



Opdrachtgever

IWI



Inspectie Werk en Inkomen
Ministerie van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid

Onderzoek

*Toegang tot de keten: onderzoek naar
de kwaliteit van dienstverlening bij vijf
kanalen.pdf*

Startdatum – 1 december 2010

Einddatum – 1 december 2010

Categorie

*Toezicht en functioneren van sociale
zekerheid*

Toegang tot de keten

Conclusie

Studie naar het gebruik van post, balie, telefoon, website en e-mail door UWV, SVB en zes geselecteerde sociale diensten. Nagegaan is of de klanten via de verschillende kanalen informatie van gelijke kwaliteit krijgen van de uitvoerende instanties. In het beleid van UWV en SVB is zichtbaar dat de focus in de dienstverlening van deze organisaties steeds meer op het gebruik van digitale kanalen wordt gericht. Uit het onderzoek blijkt dat de kanalen aansluiten op de behoeften van de klanten die naar aanleiding van life events vragen hebben aan de uitvoeringsorganen. Alle kanalen geven uiteindelijk nagenoeg hetzelfde niveau van dienstverlening. Het gebruik van digitale kanalen loopt nog niet parallel met het beleid van UWV en SVB. Bron: Bibliotheek SZW

Link naar bestand

<http://www.onderzoekwerkeninkomen.nl/rapporten/ay769d8z>

Toegang tot de keten

Onderzoek naar de kwaliteit van dienstverlening bij vijf
kanalen



Inspectie Werk en Inkomen
*Ministerie van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid*

Toegang tot de keten

Onderzoek naar de kwaliteit van dienstverlening bij vijf
kanalen

Colofon

Programma	Dienstbare Overheid
Nummer	Nvb-Diov 10/10c
Datum	december 2010

Inhoud

Colofon—2

1 Samenvatting en conclusies—5

2 Inleiding—7

2.1 Context en aanleiding—7

2.2 Probleemstelling—8

2.3 Theoretisch kader—8

2.3.1 Toetsingskader: Wet SUWI en de Burgerservice code—10

2.4 Onderzoeksaanpak: operationalisering en onderzoeksmethode—11

2.4.1 Gehanteerde onderzoeksmethode—12

3 Beschikbare kanalen per uitvoeringsorganisatie—15

3.1 Een overzicht van de beschikbare kanalen bij UWV—15

3.2 Een overzicht van beschikbare communicatiekanalen bij de zes onderzochte gemeenten—16

3.3 Een overzicht van de beschikbare communicatiekanalen bij de SVB—17

3.4 Samenvattende bevindingen—18

4 De voorkeurskanalen en gebruikte kanalen en de motieven—19

4.1 Voorkeurskanalen en de uiteindelijk gekozen kanalen—19

4.1.1 De voorkeurskanalen en uiteindelijk gekozen kanalen per vraagcategorie—19

4.1.2 Beïnvloedende factoren voor voorkeurskanalen en uiteindelijk gekozen kanalen—21

4.1.3 Beïnvloedende factoren voor voorkeurskanalen en uiteindelijk gekozen—24

5 Krijgt de klant een passend antwoord op de vraag—27

5.1 Inleiding—27

5.2 Vindbaarheid—27

5.2.1 Aandachtspunten—27

5.2.2 Klantenquête—28

5.2.3 Resultaten nader onderzoek—29

5.3 Begrijpelijkheid—31

5.3.1 Aandachtspunten—31

5.3.2 Klantenquête—31

5.3.3 Resultaten nader onderzoek—32

5.4 Maatwerk—33

5.4.1 Aandachtspunten—33

5.4.2 Klantenquête—33

5.4.3 Resultaten nader onderzoek—34

5.5 Samenvattende bevindingen—36

6 Werkgevers—37

6.1 Inleiding—37

6.2 De voorkeurskanalen en welke kanalen kiezen werkgevers uiteindelijk—37

6.3 Factoren die een rol spelen bij de kanaalkeuze—38

6.4 Krijgt de werkgever een passend antwoord op de vraag?—39

6.5 Samenvattende bevindingen—40

Bijlage: Geselecteerde vragen—41

1 Samenvatting en conclusies

De centrale vraagstelling van het onderzoek luidt: *'Sluiten de kanalen die de uitvoeringsorganisaties en gemeenten hanteren aan bij de behoefte van klanten in het geval deze vragen hebben als gevolg van belangrijke life events op het gebied van werk en inkomen?'*

De centrale vraagstelling wordt in dit onderzoek beantwoord aan de hand van deelvragen. De antwoorden op de deelvragen geven onder andere informatie over de beschikbaarheid van kanalen, de voorkeuren van klanten voor een bepaald kanaal, de kanalen die klanten daadwerkelijk gebruiken als ze contact met de uitvoeringsinstanties hebben en of er verschil is in passendheid van het antwoord dat klanten via de diverse kanalen krijgen.

De in het onderzoek betrokken kanalen post, balie, telefoon, website en e-mail zijn zowel bij UWV, SVB als de onderzochte sociale diensten voor alle vragen van klanten beschikbaar.

In het beleid van UWV en SVB is zichtbaar dat de focus in de dienstverlening van deze organisaties steeds meer op het gebruik van digitale kanalen wordt gericht. De voorkeur van de uitkeringsgerechtigde klanten bij het stellen van vragen of het opvragen van informatie gaat op dit moment echter in meerderheid nog uit naar de telefoon en de balie. Vooral onder klanten van het UWV is er daarnaast een aanzienlijk groep die een voorkeur heeft voor de digitale kanalen.

Telefoon en balie zijn ook de twee kanalen die daadwerkelijk het meest gebruikt worden. Bij dit daadwerkelijk gebruik is een opmerkelijke verschuiving waarneembaar naar het kanaal telefoon. Deze verschuiving gaat vooral ten kosten van de digitale kanalen.

Verschillende factoren spelen een rol bij kanaalvoorkeur en kanaalkeuze. Een klant die snel een antwoord wil, pakt de telefoon. Bij een behoefte aan persoonlijk contact wordt vooral voor de balie of de telefoon gekozen. Bij belangrijke of ingewikkelde vragen hebben klanten een voorkeur voor de balie. Wat minder ingewikkelde en belangrijke vragen worden vooral per telefoon gesteld. De website wordt vooral gebruikt bij concrete vragen. Als er sprake is van het doorgeven van informatie, dan kiezen klanten ook vaker voor minder interactieve kanalen zoals de post.

Ook opleidingsniveau blijkt een belangrijke factor. Lager opgeleiden hebben vaker een voorkeur voor telefoon en balie en kiezen ook vaker de balie. Hoger opgeleiden hebben vaker een voorkeur voor de digitale kanalen, en gebruiken die ook vaker. Het onderzoek toont ook aan dat WWB'ers en WW'ers vaker een voorkeur hebben voor de balie en die ook vaker gebruiken. AOW'ers gebruiken vooral de telefoon, hetgeen in iets mindere mate ook voor WIA/WGA'ers en Wajongers geldt. Deze keuze heeft ook alles met het aanbod te maken: WWB'ers en WW'ers krijgen een groot deel van hun dienstverlening op het Werkplein, waar een uitgebreide baliefunctie aanwezig is.

In het onderzoek is naar de waardering van de klanten voor de kanalen post, balie, telefoon, website en e-mail omtrent de passendheid van het door hen ontvangen antwoord gevraagd. Passendheid is vertaald naar de aspecten vindbaarheid, begrijpelijkheid en maatwerk. De belangrijkste uitkomst is dat de passendheid van de dienstverlening via alle kanalen nagenoeg gelijk is.

Bij de aspecten vindbaarheid en begrijpelijkheid is er één kanaal (e-mail respectievelijk post) dat een iets andere waardering krijgt dan de overige kanalen. E-mail scoort iets hoger op vindbaarheid en post iets lager op begrijpelijkheid. Maatwerk wordt via alle kanalen op hetzelfde niveau ervaren.

Er zijn twee achtergrondkenmerken van klanten van invloed op hun waardering voor de passendheid. Personen met een vast contactpersoon en zelfredzame personen hebben gemiddeld vaker een positief oordeel hebben over de passendheid van dienstverlening.

Het onderzoek is ook uitgevoerd onder werkgevers. Bij hen gaat de voorkeur voor contact met de uitvoeringsinstanties uit naar de digitale kanalen website en e-mail. Als ze daadwerkelijk contact opnemen gebruiken echter ook de werkgevers vooral de telefoon. En net als bij de werkzoekende klanten gaat dit telefoongebruik ten koste van de voorkeur voor digitale dienstverlening.

Ook bij werkgevers zijn er weinig verschillen qua passendheid tussen de verschillende kanalen. Alleen vindbaarheid wordt voor het kanaal post lager gewaardeerd. Bij de kanalen telefoon en website komt dubbele gegevensuitvraag daarentegen vaker voor dan bij de kanalen post en e-mail.

Werkgevers blijken minder tevreden over de mate van maatwerk van vragen over meer complexe onderwerpen, zoals vragen met betrekking tot de WIA of WAO. Voor eenvoudige onderwerpen is maatwerk over het algemeen geen probleem.

