

## **BERICHTEN OVER UW BUURT**

**Verslag van een kwantitatief onderzoek onder abonnees op  
de attenderingsservice van het Kennis- en Exploitatiecentrum  
Officiële Overheidspublicaties**

Amsterdam, september 2019  
Projectnummer: 1754

drs. Eelke Westra  
drs. Reynout van der Poel



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding.....</b>	<b>1</b>
1.1	Doel- en probleemstelling .....	1
1.2	Methode en opzet van het onderzoek .....	2
1.3	Respons en steekproef.....	3
1.4	Leeswijzer.....	3
<b>2</b>	<b>De doelgroep .....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Aanmelden en instellen profiel .....</b>	<b>8</b>
3.1	Aanmelden .....	8
3.2	Instellen profiel .....	9
<b>4</b>	<b>Wijzigen profiel en afmelden.....</b>	<b>14</b>
4.1	Het profiel wijzigen.....	14
4.2	Afmelden .....	15
<b>5</b>	<b>Oordeel over de mails .....</b>	<b>16</b>
5.1	De frequentie van de mails.....	16
5.2	Inhoud en vormgeving mails .....	17
5.3	Het openen van de mails .....	18
5.4	Zijn de titels in de mails voldoende duidelijk? .....	19
<b>6</b>	<b>De berichten.....</b>	<b>20</b>
6.1	Leesfrequentie .....	20
6.2	De relevantie van de berichten .....	20
<b>7</b>	<b>Suggesties van abonnees ter verbetering van de service .....</b>	<b>23</b>
<b>8</b>	<b>Samenvatting, conclusies en aanbevelingen .....</b>	<b>28</b>
8.1	Conclusies.....	28
8.2	Ergo: .....	30

# 1 Inleiding

---

## 1.1 Doel- en probleemstelling

In opdracht van het Kennis- en Exploitatiecentrum Officiële Overheidspublicaties (KOOOP), uitvoeringsdienst van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, heeft Ergo onderzoek uitgevoerd naar de attenderingsservice *Berichten over uw buurt* (BOUB).

BOUB is een attenderingsservice die burgers informeert over belangrijke actuele zaken die spelen in hun buurt, zoals aanvragen van en besluiten over omgevingsvergunningen en vergunningen voor evenementen, veranderingen in de indeling van de openbare ruimte en relevante nieuwe regelgeving. Het gaat om publicaties van gemeenten, waterschappen en provincies van de afgelopen twee maanden. KOOOP is als uitvoeringsorganisatie verantwoordelijk voor deze berichtenservice.

De wegwijzer naar informatie en diensten van alle overheden

## Overheid.nl

---

### E-mailservice Berichten over uw buurt

Hierbij ontvangt u de e-mailservice Berichten over uw buurt. Deze e-mailservice is samengesteld met de volgende instellingen:

- Postcode en huisnummer : **9351AG19**
- Gemeente : Westerkwartier
- Reikwijdte : De hele gemeente
- Overheidsorganisaties : Gemeente, Provincie

Indien u ongewenst te veel of te weinig berichten ontvangt dan raden wij u aan uw huidige instellingen te wijzigen. Dit kan via de onderstaande optie "Wijzigen e-mailservice." Een overzicht van de berichten kunt u vinden via <https://www.overheid.nl/berichten-over-uw-buurt-eenvoudig-zoeken>.

[Wijzigen e-mailservice](#)

[Afmelden e-mailservice](#)

[Meer informatie over e-mailservice](#)

[Veelgestelde vragen over Berichten over uw buurt](#)

Er zijn vandaag 3 nieuwe berichten voor u gevonden.

**Berichten met betrekking tot een adres in de gemeente**

Abonnees op de service kunnen met behulp van een straal een gebied rondom een locatie aangeven waarover zij berichten willen ontvangen. Daarnaast ontvangen abonnees berichten over gehele gemeente, waarvan wordt verondersteld dat ze voor alle inwoners van belang zijn.

Op dit moment dienen geïnteresseerden zich nog op de website van BOUB aan te melden voor de service. Er zijn momenteel circa 200.000 abonnees. Per 1 januari 2021 treedt een nieuwe versie van de Bekendmakingswet in werking. Vanaf die datum zullen 4 miljoen burgers – zonder aanmelding - via BOUB geattendeerd worden op de bekendmakingen en besluiten die betrekking hebben op hun directe woon- of werkomgeving.

Onderzoek moet helpen om deze transitie zo goed mogelijk te laten verlopen en de service zo mogelijk te verbeteren zodat deze optimaal aansluit bij de leefwereld en de wensen van de burgers. Dit kwantitatieve onderzoek onder de abonnees van de huidige service vormt hierin een eerste stap.

De **doelstelling** van het onderzoek is als volgt geformuleerd:

*Inzichten verschaffen in de gebruikerservaringen met ‘Berichten over uw buurt’ en de wensen van gebruikers, op grond waarvan de berichtenservice verbeterd kan worden.*

De **probleemstelling** van het onderzoek luidde:

*Hoe ervaren gebruikers de attenderingsservice ‘Berichten over uw buurt’ en wat kan er volgens hen aan verbeterd worden?*

## 1.2 Methode en opzet van het onderzoek

Er is kwantitatief onderzoek uitgevoerd met behulp van een online vragenlijst die geprogrammeerd en gehost is door Ruigrok NetPanel. De uitnodigingen voor het onderzoek zijn op 24 juni, 8 en 9 juli verzonden door KOOP via diens leverancier Solvinity. De vragenlijst kon in circa 4-5 minuten ingevuld worden.

In de vragenlijst is aandacht besteed aan de volgende aspecten van de berichtenservice:

- Het proces van aanmelden en instellen van het profiel
- Het wijzigen van het profiel en het afmelden
- Tevredenheid over de ontvangen e-mails
- Tevredenheid over de berichten in de e-mails
- Verbeterpunten

Verondersteld werd dat abonnees die zich recent hebben aangemeld voor de service, zich de details van het aanmeldingsproces beter kunnen herinneren. Daarom zijn twee aparte steekproeven uit het totale abonneebestand benaderd:

- Een random steekproef van abonnees die zich hebben aangemeld tussen het moment dat de service werd ingevoerd en 30 april 2019 (bruto n=20.000)
- Een selecte steekproef alleen bestaand uit gebruikers die zich recent (in maart en april 2019) hebben aangemeld (bruto n=5.000)

Van de laatste groep is aangenomen dat zij zich het aanmeldingsproces het best voor de geest zouden kunnen halen. In dit rapport worden de resultaten onder beide steekproeven naast elkaar behandeld. Waar verschillen tussen subgroepen, zoals leeftijd en woonlocatie, worden aangeduid, gebeurt dit op basis van beide steekproeven tezamen.

### 1.3 Respons en steekproef

In totaal hebben 3.051 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld, 2.568 'random' abonnees en 483 recente aanmelders. Dit betekent een respons van ruim 12%. De respons was daarmee beduidend hoger dan verwacht. Het veldwerk is daarom kort na de laatste verzending van uitnodigingen voor het onderzoek (de recente aanmelders) afgesloten.

### 1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de doelgroep van dit onderzoek (burgers die op dit moment al gebruik maken van de service) beschreven aan de hand van een aantal kenmerken. In hoofdstuk 3 staat het proces van aanmelding voor de berichtenservice centraal. Hoofdstuk 4 is gewijd aan het wijzigen van het profiel en het afmelden voor de berichtenservice. In hoofdstuk 5 komen de ervaringen met en de beoordeling van de mails aan de orde, terwijl in hoofdstuk 6 het oordeel over de berichten zelf wordt besproken. Hoofdstuk 7 behandelt suggesties van de abonnees ter verbetering van de attenderingsservice en de berichten. Het rapport wordt in hoofdstuk 8 afgesloten met een samenvatting, de belangrijkste conclusies die uit het onderzoek kunnen worden getrokken, en een aantal aanbevelingen van Ergo met het oog op de doorontwikkeling van *Berichten over uw buurt*.

## 2 De doelgroep

---

Hieronder worden de twee onderscheiden groepen abonnees beschreven aan de hand van een aantal kenmerken.

**Tabel 2.1** Verdeling naar leeftijd

	Random steekproef	Recente aanmelders	Nederlandse bevolking 20 jaar en ouder <sup>1</sup>
20-29 jaar	0,4%	2%	16%
30-39 jaar	5%	7%	16%
40-49 jaar	12%	17%	17%
50-59 jaar	23%	21%	19%
60+	60%	52%	33%
Gemiddelde leeftijd	61,2	58,5	50,4
n=	2.568	483	13.490.325

In vergelijking met de totale Nederlandse bevolking zijn de abonnees relatief oud. Vooral het aantal 60-plussers valt op: bijna het dubbele van het landelijke percentage. Het aantal abonnees jonger dan 30 jaar is verhoudingsgewijs juist heel klein.

- Van de twintigers in beide steekproeven is de meerderheid 28 of 29 jaar. Slechts 0,2% van de totale random steekproef en 0,8% van alle recente aanmelders is jonger dan 28 jaar.

---

<sup>1</sup> Bron: CBS (Nederlanders van 20 jaar en ouder, cijfers 2019)

**Tabel 2.2 Verdeling naar opleidingsniveau**

	Random steekproef	Recente aanmelders	Nederlanders van 15 jaar en ouder <sup>2</sup>
Lager beroepsonderwijs/voorbereidend beroepsonderwijs (LBO, VMBO, MAVO, MULO, ULO)	8%	8%	33%
Middelbaar beroepsonderwijs	20%	25%	30%
HAVO/VWO	12%	11%	9%
Postdoctoraal, wetenschappelijk of Hoger Beroepsonderwijs	55%	51%	27%
Geen van deze	1%	1%	-
Dat wil ik niet zeggen/onbekend	4%	4%	2%
n=	2.568	483	13.874.000

De cijfers van CBS bevatten ook niet-volwassenen (15-,16- en 17-jarigen) en zijn daardoor niet precies vergelijkbaar met de BOUB-abonnees, maar ze geven wel een goede indicatie. Opvallend is het percentage hoger opgeleiden onder de abonnees: ruim de helft van de abonnees in beide steekproeven tegenover 27% van alle Nederlanders van 15 jaar en ouder.

**Tabel 2.3 Verdeling naar woonlocatie**

	Random steekproef	Recente aanmelders
In een (middel)grote stad	39%	37%
In een kleinere stad of een dorp	61%	63%
n=	2.568	483

Ter vergelijking: Van de totale Nederlandse bevolking woont 37% in een gemeente van 100.000 inwoners of meer.<sup>3</sup>

**Tabel 2.4 Verdeling naar reden abonnement (meerdere antwoorden mogelijk)**

	Random steekproef	Recente aanmelders
Eigen huur-of koopwoning	79%	79%
Bedrijf of instelling waar men werkt	13%	10%
De woning of het bedrijfspand van iemand anders	12%	12%
Andere reden	27%	23%
n=	2.568	483

<sup>2</sup> Bron: CBS (cijfers 2018), Nederlanders 15 jaar en ouder

<sup>3</sup> Bron: CBS (cijfers 2017)

### **Andere redenen**

Ruim de helft van de abonnees die een andere reden opgeven, doen dit in aanvulling op één van de andere categorieën. Vaak noemen zij dan eerder een verbijzondering van een andere gekozen categorie dan iets wezenlijk anders. Daarnaast worden de volgende andere redenen het meest genoemd:

### **Interesse in (veranderingen in en bedreigingen van) de buurt/de leefomgeving**

Ongeveer een kwart van degenen die een andere reden noemen, geeft als reden voor het abonnement dat zij willen weten wat er in de directe buurt/leefomgeving nu gebeurt of in de toekomst gebeurt.

