



DAAR GAAT EEN BLAUWE ENVELOP

MONITORING EBV BELASTINGDIENST
5^E DEELRAPPORTAGE | ONLINE ENQUÊTE
METING 4 | MEI 2017



Daar gaat een blauwe envelop 5^e Deelrapportage | online enquête Meting 4 | mei 2017

Datum 4 september 2017

Versie 1.0

Uitgever Universiteit Twente
Center for e-Government Studies
<http://www.cfes.nl>

Met subsidie van

Publicatie titel Daar gaat een blauwe envelop
5e deelrapportage | online enquête
Meting 4 | mei 2017

Publicatiejaar 2017

Publicatietype Onderzoeksrapport

Auteurs Prof. Dr. Wolfgang Ebbers
Dr. Willem Pieterse.

Correspondentie Wolfgang Ebbers
E-mail W.E.Ebbers@utwente.nl

APA Referentie Ebbers, W.E. & Pieterse, W.J. (2017). *Daar gaat een blauwe envelop. 5e Deelrapportage | online enquête. Meting 4 | mei 2017*. Enschede: Universiteit Twente.

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	6
1 Concluderende samenvatting	8
2 Onderzoeksverantwoording	14
3 De respondenten	16
4 Activatie berichtenbox mei 2017: Kenmerken, Vaardigheden	17
4.1 Kenmerken respondenten	17
4.2 Intentie tot activatie	20
4.3 Laatste gebruik berichtenbox	21
4.4 Digitale vaardigheden, kennis en gebruik	22
4.5 Conclusies en aanbevelingen over de kennis en het activeren van de berichtenbox	25
5 Gebruik mei 2017: Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen	27
5.1 Digitaal contact met de Belastingdienst	27
5.2 Gebruik en evaluatie digitale portalen van de Belastingdienst	29
5.3 Gebruik specifieke functionaliteiten	35
5.4 Conclusies en aanbevelingen bij het gebruik van de portalen	39
6 Effecten van gebruik Mei 2017: Houding Digitalisering & Kanaalvoorkeuren	41
6.1 Wat vindt men van alle digitaliseringsplannen?	41
6.2 Gedragsverandering bij overgang papier naar digitaal	45
6.3 Kanaalgedrag	51
6.4 Conclusies en aanbevelingen bij effecten van gebruik	57
7 De toekomst: integratie en nieuwe functionaliteiten	59
7.1 Integratie van portalen	59
7.2 Nieuwe functionaliteiten	63
7.3 Conclusies en aanbevelingen bij integratie en nieuwe functionaliteiten	67
Gebruikte bronnen	69
Bijlagen	71

INLEIDING

Om er voor te zorgen dat de geleidelijke invoering van de Elektronisch Berichtenverkeer (EBV) operatie goed verloopt in de ogen van de burgers, laat de Belastingdienst zich op dat punt bijstaan door de Universiteit Twente / Center for e-Government Studies (CFES). Om de Belastingdienst in zijn ambities voor EBV gedurende twee jaar zo goed mogelijk bij te staan, zal CFES:

1. de invoering vanuit het perspectief van burgers op onafhankelijke wijze gaan monitoren en resultaten en inzichten daarover rapporteren aan de Belastingdienst.
2. op basis van de inzichten de Belastingdienst adviseren (en zover mogelijk begeleiden/meehelpen op te zetten) welke interventies hij zou kunnen doen, om daarmee voor EBV de kansen op succes voor EBV te vergroten op het gebied van:
 - a. bekendheid onder burgers,
 - b. het gebruik door burgers in kwantiteit,
 - c. het gebruik door burgers in kwaliteit,
 - d. waardering door burgers,
 - e. vertrouwen, waar nodig, door burgers in EBV.

Deze rapportage betreft de resultaten van de **vierde online enquête**. Deze vierde online enquête volgt op de eerste drie online enquêtes welke (respectievelijk) zijn uitgevoerd in november 2015¹, mei 2016^{1,2} en november 2016^{1,3}. In de eerste drie metingen is grotendeels dezelfde vragenlijst gebruikt met lichte variaties. Deze vierde meting wijkt het meest af. Omdat de resultaten in de eerdere drie metingen steeds in dezelfde lijnen lagen, is besloten de opzet van de vierde vragenlijst te wijzigen. Een deel van de vragen is overgenomen uit de eerdere vragenlijsten, waardoor vergeleken kan worden tussen alle vier de metingen. Daarbij gaat het vooral om vragen over de kennis en het gebruik van de berichtenbox. Daarnaast zijn nieuwe vragen opgenomen. Deze vragen richten zich op diverse relevante thema's, zoals:

- De houdingen ten aanzien van integratie van de verschillende portalen
- Wensen en behoeften ten aanzien van nieuwe functionaliteiten in de portalen van de Belastingdienst (Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen)
- De effecten van de toenemende digitalisering op kanaalvoorkeuren en –keuzes

De rapportage is als volgt opgebouwd: Hoofdstuk 1 geeft een samenvatting van dit rapport weer, met daarin de belangrijkste conclusies. Hoofdstuk 2 geeft de onderzoeksverantwoording weer. Hoofdstuk 3 beschrijft kort de socio-demografische data van de respondenten, zoals leeftijd en opleidingsniveau. Hoofdstuk 4 behandelt de kenmerken van burgers die al dan niet van de berichtenbox gehoord hebben en de berichtenbox al dan niet geactiveerd hebben. Hoofdstuk 5 gaat in op het gebruik van de webportalen Mijn Belastingdienst, Mijn Toeslagen en Mijn Overheid. Hoofdstuk 6 gaat over de effecten van elektronisch berichtenverkeer. Hoofdstuk 7 gaat in op de toekomst en de wensen en behoeften ten aanzien van nieuwe functionaliteiten. We sluiten het rapport af met enkele bronvermeldingen en verdiepende cijfers in de bijlagen.

De dataverzameling vond plaats in mei 2017, ongeveer anderhalf jaar nadat de landelijke publiekscampagne 'vaarwel blauwe envelop' groots van start ging.

¹ Zie Ebbers, van de Wijngaert en Lange (2016), ^{1,2} Ebbers, De Graaf en Pieterse (2016), ^{1,3} Ebbers & Pieterse (2017)

De resultaten in dit rapport beschrijven dus de situatie per mei 2017. De datapreparatie en de data-analyses hebben plaatsgevonden in de maanden mei en juni 2017.

We benadrukken dat het hier gaat om de rapportage van een online enquête. Het merendeel (94%) van de Nederlandse burgers tussen de 15 jaar en de 75 jaar maakt eens per drie maanden of vaker gebruik van het internet (CBS, 2016a, b). Dit is gezien het massale karakter van de EBV operatie een uiterst relevante groep voor de Belastingdienst. Het gaat hier om de zogenaamde 'grote getallen'. De impact van deze grote getallen op de kernprocessen van de Belastingdienst kan navenant groot zijn. Daarom is het zaak om deze groep bij de start van de EBV operatie goed in het oog te krijgen en te houden. Door de inzet van online enquêtes bereiken we naar onze mening deze groep op een afdoende wijze.

Met een dergelijk instrument bereiken we niet de 6% nauwelijks- of niet-gebruikers tussen de 15 en 75 jaar. Ook weten we niet precies hoe het staat met de groep 75 jaar of ouder als het gaat om wel of geen internetgebruik. Gegeven de kerntaken van de Belastingdienst en de positie in de Nederlandse samenleving, zijn deze groepen ondanks hun kleinere aantallen echter nog steeds zeer relevant.

Om een beter beeld te krijgen van hoe nauwelijks- of niet-internetgebruikers in deze vraagstukken staan, hebben we in 2016 een telefonische enquête gehouden onder een panel van mensen die internet niet of nauwelijks gebruiken². Deels spelen dezelfde vragen als bij de grote groep van 94%. Denk aan vragen als 'bent u bekend met de berichtenbox', 'heeft u hem geactiveerd of gaat u dat nog doen', 'wat is uw houding is ten aanzien van de digitalisering', 'heeft u hulp nodig bij uw belasting- en/of toeslagzaken' en '(van wie) krijgt u hulp bij uw belasting- en/of toeslagzaken'?

² Zie Ebbers, de Graaf en Pieterse (2016).

1 CONCLUDERENDE SAMENVATTING

De onderstaande bevindingen en aanbevelingen (deze staan in cursief in de tekst hieronder) hebben betrekking op de onderzoeksresultaten zoals ze zijn verzameld in mei 2017. De resultaten in dit rapport beschrijven daarmee de situatie per mei 2017. Waar relevant besteden we aandacht aan de vergelijking van de situatie per eind per mei 2017 en de situatie per november 2016 toen de derde meting werd uitgevoerd. Daarnaast besteden we aandacht aan de vergelijking tussen de vier metingen. Ten slotte bespreken we de resultaten van de nieuw toegevoegde vragen.

Kennis en activatie blijven stijgen

Inmiddels kent 86% van de respondenten de berichtenbox en heeft 76% deze geactiveerd. De belangrijkste conclusie wat betreft de kennis en activatie van de berichtenbox is dan ook dat zowel kennis als activatie (nog steeds) toenemen. We zien een vergelijkbare stijging tussen meting 3 en meting 4 wat betreft de kennis en activatie als we zagen tussen meting 1 en 2. Vermoedelijk heeft dit te maken met het gegeven dat zowel meting 2 als 4 plaatsvond vlak na de belastingaangifteperiode.

Een soortgelijke waarneming zien we terug in de cijfers over het laatste gebruik. Het laatste gebruik is meer recent bij die metingen die vlak na de belastingaangifte plaatsvonden. Het lijkt er dus op dat het gebruik van de berichtenbox hoger is naarmate men ook daadwerkelijk een reden heeft om er gebruik van te maken.

Hier volgt dan ook het advies uit dat het raadzaam is om kennis, activatie en gebruik van de berichtenbox verder te stimuleren door meer elektronisch met de burger te communiceren.

Wel zien we in kennis en activatie verschillen tussen de verschillende leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus. We zien dat jongeren en lager opgeleiden minder vaak de berichtenbox kennen en activeren. Deze groepen kunnen derhalve profiteren van extra aandacht en ondersteuning om ook kennis en gebruik bij deze groepen te stimuleren.

Intentie tot activatie: percentage kenners dat niet wil activeren blijft ongeveer gelijk

Daarnaast zien we dat het percentage mensen dat de berichtenbox kent en vervolgens activeert niet verder toeneemt, er is inmiddels een stabiele groep van ongeveer 13% van de respondenten die niet de stap zet van kennis naar activatie van de berichtenbox. Van deze groep zegt een meerderheid (60%) wel dat ze de berichtenbox in de toekomst gaat activeren. De waarschijnlijkheid tot toekomstige activatie neemt daarnaast toe. De groep respondenten die het 'redelijk tot zeer onwaarschijnlijk' achten dat ze de berichtenbox gaan activeren is met 14% sinds meting 2 sterk gedaald. Toch is er dus nog steeds een groep mensen die overtuigd moet worden van nut en noodzaak van de berichtenbox.

De aanbeveling luidt dan ook om in de gaten te houden hoe deze groep zich verder ontwikkelt en waar mogelijk specifiek op te interveniëren.

Digitale vaardigheden: niveau hoog en stabiel

Een van de zaken die opmerkelijk stabiel is over alle vier de metingen heen, is het niveau van digitale vaardigheden. Deze zijn hoog binnen de hele groep respondenten, maar variëren wel behoorlijk tussen de verschillende (demografische) groepen. We vinden daarbij kleine verschillen wat betreft leeftijd en geslacht. We vinden echter ook consistent grotere verschillen tussen de verschillende opleidingsniveaus. Lager

opgeleiden hebben consistent lagere operationele en informatievaardigheden dan hoger opgeleiden. Dit houdt verband met de lagere kennis en activatie van de berichtenbox onder de groep lager opgeleiden.

Onze aanbeveling: om derhalve het gebruik van de berichtenbox (en digitale diensten in het algemeen) verder te stimuleren, kan het lonen om naast het verbeteren en vergemakkelijken van de diensten (meer) te investeren in de niveaus van digitale vaardigheden van de lager opgeleide groepen in de populatie.

Digitaal contact met de Belastingdienst: rond 70% digitaal in contact met de Belastingdienst, frequentie van contact stijgt

Hierboven zagen we al dat het percentage mensen dat de berichtenbox activeert (nog steeds) toeneemt onder de respondenten aan de vier metingen. Maar gelet op de Belastingdienst zelf zien we dat het percentage respondenten dat al digitaal contact heeft met de Belastingdienst stabiel is. In alle vier de metingen is dat ongeveer 70% van de respondenten. Wel zien we dat de respondenten die digitaal contact hebben dat steeds vaker doen. Met andere woorden, daar waar mensen eenmaal beginnen met het gebruik van het elektronische berichtenverkeer en digitale dienstverlening, doen ze dat steeds vaker. De respondenten die geen digitaal contact hebben met de Belastingdienst zijn vaker jong (15-35) en lager opgeleid. Respondenten die wel digitaal contact hebben met de Belastingdienst doen dat vooral via de portalen (Mijn Belastingdienst, Mijn Toeslagen & Mijn Overheid) en het gebruik ligt vaker dan twee keer per jaar, maar minder dan 1 keer per maand. Een aanzienlijke minderheid (~30%) heeft nog geen digitaal contact gehad. Dit wijst er op dat er in het digitale contact met de Belastingdienst nog aanzienlijke ruimte voor groei zit.

Evaluatie portalen: met een rapportcijfer van ruim een 7 positief gewaardeerd

De portalen van de Belastingdienst (Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen) worden positief gewaardeerd met een rapportcijfer van ongeveer een zeven. Daarnaast worden specifieke kenmerken van de portalen positief gewaardeerd. Zo vindt men beide portalen 'Prettig', 'Efficiënt' en 'Begrijpelijk'. De portalen voldoen dan ook aan de verwachtingen van de respondenten. Het minst positief (maar in absolute zin nog steeds positief) is men over de aantrekkelijkheid van de beide portalen.

Wel zien we verschillen tussen de demografische groepen in hun evaluatie van de portalen. Jongeren zijn minder positief over de aantrekkelijkheid van Mijn Belastingdienst. Daarnaast zien we dat zowel lager als hoger opgeleiden iets minder positief zijn over de snelheid, mate van voldoen aan verwachtingen en voorspelbaarheid van Mijn Toeslagen dan de middelbaar opgeleiden. Alle groepen zijn wel positief ten aanzien van alle punten. Dit zien we ook terug in de gebruikservaringen met de portalen. Wat betreft beide portalen heeft ongeveer een kwart een goede ervaring gehad, ongeveer 70% is neutraal (geen goede/slechte ervaring) en een kleine groep (~4%) had een slechte ervaring.

Belangrijkste verbeterpunt voor de beide portalen zit in het vergroten van de aantrekkelijkheid van de portalen, maar gegeven de positieve evaluatie van de portalen in het algemeen zijn er geen heel urgente aanbevelingen die we kunnen doen op basis van de resultaten van dit onderzoek.

Kennis en gebruik specifieke functionaliteiten: functionaliteiten goed bekend, gebruik afhankelijk van wat nodig is

Mijn Belastingdienst wordt vooral gebruikt voor een relatief beperkte set functionaliteiten. Veruit de meest gebruikte functie is het doen van belastingaangifte (89%), gevolgd door het inzien van correspondentie (67%) en oudere belastingaangiften (57%). Functies als het opzoeken van contactinformatie, het opvragen van

inkomensverklaringen en doorgeven van een ander bankrekeningnummer worden door een minderheid gebruikt. De vermoedelijke (en logische) verklaring hiervoor is simpelweg het gebrek aan noodzaak om deze functies te gebruiken. De meeste functies zijn ook bekend bij de respondenten. Bij slechts twee functionaliteiten ('Eerdere bezoeken aan Mijn Belastingdienst inzien' en 'inkomensverklaring opvragen of afdrukken') zien we dat ongeveer 5% van de respondenten de functionaliteit niet kent. Hier zit dus nog ruimte voor verbetering.

We zien dat het gebruik van de functionaliteiten van Mijn Toeslagen meer gespreid is. Alle functies zijn door meer dan 30% van de respondenten wel eens gebruikt. Tegelijkertijd zien we hier wel dat bepaalde functies minder bekend zijn. Het inzien van de eigen huishoudgegevens (9%) en het opzoeken van contactinformatie (6%) zijn bij bepaalde respondenten niet bekend. Hier zit dus wel meer ruimte voor verbetering.

Houding ten aanzien van de digitalisering: positief en geleidelijk stijgend

Net als in de voorgaande metingen is men over het algemeen positief ten aanzien van de digitalisering van de overheid, daarnaast is men over de periode van de vier metingen (twee jaar) geleidelijk aan positiever geworden is. Deze toename in positieve houding creëert mogelijk verdere ruimte in de groei van de digitale dienstverlening. Ondanks deze positiviteit is men nog steeds wel bang dat veel mensen de ontwikkelingen niet bij kunnen houden. Net als in de voorgaande metingen zien we vooral grote verschillen wat betreft opleiding en de houding ten aanzien van de digitalisering. Lager opgeleiden zijn consistent meer negatief en verwachten vaker problemen. Ook is deze groep vaker bang om de zelfstandigheid kwijt te raken door de digitalisering.

De angst om de zelfstandigheid kwijt te raken speelt, net als in meting 2 en 3, bij een groep van ongeveer 20% van de populatie. Binnen deze groep vinden we vaker laag opgeleiden en ouderen.

De aanbeveling is om deze groepen zwakkeren in de gaten te blijven houden en het gebruik van de digitale diensten bij deze groepen zo eenvoudig mogelijk te maken en waar nodig goede alternatieven aan te bieden. Hierbij kan het helpen deze groepen zoveel mogelijk te betrekken bij de ontwikkeling en/of verbetering van digitale diensten.

Gedragsverandering bij overgang papier naar digitaal: meerderheid wil email als notificatie, herinneringsmail gewenst

Respondenten hebben een sterke voorkeur voor het ontvangen van een e-mail als notificatie voor een bericht in de berichtenbox (72%). Wel zien we dat er een aanzienlijke groep is (14%) die opvallenderwijs graag een brief ontvangt als notificatie van een digitaal bericht. Hoewel de meerderheid de voorkeur geeft aan email, is het wel de vraag in hoeverre dit afdoende is om mensen ook daadwerkelijk te bewegen om hun berichtenbox te openen naar aanleiding van deze (e-mail)notificatie. In de vorige drie metingen zagen we namelijk consistent dat mensen eerder geneigd zijn te reageren op een brief dan op een e-mail.

Onafhankelijk van het soort bericht in de berichtenbox zegt de meerderheid (74%) in deze vierde meting meteen of binnen 24 uur te gaan reageren op het bericht in de berichtenbox. In totaal 8% van de respondenten geeft, onafhankelijk van het soort bericht, aan niet te gaan reageren. De aard van het bericht (geld moeten betalen of terugkrijgen) en de grootte van het bedrag zijn van invloed op de bereidheid om te reageren. Hierbij maakt het niet zoveel uit of men moet betalen of geld terug krijgt, maar wel wat de grootte van het bedrag is. De bereidheid om te reageren is lager indien men een klein bedrag moet betalen of terugkrijgen. Dit kan bij digitalisering van deze soort

berichten mogelijk problemen opleveren, vooral daar waar het gaat om het heffen en innen van kleine bedragen.

Ook zien we dat respondenten in overgrote meerderheid (78%) graag een herinneringsnotificatie (dus een tweede notificatie) zouden krijgen indien ze niet tijdig reageren. Hoewel e-mail als manier van herinneringsnotificatie de voorkeur heeft van de respondenten, neemt het percentage dat voor een herinneringsnotificatie graag een ander medium kiest (vooral SMS) hier wel toe.

Wellicht dat een dergelijke, tweede herinnering een goede manier kan zijn om de overgang van papieren naar digitale communicatie te faciliteren.

Kanaalgedrag: verschuiving naar digitaal, traditionele kanalen blijven nodig

Een groot effect van de toenemende digitalisering is dat de kanaalvoorkeuren en kanaalkeuzes van de Nederlandse bevolking veranderen. We zien dat in vergelijking met eerder onderzoek dat is uitgevoerd voor de Belastingdienst door de Universiteit Twente in 2008, de voorkeuren en het gebruik van kanalen voor contacten met de overheid een grote verschuiving hebben gemaakt van de 'traditionele' (persoonlijk en telefonisch) richting de 'elektronische' (website en e-mail). Hierbij valt tevens op dat social media nauwelijks gebruikt worden en ook niet de voorkeur hebben, iets dat we ook in ander onderzoek van onder meer de Universiteit Twente zien terugkomen.

We zien in deze opnieuw behoorlijke verschillen tussen de demografische groepen. Hierbij zitten wat betreft leeftijd de verschillen *binnen* de elektronische kanalen. Jongere respondenten communiceren liever via de website en ouderen via e-mail. Wat betreft opleiding zit het verschil *tussen* 'traditioneel' en 'elektronisch'. Lager opgeleiden geven vaker de voorkeur aan meer traditionele kanalen (zoals de telefoon en het persoonlijke contact aan de balie).

Het resultaat hierboven voor wat betreft opleiding is in lijn met het lagere gebruik van de portalen, alsmede de berichtenbox, de meer negatieve houding ten aanzien van digitalisering en de lagere digitale vaardigheden van de lager opgeleide groepen. Dit resultaat pleit in ieder geval voor een geleidelijke strategie. Daarin moeten zowel de invoering van het elektronisch berichtenverkeer, alsook de verdere digitalisering van de dienstverlening geleidelijk plaatsvinden. Deze geleidelijke invoering stelt de burger in staat om rustig te wennen aan het gebruik van digitale communicatie en dienstverlening en aldoende het gedrag aan te passen. Ook geldt dat er nog steeds een groep is die voor de dienstverlening afhankelijk is van meer traditionele vormen van dienstverlening. Iets dat bijvoorbeeld ook te maken heeft met de lagere digitale vaardigheden van deze groep (let op, we hebben het hier niet over de groep niet-gebruikers of niet-digitalen met totaal geen digitale vaardigheden).

Daarnaast zullen voor bepaalde vormen van dienstverlening, en ondersteuning bij de dienstverlening, vooralsnog andere kanalen nodig blijven. Zo zien we dat een meerderheid van de respondenten de voorkeur heeft voor telefonische (of zelfs nog persoonlijke) dienstverlening op het moment dat vragen complexer worden. Hierbij heeft men in vergelijking met 2008 nu zelfs een sterkere voorkeur voor de telefoon. Ook als bijvoorbeeld snelheid van belang is, heeft men de voorkeur voor de telefoon.

Er is in het kanaalgedrag een verschuiving gaande van de traditionele kanalen naar de elektronische kanalen. Deze algehele verschuiving verloopt minder sterk voor achterblijvende groepen. Daarnaast zien we nog steeds in sterke mate het verband tussen type kanaal en de soort dienst waarvoor of situatie waarin het kanaal gekozen wordt.

Dit suggereert dat het nog steeds wenselijk is om een dienstverleningsstrategie te hebben die zicht niet volledig richt op digitale dienstverlening voor alle burgers, voor alle diensten. Het is aan te bevelen om een dergelijke strategie rond een aantal pijlers op te bouwen:

- 1. Een geleidelijke verdere digitalisering van dienstverlening (met daarbinnen een geleidelijke digitalisering van het berichtenverkeer) die in de pas loopt met de wensen, behoeften en gedraging van de bevolking. Een geleidelijke digitalisering stelt mensen in staat te wennen aan veranderingen in de dienstverlening.*
- 2. Een goede achtervang of ondersteuning voor die vormen van dienstverlening waarvoor digitale dienstverlening (nog) niet geschikt is. Vooral telefonisch en in sommige gevallen persoonlijk. Bijvoorbeeld daar waar vraagstukken complex zijn.*
- 3. Voor de groep mensen die (nog) niet overweg kan met de digitale dienstverlening blijven goede alternatieve noodzakelijk. Deels kan dit opgelost worden door goede machtigingsfunctionaliteiten, deels kan educatie helpen, maar deels zullen meer traditionele vormen van dienstverlening nodig blijven voor deze groepen.*

Integratie van portalen: geen duidelijke voorkeur voor toekomst berichtenbox, grote minderheid wil wel integratie portalen op overheidsniveau

De respondenten hebben geen duidelijke voorkeur wat betreft de toekomst (en integratie) van de berichtenbox. De grootste groep respondenten (~35%) heeft het liefst de berichtenbox zoals het nu is. Daarnaast zien we ongeveer gelijke groepen (~22%) die of geen voorkeur hebben of het liefst zien dat de berichtenbox geïntegreerd wordt in relevante websites of portalen van de verschillende overheden. Er is dus op dit moment geen duidelijke voorkeur van de respondenten over hoe de berichtenbox eruit moet zien.

Dit vraagt wat ons betreft om nadere verkenning van hoe burgers in toekomst het liefst overheidsberichten ontvangen.

Het beeld wordt iets duidelijker (maar niet veel) als we de respondenten vragen naar de voorkeur voor integratie van de digitale dienstverlening van de overheid. Hier maken we een onderscheid tussen 1) integratie op dienstniveau (alles behorend bij één dienst geïntegreerd), 2) integratie op organisatieniveau (alle diensten van één organisatie bij elkaar) en 3) integratie op overheidsniveau (alle diensten van de overheid bij elkaar). De grootste groep (~40%) geeft de voorkeur aan het laatste scenario. Daarna volgen ongeveer gelijke groepen van ongeveer een kwart van de respondenten die het liefst integratie op organisatieniveau hebben of die geen voorkeur hebben. De situatie zoals deze nu is (met in dit geval aparte portalen voor toeslagen en belastingen) heeft de voorkeur van slechts een klein deel van de respondenten.

Nieuwe functionaliteiten Berichtenbox: meer functies gewenst

De respondenten zien graag dat meer functionaliteit aan de berichtenbox wordt toegevoegd. Het meest positief is men over de mogelijkheid waarmee men zelf kan instellen via wel soort medium men een notificatiebericht krijgt. Daarnaast kunnen andere functionaliteiten die te maken hebben met de inrichting van de communicatie in de huidige berichtenbox ook op positieve beoordelingen rekenen. Denk aan het kunnen doorsturen van de e-mails, het direct kunnen reageren op berichten in de berichtenbox en het zelf kunnen organiseren van berichten. Nog steeds positief, maar in minder mate, is men over een aantal andere functies, zoals het doorsturen van berichten naar derde partijen, een berichtenbox app (hierover was men in de vorige meting nog neutraal) en het zien van gespreksverslagen. Men is niet enthousiast over de mogelijkheid om andere personen een notificatie te laten krijgen.

Deze volgorde van relevantie kan een goede leidraad zijn voor de doorontwikkeling en toevoeging van nieuwe functies aan de berichtenbox.

Nieuwe functies portalen Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen: overzicht financiële situatie, mogelijkheid direct betalen en zelf autoriseren meest gewenst

Daarnaast hebben we de respondenten gevraagd naar hun oordeel over mogelijke nieuwe functies voor de portalen van de Belastingdienst. Ook hier zien we overwegend positieve oordelen over de meeste, voorgestelde functies. Het meest positief is men over het toevoegen van een overzicht van de financiële situatie bij de Belastingdienst, het direct kunnen betalen van openstaande bedragen en het kunnen instellen welke overheid toegang heeft tot de persoonlijke gegevens van de burger. Minder enthousiast maar nog steeds positief is men over de mogelijkheid om nieuws over de omgeving toe te voegen en een mobiele app om diensten af te kunnen nemen.

In die zin lijkt het er ook hier op dat men meer ziet in het uitbreiden en/of verbeteren van bestaande functionaliteiten dan het toevoegen van nieuwe (Belastingdienstvreemde) functies en nieuwe kanalen. Ook hier zien we wat ons betreft een goede leidraad voor de verdere ontwikkeling aan de portalen van de Belastingdienst.

2 ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Dit deelonderzoek is onderdeel van een meerjarig onderzoek. Doel van deze online meting is om de invoering van EBV vanuit het perspectief van de burger met behulp van een online enquête kwantitatief in kaart te brengen.

Het was de bedoeling om gedurende twee jaar twee online metingen per jaar uit te voeren met een nieuwe groep van respondenten om veranderingen in kennis en gebruik van het EBV. Deze vierde meting betreft de afsluitende meting van deze periode van twee jaar. In deze vierde meting blikken we dan ook terug op de ontwikkelingen in kennis, houdingen en gedragingen gedurende de looptijd van het onderzoek.

Deze vierde meting werd met behulp van een online-panel uitgevoerd in de maand mei 2017 en leverde een respons van n=1237 op. De data werden verzameld met behulp van een online-panel onder de regie van online marktonderzoek bureau PanelClix. Onder vermelding van een aantal persoonsgegevens zoals geslacht en leeftijd kan iedereen zich daar aanmelden om aan onderzoek deel te nemen. De deelname wordt beloond met waardepunten.

Deelnemers voor dit deelonderzoek werden, evenals in de voorgaande onderzoeken, geselecteerd op of ze gebruik maken van een online dienst van de Belastingdienst³ (zoals belastingaangifte of aanvraag Toeslagen) en bij de steekproef werd erop gestuurd dat de samenstelling van leeftijd, geslacht en opleidingsniveau van de respondenten een weerspiegeling van de samenstelling van de Nederlandse bevolking vormden. Doel hiervan is om beter generaliseerbare uitspraken te kunnen maken.

Gebaseerd op hun antwoorden, werden de respondenten op verschillende routes door de vragenlijst gestuurd. Zo werd aan respondenten die alleen belastingaangifte doen vragen gesteld over Mijn Belastingdienst. Respondenten die alleen toeslagen ontvangen kregen vragen over Mijn Toeslagen. Respondenten die zowel aangifte doen, als toeslagen ontvangen kregen willekeurig vragen over Mijn Belastingdienst of Mijn Toeslagen.

In een aantal gevallen (net als in voorgaande metingen) zijn meerdere individuele vragen of stellingen gebruikt om (samengestelde) constructen te maken. Zo is het construct 'houding digitalisering' samengesteld uit de individuele vragen over digitalisering (zie H6). Dit geldt daarnaast voor de volgende constructen: informatievaardigheden en operationele vaardigheden.

De complete dataset besloeg n=1540 respondenten. Deze set is vervolgens opgeschoond. Zo werden niet volledig ingevulde en/of veel te snel ingevulde vragenlijsten niet meegenomen voor de analyse. Uiteindelijk is een dataset van n=1237 responses overgebleven. Deze dataset is samengevoegd met de data van de eerste drie online metingen en de gecombineerde dataset is geanalyseerd met SPSS. De datapreparatie en de data-analyses hebben plaatsgevonden in de maanden mei en juni 2017. Daarnaast zijn de vragen geanalyseerd die alleen in meting 4 gesteld zijn. Er zijn vier blokken geanalyseerd: kennen en activeren van de berichtenbox (hoofdstuk 4),

³ Omdat bijna iedereen een relatie met de Belastingdienst heeft, heeft deze selectie naar onze mening weinig invloed op de representativiteit.

gebruik van Mijn Belastingdienst / Mijn Toeslagen / Mijn Overheid-berichtenbox (hoofdstuk 5), effecten van de digitalisering (hoofdstuk 6) en de toekomst (hoofdstuk 7).

Er zijn verschillende statistische toetsen uitgevoerd. De waarden daarvan vermelden we waar relevant in dit rapport. Om de tekst overzichtelijk en leesbaar te houden, vermelden we de waarden enkel in voetnoten of in bijschriften bij figuren en tabellen.

Dit onderzoek heeft een aantal beperkingen. Hieronder vatten we ze samen.

Ondanks sterke sturing op representativiteit op leeftijd, geslacht en opleiding van de respondenten tijdens de dataverzameling, zijn de groepen middelbaar opgeleide mannen en vrouwen van 35-55 jaar oververtegenwoordigd, alsmede de groep middelbaar opgeleide vrouwen van 15-35 jaar. De afwijkingen zijn echter niet groot en de afwijkingen zijn vergelijkbaar met die in de vorige metingen. De sterkst vertegenwoordigde groep vormt de middelhoog opgeleide respondenten, zoals volgens het CBS ook daadwerkelijk het geval is bij de Nederlandse bevolking. Daarom gaan we er vanuit dat we wat betreft leeftijd, opleiding en geslacht generaliseerbare uitspraken kunnen doen.

Verder is het aantal respondenten dat aangeeft de berichtenbox al geactiveerd te hebben omgerekend naar de rond 12 miljoen belastingplichtigen in Nederland met 8,98 (7,14 in meting 3) miljoen ongeveer een kwart groter dan de officiële telling van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties/Logius op dat moment zelf⁴. Tijdens de dataverzameling van de vierde meting lag dat getal op 6,51 miljoen geactiveerde berichtenboxen. Een mogelijke verklaring is dat we een online panel hebben geraadpleegd, waarvan de leden waarschijnlijk eerder geneigd zijn digitale innovaties zoals de berichtenbox te adopteren. Tegelijkertijd is de gemiddelde afwijking nog iets kleiner dan die van de tweede meting.