Kortom

Op basis van het onderzoek concludeert de Inspectie dat de kanalen aansluiten bij de behoeften van de klanten die naar aanleiding van life events vragen hebben aan de uitvoeringsinstanties. Alle kanalen geven uiteindelijk nagenoeg hetzelfde niveau van dienstverlening.

De voorkeuren van klanten en het daadwerkelijk gebruik van kanalen lopen op dit moment niet parallel met het streven van in ieder geval UWV en SVB om steeds meer te sturen op het gebruik van digitale kanalen. Dit levert echter geen acuut knelpunt op.

2 Inleiding

Het onderzoek 'Toegang tot de keten' is een studie van de Inspectie Werk en Inkomen naar het gebruik van post, balie, telefoon, website en e-mail door UWV, SVB en zes geselecteerde sociale diensten. IWI doet dit onderzoek omdat nog weinig bekend is over de invloed van het gebruik van een kanaal op de communicatie (en daarmee de dienstverlening) tussen de uitvoerende instanties en de klanten. Het onderzoek gaat na of klanten via de verschillende kanalen informatie van gelijke kwaliteit krijgen van de uitvoerende instanties.

Dit hoofdstuk gaat in op de context en aanleiding van het onderzoek, de probleemstelling en de theoretische uitgangspunten van het onderzoek.

2.1 Context en aanleiding

Het onderzoek 'Toegang tot de keten' valt onder het programma 'Dienstbare Overheid' van IWI. Het programma vindt zijn oorsprong in het coalitieakkoord van het Kabinet Balkenende IV, waarin stond dat de overheidsdienstverlening aan burgers van een kwalitatief goed niveau moet zijn: snel, gemakkelijk, goed en klantgericht. Burgers moeten de dienstverlening met minimaal een zeven waarderen.

De sector werk en inkomen heeft deze doelstelling vertaald in initiatieven en criteria. Zo moet de dienstverlening op de werkpleinen geïntegreerd zijn, wat in het kort inhoudt dat burgers en werkgevers die zijn aangewezen op diensten van sociale zekerheidsinstellingen maatwerk via één aanspreekpunt moeten kunnen krijgen en zich niet voor verschillende diensten bij verschillende loketten hoeven te melden. Ook hebben UWV en Divosa in het voormalig Algemeen Ketenoverleg (AKO) klantprincipes opgesteld, waaraan moet worden voldaan.¹ Verder zijn de uitvoeringsinstanties van mening dat klanten op elk gewenst moment via verschillende kanalen een beroep moeten kunnen doen op de dienstverlening. Dit laatste is tevens de context van onderhavig onderzoek.

IWI levert met het toezichtsprogramma 'Dienstbare Overheid' een bijdrage aan het verbeteren van de dienstverlening in de sociale zekerheid, door onder andere inzicht te geven in de sterke en zwakke punten van de dienstverlening. Met dit inzicht kunnen de uitvoerders in de sociale zekerheid verbeteringen doorvoeren. Zo is het de bedoeling dat het onderzoek 'Toegang tot de keten' inzichten oplevert over de kanalen die klanten graag gebruiken, gegeven een bepaalde vraag. Het levert ook inzicht of de uitvoering de vraag via het gekozen kanaal goed beantwoordt. Door knelpunten en risico's in kaart te brengen en te analyseren wil IWI de uitvoering aanknopingspunten bieden voor het verder verbeteren van de mix van te hanteren kanalen voor de dienstverlening.

¹ Klantprincipes werkzoekenden: Bereikbaarheid en toegankelijkheid, persoonlijke aandacht, maatwerk, tijdigheid en duidelijkheid.
Klantprincipes werkgevers: Betrouwbaarheid, professionaliteit, daadkracht, toegankelijkheid en gemak en flexibiliteit.

2.2 Probleemstelling

Doelstelling

Het doel van het onderzoek is om te beoordelen of de kwaliteit van de dienstverlening bij het gebruik van verschillende kanalen is gewaarborgd. IWI gaat daartoe na welk kanaal een klant kiest voor zijn vraag of informatiebehoefte en waarom voor dat kanaal wordt gekozen, welke antwoorden de kanalen bieden op de vragen van klanten en of het antwoord dat de klant krijgt, passend is.

Centrale vraagstelling

'Sluiten de kanalen die de uitvoeringsorganisaties en gemeenten hanteren aan bij de behoefte van klanten in het geval dat deze vragen hebben als gevolg van belangrijke life events op het gebied van werk en inkomen?'

Deelvragen

1. Welke vragen hebben klanten als gevolg van belangrijke life events op het gebied van werk en inkomen?
2. Welke vragen kunnen per welk kanaal worden beantwoord?
3. Welk kanaal kiest een klant voor welke vraag?
4. Welke factoren spelen een rol bij de kanaalkeuze?
5. In hoeverre krijgt de klant een passend antwoord op de gestelde vraag?

In de volgende paragrafen wordt het kader van dit onderzoek geschetst en wordt ingegaan op de centrale begrippen uit de probleemstelling.

2.3 Theoretisch kader

In het theoretisch kader worden de volgende begrippen uit de context, centrale vraagstelling en deelvragen uitgewerkt:

- multichanneling;
- life events;
- factoren voor keuze van een kanaal.

Multichanneling

Het managen van kanalen voor de dienstverlening en de manier waarop kanalen ingezet worden zijn onderdelen van wat multichanneling wordt genoemd. Er kan daarbij een onderscheid worden gemaakt tussen zogenaamde traditionele kanalen, zoals de post, de balie en de telefoon en zogenaamde moderne kanalen, zoals internet en e-mail. In de keten van werk en inkomen is het beleid van de SVB, UWV en de sociale diensten van gemeenten om al deze genoemde kanalen in te zetten voor dienstverlening aan burgers. De achterliggende gedachte is dat de klanten op elk, voor hen geschikt moment, toegang moeten hebben tot informatie van de overheidsorganisaties.

Dit betekent vanzelfsprekend dat de uitvoering met de kanalen op passende wijze informatie moeten verschaffen op nagenoeg elke vraag. Dit wordt in het onderzoek geduid als 'kanaalinrichting', namelijk het antwoord dat de klant krijgt op zijn vraag en de processen die een klant moet doorlopen om dat antwoord te krijgen.

De multichannel-gedachte is voor IWI aanleiding om verschillende kanalen in het onderzoek te betrekken, waarbij de norm is dat een klant, ongeacht het kanaal dat hij gebruikt, een passend antwoord moet krijgen op de gestelde vraag.²

² Later in dit hoofdstuk wordt het begrip 'passend' uitgewerkt.

Life events oftewel: belangrijke levensgebeurtenissen

De definitie van life event luidt 'een situatie in het leven van een burger, welke ertoe leidt dat hij (meerdere malen) contact heeft met de overheid'.³ Voorbeelden van life events zijn: huwelijk, geboorte van een kind, aanvang van de studie, overlijden, behoefte aan zorg, de koop of verkoop van een woning, immigratie, 65 jaar worden of in aanraking komen met justitie of politie. Zo zijn er nog tal van voorbeelden van gebeurtenissen waarbij een burger een vraag stelt aan de overheid, informatie wil verschaffen aan de overheid of informatie aanvraagt bij de overheid.

Een levensgebeurtenis kan er ook toe leiden dat een klant in aanraking komt met de overheidsinstellingen die verantwoordelijk zijn voor de uitvoering van de sociale zekerheid. TNS NIPO noemt in het 'Onderzoek naar de kwaliteit van overheidsdienstverlening' (september 2009) onder andere de volgende levensgebeurtenissen:

- begonnen met een betaalde baan;
- behoud van dezelfde baan;
- grote verandering van inkomen;
- gestopt met een betaalde baan;
- uitkering aangevraagd;
- (gedeeltelijk) arbeidsongeschikt.

Levensgebeurtenissen kunnen ook parallel lopen, bijvoorbeeld wanneer een burger een uitkering ontvangt en tegelijkertijd vader of moeder wordt.

Ook werkgevers krijgen te maken met life events van hun werknemers, die weer van invloed kunnen zijn op hun bedrijfsvoering en ertoe kunnen leiden dat ook de werkgever in aanraking komt met de sociale zekerheid. Voor dit onderzoek zijn door IWI de volgende bedrijfsgebeurtenissen gekozen:

- ziekte en zwangerschap van een werknemer;
- arbeidsongeschiktheid van een werknemer;
- ontslag van een werknemer;
- tijdelijk minder werk beschikbaar.

Life events kunnen aanleiding geven tot contact met één instantie, met meerdere instanties in dezelfde keten of met verschillende instanties van verschillende overheidsdiensten. In dit kader geeft het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties uitvoering aan het project Levensgebeurtenissen Als verbindende Factor (LEAF). Dit project is een samenwerkingsverband tussen Binnenlandse Zaken, de Manifestgroep en enkele gemeenten. Vanuit LEAF wordt een aantal organisatieoverstijgende dienstverleningsconcepten uitgewerkt waarbij levensgebeurtenissen van burgers centraal staan. Informatie rond de gekozen onderwerpen, zoals 'immigratie', worden vervolgens ontsloten via het internet.⁴

Kenmerkend van LEAF is dat bij de dienstverlening meerdere overheidsorganisaties zijn betrokken. Met deze voorziening is het mogelijk om dienstverlening te bieden die het eigen werkgebied overstijgt en daarmee beter aansluit bij de vragen over levensgebeurtenissen van de klanten.