*“Ik wil weten wat er in mijn buurt gebeurt of staat te gebeuren.”*

*“Ik wil graag weten hoe de wijk waarin ik woon, zich ontwikkelt.”*

*“Welke veranderingen zich er in mijn buurt eventueel voordoen”*

*“Op de hoogte blijven wat er kan en mag veranderen. In de gaten houden wat voor precedenten er worden gevormd.”*

*“Niet voor verrassingen komen staan over wijzigingen in de regio.”*

*“Alle zaken die mijn woon- en leefomgeving kunnen aantasten”*

Sommigen geven concreter aan welke interesse geleid heeft tot een abonnement op BOUB.

*“Alles wat met de directe omgeving te maken heeft, zoals bijvoorbeeld bestemmingsplan, verleende vergunningen of aangevraagde vergunningen in de buurt.”*

*“Wat er ge/verbouwd wordt in de buurt, welke bomen worden gekapt, waar nieuwbouw gepleegd wordt, enz.”*

*“De ontwikkelingen in mijn leefomgeving volgen, alleen denk ik dat veegplannen van mijn gemeente niet in Berichten over uw Buurt worden gemeld.”*

*“De parkeersituatie.”*

*“Bedrijfsonroerend goed van mijzelf en welke (nadelige) invloed sommige vergunningen op mijn eigen bedrijf zouden kunnen hebben.”*

### **Belangstelling voor/van de lokale politiek**

Ook politieke interesse kan een reden zijn voor een abonnement, vaak omdat men lid is (geveest) van een gemeente-, dorps- of wijkraad, soms uit algemene politieke belangstelling.

*“Ik wil op de hoogte blijven van aanvragen in mijn gemeente. Die Informatie is interessant voor mij als raadslid.”*

*“Als voormalig gemeenteraadslid ben ik geïnteresseerd in ruimte-ordering.”*

*“Mijn interesse gaat ook uit naar gemeentepolitiek en de besluitvorming daar.”*



### Interesse vanuit belangenbehartiging

Ook het lidmaatschap van een buurtvereniging of een bewonersvereniging (VVE) kan reden zijn voor het lidmaatschap.

*“Voor VVE, buurtvereniging en belangenvereniging informatie verzamelen.”*

*“In relatie met wijk- en buurtgebonden bewonersbelangenverenigingen, alsmede VVE-lidmaatschap.”*

### Algemene interesse

Sommige abonnees geven alleen aan uit algemene belangstelling geabonneerd te zijn.

**Tabel 2.5 Verdeling naar device waarmee men de berichten bekijkt**

	Random steekproef	Recente aanmelders
Computer	48%	43%
Smartphone	23%	30%
Tablet	14%	14%
Op verschillende apparaten	14%	12%
n=	2.568	483

### Leeftijdseffect

Naarmate men jonger is, gebruikt men vaker een smartphone om de berichten te lezen. Onder abonnees van 30 t/m 39 jaar is het percentage dat de service op een smartphone gebruikt zelfs 62%, terwijl onder 60-plus-ers het percentage slechts 14% is. Voor tablets geldt het omgekeerde: hoe ouder men is, des te vaker gebruikt men een tablet.

### Ergo:

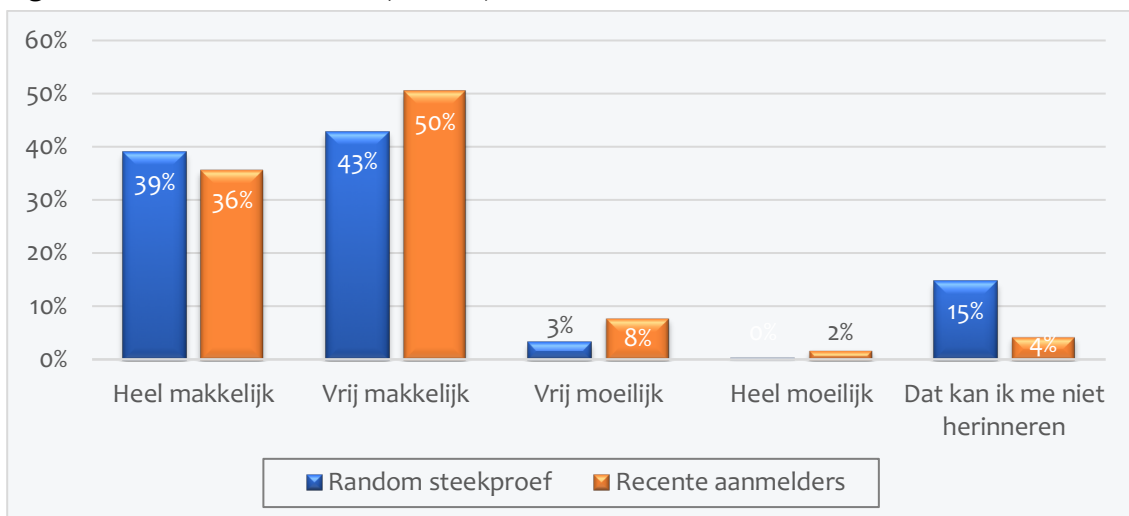
Beide groepen abonnees zijn gemiddeld relatief oud en relatief hoog opgeleid. Zij wonen (net als de totale Nederlandse bevolking) beduidend vaker in een kleinere stad of een dorp dan in een (middel)grote stad. Ze hebben zich meestal geabonneerd op de attenderingsservice met het oog op de eigen woning. Bijna de helft gebruikt een computer om de berichten te lezen, bijna een kwart gebruikt een smartphone. Leeftijd is hierbij een belangrijke factor: hoe jonger men is, des te vaker gebruikt men een smartphone. Recente aanmelders zijn gemiddeld iets jonger dan de andere abonnees en gebruiken dus iets vaker een smartphone en iets minder vaak een computer.

## 3 Aanmelden en instellen profiel

### 3.1 Aanmelden

De respondenten is gevraagd hoe moeilijk of makkelijk zij het vonden om zich aan te melden voor de attenderingsservice. Verreweg de meeste respondenten hadden hier weinig moeite mee, zoals blijkt uit figuur 3.1.

**Figuur 3.1 Gemak aanmelden (n=3.051)**



Van de abonnees uit de random steekproef kan 15% zich niet herinneren hoe het aanmeldingsproces verliep. Bij de recente aanmelders ligt dit percentage, zoals verwacht, beduidend lager (4%).

#### Problemen bij het aanmelden

Een veel genoemde reden dat abonnees moeite hadden zich aan te melden, is de **vindbaarheid** van de service. Men had moeite de juiste website te vinden. Bovendien merken sommige abonnees op dat weinig bekendheid is gegeven aan het bestaan van de attenderingsservice.

*“Het is lastig te vinden als je niet precies weet hoe de service heet.”*

*“Omdat niemand je informeert dat de service bestaat en waar je het kunt vinden.”*

*“Het wordt niet bekendgemaakt dat deze mogelijkheid er is. Anderen hebben mij hierop gewezen.”*

Andere redenen die volgens sommige abonnees het aanmelden lastig maakten, hebben vooral te maken met het instellen van het profiel. De problemen die zij hiermee hebben ervaren, worden besproken in de volgende paragraaf.

## 3.2 Instellen profiel

De abonnees is gevraagd of zij bij het aanmelden een gebied rond hun adres, hebben aangegeven waarover zij berichten wilden ontvangen. In tabel 3.1 voor beide abonneegroepen te zien hoeveel abonnees dit hebben gedaan.

**Tabel 3.1 Gebied voor berichten aangegeven?**

	Random steekproef	Recente aanmelders
Ja	84%	92%
Nee	5%	4%
Weet niet	11%	5%
n=	2.568	483

Tabel 3.2 laat zien welke straal rond hun adres de abonnees die het gebied hebben afgebakend, hebben gekozen om het gebied te bepalen waarover zij berichten wilden ontvangen.

**Tabel 3.2 Het gebied dat abonnees hebben gekozen**

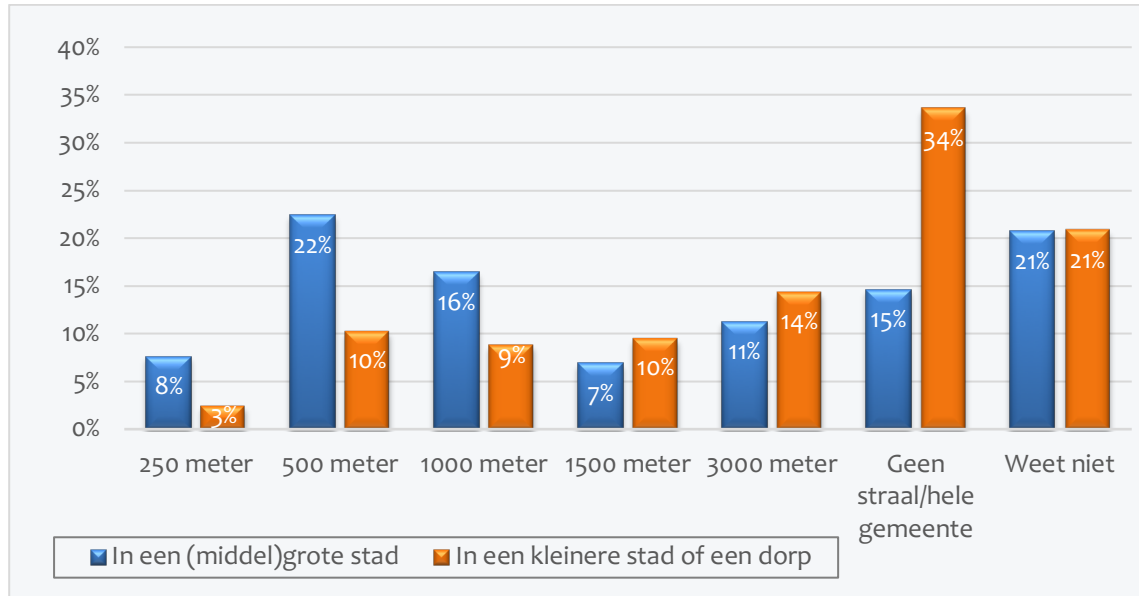
Straal	Random steekproef	Recente aanmelders
250 meter	5%	9%
500 meter	15%	19%
1000 meter	12%	14%
1500 meter	8%	11%
3000 meter	13%	11%
Geen straal/hele gemeente	26%	20%
Weet niet	21%	15%
n=	2.169	444

27% van de totale random steekproef en 22% van alle recente aanmelders heeft – bewust of onbewust – geen straal aangegeven en ontvangt dus berichten over de gehele gemeente.

- Hoe ouder men is, hoe vaker men de gehele gemeente heeft geselecteerd. Hoe jonger men is, hoe vaker men een straal van 250 meter heeft gekozen.

Figuur 3.2 laat zien dat men in kleinere steden en dorpen relatief vaak kiest voor een grotere schaal of voor de hele gemeente en in (middel)grote gemeenten juist relatief vaak voor een kleinere straal.