Tot slot, het gaat om een online enquête. Het merendeel (94%) van de Nederlandse burgers tussen de 15 jaar en de 75 jaar maakt eens per drie maanden of vaker gebruik van het internet (CBS, 2016a,b). Met een dergelijk instrument bereiken we niet de 6% nauwelijks- of niet-gebruikers tussen de 15 en 75 jaar. Ook weten we met dit online onderzoek niet precies hoe het staat met de daadwerkelijke groep 75 jaar of ouder als het gaat om wel of geen internetgebruik. Om daar meer zicht op te krijgen, is een apart telefonisch onderzoek gehouden (parallel aan de tweede, online meting). Daarover is in een aparte rapportage⁵ verslag gedaan. Dit wil zeggen van de kennis, houding en gedragingen bij elektronische diensten van overheidsorganisaties van mensen die nauwelijks of geen internet gebruiken ('Mindergebruikers' en 'Niet-gebruikers').

⁴ Omwille van de consistentie met de voorgaande metingen rekenen we de cijfers van dit onderzoek om naar de gehele (belastingplichtige) populatie. In werkelijkheid richt dit onderzoek zich op een subgroep van deze populatie, namelijk het internettende deel.

⁵ Zie Ebbers, de Graaf en Pieterse (2016).

3 DE RESPONDENTEN

Het onderzoek is uitgevoerd in de maand mei 2017 onder ongeveer 1500 panelleden en leverde uiteindelijk een dataset op met netto respons van $n=1237$. Tabel 1 geeft de verdeling van leeftijd, geslacht, opleiding in de uiteindelijke steekproef van dit deelonderzoek weer. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van de verdelingen in alle vier (online) deelonderzoeken.

		Laag	Midden	Hoog	Hoogst genoten opleiding	
Mannen	15-35	3%	7%	4%	Laag	Basisonderwijs
	36-55	4%	11%	6%		VMBO, mbo1, AVO onderbouw
	55+	3%	6%	3%	Midden	MBO 2, 3 en 4
Vrouwen	15-35	3%	10%	4%		HAVO, VWO
	35-55	5%	14%	6%	Hoog	HBO, WO bachelor
	55+	5%	5%	2%		WO masters, doctor

TABEL 1. LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE RESPONDENTEN (N=1237) IN METING 4

Zoals reeds behandeld in hoofdstuk 2, zijn er ondanks de nauwkeurige dataverzameling een aantal kleine afwijkingen wat betreft representativiteit van de Nederlandse bevolking (zie Tabel 2). De groepen mannen en vrouwen tussen 35 en 55 jaar oud met een middelbare opleiding zijn in de steekproef van meting 3 licht oververtegenwoordigd. Dit geldt ook voor de groep middelbaar opgeleide vrouwen van 15-35.

		Laag	Midden	Hoog	Hoogst genoten opleiding	
Mannen	15-35	6%	7%	4%	Laag	Basisonderwijs
	36-55	4%	8%	7%		VMBO, mbo1, AVO onderbouw
	55+	5%	6%	4%	Midden	MBO 2, 3 en 4
Vrouwen	15-35	5%	6%	5%		HAVO, VWO
	35-55	4%	8%	6%	Hoog	HBO, WO bachelor
	55+	7%	5%	3%		WO masters, doctor

TABEL 2. LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE NL BEVOLKING (CBS, 2015) (TELT DOOR AFRONDINGSVERSCHILLEN NIET OP TOT 100%).

Concluderend kunnen we spreken dat, gegeven de omvang en de weerspiegeling van de verschillende groepen in de samenleving, de steekproef voldoende representatief is voor het internettende deel van de populatie.

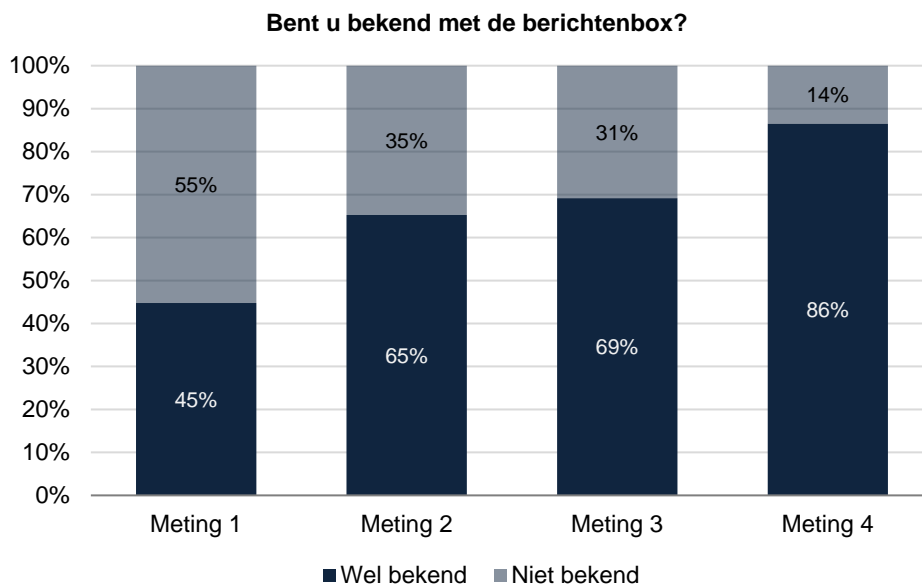
4 ACTIVATIE BERICHTENBOX MEI 2017: KENMERKEN, VAARDIGHEDEN

Dit hoofdstuk behandelt de onderzoeksresultaten die gaan over wie op dit moment de berichtenbox geactiveerd heeft en wie nog niet (paragraaf 4.1 tot en met paragraaf 4.4). Vragen die de revue passeren zijn bijvoorbeeld: wat zijn de persoonskenmerken en hoe zit het met de digitale vaardigheden? Aan het einde van dit hoofdstuk (paragraaf 4.5) volgen dan de conclusies die we trekken op basis van de resultaten.

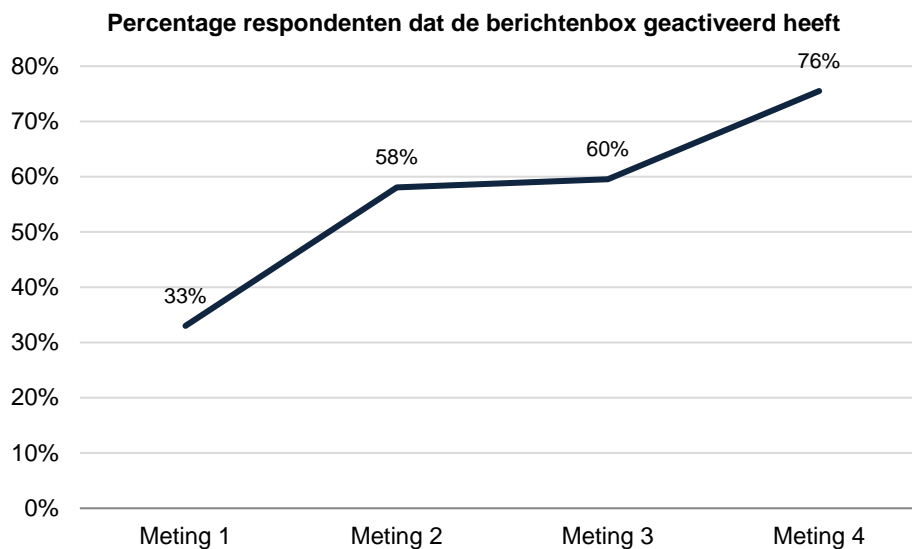
4.1 Kenmerken respondenten

In deze paragraaf bespreken we de kenmerken van de respondenten wat betreft hun kennis en activatie van de berichtenbox. We splitsen kennis en activatie bovendien uit naar leeftijd, opleiding en geslacht.

De bekendheid van de berichtenbox onder de respondenten is gedurende de vier metingen gestegen van 45% (meting 1), naar 65% (meting 2), naar 69% (meting 3), tot 86% in meting 4 (Figuur 1). Het percentage activaties neemt ook toe. Inmiddels heeft ongeveer 76% van de respondenten de berichtenbox geactiveerd (Figuur 2). Waar we in de vorige meting nog zagen dat de toename in het aantal activaties gering was, is dat beeld nu anders. Het verschil in toename tussen meting 3 en 4 is vergelijkbaar met de toename tussen meting 1 en 2. Vermoedelijk heeft dit te maken met het gegeven dat meting 4, net als meting 2, net na de jaarlijkse belastingaangifteperiode plaatsvond. Dit heeft vermoedelijk tot een stimulans in de bekendheid van de berichtenbox geleid.

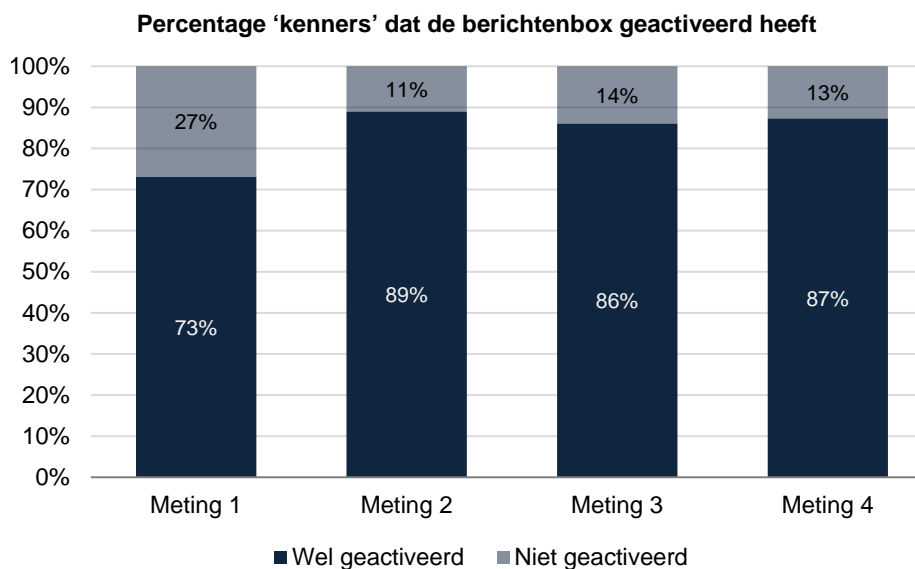


FIGUUR 1. PERCENTAGES RESPONDENTEN MET KENNIS BERICHTENBOX, METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS SIGNIFICANT ($\chi^2=107.423$, $P<.000$).



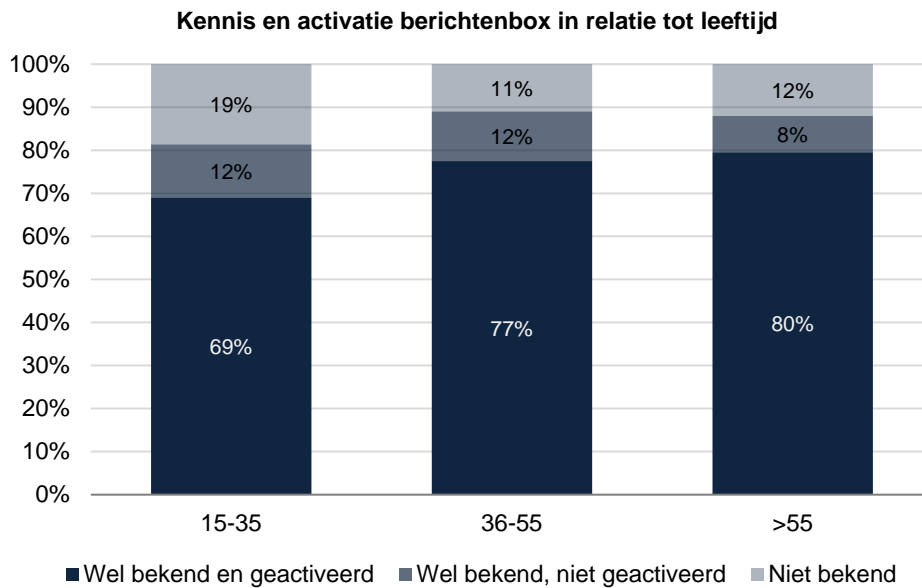
FIGUUR 2. PERCENTAGES RESPONDENTEN DAT DE BERICHTENBOX GEACTIVEERD HEEFT IN METING 1, 2, 3 & 4.

Wat niet veranderd is, en al sinds meting 2 niet meer verandert, is het percentage respondenten dat de berichtenbox activeert, na er kennis van genomen te hebben. Het verschil tussen meting 3 en 4 in bekendheid (zie Figuur 1) is significant, die voor activatie is dat niet (Figuur 3). We vinden dus, net als in de vorige rapportage, dat de bekendheid wel toeneemt, maar het percentage binnen de groep die de berichtenbox kent dat activeert niet. Er is een groep van ongeveer 13% die niet de stap zet van kennis naar activaties en het lijkt er (inmiddels) op dat de relatieve omvang van deze groep stabiel is.



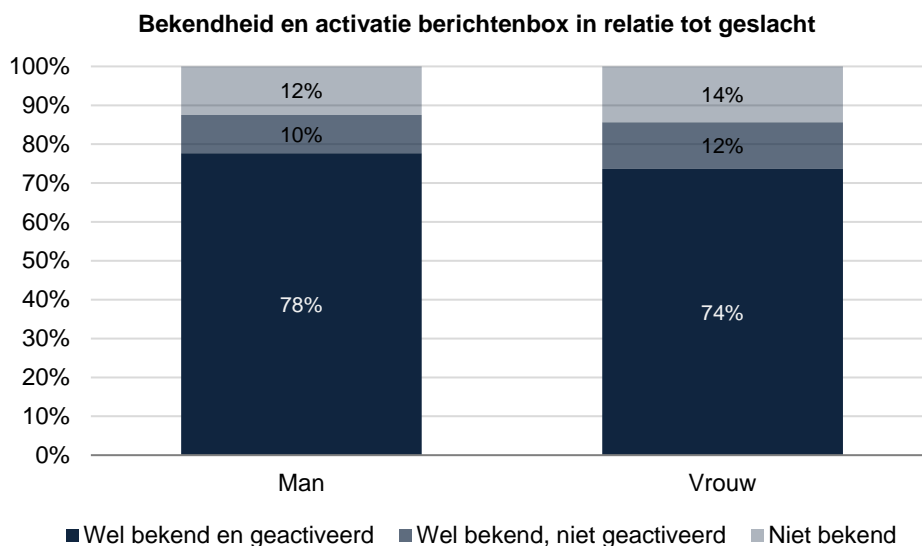
FIGUUR 3. PERCENTAGES RESPONDENTEN BINNEN HET DEEL DAT DE BERICHTENBOX KENT DAT BERICHTENBOX GEACTIVEERD HEEFT IN METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS NIET SIGNIFICANT ($X^2=0.635$ $P=.233$).

De verdeling onder de demografische groepen is hierbij nagenoeg gelijk aan die in meting 3. Respondenten in de groep ouder dan 55 jaar hebben het vaakst van de berichtenbox gehoord. Jongeren hebben net als in de voorgaande metingen het minst vaak van de berichtenbox gehoord (zie Figuur 4).



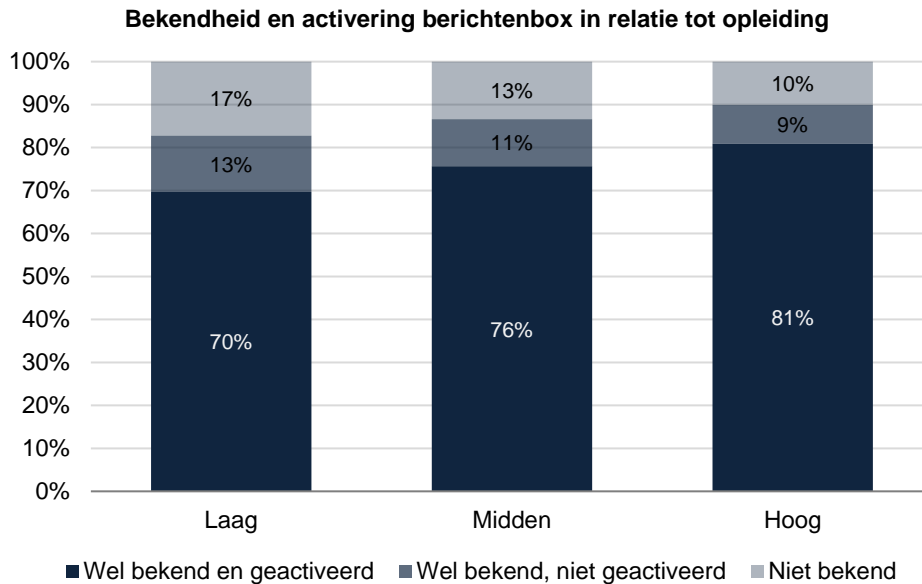
FIGUUR 4. PERCENTAGES RESPONDENTEN MET BEKENDHEID EN ACTIVATIE BERICHTENBOX PER LEEFTIJD CATEGORIE IN METING 4. VERSCHILLEN TUSSEN LEEFTIJDGROEPEN ZIJN SIGNIFICANT ($\chi^2=15.785$, $P=.003$).

Bij de daadwerkelijke activering van de berichtenbox zien we eenzelfde beeld. Omgerekend op basis van gegevens die ten grondslag liggen aan Figuur 4: van de respondenten die de berichtenbox kennen heeft in de groep van 55 jaar en ouder 90% de berichtenbox geactiveerd. Bij de leeftijdsgroep tussen de 35 en 55 jaar is dit 87%. Ook heeft een ruime meerderheid van de jongeren tot 35 jaar die de berichtenbox kennen deze ook geactiveerd. Het percentage is in deze groep wel iets lager, namelijk 85%. Wat betreft geslacht vinden we, overeenkomstig met meting 3, geen significante verschillen. In totaal zegt 14% van de vrouwen en 12% van de mannen de berichtenbox niet te kennen (Figuur 5).



FIGUUR 5. PERCENTAGES RESPONDENTEN MET BEKENDHEID EN ACTIVATIE BERICHTENBOX IN RELATIE TOT GESLACHT IN METING 4. VERSCHILLEN TUSSEN MANNEN EN VROUWEN ZIJN NIET SIGNIFICANT ($\chi^2=2.749$, $P=.253$).

Van de mannen die de berichtenbox kennen, zegt 89% de berichtenbox ook daadwerkelijk te hebben geactiveerd. Bij de vrouwen is dit aandeel 86%. Met betrekking tot de hoogst genoten opleiding zien we ook verschillen in de bekendheid en activering van de berichtenbox. Hoe hoger de opleiding⁶, hoe groter de bekendheid van de berichtenbox, deze verschillen zijn, evenals in meting 3, significant (zie Figuur 6).



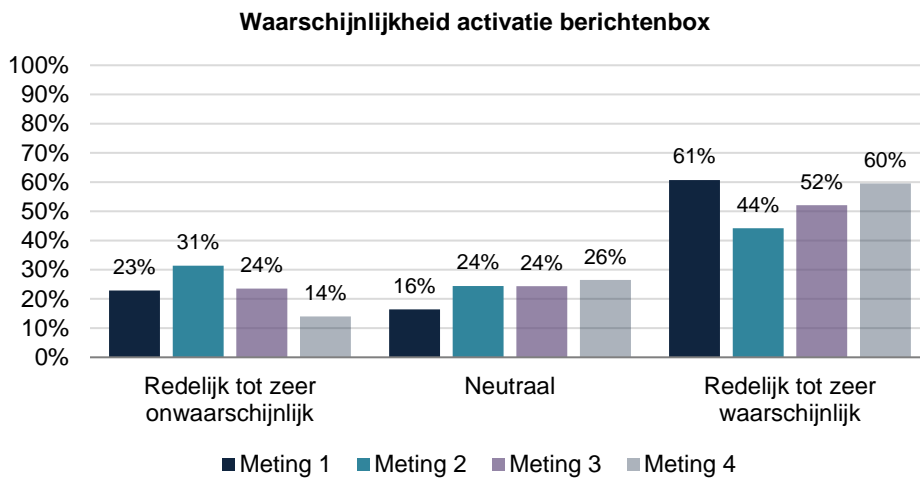
FIGUUR 6. PERCENTAGES RESPONDENTEN MET BEKENDHEID EN ACTIVERING BERICHTENBOX PER OPLEIDINGSNIVEAU IN METING 4. VERSCHILLEN TUSSEN OPLEIDINGSNIVEAUS ZIJN SIGNIFICANT ($\chi^2 = 10.255$, $P = .036$).

Kijkend naar de daadwerkelijke activatie onder de respondenten die aangeven de berichtenbox te kennen, zijn de verschillen in opleidingsniveau wederom een stuk kleiner. Echter hebben hoogopgeleiden de berichtenbox wel significant vaker ook daadwerkelijk geactiveerd. Van de laag opgeleide respondenten die de berichtenbox kennen zegt 84% deze ook daadwerkelijk te hebben geactiveerd. Onder middelbaar opgeleiden ligt het percentage activeringen op 87%, onder hoogopgeleiden is dit 90%.

4.2 Intentie tot activatie

Van de respondenten die de berichtenbox kennen maar nog niet hebben geactiveerd, zien we dat in meting 4 60% van de respondenten aangeeft dat het 'redelijk tot zeer waarschijnlijk' is dat zij binnen afzienbare tijd de berichtenbox zullen activeren. In meting 3 was dit percentage nog 52% van de respondenten. Hiermee bevindt dit resultaat zich voor meting 4 op het niveau van meting 1 (zie Figuur 7 **Error! Reference source not found.**). Het verschil tussen meting 3 en 4 is echter niet significant. Het percentage dat aangeeft dat het 'redelijk tot zeer onwaarschijnlijk' is dat ze alsnog gaan activeren is ook verder gedaald naar 14%. Hierbij moet wel aangetekend worden dat het aantal respondenten dat nog niet geactiveerd heeft ook steeds verder daalt, waarmee de betrouwbaarheid van de uitspraken over de groep 'niet geactiveerde' respondenten ook steeds verder daalt. Hierdoor kunnen we geen uitspraken doen over de ontwikkeling van deze cijfers in de toekomst.

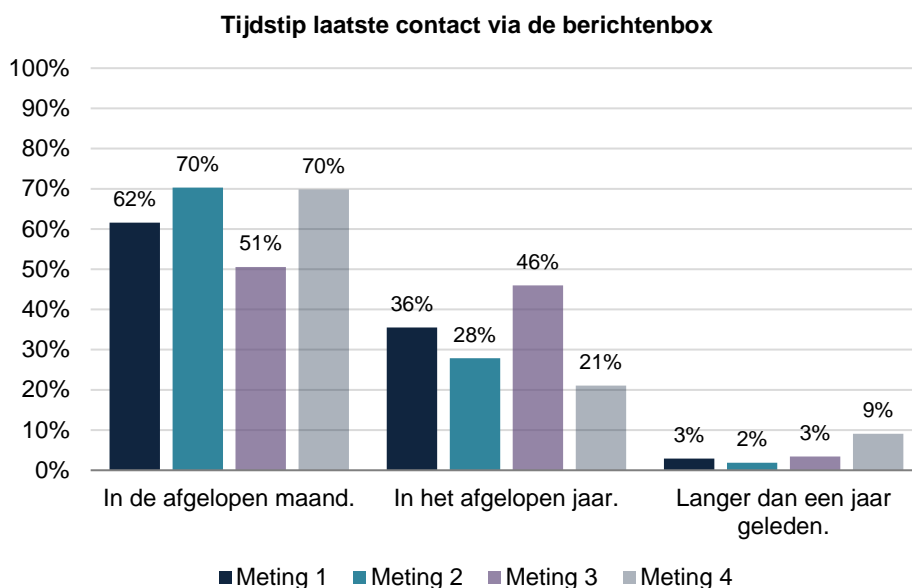
⁶ Zie Tabel 1 voor de wijze waarop opleidingsniveaus zijn ingedeeld in laag, midden, hoog.



FIGUUR 7. WAARSCHIJNLIJKHEID ACTIVATIE BERICHTENBOX IN DE TOEKOMST ONDER RESPONDENTEN DIE NOG NIET GEACTIVEERD HEBBEN IN METING 1, 2, 3 & 4, VERSCHIL METING 3 & 4 IS NIET SIGNIFICANT ($T = -1.743$, $P = .083$).

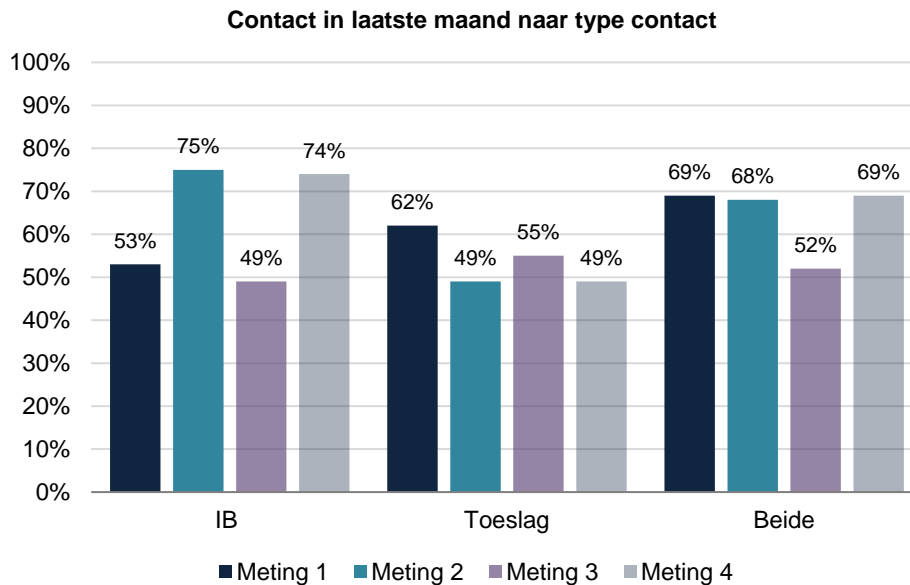
4.3 *Laatste gebruik berichtenbox*

We zien verschillen tussen de vier metingen wat betreft het tijdstip van het laatste contact met de berichtenbox. Het percentage respondenten in de vierde meting dat de berichtenbox in de afgelopen maand gebruikt heeft, is meer vergelijkbaar met de tweede meting dan met de derde meting (zie Figuur 8). Ook dit heeft vermoedelijk te maken met het gegeven dat de vierde meting in dezelfde periode plaatsvond als de tweede meting. Wat wel opvalt, is het vrij hoge percentage respondenten (9%) dat aangeeft de berichtenbox langer dan een jaar geleden voor het laatst gebruikt te hebben. Wellicht is er een groep burgers die in eerste instantie de berichtenbox geadopteerd heeft, maar vervolgens na dit initiële gebruik niet tot langdurig daadwerkelijk, terugkerend gebruik overgaat.



FIGUUR 8. TIJDSTIP VAN HET LAATSTE CONTACT MET DE BELASTINGDIENST VIA DE BERICHTENBOX IN METING 4.

Als we dieper ingaan op de observatie dat er een verband lijkt te zijn tussen het laatste contact en wanneer de meting plaatsvond, lijkt dit verband er inderdaad te zijn. We hebben de respondenten uitgesplitst naar de soort relatie die ze hebben met de Belastingdienst (doen van inkomstenbelasting (IB), ontvangen van een of meerdere toeslagen, beide). Vervolgens hebben we gekeken naar het percentage mensen binnen die groepen dat in de laatste maand contact had met de Belastingdienst (Figuur 9).



FIGUUR 9. RESPONDENTEN DIE CONTACT HADDEN IN DE LAATSTE MAAND, UITGESPLITST NAAR INKOMSTENBELASTING (IB) EN TOESLAGEN. PERCENTAGES GEVEN DE PERCENTAGES BINNEN HET CONTACT TYPE WEER.

Hier zien we dat het patroon van gebruik in meting 4 sterk overeenkomt met dat van meting 2. Met andere woorden; respondenten die belastingaangifte doen hebben vaker in de laatste maand contact gehad bij metingen die ongeveer een maand na de aangifteperiode plaatsvinden. Dit versterkt de bevinding dat een behoorlijke relatie is tussen de aard van het gebruik van de berichtenbox en relevante 'life events' van burgers op bepaalde momenten in het jaar.

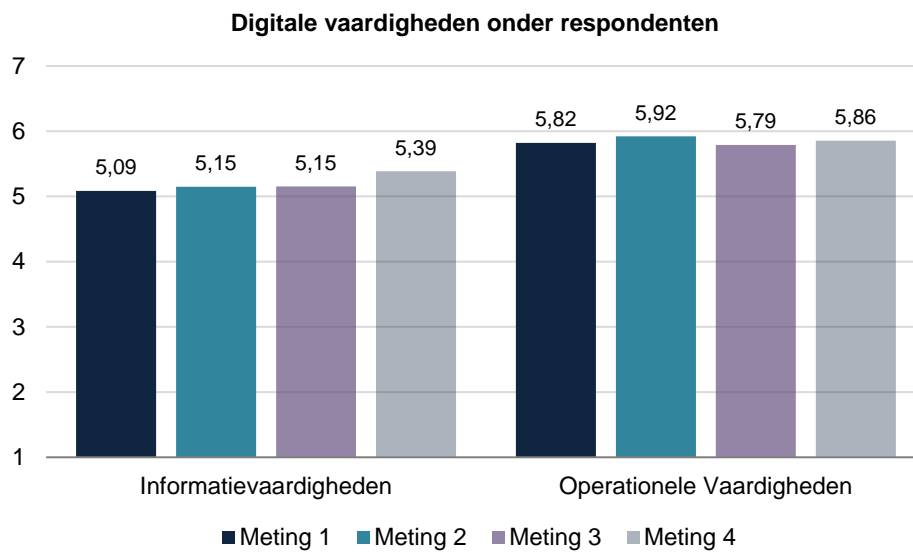
4.4 *Digitale vaardigheden, kennis en gebruik*

In deze paragraaf wordt de relatie gelegd tussen het kennen en het activeren van de berichtenbox, de wijze waarop mensen internet gebruiken, en de digitale vaardigheden van de respondenten.

Wat betreft digitale vaardigheden hebben we, evenals in de voorgaande metingen, gekeken naar operationele vaardigheden en informatievaardigheden. Onder operationele vaardigheden verstaan we navigeren, de weg niet krijtraken, het operationeel bedienen van een browser of een zoekmachine of het gebruiken van online formulieren. Informatievaardigheden hebben betrekking op het vinden en gebruiken van informatie door het kiezen van geschikte zoekmachines, zoekwoorden en/of evalueren van informatiebronnen.

Over het algemeen zien we dat beide soorten digitale vaardigheden hoog scoren onder de respondenten. Daarbij scoren operationele vaardigheden hoger dan

informatievaardigheden. Dit resultaat is in overeenstemming met ander onderzoek⁷ van de Universiteit Twente in Nederland, waarin vergelijkbare metingen zijn gedaan.



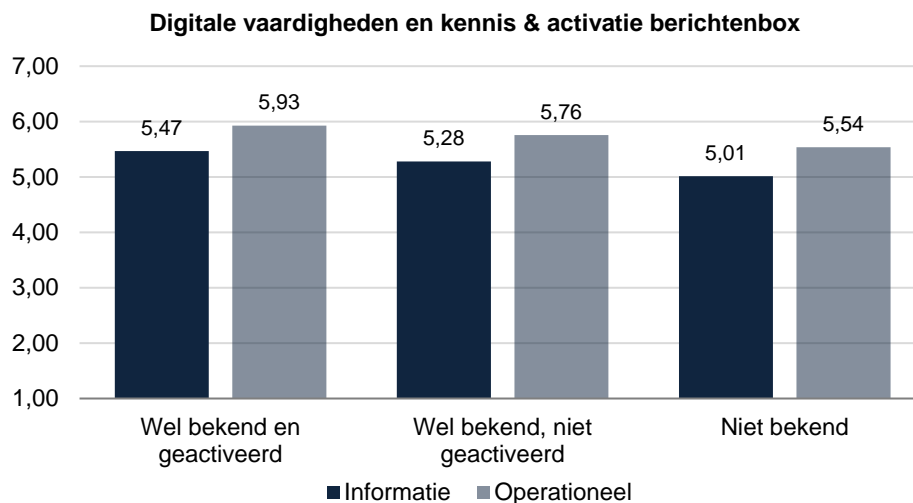
FIGUUR 10. NIVEAUS VAN DIGITALE VAARDIGHEDEN ONDER RESPONDENTEN IN METING 1, 2, 3 & 4. SIGNIFICANT VERSCHIL VOOR INFORMATIEVAARDIGHEDEN TUSSEN METING 3 EN 4 ($T = -5.466, P < 0.00$), GEEN VERSCHIL VOOR OPERATIONELE VAARDIGHEDEN TUSSEN METING 3 EN 4 ($T = -1.215, P = 0.225$) (GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG)).

De verschillen tussen de vier metingen zijn klein. We vinden een klein, significant, verschil tussen meting 4 en 3 wat betreft de informatievaardigheden. Deze zijn in de vierde meting iets hoger. Waar we echter in de vorige meting nog een significante toename vonden van de operationele vaardigheden, zien we die nu niet meer.