Factoren die de kanaalkeuze beïnvloeden

Novay (het voormalige Telematica Instituut) heeft een meerjarig wetenschappelijk onderzoek uit naar het multichannelvraagstuk bij de overheid en het kanaalgebruik door klanten uitgevoerd.⁵ Eén van de constatering uit dit meerjarig onderzoek is dat klanten zich in hun kanaalkeuze laten leiden door de kenmerken van de dienst of vraag (voor bepaalde diensten en vragen gebruikt men bepaalde kanalen) en per-

³ Definitie ontleent aan Peter Kanne, Wiene Klasema en Hendrike Bijlstra. Onderzoek naar de Kwaliteit van de Overheidsdienstverlening. 1-Meting. Amsterdam: TNS Nipo, 2009.

⁴ Zie voor meer informatie <http://www.e-overheidvoorburgers.nl/standaarden, life-events>.

⁵ Onderzoek 'Kanalen in Balans'.

soonlijke kenmerken (bepaalde klanten gebruiken bepaalde kanalen). In algemene zin geldt dat voor simpele informatie, producten en diensten internet het meest gebruikt zal worden. Voor complexe diensten of behoeften, waarbij meer of veel ondersteuning nodig is, worden persoonlijke, meer traditionele kanalen zoals telefoon en balie belangrijker voor de klant.

Het onderzoek brengt vier factoren in kaart, die een rol spelen bij de kanaalkeuze van klanten⁶.

1. Kanaalkarakteristieken: het kanaal is volgens de klant communicatief, servicegericht, goedkoop, gemakkelijk, snel, effectief (snel doelbereik) of het is mogelijk met dit kanaal complexe informatie over te dragen.
2. Taakeigenschappen, oftewel de kenmerken van de vraag of informatiebehoefte. Een vraag kan complex of simpel zijn, algemeen of specifiek van aard, een vervolgvraag naar aanleiding van een eerdere vraag en of een vraag die verband houdt met een dienst van een andere overheidsorganisatie. Subjectieve kenmerken van taakfactoren zijn zaken als urgentie, de gewenste snelheid van het antwoord of het belang van het antwoord.
3. Persoonskenmerken betreffen de kenmerken van de klant. Het gaat om zaken als de mate van zelfredzaamheid, een goede beheersing van de Nederlandse taal, leeftijd en persoonlijke voorkeuren voor een bepaald kanaal in een specifieke situatie.
4. Situationele factoren die de kanaalkeuze beïnvloeden, zoals de beschikbare tijd van de vraagsteller, de mogelijkheden om zaken goed en in alle rust door te nemen, de beschikbare communicatiemiddelen, de plaats waar de vraagsteller zich bevindt en mobiliteit van de vraagsteller.

2.3.1 *Toetsingskader: Wet SUWI en de Burgerservice code*

In de Memorie van Toelichting op de Wet SUWI stelt de wetgever dat het stelsel van werk en inkomen effectief en klantgericht moet zijn, goed bereikbaar voor de klant en voldoende transparant. De uitvoeringsinstanties dienen de klant goed en snel te helpen en de dienstverlening dient recht te doen aan de individuele omstandigheden; maatwerk dus. Elke burger dient toegang te hebben tot de dienstverlening door deze organisaties. Op grond van het gelijkheidsbeginsel dient de toegangsmogelijkheid gelijkwaardig te zijn voor alle burgers, ongeacht de mate van zelfredzaamheid die zij hebben bij specifieke vormen van zelfbediening.

Op 30 mei 2008 hebben de minister en Staatssecretaris van BZK de 'Visie Betere Dienstverlening Overheid en Actieprogramma Dienstverlening en e-overheid' aan de Tweede kamer aangeboden. Deze visie omvat een Burgerservice code (BSC), met tien criteria waar overheidsdienstverlening aan zou moeten voldoen. De criteria die relevant zijn voor dit onderzoek zijn: keuzevrijheid contactkanaal, vindbare overheidsproducten, begrijpelijke voorzieningen, persoonlijke informatieservice en maatwerk. De criteria uit de Burgerservice code vertonen grote overeenkomsten met de eerder genoemde klantprincipes van de voormalige AKO-partijen thans Programmaraad.

⁶ W. J. Pieterse en M.L. Teerling, Kanaalkeuze: klanten kiezen kanalen. Enschede: Telematica Instituut, 2008.

2.4 Onderzoeksanpak: operationalisering en onderzoeksmethode

In de onderzoeksanpak zijn de volgende begrippen uit de centrale vraagstelling en de deelvragen geoperationaliseerd:

- klanten;
- vragen;
- kanalen;
- een passend antwoord op de gestelde vraag.

Klanten

IWI heeft voor dit onderzoek vijf wetten geselecteerd, waarvan de uitvoering is belegd bij één van de drie uitvoerende instanties (afzonderlijk of gezamenlijk): de WWB, WW, Wajong, WIA/WGA en de AOW. Aan de vijf wetten zijn klantgroepen gekoppeld, die de te onderzoeken klantgroepen vormen:

- personen met een WWB-uitkering;
- personen met een WW-uitkering;
- personen met een WGA-uitkering;
- personen met een Wajong-uitkering;
- personen met een AOW-pensioen.

Een zesde klantgroep bestaat uit de werkgevers. Zoals in de inleiding is vermeld, kunnen werkgevers als gevolg van life events van werknemers geconfronteerd worden met de sociale zekerheid.

De keuze voor deze klantgroepen is ingegeven door het feit dat er weinig bekend is over hun kanaalgebruik. Daarbij kunnen vragen van deze klanten uiteenlopen van simpel, puur informatief tot complex en klantspecifiek, waarbij maatwerkdienstverlening vereist is. IWI wil weten of de uitvoering met behulp van alle kanalen (*multi-channeling*) in staat is een passend antwoord te geven (*klantgerichtheid*).

Vragen

Elk life event kan leiden tot vragen bij klantgroepen. IWI heeft per klantgroep vijf tot zeven vragen geselecteerd, die verband houden met de benoemde life events. Om te weten te komen welke vragen het meest voorkomen, is in de eerste plaats gebruik gemaakt van de beschikbare informatie van de uitvoeringsinstanties. UWW registreert alle vragen die klanten stellen via het telefonische Klanten Contact Centrum (KCC) en rapporteert daar maandelijks over. Daarbij wordt onderscheid gemaakt naar de uitkeringsregeling waar de vragen betrekking op hebben, zodat inzichtelijk is welke de meest gestelde vragen per klantgroep zijn. De maandrapportes zijn gebruikt om de meest voorkomende vragen voor de klantgroepen WW, Wajong, WIA/WGA en werkgevers op te sporen. De vragen van de WW'ers zijn in het onderzoek tevens gebruikt voor de WWB'ers, omdat deze (vrijwel) identiek bleken te zijn. De SVB heeft op de website een aantal veelgestelde vragen gepubliceerd. Op basis daarvan zijn vijf vragen geselecteerd voor de klantgroep AOW. In bijlage 1 staat een overzicht van de geselecteerde klantvragen.

Kanalen

De bij de dienstverlening gehanteerde kanalen kunnen grofweg worden ingedeeld in traditionele en moderne kanalen.

Traditionele kanalen zijn onder andere de post, de balie en de telefoon. Tot de moderne kanalen worden websites, e-mail, chat en mobiele diensten zoals sms gerekend. Tot voor kort leenden moderne kanalen zich alleen voor informatievoorziening. Tegenwoordig kan de dienstverlening interactiever zijn door directe vraag- en antwoordmogelijkheden.

Voor dit onderzoek zijn de volgende kanalen geselecteerd: post, balie, telefoon, websites en e-mail.

De gedachte achter deze keuze is in eerste instantie een variatie tussen traditionele en moderne kanalen. Op de tweede plaats stelt de uitvoering dat de klant te allen tijde goed geholpen moet worden, ongeacht het kanaal.

Een passend antwoord op de gestelde vraag

De burgers mogen van de uitvoeringsinstanties verwachten dat, ongeacht de vraag en het kanaal dat ze kiezen voor de beantwoording van de vraag, de *kwaliteit van de dienstverlening vergelijkbaar is*.

Voor dit onderzoek is kwaliteit van dienstverlening geoperationaliseerd als: *het antwoord dat de klant krijgt is passend op de gestelde vraag*.

Voor de operationalisatie van het begrip 'passend' zijn criteria ontleend aan de BSC. Volgens IWI is er sprake van kwalitatief goede dienstverlening via de kanalen, als het antwoord op de vraag passend is, waarbij passend inhoudt: het antwoord is vindbaar, het antwoord is begrijpelijk en er is sprake van maatwerk.