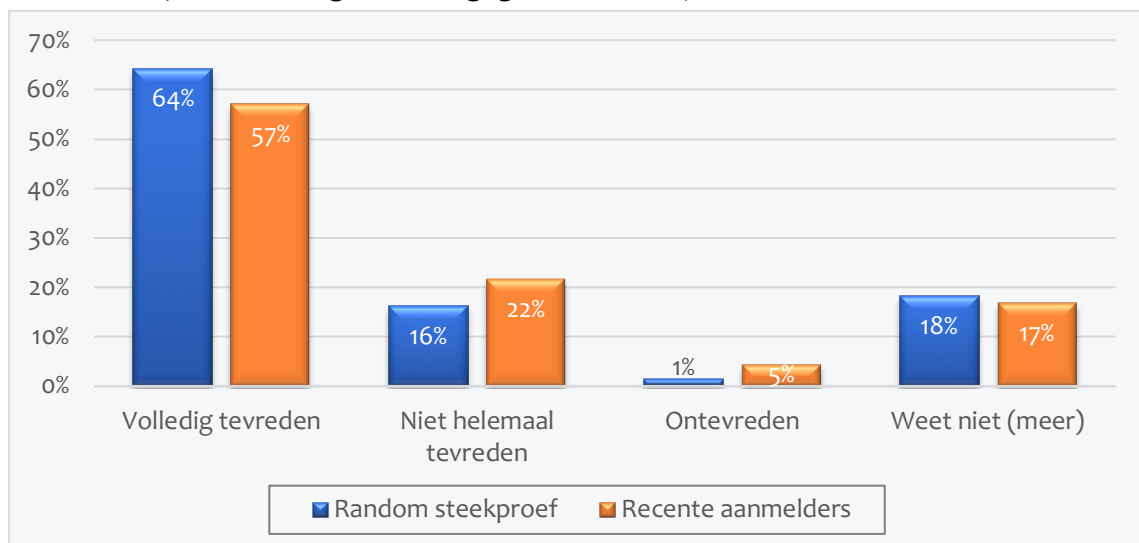
**Figuur 3.2 Gekozen gebied naar woonlocatie: random steekproef (Basis: heeft een gebied aangegeven=2.169)**



Onder de recente aanmelders is het beeld vrijwel exact hetzelfde als onder de random steekproef.

In figuur 3.3 is te zien hoe tevreden de abonnees die zich het aanmeldingsproces kunnen herinneren, zijn over de keuzemogelijkheden die hen werden geboden bij het instellen van het profiel.

**Figuur 3.3 Tevredenheid over keuzemogelijkheden bij instellen profiel (Basis= heeft gebied aangegeven, n=2.655)**



Een meerderheid is volledig tevreden, maar een substantiële minderheid (zeker van de recente aanmelders) is dat niet of niet helemaal.

### 3.3 Redenen ontevredenheid over instellen profiel

#### Gebrek aan overzicht

Een kritiekpunt van veel abonnees is dat zij de interface weinig overzichtelijk vinden, ook door de vele keuze-opties. Sommige abonnees merken bovendien op dat de opties onvoldoende werden uitgelegd. Men mist een duidelijk stappenplan waarin ook de diverse filtermogelijkheden duidelijk worden beschreven. Daarbij speelt ook de **benaming** van de filtermogelijkheden een rol. Voor sommige abonnees is die niet duidelijk.

*“Geen duidelijk stappenplan, niet duidelijk wat de filters precies opleveren.”*

*“De categorieën van berichten zijn niet transparant.”*

*“De benamingen zijn voor mij niets zeggend, een juiste keuze maken is zo niet mogelijk.”*

*“Je weet niet wat je krijgt bij de diverse keuzes. De keuzes zijn vanuit de ambtenaar bedacht, niet vanuit de burger.”*

*“Het was voor mij niet duidelijk welke meldingen bij welke categorie konden worden verwacht. Ook was het niet duidelijk voor welk gebied.”*

*“Veel keuzemogelijkheden met categorieën die niet altijd even duidelijk zijn.”*

*“Te veel variabelen (categorieën) waarmee je het abonnement kan configureren, zijn niet duidelijk genoeg.”*

#### Keuzemogelijkheden gebied (straal) te beperkt

Lang niet alle abonnees kunnen uit de voeten met de keuzemogelijkheden bij het aangeven van de straal rondom hun locatie waarover zij berichten willen ontvangen. De categorisering is voor veel abonnees niet verfijnd genoeg. Vooral abonnees die in de stad wonen, zouden een kleinere straal rond hun woning willen kunnen hanteren dan de huidige kleinste schaal (250 meter), terwijl voor mensen die in een plattelandsgemeente worden een grotere straal dan 3000 meter wenselijk is, ook buiten hun eigen gemeente of postcodegebied.

*“De straal zou kleiner moeten kunnen zijn. Als extra optie. Bijvoorbeeld 50 of 100 meter om een aangegeven punt/adres of eigen woning. Nu krijg ik te veel informatie en moet ik zelf gaan filteren of lees ik het niet.”*

*“De keuzes voor de straal zouden met meer kortere afstanden mogelijk moeten zijn.”*

*“De range rondom mijn huis is veel te groot. Ik woon midden in de stad, wat er 250 meter verderop gebeurt, is van veel minder belang dan pak ‘m beet, een straal van 50 meter om mijn huis. Ik zou daar meer mogelijkheden in willen hebben.”*

*“Het moet mogelijk zijn om een kleinere straal te selecteren, zoals alleen de eigen straat.”*

*“De minimale straal is 250 m. Dit levert veel te veel berichten op. Kan dat niet op huisnummer nauwkeurig? Of minimale straal van 50 m?!”*

*“Ik ben niet geïnteresseerd in alles binnen mijn postcode, maar wel omgevingen in de buurt met een andere postcode.”*

*“Ik kon niet helemaal de keuzes maken die ik wilde. Ik kon alleen werken met een straal vanaf een bepaald punt in plaats van bepaalde buurten.”*

Maar ook andere vormen van verfijning worden wenselijk gevonden. Dat kan gaan om een meer verfijnde aanduiding van het gebied dan een straal om een adres, maar bijvoorbeeld ook om het filteren op bepaalde types berichten, of op de afzenders van de berichten.

*“Ik moest kiezen tussen gemeente informatie of binnen een straal. Omdat ik aan de rand van een gemeente, naast een andere gemeente woon, wil ik beide.”*

*“Graag de mogelijkheid geven om specifiekere zoekfilters in te stellen: gebied, interesse, etc.”*

*“Ik wil specifiekere onderwerpen kunnen kiezen.”*

*“Er zou meer mogelijkheden tot specifieke onderwerpen mogen zijn.”*

*“Ik ben met name geïnteresseerd in wat direct rond mij aan vergunningen wordt verleend. Dat kan ik niet instellen.”*

*“Ik krijg berichten van instanties waarvan ik helemaal geen berichten wil ontvangen.”*

Enkele abonnees die BOUB professioneel gebruiken, zouden graag zien dat het profiel niet beperkt wordt tot een straal rondom één adres (of de hele gemeente), maar dat ook meerdere adressen, gemeenten of gebieden kunnen worden gekozen.

*“Omdat ik er beroepsmatig gebruik van maak is het voor mij veel fijner dit per dorp of gemeente te doen.”*

### **Te veel berichten**

Voor veel abonnees is het aantal berichten dat zij op grond van het ingestelde profiel ontvangen, te overvloedig. Een aantal van hen zegt dat men niet of niet meer de berichten ontvangt voor het gebied waarvoor men zich heeft aangemeld, maar voor een ruimer gebied. Zij ontvangen daardoor naar hun idee te veel berichten.

*“Het is lastig om een grens van de berichten op te geven. Ik krijg nu meer berichten dan waarvoor ik mij indertijd heb opgegeven.”*

*“Ik heb aangegeven: alleen info binnen een straal van 250 meter van woonhuis. Echter, ik ontvang ook daarbuiten bericht. Al een paar keer opnieuw geactiveerd, maar dat helpt niet. Ook ontvang ik provinciale informatie ver buiten mijn omgeving.”*

*“Ik heb aangegeven dat ik informatie wilde ontvangen die, of met de gemeente te maken had, of meer direct met de eigen omgeving binnen een straal van 3 km o.i.d. Tegenwoordig word ik geïnformeerd over zaken die gemeenten aangaan die 50 km hier vandaan liggen, waarvan ik de relatie niet helemaal zie.*

*“Het is onduidelijk welke invloed de straal rond postcode invloed heeft op de berichten. Krijg nu soms berichten die ik op basis van postcode en straal niet zou verwachten.”*

*“Het lukt u niet om de aangegeven straal van de afstand te hanteren. Ik geef altijd aan tot 500 meter van mijn woonhuis maar ontvang berichten uit de gehele gemeente Nuenen, Gerwen en Nederwetten, ook over bouwvergunningen in een van de andere kerkdorpen.”*

*“Het heeft heel erg lang perfect gewerkt, maar op een dag kreeg ik berichten van een veel groter gebied dan waar ik op mij had geabonneerd. Ik heb het een hele poos geprobeerd goed te krijgen, maar nu heb ik me maar afgemeld voor alles. Dan krijg ik in elk geval niet informatie van andere gemeenten.*

*“Het systeem selecteert zo ongeveer alles wat de provincie Gelderland doet, zaken waar ik het bestaan niet van weet en me ook niet kan voorstellen dat iemand er in geïnteresseerd is.*

Een bijkomend probleem is dat men vooraf vaak niet weet wat voor berichten men onder een bepaalde categorie kan verwachten en hoeveel. Ook daardoor overstijgt het aantal berichten soms de verwachtingen.

*“Het is onduidelijk om hoeveel berichten het kan gaan.”*

Enkele respondenten vinden overigens dat zij juist te weinig berichten ontvangen.

*“Ik krijg geen aanvragen voor een bouwvergunning te zien.”*

### **Niet de juiste berichten**

Soms ontvangt men niet per se te veel berichten, maar eenvoudigweg de verkeerde.

*“Ik krijg berichten uit de buurt niet te zien maar wel die van heel ver weg.”*

*“Ik ontvang vaak berichten die niet van belang zijn terwijl zeer belangrijke berichten uit de woonkern niet worden gemeld.”*

*“Het klopt niet met wat ik ingevuld heb.”*

*“Ik krijg soms berichten over totaal andere plaatsen in Nederland.”*

### **Ergo:**

Verreweg de meeste abonnees hadden geen moeite met het aanmelden. De meeste abonnees zijn ook tevreden over de mogelijkheden bij het instellen van het profiel. Toch is een niet te verwaarlozen groep (onder recente aanmelders: een kwart) hierover niet (volledig) tevreden. Zij noemen als belangrijkste kritiekpunten: gebrek aan overzicht, te beperkte mogelijkheden om het gebied in te stellen (de straal), te veel berichten en berichten over andere dan door de abonnee aangegeven gebieden.

## 4 Wijzigen profiel en afmelden

### 4.1 Het profiel wijzigen

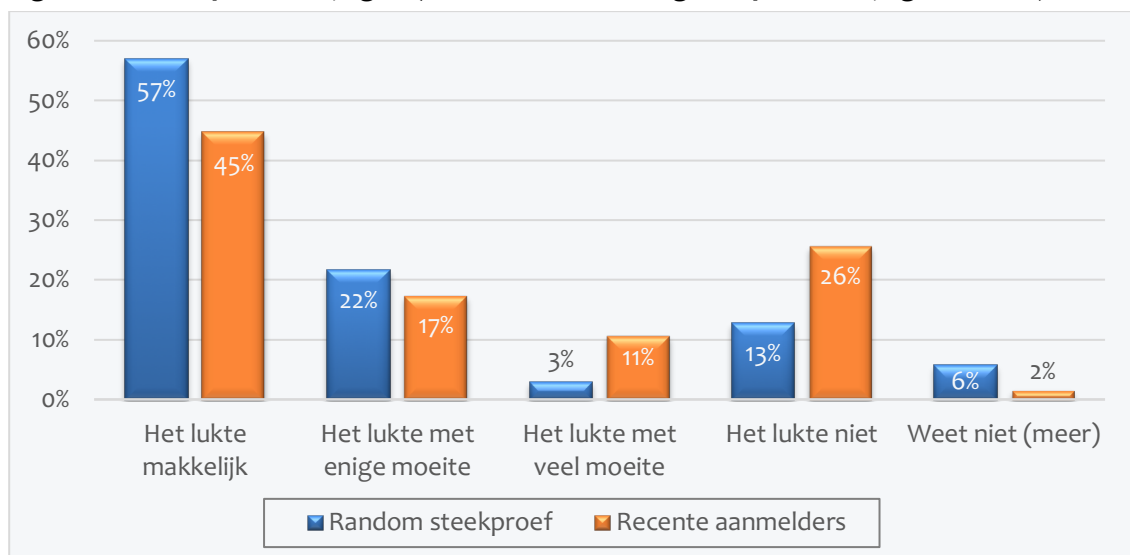
#### Bekendheid met mogelijkheid wijzigen profiel

Van de abonnees in de random steekproef is 67% bekend met de mogelijkheid om het profiel te wijzigen, 33% is daarmee niet bekend. Onder de recente aanmelders is het beeld gunstiger, waarschijnlijk omdat ze die mogelijkheid recent gezien hebben bij het aanmelden: 82% van hen weet dat zij het profiel konden wijzigen, 18% weet dat niet.

