



**Telematica**  
*Instituut*

---

# Acceptatie en waardering van de website van 'Werk werkt' door werkzoekenden in Gouda

---



Belastingdienst



Gemeente Den Haag



**TU Delft**  
Technische Universiteit Delft

**Universiteit Twente**  
de ondernemende universiteit







## Colofon

Datum : 12-10-2007  
Versie : 1.0  
Verandering : Reviewcommentaar verwerkt  
Project referentie: B-dossier/D1.3.5  
TI referentie : TI/RS/2007/041  
Bedrijfsreferentie :  
URL : <https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-80801>  
Toegangsrechten : Project  
Status : Final  
Redacteur : Lex van Velsen  
Bedrijf : Universiteit Twente  
Auteur(s) : Lex van Velsen, Thea van der Geest, Marc ter Hedde

### Synopsis:

*Dit rapport beschrijft een onderzoek naar de waardering en acceptatie van de website van 'Werk werkt' door gebruikers in Gouda. Door middel van telefonische enquêtes is vastgesteld hoe elke factor die leidt tot acceptatie wordt gewaardeerd.*



# Inhoudsopgave

<b>1 Inleiding</b>	<b>1</b>
1.1 Aanleiding van het onderzoek	1
1.2 Doelstelling van het onderzoek	1
<b>2 Onderzoeksopzet</b>	<b>3</b>
2.1 Acceptatieraamwerk	3
2.2 Opzet telefonische enquête	5
<b>3 Resultaten</b>	<b>6</b>
3.1 Resultaten telefonische enquête	6
3.1.1 Demografische gegevens van deelnemers	6
3.1.2 Kwaliteit van de enquête	6
3.1.3 Waardering van factoren die gebruik beïnvloeden	7
<b>4 Conclusies</b>	<b>11</b>



# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding van het onderzoek

Binnen het project B-dossier wordt onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van een zogenaamd digitaal dossier. Dit dossier moet burgers en bedrijven in staat stellen om eenvoudig en efficiënt diensten af te handelen met overheidsorganisaties en private partijen via het internet. Acceptatie van een digitaal dossier door de gebruiker (burger of bedrijf) is een cruciale factor voor het succes hiervan. Als de gebruiker niet welwillend is om informatie te delen met overheidsorganisaties en / of private partijen, kunnen deze organisaties de gebruiker ook niet de optimale service bieden. Het is daarom van belang om de factoren te bepalen die bijdragen aan de acceptatie van een digitaal dossier en de mate waarin deze dat doen.

Een systeem waarbij gebruikt wordt gemaakt van een digitaal dossier is 'Werk werkt'. Dit systeem wordt gebruikt binnen het Toonkamerproject Gouda dat voortkomt uit de wet Structuur Uitvoering Werk en Inkomen (SUWI). In Toonkamers werken medewerkers van UWV, CWI en Gemeentelijke Dienst Werk & Inkomen samen. Ze worden hier klantregisseurs genoemd. Samen monitoren zij de activiteiten die werklozen ondernemen om weer aan het werk te komen en ondersteunen zij hen in het vinden van een baan. Op basis van de getoonde inzet bepalen de klantregisseurs of de werkzoekende nog in aanmerking komt voor een uitkering. De klantregisseur is het aanspreekpunt voor de werkzoekende. Deze regelt alle zaken die voorheen verdeeld waren over het UWV, het CWI en DWI. Een cruciaal onderdeel van het project 'Werk werkt' is een website met een digitaal dossier. Daar ontvangt de werkzoekende berichten van de klantregisseur, uploadt belangrijke stukken (bijvoorbeeld een CV of sollicitatiebrief) en geeft door waar en wanneer hij of zij solliciteert. De klantregisseur heeft een eigen toegang tot de dossiers van alle te begeleiden werkzoekenden. Met deze applicatie kan de klantregisseur berichten (email of sms) sturen naar de werkzoekende, activiteiten van werkzoekende monitoren en rapportages maken.

## 1.2 Doelstelling van het onderzoek

Voor een succesvol B-dossier is het van wezenlijk belang dat gebruikers welwillend staan tegenover het delen van persoonlijke informatie met de organisaties die elektronische (overheids)diensten aanbieden. In dit rapport wordt ingegaan op de acceptatie van een website door gebruikers (in deze studie: de werkzoekenden) dat een persoonlijk digitaal dossier bevat. De waardering van invloedrijke factoren voor acceptatie staat hier centraal.

In een ander rapport wordt verslag gedaan van een onderzoek naar de acceptatie van het systeem door een andere groep gebruikers in Gouda: de klantregisseurs (Ter Hedde *et al.*, 2007). Bij deze groep is daarnaast ook ingegaan op de door hen ervaren gebruiksvriendelijkheid en op het gebruik van het systeem.

Naast dit onderzoek in Gouda, is hetzelfde systeem ook onderzocht in Amsterdam Zuid-Oost (zie Van Velsen *et al.*, 2007). Hier werd dezelfde onderzoeksopzet gehanteerd, zowel voor werkzoekenden als klantregisseurs. In een volgend rapport zal er een vergelijking tussen de twee plaatsen worden gemaakt voor wat betreft de

gebruikerspopulaties van werkzoekenden. Deze zijn verschillend van samenstelling en het is daarom interessant om te kijken of dit gevolgen heeft voor de factoren die acceptatie beïnvloeden. Daarnaast zullen de beide populaties werkzoekenden samengevoegd worden waardoor het mogelijk wordt om oorzaak-gevolgrelaties te identificeren. Zo kan het model in figuur 1 (zie bladzijde 3) getoetst worden voor de websites van ‘Mensen aan het Werk’ en ‘Werk werkt’. Deze websites zijn behoudens de lay-out vrijwel identiek. Aan de hand van deze gegevens kan het model dat de acceptatie van een B-dossier verklaart (Van Deursen & Van der Geest, 2006c) worden aangenomen of aangepast, en krijgen we een dieper inzicht in de factoren die de acceptatie door gebruikers van een digitaal dossier verklaart.