- *Vindbaar* valt voor dit onderzoek uiteen in drie elementen nl.:
 - de uitvoerende instantie maakt de telefoonnummers, websites, postadressen en locaties voor de dienstverlening zichtbaar voor klanten;
 - via deze kanalen is informatie beschikbaar om de vraag van de klant te kunnen beantwoorden;
 - de uitvoerende instanties geven aan welke procedures de klant moet volgen om de vraag beantwoord te krijgen of zijn probleem op te lossen.
- *Begrijpelijkheid* betekent voor dit onderzoek in zijn algemeenheid dat de uitvoeringsinstanties ervoor zorgen dat de communicatie voor de klant zo helder en eenduidig mogelijk is. Dit geldt bijvoorbeeld voor teksten in brieven, folders en op de website. Voor de communicatie aan de balie en aan de telefoon betekent het dat de medewerkers controleren of klanten de verstrekte informatie begrijpen.
- *Maatwerk* betekent voor dit onderzoek dat een specifiek antwoord wordt gegeven op de specifieke vraag van de klant. Als een kanaal geen specifieke informatie kan verschaffen, wordt vermeld waar de klant wel een specifiek antwoord kan krijgen (doorverwijzen).

2.4.1

Gehanteerde onderzoeksmethode

Het onderzoek bestaat uit drie onderdelen: deskresearch, een grootschalige enquête onder de genoemde klantgroepen en casestudy's. In dit onderzoek is het vooral van belang te begrijpen hoe de dienstverlening in de praktijk plaatsvindt. Om een betrouwbaar beeld te verkrijgen van het gebruik van de gehanteerde kanalen in de praktijk heeft de Inspectie twee verschillende methoden gehanteerd, namelijk case-study en enquête.

Deskresearch

Er heeft algemeen literatuuronderzoek plaatsgevonden naar kanaalgebruik en -inrichting bij de overheid in het algemeen en bij de organisaties die in dit onderzoek zijn betrokken, in het bijzonder. De bevindingen uit de deskresearch zijn gebruikt in de operationaliseringsfase (operationalisering van de onderzoeksvragen), uitvoeringsfase, de analysefase en ter onderbouwing van de nota van bevindingen.

Enquête

Voor elke klantgroep is een vragenlijst gemaakt. Hierbij is uitgegaan van de belangrijkste vragen per klantgroep, zoals deze voortkomen uit life events. De vragenlijsten zijn getest bij enkele werkgevers en burgers.

In verband met de verwachte non-respons (75 procent) zijn per klantgroep 4.000 vragenlijsten verstuurd naar respondenten. Respondenten die niet hebben gereageerd op de schriftelijke enquête zijn (steekproefsgewijs) telefonisch benaderd om zo de respons te vergroten. Uiteindelijk heeft dit een respons opgeleverd van 33% voor de uitkeringsgerechtigden en AOW'ers (variërend van 25% voor de WWB'ers tot 42% voor AOW'ers) en 39% voor de werkgevers. Omdat niet alle uitkeringsgerechtigden, AOW'ers en werkgevers die hebben gereespondeerd tot de doelgroep van het onderzoek behoorden (werkzoekenden en werkgevers die in 2009 contact hadden gehad met de uitvoering) waren uiteindelijk de antwoorden van 4166 uitkeringsgerechtigden en AOW'ers en 1430 werkgevers bruikbaar voor het onderzoek. De enquête heeft een betrouwbaar beeld opgeleverd voor elk van de onderscheiden klantgroepen.

Bij het selectieproces hebben vragen die vaak voorkomen in het onderzoek voorrang gekregen op vragen, die minder vaak voorkomen. De reden hiervoor is dat de vragen de basis vormen voor de enquête onder klanten. De enquêtevragen moeten voor zoveel mogelijk respondenten herkenbaar zijn. Een tweede selectiecriteria was dat de geselecteerde vragen samen voldoende divers zijn qua complexiteit. Die complexiteit kan tot uitdrukking komen in de vraag zelf (vragen die meer uitleg vergen) en aan de kant van het antwoord (sommige vragen kunnen alleen met doorvragen en toelichting worden opgelost). De veronderstelling is dat het beantwoorden van complexe vragen een grotere uitdaging vormt voor de uitvoering. Tegelijkertijd mogen de eenvoudige, waarschijnlijk meer routinematig te beantwoorden vragen niet in het onderzoek ontbreken, omdat ook deze goed moeten worden afgehandeld.

Casestudy's

Voor de zes klantgroepen zijn op basis van zogenaamde 'life events' vragen geformuleerd. Aan de hand van deskresearch bij de organisaties (waar de klanten uit de klantgroepen mee te maken krijgen) zijn de beschikbare kanalen nader bestudeerd. Dit heeft geleid tot een overzicht van de beschikbare kanalen (post, telefonie, internet, e-mail en balie) voor het beantwoorden van de belangrijkste vragen per klantgroep. Per kanaal is vervolgens nagegaan:

- of het kanaal beschikbaar is;
- welke informatie direct beschikbaar is voor de klant;
- welke stappen de klant moet zetten om aan een antwoord (of: meer informatie) te komen;
- welke stappen de uitvoering zet om betreffende vraag te beantwoorden; en
- welk antwoord de uitvoering geeft.

Op basis van de hieruit voortkomende bevindingen is beoordeeld of de informatie voldoet aan de criteria vindbaar, begrijpelijk en maatwerk. Vervolgens heeft de Inspectie een risicoanalyse uitgevoerd en op basis daarvan bepaald voor welke combinatie kanaal en uitvoeringsorganisaties een risico voor de vindbaarheid, begrijpelijkheid of maatwerk lijkt te bestaan. Door middel van diverse onderzoeksmethoden is vervolgens vastgesteld of dat veronderstelde risico zich ook daadwerkelijk voordoet. Methoden die daarbij zijn gebruikt zijn uitvraag van informatie via e-mail, dossieronderzoek, observatie, het meeluisteren met telefoongesprekken, telefonische of persoonlijke interviews met werkzoekenden, werkgevers of medewerkers van de uitvoering en het inzetten van mystery guests. Steeds is de onderzoeksmethode gekozen waarmee het best kon worden vastgesteld of het veronderstelde risico zich ook voordoet. Van de bevindingen zijn caseverslagen gemaakt. In totaal zijn 11

casestudy's uitgevoerd, waarvan 6 bij gemeentelijke sociale diensten. De selectie voor de casestudy's bij gemeenten heeft plaatsgevonden op basis van de criteria gemeente grootte, samenwerking in een intergemeentelijke sociale dienst en landelijke spreiding. Verder zijn casestudy's uitgevoerd voor de klantgroepen WW, Wia/WGA, Wajong, AOW en werkgevers⁷. Bij 10 cases heeft nader onderzoek plaatsgevonden.

⁷ Onder de zes in het onderzoek betrokken gemeente bevindt zich één grote gemeente (meer dan 100.000 inwoners) uit het oosten van het land, een grote gemeente uit het midden van het land, twee kleine gemeenten (minder dan 20.000 inwoners) uit het noordwesten van het land (voor de ene gemeente voert een grotere gemeente de WWB uit, de andere gemeente maakt met nog drie andere kleine gemeenten deel uit van een intergemeentelijke sociale dienst), één grote gemeente uit het zuidwesten van het land (die uitmaakt van een intergemeentelijke sociale dienst) en ten slotte één middelgrote gemeente (tussen de 20.000 en 100.000 inwoners), eveneens uit het zuidwesten van het land.

3 Beschikbare kanalen per uitvoeringsorganisatie

Dit hoofdstuk geeft een beeld van de beschikbaarheid van de beoordeelde kanalen bij UWV, gemeenten en de SVB.

3.1 Een overzicht van de beschikbare kanalen bij UWV

De meeste klantcontacten die UWV heeft, worden uitgevoerd door UWV WERKbedrijf en vinden plaats op de Werkpleinen. Het beleid van UWV is er op gericht zo klantgericht mogelijk te werken. UWV heeft een duidelijke voorkeur om zo veel mogelijk digitaal af te wikkelen. Het principe is "digitaal waar het kan en persoonlijk waar nodig". Uitgangspunten zijn:

- meer eigen sturing door klanten op het gebruik van diensten, dienstverleningsproces en kanaalgebruik;
- meer grip door de klant op zijn gegevensgebruik en -beheer;
- geen wachttijden, toegankelijk en altijd beschikbaar, snelle verwerking en beslissingen;
- daarnaast ook persoonlijke dienstverlening en maatwerk;
- privacy en vertrouwen in de digitale overheid;
- verbeteren usability en accessibility.⁸

UWV wil dat er op de werkpleinen sprake is van een combinatie van diensten en kanalen. De klant heeft zelf de regie en kan zelf kiezen tussen geautomatiseerde verwerking en persoonlijke dienstverlening. Alle diensten kunnen digitaal worden aangeboden en in een face-to-face contact worden aangeboden. UWV spreekt van een hybride werkplein.⁹ Daarbij blijft het uitgangspunt dat het aanbieden van diensten en het contact vanuit UWV met klanten bij voorkeur via internet verloopt. Ondanks deze voorkeur acht UWV het van het grootste belang dat de informatie, ongeacht de keuze van het kanaal, gelijkloidend is.¹⁰

Uit de analyse blijkt dat alle kanalen bij UWV beschikbaar zijn. De website en de telefoon zijn bedoeld voor ongeplande contacten en de balies voor geplande contacten. De functie van de balie is vooral doorverwijzen en afspraken maken. In principe moet de klant bellen voor een afspraak op een Werkplein. Bij de balie kunnen klanten terecht voor algemene informatie. UWV stelt vast wat de vraag is en welke dienstverlening passend is voor de klant. De klant kan ter plaatse gebruik maken van internet om informatie op te vragen of om zich digitaal in te schrijven.