#### Ervaringen met wijzigen profiel

Desgevraagd zegt 26% van degenen binnen de random steekproef die van deze mogelijkheid wisten, wel eens geprobeerd te hebben het profiel te wijzigen. Bij de recente aanmelders geldt dit voor 31%. In figuur 4.1 is te zien hoe dit verliep.

**Figuur 4.1 Het profiel wijzigen (Basis= heeft ervaring met profiel wijzigen, n=560)**



Ruim de helft van de random steekproef en minder dan de helft van de recente aanmelders zegt het profiel zonder moeite te hebben gewijzigd. De anderen die gepoogd hebben het profiel te wijzigen, hebben meer moeite moeten doen of zijn er niet in geslaagd. Een kwart van de recente aanmelders - bij wie het wijzigen nog relatief vers in het geheugen zit - slaagde er niet in het profiel te wijzigen.

Recente aanmelders zeggen vaker dan de respondenten uit de random steekproef dat het wijzigen met veel moeite of helemaal niet lukte (37% tegen 16%). Dit verschil is maar ten dele te verklaren uit een groter aantal respondenten dat zich het proces kan herinneren. Immers, de categorie 'weet niet (meer)' is onder de random steekproef maar 4% groter dan onder de recente aanmelders.



## 4.2 Afmelden

Desgevraagd, zegt 74% van de random steekproef en 79% van de recente aanmelders te weten hoe zij zich kunnen afmelden voor de attenderingsservice.

- Oudere respondenten weten vaker hoe zich af te melden dan de jongere respondenten.

### **Ergo:**

Hoewel de meerderheid van de abonnees bekend is met de mogelijkheden om het profiel te wijzigen, is een substantiële groep van vooral abonnees die al langer geabonneerd zijn op de attenderingsservice dat niet. Een kwart van de random steekproef van abonnees en bijna een derde van de recente aanmelders heeft geprobeerd het profiel te wijzigen. Vooral bij de recente aanmelders leverde dit geregeld problemen op: één op de tien slaagde er slechts met veel moeite in en bij een kwart lukte het helemaal niet.

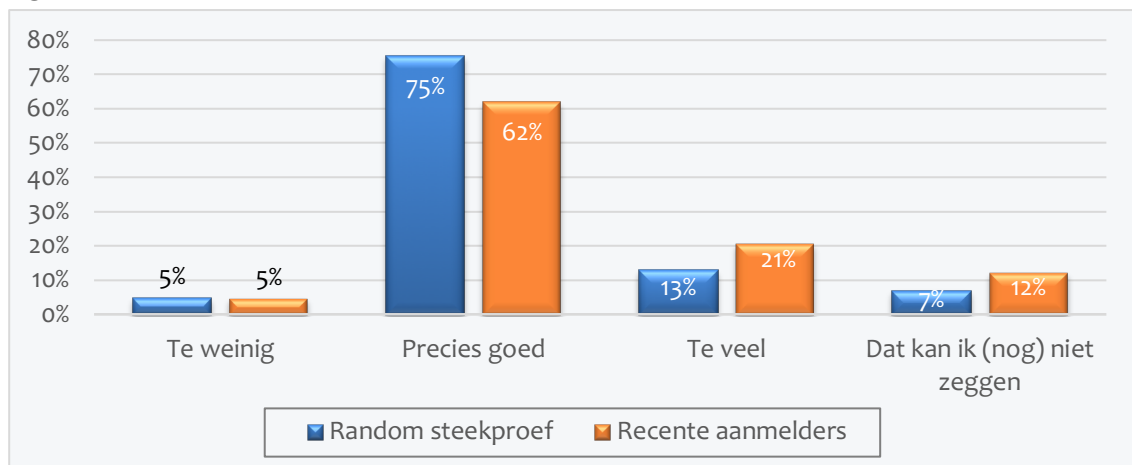
Ongeveer driekwart van de abonnees weet hoe ze zich kunnen afmelden, maar een substantiële minderheid (ongeveer een kwart) weet dit niet.

## 5 Oordeel over de mails

### 5.1 De frequentie van de mails

In figuur 5.1 is te zien wat de abonnees vinden van het aantal mails met berichten over hun buurt dat zij ontvangen.

**Figuur 5.1 Oordeel over het aantal mails (n=3.051)**

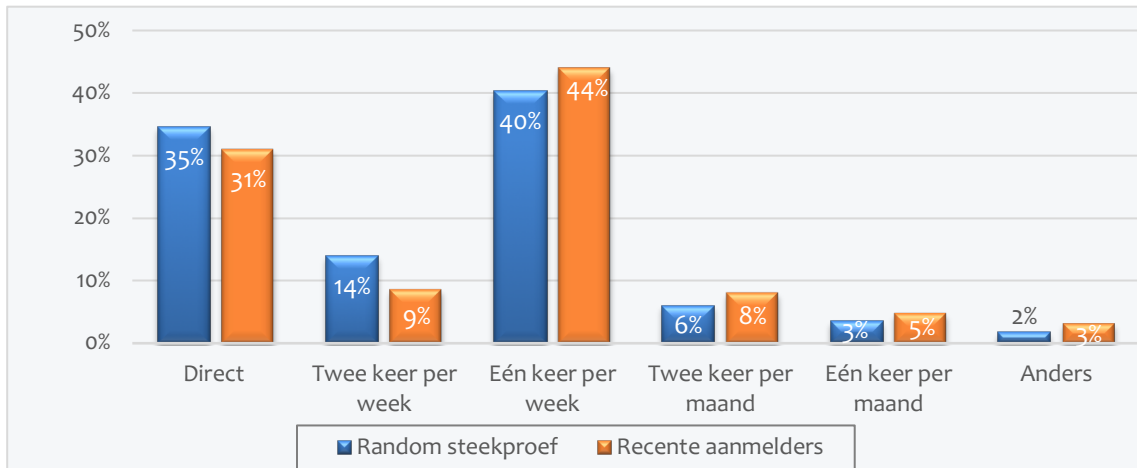


De meeste abonnees zijn tevreden over het aantal ontvangen mails. De groep die te weinig mails zegt te ontvangen, is relatief klein. Wel vindt een substantiële groep (vooral recent aangemelde) abonnees dat zij te veel mails ontvangen.

- De tevredenheid over het aantal mails hangt samen met leeftijd. Hoe ouder de abonnee, des te vaker vindt men het aantal mails precies goed. 23% van de abonnees onder de 50 jaar, vindt dat zij te veel mails ontvangen, twee keer zoveel als onder de 50-plussers.
- Abonnees, die de gehele gemeente als gebied hebben opgegeven, vinden het aantal mails vaker 'precies goed' dan degenen die een straal hebben opgegeven. Abonnees die de kleinste straal (250 meter) hebben opgegeven, vinden het vaakst dat ze te veel mails ontvangen. Dit zijn vooral abonnees in de (middel)grote steden. Kennelijk is voor hen een straal van 250 meter nog te ruim.

Degenen die de huidige frequentie niet 'precies goed' vonden, is gevraagd hoe vaak zij mails zouden willen ontvangen.

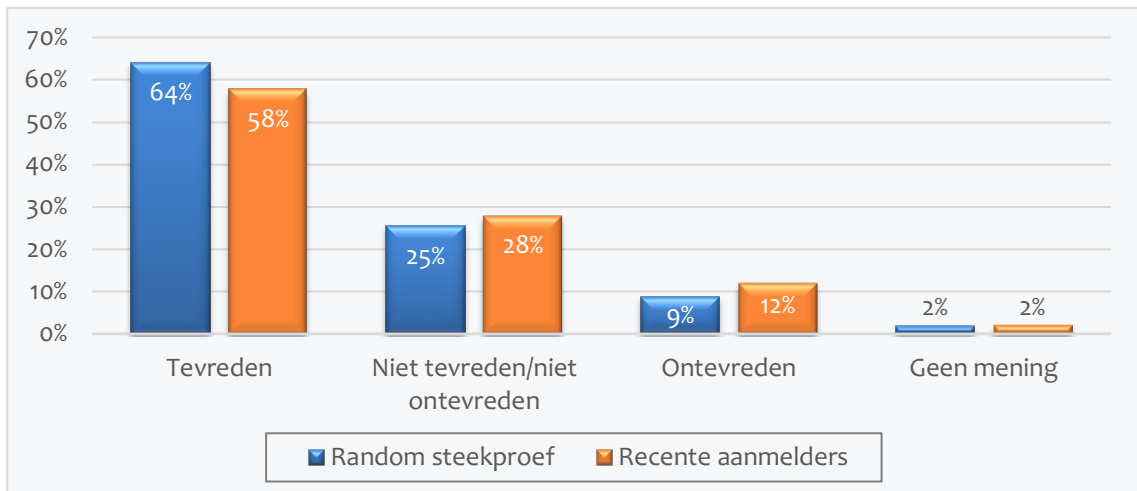
**Figuur 5.2 Het gewenste aantal mails (Basis= vindt frequentie niet 'precies goed', n=815)**



Er zijn twee grote groepen met duidelijk verschillende wensen te onderscheiden: circa een derde wil berichten het liefst direct ontvangen wanneer ze bekend worden, circa 40% vindt één keer per week vaak genoeg. Voor de tussenvariant (twee keer per week) en voor minder berichten dan eens per week is minder enthousiasme.

## 5.2 Inhoud en vormgeving mails

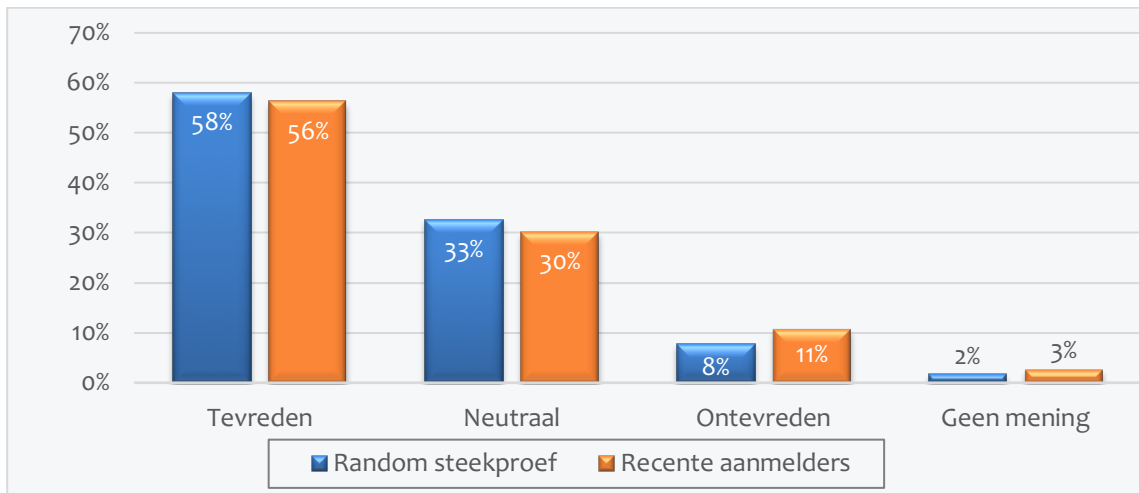
**Figuur 5.3 Oordeel over het soort berichten dat men ontvangt (n=3.023)**



De meerderheid van de abonnees is tevreden over het soort berichten in de mails, maar circa één op de 10 abonnees is ontevreden. Circa een kwart neemt een tussenpositie in.