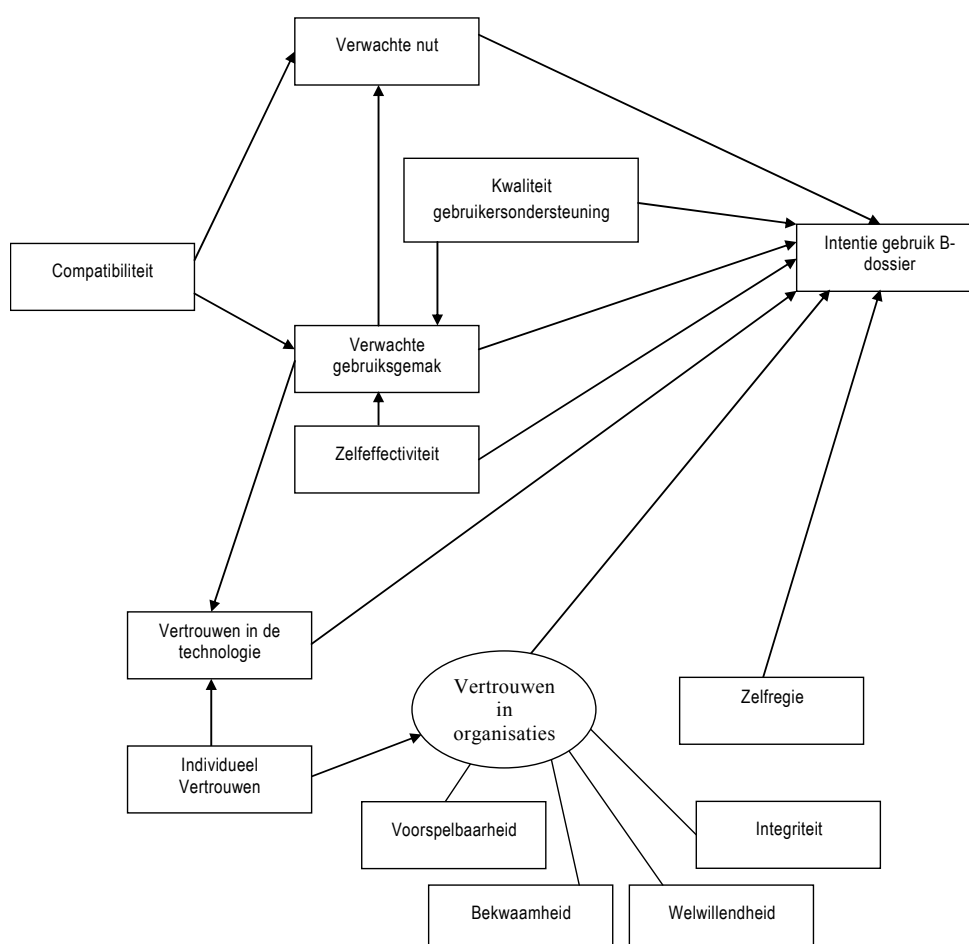


## 2 Onderzoeksopzet

Bij het onderzoek onder werkzoekenden is gebruik gemaakt van telefonische enquêtes. Hiermee zijn de waarderingen van de verschillende factoren die mogelijk van invloed zijn op acceptatie van het digitale dossier van 'Werk werkt' door werkzoekenden vastgesteld. De telefonische enquête is gebaseerd op een raamwerk dat de variabele intentie tot het gebruik van het B-dossier modelleert. In dit hoofdstuk zullen we achtereenvolgens het raamwerk introduceren en vervolgens de opzet van de telefonische enquête bespreken.

### 2.1 Acceptatieraamwerk

De telefonische enquête is gebaseerd op het raamwerk en de bijbehorende vragenlijst die is ontwikkeld door Van Deursen en Van der Geest in het eerste B-dossier jaar (Van Deursen & Van der Geest, 2006a; 2006c). In figuur 1 is te zien welke factoren mogelijk van invloed zijn op acceptatie.



*Figuur 1. Raamwerk van factoren die de acceptatie van het B-dossier kunnen beïnvloeden, aangevuld met 'kwaliteit gebruikersondersteuning' (naar Van Deursen & Van der Geest, 2006c)*

In deze studie is op aanbeveling van werknemers van het project ‘Mensen aan het werk’ het model uitgebreid met de factor ‘kwaliteit van gebruikersondersteuning’. Hieronder wordt verstaan “de door de gebruikers ervaren kwaliteit van de gebruikersondersteuning voor de website van ‘Werk werkt’ en de wijze waarop deze ondersteuning wordt gebracht”. We veronderstellen dat deze factor van invloed is op ‘verwacht gebruiksgemak’ en de ‘intentie gebruik B-dossier’.

Dit raamwerk bevat de factoren die van invloed zijn op de acceptatie van ‘Werk werkt’. Evenals bij het B-dossier creëert de gebruiker bij ‘Werk werkt’ een persoonlijk dossier. Echter, de website van ‘Werk werkt’ is niet gericht op het regelen van zaken met de overheid, maar is een middel voor klantregisseurs om werkzoekenden te monitoren en voor werkzoekenden om met hun klantregisseur te communiceren. Het monitoren van sollicitatie-activiteiten is echter geen doel dat direct van belang is voor de werkzoekende. Het primaire doel van de werkzoekende zal (voor de meerderheid) zijn het vinden van een baan, niet het laten monitoren van zijn of haar activiteiten door een klantregisseur. Dit is voor hen wel een secundair doel, aangezien het monitoren door de klantregisseur een voorwaarde is voor het ontvangen van een uitkering. Het ‘verwachte nut’ van de website voor werkzoekenden kan hierdoor in negatieve zin beïnvloed worden.

Het raamwerk dat ontwikkeld is door Van Deursen en Van der Geest (2006c) is gericht op een systeem dat nog niet in gebruik is heeft daarom factoren als ‘verwacht nut’, ‘verwacht gebruiksgemak’ en ‘intentie tot gebruik’. In deze studie met een bestaand systeem zijn deze factoren geformuleerd als ‘ervaren nut’, ‘ervaren gebruiksgemak’ en ‘intensiteit gebruik’. In tabel 1 hebben we de definitie die hoort bij elke factor opgenomen.