Het lijkt erop dat we na de vier metingen kunnen concluderen dat de digitale (operationele en informatie)vaardigheden van de Nederlandse burger behoorlijk stabiel zijn. Af en toe vinden we verschillen, maar deze zijn verre van schokkend. Dit geldt natuurlijk alleen voor de typen vaardigheden die onderzocht zijn (zie boven).

Respondenten die de berichtenbox hebben geactiveerd, scoren significant hoger op operationele digivaardigheden en informatievaardigheden dan respondenten die de berichtenbox niet kennen en/of niet hebben geactiveerd. De groep respondenten die de berichtenbox niet kent heeft de laatste niveaus van vaardigheden (zie Figuur 11).

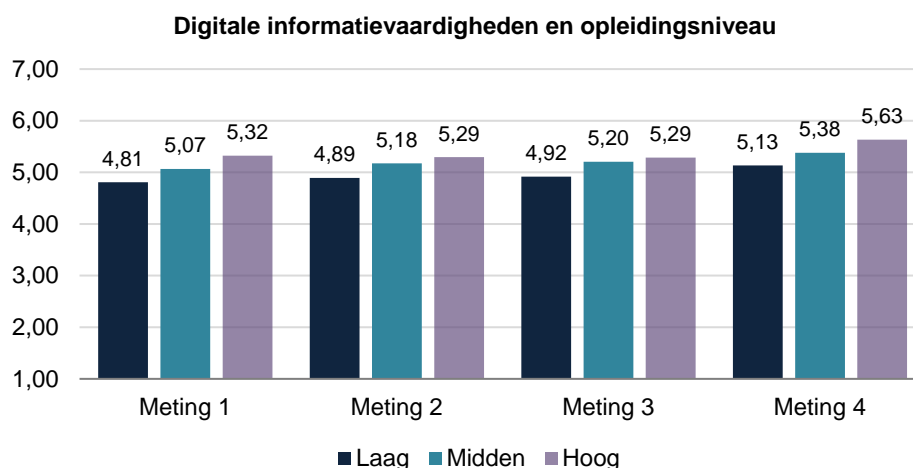
⁷ Zie Van Deursen, Helsper en Eynon (2014).



FIGUUR 11. NIVEAUS VAN DIGITALE VAARDIGHEDEN ONDER RESPONDENTEN EN HUN KENNIS EN ACTIVATIE VAN DE BERICHTENBOX IN METING 4, VERSCHILLEN TUSSEN GROEPEN ZIJN SIGNIFICANT VOOR OPERATIONELE ($F= 6.308, P< .002$) EN INFORMATIEVAARDIGEDEN ($F= 13.277, P< .000$). GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG).

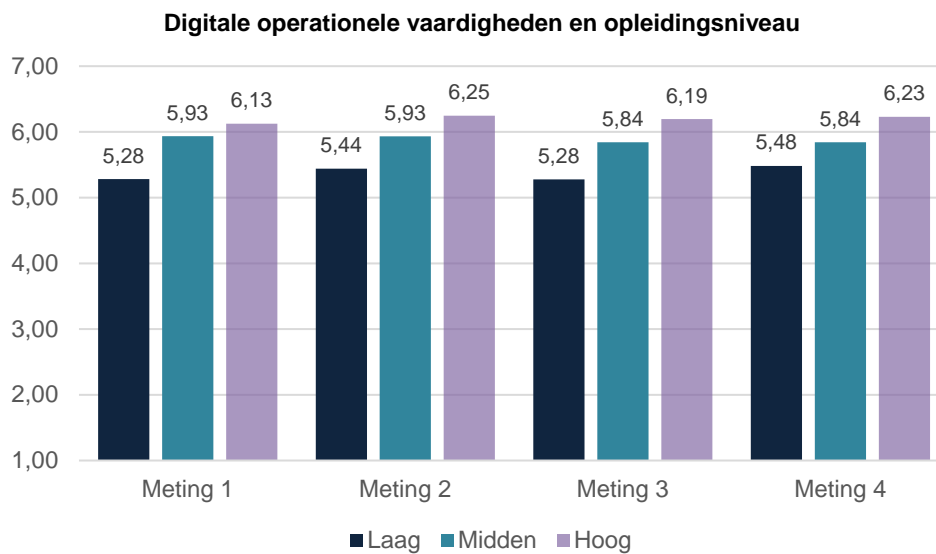
Daarnaast zien we ten aanzien van de digitale vaardigheden het volgende⁸:

- We vinden een sterk verband tussen opleidingsniveau en vaardigheden. Voor de vierde keer op rij (zie Figuur 12 & Figuur 13) vinden we dat zowel informatie- als operationele vaardigheden hoger zijn naarmate het opleidingsniveau toeneemt.
- Wat betreft leeftijd vinden we in meting 4 alleen een verschil voor operationele vaardigheden, waarbij geldt dat hoe ouder men is hoe lager de vaardigheden zijn. Dit is in lijn met de vorige metingen en lijkt dus een aanhoudend verschil te zijn.
- In meting 4 vinden we geen verschil tussen mannen en vrouwen wat betreft hun informatievaardigheden. Mannen hebben daarentegen wel hogere operationele vaardigheden. Hiermee volgt meting 4 de resultaten van meting 3.



FIGUUR 12. NIVEAUS VAN DIGITALE INFORMATIEVAARDIGHEDEN ONDER RESPONDENTEN UITGESPLITST NAAR OPLEIDINGSNIVEAU IN METING 1-4 GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG).

⁸ Opleiding: Informatievaardigheden (IV), $F=15.286, p<0.000$; Operationele vaardigheden (OV): $F=39.697, p<0.000$. Leeftijd: IV, $F=1.252, p=.286$; OV, $F=14.404, p<0.000$. Geslacht: IV, $t=.729, p=.466$; OV, $t=3.129, p=.002$.



FIGUUR 13. NIVEAUS VAN DIGITALE OPERATIONELE VAARDIGHEDEN ONDER RESPONDENTEN UITGESPLITST NAAR OPLEIDINGSNIVEAU IN METING 1-4 GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG).

Naast digitale vaardigheden hebben we de respondenten gevraagd aan te geven in welke mate zij het internet gebruiken voor verschillende doeleinden. Hier vinden we een paar verschillen tussen meting 3 en 4 (zie bijlage 2 voor een overzicht van het internetgebruik en hun frequentie in de vier metingen). In meting 4, ten opzichte van meting 3, zoeken de respondenten vaker naar informatie via zoekmachines (zoals Google) en zoeken ze vaker naar overheidsinformatie. De verschillen, hoewel significant, zijn niet groot. Hoewel we in elke meting een paar kleine verschillen vinden ten opzichte van de voorgaande meting, zijn deze verschillen meestal klein. Afgezien van de vrij consistente toename in het gebruik van DigiD tussen de vier metingen, lijkt het gebruik van de andere diensten stabiel.

4.5 *Conclusies en aanbevelingen over de kennis en het activeren van de berichtenbox*

In deze slotparagraaf van dit hoofdstuk trekken we een aantal conclusies ten aanzien van het gebruik en de activatie van de berichtenbox en doen we een aantal aanbevelingen (deze staan in cursief in de tekst hieronder).

Kennis en activatie

De belangrijkste conclusie wat betreft de kennis en activatie van de berichtenbox is dat zowel kennis en activatie (nog steeds) sterk toenemen. We zien een vergelijkbare stijging tussen meting 3 en meting 4 wat betreft de kennis en activatie als we zagen tussen meting 1 en 2. Vermoedelijk heeft dit te maken met het gegeven dat zowel meting 2 als 4 plaatsvond na de belastingaangifteperiode. Dit zien we ook terug in de cijfers over het laatste gebruik. Het laatste gebruik is meer recent bij die metingen die vlak na de belastingaangifte plaatsvonden. Het er dus op dat het gebruik van de berichtenbox hoger is naarmate men ook daadwerkelijk een reden heeft om er gebruik van te maken.

Hier volgt dan ook het advies uit dat het raadzaam is om kennis, activatie en gebruik van de berichtenbox verder te stimuleren door meer elektronisch met de burger te communiceren.

Wel zien we in kennis en activatie verschillen tussen de verschillende leeftijdsgroepen en opleidingsniveaus. We zien dat jongeren en lager opgeleiden minder vaak de

berichtenbox kennen en activeren. Deze groepen kunnen derhalve profiteren van extra aandacht en ondersteuning om ook kennis en gebruik bij deze groepen te stimuleren.

Intentie tot activatie

Daarnaast zien we dat het percentage mensen dat de berichtenbox kent en vervolgens activeert niet verder toeneemt, er is inmiddels een stabiele groep van ongeveer 13% van de respondenten dat niet de stap zet van kennis naar activatie van de berichtenbox. In absolute zin wordt deze groep wel echter steeds kleiner omdat de groep mensen die de berichtenbox niet kent steeds verder in omvang afneemt. Van deze groep zegt een meerderheid (60%) wel dat ze de berichtenbox in de toekomst gaat activeren. De waarschijnlijkheid tot toekomstige activatie neemt daarnaast toe. De groep respondenten die het 'redelijk tot zeer onwaarschijnlijk' achten dat ze de berichtenbox gaan activeren is met 14% sinds meting 2 sterk gedaald. Toch is er dus nog steeds een groep mensen die overtuigd moet worden van nut en noodzaak van de berichtenbox.

De aanbeveling luidt dan ook om in de gaten te houden hoe deze groep zich verder ontwikkelt en waar mogelijk specifiek op te interveniëren.

Digitale vaardigheden

Een van de zaken die opmerkelijk stabiel is over alle vier de metingen heen, is het niveau van digitale vaardigheden. Deze zijn hoog binnen de hele groep respondenten, maar variëren wel behoorlijk tussen de verschillende (demografische) groepen. We vinden daarbij kleine verschillen wat betreft leeftijd en geslacht. We vinden echter ook consistent grotere verschillen tussen de verschillende opleidingsniveaus. Lager opgeleiden hebben consistent lagere operationele en informatievaardigheden dan hoger opgeleiden. Dit houdt verband met de lagere kennis en activatie van de berichtenbox onder de groep lager opgeleiden.

Onze aanbeveling: om derhalve het gebruik van de berichtenbox (en digitale diensten in het algemeen) verder te stimuleren, kan het lonen om naast het verbeteren en vergemakkelijken van de diensten (meer) te investeren in de niveaus van digitale vaardigheden van de lager opgeleide groepen in de populatie.

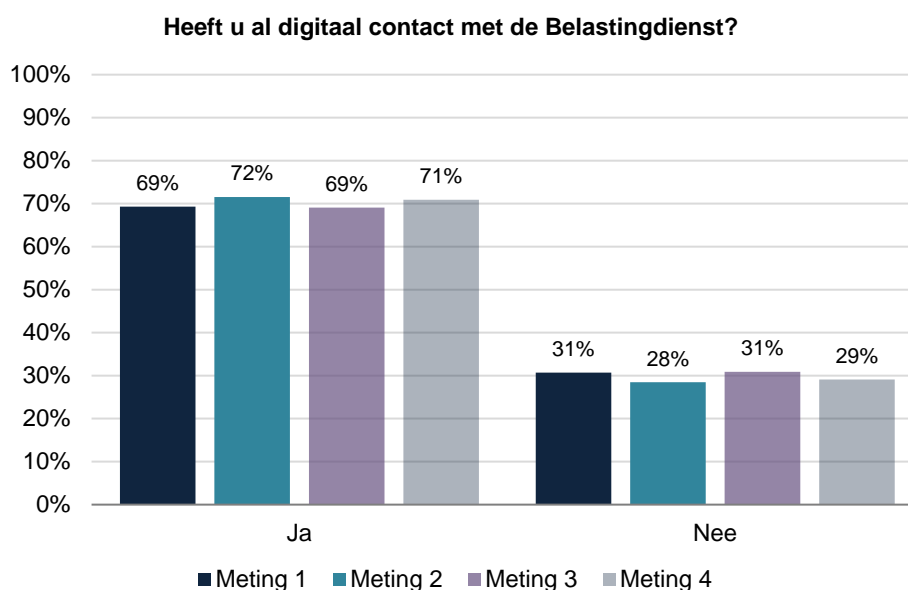
5 GEBRUIK MEI 2017: MIJN BELASTINGDIENST EN MIJN TOESLAGEN

In dit hoofdstuk staat het digitale contact met de overheid centraal. Het hoofdstuk behandelt als eerste (paragraaf 5.1) de onderzoeksresultaten die gaan over het digitaal contact hebben met de Belastingdienst. Vervolgens gaan we in op het algemene gebruik en de evaluatie van de beide portalen van de Belastingdienst (paragraaf 5.2). Daarna kijken we in meer detail naar het gebruik van de specifieke functionaliteiten van Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen (paragraaf 5.3). Aan het einde van dit hoofdstuk (paragraaf 5.4) volgen dan de conclusies en de aanbevelingen. Ook in dit hoofdstuk vergelijken we (waar relevant) de rapportage van de resultaten van meting vier met de eerdere metingen.

5.1 Digitaal contact met de Belastingdienst

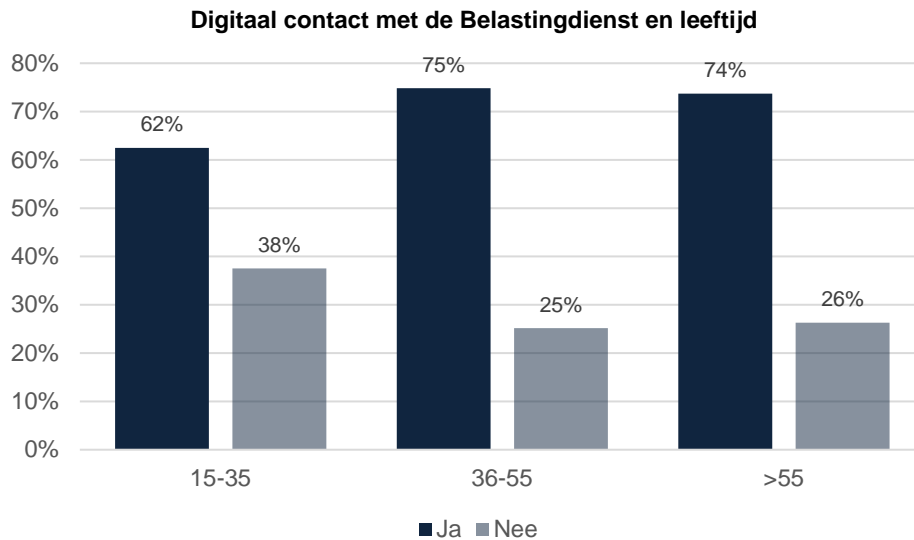
Het eerste thema dat behandeld wordt, is het digitale contact met de Belastingdienst. Hieronder gaan we in op het digitale contact in het algemeen en vervolgens maken we daarvan een opsplitsing naar de verschillende digitale portalen.

Respondenten kunnen nu al op een digitale manier contact hebben met de Belastingdienst. Denk bijvoorbeeld aan het doen van aangifte, het aanvragen of wijzigen van een toeslag of het lezen van een brief van de Belastingdienst. Het grootste deel van de respondenten in meting 4 geeft, net als in de voorgaande metingen, aan reeds digitaal contact met de Belastingdienst. Van de 1237 respondenten geeft 71% aan nu al digitaal contact met de Belastingdienst te hebben (zie Figuur 14). Hierin is er geen significant verschil met de andere metingen. Het percentage respondenten dat aangeeft digitaal contact te hebben met de Belastingdienst schommelt in elke mening rond de 70%. Hieruit ontstaat het beeld dat (ook hier) een zekere verzadiging bestaat onder het internetterende deel van de populatie.



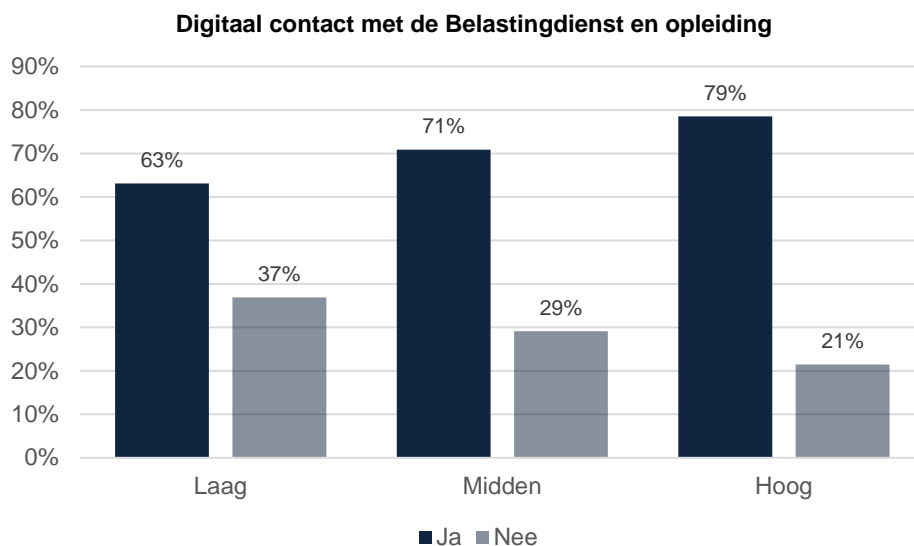
FIGUUR 14. PERCENTAGE RESPONDENTEN DAT AL DAN NIET DIGITAAL CONTACT MET DE BELASTINGDIENST HEEFT GEHAD IN METING 1, 2, 3 & 4. GEEN VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 ($X^2= .950$, $P= .334$).

We vinden een aantal (demografische) verschillen tussen de respondenten die wel of geen contact hebben gehad met de Belastingdienst in meting 4. Er zijn geen verschillen tussen mannen en vrouwen⁹, maar wel wat betreft leeftijd en opleiding. Wat betreft de eerste (leeftijd) valt op dat groep jongeren (16-35) de groep is die het minst vaak digitaal contact hebben met de Belastingdienst (Figuur 15)



FIGUUR 15. PERCENTAGE RESPONDENTEN DAT AL DAN NIET DIGITAAL CONTACT MET DE BELASTINGDIENST HEEFT GEHAD, UITGESPLITST NAAR LEEFTIJD IN METING 4. VERSCHIL TUSSEN GROEPEN IS SIGNIFICANT ($\chi^2=17.962$, $P<.000$).

We zien iets soortgelijks wat betreft opleiding, al is het verband hier meer lineair. Hierbij geldt dat hoe lager de opleiding is, hoe minder waarschijnlijk het is dat men contact heeft met de Belastingdienst.

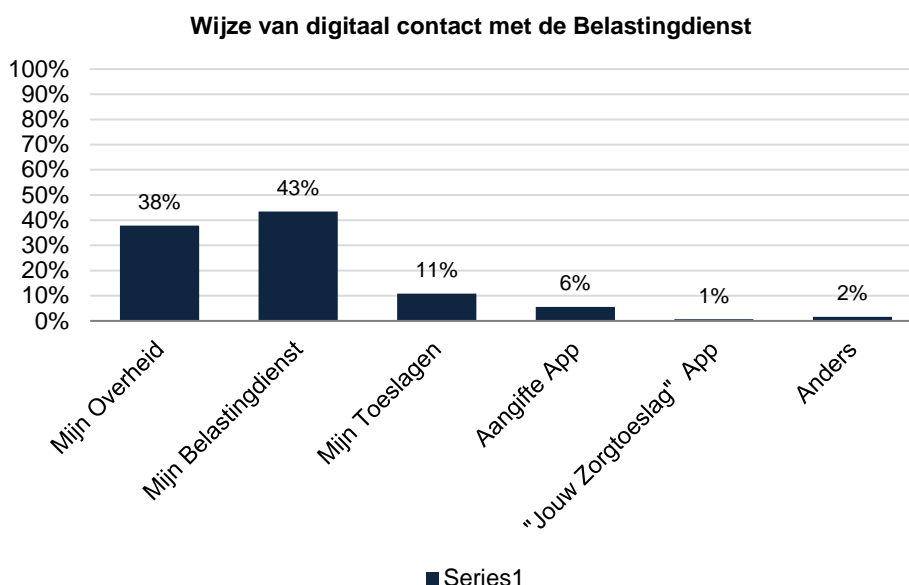


FIGUUR 16. PERCENTAGE RESPONDENTEN DAT AL DAN NIET DIGITAAL CONTACT MET DE BELASTINGDIENST HEEFT GEHAD, UITGESPLITST NAAR LEEFTIJD IN METING 4. VERSCHIL TUSSEN GROEPEN IS SIGNIFICANT ($\chi^2=16.938$, $P<.000$).

⁹ $\chi^2=2.502$, $p=0.064$

Wat dat betreft kunnen we dus stellen dat de respondenten die nog geen digitaal contact hebben met de Belastingdienst vaker jong zijn en lager opgeleid.

Daarnaast is aan de respondenten gevraagd hoe zij de laatste keer contact hadden met de Belastingdienst, indien er reeds contact was. Deze vraag is ook in de vorige metingen gesteld, maar ditmaal gebruiken we andere (meer up to date) antwoordcategorieën, hierdoor kunnen we niet langer vergelijken met de voorgaande metingen.



FIGUUR 17. WIJZE VAN LAATSTE DIGITALE CONTACT MET DE BELASTINGDIENST IN METING 4.

Mijn Belastingdienst is met 43% de voornaamste manier via welke het laatste contact plaatsvond. Dit wordt gevolgd door de andere portalen (Mijn Overheid met 38% en Mijn Toeslagen met 11%). Het gebruik van de beide mobiele 'apps' ligt hier beduidend lager. Dit heeft vermoedelijk te maken met de (vooralsnog) beperkte functionaliteit van de apps, deze zijn vooralsnog gericht op een beperkt aantal transacties en andere functionaliteiten. Hierdoor gebruiken respondenten vaak nog andere kanalen, bijvoorbeeld om andere diensten af te nemen. Ter vergelijking, ongeveer 76% van alle belastingaangiftes komt binnen via Mijn Belastingdienst en 4% via de aangifte app¹⁰.

5.2 Gebruik en evaluatie digitale portalen van de Belastingdienst

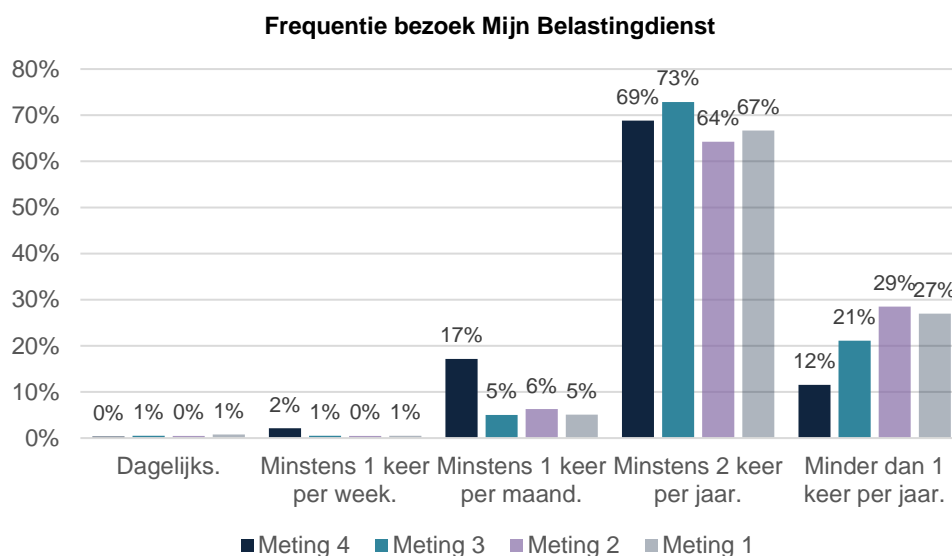
In deze paragraaf gaan we in op het gebruik van de portalen die de Belastingdienst momenteel aanbiedt. Daarbij gaan we in op de frequentie van het gebruik, het laatste gebruik, alsmede de waardering voor de twee portalen.

In de voorgaande drie metingen is gevraagd naar het gebruik van zowel de portalen van de Belastingdienst (Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen), alsook het algemene portaal van de overheid (Mijn Overheid). In deze vierde meting verleggen we het accent en gaan we alleen in op de portalen van de Belastingdienst. Aan de respondenten, is gevraagd hoe vaak ze de twee portalen van de Belastingdienst bezoeken (Figuur 18 & Figuur 19). We zien in beide gevallen behoorlijke verschillen tussen deze meting 4 en

¹⁰ Belastingdienst in beeld: feiten en cijfers aangifte 2016.

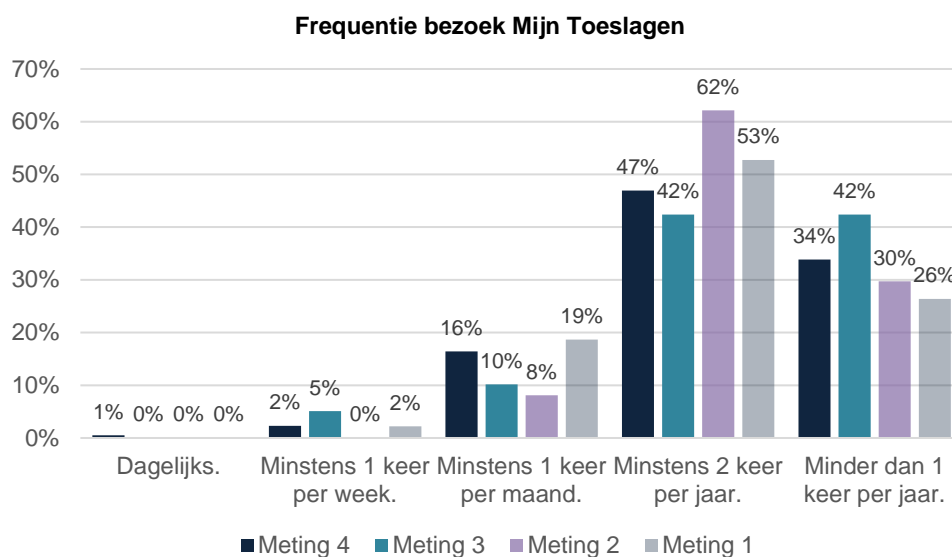
de voorgaande metingen. Vermoedelijk heeft dit te maken met de andere routing in de vragenlijst, waardoor een grotere groep respondenten gevraagd is naar het gebruik van de portalen.

Bij Mijn Belastingdienst zien we een grotere groep respondenten die Mijn Belastingdienst minstens 1 keer per maand of 1 keer per week gebruikt. Dit heeft mogelijk ook te maken met het gegeven dat dit onderzoek is uitgevoerd in de periode net de belastingaangifte in 2017.



FIGUUR 18. FREQUENTIE BEZOEK AAN MIJN BELASTINGDIENST IN METING 1, 2, 3 & 4.

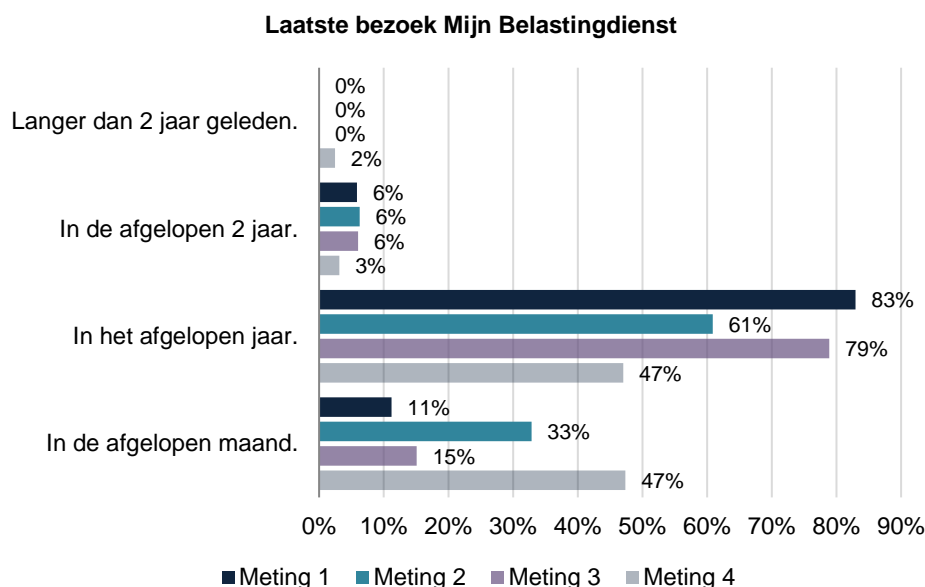
Bij Mijn Toeslagen ligt het patroon meer in de lijn van de vorige onderzoeken, al is ook hier de groep respondenten die aangeeft Mijn Toeslagen minstens 1 keer per maand te gebruiken beduidend groter dan in de voorgaande twee metingen (maar vergelijkbaar met meting 1). Ook dit heeft waarschijnlijk meer te maken met de andere routing in de vragenlijst dan met een verschil in de gedragingen van de gehele populatie.



FIGUUR 19. FREQUENTIE BEZOEK AAN MIJN TOESLAGEN IN METING 1, 2, 3 & 4.

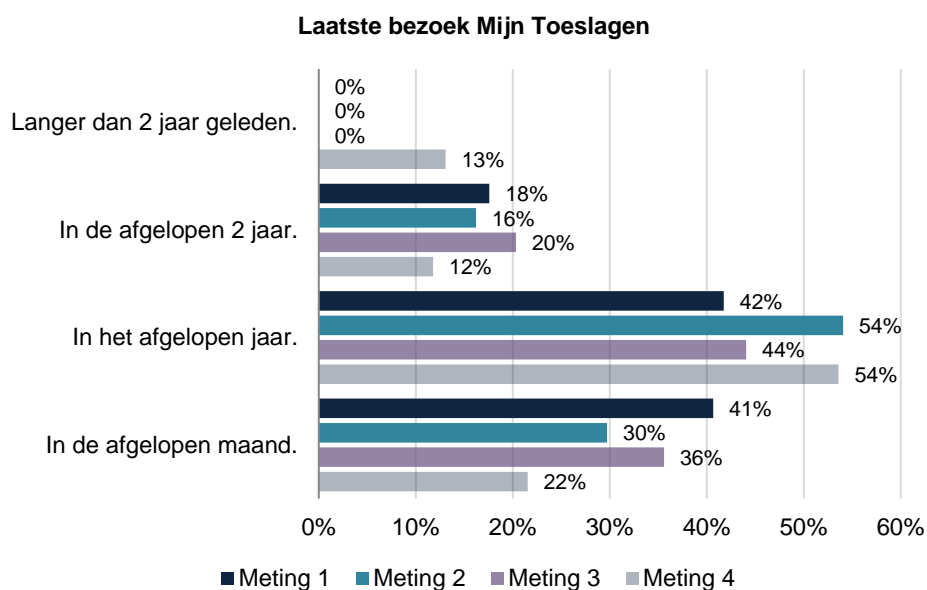
Daarnaast is aan de respondent gevraagd wanneer ze de twee portalen voor het laatst gebruikt hebben (zie Figuur 8 voor de cijfers van het laatste gebruik van de

berichtenbox). Ook hier is de routing in de vragenlijst verschillend ten opzichte van de vorige metingen, hetgeen een verklaring vormt voor de verschillen tussen de metingen. Daarnaast zien we het volgende; het laatste bezoek aan Mijn Belastingdienst (Figuur 20) vond voor bijna de helft (47%) van de respondenten “in de afgelopen maand” plaats. Dit is een stuk hoger dan in de derde meting en meer in lijn met de tweede meting. Dit heeft te maken met de periode waarin de dataverzameling plaatsvond (vlak na de aangifteperiode).



FIGUUR 20. LAATSTE BEZOEK AAN MIJN BELASTINGDIENST IN METING 1, 2, 3 & 4.

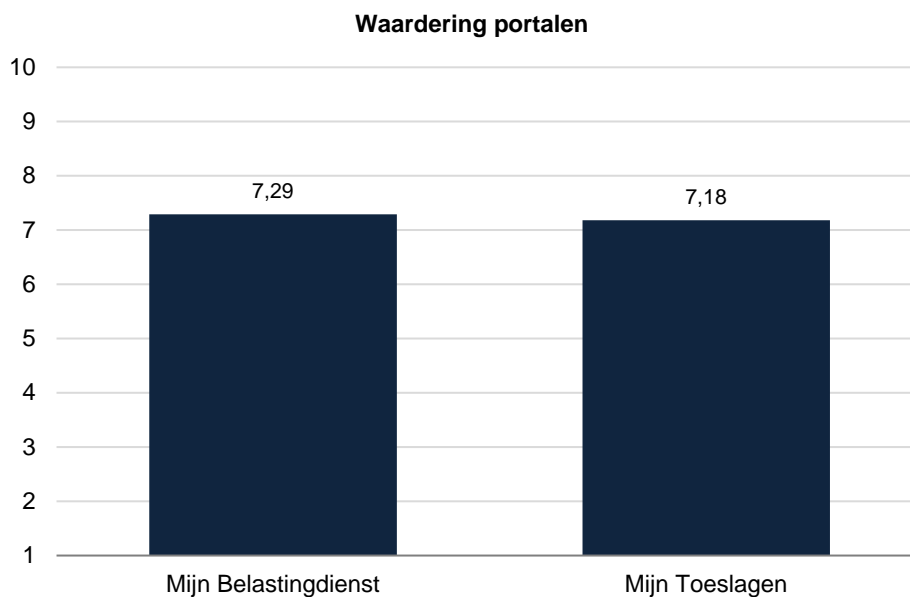
Eenzelfde patroon zien we bij Mijn Toeslagen (Figuur 19), ook hier zien we dat het laatste gebruik van Mijn Toeslagen samenhangt met pieken in de aanvragen van Toeslagen. In het voorjaar (Meting 2 & 4, rondom de belastingaangifte) is laatste gebruik van Mijn Toeslagen langer geleden dan in het najaar (Meting 1 & 3).



