aanbevelingen aan de IND.

Bij het interviewen van de particuliere klanten was bij de begindagen van de dataverzameling slechte respons. Hierdoor is uitgeweken naar de IND-loketten Rotterdam

en Amsterdam en daarmee is het respons aanzienlijk verhoogd. Als het eerder bekend was dat de respons op deze loketten hoger zou zijn, had de volledige dataverzameling op het IND-loket in Rotterdam en Amsterdam plaatsgevonden. Op het gebied van de interviews met de respondenten is rekening gehouden met de diversiteit en samenstelling van de groep en hebben de helft van de respondenten de digitale aanvraag ingevuld en de andere helft de schriftelijke aanvraag. Hieruit kan gesteld worden dat beide groepen respondenten representatief zijn voor de type aanvraag en dat er in zekere mate gegeneraliseerd kan worden.

Om de onderzoeksresultaten van dit onderzoek te kunnen versterken zou vervolgonderzoek gedaan kunnen worden naar de digitale systemen die de Belastingdienst gebruikt voor hun belastingaangifte. Hierbij kan ook specifiek gekeken worden naar hoe bedrijven omgaan met de belastingaangifte en hoe particuliere klanten omgaan met de belastingaangifte. Hieruit kunnen nieuwe theoretische modellen aan worden gekoppeld en kan een grote groep zakelijke klanten en een grote groep particuliere klanten van de IND worden geïnterviewd om daarmee de externe validiteit van het onderzoek te verhogen en om de resultaten van de zakelijke klanten te kunnen generaliseren.

Literatuurlijst

- Abunamy, A., Al-Badi, A., & Mayhew, P. (2005). e-Government Website Accessibility: In-Depth Evaluation of Saudi-Arabia and Oman. *Electric Journal of e-Government*, 3(3), 99-106.
- Al-Khalifa, H.S., Baazeem, I. & Alamer, R. (2016). Revisiting the accessibility of Saudi Arabia government websites. (2016). *Universal Access in the Information Society*, 15(1), 1-13.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behaviour. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control* (1st ed). (11-39). Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Autoriteit Persoonsgegevens. (z.j.). *Wet bescherming persoonsgegevens*. Geraadpleegd 17 april 2017, op <https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/nl/over-privacy/wetten/wet-bescherming-persoonsgegevens>.
- Ayachi, R.A., Boukhris, I., Mellouli, S., Ben Amor, N., & Elouedi, Z. (2016). Proactive and reactive e-government services recommendation. *Universal Access in the Information Society*, 15(4), 681-697.
- Bauböck, R. (2006). *Migration and Citizenship: legal status, rights and political participation*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bekkers, V.J.J.M., & Thaens, M. (2002). E-government op een kruispunt van wegen. *Bestuurskunde*, 8(1), 328-337.
- Bélanger, F., & Crossler, R. E. (2011). Privacy in the Digital Age: A Review of Information Privacy Research in Information Systems. *MIS Quarterly*, 35(4), 1017-1041.
- Bleijenbergh, I. (2013). *Kwalitatief onderzoek in organisaties*. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers.
- Bommeljé & Keur. (2013). *De burger kan het niet alleen: Digitale dienstverlening die past bij digitale vaardigheden van burgers*. Den Haag: Sdu uitgevers.
- Burgerlink. (2008). *Werkschrift Burger Service Code*. Den Haag: Uitgave Burgerlink

- Carter, L., & Bélanger, F. (2004). Citizen Adoption of Electronic Government Initiatives. *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences – 2004*.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017). ICT, kennis en economie. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Davis, F.D. (1985). *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Results*. Massachusetts: Massachusetts Institute Of Technology.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Denhardt, J.V., & Denhardt, R.B. (2015). The New Public Service Revisited. *Public Administration Review*, 75(5), 664-672.
- DigiD. (z.j.). *Hoe kan ik de extra controle via sms toevoegen*. Geraadpleegd 27 augustus 2017, op <https://www.digid.nl/nl/vraag-en-antwoord/hoe-kan-ik-de-sms-controle-toevoegen/>.
- Digidentity. (z.j.a) *E-herkenning*. Geraadpleegd op 14 juni 2017 op <https://digidentity.eu/nl/home/#eherkenning>.
- Digidentity. (z.j.b). *E-herkenning*. Geraadpleegd 28 augustus, op https://eid.digidentity.eu/hm/eh17/select_ad.
- Digitale Overheid. (z.j.). *Privacy*. Geraadpleegd 17 april 2017, op <https://www.digitaleoverheid.nl/privacy/>.
- Dunleavy, P., Margetts, H., Bastow, S., & Tinkler, J. (2006). New Public Management Is Dead: Long Live Digital-Era Governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 16(3), 467-494.
- Dwyer, C., Hiltz, R.S., & Passerini, K. (2007). Trust and Privacy Concern Within Social Networking Sites: A Comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 Proceedings*, 339(1), p.1-13.