*Tabel 1. Definitie van elke factor in het raamwerk*

<b>Factor</b>	<b>Definitie</b>
Intensiteit gebruik	De mate waarin de werkzoekende de website gebruikt (weinig – veel)
Ervaren nut	De mate waarin de werkzoekende de website als beter ziet dan de manier waarop hij / zij eerder zijn / haar zaken regelde
Ervaren gebruiksgemak	De mate waarin de werkzoekende ervaart dat het werken met de website simpel is
Compatibiliteit	De mate waarin de website en de functies die deze biedt, consistent is met bestaande waarden, ervaringen uit het verleden en de behoeften van werkzoekenden
Zelfeffectiviteit	Een oordeel van de werkzoekende over zijn of haar eigen capaciteiten om de website te kunnen gebruiken
Zelfregie	De mate waarin de werkzoekende zelf kan bepalen welke organisatie welke informatie beschikbaar krijgt
Integriteit	De mate waarin een organisatie zich, in de ogen van de werkzoekende, sociaal acceptabel gedraagt
Voorspelbaarheid	De mate waarin een organisatie zich, in de ogen van de werkzoekende, betrouwbaar gedraagt, op tijd goederen en diensten levert en zich aan de regels houdt.
Bekwaamheid	De mate waarin een organisatie zich, in de ogen van de werkzoekende, toont als een partij die weet wat zij doet
Welwillendheid	De mate waarin een organisatie, in de ogen van de werkzoekende, de belangen van de cliënt in het oog

	houdt.
Vertrouwen in technologie	De mate van vertrouwen die de werkzoekende heeft in de website als instrument om interacties te doen met de achterliggende organisaties
Individueel vertrouwen	De mate waarin de werkzoekende in het algemeen geneigd is iets of iemand te vertrouwen
Kwaliteit gebruikersondersteuning	De door de gebruikers ervaren kwaliteit van de gebruikersondersteuning voor de website van 'Werk werkt' en de wijze waarop deze ondersteuning wordt gebracht

---

## 2.2 Opzet telefonische enquête

De enquête die het mogelijk moet maken om de waardering van de factoren uit het raamwerk te meten is gebaseerd op Van Deursen en Van der Geest (2006a). De vragen van de toegevoegde factor 'kwaliteit van gebruikersondersteuning' zijn gebaseerd op Van Velsen *et al.* (2007a). De originele vragen waren vaak te moeilijk om voor te leggen aan de werkzoekenden in Gouda. Daarom hebben we de formulering versimpeld of aangepast. Een pretest met drie werkzoekenden (zie Van Velsen *et al.*, 2007b) toonde nog enkele vragen aan die te moeilijk geformuleerd waren. Het was tijdens het afnemen van de enquête mogelijk om een vraag toe te lichten als deze niet begrepen werd. Er was zowel een Nederlandse als een Engelse versie van de enquête. De enquête is te vinden in bijlage 1.

Omwille van de privacy zijn de werkzoekenden in eerste instantie benaderd door klantregisseurs met de vraag of zij mee wilden werken aan een onderzoek van de Universiteit Twente. Indien zij hiermee instemden werden hun gegevens doorgegeven aan ons. Wij stuurden ze vervolgens een brief (zie bijlage 2) met een korte uitleg van het onderzoek en de mededeling dat ze snel door een medewerker van de Universiteit Twente gebeld zouden worden. In een tweede wervingsronde is een groep werkzoekenden een brief gestuurd namens 'Werk werkt' en de Universiteit Twente (zie bijlage 3). Hierin stond dat zij gebeld zouden worden door een medewerker van de Universiteit Twente voor een onderzoek naar de website van 'Werk werkt'. Tijdens deze toenadering is continu de nadruk gelegd op de anonimiteit van deelnemers. Ons streven was om 50 ingevulde enquêtes te verzamelen. In de eerste ronde met een 'warme' benadering (medewerkers van 'Werk werkt' wierven 60 cliënten), gaven 20 cliënten aan deel te willen nemen aan het onderzoek. Van deze 20, hebben er uiteindelijk 12 ook daadwerkelijk meegedaan. De tweede ronde, met een 'koude' benadering (waarin 73 werkzoekenden op de hoogte werden gesteld van het onderzoek per brief), leverde 24 ingevulde enquêtes op. Niet deelname was, in beide rondes, meestal het gevolg van het nooit opnemen van de telefoon door mogelijke participanten. Van de, in totaal, 36 enquêtes was er één niet bruikbaar waardoor de inspanningen 35 enquêtes opleverden.

## 3 Resultaten

### 3.1 Resultaten telefonische enquête

Omdat de telefonische enquête slechts bij een kleine groep werkzoekenden is afgenomen, kunnen er geen oorzaak-gevolgrelaties vastgesteld worden binnen de Gouda populatie. We zullen ons daarom richten op de demografische gegevens van de deelnemers, de kwaliteit van de enquête en de waardering van de factoren die gebruik van de ‘Werk werkt’ website beïnvloeden.

#### 3.1.1 Demografische gegevens van deelnemers

De studie resulteerde in 35 bruikbare telefonische interviews met werkzoekenden uit Gouda. Onder hen waren 19 mannen en 16 vrouwen. De gemiddelde leeftijd was 43,3 jaar. De jongste deelnemer was 27 jaar oud, de oudste 58. Tabel 2 geeft aan wat de hoogst afgeronde opleiding was van de deelnemers.

*Tabel 2. Hoogste afgeronde opleiding deelnemers*

Hoogst afgeronde opleiding	Aantal deelnemers
Geen	1
Basisschool	3
Middelbare school	6
LBO	2
MBO	12
HBO	8
Universiteit	3

De nationaliteit van de deelnemers was bij 31 van de 35 deelnemers Nederlands. Wanneer we vroegen naar het land van geboorte, gaven 26 personen aan te zijn geboren in Nederland, 5 personen in Marokko en 4 personen waren in een ander land geboren. Deze cijfers komen overeen met de herkomst van de totale bevolking in Gouda (Gemeente Gouda, 2007). Onze deelnemers zijn dus voor wat betreft herkomst representatief. De overgrote meerderheid van de deelnemers (31 van de 35) gaf aan dat Nederlands de taal is die ze het beste spreken. Eveneens een overgrote meerderheid gebruikt dagelijks het internet (27 van de 35 deelnemers) en benut het medium al langere tijd (23 deelnemers gebruiken al langer dan 5 jaar het internet). Tot slot gaven 24 cliënten aan al eens iets te hebben gekocht via internet en regelen 30 cliënten hun bankzaken via internet.