FIGUUR 21. LAATSTE BEZOEK AAN MIJN TOESLAGEN IN METING 1, 2, 3 & 4.

De belangrijkste conclusie ten aanzien van het gebruik van de twee portalen is dat de frequentie van het gebruik gedurende de looptijd van het onderzoek behoorlijk is toegenomen. Meer respondenten gebruiken de portalen in het afgelopen jaar of zelfs in de afgelopen maand. Daarnaast valt ook op dat het laatste gebruik van de portalen behoorlijk sterk samenhangt met bepaalde perioden in het jaar (zoals de aangifteperiode in het voorjaar).

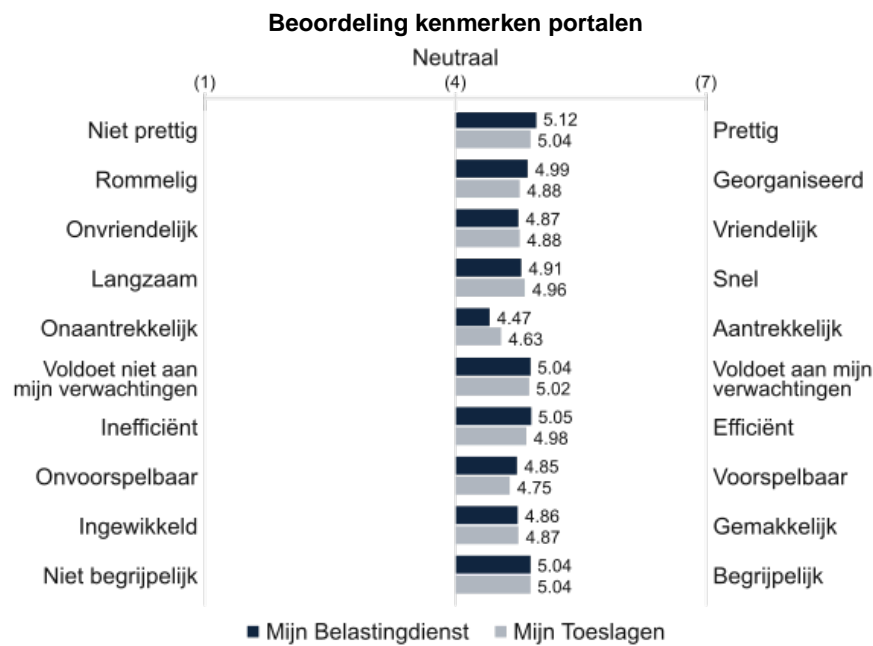
Net als in de voorgaande metingen is gevraagd naar de waardering van de verschillende portalen. Waar we dit in meting 1-3 nog gemeten hebben met een zevenpuntsschaal, hebben we dat in meting 4 met een tienpuntsschaal (rapportcijfer) gedaan. Dit om een meer fijnmazig beeld te kunnen maken.



FIGUUR 22. GEMIDDELTE WAARDERING PORTALEN IN METING 4 GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) –107 (HOOG). BEIDE PORTALEN WORDEN POSITIEF GEWAARDEERD (MIJN BELASTINGDIENST, T=34.937, P<.000; MIJN TOESLAGEN, T=27.684, P<.000).

We zien dat de portalen positief gewaardeerd worden met een 7 als mediaan voor beide portalen. Mijn Belastingdienst wordt met een 7,29 iets hoger gewaardeerd dan Mijn Toeslagen (7,18). Slechts 7% van de respondenten waardeert Mijn Belastingdienst met een onvoldoende en 8% doet dit met Mijn Toeslagen. Een groot deel van de respondenten waardeert de beide portalen met een ruime voldoende. 46% van de respondenten geeft Mijn Belastingdienst een rapportcijfer van een 8 of hoger, tegenover 40% van de respondenten voor Mijn Toeslagen.

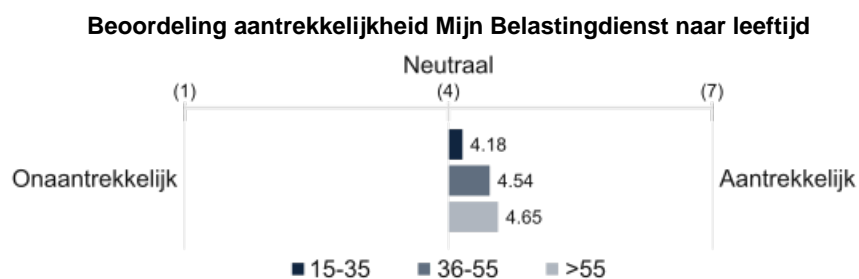
Om meer inzicht te krijgen in de meer specifieke beleving van de portalen van de Belastingdienst, is aan de respondenten gevraagd om Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen op een aantal kenmerken te beoordelen. Zo is bijvoorbeeld gevraagd in hoeverre de respondenten de portalen “niet prettig” of “prettig” vinden. De respondenten konden daarbij op een zevenpuntsschaal aangeven waar hun beoordeling lag tussen de tegengestelde kenmerken (Figuur 23).



FIGUUR 23. BEOORDELING SPECIFIEKE KENMERKEN PORTALEN. GEMETEN OP EEN 7PUNTS SEMANTISCHE DIFFERENTIAALSCHAAL, MET DE (TEGENGESTELDE) BEGRIPPEN ALS UITEINDEN VAN DE SCHAAL.

In de figuur (Figuur 23) is te zien in hoeverre de respondenten de positieve of de negatieve kenmerken van de beide portalen beoordelen. De figuur laat zien dat beide portalen op alle aspecten (significant¹¹) positief beoordeeld worden. Het aspect waar de respondenten het minst positief over zijn is de aantrekkelijkheid van de portalen, maar ook dit wordt nog positief beoordeeld.

Vervolgens zijn deze beoordelingen uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en opleiding. Hier vinden we weinig, maar wel een paar opvallende verschillen. Deze verschillen zijn er niet voor geslacht. Mannen en vrouwen hebben dezelfde beoordeling van de specifieke kenmerken van zowel Mijn Belastingdienst als Mijn Toeslagen. We vinden één significant verschil wat betreft leeftijd en dat betreft het aspect 'Aantrekkelijkheid' van Mijn Belastingdienst (dit verschil is er niet voor Mijn Toeslagen).

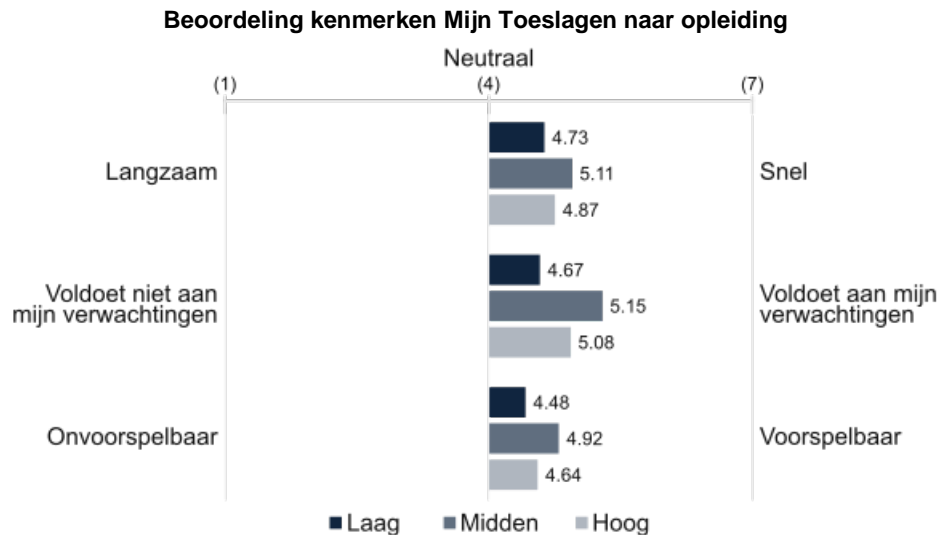


FIGUUR 24. BEOORDELING SPECIFIEKE KENMERKEN MIJN BELASTINGDIENST (AANTREKKELIJKHEID), NAAR LEEFTIJD GEMETEN OP EEN 7PUNTS SEMANTISCHE DIFFERENTIAALSCHAAL, MET DE (TEGENGESTELDE) BEGRIPPEN ALS UITEINDEN VAN DE SCHAAL.

¹¹ Zie Bijlage 3: Toetsresultaten beoordeling portalen voor het volledige overzicht van alle uitgevoerde toetsen.

We zien dat jongeren Mijn Belastingdienst minder aantrekkelijk vinden dan de beide oudere leeftijdsgroepen. Hier geldt echter nog steeds wel dat Mijn Belastingdienst in absolute zin wel als aantrekkelijk wordt beoordeeld door de groep 15-35 jarigen.

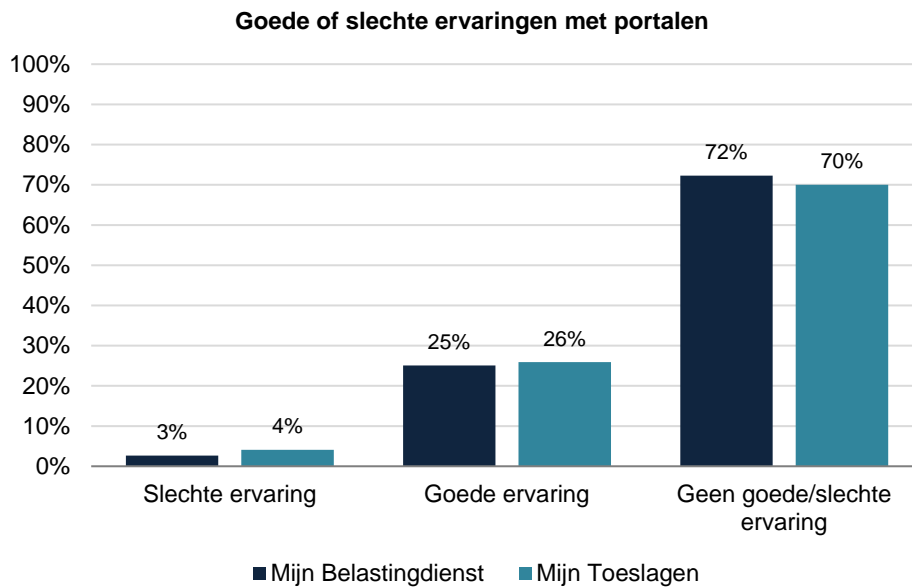
We vinden een aantal significante verschillen tussen de verschillende opleidingsgroepen en deze vinden we allemaal bij Mijn Toeslagen (er zijn geen verschillen tussen de opleidingsgroepen bij Mijn Belastingdienst).



FIGUUR 25. BEOORDELING SPECIFIEKE KENMERKEN MIJN TOESLAGEN NAAR OPLEIDING, GEMETEN OP EEN 7PUNTS SEMANTISCHE DIFFERENTIAALSCHAAL, MET DE (TEGENGESTELDE) BEGRIPPEN ALS UITEINDEN VAN DE SCHAAL.

Deze verschillen vinden we bij de beoordeling van de snelheid (langzaam - snel), het voldoen aan de verwachtingen (voldoet niet aan mijn verwachtingen – voldoet aan mijn verwachtingen) en de voorspelbaarheid (onvoorspelbaar – voorspelbaar). In alle drie de gevallen is een interessant patroon waarneembaar. Zowel laag, als hoog opgeleiden zijn minder positief dan respondenten met een middelbaar opleidingsniveau. Ook hier geldt echter ook dat alle respondenten nog steeds in absolute zin positief zijn. Daarnaast geldt dat de verschillen, hoewel significant, behoorlijk klein zijn.

Eenzelfde beeld zien we bij de ervaringen van de respondenten in het gebruik. In de vragenlijst van de vierde meting is gevraagd aan de respondenten of ze een bijzonder goede of slechte ervaring hebben met het gebruik van Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen (Figuur 26). Een hele kleine groep (3% bij Mijn Belastingdienst en 4% bij Mijn Toeslagen) zegt een hele slechte ervaring gehad te hebben. Groter is in beide gevallen de groep respondenten die een goede ervaring had. Het gros van de respondenten heeft een bijzonder goede noch slechte ervaring gehad.



FIGUUR 26. HEBBEN VAN BIJZONDER SLECHTE OF GOEDE ERVARINGEN MET DE BEIDE PORTALEN VAN DE BELASTINGDIENST.

5.3 Gebruik specifieke functionaliteiten

Naast de algemene vragen over het gebruik, de evaluatie van, en de ervaringen met de verschillende portalen van de Belastingdienst, is gevraagd welke van de functies van de portalen de respondenten in het algemeen en voor het laatst gebruikt hebben. In deze paragraaf rapporteren we hierover.

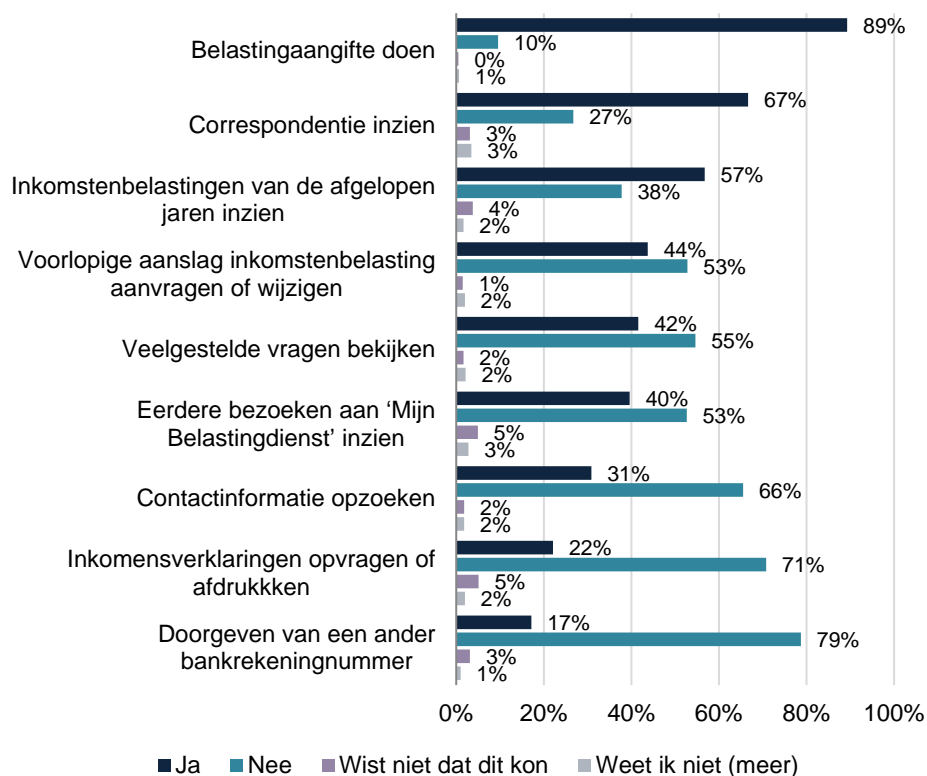
Via de portalen van de Belastingdienst kunnen Nederlandse burgers verschillende zaken doen. Zo is het mogelijk, volgens een inventarisatie van de onderzoekers¹², om gebruik te maken van een tiental functies van Mijn Belastingdienst:

- Doorgeven van een ander bankrekeningnummer
- Belastingaangifte doen
- Correspondentie inzien
- Iemand machtigen belastingzaken te regelen
- Inkomstenbelastingen van de afgelopen jaren inzien
- Inkomensverklaringen opvragen of afdrukken
- Veelgestelde vragen bekijken
- Contactinformatie opzoeken
- Voorlopige aanslag inkomstenbelasting aanvragen of wijzigen
- Eerdere bezoeken aan 'Mijn Belastingdienst' inzien

We hebben aan de respondenten gevraagd of ze deze functies wel eens gebruikt hebben, met daarbij ook de optie om aan te geven dat deze functie niet bekend was bij de respondent.

¹² Stand van zaken per mei 2017.

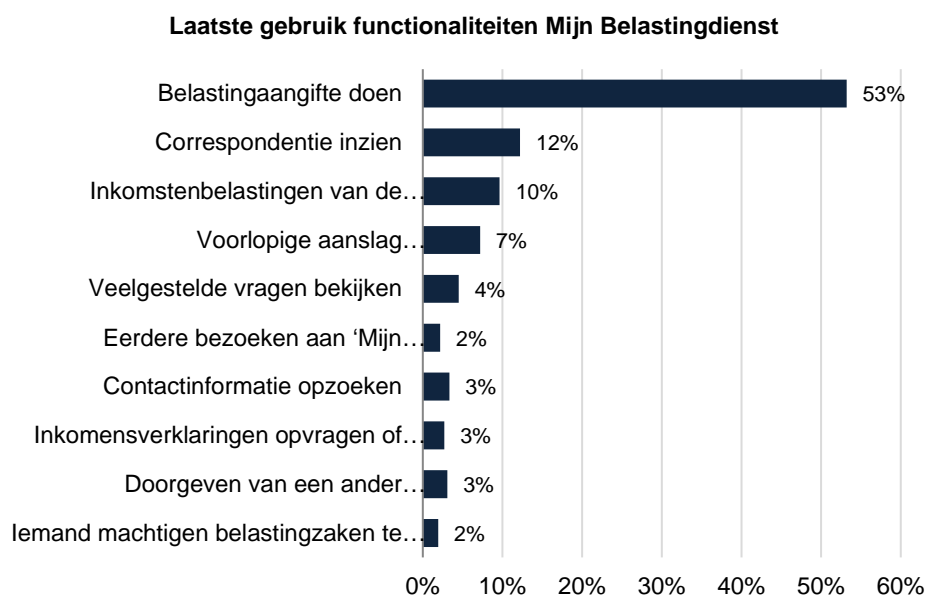
Gebruik functionaliteiten Mijn Belastingdienst



FIGUUR 27: GEBRUIK FUNCTIONALITEITEN MIJN BELASTINGDIENST IN METING 4.

Veruit de meest gebruikte functionaliteit van Mijn Belastingdienst (Figuur 27) is het doen van de belastingaangifte (89%), gevolgd door het inzien van correspondentie (67%) en het inzien van aangiften van de afgelopen jaren (57%). De andere functionaliteiten zijn alleen door een minderheid van de respondenten gebruikt. Opvallend is dat de meeste functionaliteiten wel bij de meeste respondenten bekend zijn. Alleen het inzien van eerdere bezoeken aan Mijn Belastingdienst en het opvragen of afdrukken van Inkomensverklaringen worden door ongeveer 5% van de respondenten genoemd als functionaliteiten waarvan ze niet wisten dat dit mogelijk was op Mijn Belastingdienst. Het lijkt er derhalve op dat het met de bekendheid van de functionaliteiten op Mijn Belastingdienst goed gesteld is. Het gebruik van de meeste functies is niet hoog, maar dat zal grotendeels te verklaren zijn door het gebrek aan noodzaak van het gebruik.

Eenzelfde patroon zien we wanneer we kijken naar het laatste gebruik van Mijn Belastingdienst. We hebben de respondenten (die Mijn Belastingdienst gebruik hebben) gevraagd waarvoor ze Mijn Belastingdienst voor het laatst gebruik hebben (Figuur 28).



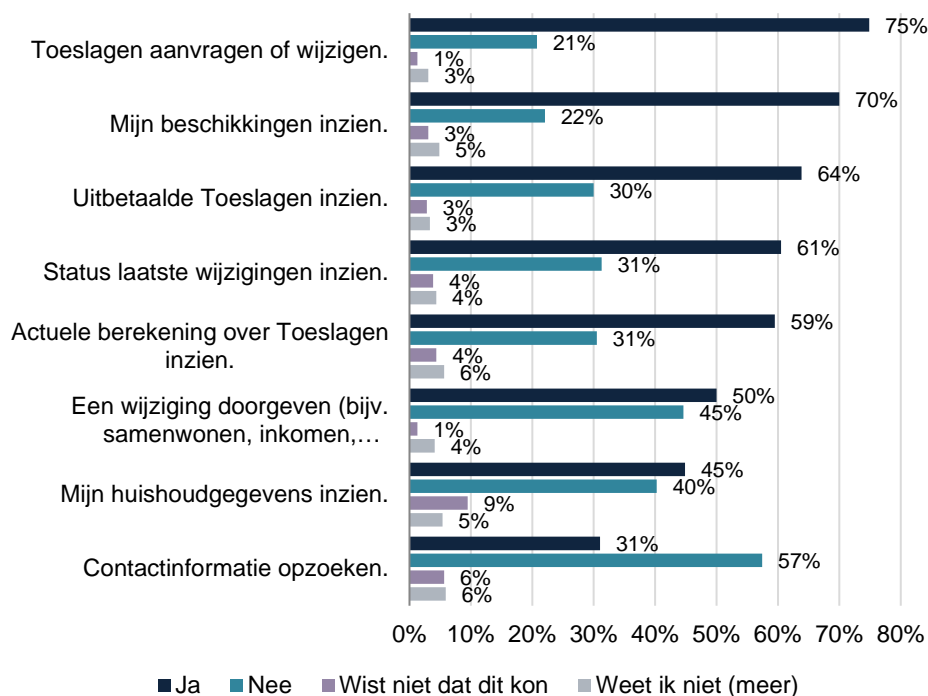
FIGUUR 28: LAATSTE GEBRUIK FUNCTIONALITEITEN MIJN BELASTINGDIENST IN METING 4.

Een meerderheid van de respondenten bezocht de laatste keer Mijn Belastingdienst om belastingaangifte te doen. Dit is niet verwonderlijk gegeven de periode waarin het onderzoek plaatsvond.

Vervolgens is aan de ontvangers van toeslagen gevraagd in hoeverre ze de functionaliteiten van Mijn Toeslagen kennen en/of gebruiken. Hiertoe onderscheiden we de volgende functies van Mijn Toeslagen:

- Toeslagen aanvragen of wijzigen.
- Mijn beschikkingen inzien.
- Status laatste wijzigingen inzien.
- Uitbetaalde Toeslagen inzien.
- Actuele berekening over Toeslagen inzien.
- Mijn huishoudgegevens inzien.
- Een wijziging doorgeven (bijv. samenwonen, inkomen, toeslagpartner, kinderen, postadres of bankrekeningnummer)
- Contactinformatie opzoeken.

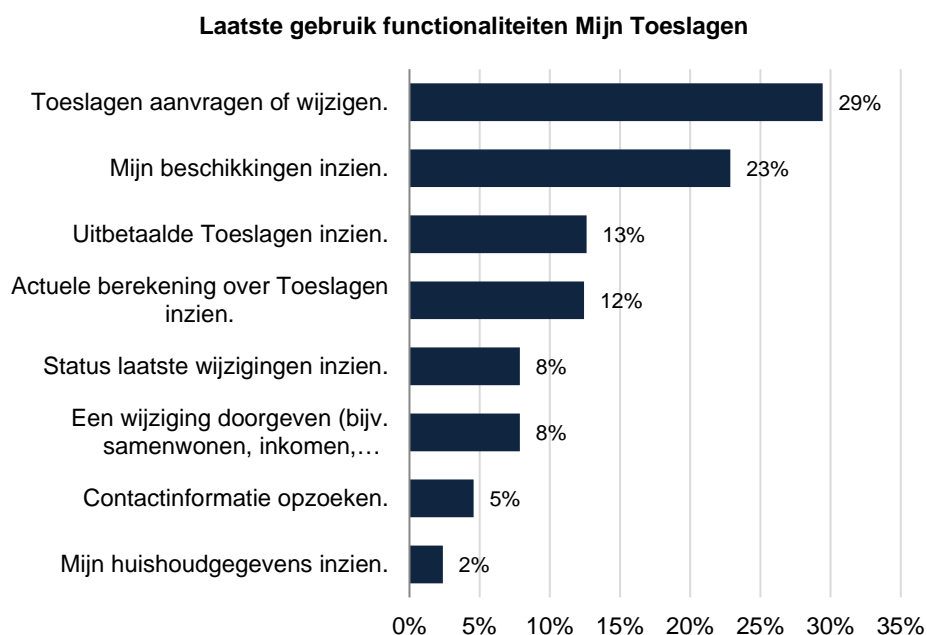
Gebruik functionaliteiten Mijn Toeslagen



FIGUUR 29: GEBRUIK FUNCTIONALITEITEN MIJN TOESLAGEN IN METING 4.

De meest gebruikte functionaliteit van Mijn Toeslagen (Figuur 29) is het aanvragen of wijzigen van toeslagen (75%). Dit wordt gevolgd door het inzien van beschikkingen (70%) en het inzien van uitbetaalde toeslagen (64%). Hier valt op dat, vergeleken met Mijn Belastingdienst de meerderheid van de respondenten van de meeste functies wel eens gebruik gemaakt heeft. Alleen het inzien van de eigen huishoudgegevens (45%) en het opzoeken van contactinformatie (31%) zijn door een minderheid wel eens gebruikt. Bij die laatste valt ook op dat dit hetzelfde percentage is als bij Mijn Belastingdienst.

Ook hier kunnen we constateren dat de meeste functionaliteiten wel goed bekend zijn. Alleen bij het inzien van de eigen huishoudgegevens zien we een substantieel percentage (9%) van de respondenten die niet wisten dat deze functionaliteit gebruikt kon worden. Deze functie is tevens de functie die het minste als laatste gebruikt is door de respondenten (Figuur 30).



FIGUUR 30: LAATSTE GEBRUIK FUNCTIONALITEITEN MIJN TOESLAGEN IN METING 4.

Hier zien we dat het laatste gebruik van de verschillende functionaliteiten veel meer gespreid is dan bij Mijn Belastingdienst. Het aanvragen of wijzigen van toeslagen (29%) is, niet verrassend, de vaakst genoemde laatst gebruikte functionaliteit, op de voet gevolgd door het inzien van beschikkingen (23%).

5.4 Conclusies en aanbevelingen bij het gebruik van de portalen

In dit hoofdstuk stonden gebruik en waardering van de verschillende portalen van de Belastingdienst centraal. In deze laatste paragraaf trekken we een aantal conclusies en doen we een beperkte aanbeveling (deze staat in cursief in de tekst hieronder) met betrekking tot deze onderwerpen.

Digitaal contact met de Belastingdienst

In het vorige hoofdstuk zagen we dat het percentage mensen dat de berichtenbox activeert (nog steeds) toeneemt onder de respondenten aan de vier metingen. In dit hoofdstuk zien we echter dat het percentage respondenten dat al contact heeft met de Belastingdienst stabiel is. In alle vier de metingen zien we dat ongeveer 70% van de respondenten al digitaal contact heeft met de Belastingdienst. Wel zien we dat de respondenten die digitaal contact hebben dat steeds vaker doen. Met andere woorden, daar waar mensen eenmaal beginnen met het gebruik van het elektronische berichtenverkeer en digitale dienstverlening doen ze dat steeds vaker. De respondenten die geen digitaal contact hebben met de Belastingdienst zijn vaker jong (15-35) en lager opgeleid. Respondenten die digitaal contact hebben met de Belastingdienst doen dat vooral via de portalen (Mijn Belastingdienst, Mijn Toeslagen en Mijn Overheid) en het gebruik ligt vaker dan twee keer per jaar, maar minder dan 1 keer per maand. Een aanzienlijke minderheid (~30%) heeft nog geen digitaal contact gehad. Dit wijst er op dat er in het digitale contact met de Belastingdienst nog aanzienlijke ruimte voor groei zit.

Evaluatie portalen

De portalen van de Belastingdienst (Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen) worden positief gewaardeerd met een rapportcijfer van ongeveer een zeven. Daarnaast worden specifieke kenmerken van de portalen positief gewaardeerd. Zo vindt men beide

portalen 'Prettig', 'Efficiënt' en 'Begrijpelijk'. De portalen voldoen dan ook aan de verwachtingen van de respondenten. Het minst positief (maar in absolute zin nog steeds positief) is men over de aantrekkelijkheid van de beide portalen.

Wel zien we verschillen tussen de demografische groepen in hun evaluatie van de portalen. Jongeren zijn minder positief over de aantrekkelijkheid van Mijn Belastingdienst. Daarnaast zien we dat zowel lager als hoger opgeleiden minder positief zijn over de snelheid, mate van voldoen aan verwachtingen en voorspelbaarheid van Mijn Toeslagen dan de middelbaar opgeleiden. Alle groepen zijn wel positief ten aanzien van alle punten. Dit zien we ook terug in de gebruikservaringen met de portalen. Wat betreft beide portalen heeft ongeveer een kwart een goede ervaring gehad, ongeveer 70% is neutraal (geen goede/slechte ervaring) en een kleine groep (~4%) had een slechte ervaring.

Belangrijkste verbeterpunt voor de beide portalen zit in het vergroten van de aantrekkelijkheid van de portalen, maar gegeven de overall positieve evaluatie van de portalen zijn er geen hele urgente aanbevelingen die we kunnen doen op basis van de resultaten van dit onderzoek.

Kennis en gebruik specifieke functionaliteiten

Mijn Belastingdienst wordt vooral gebruikt voor een relatief beperkte set functionaliteiten. Veruit de meest gebruikte functie is het doen van belastingaangifte (89%), gevolgd door het inzien van correspondentie (67%) en oudere belastingaangiften (57%). Functies als het opzoeken van contactinformatie, het opvragen van inkomensverklaringen en doorgeven van een ander bankrekeningnummer worden door een minderheid gebruikt. De vermoedelijke (en logische) verklaring hiervoor is simpelweg het gebrek aan noodzaak om deze functies te gebruiken. De meeste functies zijn ook bekend bij de respondenten. Bij slechts twee functionaliteiten ('Eerdere bezoeken aan Mijn Belastingdienst inzien' en 'inkomensverklaring opvragen of afdrukken') zien we dat ongeveer 5% van de respondenten de functionaliteit niet kennen. Hier zit dus nog ruimte voor verbetering.

We zien dat het gebruik van de functionaliteiten van Mijn Toeslagen meer gespreid is. Alle functies zijn door meer dan 30% van de respondenten wel eens gebruikt. Tegelijkertijd zien we hier wel dat bepaalde functies minder bekend zijn. Het inzien van de eigen huishoudgegevens (9%) en het opzoeken van contactinformatie (6%) zijn bij bepaalde respondenten niet bekend. Hier zit dus wel meer ruimte voor verbetering.

6 EFFECTEN VAN GEBRUIK MEI 2017: HOUDING DIGITALISERING & KANAALVOORKEUREN

Dit hoofdstuk behandelt de onderzoeksresultaten die gaan over de effecten van het digitaliseren van de communicatie met burgers. We kijken als eerste naar wat de respondenten vinden van alle digitaliseringsplannen (paragraaf 6.1). Vervolgens besteden we aandacht aan de overgang van papieren naar digitale communicatie (paragraaf 6.2). Vervolgens gaan we in op de vraag hoe de digitalisering van invloed is op de kanaalvoorkeuren en –keuzes van de respondenten (paragraaf 6.3). Aan het einde van dit hoofdstuk (paragraaf 0) volgen dan de conclusies en enkele aanbevelingen.

6.1 Wat vindt men van alle digitaliseringsplannen?

In deze eerste paragraaf staan we stil bij de digitaliseringsplannen van de overheid en de houding van de respondenten ten aanzien van deze plannen. Daarbij zoomen we in op enkele specifieke stellingen: hoe daarop is geantwoord door welke groepen.

We hebben de respondenten gevraagd hoe ze aankijken tegen de digitaliseringsplannen van de overheid, met een vijftal stellingen (zie Figuur 31).