- Ensie. (2017a, 10 januari). *Erkende referent*. Geraadpleegd 2 mei 2017, op <https://www.ensie.nl/immigratie-en-naturalisatiedienst/erkende-referent>.
- Ensie. (2017b, 17 januari). *V-nummer*. Geraadpleegd 17 juli 2017, op <https://www.ensie.nl/immigratie-en-naturalisatiedienst/v-nummer>.
- Expertisecentrum Beroepsonderwijs. (2014). *Laaggeletterdheid in kaart*. 's-Hertogenbosch: Expertisecentrum Beroepsonderwijs.
- Expertisecentrum Beroepsonderwijs. (2016). *Over de relatie tussen laaggeletterdheid en armoede*. 's-Hertogenbosch: Expertisecentrum Beroepsonderwijs.
- Fang, Z. (2002). E-Government in Digital Era: Concept, Practice, and Development. *International Journal of The Computer, The Internet and Management*, 10(2), 1-22.
- Global Centre for Public Service Excellence. (2015). *Implications for Public Sector Reform in Developing Countries*. Singapore: UNDP.
- Homburg, V. (2008). *Understanding E-Government: Information Systems in Public Administration*. Abingdon-on-Thames: Routledge.
- Homburg, V., & Dijkshoorn, A. (2011). Diffusion of Personalized E-Government Services among Dutch Municipalities (An Empirical Investigation and Explanation). *TÉKHNE – Review of Applied Management Studies*, 11(2), 83-91.
- Hoogeveen, K., Gerritsen, L., & Schoenmaker, I. (2016). *Totaalrapportage kwalitatieve 0-metingen fase 2*. Amsterdam: MARE Research.
- I&O Research. (2016). *De kwaliteit van de overheidsdienstverlening 2015*. Amsterdam: I&O Research.
- Immigratie- en Naturalisatiedienst. (z.j.a). *Wat doet de IND*. Geraadpleegd 15 maart 2017, op <https://ind.nl/over-ind/Paginas/Wat-doet-de-IND.aspx>.
- Immigratie- en Naturalisatiedienst. (z.j.b). *Contact*. Geraadpleegd 12 juli 2017, op https://ind.nl/contact?pk_campaign=header&pk_kwd=contact.
- Immigratie- en Naturalisatiedienst. (2015, 9 september). *IND Stijlgids*. Geraadpleegd 20 juli, op <file:///Users/Sadaf/Desktop/Masterscriptie%20augustus%202017/IND%20Stijlgids%2>

Oversie%200.5%20dd%2009-09-2015/index.html.

- Immigratie- en Naturalisatiedienst. (2016). *IND E-Dienstverlening*. [Powerpoint presentatie]. Geraadpleegd 16 maart, op Slides programma E-dv presentatie teams versie 2.ppt.
- Immigratie- en Naturalisatiedienst. (2017). *IND Jaarverslag 2016*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- InstantSSL. (z.j.). *HTTPS and HTTP Difference*. Geraadpleegd 12 juli 2017, op <https://www.instantssl.com/https-tutorials/what-is-https.html>.
- Iskender, G., & Özkan, S. (2015). Analysis of success factors in e-government transformation in Turkey: are these factors really the causes of success? *Information Development*, 31(4), 323-332.
- Islam, M.M., & Ahmed, A.M. (2007). Understanding E-Governance: A Theoretical Approach. *Asian Affairs*, 29(4), 29-46.
- Jho, W. (2005). Challenges for e-governance: protests from civil society on the protection of privacy in e-government in Korea. *International Review of Administrative Sciences*, 71(1), 151-166.
- Kamoun, F., & Almourad, M.B. (2014). Accessibility as an integral factor in e-government web site evaluation: The case of Dubai e-government. *Information, Technology & People*, 27(2), 208-228.
- Kantar Public. (2017). *Pilotonderzoek klantervaringen Kleine Keten (IND, COA en DT&V)*. Amsterdam: Kantar Public.
- Kaptein, M. (2013). *Dienaren van het Volk: Over de macht van integriteit*. Amstelveen: KPMG.
- Laarman, A. (2017). *Herijking Programma eDV 2017*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Maaren, R. van, & Vaart, M. van der. (2016). *Rapport Klantonderzoek digitaal aanvragen vernieuwing verblijfsdocument onbepaalde tijd*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Medjahed, B., Rezgui, A., Bouguettaya, A., & Ouzzani, M. (2003). Infrastructure for E-government Web Services. *IEEE Internet Computing*, 7(1), 58-65.