#### 3.1.2 Kwaliteit van de enquête

Ondanks het relatief kleine aantal deelnemers waren we in staat om de kwaliteitsscores te berekenen voor de factoren die we hebben gemeten. Deze zijn te vinden in tabel 3. Een Cronbach's alpha die hoger is dan .70 betekent dat er logisch en samenhangend is geantwoord op alle vragen van een factor onderling en dat deze vragen een goed meetinstrument zijn voor de factor. Indien een score net onder de .70 valt, hoeft dat in dit geval niet te betekenen dat de factor niet juist gemeten is. De relatief lage alpha's zijn dan waarschijnlijk te wijten aan de kleine groep deelnemers waarbij een enkele

deelnemer een zeer grote invloed heeft op een gemiddelde score. Indien één deelnemer zeer afwijkend antwoord heeft dit een grotere invloed op de samenhangendheid waarmee vragen zijn beantwoord dan wanneer de groep ondervraagden groter is. Bij een grotere groep deelnemers zal de samenhangendheid naar alle waarschijnlijkheid toenemen. De factoren ‘zelfregie’ en ‘kwaliteit van gebruikersondersteuning’ behoeven toelichting. De vragen die horen bij de factor ‘zelfregie’ zijn onderling niet logisch beantwoord. Wellicht dient de factor uitgesplitst te worden naar meerdere factoren. Dat is echter met de antwoorden van een geringe hoeveelheid deelnemers moeilijk te zeggen. Op het moment dat we de antwoorden van werkzoekenden in Gouda analyseren in samenhang met de antwoorden van werkzoekenden in Amsterdam Zuid Oost, kunnen we hier meer over zeggen. De score van de factor ‘kwaliteit van gebruikersondersteuning’ kon niet berekend worden omdat te weinig mensen de bijbehorende vragen beantwoord hadden.

*Tabel 3. Kwaliteitsscores van de meting van de factoren*

Factor	Vragen	Cronbach's alpha
Intensiteit gebruik	3/4	.66
Ervaren nut	5/6/7/8	.80
Ervaren gebruiksgemak	9/10/11	.87
Compatibiliteit	13/14/15	.60
Zelfeffectiviteit	17/18/19/20	.81
Zelfregie	21/22/23/24	.25
Integriteit	25/26/28	.82
Voorspelbaarheid	30/31/32	.76
Bekwaamheid	33/34/35/36	.79
Welwillendheid	37/38/39/40	.90
Vertrouwen in de technologie	41/42/44	.51
Individueel vertrouwen	45/46/47	.69
Kwaliteit van gebruikersondersteuning	50/51/52/53	geen score

### 3.1.3 Waardering van factoren die gebruik beïnvloeden

Figuur 2 toont welke waardering de deelnemers hadden voor de verschillende factoren. De boxplot toont de laagste en hoogste score voor elke factor. Dit zijn de zwarte strepen aan het einde van de lijnen. Extreme scores voor een factor worden aangegeven met een rondje of sterretje. Deze extreme scores zijn niet meegenomen in de analyse aangezien ze buiten de normale populatie vallen.

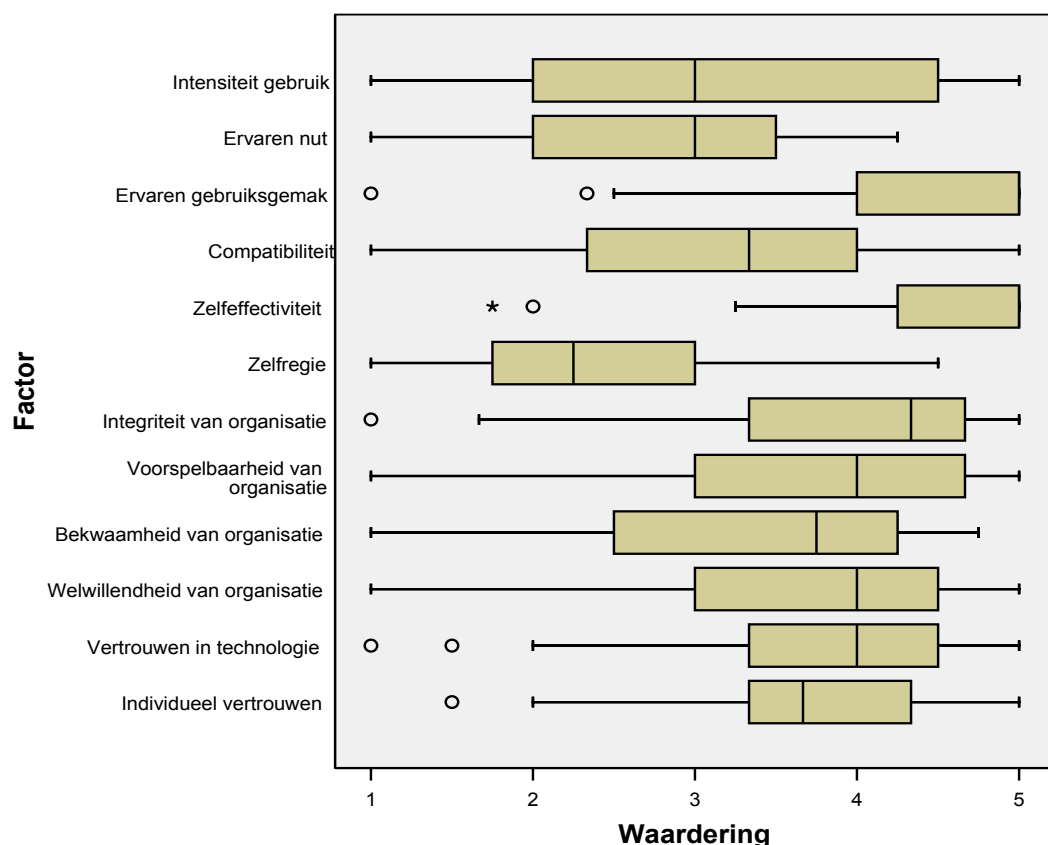
**Intensiteit gebruik.** De mate waarin cliënten de website gebruiken is zeer verschillend. Het overgrote deel van de ondervraagden gebruikt de website af en toe. Gezien de huidige functionaliteit van de website is dit logisch. Werkzoekenden kunnen met de website momenteel alleen hun sollicitatie activiteiten doorgeven, iets wat ze niet dagelijks kunnen doen.