Per 1 april 2010 voert het UWV WERKbedrijf ook de re-integratietaken uit (die eerst onder de divisie Sociaal Medische Zaken vielen). Dit betekent dat Wajongers en WIA/WGA'ers met een indicatie ook op de Werkpleinen terecht moeten kunnen met hun vragen.

Telefonische contacten verlopen via het KCC. De doelstelling van UWV is om 85 procent van de vragen via het KCC af te handelen. Klanten kunnen bellen via het KCC van UWV Telefoon of via het KCC Werkbedrijf.¹¹ Er zijn drie KCC's van UWV Telefoon en zes locaties van het KCC Werkbedrijf. Wanneer een klant UWV Telefoon belt (0900-nummer) wordt direct gevraagd het Burgerservicenummer in te toetsen (werkgevers toetsen het loonheffingsnummer in). De klant wordt vervolgens gelijk

⁸ UWV WERKbedrijf. WWerkt! Volwaardige dienstverlening via Internet. Dienstverleningsmodel. Amsterdam: UWV WERKbedrijf, 2010, p.5.

⁹ zie voorgaande voetnoot

¹⁰ UWV. Jaarplan 2010. Amsterdam: UWV, 2010, paragraaf 3.2.2.

¹¹ Interview met manager KCC.

doorgeleid naar de juiste adviseur (dit is een KCC-medewerker) bij één van de 3 KCC-vestigingen van UWV Telefoon. Elke adviseur begint in de belgroep WW, dit betekent dat hij/zij vragen mag beantwoorden van WW-kanten en mensen die nog geen klant zijn van UWV. Deze adviseurs werken op alle drie KCC-locaties (Groningen, Goes en Almere). Groningen en Goes zijn daarnaast gespecialiseerd in WIA/WGA en andere werknemersregelingen, in Almere zijn ze gespecialiseerd in vragen van werkgevers.

Het KCC kan algemene vragen direct beantwoorden. Specifieke vragen leidt het KCC via de mail door naar de backoffice WW. Het is de bedoeling dat de backoffice binnen 24 uur contact opneemt met de klant en de vraag afhandelt. De vraag en de afhandeling worden met vraag – en antwoordcategorieën geregistreerd.

Vragen die binnenkomen via één van de zes vestigingen van het KCC Werkbedrijf, worden volgens dezelfde uitgangspunten behandeld als de vragen die bij één van de drie KCC's van UWV Telefoon binnenkomen. De telefoongesprekken die bij het KCC Werkbedrijf binnenkomen worden alleen niet geregistreerd.

Het is de bedoeling van het UWV de twee telefonische ingangen in de loop van 2011 te integreren.¹²

UWV stuurt op steeds meer gebruik van e-dienstverlening. Aanvragen voor een uitkering kunnen digitaal worden gedaan via werk.nl of uwv.nl. De website van UWV biedt informatie voor de klant die werkloos is of dreigt te worden. Via het kopje 'werkloos' wordt doorverwezen naar relevante subvragen. Per processtap wordt aangegeven wat de klant moet doen. Bijna alle vragen van klanten kunnen op deze wijze worden beantwoord. Naast de standaard informatie zijn op de persoonlijke website via 'Mijn UWV' klantgegevens in te zien en te wijzigen. Om in te loggen is een DigiD nodig. Persoonlijke e-dienstverlening is op individuele basis mogelijk wanneer men beschikt over een e-mailadres.

UWV wil de website ontwikkelen als een communicatiekanaal waar niet alleen informatie te vinden is, maar ook de interactie met de klant tot stand gebracht kan worden.¹³ De telefoon is dan voor informatie, advies en het bieden van ondersteuning bij (online) transacties. De balie zal de ingang blijven voor afspraken met UWV medewerkers.

De post wordt nagenoeg alleen gebruikt voor de uitwisseling van formele documenten. Dit laatste is vooral relevant voor werkgevers. Zij hebben namelijk meer te maken met formele documenten, bijvoorbeeld in verband met ziek of beter meldingen, een zwangerschap doorgeven, ontslag of het aanvragen van loonkostensubsidie. Overigens is het zo dat voor nagenoeg alle vragen van werkgevers geldt dat de relevante formulieren met de post kunnen worden toegestuurd, maar ook online kunnen worden ingevuld.

3.2 Een overzicht van beschikbare communicatiekanalen bij de zes onderzochte gemeenten

Gemeenten bepalen zelf via welke kanalen zij hun dienstverlening aanbieden. Dit maakt dat er in theorie veel variëteit tussen sociale diensten van gemeenten kan bestaan. Uit de analyse van de zes in het onderzoek betrokken sociale diensten blijkt dat deze variëteit niet zo groot is.

¹² Interview met manager KCC.

¹³ Koersnota Dienstverlenings en Meerkanalenbeleid UWV.

De voormalige staatssecretaris van Binnenlandse Zaken Bijleveld heeft met de VNG afspraken gemaakt over maatregelen ter verbetering van de dienstverlening. De afspraken zijn opgenomen in de Checklist Dienstverlening. De Checklist Dienstverlening is een lijst van instrumenten die iedere gemeente voor eind 2010 moet invoeren, als een minimale basis voor een mensgerichte dienstverlening. Verschillende van de veertig instrumenten hebben betrekking op het terrein van werk of inkomen. Voorbeelden daarvan zijn: toegang geven tot gegevens via www.mijnoverheid.nl, aansluiting op DigiD of bijvoorbeeld de mogelijkheid om online bijzondere bijstand aan te vragen.¹⁴

Uit de analyse blijkt dat bij de sociale diensten uit het onderzoek alle kanalen beschikbaar zijn. De beschikbaarheid van de balie bij sociale diensten is afhankelijk van de inrichting van de organisatie en heeft vaak een doorverwijsfunctie. Gemeenten werken voor de dienstverlening in het kader van de WWB samen met het Werkplein en soms ook met andere gemeenten. Waar er sprake is van samenwerking tussen gemeenten, is de dienstverlening vaak ondergebracht op één van de gemeentelijke locaties. Klanten met vragen rond bijvoorbeeld re-integratie, het aanvragen van een uitkering of vragen over rechten en plichten worden doorverwezen naar het Werkplein. Inkomens gerelateerde vragen, zoals over het tijdstip waarop de uitkering wordt uitbetaald, worden meestal doorverwezen naar de gemeentelijke locatie waar de uitvoering van de WWB is ondergebracht. Bij de balie kunnen algemene vragen worden beantwoord, wordt voorlichting (folders) gegeven of kunnen afspraken worden gemaakt.

Bij telefonische vragen wordt, afhankelijk van de vraag, doorverwezen naar bijvoorbeeld de klantmanager van de sociale dienst of de trajectbegeleider van het Werkplein. De telefonische dienstverlening kan bij een gemeente ook via een callcenter verlopen. Hoe zo'n callcenter is ingericht is geheel afhankelijk van de gemeente.

De website van gemeenten is vaak vooral gericht op het geven van informatie. Via de website kunnen klanten veelal folders downloaden. Er wordt algemene informatie gegeven over betaaldaten, de hoogte van een uitkering, rechten en plichten en dergelijke. Inzage in gegevens of de mogelijkheid tot het aanbrengen van wijzigingen via bijvoorbeeld 'Mijn loket' bevinden zich nog in de ontwikkelingsfase. Het gebruik van e-mail is mogelijk de website, een algemeen e-mailadres van de gemeenten of een e-mailadres van een vast contactpersoon.

De post is veelal beschikbaar voor communicatie van formele aard.

3.3 Een overzicht van de beschikbare communicatiekanalen bij de SVB

De SVB heeft 9 vestigingen en elke vestiging heeft een serviceteam waar klanten terecht kunnen via de balie, telefoon, e-mail en met schriftelijke vragen. De website, www.svb.nl, valt onder het hoofdkantoor.

Uitgangspunt van de SVB is dat zoveel als mogelijk gebeurtenissen geautomatiseerd worden verwerkt.¹⁵ De SVB bevordert daarnaast zelfservice door de klant. Voorbeelden daarvan zijn: aanvragen AOW, raadplegen algemene informatie en persoonlijke gegevens. Een serviceteam behandelt alles wat niet automatisch of via zelfservice kan plaatsvinden of wat te complex is (bijvoorbeeld inkomenswijziging). Klanten hebben de vrijheid om zelf te bepalen hoe ze met de SVB willen communiceren,

¹⁴ http://www.5beloften.nl/Checklist_Dienstverlening.