- Meijer, A.J., & Bekkers, V.J.J.M. (2015). A metatheory of e-government: Creating some order in a fragmented research field. *Government Information Quarterly*, 32(3), 237-245.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2011). *Geletterdheid in Nederland: Actieplan laaggeletterdheid 2012-2015*. Den Haag: Ministerie van OCW.
- Mishra, A., & Mishra, D. (2011). E-Government – Exploring the Different Dimensions of Challenges, Implementation, and Success Factors. *The DATA base for Advances in Information Systems*, 42(4), 23-37.
- Nationale Ombudsman. (2013). *De burger gaat digitaal*. Den Haag: Bureau Nationale Ombudsman.
- Nederlandse Overheid Referentie Architectuur. (2017, 12 januari). *Burger Service Code*. Geraadpleegd 15 april 2017, op <http://www.noraonline.nl/wiki/BurgerServiceCode>.
- Osborne, S.P., Radnor, Z. & Nasi, G. (2013). A New Theory for Public Service Management? Toward a (Public) Service-Dominant approach. *American Review of Public Administration*, 43(2) 135– 158.
- Palvia, S.C., & Sharma, S.S. (2007). E-Government and E-Governance: Definitions/Domain Framework and Status around the World In: A. Agarwal & V. Ramana (Eds.), *Computer Society of India* (pp. 1-12). India: Computer Society of India.
- Reffat, R. (2003). *Developing A Successful E-Government (Working Paper)*. Sydney: University of Sydney.
- Rijksoverheid. (2013, 27 februari). Geraadpleegd 15 maart 2017, op <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2013/02/27/belastingaangifte-bijnavolledig-vooraf-ingevuld>.
- Rijkspotaal. (2017a, 17 maart). *Eed en belofte*. Geraadpleegd 20 juli 2017, op http://portal.rp.rijkswb.nl/irj/portal/?NavigationTarget=HLPFS://cisrijkspotaal/cispersoneel/cisrechten_en_regels_/cisintegriteit_/ciseindejaarsuitkering_33/ciseindejaarsuitkering_268.
- Rijkspotaal. (2017b, 7 juli). *Plichtsverzuim*. Geraadpleegd 20 juli 2017, op http://portal.rp.rijkswb.nl/irj/portal/?NavigationTarget=HLPFS://cisrijkspotaal/cispersoneel/cisrechten_en_regels_/cisintegriteit_/ciseindejaarsuitkering_39/ciseindejaarsuitkering_268.