**Ervaren nut.** Lang niet iedereen is overtuigd van het nut van de website. Niet alleen wordt er verschillend over gedacht, ook vinden redelijk veel werkzoekenden de website enigszins nutteloos. Zes participanten geven bij het beantwoorden van de vragen van deze factor spontaan aan, dat zij het nut beperkt vinden omdat de website mensen niet helpt met het daadwerkelijk vinden van een baan. Dit is volgens hen ook het gevolg van het gemis van links naar websites die bemiddelen tussen werkzoekenden en werkgevers op de site van ‘Werkt werkt’. Daarnaast vinden zij de mogelijkheden van de klantregisseur om mensen daadwerkelijk aan een baan te helpen beperkt (ze missen

bijvoorbeeld een gebrek aan een goed netwerk met het bedrijfsleven of een goed inzicht in de mogelijkheden van de werkzoekende).

**Ervaren gebruiksgemak.** De cliënten ervaren het gebruiksgemak van de website ‘Werk werkt’ als erg hoog. Zij vinden de website makkelijk te gebruiken.

**Compatibiliteit.** Er werd wisselend gedacht over de mate waarop het gebruiken van de website van ‘Werk werkt’ past bij de werkzoekenden. Dit is het gevolg van een groep van vier mensen die de compatibiliteit als zeer negatief waardeerden. Hier staat tegenover dat er ook zes participanten zijn die de compatibiliteit als zeer positief waardeerden. Als we kijken naar de antwoorden per vraag, dan valt het op dat er bij elke vraag een groep personen is die zeer negatief is over het medium internet in het algemeen of de virtuele werkwijze van ‘Werk werkt’. Zo is op stelling 13 (Ik zoek liever op internet naar een baan) door zeven personen gereageerd met ‘zeer mee oneens’. Met stelling 14 (Ik heb graag contact met WW via de website) waren acht personen het ‘zeer mee oneens’. Stelling 15 (Het gebruiken van de website past goed bij mij) leverde vijf ‘zeer mee oneens’ antwoorden op. Hier staat tegenover dat bij elke stelling (13, 14 en 15) ook een groep mensen zeer positief was (respectievelijk 8, 11 en 11 personen). Wanneer we kijken naar de demografieken van de participanten die zeer positief of negatief zijn, dan kunnen we geen aparte groepen onderscheiden. Daarnaast is in het model van Van Deursen en Van der Geest (2006) ‘compatibiliteit’ een verklarende en geen te verklaren factor. Mogelijke invloeden zijn daarom niet meegenomen in dit onderzoek.



Figuur 2. Waardering van elke factor door werkzoekenden

**Zelfeffectiviteit.** De participanten waren van mening dat zij beschikken over de vaardigheden die nodig zijn voor succesvol werken met ‘Werk werkt’. Dit blijkt ook uit het feit dat vrijwel niemand ervaring had met de gebruikersondersteuning.

**Zelfregie.** Vanwege de lage kwaliteitsscore van deze factor (zie paragraaf 3.1.2) kunnen we geen uitspraak doen over de zelfregie die de werkzoekenden ervaren. Als we naar de vragen afzonderlijk kijken, dan is het opmerkelijk dat stelling 22 (Werk Werkt is de baas over de website en wat ermee gebeurt) door 21 van de 35 respondenten werd beaamd met 'zeer mee eens'. Daarnaast waren 9 respondenten het er 'mee eens'. De overige stellingen (21.Ik ben de baas over de website en wat ermee gebeurt / 23.WW mag van mij informatie over mij doorgeven aan anderen / 24.Mensen waarmee WW samenwerkt, mogen mijn website zien) werden veelal extreem gescoord. Men was het er óf 'zeer mee eens' óf 'zeer mee oneens'. Bij stelling 24 was een aanzienlijk gedeelte (13 respondenten) het 'zeer mee eens' met het vrijgeven van persoonlijke informatie aan belanghebbende derden.

**Integriteit van organisatie.** De integriteit van het project 'Werk werkt' wordt positief ervaren. Hiermee geven de cliënten aan de klantregisseurs als eerlijk en betrouwbaar te zien als deze een advies geeft over het vinden van een baan. Daarnaast vertrouwen zij erop dat het monitoren van de activiteiten die de werkzoekende uitvoert op een eerlijke wijze gebeurt.

**Voorspelbaarheid van organisatie.** Over het algemeen vinden de cliënten de activiteiten van de klantregisseurs voorspelbaar. Echter, een groep (9 van de 35 deelnemers) was van mening dat de klantregisseur niet of zeer weinig uitlegde wat deze voor de cliënt ging doen. Toen de deelnemers werd gevraagd of zij dachten dat de klantregisseurs iedereen hetzelfde behandelen, gaven zij aan dat zij dit moeilijk te beantwoorden vonden. Dit blijkt dan ook in de resultaten, waar 12 respondenten deze stelling een neutraal antwoord toebedeelden.

**Bekwaamheid van organisatie.** Over de bekwaamheid van de organisatie wisselen de meningen van de respondenten. Als we kijken naar de antwoorden op de afzonderlijke vragen die horen bij dit construct, kunnen we zien waarom. Stelling 35 (de klantregisseurs kunnen me helpen aan een baan) werd gemiddeld gewaardeerd met een 2.6 en stelling 36 (de klantregisseurs regelen veel voor mij) met gemiddeld een 3.2. Deze stellingen zorgen voor een laag gemiddelde aangezien stelling 33 (de klantregisseurs zijn goed in hun werk) en stelling 34 (de klantregisseurs begrijpen mij) overwegend positief beoordeeld werden. Uit de losse commentaren die geïnterviewden gaven, kunnen we opmaken dat vooral hoogopgeleiden vinden dat de klantregisseurs hen niet kunnen helpen. Volgens hen missen de klantregisseurs hiervoor de benodigde kennis over de beroeps categorie en de contacten met werkgevers die hoogopgeleiden zoeken. Het lijkt er dus op dat de negatieve beoordeling van de bekwaamheid van de klantregisseurs valt toe te schrijven aan hun beperkte mogelijkheden om werkzoekenden aan een baan te helpen.