- Tevredenheid over het soort berichten dat men ontvangt, hangt samen met leeftijd; zo is minder dan de helft van de dertigers tevreden, terwijl twee derde van de 60-plussers tevreden is.
- Abonnees die geen gebied hebben aangegeven of die de hele gemeente als gebied voor de berichten hebben aangegeven, zijn meer tevreden over het soort berichten dan abonnees die een straal om een adres hebben aangegeven.
- Lager en middelbaar opgeleiden zijn vaker tevreden over het soort mails dat zij ontvangen dan hoger opgeleiden.

**Figuur 5.4 Oordeel over de vormgeving van de mails (n=3.023)**

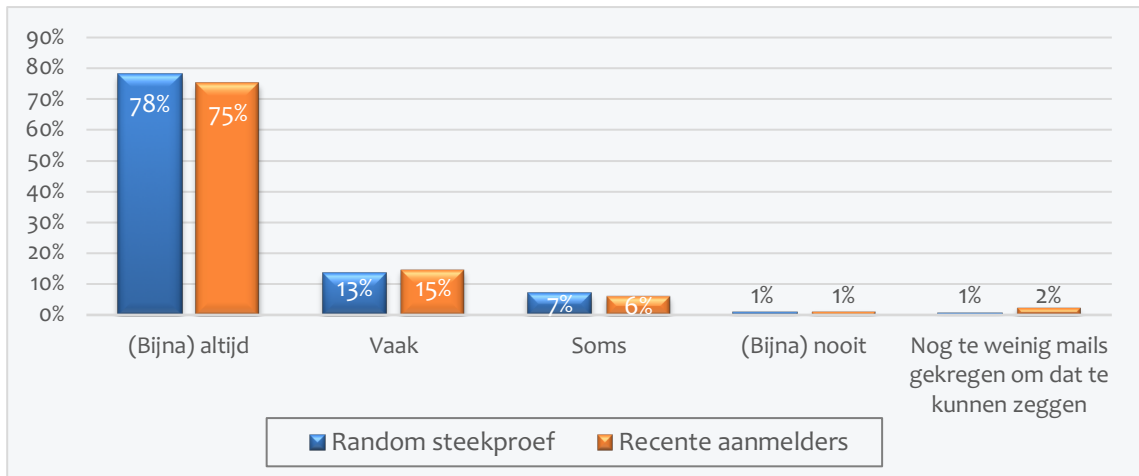


De oordelen over de vormgeving zijn op vergelijkbare wijze verdeeld.

- Ook op dit punt zijn ‘ouderen’ vaker tevreden dan ‘jongeren’.
- De smartphonegebruikers zijn minder vaak tevreden over de vormgeving van de mails dan de computer- en tabletgebruikers.

### 5.3 Het openen van de mails

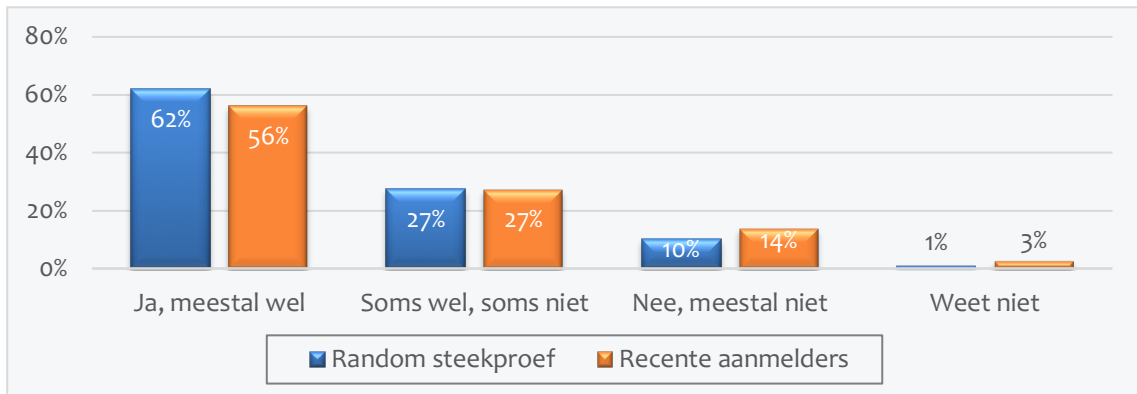
**Figuur 5.5 Hoe vaak opent men de mails? (n=3.051)**



Circa driekwart van de abonnees zegt de mails altijd te openen, de meeste anderen doen dit vaak.

## 5.4 Zijn de titels in de mails voldoende duidelijk?

Figuur 5.6 Kan men op grond van de titels de relevantie van berichten bepalen? (n=3.023)



De meeste abonnees (de recente aanmelders iets minder vaak dan de anderen) kunnen op grond van de titels wel bepalen of een bericht voor hen van belang is. Er is echter een substantiële minderheid voor wie dit niet of niet altijd geldt.

- Naarmate men jonger is, zegt men minder goed in staat te zijn om te bepalen of een bericht relevant is.

### Ergo:

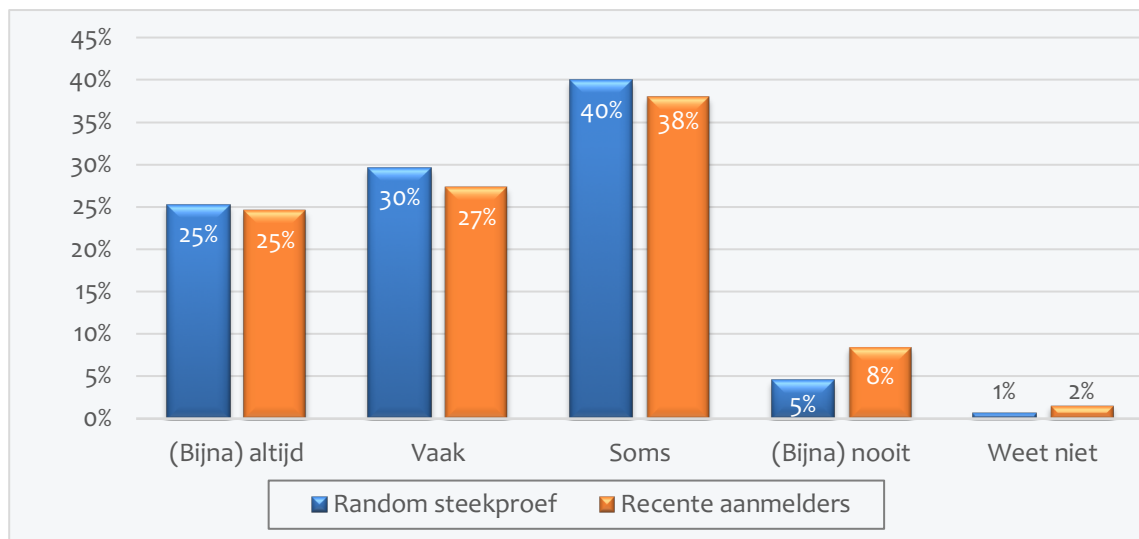
Een bescheiden meerderheid van de abonnees is tevreden over het aantal ontvangen mails, maar een flinke groep van vooral jongere abonnees vindt dat zij te veel mails ontvangen. De meeste abonnees die niet tevreden zijn over de mailfrequentie, willen ofwel mails ontvangen direct wanneer een bericht gepubliceerd is, ofwel één keer per week. Een meerderheid is tevreden over inhoud en vormgeving van de mails maar, maar niet iedereen is even positief. De mails worden in verreweg de meeste gevallen geopend. De titels zijn voor de meeste abonnees voldoende duidelijk om de relevantie van de berichten te bepalen, maar voor een flinke groep abonnees niet of niet altijd.

## 6 De berichten

### 6.1 Leesfrequentie

De mails openen is de eerste stap van het proces van kennis nemen, maar de vraag is vervolgens hoe vaak abonnees ook de berichten in de mails openen en lezen.

**Figuur 6.1** Hoe vaak klikt men op één of meer berichten? (n=3.051)



Ruim de helft van de abonnees zegt vaak of (bijna) altijd één of meer berichten in de mails te openen, 40% doet dit meer incidenteel.

- Naarmate men ouder is, klikt men vaker op berichten. Zo openen twee keer zo veel 60-plussers (bijna) altijd één of meer berichten als dertigers en veertigers.

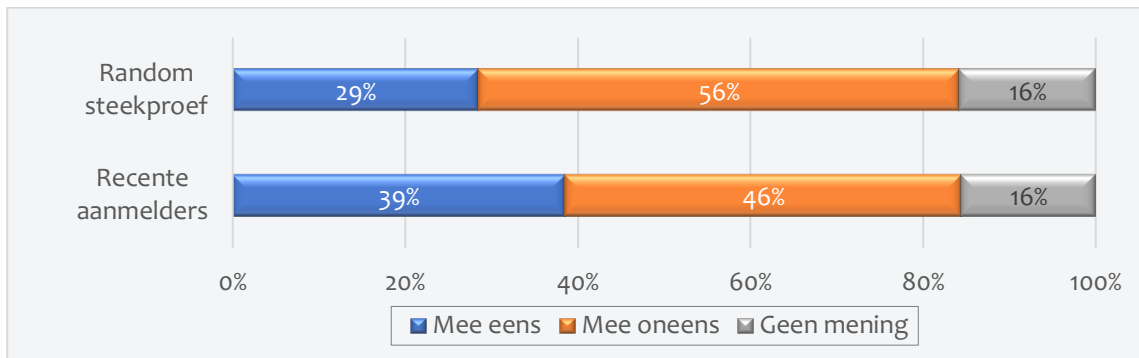
### 6.2 De relevantie van de berichten

De relevantie van de berichten rust op twee pijlers:

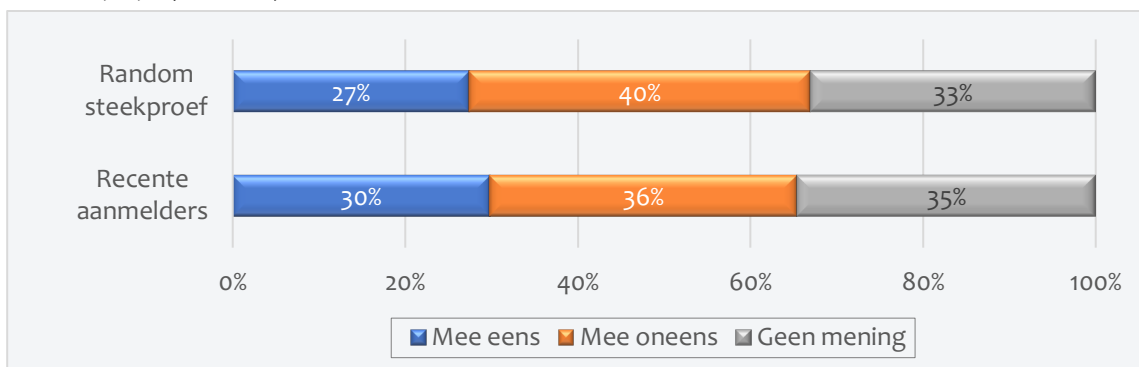
- Abonnees moeten zo min mogelijk irrelevante berichten ontvangen
- Abonnees moeten zo veel mogelijk (bij voorkeur alle) berichten ontvangen die voor hen wel relevant zijn

Om na te gaan in hoeverre de verstuurde berichten aan deze criteria voldoen, zijn de abonnees twee stellingen voorgelegd, met de vraag of zij het daarmee eens of oneens zijn. De reacties zijn te zien in de figuren 6.2 en 6.3.