rsuitkering_305.l

- Servon, L.J. (2002). *Bridging the Digital Divide: Technology, Community and Public Policy*. Hoboken: Blackwell Publishing Ltd.
- Stichting Lezen & Schrijven. (2016). *Feiten & Cijfers Geletterdheid 2016*. Den Haag: Stichting Lezen & Schrijven.
- Swanborn, P.G. (2002). *Basisboek sociaal onderzoek*. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers.
- Thiel, S. van. (2015). *Bestuurskundig onderzoek: een methodologische inleiding*. Amsterdam: Uitgeverij Coutinho.
- Tweede Kamer. (2014, 25 november). *Aanhangsel van de Handelingen 2015-2015*, aanhangselnummer 632.
- Vasista, T.G.K. (2013). E-Governance Privacy: Policy, Technical and Social Concerns of Privacy in E-Governance. *International Journal of Communication and Computer Technologies*, 4(3), 34-39.
- Vedder, A.H. (2009). Privacy, een conceptuele articulatie. *Filosofie & praktijk*, 30(5), 7-19.
- Verschuren, P., & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Amsterdam: Boom Lemma Uitgevers.
- Vleugel, M.J. (2011). *Reguliere migratietrends 2008-2010: De reguliere migratie van onderdanen van derde landen naar Nederland en de EU in beeld*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Vreemdelingen Advocaat. (z.j.). *Verblijfsvergunning onbepaalde tijd aanvragen*. Geraadpleegd 25 juli 2017, op <https://www.vreemdelingen-advocaat.nl/verblijfsvergunning-advocaat/verblijfsvergunning-onbepaalde-tijd-aanvragen/>.
- Warschauer, M. (2004). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
- Welch, E.W., Hinnant, C.C., & Jae Moon, M. (2005). Linking Citizen Satisfaction with E-Government and Trust in Government. *Journal of Public Administration Research and*

Theory, 15(3), 371-391.

- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. (2011). *iOverheid*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Bijlage

Bijlage 1: Respondenten zakelijke klanten

Respondent	Achtergrond	Datum	Aanvraagvorm
1	Advocatenkantoor	11 juli 2017	Schriftelijk
2	Relocatiebureau	11 juli 2017	Schriftelijk
3	Relocatiebureau	24 juli 2017	Schriftelijk/Digitaal

Bijlage 2: Respondenten particuliere klanten

Respondent	IND Loket	Datum	Aanvraagvorm
1	Den Haag	19 juli 2017	Schriftelijk
2	Den Haag	20 juli 2017	Digitaal
3	Rotterdam	24 juli 2017	Schriftelijk
4	Rotterdam	24 juli 2017	Digitaal
5	Rotterdam	24 juli 2017	Digitaal
6	Rotterdam	26 juli 2017	Schriftelijk
7	Den Haag	27 juli 2017	Schriftelijk
8	Den Haag	27 juli 2017	Schriftelijk
9	Amsterdam	31 juli 2017	Schriftelijk
10	Amsterdam	31 juli 2017	Digitaal
11	Amsterdam	31 juli 2017	Schriftelijk
12	Amsterdam	31 juli 2017	Schriftelijk
13	Amsterdam	31 juli 2017	Schriftelijk
14	Amsterdam	31 juli 2017	Digitaal
15	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
16	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
17	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
18	Amsterdam	1 augustus 2017	Schriftelijk
19	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
20	Amsterdam	1 augustus 2017	Schriftelijk
21	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
22	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
23	Amsterdam	1 augustus 2017	Schriftelijk
24	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal
25	Amsterdam	1 augustus 2017	Digitaal

Algemeen:

Vraag 1: Kunt u iets vertellen over uw functie met betrekking tot digitale dienstverlening?

Onderdeel A: Contactkanalen → Medewerkers klantcommunicatie

Vraag 1: Welke manieren hebben klanten om in contact te komen met de IND?

Vraag 2: Wordt er om een evaluatie gevraagd nadat de klant in contact is gekomen met de IND?

Vraag 3: Hoe ervaren klanten de communicatie met de medewerkers van de IND?

Onderdeel B: Privacy

Vraag 1: Op welke manieren heeft de IND de omgeving waarin de digitale aanvraag gedaan kan worden elektronisch beschermd?

Vraag 2: Hebben de medewerkers een geheimhoudingsverklaring moeten tekenen omdat zij omgaan met persoonlijke informatie?

Vraag 3: Is er een bevoegdheid voor de medewerkers die met deze informatie werken?

Onderdeel C: Burgerprofiel

Vraag 1: Wordt er gewerkt met vooraf ingevulde informatie?

Vraag 2: Welke gegevens zijn dit zoal?

Vraag 3: Bestaan er speciale portalen (gepersonaliseerd) voor erkende referenten waarin ze een digitale aanvraag kunnen doen?

Onderdeel D: Digitale participatieladder

Vraag 1: Wat is de samenstelling van de doelgroep geweest in de mini-IND?

Vraag 2: Hebben al deze personen binnen de doelgroep beschikking tot een pc en/of internet?

Onderdeel E: Digitale vaardigheden

Vraag 1: Hoe is het gesteld met de vaardigheden van de doelgroep?