¹⁵ Dienstverlening SVB in kort bestek, mailbericht van 11 augustus 2010.

maar de SVB stuurt wel op dienstverlening via internet.¹⁶ De SVB streeft ook naar uitbreiding van de dienstverlening via internet.¹⁷

Uit de analyse blijkt dat alle kanalen voor alle vragen openstaan. De klant kan voor al zijn vragen bij de balie terecht. Bij de balie kunnen aanvraagformulieren worden opgevraagd. Vragen over de uitbetaling, de hoogte van het pensioen of wijzigingen die relevant zijn voor het pensioen kunnen direct worden beantwoord.

Telefonische vragen over bijvoorbeeld een aanvraag, betaaldatum of wijzigingen in de leefsituatie kunnen direct worden beantwoord. Wanneer een vraag over actuele pensioengegevens wordt gesteld via de telefoon, dan moet er sprake zijn van positieve identificatie. De servicemedewerker moet een aantal gegevens van de vragensteller invullen voordat de vraag kan worden beantwoord. Telefonische wijzigingen worden altijd schriftelijk bevestigd.

Via 'Mijn SVB' kan met behulp van DigiD elektronisch een aanvraag worden ingediend en kunnen wijzigingen worden doorgegeven. Via de website kan met behulp van een loopbaanwizard een indicatie worden gekregen van de hoogte van het pensioen. Contact via e-mail is ook mogelijk, maar niet via Mijn SVB. Dat kan wel via een e-mailformulier op de website of als je over een e-mailadres van een SVB medewerker beschikt.

Alle vragen kunnen schriftelijk aan de SVB worden voorgelegd. Klanten worden er wel op geattendeerd dat ze de aanvraag digitaal kunnen doen via 'Mijn SVB'. Wanneer een klant dat niet wil, kan hij/zij verzoeken om een aanvraagformulier. Hetzelfde geldt voor wijzigingen die relevant zijn voor het pensioen zoals een verhuizing of het overlijden van een partner.

3.4 Samenvattende bevindingen

Zowel bij UWV, de SVB als de onderzochte sociale diensten zijn alle kanalen voor de klanten beschikbaar. Er zijn wel verschillen zichtbaar in de manier waarop sommige kanalen door de instanties gebruikt worden. Zo wordt bij de ene instantie de balie voornamelijk als voorlichtings- of doorverwijsinstrument gebruikt terwijl bij een andere instantie iedere klantvraag aan de balie beantwoord wordt. De uitvoeringsinstanties sturen aan op het gebruik van digitale kanalen. UWV en SVB zijn in deze ontwikkeling verder dan de meeste gemeenten.

¹⁶ Dienstverlening SVB in kort bestek, mailbericht van 11 augustus 2010.

¹⁷ M. Teerling en W. Pieterse. Kanaalgebruik. Klanten gebruiken kanalen. Enschede: Telematica Instituut, 2008, p. 9.

4 De voorkeurskanalen en gebruikte kanalen en de motieven

In dit hoofdstuk wordt aangegeven wat de voorkeurskanalen van de werkzoekende klanten zijn, welke kanalen ze uiteindelijk kiezen en welke factoren de keuzes beïnvloeden. In hoofdstuk 6 komen deze onderwerpen voor de onderzochte werkgevers aan de orde.

De onderzoeksinformatie uit de enquête vormt de basis van dit hoofdstuk.

4.1 Voorkeurskanalen en de uiteindelijk gekozen kanalen

4.1.1 *De voorkeurskanalen en uiteindelijk gekozen kanalen per vraagcategorie*

Vragen die betrekking hebben op het doorgeven van veranderingen

Voorkeur

In de enquête zijn vragen gesteld over het doorgeven van inkomsten en veranderingen in de woonsituatie en in de gezondheidssituatie. Uit de resultaten blijkt dat er niet één duidelijk kanaal uitspringt als voorkeurskanaal voor het doorgeven van veranderingen. WWB'ers noemen het meest de balie, maar ook de post en de telefoon worden door veel WWB'ers als voorkeurskanaal genoemd. Bij WW'ers wordt naast deze drie kanalen ook e-mail vaak genoemd. Zowel WIA/WGA'ers, Wajongers als AOW'ers noemen de post en telefoon vaak als voorkeurskanaal, en in iets mindere mate e-mail.

Keuze

Wordt gekeken naar het uiteindelijk gekozen kanaal, dan heeft meer dan de helft van de respondenten uit alle klantgroepen gebruik gemaakt van de telefoon. Ook de post wordt regelmatig gebruikt. WWB'ers gebruiken daarnaast in een kwart van de gevallen de balie. Vooral e-mail en de website worden veel minder vaak gebruikt dan wat op basis van de uitgesproken voorkeur verwacht mocht worden.

Vragen die betrekking hebben op het opvragen van standaard informatie

Voorkeur

In het onderzoek behoort één vraag tot deze categorie, namelijk '*Wanneer wordt mijn uitkering uitbetaald?*' Alle klantgroepen geven voor deze vraag de voorkeur aan de telefoon.

Keuze

De telefoon is dan ook verreweg het meest gebruikte kanaal. WW'ers en WIA/WGA'ers gebruiken praktisch allemaal de telefoon als zij standaardinformatie willen opvragen. Een derde van de WWB'ers heeft de balie gebruikt, terwijl vooral door AOW'ers ook de post nog regelmatig is gebruikt. Vooral voor WW'ers en WIA/WGA'ers geldt dat personen die een voorkeur voor e-mail hadden uiteindelijk voor de telefoon kiezen.

Vragen die betrekking hebben op klantspecifieke informatie

Voorkeur

Klantspecifieke vragen worden bij alle klantgroepen bij voorkeur telefonisch gesteld. Er is alleen een uitzondering voor vragen over re-integratie, die door de WWB'ers en WW'ers bij voorkeur bij de balie worden gesteld.

Keuze

Voor klantspecifieke vragen gebruiken alle klantgroepen vooral de telefoon. Dit telefoongebruik gaat veelal ten koste van de voorkeur voor de balie, hoewel de balie door WWB'ers nog wel vaak gebruikt wordt. Vragen over re-integratie worden daarnaast bij UWV naar verhouding veel gesteld via e-mail.

Vragen die betrekking hebben op het aanvragen van een (aanvullende) uitkering

Voorkeur

Voor vragen over het aanvragen van een uitkering hebben WWB'ers, WW'ers, WIA/WGA'ers en Wajongers een voorkeur voor de balie. AOW'ers hebben een voorkeur voor de telefoon. Voor vragen over een aanvullende uitkering melden WWB'ers zich bij voorkeur bij de balie, terwijl WW'ers geen duidelijke voorkeur hebben: de website en de balie worden ongeveer even vaak genoemd, terwijl ook de telefoon en e-mail nog door aanzienlijke groepen WW'ers als voorkeurskanaal worden genoemd.

Keuze

Voor vragen over het aanvragen van een uitkering gebruiken alle klantgroepen vaker dan op basis van hun voorkeur zo mogen worden verwacht, de telefoon. WWB'ers gaan het vaakst naar de balie. Ook veel WW'ers en in iets mindere mate WIA/WGA'ers vervoegen zich bij de balie voor vragen over het aanvragen van een uitkering, maar zij pakken even vaak (WW'ers) of vaker (WIA/WGA'ers) de telefoon. AOW'ers kiezen overwegend voor de telefoon. Opnieuw worden de digitale kanalen minder gebruikt dan op basis van de voorkeur zou mogen worden verwacht. Voor vragen over een aanvullende uitkering gebruikt tweederde van de WWB'ers wel de telefoon.

Vragen die betrekking hebben op het maken van bezwaar

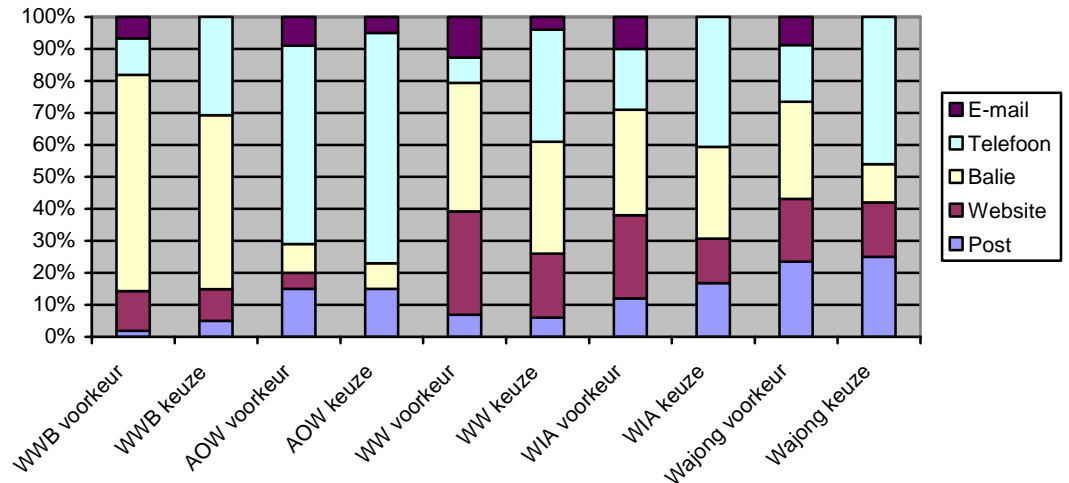
Voorkeur

Als AOW'ers bezwaar willen maken tegen een beslissing van de SVB, hebben ze een duidelijke voorkeur voor de post. De website heeft nauwelijks de voorkeur.