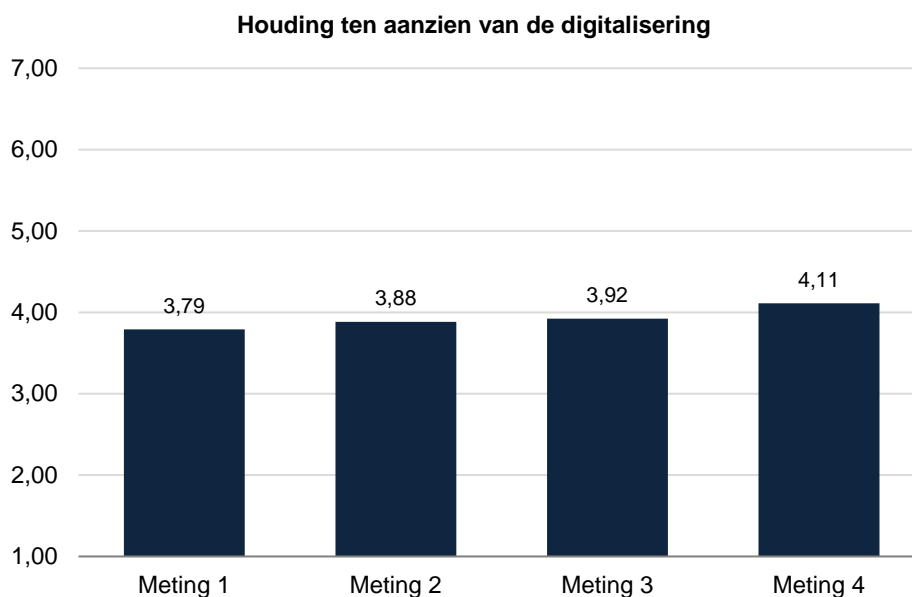


FIGUUR 31. HOUDING TEN AANZIEN VAN DIGITALISERINGSPLANNEN OVERHEID IN METING 1, 2, 3 & 4. GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG).

Het resultaat is grotendeels in lijn met de voorgaande metingen. Men vindt het goed (en in deze meting beduidend meer dan in de voorgaande meting¹³) dat de overheid steeds

¹³ Alleen voor deze twee aspecten vinden we significante verschillen tussen meting 3 & 4. Wat betreft het "goed vinden": $F=20.733, p<.000$. Wat betreft het "handig vinden": $F=30.674, p<.000$

meer digitaal doet en vindt het handig om post digitaal te ontvangen. Toch is men (nog steeds) bang dat mensen de ontwikkelingen niet bij kunnen houden en vindt men niet dat iedereen zijn zaken digitaal moet kunnen regelen. Wel zien we, en daar hebben we in de voorgaande metingen weinig aandacht aan besteed, dat de algehele houding ten aanzien van de digitalisering steeds positiever wordt. De toename van meting tot meting is vrij bescheiden, maar na een viertal metingen kunnen we wel vaststellen dat er een (bescheiden) opwaartse trend gaande is. De overall houding is nu (meting 4) ook voor het eerst in absolute zin positief (een score van 4 is 'neutraal', alles daarboven is 'positief').

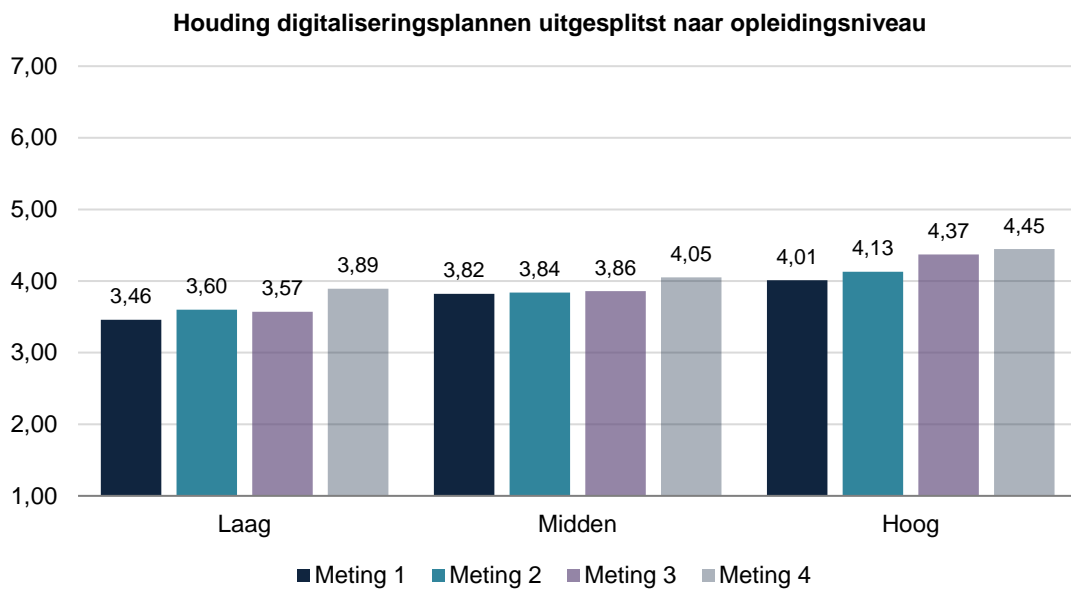


FIGUUR 32. HOUDING TEN AANZIEN VAN DE ALGHELE DIGITALISERING IN METING 1, 2, 3 & 4. OMGEREKEND NAAR SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG).

Net als in de voorgaande metingen hebben de we (algehele) houding ten aanzien van de digitalisering uitgesplitst naar de verschillende demografische groepen¹⁴. Hier vinden we het volgende:

- Net als in meting 3 staan mannen positiever tegenover de digitaliseringsplannen van de overheid.
- In tegenstelling tot meting 3 (maar in overeenstemming met de metingen ervoor) vinden we een verschil tussen de leeftijdsgroepen. Jongeren zijn positiever over digitalisering dan ouderen.
- Net als in alle voorgaande metingen is het verschil tussen de opleidingsgroepen relatief groot en lijkt daarnaast (Figuur 33) behoorlijk stabiel te zien. Waar we in de vorige meting nog aangaven dat de kloof tussen de leeftijdsgroepen toegenomen was, kunnen we dit niet meer herhalen. Het verschil in houding is (nagenoeg) gelijk aan dat van meting 1 & 2. Wel wordt de houding binnen alle groepen gelijkmatig positiever en blijft het natuurlijk een punt van zorg dat lager opgeleiden negatief zijn en blijven over de digitale overheid.

¹⁴ Geslacht: $t=4.518$, $p<.000$

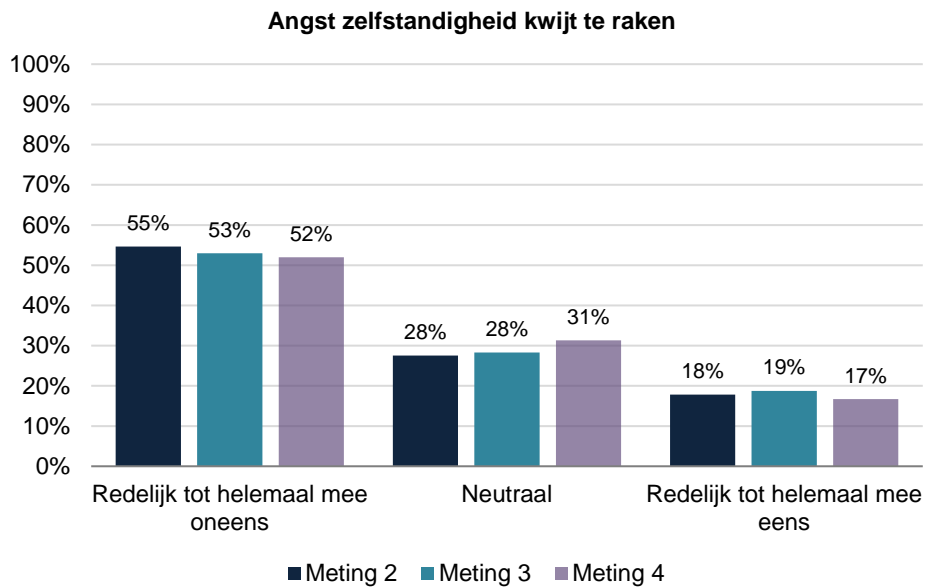


FIGUUR 33. HOUDING TEN AANZIEN VAN DIGITALISERINGSPLANNEN OVERHEID IN METING 1, 2 & 3, UITGESPLITST NAAR OPLEIDINGSGROEPEN. GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG). HOE HOGER HOE POSITIEVER MEN IS.

Daarnaast zien we, net als in de voorgaande metingen, een verband tussen de houding ten aanzien van de digitaliseringsplannen en de digitale vaardigheden van de respondenten. Hier zien we dat de digitale vaardigheden positief correleren met de houding ten aanzien van de digitale overheid. Hoe meer vaardigheden men heeft, hoe positiever men is¹⁵. Ook dit verband is consistent over alle vier de metingen heen en wat ons betreft een belangrijk resultaat.

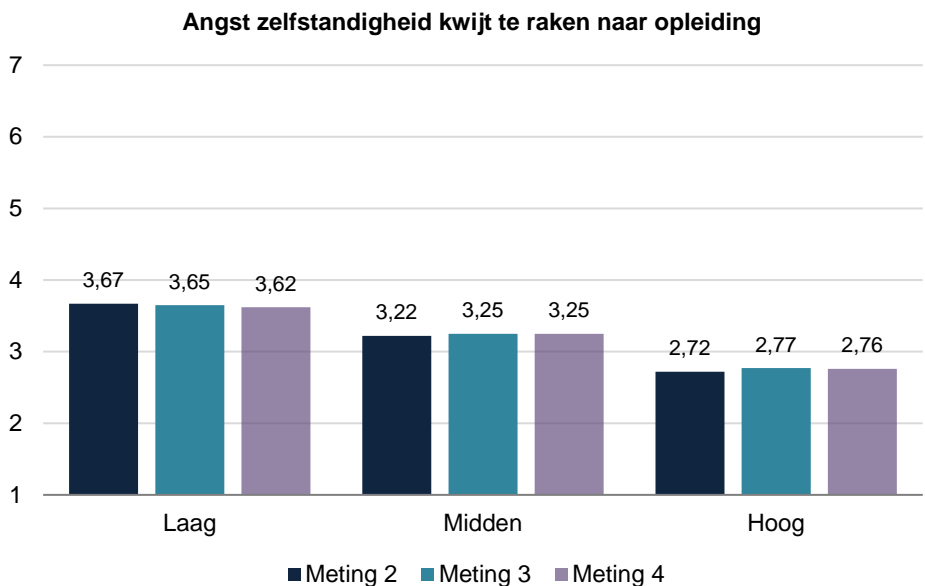
Figuur 34 geeft de responses weer op de vraag of men bang is de zelfstandigheid kwijt te raken door alle digitaliseringsplannen, gegroepeerd in drie groepen: redelijk tot helemaal mee oneens, neutraal, redelijk tot helemaal mee eens (deze vraag is niet opgenomen in meting 1).

¹⁵ Houding digitalisering & informatievaardigheden: $r=0.287$, $p<.000$. Houding digitalisering & operationele vaardigheden: $r=0.293$, $p<.000$.



FIGUUR 34. ANTWOORDEN OP DE STELLING 'IK BEN BANG DAT IK DOOR DEZE PLANNEN MIJN ZELFSTANDIGHEID KWIJT RAAK'. IN METING 2, 3 & 4. GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG), ANTWOORDEN GEGROEPEERD IN DRIE GROEPEN

Er is dus een groep van ongeveer 20% die bang is de zelfstandigheid kwijt te raken wanneer de digitalisering doorzet. Wie zijn precies die mensen? Er blijkt geen verschil te zijn tussen mannen en vrouwen¹⁶. Waar we in meting 3 geen verschil vonden wat betreft leeftijd, vinden we dat nu wel. De groep ouder dan 55 jaar is vaker bang de zelfstandigheid kwijt te raken dan de andere twee groepen.



FIGUUR 35. ANTWOORDEN OP DE STELLING 'IK BEN BANG DAT IK DOOR DEZE PLANNEN MIJN ZELFSTANDIGHEID KWIJT RAAK'. IN METING 2, 3 & 4. GEMETEN OP SCHAAL 1 (LAAG) – 7 (HOOG), ANTWOORDEN GEGROEPEERD NAAR OPLEIDINGSNIVEAU

¹⁶ [meting 4] Geslacht: T = 0.610 p = .542, Leeftijd: F = 7.357, p = .001, Opleiding: F = 22.262, p < .000

In overeenstemming met de voorgaande metingen, vinden we nu ook weer (grote) verschillen tussen de verschillende opleidingsniveaus. Zoals weergegeven in Figuur 35 zijn lager opgeleiden in grotere mate bang om hun zelfstandigheid kwijt te raken. De figuur laat ook zien hoe consistent dit patroon is over de drie meting heen waarin deze vraag is opgenomen.

6.2 Gedragsverandering bij overgang papier naar digitaal

Een deel van de enquête bestond uit een zogenaamd vignettenonderzoek, net als in de voorgaande metingen (maar wel in een andere opzet). In deze paragraaf beschrijven we de uitkomsten daarvan.

Net als in de voorgaande metingen werd aan de respondenten een aantal korte scenario's voorgelegd met daarbij de vraag wat de respondenten zouden doen naar aanleiding van het betreffende scenario. In meting 1-3 vroegen we wanneer mensen een brief (de blauwe envelop) of een notificatiebericht gingen opvolgen. Deze twee varianten werden bovendien afwisselend gecombineerd met drie gevallen: óf ze verwachten niets, óf ze verwachten dat ze geld moeten betalen óf terugkrijgen. De resultaten van de drie metingen lieten een consistent beeld zien: respondenten waren consistent eerder geneigd actie te ondernemen bij het ontvangen van een brief. Dit leidde tot de conclusie dat de blauwe envelop blijkbaar vooralsnog een meer dwingend karakter heeft dan een elektronische notificatie.

In deze vierde meting kiezen we voor een iets andere aanpak die meer gericht is op de voorkeuren van de respondenten. We hebben een viertal scenario's gedefinieerd:

- U krijgt een klein bedrag terug
- U moet een klein bedrag betalen
- U krijgt een groot bedrag terug
- U moet een groot bedrag betalen

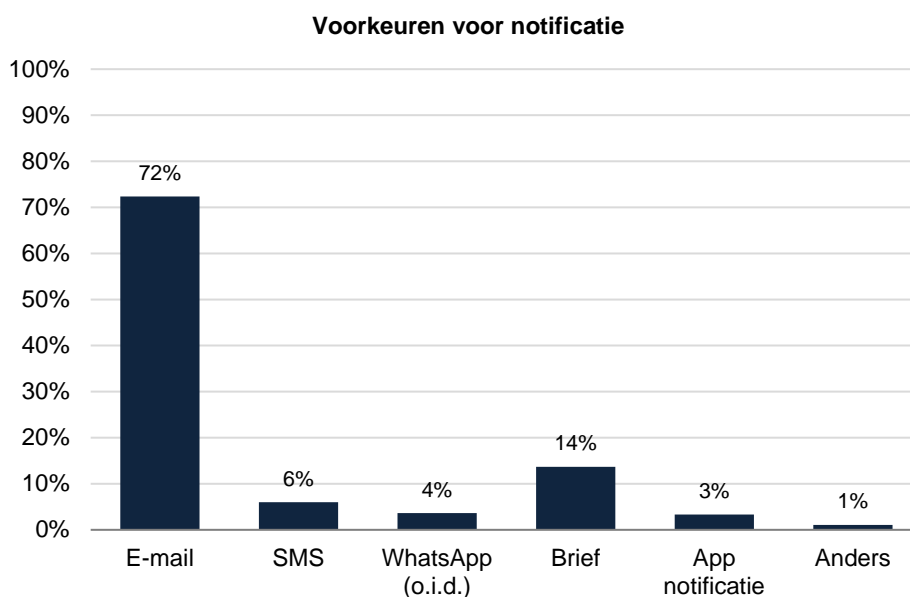
Vervolgens gaven we de respondenten de boodschap dat de Belastingdienst een bericht volgens een van de vier bovengenoemde scenario's in hun berichtenbox had geplaatst. Vervolgens vroegen we de respondenten naar de wijze waarop ze het liefst een notificatiebericht zouden ontvangen om hen erop te wijzen dat het bericht in hun berichtenbox klaar stond. In het scenario werd vermeld dat de respondenten actie moesten ondernemen naar aanleiding van het bericht om a) het bedrag tijdig en op het juiste rekeningnummer te ontvangen of b) het bedrag te betalen.

Na het vragen van de voorkeur vroegen we de respondenten wanneer ze de notificatie zouden opvolgen; met andere woorden, wanneer gaan de respondenten actie ondernemen naar aanleiding van het bericht?

In een laatste stap gaven we een aanvulling op het eerdere scenario; "stel de Belastingdienst heeft u het bericht gestuurd, maar u heeft nog niet gereageerd, wilt u een herinneringsnotificatie en zo ja, via welk kanaal?". Met andere woorden, in deze vierde meting stelden we een drietal vragen aan de respondenten:

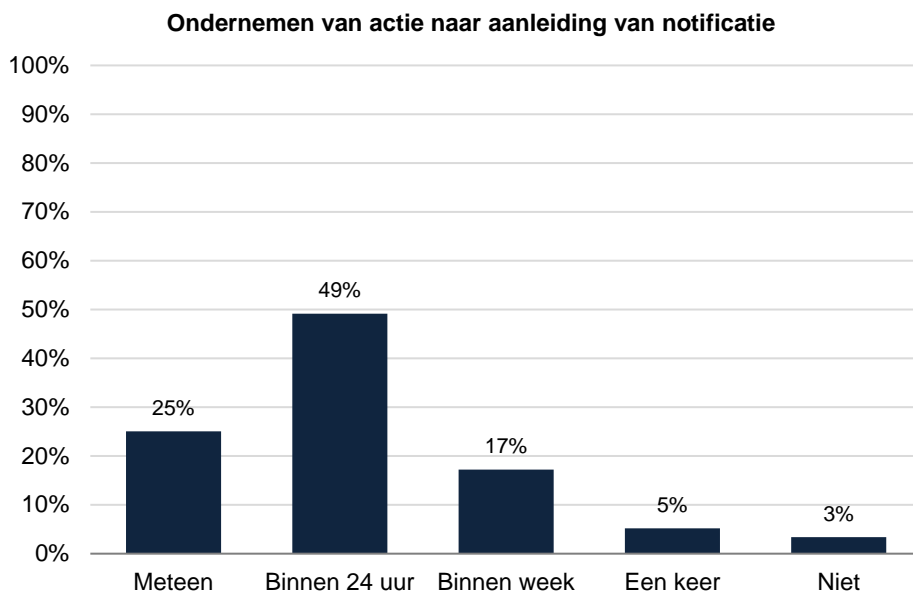
1. Hoe ontvangt u het liefst de notificatie?
2. Wanneer gaat u actie ondernemen?
3. Wilt u een herinnering en zo ja, hoe?

Allereerst bespreken we de antwoorden op deze drie vragen ongeacht de verschillende scenario's. Dit geeft een algemeen beeld van de voorkeuren en gedragingen. We zien dat de respondenten een sterke voorkeur hebben voor een notificatie via e-mail (Figuur 1). Een kleine minderheid (14%) geeft aan een voorkeur te hebben voor een brief.



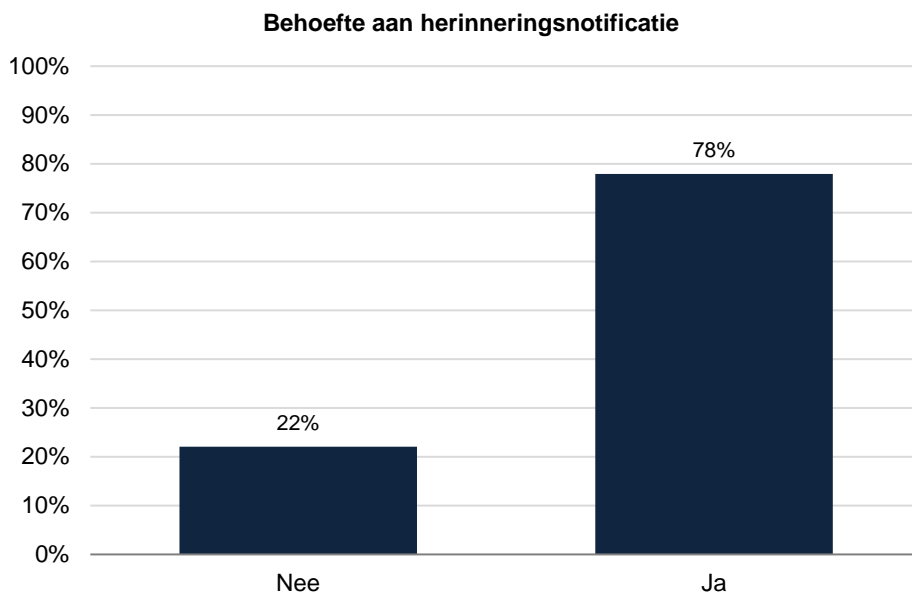
FIGUUR 36. PERCENTAGES GEKOZEN KANALEN VOOR HET NOTIFICATIEBERICHT, ONGEACHT HET SCENARIO IN METING 4.

Ongeacht het scenario zien we daarnaast dat een meerderheid van de respondenten (74%) oftewel meteen, oftewel binnen 24 uur van plan is actie te ondernemen naar aanleiding van het bericht (Figuur 37). Slechts een heel klein percentage respondenten zegt 'een keer' (5%) of helemaal geen (3%) actie te ondernemen.



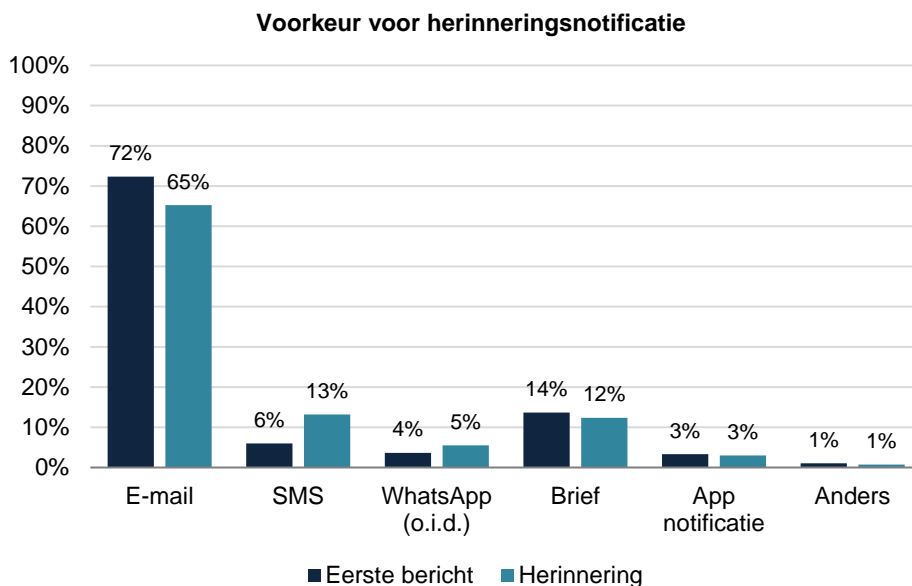
FIGUUR 37. PERCENTAGES GEKOZEN MOMENTEN WAAROP RESPONDENTEN ACTIE ONDERNEMEN NAAR AANLEIDING VAN DE NOTIFICATIE, ONGEACHT HET SCENARIO IN METING 4.

Wanneer we de respondenten vervolgens het scenario voorleggen dat ze nog niet gereageerd hebben op de eerste notificatie, met daarbij de vraag of ze een herinneringsnotificatie op prijs stellen. Veruit de meerderheid (78%) van de respondenten geeft aan een herinneringsnotificatie te willen (Figuur 38).



FIGUUR 38. PERCENTAGES RESPONDENTEN DIE AL DAN NIET BEHOEFTE HEBBEN AAN EEN HERINNERINGSNOTIFICATIE, ONGEACHT HET SCENARIO IN METING 4.

Vervolgens is aan de respondenten die aangaven een herinneringsnotificatie te wensen op welke wijze zij het liefste deze tweede notificatie krijgen (Figuur 39). Voor de vergelijkbaarheid zijn in de figuur ook de percentages voorkeuren van de eerste notificatie (Figuur 36) nogmaals weergegeven. Ook voor de herinneringsnotificatie geldt dat e-mail het voorkeurskanaal is, maar het percentage is met 65% wel lager dan voor het eerste bericht. Deze daling gaat nagenoeg volledig ten faveure van de notificatie per SMS (van 6% naar 13%). Wellicht heeft de SMS een hogere attentiewaarde voor bepaalde groepen mensen.



FIGUUR 39. PERCENTAGES RESPONDENTEN EN HUN KANAALVOORKEUR VOOR DE HERINNERINGSNOTIFICATIE, ONGEACHT HET SCENARIO IN METING 4.

Op basis van de voorkeuren voor de eerste notificatie en de herinneringsnotificatie kunnen we ook bekijken of er grote verschuivingen zijn tussen de kanalen. Met andere woorden, hoeveel mensen die in eerste instantie voor een e-mail kiezen, kiezen ter herinnering voor iets anders, enzovoort? Tabel 3 geeft van deze patronen een overzicht.

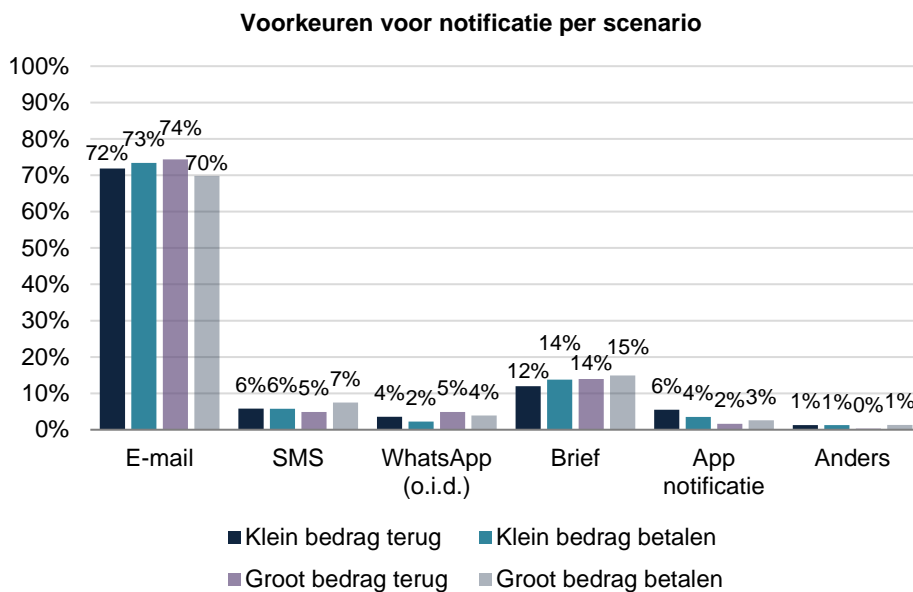
		Herinnering						Totaal
		E-mail	SMS	WhatsApp (o.i.d.)	Brief	App notificatie	Anders	
Eerste notificatie	E-mail	81%	8%	3%	5%	2%	0%	100%
	SMS	23%	72%	2%	3%	0%	0%	100%
	WhatsApp (o.i.d.)	22%	3%	70%	5%	0%	0%	100%
	Brief	29%	10%	3%	53%	2%	1%	100%
	App notificatie	28%	22%	3%	3%	44%	0%	100%
	Anders	33%	25%	0%	8%	0%	33%	100%

TABEL 3: VERSCHUIVINGEN IN KANAALVOORKEUREN VAN EERSTE NOTIFICATIE NAAR HERINNERING IN METING 4 (RIJPERCENTAGES)

De tabel laat zien welk deel van de respondenten die een bepaald kanaal koos voor de eerste notificatie hetzelfde of een andere kanaal kiest voor de herinnering. Vetgedrukt staan in elke rij de percentages respondenten die bij hetzelfde kanaal blijven.

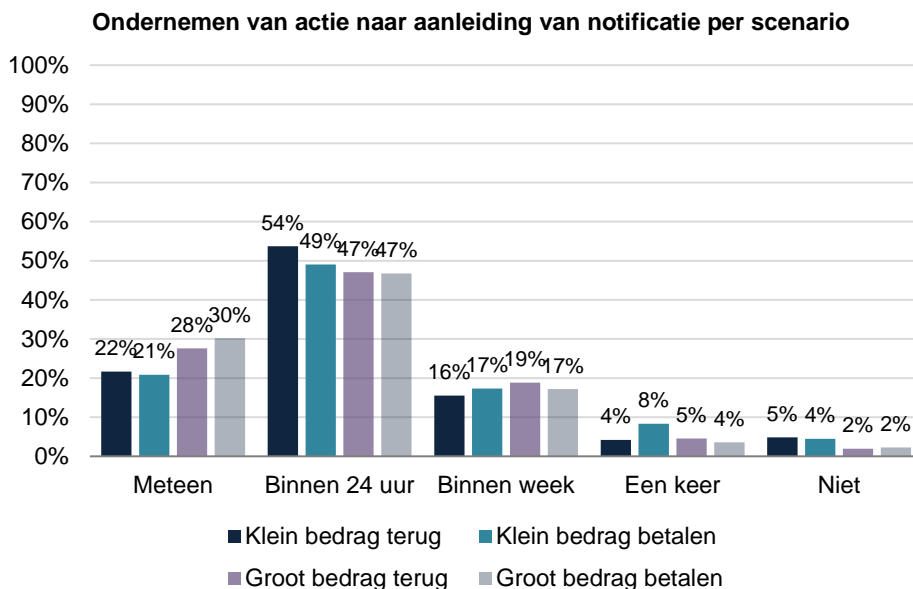
Veruit de meeste respondenten kiest, ongeacht de eerste voorkeur, voor hetzelfde kanaal bij de herinnering. Zo kiest 81% van de respondenten die graag een e-mail ontvangt ter eerste notificatie opnieuw voor een e-mail ter herinnering. Als men al wisselt van kanaal doet men dat richting e-mail of sms. Het lijkt er derhalve op dat zowel de e-mail als sms door de meeste respondenten de voorkeurskanalen zijn om notificaties van de Belastingdienst te ontvangen, ongeacht de situatie.

Vervolgens kunnen we kijken hoe de patronen verschillen tussen de verschillende scenario's (Figuur 40). Hier zien we slechts kleine (en niet significante) verschillen tussen de vier scenario's. In alle gevallen heeft het krijgen van een e-mail de voorkeur, gevolgd door het ontvangen van een brief of SMS.



FIGUUR 40. PERCENTAGES RESPONDENTEN EN HUN KEUZE VOOR EEN KANAAL OM EEN HERINNERINGSNOTIFICATIE TE KRIJGEN PER SCENARIO IN METING 4. VERSCHILLEN TUSSEN DE SCENARIO'S IS NIET SIGNIFICANT ($\chi^2=16.057$, $P=0.378$).

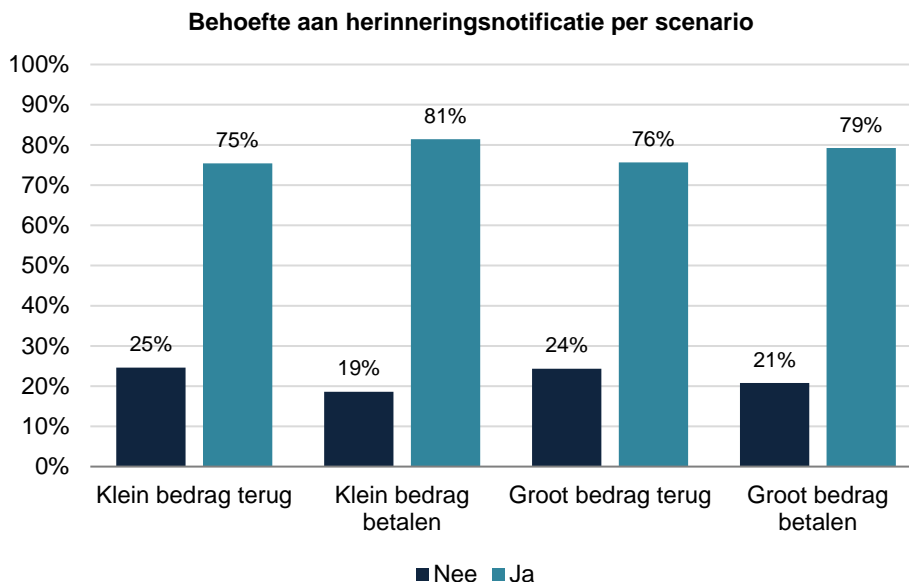
Wel zien we verschillen tussen de geneigdheid om actie te ondernemen naar aanleiding van het bericht (Figuur 41). Zo zien we dat als de grootte van het bedrag toeneemt (ongeacht het 'terugkrijgen' of 'betalen' ervan) de geneigdheid om meteen actie te ondernemen ook toeneemt. Ook zien we dat de geneigdheid om meteen of binnen 24 uur in actie te komen het laagst is wanneer een klein bedrag betaald moet worden.



FIGUUR 41. PERCENTAGES GEKOZEN MOMENTEN WAAROP RESPONDENTEN ACTIE ONDERNEMEN NAAR AANLEIDING VAN DE NOTIFICATIE, PER SCENARIO IN METING 4. VERSCHIL TUSSEN DE SCENARIO'S IS SIGNIFICANT ($\chi^2=24.999$, $P=0.0015$).