Vraag 2: Wat is de feedback geweest van de klanten naar aanleiding van de pilot binnen de mini-IND?

Vraag 1: Heeft u weleens contact moeten opnemen met de IND m.b.t. het indienen van aanvragen?

- Waren zij gemakkelijk te bereiken?
- Hoe heeft u dit contact ervaren?
- Is het probleem vervolgens opgelost?

Vraag 2: Wat is de kennisachtergrond van medewerkers die de schriftelijke aanvragen indienen?

Vraag 3: Waar hebben de medewerkers geleerd om (digitale) aanvragen in te dienen?

Vraag 4: Is uw organisatie/bedrijf gekwalificeerd om digitale aanvragen in te dienen? (Gemachtigd/eHerkenning)

Vraag 5: Hoe sterk is uw vertrouwen in de waarborging van privacygevoelige gegevens door de IND?

Vraag 6: Heeft u de digitale aanvraag weleens gezien/doorgelopen?

Vraag 7: Wat zijn uw redenen om geen gebruik te maken van de digitale aanvraag?

Vraag 8: Wat zou er moeten veranderen om wel over te gaan op de digitale aanvraag?

Vraag 9: Ziet u de voordelen in van de digitale aanvraag?

Vraag 10: Ziet u in de nabije toekomst de mogelijkheid om wel gebruik te maken van de digitale aanvraag?

Slotvraag: Wil u tot slot nog iets meegeven met betrekking tot dit onderzoek?

De groep particulieren die de vernieuwing van de verblijfsvergunning onbepaalde tijd digitaal heeft ingediend en dus gebruik heeft gemaakt van het digitale aanvraagformulier op IND.nl

Leeftijd:

Geslacht:

Vraag 1: Wat is uw voorkeurscontactkanaal om de IND te bereiken?

Vraag 2: Hoe bent u bekend geworden met het digitale aanvraagformulier?

Vraag 3: Wat is de reden dat u de verblijfsaanvraag digitaal heeft ingediend in plaats van schriftelijk?

Vraag 4: Heeft u hulp gehad bij het indienen van de digitale aanvraag?

Vraag 5: Hoe vond u het indienen van de digitale aanvraag/ ervaarde u de digitale aanvraag? Was de tekst te begrijpen?

Vraag 6: Hoe sterk is uw vertrouwen in de waarborging van privacygevoelige gegevens door de IND

Vraag 7: Heeft u beschikking tot een computer en/of internet?

Vraag 8: Heeft u naar uw mening genoeg vaardigheden om een digitale aanvraag te kunnen invullen?

Vraag 9: Welke voordelen heeft u ondervonden aan het gebruik van een digitaal aanvraagformulier?

Vraag 10: Wat zou er volgens u nog moeten veranderen aan de digitale aanvraag?

Slotvraag: Wilt u tot slot nog iets meegeven met betrekking tot dit onderzoek?

De groep particulieren die de vernieuwing van de verblijfsvergunning onbepaalde tijd schriftelijk heeft ingediend en dus gebruik heeft gemaakt van de 12 pagina's pdf-bestand op IND.nl

Leeftijd:

Geslacht:

Vraag 1: Naar welk contactkanaal gaat jullie voorkeur uit om de IND te bereiken?

Vraag 2: Wat is de reden dat u de verblijfsaanvraag schriftelijk heeft ingediend in plaats van digitaal?

Vraag 3: Wat vindt u ervan dat u privacygevoelige informatie op het internet zou moeten indienen?

Vraag 4: Heeft dit uw keuze beïnvloed om voor de schriftelijke aanvraag te gaan?

Vraag 5: Heeft u beschikking tot een computer en/of internet?

Vraag 6: Hoe vaardig denkt u dat u bent in het bedienen van de computer?

Vraag 7: Heeft u naar uw mening genoeg vaardigheden om een digitale aanvraag te kunnen invullen?

Vraag 8: Welke voordelen ziet uit het gebruik van een digitaal aanvraagformulier?

Vraag 9: Wat zou er moeten veranderen om wel de aanvraag digitaal in te dienen?

Vraag 10: Heeft u behoefte aan hulp bij het indienen van de aanvraag?

Slotvraag: Wilt u tot slot nog iets meegeven met betrekking tot dit onderzoek?