Keuze

De helft van de AOW'ers gebruikt bij daadwerkelijk contact in het kader van bezwaar de post. Dat daarnaast 40% voor de telefoon heeft gekozen is veel meer dan op basis van de voorkeuren mocht worden verwacht. Respondenten hebben bij het beantwoorden van de vraag over hun voorkeur waarschijnlijk zowel het contact over bezwaar als het daadwerkelijk indienen van bezwaar als één beschouwd. Dat kan de reden zijn waarom de post zo'n hoge voorkeur heeft gekregen.

Onderstaand overzicht laat het voorkeursgebruik en het daadwerkelijke gebruik van de kanalen zien voor de verschillende uitkeringsgroepen.



Het overzicht laat zien dat er bij de uitkeringsgroepen een grote voorkeur is voor de telefoon en balie. Ook bij daadwerkelijk gebruik kiezen de uitkeringsgroepen vooral voor de telefoon en balie. WWB'ers richten zich vooral op de balie. AOW'ers op de telefoon. De uitkeringsgroepen die gebonden zijn aan het UWV (WW, WIA/WGA en Wajong) maken naar verhouding nog het meest gebruik (qua voorkeur en daadwerkelijk) van de digitale kanalen. Maar ook bij het UWV spelen telefoon en balie een belangrijke rol.

Het overzicht laat verder zien dat alle uitkeringsgroepen in de praktijk de telefoon meer gebruiken en dat dit, ten opzichte van hun voorkeur, ten koste gaat van de digitale kanalen.

Samenvattend

De telefoon wordt het vaakst als voorkeurskanaal genoemd, vooral als het gaat om relatief eenvoudige vragen. Voor het doorgeven van informatie is er geen duidelijk voorkeurskanaal. WWB'ers lijken over het algemeen vaker een voorkeur voor de balie te hebben, vooral als het over meer ingewikkelde zaken gaat. WW'ers noemen relatief vaak e-mail of de website als voorkeurskanaal. De post alleen voor het doorgeven van informatie en voor vragen die met bezwaar en beroep te maken hebben.

In de praktijk wordt de telefoon veel vaker gebruikt dan op basis van de uitgesproken voorkeuren zou mogen worden verwacht. Dit gaat vooral ten koste van de digitale kanalen en, in iets mindere mate, de balie.

4.1.2

Beïnvloedende factoren voor voorkeurskanalen en uiteindelijk gekozen kanalen

Zoals in hoofdstuk 2 is aangegeven, zijn er vier factoren die een rol kunnen spelen bij de voorkeur van de klant voor een kanaal en bij de uiteindelijke keuze voor dat kanaal: kanaalkarakteristieken, taakeigenschappen, persoonskenmerken en situatonele factoren. Deze factoren zijn in het onderzoek als volgt geoperationaliseerd.

1. Kanaalkarakteristieken: de klant is gevraagd aan te geven waarom voor het kanaal is gekozen, waarbij onder meer gemak, snelheid, gewoonte, eerdere ervaringen, kosten, behoefte aan persoonlijk contact, en advies van een ander redenen waren die ze konden aangeven.
2. Taakeigenschappen: de klanten is gevraagd aan te geven in hoeverre hun vraag of probleem ingewikkeld was, om actie van de uitvoering vroeg, algemeen van aard of juist specifiek was, concreet was, dringend was, vaak voorkwam en belangrijk was. Daarnaast wordt het onderwerp van de vraag of het probleem ook als een taakfactor beschouwd.
3. Persoonskenmerken. Behalve persoonskenmerken als geslacht, etniciteit, opleiding, samenstelling van het huishouden is aan de hand van een aantal door de klant te beantwoorden vragen ook een schatting gemaakt van zijn zelfredzaamheid.¹⁸ en wordt ook de uitkering die de klant ontvangt als een persoonskenmerk gezien.
4. Situationele factoren die in dit onderzoek zijn betrokken zijn de communicatiemiddelen waarover de klant beschikt (PC met internet, vaste telefoonaansluiting, mobiele telefoon), de mate waarin de klant mobiel is, de frequentie waarin de klant contact heeft met de uitvoering en of de klant een vast contactpersoon bij de uitvoeringsinstelling heeft.

Per kanaal wordt nu aangegeven welke factoren medebepalen dat het kanaal als voorkeurskanaal wordt genoemd en wanneer dit kanaal uiteindelijk nu wel of niet wordt gekozen, gegeven de voorkeur die de klant voor dit kanaal heeft.

Telefoon

Voorkeur

Klanten hebben een voorkeur voor de telefoon wanneer ze standaard informatie willen opvragen. Als ze vragen hebben over het aanvragen van een uitkering, het maken van bezwaar of als ze informatie willen doorgeven, hebben ze vaker geen voorkeur voor de telefoon.

Personen met een AOW-uitkering, laag opgeleiden en personen die beschikken over een vaste telefoonaansluiting hebben vaker een voorkeur voor de telefoon. WWB'ers en WW'ers hebben minder vaak een voorkeur voor de telefoon.

Keuze

Klanten die een voorkeur hebben voor de telefoon en die uiteindelijk ook de telefoon hebben gekozen, hadden vaker een vraag die betrekking had op standaardinformatie of over het aanvragen van een aanvullende uitkering.

Minder vaak hadden zij een WWB- of WW-uitkering en een vast contactpersoon hadden ze ook minder vaak.

Klanten die voor de telefoon kozen, maakte die keuze vaker omdat voor hen snelheid en persoonlijk contact belangrijk was. Minder vaak noemden zij het feit dat de vraag belangrijk was, het kanaal goedkoop en ze wisten dat ze goed geholpen zouden worden met dit kanaal.

Balie

Voorkeur

Bij vragen over re-integratie en over het aanvragen van een uitkering had de klant vaker een voorkeur voor de balie. Bij vragen die betrekking hadden op standaardinformatie of bij het doorgeven van informatie minder vaak.

¹⁸ Zelfredzaamheid wordt bepaald aan de hand van een factoranalyse van vier vragen.

Personen met een WWB- of WW-uitkering, lager opgeleiden en klanten die regelmatig contact hebben met de uitvoering of die een vast contactpersoon hebben, hebben vaker een voorkeur voor de balie. Klanten die over een PC met internet beschikken of over een vaste telefoonaansluiting minder vaak.

Keuze

Klanten die een voorkeur hebben voor de balie en uiteindelijk ook de balie hebben gekozen, hadden vaker een vraag over het aanvragen van een uitkering, en wilden minder vaak wijzigingen doorgeven.

Zij hadden vaker een WWB- of WW-uitkering, waren vaker zelfredzaam en hadden vaker een lagere opleiding.

Klanten kozen vaker de balie bij een niet-concrete vraag, omdat ze behoefte hadden aan persoonlijk contact of omdat het een goedkoop kanaal is. Minder vaak werd de balie gekozen omdat de klant snel geholpen wilde worden.

Post

Voorkeur

Klanten hebben vaker een voorkeur voor de post wanneer ze wijzigingen willen doorgeven of vragen hebben die met het maken van bezwaar te maken hebben. Minder vaak hebben ze een voorkeur voor de post bij vragen die betrekking hebben op standaardinformatie of die over re-integratie gaan.

Allochtonen hebben vaker een voorkeur voor de post. Personen met een WWB- of WW-uitkering, een lagere opleiding of met een PC met internet of een mobiele telefoon hebben minder vaak een voorkeur voor de post.

Keuze

Klanten die een voorkeur hebben voor de post en uiteindelijk ook de post hebben gekozen, willen vaker wijzigingen doorgeven en hebben minder vaak vragen die betrekking hebben op standaardinformatie of die over re-integratie gaan.

WW'ers kiezen minder vaak de post.

De post wordt vaker gekozen omdat de klant er goede ervaringen mee heeft, omdat anderen dat hebben aangeraden of omdat de post volgens de klant het enige mogelijke kanaal zou zijn. Minder vaak kiest de klant voor de post als kanaal als hij behoefte heeft aan snelheid of persoonlijk contact.

E-mail

Voorkeur

Klanten met een PC met internet en een opleiding minimaal op HBO-niveau hebben vaker een voorkeur voor e-mail. Taakeigenschappen spelen geen belangrijke rol bij het bepalen van een voorkeur voor e-mail.

Keuze

Gegeven de voorkeur voor e-mail als kanaal, wordt bij vragen over het aanvragen van een uitkering e-mail minder vaak gekozen.

Allochtonen kiezen minder vaak voor e-mail, klanten met een vast contactpersoon juist vaker.

E-mail wordt vaker gekozen omdat het goedkoop is en minder vaak omdat het de enige mogelijkheid zou zijn.