**Welwillendheid van organisatie.** De welwillendheid van de organisatie achter het project 'Werk werkt' werd overwegend positief gewaardeerd. Wel is er een grote spreiding waar te nemen onder de waarderingen van alle geïnterviewden. Dit is te wijten aan een groep mensen die de welwillendheid van de organisatie ronduit negatief hebben beoordeeld. Vijf van de 35 ondervraagden gaven een gemiddelde score van 1,5 of lager aan de welwillendheid van de organisatie. Waarom een groep een dermate lage score gaven is niet te achterhalen met de onderzoeksofzet die gehanteerd is in deze studie. De focus group die dit zou kunnen achterhalen kon geen doorgang vinden.

**Vertrouwen in technologie.** De ondervraagde werkzoekenden in Gouda hebben vertrouwen in internet als technologie.

**Individueel vertrouwen.** De deelnemers aan het onderzoek bleken een positief individueel vertrouwen in de mensheid te hebben.

Het vertrouwen dat werkzoekenden in het project 'Werk werkt' hadden, werd uitgedrukt in een rapportcijfer van 1 tot 10. Het gemiddelde cijfer kwam neer op een voldoende: 6,18. De bijbehorende standaardafwijking was hoog, namelijk 2,04. De participanten hadden dus zeer verschillende meningen. Dit blijkt ook wel uit de spreiding van de cijfers. Het laagste cijfer dat werd gegeven was een 1, het hoogste cijfer een 9. De groep respondenten (35 personen) is te klein om te kunnen bepalen welke factoren hierop van invloed zijn.



## 4 Conclusies

Uit de verschillende waarderingen van de factoren die volgens het raamwerk van Van Deursen en Van der Geest (2006c) invloed hebben op gebruik van een digitaal dossier komt een beeld naar voren waaruit blijkt dat de participanten nogal verschillend denken over de website van 'Werk werkt' en de organisatie hierachter. Een groot aantal acceptatiefactoren wordt positief beoordeeld; andere factoren echter weer negatief. Deze negatieve ervaringen kunnen mogelijk een negatieve invloed hebben op het gebruik van de website. Wat de oorzaak van deze ervaringen is, is door middel van deze telefonische enquête niet te achterhalen. Omdat het niet mogelijk bleek om ook een kwalitatieve studie uit te voeren in Gouda, kunnen we deze negatieve ervaringen niet nader verklaren. De telefonische enquêtes identificeren wel twee aandachtspunten voor wat betreft de verbetering van het project en de website 'Werk werkt.'

Het eerste punt dat naar voren kwam uit de telefonische enquête is de toegevoegde waarde van de website zoals deze wordt ervaren door de cliënten. Deze is beperkt omdat zij het gevoel hebben dat de toegevoegde waarde voornamelijk bij de organisatie 'Werk werkt' ligt en niet bij de cliënt zelf. Dit kan het gevolg zijn van verkeerde verwachtingen bij de werkzoekende. Echter, omdat er bij deze studie geen focus group kon worden gehouden, kunnen we de exacte oorzaak hiervan niet achterhalen. Wel bleek uit de telefonische enquête dat de cliënten vonden dat de klantregisseur niet vaak uitlegde wat deze voor hem of haar ging doen. Uit de studie bij de Toonkamer in Amsterdam Zuidoost bleek dat de cliënten geen duidelijk beeld hadden van wat de website voor hen kon betekenen. Deze was niet duidelijk gecommuniceerd (Van Velsen *et al.*, 2007b). Indien dit ook het geval is in Gouda, kan dit invloed hebben op de verwachtingen van de cliënt en, als gevolg hiervan, de ervaren toegevoegde waarde. Duidelijkere communicatie over de werkwijze van de Toonkamer aan het begin van het re-integratie proces zou dan de verwachtingen meer op de werkelijkheid af kunnen stemmen.

Cliënten wensen een koppeling met de banenmarkt, iets wat ontbreekt binnen de huidige versie van het systeem. Een toevoeging van deze functionaliteit zal de aard van de website veranderen. Dit kan leiden tot meer toegevoegde waarde voor de werkzoekende. Als gevolg hiervan kan de intensiteit van gebruik wellicht ook toenemen. Het gemis van de koppeling met de banenmarkt werd eerder ook al geïdentificeerd bij de 'Mensen aan het Werk' website (Van Velsen *et al.*, 2007b).

Het tweede punt van aandacht betreft de groep mensen die niet overtuigd is van de bekwaamheid en welwillendheid van de klantregisseurs. Vooral voor hoog opgeleiden lijkt 'Werk werkt' tekort te schieten in het matchen van werkgevers en werknemers. De beperkte mogelijkheden die klantregisseurs hebben om mensen daadwerkelijk aan een baan te helpen, werken door op de (door de cliënten ervaren) bekwaamheid van de mensen die werkzaam zijn bij 'Werk werkt'. Vijf van de personen die de bekwaamheid van de klantregisseurs als negatief beoordeelden, gaven ook aan de welwillendheid van de organisatie 'Werk werkt' een negatieve score. Hier lijkt dus een verband tussen te bestaan. Als een klantregisseur, in de ogen van de cliënt, weinig *kan* doen, dan *doet* deze ook weinig en wordt de welwillendheid als laag ervaren. Tot slot moet worden vermeld dat de cliënten niet voldoende informatie krijgen van de klantregisseur over wat deze voor hem of haar gaat doen. Dit heeft een negatieve invloed op de ervaren voorspelbaarheid van de organisatie.

In een volgend rapport zullen we de populaties van de toonkamerprojecten Amsterdam Zuid-Oost en Gouda samenvoegen. Vervolgens kunnen we het model van Van Deursen en Van der Geest (2006c) toetsen. Dit zal ons inzichten opleveren in de mate waarop elke acceptatiefactor van invloed is op het daadwerkelijke gebruik van de digitale dossiers die in deze projecten gehanteerd worden. Deze kennis zullen we in dit rapport vervolgens generaliseren naar inzichten die van toepassing zijn op het B-dossier.

## Referenties

Van Deursen, A. & Van der Geest, T. (2006a). *Kwantitatief acceptatieonderzoek B-dossier*. Enschede: Telematica instituut.

Van Deursen, A. & Van der Geest, T. (2006b). *Kwalitatief acceptatieonderzoek B-dossier*. Enschede: Telematica instituut.