**Figuur 6.2 Ik krijg te veel berichten die voor mij niet interessant zijn (n=3.023)**



**Figuur 6.3 Ik krijg regelmatig geen bericht over zaken in mijn buurt die wel belangrijk voor mij zijn (n=3.023)**



Circa de helft van de abonnees wijst de eerste stelling af waaruit mag worden geconcludeerd dat de ontvangen berichten voor hen doorgaans relevant zijn. Niettemin is er ook een flinke groep abonnees die meent te veel oninteressante berichten te ontvangen. Het valt op dat dit vaker het geval is onder de recente aanmelders.

- Naarmate abonnees ouder zijn, zijn ze het minder vaak met de eerste stelling eens.

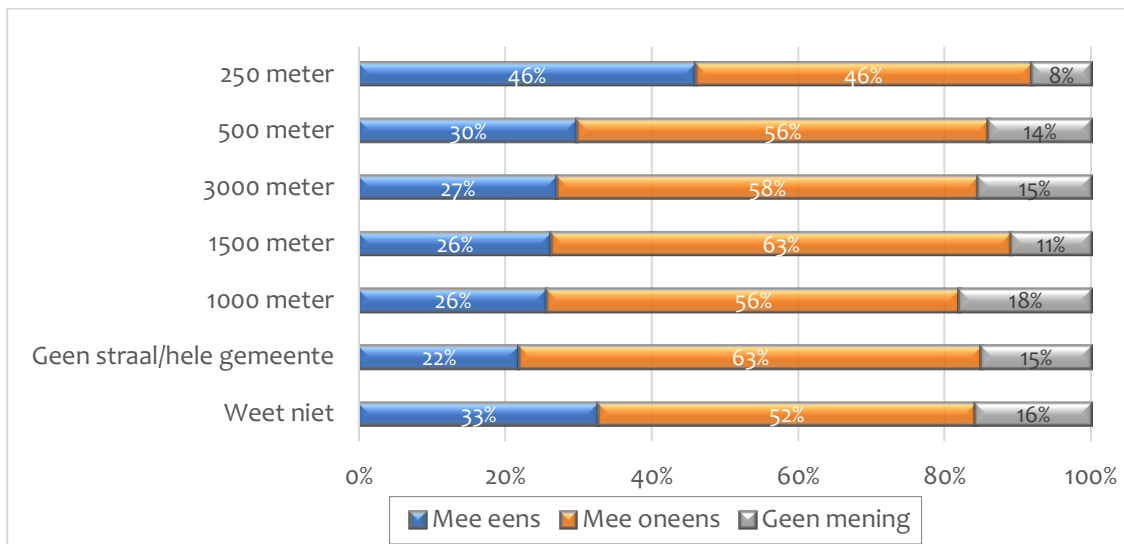
De tweede stelling wordt minder vaak afgewezen, ook doordat een derde van de abonnees hierover – niet geheel onlogisch - geen mening heeft. Kennelijk heeft men het nog geen ‘ontbrekende berichten’ opgemerkt, maar men wil de mogelijkheid ook niet uitsluiten. Toch meent ruim een kwart soms relevante berichten te missen.

10% van de random steekproef en 14% van de recente aanmelders onderschrijft beide stellingen. Met andere woorden: zij vinden dat ze in het algemeen te veel irrelevante berichten ontvangen, maar tegelijkertijd bepaalde berichten missen.

## Verband tussen het gekozen gebied en de ervaren relevantie van berichten

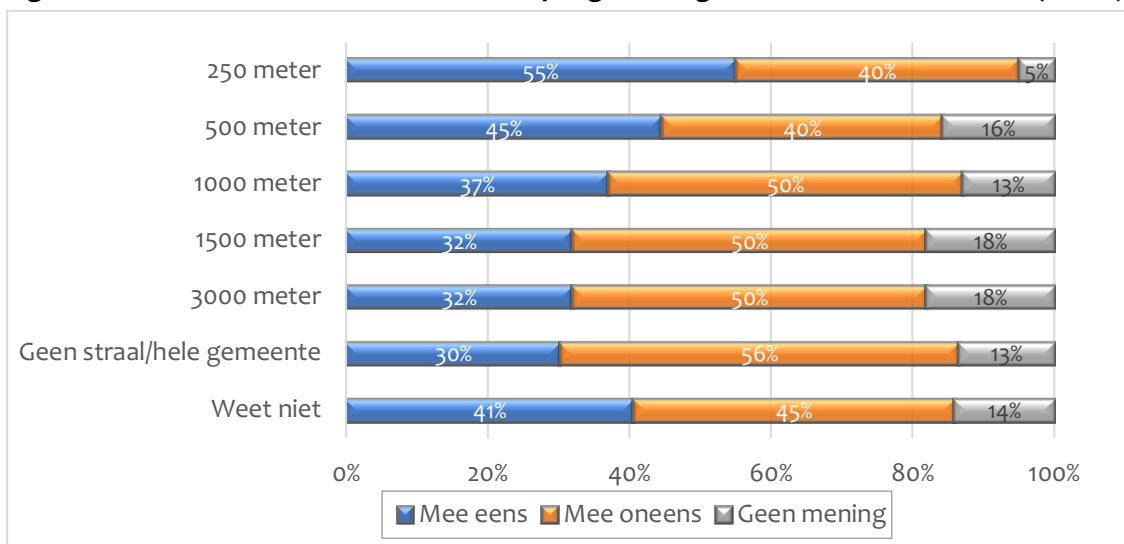
In figuur 6.4 is te zien welk verband er bestaat tussen het gekozen gebied en het ontvangen van te veel berichten die men oninteressant vindt.

**Figuur 6.4** Te veel oninteressante berichten per gekozen gebied: random steekproef (n=2.546)



Vooraf degenen die hebben gekozen voor de kleinste straal, vinden dat zij te veel oninteressante berichten krijgen. Dit zijn vooral abonnees die in een (middel)grote stad wonen, die kennelijk alleen op zoek zijn naar berichten over de meest nabije omgeving en voor wie een straal van 250 meter nog te ruim is. Onder recente aanmelders (figuur 6.5) komt hetzelfde beeld naar voren.

**Figuur 6.5** Te veel oninteressante berichten per gekozen gebied: recente aanmelders (n=477)



### Ergo:

De mails worden regelmatig gelezen, ruim de helft leest vaak of (bijna) altijd één of meer berichten, de meeste anderen doen dit soms. De meeste abonnees vinden de berichten relevant genoeg maar circa een derde ontvangt te veel irrelevante mails. Oudere abonnees vinden de mails vaker relevant dan jongere abonnees.



## 7 Suggesties van abonnees ter verbetering van de service

De abonnees is gevraagd hoe Berichten over uw Buurt voor hen verbeterd zou kunnen worden. 1.410 abonnees (46%) deden één of meer suggesties, 54% heeft geen suggesties gedaan. De meest genoemde suggesties zijn gebundeld in een aantal categorieën die zijn weergegeven in tabel 7.1. De tabel is geordend op grond van de frequentie waarmee de antwoorden zijn genoemd binnen de random steekproef.

**Tabel 7.1 Suggesties ter verbetering Berichten over uw Buurt (Basis=heeft suggestie gedaan, n=1410)**

	Random steekproef	Recente aanmelders
1. Achterliggende stukken ontsluiten (hetzij direct in het bericht, hetzij via een link)	14%	7%
2. Inhoud berichten duidelijker maken in de titels/ korte samenvattingen in mail	13%	11%
3. Meer/betere inhoud (vooral in de berichten zelf)	12%	5%
4. Taalgebruik verbeteren, duidelijker, minder ambtelijk/formeel	11%	16%
5. Uitgebreidere, specifiekere, informatie in berichten, meer detail/berichten bevatten niet of nauwelijks meer informatie dan in de mail	11%	12%
6. Relevantie mails verbeteren, meer to-the-point, berichten over het juiste (kleinere) gebied rondom adres	10%	12%
7. Complimenten/Service voldoet/geen verandering nodig/recent verbeterd (betere aanduiding in titel)	10%	4%
8. Nauwkeuriger/uitgebreider filteren faciliteren (bijvoorbeeld kleinere straal en straal per onderwerp aangeven)	4%	8%
9. Vormgeving mails verbeteren (met name ook voor de smartphone)	3%	5%
10. Locatie duidelijker aangeven (bijvoorbeeld adres i.p.v. perceelnummer)	3%	1%
11. Meer/beter kaartmateriaal (in de mail en de berichten zelf)	2%	4%
12. Groeperen/categoriseren naar (hoofd)onderwerp/dorp/woonkern/particulier vs. overheid	2%	2%
13. Meer uitleg	1%	1%
14. Meer openheid/transparantie bij de gemeenten.	1%	1%
15. Men ontvangt soms relevante berichten niet of men ontvangt helemaal geen berichten (meer)	1%	1%
16. Berichten tijdig versturen (soms ontvangt men op dezelfde dag een vergunningsaanvraag en het besluit erover)	1%	
17. Het wijzigen van het profiel eenvoudiger/toegankelijker maken.		1%
18. Overige suggesties	9%	13%
n=	1.204	206

Overige, meer incidenteel genoemde suggesties ter verbetering (elk minder dan 1%) zijn:

- Duidelijker handelingsperspectief voor de burger aangeven: wat kan de burger ondernemen met betrekking tot de zaak waarover het bericht gaat?
- Alle informatie direct in de mail zetten.
- Al in de mail een kaartje zetten met de locaties waar de berichten over gaan, bijvoorbeeld aangeduid met nummers.
- Informatie geven over de aanvrager van een vergunning.
- Meer bekendheid geven aan de attenderingsservice.

Voor de zes belangrijkste verbeterpunten (uit tabel 7.1) wordt hierna een korte bloemlezing van citaten van abonnees gegeven die het verbeterpunt illustreren.