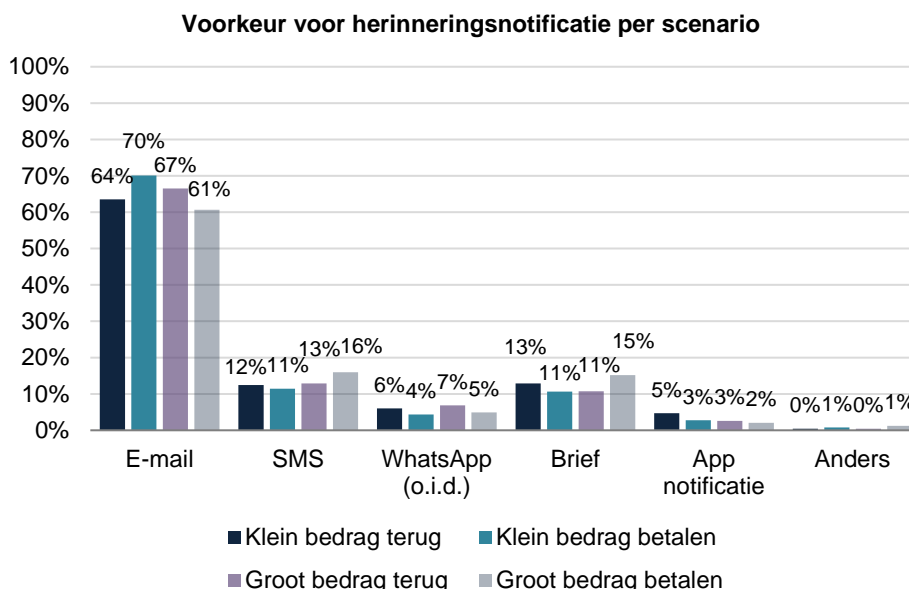
Dit is een interessant verschil ten opzichte van de voorgaande metingen. In meting 1-3 werd alleen gekeken naar de verwachting te moeten betalen, geld terug te krijgen of geen verwachting hebben. Daar vonden we kleine verschillen tussen de scenario's. Ook hier vinden we kleine verschillen daar waar het gaat om het moeten betalen of terugkrijgen. We vinden echter wel dat de grootte van het bedrag van behoorlijke invloed is.

We vinden weinig (en niet significant) verschil tussen de scenario's en de behoefte om een herinnering te krijgen (Figuur 42). Ongeacht de situatie krijgen alle respondenten graag een herinneringsnotificatie op het moment dat ze niet tijdig reageren op het bericht van de Belastingdienst.



FIGUUR 42. PERCENTAGES RESPONDENTEN DIE AL DAN NIET BEHOEFTE HEBBEN AAN EEN HERINNERINGSNOTIFICATIE, PER SCENARIO IN METING 4. VERSCHIL TUSSEN DE SCENARIO'S IS NIET SIGNIFICANT ($\chi^2=4.573$, $P=0.206$).

Ook vinden we weinig verschillen wat betreft de wijze waarop de respondenten graag de notificatie ontvangen (Figuur 43). Evenals voor de eerste notificatie ontvangen de respondenten de herinnering, ongeacht het scenario, per e-mail, gevolgd door een brief en SMS.



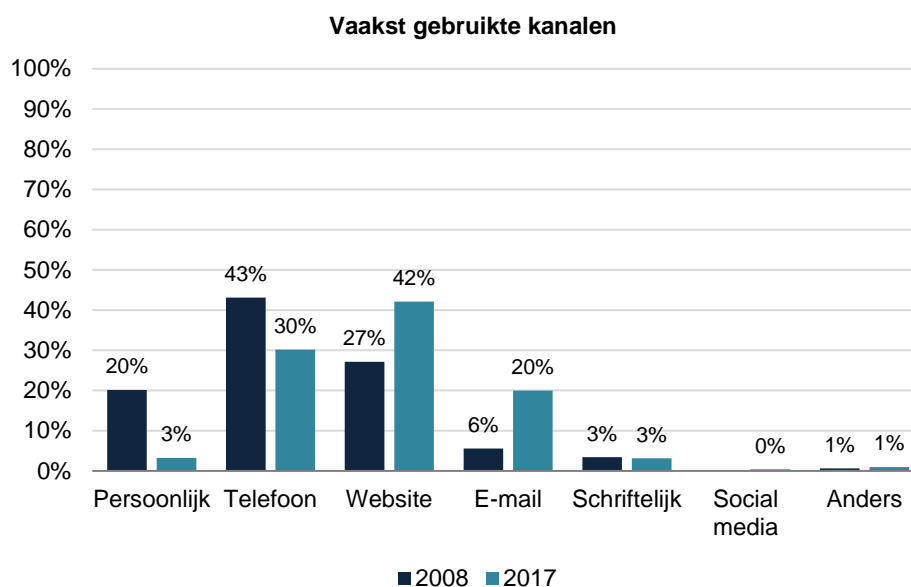
FIGUUR 43. PERCENTAGES RESPONDENTEN EN HUN KEUZE VOOR EEN KANAAL OM EEN HERINNERINGSNOTIFICATIE TE KRIJGEN, PER SCENARIO IN METING 4. VERSCHIL TUSSEN DE SCENARIO'S IS NIET SIGNIFICANT ($\chi^2= 17.724$, $P=0.474$).

6.3 Kanaalgedrag

Een nieuw deel van de enquête bestond uit een aantal vragen over het gebruik en keuze van dienstverleningskanalen voor contacten met de Belastingdienst. Door de toenemende digitalisering is de verwachting dat kanaalvoorkeuren zich ook ontwikkelen en in deze paragraaf gaan we in op deze veranderingen.

We hebben de respondenten in deze vierde online meting een aantal vragen gesteld over hun kanaalgebruik, -voorkeuren en -keuzes in hun contacten met de overheid. Deze vragen stellen we om te zien in hoeverre de toenemende digitalisering van invloed is op het kanaalgedrag van burgers. Dit kan vervolgens belangrijk zijn bij de verdere vormgeving van de dienstverlening en de 'customer service' richting de burger. In een aantal van deze vragen maken we historische vergelijkingen met de situatie in 2008. In 2008 is in opdracht van de Belastingdienst grootschalig onderzoek gedaan¹⁷ onder ongeveer 2400 burgers en hun kanaalgedragingen in de contacten met de Belastingdienst en de overheid in het algemeen. In opzet en uitvoering was dit onderzoek vergelijkbaar met de vierde online meting. In de vierde online meting hebben we de exacte vraagstelling overgenomen uit het onderzoek uit 2008 voor een aantal vragen. Dit stelt ons in staat een aantal relevante vergelijkingen te maken.

Een eerste vraag die in beide onderzoeken gesteld is, is de vraag welk kanaal het vaakst gebruikt wordt voor contacten met de overheid (zie Figuur 44). Hierbij is in 2017 de optie opgenomen om 'social media' te kiezen, deze optie was in 2008 nog niet opgenomen (maar werd ook in 2017 nauwelijks gekozen).



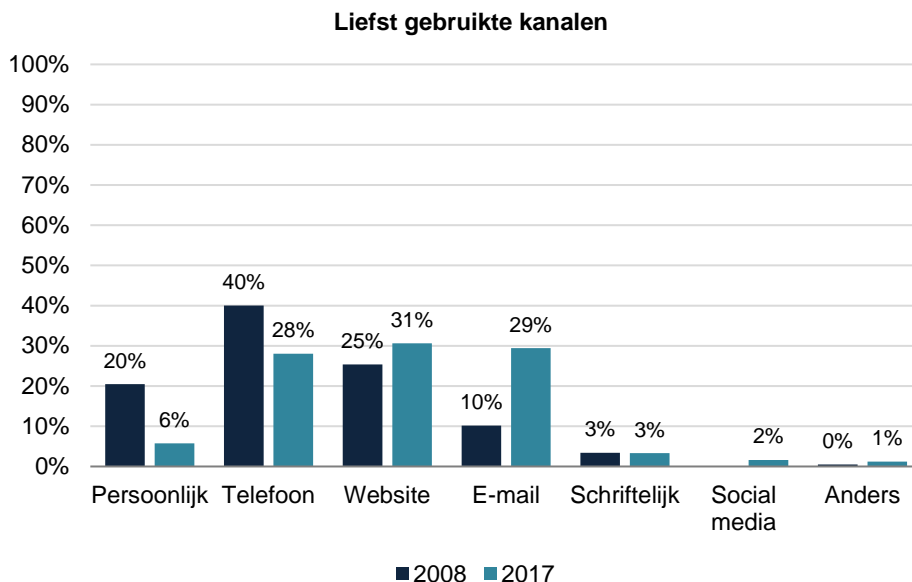
FIGUUR 44. VAAKST GEBRUIKTE KANAAL VOOR CONTACTEN MET DE OVERHEID IN 2008 EN 2017. 'PERSOONLIJK' BETREFT DE KANALEN WAAR MEN PERSOONLIJK CONTACT HEEFT AAN DE BALIE EN/OF OP AFSpraak.

We zien in de figuur de verschuiving van de meer traditionele vormen van interactie met de overheid (via de telefoon en persoonlijk) richting digitale vormen van communicatie (via de website en e-mail). Waar e-mail en website in 2008 nog goed waren voor 33%

¹⁷ Zie Pieterse (2009). Data zijn verzameld in het najaar van 2008.

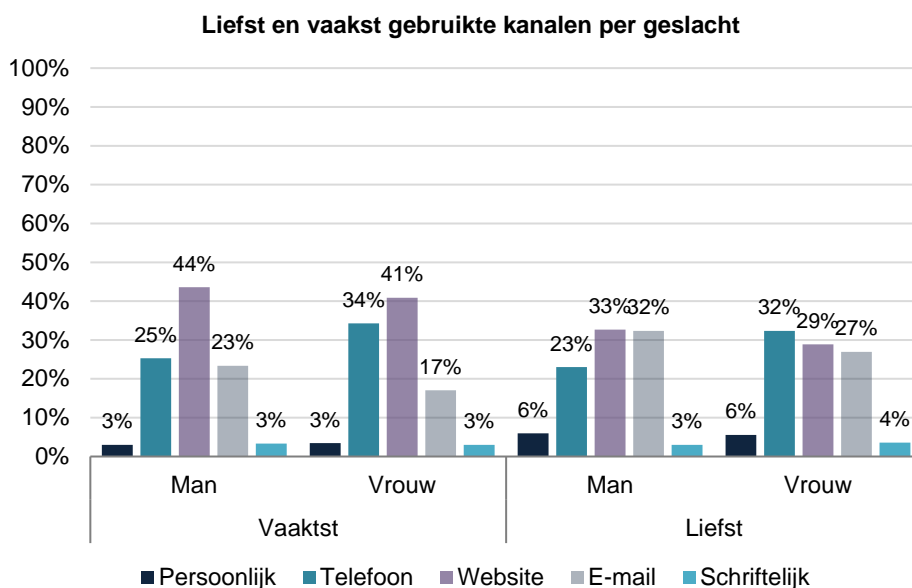
van de contacten is dat nu 62% van de communicatie. Deze stijging zal voor een groot deel te maken hebben met de toename in het aanbod van digitale diensten en het EBV.

We zien ook dat de voorkeuren van respondenten verschuiven (Figuur 52) in de richting van de elektronische kanalen. Waar in 2008 nog een meerderheid (60%) de voorkeur gaf aan contact via het persoonlijke of telefonische kanaal is dat nu gedaald naar 34%.



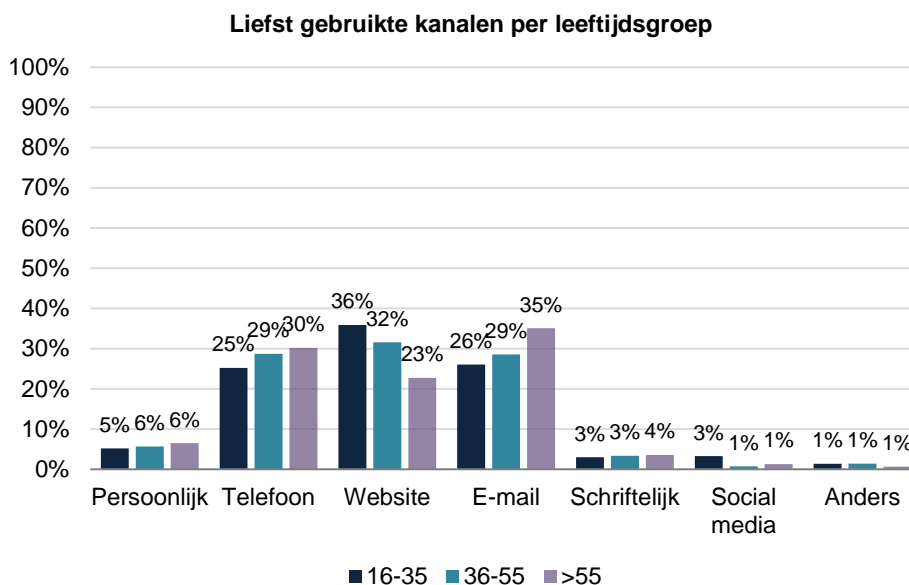
FIGUUR 45. LIEFST GEBRUIKTE KANAAL VOOR CONTACTEN MET DE OVERHEID IN 2008 EN 2017

Hierbij valt ook op dat de voorkeur voor het gebruik van e-mail veel sterker gestegen is dan de voorkeur voor het gebruik van websites. We zien in 2017 een bijna gelijke driedeling in kanaalvoorkeuren tussen de telefoon (28%), website (31%) en e-mail (29%). Voor alle drie de demografische variabelen zien we verschillen tussen bepaalde groepen in hun kanaalgebruik en -voorkeur. Hoewel deze verschillen significant zijn, zijn ze in alle gevallen niet groot.



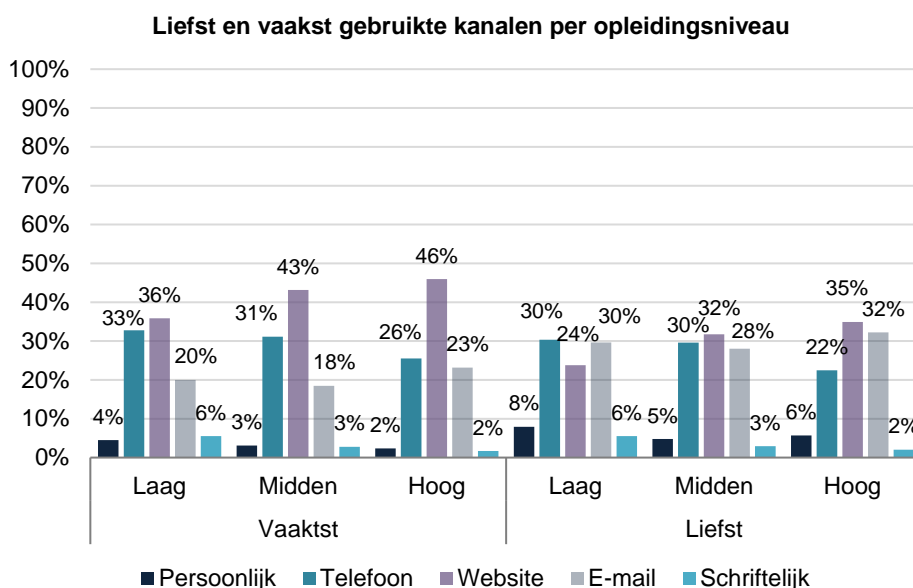
FIGUUR 46. LIEFST EN VAAKST GEBRUIKTE KANALEN VOOR CONTACTEN MET DE OVERHEID IN 2017, UITGESPLITST NAAR GESLACHT (PERCENTAGES VOOR SOCIAL MEDIA EN ANDERS STAAN NIET VERMELD OMWILLE VAN DE LEESBAARHEID). VERSCHIL VOOR 'VAAKST': $X^2=17.278$, $P=.008$; 'LIEFST': $X^2=15.291$, $P=.018$.

Voor geslacht (Figuur 46) zien we zowel verschillen wat betreft het vaakst gebruikte kanaal en het liefst gebruikte kanaal. In beide gevallen zien we dat mannen vaker de website gebruiken en verkiezen en vrouwen vaker de telefoon. Dit ligt anders voor leeftijd (Figuur 54), hier zien we geen verschil in de kanalen die men het vaakst gebruikt, maar wel in de kanalen waar men de voorkeur aan geeft. Hierbij valt op dat ouderen vaker de voorkeur geven aan e-mail, terwijl jongeren vaker de voorkeur geven aan websites. Het verschil zit dus vooral tussen de elektronische/digitale kanalen onderling en niet tussen de traditionele en elektronische kanalen.



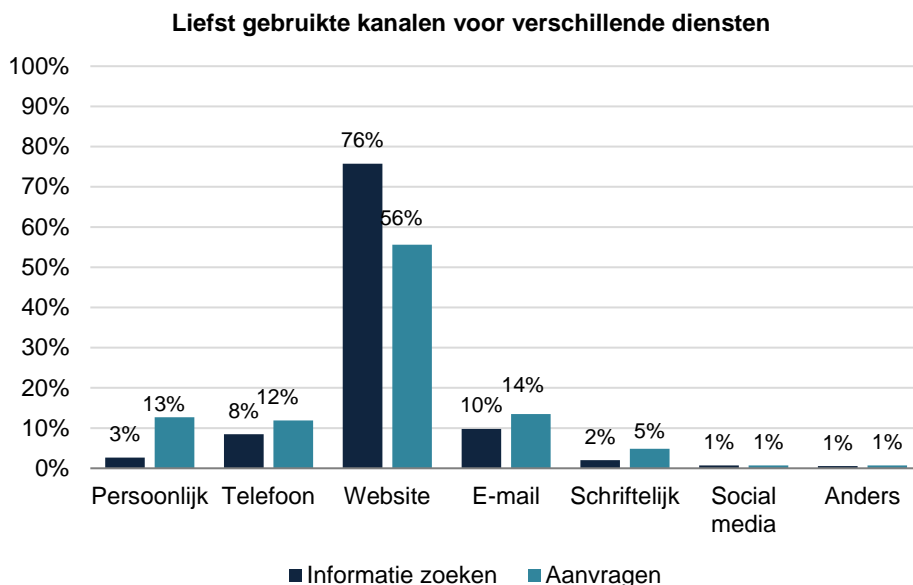
FIGUUR 47. LIEFST EN VAAKST GEBRUIKTE KANALEN VOOR CONTACTEN MET DE OVERHEID IN 2017, UITGESPLITST NAAR LEEFTIJD (PERCENTAGES VOOR SOCIAL MEDIA EN ANDERS STAAN NIET VERMELD OMWILLE VAN DE LEESBAARHEID). VERSCHIL VOOR 'LIEFST': $X^2=29.395$, $P=.007$.

De patronen zijn anders voor de opleidingsniveaus. Met name wat betreft het vaakst gebruikte kanaal zien we wel de scheiding tussen de traditionele en elektronische kanalen. Lager opgeleiden gebruiken vaker de telefoon en in (veel) mindere mate het persoonlijke kanaal. Hoger opgeleiden gebruiken vaker websites en in mindere mate e-mail. We zien daarnaast dat hoger opgeleiden vaker ook de voorkeur geven aan de elektronische kanalen. In totaal 67% van de hoog opgeleiden geeft de voorkeur aan website of e-mail, tegenover 54% van de laag opgeleiden.



FIGUUR 48. LIEFST EN VAAKST GEBRUIKTE KANALEN VOOR CONTACTEN MET DE OVERHEID IN 2017, UITGESPLITST NAAR OPLEIDINGSNIVEAU (PERCENTAGES VOOR SOCIAL MEDIA EN ANDERS STAAN NIET VERMELD OMWILLE VAN DE LEESBAARHEID). VERSCHIL VOOR 'VAAKST': $X^2=21.306$, $P=.046$; 'LIEFST': $X^2=21.983$, $P=.038$.

Naast de algemene voorkeuren hebben we de respondenten gevraagd wat hun voorkeuren zijn voor het zoeken van informatie of het aanvragen van iets. Hier zien we sterke verschillen in de voorkeuren (Figuur 49). Een overgrote meerderheid (76%) geeft de voorkeur aan de website voor het zoeken naar informatie. Dit percentage is een stuk lager (56%) voor het aanvragen van iets.

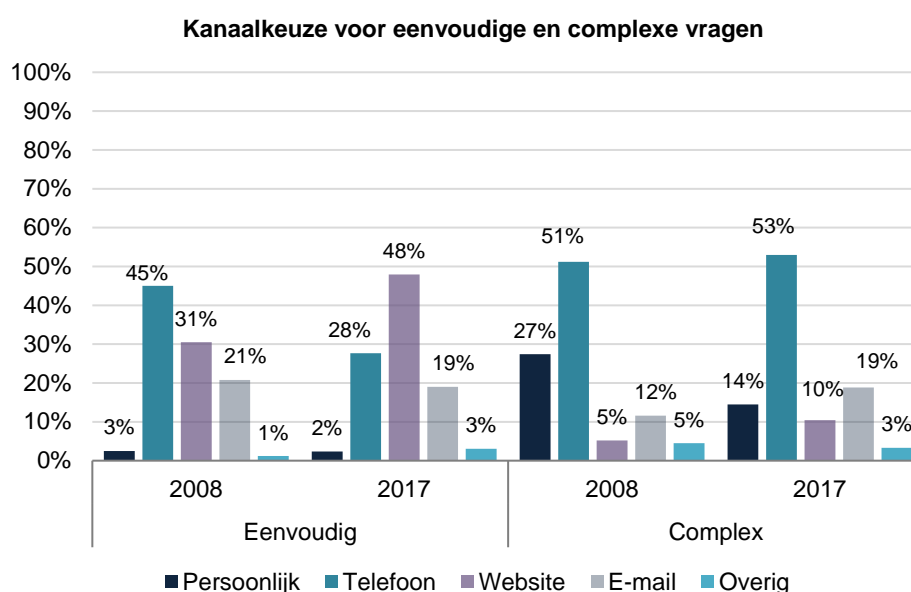


FIGUUR 49. LIEFST GEBRUIKTE KANALEN VOOR HET ZOEKEN VAN INFORMATIE OF HET AANVRAGEN VAN IETS. VERSCHILLEN TUSSEN 'INFORMATIE ZOEKEN' EN 'AANVRAGEN' IS SIGNIFICANT: $X^2=1397.978$, $P=.000$;

Hoewel respondenten dus wel een algemene voorkeur hebben voor hun contacten met de overheid, varieert deze voorkeur tussen verschillende diensten. Om meer zicht te krijgen op deze variëteit en hoe deze zicht tussen 2008 en 2017 ontwikkeld heeft, hebben we de respondenten gevraagd aan te geven welk kanaal ze zouden kiezen in een achttal situaties, namelijk (welk kanaal kiest u.):

1. Als u een eenvoudige vraag heeft (eenvoudig)
2. Als u een complexe vraag heeft (complex)
3. Als u haast heeft (wel haast)
4. Als u geen haast heeft (geen haast)
5. Zonder erbij na te denken (gewoonte)
6. Als u niet precies weet hoe u een probleem moet oplossen (ambigu)
7. Als u zekerheid nodig heeft (zekerheid)
8. Als het probleem voor u persoonlijk belangrijk is (belangrijk)

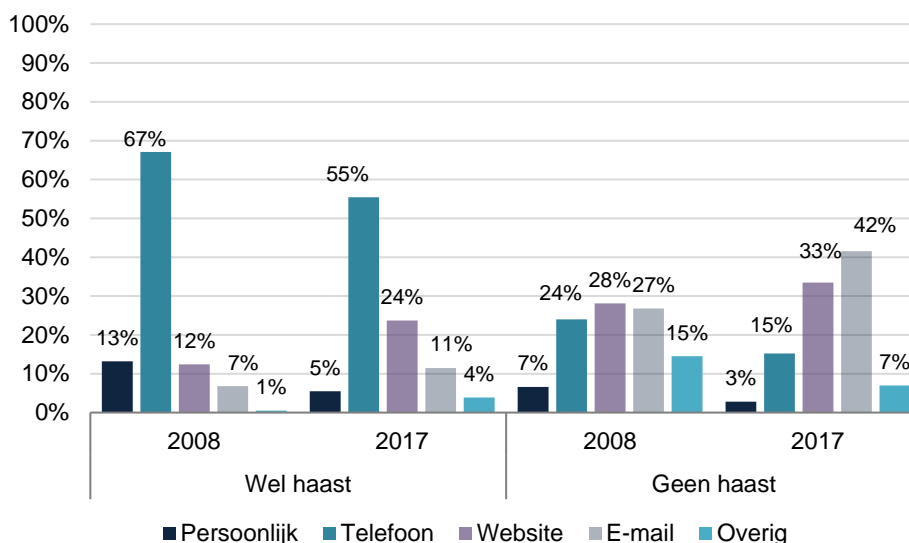
De eerste vier vormen twee paren (eenvoudig-complex, wel haast-geen haast) en deze behandelen we dan ook als zodanig. Wat betreft het eerste paar zien we een aantal opvallende verschuivingen. Voor eenvoudige lijken de telefoon en website van plaats gewisseld. Koos in 2008 nog 45% van de respondenten voor de telefoon, in 2017 was dat nog 28%. Tegelijkertijd stijgt het aantal respondenten dat de website kiest van 31% naar 48%.



FIGUUR 50. KANAALKEUZES VOOR EENVOUDIGE EN COMPLEXE VRAGEN IN 2008 EN 2017. VANWEGE DE LEESBAARHEID ZIJN DE CATEGORIEËN 'SCHRIFTELIJK', 'SOCIAL MEDIA' EN 'ANDERS' SAMENGEVOEGD (IN 'OVERIG').

Voor complexe vragen is de situatie anders. Hier zien we een behoorlijke daling van het percentage respondenten dat voor persoonlijk contact kiest (27% versus 14%), deze daling komt ten goede aan de respondenten die voor de website of e-mail kiest. Meer relevant: de meerderheid, zowel in 2008 als in 2017 kiest voor de telefoon en dit percentage neemt zelfs licht toe.

Kanaalkeuze voor wel of geen haast



FIGUUR 51. KANAALKEUZES VOOR EENVOUDIGE EN COMPLEXE VRAGEN IN 2008 EN 2017. VANWEGE DE LEESBAARHEID ZIJN DE CATEGORIEËN 'SCHRIFTELIJK', 'SOCIAL MEDIA' EN 'ANDERS' SAMENGEVOEGD (IN 'OVERIG').

Wat betreft het wel of geen haast hebben zien we wel duidelijkere verschuivingen. Koos 67% er in 2008 nog voor te gaan bellen indien er haast is, in 2017 is dit nog 55%. Een relatief sterkere verschuiving zien we bij het persoonlijke contact dat sterk daalt. Deze daling komt ten goede van websites en e-mail. Toch zien we dat nog steeds een meerderheid voor de telefoon kiest. Indien er geen haast is tekenen zich ook verschuivingen af. Zagen we in 2008 nog een (nagenoeg) gelijke driedeling tussen telefoon (24%), website (28%) en e-mail (27%). Inmiddels lijken e-mail (42%) en website (33%) de voorkeur van de respondenten te hebben.

Wat betreft de andere vier situaties (zie Bijlage 4 voor alle figuren) zien we het volgende:

- De gewoonte is grotendeels verschoven van de telefoon (51% in 2008 en 29% in 2017), en in mindere mate persoonlijk, naar het gebruik van de website (24% in 2008 en 54% in 2017), en in mindere mate e-mail.
- Kanaalkeuzes voor situaties waarin ambiguïteit een rol veranderen licht. De telefoon blijft veruit het meest gekozen kanaal (56% in 2008, 50% in 2017).
- Ook in situaties waarin zekerheid nodig is veranderen de kanaalkeuzes. Keuzes voor Websites (2008: 8%; 2017: 18%) en e-mail (2008: 12%; 2017: 22%) stijgen ten koste van een forse daling in persoonlijk (2008: 23%; 2017: 10%) en kleinere daling voor telefoon (2008: 50%; 2017: 44%).
- We zien eenzelfde patroon voor situaties waarin het persoonlijk belang een rol speelt. Ook hier stijgen website en e-mail en gaat deze stijging voornamelijk ten koste van het persoonlijke kanaal. De telefoon (2008: 54%; 2017: 49%) daalt, maar blijft het meest gekozen kanaal.

6.4 Conclusies en aanbevelingen bij effecten van gebruik

In deze laatste paragraaf van hoofdstuk 6 trekken we een aantal conclusies en doen we een aantal aanbevelingen (deze staan in cursief in de tekst hieronder) wat betreft de effecten van het gebruik en relevante gedragingen voor de Belastingdienst.

Houding ten aanzien van de digitalisering

Net als in de voorgaande metingen is men over het algemeen positief ten aanzien van de digitalisering, daarnaast is men over de periode van de vier metingen (twee jaar) geleidelijk aan positiever geworden is. Deze toename in positieve houding creëert mogelijk verdere ruimte in de groei van de digitale dienstverlening. Ondanks deze positiviteit is men nog steeds wel bang dat veel mensen die ontwikkelingen niet bij kunnen houden. Net als in de voorgaande metingen zien we vooral grote verschillen wat betreft opleiding en de houding ten aanzien van de digitalisering. Lager opgeleiden zijn consistent meer negatief en verwachten vaker problemen. Ook is deze groep vaker bang om de zelfstandigheid kwijt te raken door de digitalisering.

Deze angst om de zelfstandigheid speelt, net als in meting 2 & 3, bij een groep van ongeveer 20% van de populatie. Binnen deze groep vinden we vaker laag opgeleiden en ouderen.

De aanbeveling is om deze groepen zwakkeren in de gaten te blijven houden en het gebruik van de digitale diensten bij deze groepen zo eenvoudig mogelijk te maken en waar nodige goede alternatieven aan te bieden. Hierbij kan het helpen deze groepen zoveel mogelijk te betrekken bij de ontwikkeling en/of verbetering van digitale diensten.

Gedragsverandering bij overgang papier naar digitaal

Respondenten hebben een sterke voorkeur voor het ontvangen van een e-mail als notificatie voor een bericht in de berichtenbox (72%). Wel zien we dat er een aanzienlijke groep is (14%) die graag een brief ontvangt als notificatie. Hoewel de meerderheid de voorkeur geeft aan email, is het wel de vraag in hoeverre dit afdoende is om mensen ook daadwerkelijk te bewegen om hun berichtenbox te openen naar aanleiding van deze (e-mail)notificatie. In de vorige drie metingen zagen we namelijk consistent dat mensen eerder geneigd zijn te reageren op een brief dan op een e-mail.

Onafhankelijk van het soort bericht in de berichtenbox zegt de meerderheid (74%) in deze vierde meting meteen of binnen 24 uur te gaan reageren op het bericht in de berichtenbox. In totaal 8% van de respondenten geeft onafhankelijk van het soort bericht aan niet te gaan reageren. De aard van het bericht (geld moeten betalen of terugkrijgen) en de grootte van het bedrag zijn van invloed op de bereidheid om te reageren. Hierbij maakt het niet zoveel uit of men moet betalen of geld terug krijgt, maar wel wat de grootte van het bedrag is. De bereidheid om te reageren is lager indien men een klein bedrag moet betalen of terugkrijgen. Dit kan mogelijk problemen opleveren daar waar het gaat om bijvoorbeeld het heffen en innen van kleine bedragen.

Ook zien we dat respondenten in overgrote meerderheid (78%) graag een herinneringsnotificatie zouden krijgen indien ze niet tijdig reageren. Hoewel e-mail nog steeds de voorkeur heeft van de respondenten, neemt het percentage dat een ander medium kiest (vooral SMS) hier wel toe.

Wellicht dat een dergelijke herinnering een goede manier kan zijn om de overgang van papieren naar digitale communicatie te faciliteren.

Kanaalgedrag

Een groot effect van de toenemende digitalisering is dat de kanaalvoorkeuren en kanaalkeuzes van de Nederlandse bevolking veranderen. We zien dat in vergelijking met eerder onderzoek dat is uitgevoerd voor de Belastingdienst in 2008, de voorkeuren

en het gebruik van kanalen voor contacten met de overheid een grote verschuiving hebben gemaakt van de 'traditionele' (persoonlijk en telefonisch) richting de 'elektronische' (website en e-mail). Hierbij valt tevens op dat social media nauwelijks gebruikt worden alsmede de voorkeur hebben. Hier zijn we wederom behoorlijke verschillen tussen de demografische groepen. Hierbij zitten wat betreft leeftijd de verschillen binnen de elektronische kanalen. Jongere respondenten communiceren liever via de website en ouderen via e-mail. Wat betreft opleiding zit het verschil tussen 'traditioneel' en 'elektronisch'. Lager opgeleiden geven vaker de voorkeur aan meer traditionele kanalen. Dit resultaat (wat betreft opleiding) is in lijn met het lagere gebruik van de portalen, alsmede de berichtenbox, de meer negatieve houding ten aanzien van digitalisering en de lagere digitale vaardigheden van de lager opgeleide groepen. Dit resultaat pleit in ieder geval voor een strategie waarin zowel de invoering van het elektronisch berichtenverkeer, alsook de verdere digitalisering van de dienstverlening geleidelijk plaatsvinden. Deze geleidelijke invoering stelt de burger in staat om rustig te wennen aan het gebruik van digitale communicatie en dienstverlening en aldoende het gedrag aan te passen. Ook geldt dat er nog steeds een groep is die voor de dienstverlening afhankelijk is van meer traditionele vormen van dienstverlening (hetgeen bijvoorbeeld ook te maken heeft met hun lagere digitale vaardigheden).