Van Deursen, A. & Van der Geest, T. (2006c). *Acceptatie van het B-dossier*. Enschede: Telematica instituut.

Gemeente Gouda (2007). *Kerngetallen: bevolking*. Opgehaald op 28 augustus 2007 van: <http://www.gouda.nl>

Ter Hedde, M., Van der Geest, T. & Van Velsen, L. (2007). *Acceptatie van het klantvolgsysteem door klantregisseurs van de Toonkamer Gouda*. Enschede: Telematica instituut.

Van Velsen, L.S., Steehouder, M.F. & De Jong, M.D.T. (2007a). Evaluation of user support. Factors that affect user satisfaction with helpdesks and helplines. *IEEE transactions on professional communication*, 50(3), 219-231.

Van Velsen, L., Van der Geest, T. & Ter Hedde, M. (2007b). *Acceptatie en waardering van de website van 'Mensen aan het Werk' door werkzoekenden in Amsterdam Zuidoost*. Enschede: Telematica instituut.

# Bijlage 1 – Telefonische enquête

Goedemorgen/middag, u spreekt met ... van de Universiteit Twente

Komt het gelegen dat ik bel?

Spreekt u Nederlands of Engels?

Voorstellen: Ik ben .... Van de Universiteit Twente. U bent door de mensen van WW gevraagd of u mee wilt doen aan een onderzoek. Een onderzoek over de website van WW. Klopt dit? De universiteit Twente doet dit onderzoek. Ik wil u daarom graag een aantal vragen stellen. Dat duurt ongeveer 15 minuten. U blijft bij dit interview anoniem. Niemand zal ooit weten wat u heeft gezegd.

Wilt u nu meewerken aan dit onderzoek? Of moet ik later terugbellen?

Als ik het heb over de website van WW, weet u dan welke ik bedoel? Indien nee: dit is de site waarmee u afspraken maakt met uw klantregisseur en waar u uw brieven op zet.

Vraag	Antwoord
1.Hoe vaak gebruikt u de website?	nooit / af en toe / vaak

Ik ga u uitspraken (zinnen) voorleggen over de website van WW. Wilt u dan zeggen of u het ermee eens of oneens bent? Dat kunt u doen door een cijfer van 1 tot 5 te geven. 1 staat voor helemaal niet mee eens en 2 voor een beetje mee oneens; 3 betekent dat u neutraal bent of dat het u niet zoveel uitmaakt. 5 staat voor helemaal mee eens en 4 voor een beetje mee eens.

Snapt u dit?

Vraag	Antwoord
	oneens – neutraal – eens
2.Ik aarzel niet om persoonlijke informatie op de website te zetten.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3.Ik kijk vaak op de website.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4.Ik regel veel dingen via de website.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord
	oneens – neutraal – eens
5. De website is handig.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6.Met de website is het zoeken van een baan makkelijker.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7.Met de website vind ik sneller een baan.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8.Ik heb niks aan de website.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord
-------	----------

	oneens – neutraal – eens
9. De website is makkelijk	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
10. De website leren gebruiken is makkelijk.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
11. Met de website een afspraak maken is simpel.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
12. Met de website een e-mail sturen is simpel.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord oneens – neutraal – eens
14. Ik heb graag contact met WW via de website	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
15. Het gebruiken van de website past goed bij mij.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord oneens – neutraal – eens
17. Ik ben goed genoeg met computers om met de website te kunnen werken.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
18. Ik kan zelf mijn zaken regelen met WW via de website.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
19. Ik kan met de website werken zonder hulp.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
20. Ik weet genoeg over computers om met de website te kunnen werken.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord oneens – neutraal – eens
21. Ik ben de baas over de website en wat er mee gebeurt.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
22. WW is de baas over de website en wat er mee gebeurt.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
24. Mensen waarmee WW samenwerkt, mogen mijn website zien.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord oneens – neutraal – eens
29. Ik weet wat WW gaat doen met mijn informatie op mijn website.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
41. De website is veilig.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
42. Ik denk dat andere mensen niet zomaar bij mijn website kunnen inbreken.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
44. Als ik iets met de website naar WW stuur kan niemand anders dat lezen.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord
49. <b>Selectievraag:</b> Hoe vaak vraagt u ondersteuning aan uw	nooit / af en toe / vaak

klantregisseur voor het werken met de website?	
--	--

Indien nooit: ga door naar vraag 33; Indien af en toe of vaak: ga door naar de volgende vraag

50. De hulp van WW voor de website is makkelijk.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51. Ik voel me op mijn gemak bij de mensen die me helpen met de website.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. Als WW me helpt met de website, dan komt het wel goed.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. De mensen die me helpen met de website zijn beleefd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dan wil ik nu graag wat vragen stellen over de mensen die werken bij Mensen aan het werk. Dit zijn de klantregisseurs. Weet u wie ik bedoel? Indien nee: dit zijn de mensen die u helpen bij het vinden van een baan.

Wilt u dan zeggen of u het ermee eens of oneens bent? Dat kunt u doen door een cijfer van 1 tot 5 te geven. 1 staat voor helemaal niet mee eens en 2 voor een beetje mee oneens; 3 betekent dat u neutraal bent of dat het u niet zoveel uitmaakt. 5 staat voor helemaal mee eens en 4 voor een beetje mee eens.

Vraag	Antwoord				
	oneens	–	neutraal	–	eens
33. De mensen van WW zijn goed in hun werk.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
34. De mensen van WW begrijpen mij.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
35. De mensen van WW kunnen me helpen aan een baan.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
36. De mensen van WW regelen veel voor mij.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord				
	oneens	–	neutraal	–	eens
30. De mensen van WW leggen me altijd uit wat ze voor me gaan doen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
31. De mensen van WW behandelen iedereen hetzelfde.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
32. De mensen van WW houden zich aan afspraken.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord				
	oneens	–	neutraal	–	eens
25. De mensen van WW zijn te vertrouwen.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
26. De mensen van WW zijn eerlijk.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
27. Als de mensen van WW iets beloven, dan doen ze dat ook.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
28. De mensen van WW doen hun best voor mij.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord
-------	----------

	oneens –	neutraal –	eens
37. De mensen van WW houden rekening met mij.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. De mensen van WW willen het beste voor mij.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. De mensen van WW zijn er voor mij.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. De mensen van WW vinden mij belangrijk.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dan wil ik nu graag wat algemene vragen stellen.