## 1. Achterliggende stukken ontsluiten

*“Gemakkelijkere toegankelijkheid onderliggende uitgebreide teksten.”*

*“Rechtstreeks naar de inhoud kunnen doorklikken. Nu krijg ik vaak berichten die net niet duidelijk zijn maar waarvoor je voor meer informatie naar het gemeentehuis moet. Waarom is die informatie niet toegankelijk?”*

*“Door achterliggende informatie altijd digitaal beschikbaar te stellen en niet ter inzage te leggen op het gemeentehuis.”*

*“De link in het bericht gaat naar eenzelfde tekst zonder verdere toevoegingen. Ik zou als burger verwachten dat de link naar de digitale versie van de (vergunning)sdocumenten zou gaan. Op deze wijze is een link aanbrengen zinloos en voor de ontvanger frustrerend.”*

*“Dat je door kan klikken naar de gegevens m.b.t. het bericht. Het is eigenlijk van de gekke dat je voor inzage langs het gemeentehuis moet rijden nadat je hier een telefonische afspraak voor hebt gemaakt. Zie dit maar voor elkaar te krijgen als je zelf fulltime werkt. Dan houdt burgerparticipatie snel op!”*

*“In het verleden kon je nog wel eens de afgegeven vergunning inzien, dat is nu niet meer mogelijk.”*

## 2. Inhoud berichten duidelijker maken in de titels

*“De titel is niet altijd duidelijk. Meestal kun je daaruit niet opmaken waar het precies over gaat.”*

*“Duidelijkere beschrijving van het onderwerp.”*

*“Onduidelijke omschrijvingen van het onderwerp waarover de publicatie gaat. Noodzaak om door te klikken om te achterhalen waar het om gaat.”*

*“Een korte inhoudelijke omschrijving van de melding weergeven, zoals bijvoorbeeld de naam van het evenement bij een evenementenvergunning.”*

*“Graag zou ik eerst een 'populaire' samenvatting zien om te beoordelen waar het eigenlijk over gaat.”*

*“De verandering/aanpassing is meestal in één zin samengevat. Belangrijker is een beknopte uiteenzetting van de verandering die aangevraagd wordt. Een voorbeeld in onze buurt: ontwerpbestemmingsplan ‘Buitengebied, herziening Kuikseindseweg 31’ en voornemen aanpassing Welstandsnota. Er staat niet wat er aangepast wordt. En daar gaat het uiteindelijk om!”*

### 3. Meer inhoudelijke informatie

“De informatie is te vaag en te weinig inhoudelijk.”

“Vaak komt het voor dat het klikken in een bericht een website van een instantie weer-geeft, waarin exact dezelfde inhoud staat en niets meer dan in de attenderingsmail, dus daar schieten we niets mee op.”

“Het opvragen van meer info over een item levert hoogstzelden meer informatie op. Meestal is de toelichting dan vrijwel gelijk aan die ene zin die in attenderingsmail staat.”

“Een voorbeeld, ik kreeg een bericht dat op Zwartsluisje 16 een vergunning is aangevraagd. Ik klik daarop en dan staat er alleen maar: bouw. Dat is echt te weinig informatie.”

“De gemeente mag wel wat concreter zijn in de informatie. Het is voor mij als redelijk ingevoerd persoon soms al lastig om te kunnen duiden waar het bericht over gaat.”

“In de berichten staat te weinig over de inhoud waar het besluit betrekking op heeft.”

“Na het doorklikken is nog steeds niet duidelijk waar het over gaat.”

“De redenen van intrekking of weigering van vergunningen opnemen.”

“De link naar het bericht is meestal zo onduidelijk dat je bij de Gemeente moet opvragen waarvoor bijvoorbeeld een bouwvergunning is verleend.”

“Meer inhoud!”

### 4. Toegankelijker taalgebruik

“Duidelijke, begrijpelijke taal voor de gewone burger.”

“Te veel ambtelijke woorden die voor een eenvoudige burger haast niet te begrijpen zijn.

“Duidelijkere taal; niet alleen wetten/besluitnummers et cetera, maar duidelijk maken waar het over gaat.”

“Kort maar krachtig, ambtelijke taal zoveel mogelijk weglaten.”

“In eenvoudige taal aangeven waarvoor een vergunning is aangevraagd of verleend.”

“Jip en Janneke taal gebruiken.”

(Maar liefst 15 abonnees noemen expliciet het begrip ‘Jip-en-Janneke-taal’.)

## 5. Uitgebreidere berichten/meer detail

“Herziening bestemmingsplan oost’ zegt me niets. Ik zou duidelijker zijn over welk gebied het precies gaat (eventueel met plaatje/plattegrond erbij).”

“De melding ‘omgevingsvergunning’ mag van mij specifiekere gedefinieerd worden.”

“Als er een melding is en ik wil daar wat meer van weten, krijg ik bij het aanklikken algemeenheden. Ik zou dan graag een exactere omschrijving zien van waar het nu eigenlijk om gaat.”

“De gemeente mag wel duidelijker zijn. Bijvoorbeeld: het kappen van twee bomen. In de aanvraag kan dan toch met een foto aangegeven worden welke bomen?”

“Het is vaak volkomen onduidelijk. Een voorbeeld: op de aangegeven data is de vergunning verleend. Blesdijke 17-6, Markeweg 132, 8398 GS, exploitatievergunning. Wat wordt er geëxploiteerd? Wie krijgt de vergunning? Waarom?”

“Meer details, er staat bijvoorbeeld: betreft bouw. Voor meer info moet je dan naar de gemeente. Veel handiger is het, als er bij staat wat er gebouwd gaat worden. Dan kun je op basis van die informatie eventueel actie ondernemen.”

“Met name bij gemeente-berichtgeving staat meestal niet meer informatie dan in het emailbericht.”

Ter illustratie:

### 2. **Aanvraag omgevingsvergunning Koninginneweg 212-H**

Koninginneweg 212-H, 1075 EL: voor het intern veranderen van hoekpand, plaatselijk bekend als

Berichttype: omgevingsvergunning

Uitgever: Gemeente Amsterdam

Locatie: Amsterdam, Koninginneweg

Publicatiedatum: 2019-07-24

<https://bekendmakingen.amsterdam.nl/bekendmakingen/stadsdeel-zuid/2019/week-30/aanvragen>



## Bekendmakingen

### Aanvraag omgevingsvergunning Koninginneweg 212-H

Stadsdeel Zuid - 24 juli 2019

**Koninginneweg 212-H, 1075 EL:** voor het intern veranderen van hoekpand, plaatselijk bekend als Koninginneweg 212-H, met behoud van bestemming daarvan tot horeca gelegenheid, ingekomen d.d. 18 juni 2019. OLO-nummer 4302897.

Dit is een kennisgeving. In een latere fase van de procedure kunt u een zienswijze indienen, of bezwaar maken. Bij een reguliere procedure geldt, dat een belanghebbende binnen 6 weken schriftelijk bezwaar kan indienen, nadat het besluit kenbaar is gemaakt aan de aanvrager. Bij een uitgebreide procedure kunnen zienswijzen worden ingediend, vanaf het moment dat een ontwerpbeschikking is gepubliceerd.

Indien u nog vragen heeft, neem dan telefonisch contact op met de gemeente Amsterdam via telefoonnummer 14020.

## 6. Relevantie mails verbeteren

*“Voorkomen dat berichten gestuurd worden die niet gevraagd zijn. We krijgen vaak berichten van steden die we niet geselecteerd hebben in ons profiel.”*

*“Ik heb mij aangemeld voor berichten binnen 500 meter van mijn woning maar ik krijg berichten uit heel Nieuwegein. De meeste berichten van verder weg dan 500 meter vind ik niet interessant.”*

*“Alleen postcode 2691 ('s-Gravenzande), ik krijg nu het hele Westland.”*

*“Ik woon in Kennemerland. Daarom is het niet nodig om berichten te krijgen over het Gooi of over de kop van Noord-Holland noch over Hoogheemraadschap Noorderkwartier waar wij niet onder vallen.”*

*“Nauwkeuriger selectie van berichten die voor mij van belang zijn. Ik krijg nu vergunningaanvragen bij andere gemeenten te zien terwijl ik heb aangegeven 500 meter rond mijn postcode. En veel vergunningen binnen dat gebied komen niet in de berichten voor.”*

*“Alleen info uit de buurt tonen, geen info van plaatsen 100 km verderop.”*

*“Ik heb ingevuld 500 meter rond mijn postcode en krijg 50 kilometer rond mijn postcode.”*

*“Berichten van de provincie alleen sturen als die relevant zijn voor de woonlocatie.”*

*“Er zitten vaak meldingen bij over zaken die mij niet interesseren, zoals personeelsvoorwaarden van de gemeente, verordening parkeerbelastingen 2019, verordening logiesbelasting e.d. Eigenlijk wil ik alleen maar weten of mijn nabije burens iets gaan doen waar ik last van krijg.”*

*“Voor mij geldt dat ik toch echt alléén de berichten zou willen zien uit mijn directe omgeving...”*

### **Ergo:**

De verbeterpunten overziend, kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Er wordt meer en specifiekere inhoudelijke informatie gewenst, vooral in de berichten zelf. De berichten geven volgens meerdere abonnees vaak weinig meer informatie dan al in de mail staat en dat is onvoldoende om te weten waar het bericht nu precies over gaat. In samenhang hiermee zou het toevoegen of doorlinken naar achterliggende gegevens als een belangrijke verbetering worden ervaren.
- De titels in de mail zouden meer kunnen onthullen over de inhoud van het bericht. Een aantal abonnees suggereert om al in de mail een korte samenvatting van het bericht te plaatsen.
- Het taalgebruik zou toegankelijker kunnen. Er wordt gewezen op onnodig ambtelijk, juridisch en technisch taalgebruik.
- Het zorgen voor meer to-the-point berichten en vooral voor minder irrelevante berichten zou een belangrijke verbetering zijn.
- Filteropties zouden geoptimaliseerd kunnen worden. Sommige abonnees hebben het gevoel dat ze te weinig precies kunnen aangeven waarover zij wel en vooral waarover zij geen informatie willen ontvangen, wat weer de kans op irrelevante berichten vergroot.
- De vormgeving kan verbeterd worden, met meer aandacht voor smartphonegebruik.

## 8 Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

---

In opdracht van het Kennis- en Exploitatiecentrum Officiële Overheidspublicaties (KOOP), uitvoeringsdienst van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, heeft Ergo onderzoek uitgevoerd naar de attenderingsservice *Berichten over uw buurt*. Het doel van het onderzoek was om inzichten te verschaffen in de gebruikerservaringen met *Berichten over uw buurt* en de wensen van gebruikers, op grond waarvan de berichtenservice verbeterd kan worden.

Er is kwantitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van een online enquête die in 4-5 minuten kon worden ingevuld. Twee groepen abonnees zijn via e-mail benaderd met het verzoek om deel te nemen: een random steekproef van 25.000 abonnees en een selectie van 5.000 recent geregistreerde abonnees (maart/april 2019). Van de laatste groep werd aangenomen dat zij zich zaken als het aanmeldingsproces en het eventueel wijzigen van het profiel beter dan gemiddeld zouden kunnen herinneren. Tussen 24 juni en 9 juli 2019 hebben in totaal 3.051 abonnees de vragenlijst volledig ingevuld: random steekproef 2.568, recente aanmelders: 483. De respons was daarmee ruim 12%.

### 8.1 Conclusies

#### De doelgroep

- Zowel de abonnees uit de random steekproef als de recente aanmelders zijn gemiddeld relatief oud en relatief hoog opgeleid. Zij wonen beduidend vaker in een kleinere stad of een dorp dan in een (middel)grote stad, maar wijken daarin niet af van de Nederlandse bevolking als geheel.
- Ruim een kwart van de random steekproef en ruim één op de vijf recente aanmelders heeft (al dan niet bewust) geen specifiek gebied aangegeven om berichten over te ontvangen. Zij ontvangen dus berichten over de gehele gemeente.
- De meeste abonnees hebben zich geabonneerd op de attenderingsservice met het oog op de eigen woning.
- Bijna de helft gebruikt een computer om de berichten te lezen, bijna een kwart gebruikt een smartphone. Hoe jonger men is, des te vaker gebruikt men een smartphone. Recente aanmelders zijn gemiddeld iets jonger dan de andere abonnees en gebruiken iets vaker een smartphone en iets minder vaak een computer.

#### Het aanmelden voor de service

- Men heeft doorgaans geen moeite met het aanmelden. De meeste abonnees zijn ook tevreden over de mogelijkheden bij het instellen van het profiel. Echter, een substantiële minderheid is hierover niet volledig tevreden. Van de recente aanmelders is dit een kwart.
- De belangrijkste kritiekpunten zijn: onvoldoende overzicht, te beperkte mogelijkheden om het gebied in te stellen (de straal), te veel berichten en onjuiste berichten.