Daarnaast zullen voor bepaalde vormen van dienstverlening, en ondersteuning bij de dienstverlening, vooralsnog andere kanalen nodig blijven. Zo zien we dat een meerderheid van de respondenten de voorkeur geeft voor telefonische (of zelfs nog persoonlijke) dienstverlening op het moment dat vragen complexer worden. Hierbij heeft men in vergelijking met 2008 nu zelfs een sterkere voorkeur voor de telefoon. Ook, bijvoorbeeld, wanneer snelheid van belang is, geeft men de voorkeur aan de telefoon.

Concluderend, er is in het kanaalgedrag een verschuiving gaande van de traditionele kanalen naar de elektronische. Deze algehele verschuiving verloopt minder sterk voor achterblijvende groepen. Daarnaast zien we nog steeds in sterke mate het verband tussen type kanaal en de soort dienst waarvoor of situatie waarin het kanaal gekozen wordt.

Dit suggereert dat het nog steeds wenselijk is om een dienstverleningsstrategie te hebben die zich niet volledig richt op digitale dienstverlening voor alle burgers, voor alle diensten. Het is aan te bevelen om een dergelijke strategie rond een aantal pijlers op te bouwen:

- 1. Een geleidelijke verdere digitalisering van dienstverlening (en daarbinnen de geleidelijke digitalisering van het berichtenverkeer) die in de pas loopt met de wensen, behoeften en gedraging van de bevolking. Een geleidelijke digitalisering stelt naar onze mening mensen in staat te wennen aan veranderingen in de dienstverlening.*
- 2. Een goede achtervang of ondersteuning (vooral telefonisch en in sommige gevallen persoonlijk) voor die vormen van dienstverlening waarvoor digitale dienstverlening (nog) niet geschikt is. Bijvoorbeeld daar waar vraagstukken complex zijn.*
- 3. Voor de groep mensen die (nog) niet overweg kan met de digitale dienstverlening blijven goede alternatieve noodzakelijk. Deels kan dit opgelost worden door goede machtigingsfunctionaliteiten, deels kan educatie (bijvoorbeeld ontwikkelingen van de digitale vaardigheden) helpen, maar deels zullen meer traditionele vormen van dienstverlening nodig blijven voor deze groepen.*

7 DE TOEKOMST: INTEGRATIE EN NIEUWE FUNCTIONALITEITEN

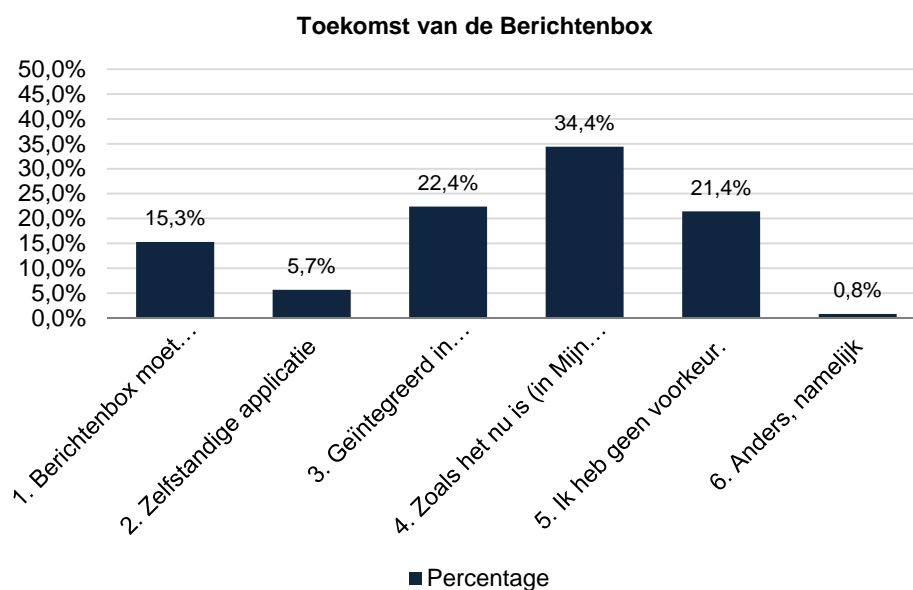
In dit laatste hoofdstuk blikken we vooruit naar de toekomst en behandelen we een tweetal relevante thema's voor de portalen van de Belastingdienst. Allereerst gaan we in op het thema 'integratie' (paragraaf 7.1). In hoeverre vinden respondenten dat de verschillende portalen geïntegreerd moeten worden? Ten tweede gaan we in op mogelijke nieuwe functionaliteiten die toegevoegd kunnen worden aan de portalen en de berichtenbox (7.2). We sluiten het hoofdstuk af met een aantal conclusies en aanbevelingen (7.3).

7.1 Integratie van portalen

In deze paragraaf gaan we in op het thema integratie. We behandelen daarbij de vraag hoe de respondenten in de toekomst graag de berichtenbox vormgegeven zien en daarnaast hoe de dienstverlening van de overheid in de toekomst het beste geïntegreerd kan worden.

De eerste vraag die te maken heeft met het thema integratie, was de vraag aan de respondenten hoe deze de berichtenbox in de toekomst graag vormgegeven zouden zien. Op dit moment belandt een groot deel van de communicatie van de overheid in de berichtenbox op Mijn Overheid, maar kan het zijn dat de burger vervolgens naar een andere site doorgestuurd wordt (en opnieuw moet inloggen) om een bepaalde actie te ondernemen. Ook kan het zijn (zoals bij de Belastingdienst) dat berichten zowel binnen de berichtenbox alsook binnen de eigen portalen (Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen) te vinden zijn. We kunnen ons voorstellen dat de huidige situatie soms verwarrend kan zijn en dat de respondenten wellicht een voorkeur hebben voor een bepaalde vorm van de berichtenbox.

We vroegen de respondenten om te kiezen uit een viertal scenario's (en de optie 'geen voorkeur' en 'anders') (Figuur 52). Hierbij valt op dat er geen sterke eenduidige voorkeur bestaat onder de respondenten. Ongeveer 35% vindt dat het moet blijven zoals het nu is, gevolgd door de optie om de berichtenbox te integreren in bestaande portalen (22%) en geen voorkeur (21%). Slechts een heel klein percentage (5.7%) heeft het liefst een berichtenbox als zelfstandige applicatie, waarmee het idee van een zelfstandige hub voor alle communicatie van de overheid niet populair lijkt. Kortom, het beeld is niet eenduidig.



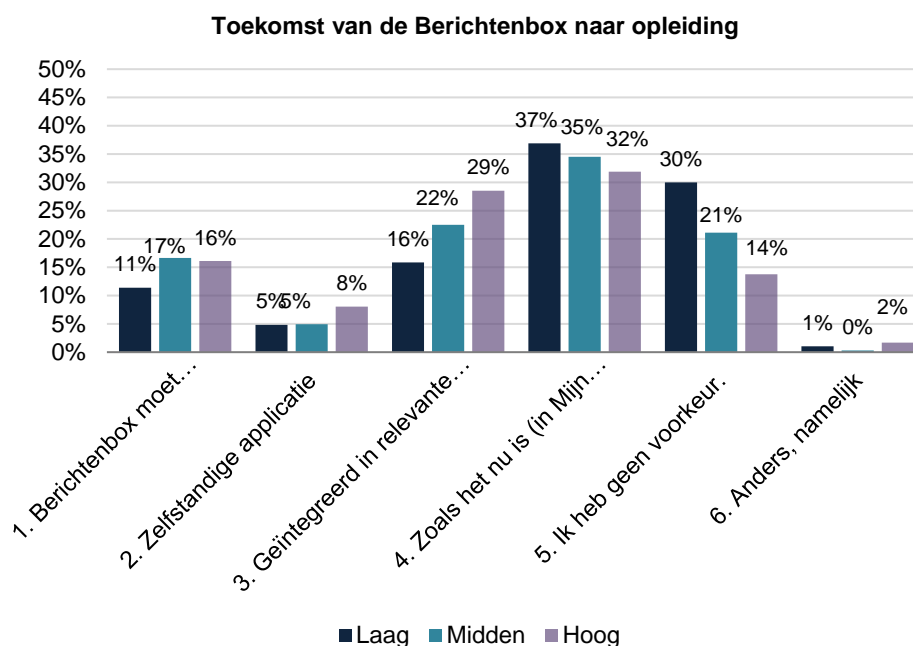
1. De Berichtenbox moet verdwijnen en alle berichten van de overheid moeten via post en/of e-mail naar de burger verstuurd worden.
2. De Berichtenbox moet een zelfstandige applicatie of website worden (los van 'Mijn Overheid') waar berichten van de overheid worden opgeslagen.
3. De Berichtenbox moet geïntegreerd worden in de verschillende websites van de overheid en ik moet toegang kunnen krijgen tot de Berichtenbox via elke website van de overheid.
4. De Berichtenbox moet onderdeel blijven van 'Mijn Overheid', zoals het nu is.
5. Ik heb geen voorkeur.
6. Anders, namelijk

FIGUUR 52. VOORKEUR WAT BETREFT DE TOEKOMST VAN DE BERICHTENBOX

Daarnaast zien we hier significante verschillen¹⁸ voor zowel geslacht, leeftijd als opleiding, waarbij de verschillen tussen de drie opleidingsniveaus het grootst zijn (zie Figuur 53). Hierbij zien we dat:

- Mannen vaker liever hebben zoals het nu is (optie 4), of geïntegreerd in bestaande portalen (optie 3). Vrouwen zie vaker liever dat de berichtenbox helemaal verdwijnt (optie 1) of hebben geen voorkeur (optie vijf)
- Ouderen hebben (veruit) vaker de voorkeur dat alles blijft zoals het nu is (optie 4), terwijl jongeren vaker de voorkeur hebben voor een integratie in relevante portalen of andersoortige site (optie 3).
- Zoals op de volgende pagina te zien is (Figuur 53) geven lager opgeleiden vaker de voorkeur aan het handhaven van de status quo (optie 4) of hebben ze geen voorkeur (optie 5). Opvallend hierbij is ook dat ze minder vaak aangeven graag te zien dat de berichtenbox verdwijnt en dat de overheid via post of e-mail gaat communiceren.

¹⁸ Geslacht: $X^2 = 16.952$, $p = .005$, Leeftijd: $X^2 = 36.809$, $p < .000$, Opleiding: $X^2 = 42.535$, $p < .000$



FIGUUR 53. VOORKEUR WAT BETREFT DE TOEKOMST VAN DE BERICHTENBOX UITGESPLITST NAAR OPLEIDINGSNIVEAU

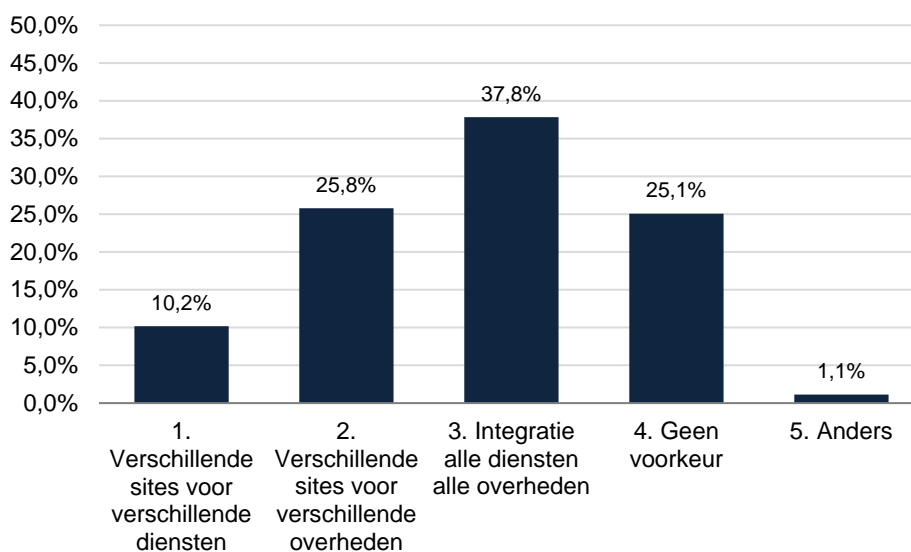
Vervolgens hebben we de respondenten gevraagd hoe ze tegen de (integratie) van de verschillende portalen of persoonlijke websites van de overheid aankijken. Hier onderscheiden we verschillende niveaus van integratie¹⁹:

1. Integratie op dienstniveau
Er is één site of applicatie voor elke 'dienst'. Bijvoorbeeld, er is een website om belastingaangifte te doen en een om zorgtoeslag te regelen, etc.
2. Integratie op organisatieniveau
Alle diensten van één overheidsorganisatie zijn geïntegreerd. Er is dus één website (of applicatie) waar alle diensten van de Belastingdienst gebruikt kunnen worden.
3. Integratie op overheidsniveau
Er is één website (portaal) of applicatie waar alle diensten van de overheid gebruikt kunnen worden.

De antwoorden op deze vraag laten een patroon zien dat vergelijkbaar is met dat op de vorige vraag (Figuur 54). De grootste groep (maar geen meerderheid) heeft een voorkeur voor één website van de overheid waar alles geregeld kan worden (38%). Dit wordt gevolgd door twee ongeveer gelijke groepen (beide ongeveer 25%) die het liefst verschillende site hebben voor verschillende overheidsorganisaties of geen voorkeur hebben.

¹⁹ Dit is niet bedoeld om volledig of wetenschappelijk verantwoord overzicht weer te geven, maar vooral om een praktische illustratie te geven van manieren waarop diensten geïntegreerd kunnen worden.

Voorkeur voor inrichting persoonlijke websites

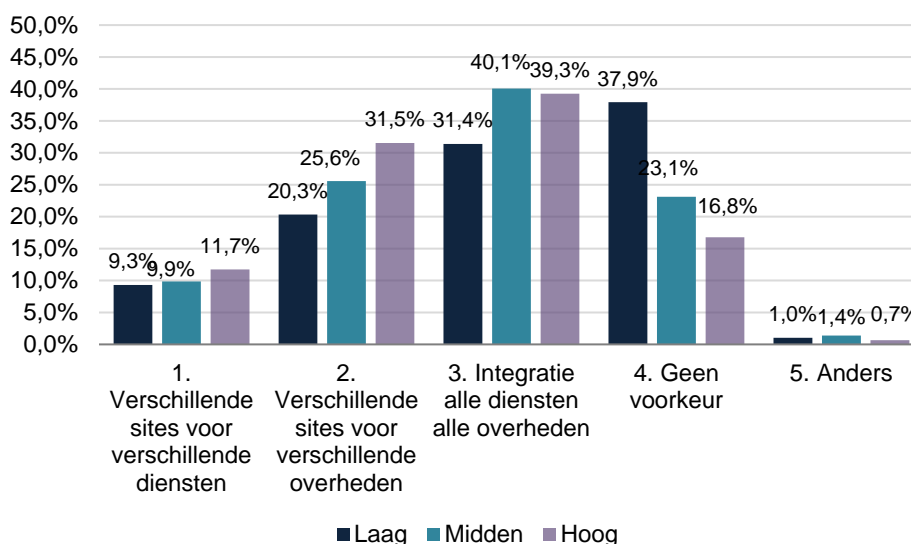


1. Verschillende persoonlijke websites voor verschillende diensten. Het maakt niet uit of die diensten van dezelfde overheidsorganisatie zijn. Dus aparte portalen voor toeslagen ('Mijn Toeslagen'), belastingen ('Mijn Belastingdienst'), enzovoort.
2. Alle diensten van telkens één overheidsorganisatie bij elkaar. Dus één persoonlijke website voor alle diensten van de Belastingdienst (toeslagen en belastingen), één persoonlijke website voor alle diensten van mijn gemeente, enzovoort.
3. Alle diensten van alle overheidsorganisaties bij elkaar in één persoonlijke website.
4. Ik heb geen voorkeur., 5. Anders, namelijk

FIGUUR 54. VOORKEUR WAT BETREFT DE TOEKOMSTIGE INRICHTING VAN (PERSOONLIJKE) WEBSITES VAN DE OVERHEID

Ook hier hebben we de resultaten uitgesplitst naar de drie demografische variabelen (zie ook Figuur 55).

Voorkeur voor inrichting persoonlijke websites



FIGUUR 55. VOORKEUR WAT BETREFT DE TOEKOMSTIGE INRICHTING VAN (PERSOONLIJKE) WEBSITES VAN DE OVERHEID

Ditmaal vinden we geen verschillen voor geslacht en leeftijd, maar wel voor opleiding²⁰. We zien dat lager opgeleiden vaker geen voorkeur hebben en dat hoger opgeleiden vaker een voorkeur hebben voor integratie op organisatie- of overheidsniveau.

7.2 Nieuwe functionaliteiten

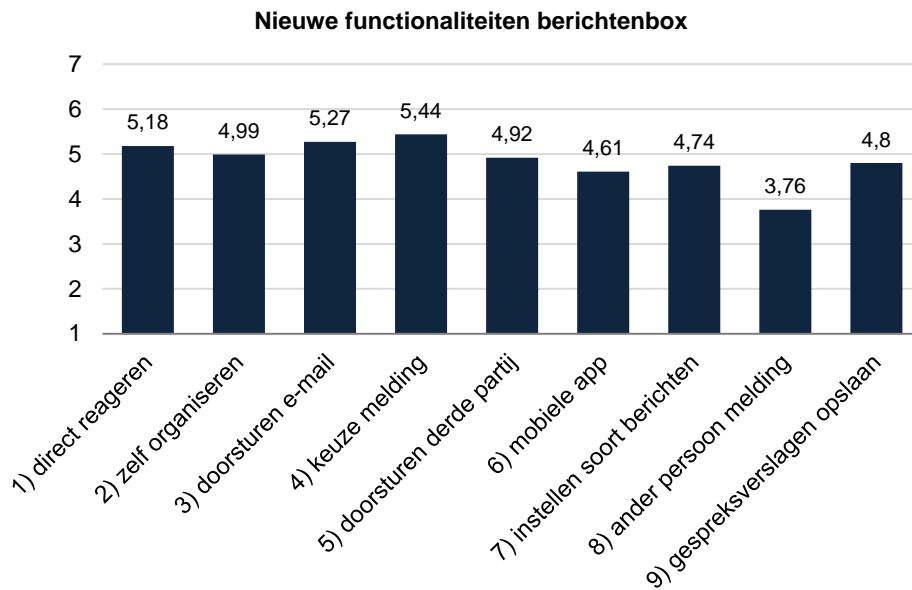
Het laatste deel van het onderzoek bestond uit een aantal vragen over nieuwe functionaliteiten die mogelijk de berichtenbox of de portalen van de overheid kunnen verbeteren.

Allereerst hebben we de respondenten gevraagd in hoeverre ze een negental functies graag toegevoegd zouden zien aan de berichtenbox. Het gaat hierbij om functies die ten tijde van de uitvoering van het onderzoek nog niet bestonden binnen de berichtenbox. Het gaat om de volgende functies:

- 1) Het direct kunnen reageren op een bericht binnen de berichtenbox (bijvoorbeeld via chat of een functie waarmee u binnen de berichtenbox meteen kunt terugmailen). [direct reageren]
- 2) Het zelf kunnen organiseren van berichten in de berichtenbox in mappen. [zelf organiseren]
- 3) Het kunnen doorsturen van berichten in de berichtenbox naar een e-mailadres. [doorsturen e-mail]
- 4) Het kunnen kiezen hoe u een melding krijgt dat er een bericht in de berichtenbox staat (bijvoorbeeld via email, sms, WhatsApp). [keuze melding]
- 5) Het kunnen doorsturen van een bericht in de berichtenbox naar een derde partij (zoals een verzekeraar of bank). [doorsturen derde partij]
- 6) Een mobiele berichtenbox app. Zodat u alle berichten van de berichtenbox kunt inzien op uw telefoon of tablet. [mobiele app]
- 7) Het kunnen instellen van welke soort berichten in de berichtenbox u een melding krijgt. [instellen soort berichten]
- 8) Dat iemand anders ook een melding krijgt als u een bericht in de berichtenbox heeft (bijvoorbeeld uw partner). [ander persoon melding]
- 9) Een functie waarbij verslagen van mijn gesprekken met de overheid (bijvoorbeeld telefoongesprekken) in de berichtenbox worden opgeslagen. [gespreksverslagen opslaan]

Over de meeste functies is men positief (Figuur 56), de uitzondering is de mogelijkheid dat iemand anders ook een melding krijgt (nummer 8 hierboven). Hierover is men negatief. Het meest positief is men over de mogelijkheid om te kunnen kiezen hoe men de melding ontvangt (4), gevolgd door het kunnen doorsturen (3) naar een e-mailadres en het direct kunnen antwoorden op een bericht binnen de berichtenbox (1). Andere mogelijkheden, zoals het kunnen instellen van het soort bericht waarover men een melding krijgt (8) en de mobiele berichtenbox app (6) zijn minder populair, maar score nog steeds wel positief.

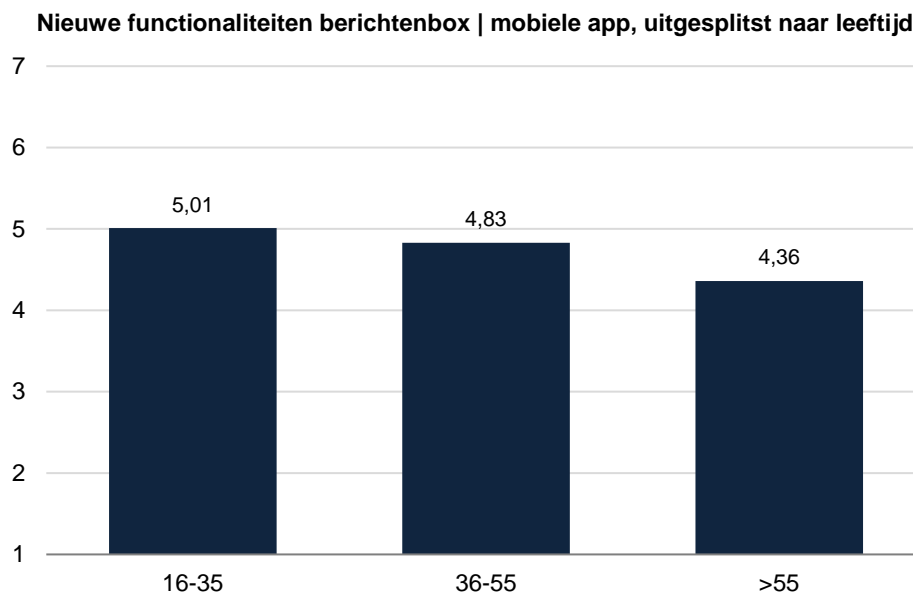
²⁰ Geslacht: $X^2 = 7.545$, $p = .110$, Leeftijd: $X^2 = 9.408$, $p = .309$, Opleiding: $X^2 = 41.637$, $p < .000$



FIGUUR 56. MATE WAARIN RESPONDENTEN NIEUWE FUNCTIONALITEITEN TOEGEVOEGD WENSEN TE ZIEN AAN DE BERICHTENBOX GEMETEN OP ZEVENPUNTSSCHAAL (1=LAAG 7= HOOG). RESULTATEN WIJKEN SIGNIFICANT AF VAN NEUTRAAL (4) VOOR ALLE FUNCTIONALITEITEN, 1) T=27.428, P<.000, 2) T=23.552, P<.000, 3) T=29.182, P<.000, 4) T=34.511, P<.000, 5) T=19.594, P<.000, 6) T=11.884, P<.000, 7) T=16.282, P<.000, 8) T=-4.43, P<.000, 9) T=17.686, P<.000.

Opvallend genoeg vinden we bij de oordelen over de verschillende functies voor de berichtenbox geen verschillen wat betreft geslacht en opleiding, maar wel een aantal voor leeftijd. We vinden hier verschillen voor 'zelf organiseren', 'doorsturen e-mail', 'doorsturen derde partij', 'mobiele app', 'instellen soort berichten', en 'gespreksverslagen opslaan'²¹. In alle gevallen zijn ouderen het minst enthousiast over de nieuwe functies. De grootste verschillen zien we bij het al dan niet wensen van een mobiele berichtenbox app (Figuur 57). Hier zien we ook dat jongeren hier positief tegenover staan en naarmate de leeftijd toeneemt, neemt het enthousiasme af. Ouderen (ouder dan 55) staan neutraal tegenover deze nieuwe functie.

²¹ 'zelf organiseren', F=3.843, p=0.022; 'doorsturen e-mail', F=3.122, p=0.044; 'doorsturen derde partij', F=9.455, p<.000; 'mobiele app', F=11.077, p<.000; 'instellen soort berichten', F=8.831, p<.000; 'gespreksverslagen opslaan', F=4.317, p=0.014

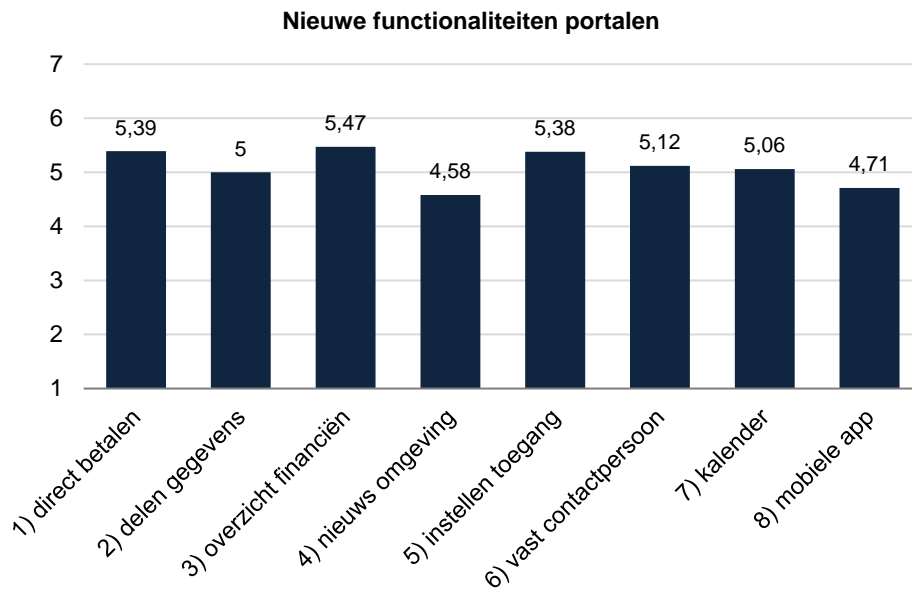


FIGUUR 57. MATE WAARIN RESPONDENTEN EEN MOBIELE BERICHTENBOX APP WENSEN. GEMETEN OP ZEVENPUNTSSCHAAL (1=LAAG 7= HOOG), UITGESPLITST NAAR LEEFTIJDGROEPEN.

Daarnaast hebben we respondenten een aantal nieuwe (potentiële) functionaliteiten voor de portalen voorgelegd. Hierbij gaat het in tegenstelling tot de (nieuwe) functionaliteiten van de berichtenbox niet om communicatietoepassingen, maar om transactie gerelateerde toepassingen. Daarbij gaat het om de volgende acht functionaliteiten:

- 1) Het direct kunnen betalen van rekeningen (bijvoorbeeld via iDeal of een creditcard). [direct betalen]
- 2) Het kunnen delen van uw gegevens (zoals mijn adres) met andere organisaties (zoals een bank of verzekeraar). [delen gegevens]
- 3) Overzicht van uw financiële situatie bij de Belastingdienst (bijvoorbeeld hoeveel belastingen u nog moet betalen of hoeveel belastingen of toeslagen u mogelijk terug krijgt). [overzicht financiën]
- 4) Nieuws over uw omgeving (bijvoorbeeld over bouwplannen in uw directe woonomgeving). [nieuws omgeving]
- 5) Kunnen instellen welke overheid toegang heeft tot welke persoonlijke gegevens. [instellen toegang]
- 6) Het hebben van een (vast) contactpersoon die u direct kan helpen met vragen. [vast contactpersoon]
- 7) Een agenda of kalender met daarop belangrijke data (zoals de deadline voor een belastingaangifte of betaaldata van toeslagen). [kalender]
- 8) Een overheids app, zodat u direct op uw mobiel allerlei zaken kan regelen (zoals het doorgeven van een verhuizing, betalen van boetes, wijzigen van rekeningnummers). [mobiele app].

Hier worden alle mogelijke functionaliteiten positief beoordeeld (Figuur 58). Het meest positief is men over de mogelijkheid om een overzicht van de financiële situatie bij de Belastingdienst te krijgen (nummer 3 hierboven), gevolgd door het direct kunnen betalen van rekeningen (1) en het kunnen instellen welke overheid toegang heeft tot welke informatie (5). Het minst populair is het kunnen zien van nieuws over de omgeving (4).

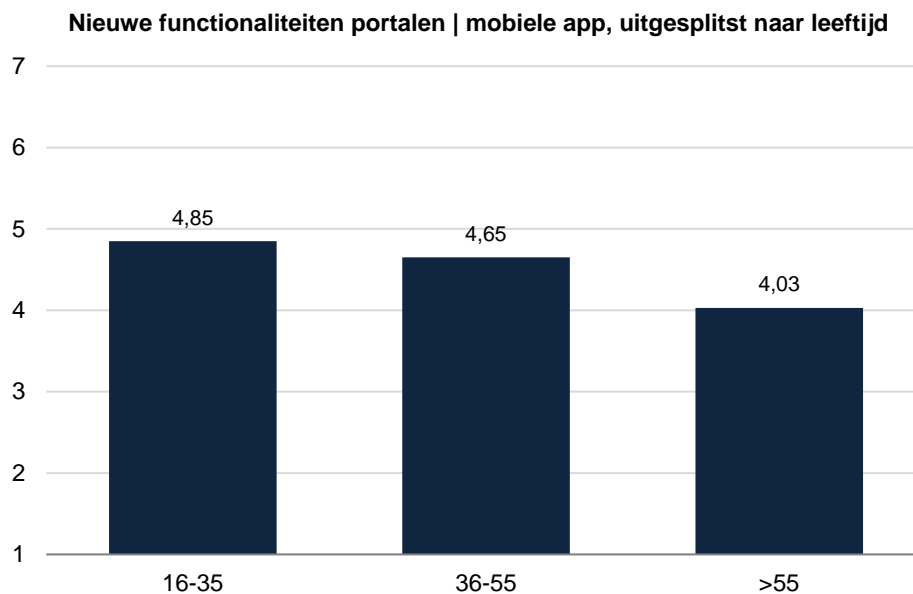


FIGUUR 58. MATE WAARIN RESPONDENTEN NIEUWE FUNCTIONALITEITEN TOEGEVOEGD WENSEN TE ZIEN AAN DE PORTALEN GEMETEN OP ZEVENPUNTSSCHAAL (1=LAAG 7= HOOG). RESULTATEN WIJKEN SIGNIFICANT AF VAN NEUTRAAL (4) VOOR ALLE FUNCTIONALITEITEN, 1) T=30.964, P<.000, 2) T=19.556, P<.000, 3) T=35.83, P<.000, 4) T=11.987, P<.000, 5) T=31.747, P<.000, 6) T=25.255, P<.000, 7) T=23.438, P<.000, 8) T=13.606, P<.000

Hier vinden we een aantal verschillen tussen de verschillende demografische groepen²²:

- De verschillen tussen de geslachten zijn klein. Mannen zijn meer positief over het kunnen zien van nieuws over de omgeving (4), het verschil is significant, maar klein.
- Ook zijn de verschillen tussen de opleidingsniveaus klein. We vinden alleen een significant (maar klein) verschil wat betreft het hebben van een vast contactpersoon (6). Naarmate het opleidingsniveau toeneemt, is men hier minder enthousiast over.
- We vinden meer verschillen tussen de leeftijdsgroepen. Wat betreft het direct kunnen betalen (1), het delen van gegevens (2) en de mobiele app (8), geldt dat als men ouder wordt, men minder positief is. Wat betreft een overzicht van de financiën (3) geldt dat respondenten uit de middengroep (36-55) meer positief zijn dan de twee andere groepen. De verschillen wat betreft de meeste aspecten zijn klein, met uitzondering van de mobiele app, waar de verschillen sterker zijn (Figuur 59).

²² Geslacht: 'nieuws omgeving', T=2.367, p=0.018; Opleiding: 'vast contactpersoon', F=4.03, p=0.018; Leeftijd: 'direct betalen', F=4.387, p=0.013; 'delen gegevens', F=3.908, p=0.02; 'overzicht financiën', F=4.598, p=0.01; 'mobiele app', F=19.646, p<.000



FIGUUR 59. MATE WAARIN RESPONDENTEN EEN MOBULE APP WENSEN ALS TOEGEVOEGDE FUNCTIONALITEIT VOOR DE PORTALEN GEMETEN OP ZEVENPUNTSSCHAAL (1=LAAG 7= HOOG).

7.3 Conclusies en aanbevelingen bij integratie en nieuwe functionaliteiten

In deze laatste paragraaf trekken we een aantal conclusies over de integratie van portalen, alsmede het toevoegen van nieuwe functionaliteiten aan de bestaande portalen van de Belastingdienst. Ten slotte doen we een aantal aanbevelingen.