Wilt u dan zeggen of u het ermee eens of oneens bent? Dat kunt u doen door een cijfer van 1 tot 5 te geven. 1 staat voor helemaal niet mee eens en 2 voor een beetje mee oneens; 3 betekent dat u neutraal bent of dat het u niet zoveel uitmaakt. 5 staat voor helemaal mee eens en 4 voor een beetje mee eens.

Vraag	Antwoord
	oneens – neutraal – eens
23. WW mag van mij informatie over mij doorgeven aan anderen.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
47. Mensen bedoelen het in het algemeen goed.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
43. Het internet is veilig.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
48. Vreemden zijn niet te vertrouwen.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Vraag	Antwoord
	oneens – neutraal – eens
45. Ik vertrouw mijn medemens.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
13. Ik zoek liever op internet naar een baan.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
16. Ik gebruik wel vaker het internet om dingen te regelen.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
46. Ik geloof dat mensen in het algemeen wel OK zijn.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

64. Kunt in een cijfer van 1 tot 10 aangeven hoeveel vertrouwen u in WW heeft? 1 is helemaal geen vertrouwen en 10 heel veel vertrouwen.	<input type="text"/>
--	----------------------

#### Demografische kenmerken

Vraag	Antwoord
54. Wat is uw leeftijd?	... jaar
55. Wat is uw geslacht?	man / vrouw
56. Welke school heeft u afgemaakt?	geen / lagere school / middelbare school / LBO / MBO / HBO / Universiteit
57. Waar bent u geboren?	
58. Bent u dan ook (leid nationaliteit af uit 57)?	
59. Welke taal spreekt u het best?	

#### Individueel internetgebruik

60. Hoe vaak gebruikt u het internet?	bijna elke dag / 1-2 keer per week / 1-2 keer per
---------------------------------------	---

	maand / minder dan 1 keer per maand
61.Hoe lang maakt u al gebruik van het internet?	minder dan 1 jaar / 1 tot 2 jaar / 2 tot 3 jaar / 3 tot 4 jaar / 4 tot 5 jaar / 5 jaar of langer
62.Heeft u wel eens iets gekocht via het internet?	ja / nee
63.Regelt u uw geldzaken via het internet?	ja / nee



## Bijlage 2 – Brief naar cliënten Mensen aan het Werk (ronde 1)

Enschede, 3 juli 2007

Beste Cliënt van Werk Werkt,

U gebruikt bij het zoeken van een baan de internetsite “Werk Werkt”. Dat is een nieuwe site. Wij willen graag weten wat u van deze site vindt. Dan kunnen we de site beter en gemakkelijker maken. De Universiteit Twente doet hiervoor een onderzoek naar de site “Werk Werkt”. In deze brief vertellen wij u hier meer over.

We willen graag met u praten over de site van “Werk Werkt”. Als u meedoet aan het onderzoek wordt u door een medewerker van de Universiteit Twente gebeld. Over de telefoon worden u dan een aantal vragen over de site gesteld. Dat duurt ongeveer 20 minuten.

Uw klantregisseur heeft aan u gevraagd of u mee wilt doen aan het onderzoek. U hebt ingestemd en de klantregisseur heeft uw telefoonnummer aan ons doorgegeven. Wij zullen u binnenkort bellen.

Wij vertellen niemand of u mee heeft meegedaan aan het onderzoek. Ook vertellen wij niemand wat u hebt gezegd. De mensen van “Werk Werkt” horen van ons maar één ding, namelijk: hoe ze de site “Werk Werkt” beter kunnen maken. Als u vragen heeft over het onderzoek, bel of e-mail dan Marc ter Hedde:

Telefoon: 053-4894113

E-mail: [m.j.terhedde@gw.utwente.nl](mailto:m.j.terhedde@gw.utwente.nl)

Wij hopen dat u mee wilt doen aan ons onderzoek. Dan kunnen we het gebruiken van de site “Werk Werkt” nog makkelijker maken. Alvast bedankt voor uw tijd en hulp.

Met vriendelijke groet,

Marc ter Hedde

Universiteit Twente

## Bijlage 2 – Brief naar cliënten Mensen aan het Werk (ronde 2)



Enschede, 13 augustus 2007

Beste Cliënt van Werk werkt,

U gebruikt bij het zoeken van een baan de internetsite van “Werk Werkt”. Dat is een nieuwe site. Wij zijn benieuwd naar uw mening over deze site. Dan kunnen wij de site beter en gemakkelijker maken. De Universiteit Twente doet hiervoor een onderzoek naar de site van “Werk Werkt”. In deze brief vertellen wij u hier meer over.

We willen graag met u praten over de site van “Werk werkt”. Als u meedoet aan het onderzoek wordt u door de Universiteit Twente gebeld. Over de telefoon wordt u dan wat vragen gesteld. Dat duurt ongeveer 15 minuten. We zullen u dan bijvoorbeeld vragen of u de site gemakkelijk vindt.

U blijft bij dit onderzoek anoniem. Niemand zal ooit te weten komen wat u heeft gezegd. Ook zal niemand ooit te weten komen dat u heeft deelgenomen aan een interview. De Universiteit Twente vertelt de mensen van “Werk werkt” maar één ding, namelijk: hoe zij de site van “Werk Werkt” beter kunnen maken. Als u vragen heeft over het onderzoek, neemt u dan gerust even contact op met Lex van Velsen. Hij is te bereiken op onderstaand telefoonnummer en/of e-mailadres.

Telefoon: 053-4892416

E-mail: [l.s.vanvelsen@utwente.nl](mailto:l.s.vanvelsen@utwente.nl)

Volgende week zal iemand van de Universiteit Twente u bellen. U kunt dan beslissen of u wel of niet geïnterviewd wilt worden over de internetsite van “Werk Werkt”. Wij hopen dat u mee wilt doen aan het onderzoek. Dan kunnen we de internetsite van “Werk werkt” namelijk nog makkelijker maken. Alvast bedankt voor uw tijd en hulp.

Met vriendelijke groet,

Lex van Velsen  
Universiteit Twente

Peter Gorissen  
Werk Werkt