#### Profiel wijzigen en afmelden

- De meerderheid van de abonnees bekend is met de mogelijkheid om het profiel te wijzigen (67% van de random steekproef; 82% van de recente aanmelders). Van de abonnees die al langer geabonneerd zijn op de attenderingsservice, weet dus een vrij grote groep (een derde) niet dat dit kan.

- Een kwart van de random steekproef van abonnees en bijna een derde van de recente aanmelders heeft het profiel geprobeerd te wijzigen.
- Het wijzigen van het profiel blijkt niet voor iedereen makkelijk te zijn. Van de abonnees in de random steekproef die het profiel wilden wijzigen, had 3% veel moeite en slaagde 13% er helemaal niet in. Van de recente aanmelders had 11% er veel moeite mee en lukte het 26% niet.
- Ongeveer driekwart van de abonnees weet hoe ze zich kunnen afmelden, maar ongeveer een kwart weet dit niet.

### **Het oordeel over de mails**

- Iets meer dan de helft van de abonnees is tevreden over het aantal ontvangen mails, maar een flinke groep van vooral jongere abonnees (bijna een kwart van de abonnees onder 50 jaar) vindt dat zij te veel mails ontvangen.
- De gewenste frequentie onder degenen die niet tevreden zijn over het aantal ontvangen mails, verschilt. Er is een grote groep abonnees (40% van de random steekproef) die één keer per week een mail wil ontvangen. Een andere grote groep (35%) wil direct wanneer een bericht gepubliceerd is, een mail ontvangen.
- Bijna twee derde van de abonnees is tevreden het soort berichten dat zij ontvangen. Oudere abonnees zijn meer tevreden dan jongere abonnees.
- Een meerderheid is tevreden over inhoud en vormgeving van de mails, maar één op de tien is niet tevreden, terwijl ongeveer een derde neutraal is. Oudere abonnees zijn ook over de vormgeving meer tevreden dan jongere abonnees.
- De mails worden in verreweg de meeste gevallen geopend. De titels zijn voor de meeste abonnees voldoende duidelijk om de relevantie van de berichten te bepalen, maar voor een ruim een derde van de abonnees niet of niet altijd.

### **Het oordeel over de berichten**

- De mails worden regelmatig gelezen, ruim de helft leest vaak of (bijna) altijd één of meer berichten, de meeste anderen doen dit soms. Oudere abonnees lezen vaker berichten dan jongere abonnees.
- De meeste abonnees vinden de berichten relevant genoeg maar circa een derde ontvangt te veel irrelevante berichten. Oudere abonnees vinden de berichten vaker relevant dan jongere abonnees.

### **Suggesties van abonnees ter verbetering van de service**

Bijna de helft van alle respondenten (46%) heeft suggesties gedaan ter verbetering van de berichtenservice. Ze kunnen zowel betrekking hebben op de mails als op de berichten zelf. De meest genoemde suggesties zijn:

- Meer en specifiekere inhoudelijke informatie, vooral in de berichten zelf, die volgens meerdere abonnees vaak weinig meer informatie dan al in de mail staat. Het toevoegen van of het doorlinken naar achterliggende gegevens zou als belangrijke verbetering worden ervaren.
- De titels in de mail zouden meer kunnen onthullen over de inhoud van het bericht, eventueel door een korte samenvatting van het bericht toe te voegen.
- Het taalgebruik (in titels en berichten zelf) zou toegankelijker kunnen door minder ambtelijk, juridisch en technisch jargon te gebruiken.
- Het beperken van irrelevante berichten zou een belangrijke verbetering zijn.

- Het optimaliseren en verfijnen van filteropties waardoor abonnees nauwkeuriger kunnen aangeven waarover zij wel en waarover zij geen informatie willen ontvangen.
- De vormgeving kan verbeterd worden, met meer aandacht voor smartphonegebruik.
- Eén op de tien abonnees die suggesties doen, spreekt lof uit voor de attenderingsservice of geeft aan dat verandering van de service niet nodig is.

## 8.2 Ergo:

Op basis van het onderzoek wil Ergo de volgende aanbevelingen in overweging geven.

### De attenderingsservice

De huidige service biedt een redelijke basis voor de verdere ontwikkeling van een service die kan worden uitgerold naar een veel grotere groep. Wel moet er rekening mee worden gehouden dat de aboneegroep na de opschaling een veel groter aantal jongere burgers zal bevatten. Dit onderzoek laat zien dat de tevredenheid over de attenderingsservice op veel punten minder groot is onder relatief jonge abonnees.

Op een aantal punten zijn wezenlijke verbeteringen nodig:

- Accurater berichtenmanagement
- Veelzeggender titels/aanvullende informatie in de mails
- Profiel wijzigen gebruiksvriendelijker maken
- Verbeterde filteropties
- Taalgebruik
- Verbeterde vormgeving, waaronder meer/betere kaarten

Met het oog op jongere burgers en het toenemend gebruik van smartphones is de vraag of e-mail op de langere termijn het meest geschikte communicatiemiddel is. Andere vormen van attendering zijn denkbaar, zoals bijvoorbeeld via de app *Omgevingsalert* waar inmiddels 40 gemeenten gebruik van maken, waaronder Amsterdam, Rotterdam en Den Haag. De mogelijke toepassing hiervan door KOOP is waarschijnlijk het bestuderen waard.

### De 'juiste' berichten

Verbeter de feitelijke attendering. Het meest genoemde verbeterpunt is dat men de informatie wil ontvangen waarom en heeft gevraagd, en geen informatie over zaken waarom men niet heeft gevraagd. Dit vraagt om heel accurate input en heel geavanceerd datamanagement.

### Profiel wijzigen gebruiksvriendelijker maken

De functionaliteit van het instellen en wijzigen van het accountprofiel is voor verbetering vatbaar. Zo kunnen abonnees die bij aanmelding geen wachtwoord hebben ingesteld, het profiel niet wijzigen. Het is aan te raden om alle gebruikers een wachtwoord te laten instellen.

### Filteropties

Er wordt een behoefte uitgesproken aan meer verfijnde manieren om te filteren om ervoor te zorgen dat men minder irrelevante berichten ontvangt. Zeker het aanbieden van opties voor een kleinere schaal rond het opgegeven adres (50m, 100m) valt aan te bevelen. Ook opties met grote afstanden zijn het overwegen waard, zeker voor degenen die in plattelandsgemeenten wonen, en voor wie de afstanden groot en de gemeentegrenzen vaak minder relevant zijn.



Het zal een uitdaging zijn om de juiste balans te vinden tussen verfijning en overzichtelijkheid. De indruk bestaat dat abonnees niet altijd alle filtermogelijkheden kennen die er zijn. De eerste opgave is om abonnees bij het registreren dit overzicht te bieden zonder dat zij door de bomen het bos niet meer zien. Veel abonnees vinden alleen hun directe woonomgeving belangrijk. Zij zouden zonder veel moeite informatie moeten kunnen uitsluiten die daar niet betrekking op heeft, bijvoorbeeld algemene informatie over de gemeente, provincie, waterschap, etc. Die mogelijkheden zijn er deels al, maar zijn enigszins verstopt.

Belangrijk is ook goed verwachtingsmanagement. De abonnees zou duidelijk moeten worden gemaakt dat wanneer zij een ruim gebied aangeven, dit tot een groot aantal (soms dagelijkse) berichten kan leiden. Voorkomen moet worden dat abonnees in spe hun profiel uit de losse pols samenstellen omdat ze niet overzien hoeveel berichten ze kunnen verwachten.

### **Titels met meer gedetailleerde omschrijvingen**

Er wordt door een deel van de abonnees gepleit voor titels die beter – en in begrijpelijke taal - beschrijven waar het bericht over gaat. Voor verbetering op dit punt is KOOP afhankelijk van de afzenders van de berichten. Een deel van de instanties levert al vrij gedetailleerde titels aan, maar een ander deel blijft op dit punt nog in gebreke. Voor de grootschalige uitrol is het raadzaam alle instanties aan te sporen, dan wel te verplichten meer informatieve beschrijvingen voor de berichtenservice te produceren.

### **Vormgeving**

Een substantiële groep abonnees opent de mails op een smartphone. De interface is daarvoor verre van ideaal. Bovendien moet men lang scrollen om voorbij de algemene informatie en de algemene links (wijzigen profiel etc.) te komen. Het is aan te bevelen het design voor de mobiele versie van BOUB te verbeteren. Met de te verwachten aanwas van jongere abonnees, zal het aantal abonnees dat de berichten op een smartphone leest toenemen en zal de noodzaak van smartphonevriendelijk design toenemen.

Een ander punt van overweging is het visueel meer verhelderend en aantrekkelijk maken van de mails. Een mogelijkheid zou kunnen zijn om in de mail een kaartje op te nemen waarin alle locaties worden aangegeven met een nummer dat verwijst naar het betreffende bericht. Ergo raadt echter aan eventuele ontwerpen hiervoor eerst goed te testen onder een gevarieerde groep abonnees. Sommige mensen zijn immers sterk visueel ingesteld, anderen zijn meer tekstgericht. Mogelijk kunnen beide groepen tevreden worden gesteld door het tonen van een kaartje in de mail als optie aan te bieden.

Om de toch al 'linkdichte' mails leesbaarder te maken en de lezer sneller bij de essentie te brengen, valt sterk te overwegen de algemene links (profiel wijzigen, afmelden, veel gestelde vragen, etc.) en eventueel ook het gebruikersprofiel onderaan de mail te plaatsen.

### **De berichten zelf**

Het meest genoemde verbeterpunt is de kwaliteit van de informatie in de berichten zelf. De informatie is volgens veel abonnees onvoldoende specifiek en gedetailleerd. Het direct tonen van de achterliggende stukken (als PDF) of het doorlinken naar deze stukken op (vooral) gemeentesites zou de kwaliteit van de dienstverlening in de ogen van veel abonnees aanzienlijk verbeteren. Dit vereist echter dat de gemeenten (en andere instanties) deze informatie digitaal toegankelijk maken. Een aandachtspunt is hierbij het beperken van ambtelijk en ander jargon. Dit ligt waarschijnlijk buiten de scope van KOOP, maar is mogelijk te agenderen op BZK-niveau. De ervaring met de service staat of valt met de toegankelijkheid van de informatie. Dat betekent niet alleen het ontsluiten van de relevante informatie, maar ook het begrijpelijk maken ervan.

**Rekeninghouden met professionele gebruikers?**

Een deel van de abonnees bestaat uit professionele gebruikers, zoals makelaars, advocatenkantoren, etc. Zij hebben vaak andere behoeften dan burgers, bijvoorbeeld informatie rond een groot aantal verschillende locaties. KOOP zou zich allereerst de vraag moeten stellen of BouB ook deze groep wil bedienen en vervolgens eventueel hoe aan hun specifieke behoefte te voldoen.

**Ten slotte**

KOOP heeft slechts tot op zekere hoogte invloed op de kwaliteit van de informatievoorziening. De gemeenten en de regionale overheden bepalen – als leveranciers van de informatie – in hoge mate de relevantie en de informatieve waarde van de berichten. Zeker met het oog op de door veel burgers ervaren overvoering met informatie is het cruciaal dat de verstrekte informatie relevant is en voldoende detail biedt over het onderwerp. Voorkomen moet worden dat er meer vragen bij burgers worden opgeroepen dan er worden beantwoord. Afstemming met de lokale en regionale overheden over het inhoudelijke gehalte, de mate van detail en de vorm waarin informatie wordt gepresenteerd, zal van groot belang zijn voor het uiteindelijke succes van de attenderingsservice.