Integratie van portalen

De respondenten hebben geen duidelijke voorkeur wat betreft de toekomst (en integratie) van de berichtenbox. De grootste groep respondenten (~35%) heeft het liefst de berichtenbox zoals het nu is. Daarnaast zien we ongeveer gelijke groepen (~22%) die of geen voorkeur hebben of het liefst zien dat de berichtenbox geïntegreerd wordt in relevante websites of portalen van de verschillende overheden. Er is dus op dit moment geen duidelijke voorkeur van de respondenten over hoe de berichtenbox eruit moet zien. Dit vraagt wat ons betreft om een nadere verkenning van hoe de burger in de toekomst het liefst berichten van de overheid ontvangt.

Het beeld wordt iets duidelijker (maar niet veel) als we de respondent vragen naar de voorkeur voor integratie van de dienstverlening van de overheid. Hier maken we een onderscheid tussen 1) integratie op dienstniveau (alles behorend bij één dienst geïntegreerd), 2) integratie op organisatieniveau (alle diensten van één organisatie bij elkaar) en 3) integratie op overheidsniveau (alle diensten van de overheid bij elkaar). De grootste groep (~40%) geeft de voorkeur aan het laatste scenario. Daarna volgen ongeveer gelijke groepen van ongeveer een kwart van de respondenten die het liefst integratie op organisatieniveau hebben of die geen voorkeur hebben. De situatie zoals deze nu is (met in dit geval aparte portalen voor toeslagen en belastingen) heeft de voorkeur van slechts een klein deel van de respondenten.

Nieuwe functionaliteiten Berichtenbox

De respondenten zien graag dat meer functionaliteit aan de berichtenbox wordt toegevoegd. Het meest positief is men over de mogelijkheid waarmee men zelf kan instellen via wel soort medium men een notificatiebericht krijgt. Daarnaast kunnen andere functionaliteiten die te maken hebben met de inrichting van de communicatie in de huidige berichtenbox ook op positieve beoordelingen rekenen. Denk aan het kunnen

doorsturen van de e-mails, het direct kunnen reageren op berichten in de berichtenbox en het zelf kunnen organiseren van berichten. Nog steeds positief, maar in mindere mate, is men over een aantal andere functies, zoals het doorsturen van berichten naar derde partijen, een berichtenbox app (hierover was men in de vorige meting nog neutraal) en het zien van gespreksverslagen. Men is niet enthousiast over de mogelijkheid om andere personen een notificatie te laten krijgen.

Deze volgorde van relevantie kan een goede leidraad zijn voor de doorontwikkeling en toevoeging van nieuwe functies aan de berichtenbox.

Nieuwe functies portalen Mijn Belastingdienst en Mijn Toeslagen

Daarnaast hebben we de respondenten gevraagd naar hun oordeel over mogelijke nieuwe functies voor de portalen van de Belastingdienst. Ook hier zien we overwegend positieve oordelen over de meeste functies. Het meest positief is men over het toevoegen van een overzicht van de financiële situatie bij de Belastingdienst, het direct kunnen betalen van openstaande bedragen en het kunnen instellen welke overheid toegang heeft tot de persoonlijke gegevens van de burger. Minder enthousiast maar nog steeds positief is men over de mogelijkheid om nieuws over de omgeving toe te voegen en een mobiele app om diensten af te kunnen nemen. In die zin lijkt het er ook hier op dat men meer ziet in het uitbreiden en/of verbeteren van bestaande functionaliteiten dan het toevoegen van nieuwe (Belastingdienstvreemde) functies en nieuwe kanalen. Ook hier zien we wat ons betreft een goede leidraad voor de verdere ontwikkeling aan de portalen van de Belastingdienst.

GEBRUIKTE BRONNEN

- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), (2016a). *StatLine – Internet faciliteiten; particuliere huishoudens*. Toegang op 16 juni 2016 via <https://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83291NED&D1=a&D2=0-5&D3=0&D4=VW=T>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), (2016b). *StatLine – Internet; toegang, gebruik en faciliteiten*. Toegang op 16 juni 2016 via <https://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83429NED&D1=0&D2=0,3&D3=0&D4=a&=VW=T>
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), (2016c). *Bevolking 15 tot 75 jaar*. (mei 2016) <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/20/bevolking-15-tot-75-jaar>
- Van Deursen, A.J.A.M., Helsper, E.J. & Eynon, R. (2014). *Measuring Digital Skills. From Digital Skills to Tangible Outcomes project report*. Verkrijgbaar via: www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112
- Ebbers, W.E, Jansen, M.G.M., en van Deursen, A.J.A.M. (2016) *Impact Of The Digital Divide On E-Government: Expanding From Channel Choice To Channel Usage*, Government Information Quarterly, *in press*
- Ebbers, W.E., & Pieterse, W.J. (2017). *Daar gaat een blauwe envelop. 4e Deelrapportage | online enquête. Meting 3 | november 2016*. Enschede: Universiteit Twente.
- Ebbers, W.E., Graaf, de, M.M.A., & Pieterse, W.J. (2016). *Daar gaat een blauwe envelop. 3e Deelrapportage | online enquête. Meting 2 | mei 2016*. Enschede: Universiteit Twente.
- Ebbers, W.E., Graaf, de, M.M.A., en Pieterse W.J. (2016). *Daar gaat een blauwe envelop. 2e Deelrapportage | telefonische enquête | mei 2016*. Enschede: Universiteit Twente.
- Ebbers, W.E., Wijngaert, van de, L.A.L., en Lange, J.D.U. (2016). *Daar gaat een blauwe envelop. 1e Deelrapportage | online enquête. Meting 1 | november 2015*. Enschede: Universiteit Twente.
- Ministerie van Financiën Directoraat-Generaal Belastingdienst (2010). *Doorlichting algemene beleidsdoelstelling Belastingdienst, Bijlage 2, november 2010, paragraaf 4.2*. Den Haag: Ministerie van Financiën
- Pieterse, W. (2009). *Channel choice: Citizens' channel behavior and public service channel strategy*. Enschede: Universiteit Twente.
- Teerling, M., Vos, de, H., Wijngaert van de, L., Boekhoudt, P. en Ebbers, W.E. (2009) *Kanaalsturing ten gunste van het digitale kanaal*. Enschede: Novay.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: STEEKPROEVEN METINGEN 1-4

		Laag	Midden	Hoog		Hoogst genoten opleiding
Mannen	15-35	3%	7%	4%	Laag	Basisonderwijs
	35-55	4%	11%	6%		VMBO, mbo1, AVO onderbouw
	55+	3%	6%	3%	Midden	MBO 2, 3 en 4
Vrouwen	15-35	3%	10%	4%	Hoog	HAVO, VWO
	35-55	5%	14%	6%		HBO, WO bachelor
	55+	5%	5%	2%		WO masters, doctor

TABEL 4. LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE RESPONDENTEN (N=1237) IN METING 4

		Laag	Midden	Hoog		Hoogst genoten opleiding
Mannen	15-35	3%	7%	3%	Laag	Basisonderwijs
	35-55	3%	11%	6%		VMBO, mbo1, AVO onderbouw
	55+	5%	8%	5%	Midden	MBO 2, 3 en 4
Vrouwen	15-35	3%	7%	5%	Hoog	HAVO, VWO
	35-55	4%	11%	5%		HBO, WO bachelor
	55+	6%	5%	3%		WO masters, doctor

TABEL 5. LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE RESPONDENTEN (N=1233) IN METING 3

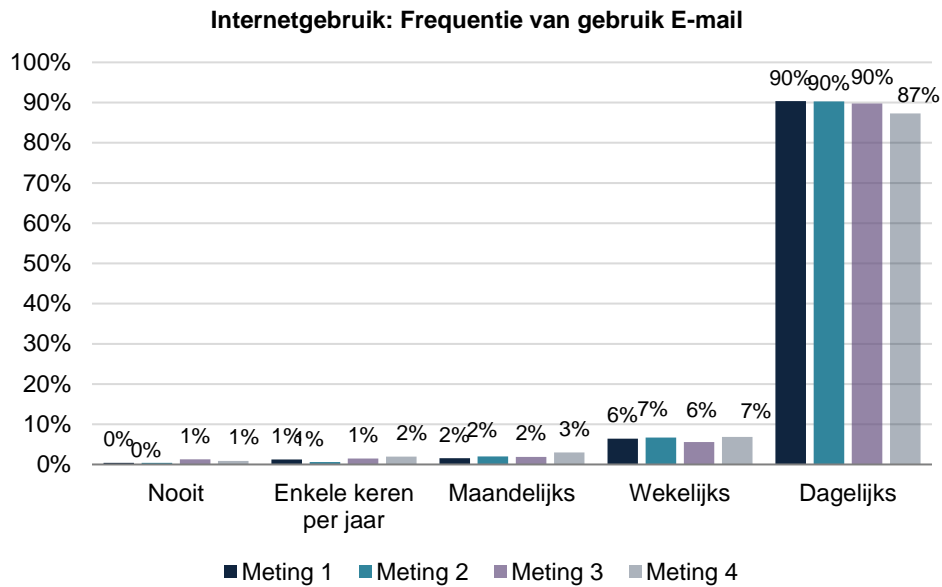
		Laag	Midden	Hoog		Hoogst genoten opleiding
Mannen	15-35	4%	7%	5%	Laag	Basisonderwijs
	35-55	5%	10%	9%		VMBO, mbo1, AVO onderbouw
	55+	3%	6%	7%	Midden	MBO 2, 3 en 4
Vrouwen	15-35	4%	7%	6%	Hoog	HAVO, VWO
	35-55	3%	9%	7%		HBO, WO bachelor
	55+	4%	2%	1%		WO masters, doctor

TABEL 6. LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE RESPONDENTEN (N=1195) IN METING 2.

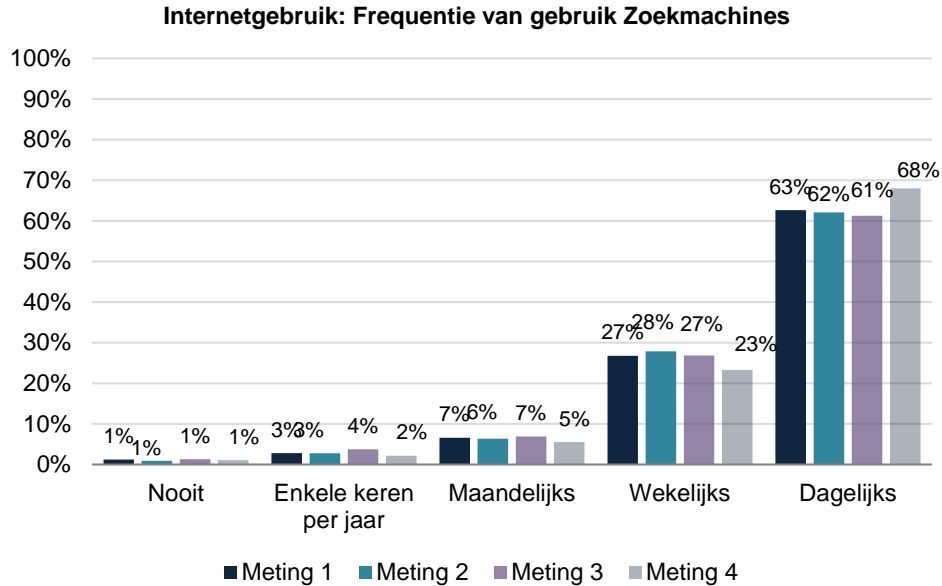
		Laag	Midden	Hoog		Hoogst genoten opleiding
Mannen	15-35	4%	4%	5%	Laag	Basisonderwijs
	35-55	3%	10%	7%		VMBO, mbo1, AVO onderbouw
	55+	6%	5%	6%	Midden	MBO 2, 3 en 4
Vrouwen	15-35	5%	6%	6%	Hoog	HAVO, VWO
	35-55	4%	7%	6%		HBO, WO bachelor
	55+	6%	4%	5%		WO masters, doctor

TABEL 7. LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU VAN DE RESPONDENTEN (N=1215) IN METING 1.

BIJLAGE 2: GEBRUIK INTERNETDIENSTEN

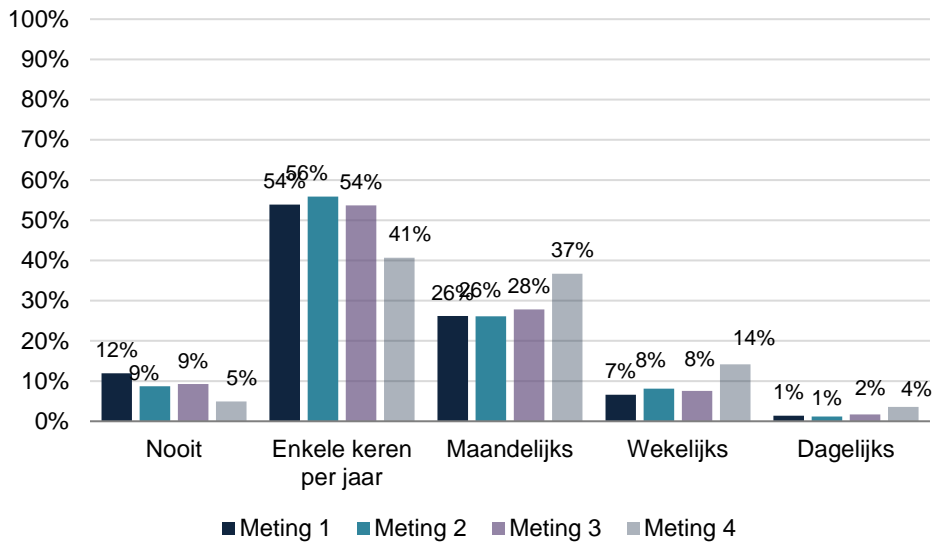


FIGUUR 60. INTERNETGEBRUIK, HOE VAAK GEBRUIKEN RESPONDENTEN E-MAIL IN METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS NIET SIGNIFICANT ($X^2=7.039$, $P= .134$).



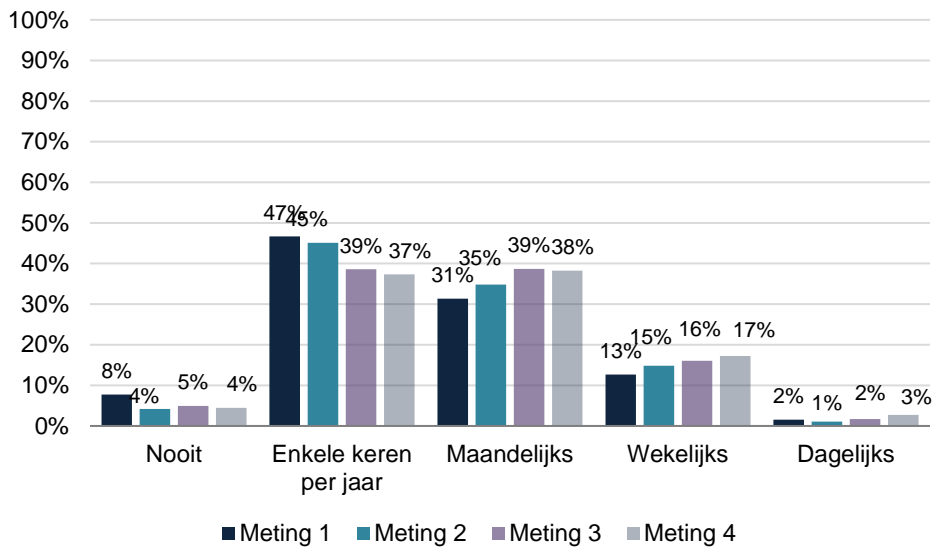
FIGUUR 61. INTERNETGEBRUIK, HOE VAAK GEBRUIKEN RESPONDENTEN ZOEKMACHINES IN METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS SIGNIFICANT ($X^2=14.759$, $P= .005$).

Internetgebruik: Frequentie van gebruik Online overheidsinformatie opzoeken

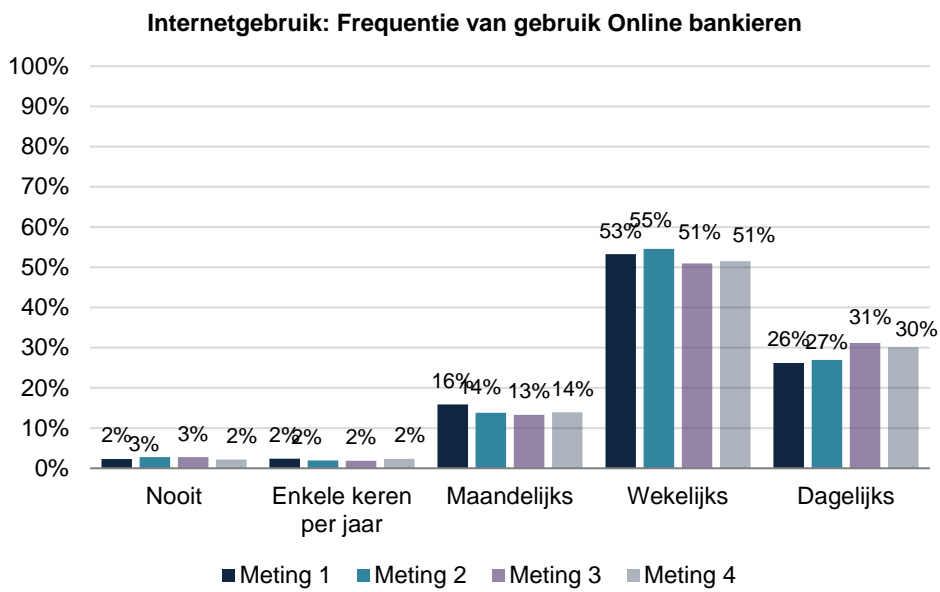


FIGUUR 62. INTERNETGEBRUIK, HOE VAAK VRAGEN RESPONDENTEN OVERHEIDSINFORMATIE OP IN METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS SIGNIFICANT ($\chi^2=86.433$, $P < .000$).

Internetgebruik: Frequentie van gebruik DigiD



FIGUUR 63. INTERNETGEBRUIK, HOE VAAK GEBRUIKEN RESPONDENTEN HUN DIGID IN METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS NIET SIGNIFICANT ($\chi^2=4.145$, $P = .386$).



FIGUUR 64. INTERNETGEBRUIK, HOE VAAK GEBRUIKEN RESPONDENTEN ONLINE BANKIEREN IN METING 1, 2, 3 & 4. VERSCHIL TUSSEN METING 3 & 4 IS NIET SIGNIFICANT ($\chi^2=1.934$, $P= .748$).

BIJLAGE 3: TOETSRESULTATEN BEOORDELING PORTALEN

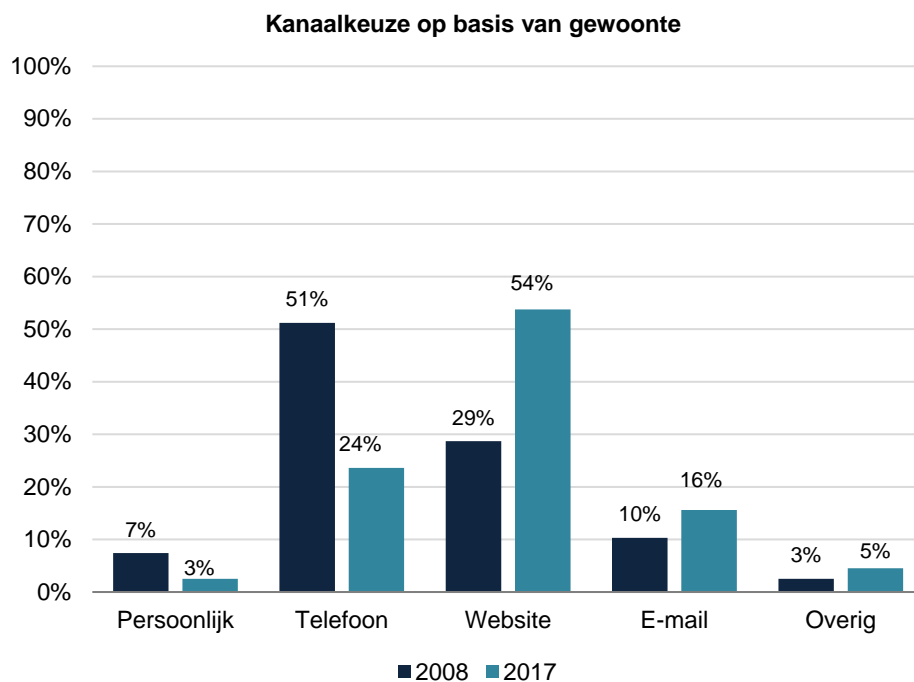
Toetsresultaten Mijn Belastingdienst

		Niet prettig - Prettig	Rommelig – Georganiseerd	Onvriendelijk – Vriendelijk	Langzaam - Snel	Onaanrekkelijk – Aantrekkelijk	Vold. niet aan verw. - Vold. aan verw.	Inefficiënt - Efficiënt	Onvoorspelbaar – Voorspelbaar	Ingewikkeld - Gemakkelijk	Niet begrijpelijk - Begrijpelijk
Alg.	Gem.	5.12	4.99	4.87	4.91	4.47	5.04	5.05	4.85	4.86	5.04
	t	22.127	17.542	16.353	17.889	8.572	20.691	20.362	16.508	15.322	19.752
	p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Geslacht	Man	5.12	5.04	4.89	4.91	4.48	5.06	5.1	4.9	4.91	5.08
	Vrouw	5.13	4.95	4.85	4.91	4.46	5.02	5	4.8	4.81	5.01
	t	-0.025	0.8	0.342	0.005	0.16	0.41	0.896	0.965	0.928	0.679
Leefstijl	p	0.98	0.424	0.732	0.996	0.873	0.682	0.371	0.335	0.354	0.498
	15-35	5.08	4.93	4.75	4.82	4.18	4.95	5.03	4.83	4.84	4.94
	36-55	5.16	5.03	4.87	4.96	4.54	5.11	5.07	4.9	4.86	5.11
Opleiding	>55	5.11	5	4.98	4.94	4.65	5.04	5.04	4.8	4.87	5.04
	F	0.189	0.304	1.24	0.616	5.856	0.869	0.047	0.377	0.023	0.857
	p	0.828	0.738	0.29	0.54	0.003	0.42	0.955	0.686	0.977	0.425
Opleiding	Laag	5.04	4.96	4.79	4.9	4.45	4.95	4.95	4.7	4.81	4.98
	Midden	5.17	4.98	4.92	4.97	4.53	5.05	5.05	4.83	4.85	5
	Hoog	5.1	5.05	4.83	4.81	4.38	5.1	5.12	5.01	4.92	5.16
Opleiding	F	0.472	0.182	0.52	0.923	0.674	0.504	0.601	2.274	0.265	1.03
	p	0.624	0.834	0.595	0.398	0.51	0.604	0.549	0.104	0.767	0.357

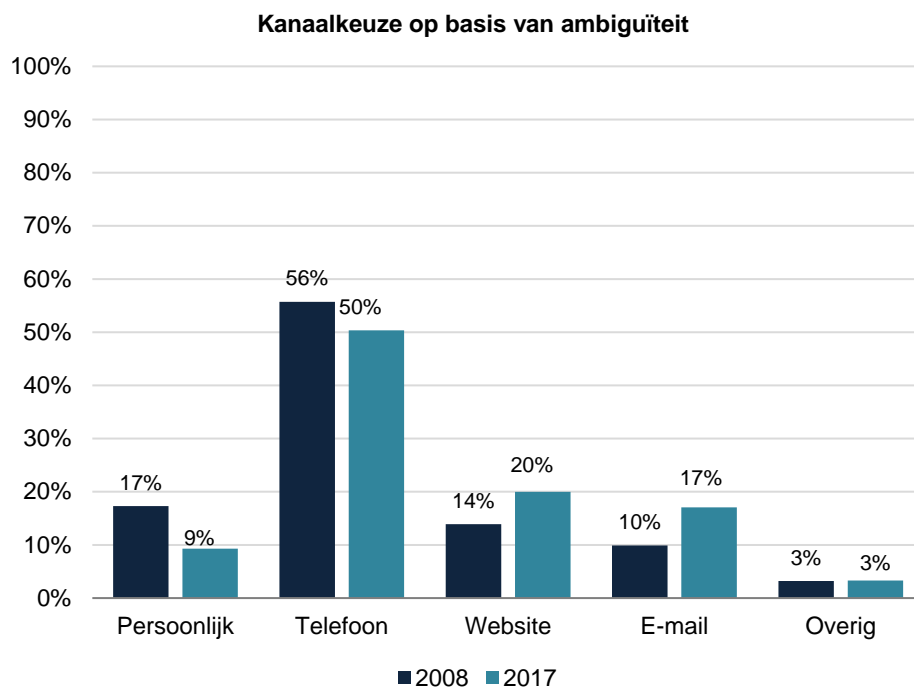
Toetsresultaten Mijn Toeslagen

		Niet prettig - Prettig	Rommelig – Georganiseerd	Onvriendelijk – Vriendelijk	Langzaam - Snel	Onaanrekkelijk – Aantrekkelijk	Vold. niet aan verw. - Vold. aan verw.	Inefficiënt - Efficiënt	Onvoorspelbaar – Voorspelbaar	Ingewikkeld - Gemakkelijk	Niet begrijpelijk - Begrijpelijk
Alg.	Gem.	5.04	4.88	4.88	4.96	4.63	5.02	4.98	4.75	4.87	5.04
	t p	15.68 0.000	12.033 0.000	12.863 0.000	14.638 0.000	9.384 0.000	15.23 0.000	14.523 0.000	11.188 0.000	12.059 0.000	15.119 0.000
Geslacht	Man	4.95	4.8	4.82	4.92	4.56	4.96	4.98	4.69	4.86	5.03
	Vrouw	5.11	4.94	4.93	5	4.69	5.07	4.99	4.8	4.88	5.06
	t	-1.186	-0.911	-0.807	-0.561	-0.937	-0.771	-0.034	-0.793	-0.177	-0.179
	p	0.236	0.363	0.42	0.575	0.35	0.441	0.973	0.429	0.86	0.858
Leeftijd	15-35	5.04	4.8	4.87	4.93	4.51	4.94	4.9	4.67	4.76	4.95
	36-55	5.04	4.91	4.93	4.95	4.64	5.11	5.1	4.83	4.98	5.14
	>55	5.05	4.95	4.78	5.05	4.8	4.96	4.87	4.71	4.82	4.99
	F	0.002	0.365	0.304	0.239	1.169	0.678	1.2	0.564	1.012	0.785
	p	0.998	0.694	0.738	0.787	0.312	0.508	0.302	0.57	0.364	0.457
Opleiding	Laag	4.85	4.74	4.74	4.73	4.6	4.67	4.77	4.48	4.65	4.83
	Midden	5.15	4.97	5	5.11	4.69	5.15	5.06	4.92	4.91	5.12
	Hoog	5	4.83	4.73	4.87	4.52	5.08	5.02	4.64	5.04	5.08
	F	1.752	0.859	1.977	3.121	0.49	4.469	1.622	4.018	1.776	1.485
	p	0.175	0.424	0.14	0.045	0.613	0.012	0.199	0.019	0.171	0.228

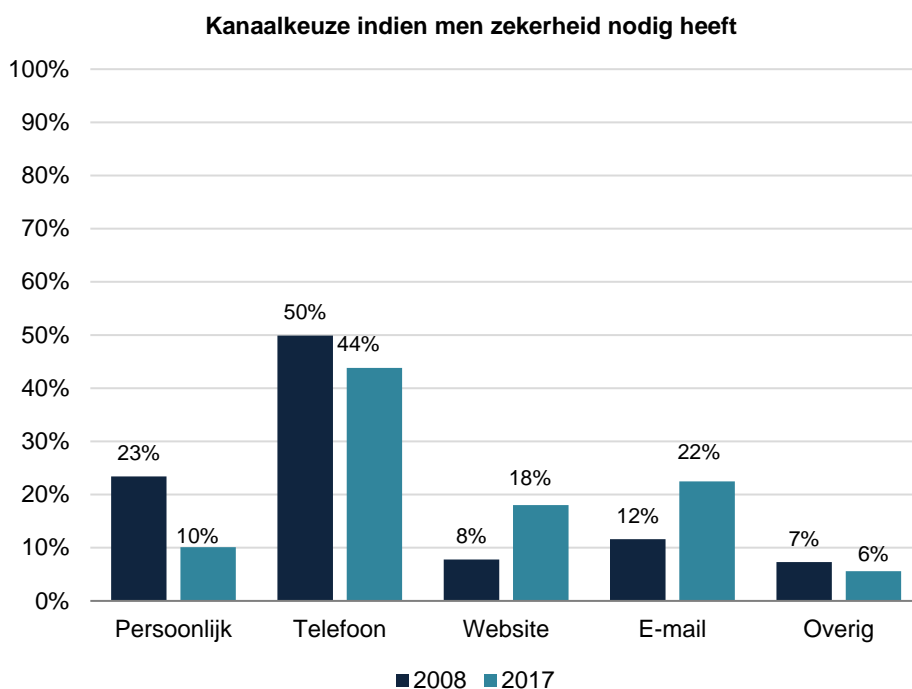
BIJLAGE 4: KANAALKEUZES IN VERSCHILLENDE SITUATIES



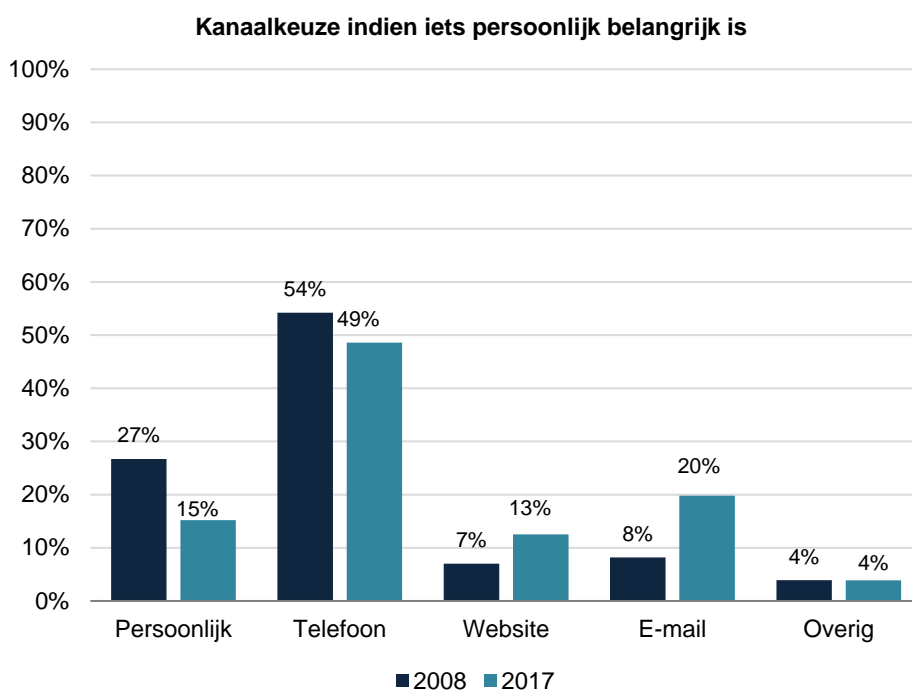
FIGUUR 65. KANAALKEUZES IN SITUATIES 'ZONDER ERBIJ NA TE DENKEN' (GEWOONTE) IN 2008 EN 2017. VANWEGE DE LEESBAARHEID ZIJN DE CATEGORIEËN 'SCHRIFTELIJK', 'SOCIAL MEDIA' EN 'ANDERS' SAMENGEVOEGD (IN 'OVERIG').



FIGUUR 66. KANAALKEUZES IN SITUATIES WAARIN 'MEN NIET PRECIËS WEEET HOE EEN PROBLEEM OPGELOST MOET WORDEN' (AMBIGUÏTEIT) IN 2008 EN 2017. VANWEGE DE LEESBAARHEID ZIJN DE CATEGORIEËN 'SCHRIFTELIJK', 'SOCIAL MEDIA' EN 'ANDERS' SAMENGEVOEGD (IN 'OVERIG').



FIGUUR 67. KANAALKEUZES IN SITUATIES WANNEER MEN 'ZEKERHEID NODIG HEEFT' (ZEKERHEID) IN 2008 EN 2017. VANWEGE DE LEESBAARHEID ZIJN DE CATEGORIEËN 'SCHRIFTELIJK', 'SOCIAL MEDIA' EN 'ANDERS' SAMENGEVOEGD (IN 'OVERIG').



FIGUUR 68. KANAALKEUZES IN SITUATIES 'INDIEN IETS PERSOONLIJK BELANGRIJK IS' (BELANGRIJK) IN 2008 EN 2017. VANWEGE DE LEESBAARHEID ZIJN DE CATEGORIEËN 'SCHRIFTELIJK', 'SOCIAL MEDIA' EN 'ANDERS' SAMENGEVOEGD (IN 'OVERIG').