Website

Voorkeur

Klanten hebben vaker een voorkeur voor de website als zij vragen hebben over het aanvragen van een uitkering of als ze wijzigingen willen doorgeven. Minder vaak hebben zij een voorkeur voor de website bij vragen over re-integratie. Klanten die beschikken over een PC met internet hebben vaker een voorkeur voor de website, personen met AOW of met een WWB-uitkering juist minder vaak.

Keuze

Gegeven de voorkeur voor de website als kanaal, wordt de website vaker gebruikt bij vragen over het aanvragen van een uitkering. De website wordt vaker gekozen bij concrete vragen en omdat de klant het een goedkoop kanaal vindt. Minder vaak wordt gekozen voor de website als de klant behoefte heeft aan persoonlijk contact.

Samenvattend

Uit het bovenstaande blijkt dat de telefoon vooral gekozen wordt voor relatief eenvoudige, niet al te belangrijke vragen, waarop de klant snel door middel van een persoonlijk contact een antwoord wil. De balie wordt daarentegen vaak gekozen bij meer ingewikkelde vragen waar de klant persoonlijk contact over wil. Vooral lager opgeleiden, WW'ers en WWB'ers hebben een voorkeur voor de balie en gebruiken die ook. Van de post wordt vooral gebruik gemaakt voor het doorgeven van wijzigingen of voor zaken die met bezwaar en beroep te maken hebben. E-mail heeft voornamelijk de voorkeur van hoger opgeleiden en personen met een vast contactpersoon. Dit laatste geeft aan dat e-mail eigenlijk alleen kan worden gebruikt bij een vast contactpersoon over wiens e-mail adres de klant beschikt. Dit zou een mogelijke verklaring kunnen zijn voor het grote verschil tussen de voorkeur voor en het gebruik van e-mail. De website wordt vooral gekozen bij concrete vragen waarover geen persoonlijk contact nodig is en omdat de klant het een goedkoop kanaal vindt.

4.1.3 Beïnvloedende factoren voor voorkeurskanalen en uiteindelijk gekozen

De voorkeur van alle werkzoekende klanten bij het stellen van vragen en of het opvragen van informatie gaat voornamelijk uit naar de telefoon en de balie. Er is ook een groep die een voorkeur heeft voor de digitale kanalen (vooral klanten van het UWV), maar die is kleiner dan de groepen die een voorkeur hebben voor de telefoon of balie. Deze laatste twee kanalen zijn, zo blijkt uit de enquête, ook de meest daadwerkelijk gebruikte kanalen.

Bij daadwerkelijk gebruik is er wel een opmerkelijke verschuiving waarneembaar bij alle uitkeringsgroepen naar het kanaal telefoon. De keuze voor de telefoon gaat vooral ten koste van de digitale kanalen.

Zowel de voorkeur voor een kanaal als de uiteindelijke keuze worden door verschillende factoren bepaald. Daarbij is een onderscheid gemaakt tussen de perceptie door klanten van karakteristieken van het kanaal of van de taak, persoonskenmerken en situationele factoren.

Uit de resultaten blijkt dat al deze factoren in meer of mindere mate een rol spelen.

Kanaalperceptie betekent dat klanten bepaalde eigenschappen toekennen: persoonlijk, snel, goedkoop of juist niet. Bij een behoefte aan persoonlijk contact wordt vooral voor de balie of de telefoon gekozen. Wil de klant een snel antwoord, dan zal hij vooral voor de telefoon kiezen. De balie en de digitale kanalen worden vooral als goedkope kanalen gezien.

Verschillende taakfactoren spelen ook een rol. Voor belangrijke vragen (bijvoorbeeld over het aanvragen van een uitkering) of ingewikkelde vragen (bijvoorbeeld over re-integratie) hebben klanten een voorkeur voor de balie. Wat minder ingewikkelde en belangrijke vragen worden vaak per telefoon gesteld. De website wordt vooral gebruikt bij concrete vragen. Als er sprake is van het doorgeven van informatie, dan kiezen klanten ook vaker voor minder interactieve kanalen zoals de post. Voor meer formele zaken (bijvoorbeeld bij bezwaar en beroep) wordt ook gekozen voor de post.

Van de persoonlijke factoren spelen vooral het opleidingsniveau en de uitkering een rol. Lager opgeleiden hebben vaker een voorkeur voor telefoon en balie en kiezen ook vaker de balie, hoger opgeleiden hebben vaker een voorkeur voor de digitale kanalen, en gebruiken die ook vaker, hoewel wel minder vaak dan op basis van hun voorkeur zou mogen worden verwacht. Allochtonen gebruiken vaker de post. WWB'ers en WW'ers hebben vaker een voorkeur voor de balie en gebruiken die ook vaker. AOW'ers gebruiken vooral de telefoon. De voorkeur wordt ook mede bepaald door het aanbod. WWB'ers en WW'ers zullen een groot deel van hun dienstverlening op het werkplein krijgen, waar ook een balie-functie aanwezig is. AOW'ers gaan veel minder vaak naar een balie, ook omdat er maar een beperkt aantal SVB-kantoren is. Het is dus niet vreemd dat AOW'ers vooral de telefoon gebruiken, evenals WIA/WGA'ers en Wajongers, die ook veel minder vaak een balie zullen bezoeken.

De situationele factoren die een rol spelen zijn vaak logisch: personen met een PC met internet gebruiken vaker de digitale kanalen en minder vaak de post en personen met een vaste telefoonaansluiting gebruiken vaker de telefoon. Andere resultaten zijn meer opvallend: e-mail en balie wordt vooral gebruikt door personen met een vast contactpersoon.

5 Krijgt de klant een passend antwoord op de vraag

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de 'passendheid' van het antwoord op de vraag centraal. Specifieker: is het antwoord dat de klant zocht via het gebruikte kanaal vindbaar, begrijpelijk en wordt ingegaan op de klantsituatie (maatwerk)? Het uitgangspunt van dit onderzoek is dat er geen verschillen qua passendheid mogen bestaan tussen de onderzochte kanalen.

De Inspectie heeft op twee manieren de passendheid vastgesteld.

In de eerste plaats is de passendheid vastgesteld aan de hand van de antwoorden uit de klantenquête.

Om vervolgens te kunnen vaststellen of het gekozen kanaal invloed heeft op de mate van passendheid van de reactie van de uitvoering, is per aspect van passendheid een regressieanalyse uitgevoerd. In deze analyse is, naast het gekozen kanaal, rekening gehouden met andere factoren die van invloed kunnen zijn op de mate van passendheid: de klantgroep, het onderwerp waar het contact betrekking op had en verschillende persoonskenmerken en situationele factoren (het al dan niet hebben van een vast contactpersoon, zelfredzaamheid, opleiding, burgerlijke staat en etniciteit). Wanneer uit deze analyse blijkt dat, ondanks dat rekening is gehouden met de zojuist genoemde factoren, er toch een significant verband is tussen het gekozen kanaal en de mate van passendheid, dan is er geen sprake van een gelijke mate van passendheid per kanaal.

In de tweede plaats heeft de Inspectie zelf, op basis van de in de case studies verzamelde informatie, per kanaal en per doelgroep, vastgesteld of er gronden waren een aandachtspunt of mogelijk risico voor vindbaarheid, begrijpelijkheid en maatwerk te veronderstellen. Vervolgens is voor een aantal van deze punten door middel van nader onderzoek vastgesteld of ze zich in de praktijk ook voordoen.

Op basis van de informatie die via deze twee methoden is verkregen, kan een compleet beeld worden verkregen van de mate waarin sprake is van verschillen in de mate van passendheid van de reactie per kanaal voor de verschillende onderzochte uitvoeringsorganisaties en sociale diensten.

5.2 Vindbaarheid

5.2.1 Aandachtspunten

De analyse die IWI heeft uitgevoerd heeft voor vindbaarheid twee belangrijke aandachtspunten opgeleverd, waarvan er één voornamelijk geldt voor WWB'ers. Het eerste punt heeft betrekking op personen die voor het eerst een WWB-uitkering aanvragen en die in een gemeente wonen, die de uitvoering van de WWB heeft ondergebracht bij ofwel een intergemeentelijke sociale dienst (ISD), ofwel de sociale dienst van een andere gemeente. In dergelijke gevallen zou het voor iemand die nog geen ervaring heeft met de sociale dienst een probleem kunnen te zijn om te weten waar hij of zij met zijn vraag terecht kan. Zijn eerste impuls zal waarschijnlijk zijn zich tot zijn gemeente te richten, en dan is het de vraag hoe goed deze persoon vervolgens wordt doorverwezen. Dit probleem wordt nog ingewikkelder doordat een deel van de uitvoering van de WWB ondergebracht is op het Werkplein, maar vaak geldt dit niet voor alle aspecten van deze uitvoering. Dit probleem kan zowel optreden voor het kanaal balie als voor de kanalen telefoon als de website.

Het tweede punt heeft betrekking op het kanaal website. In tegenstelling tot de kanalen telefoon en balie dient de klant zelf zijn weg te vinden op de website. Vooral voor personen die minder ervaring hebben met computers kan dit moeilijk zijn. Daarom is het belangrijk dat informatie over belangrijke zaken zoals het aanvragen van een uitkering op zodanige wijze is georganiseerd, dat deze informatie makkelijk vindbaar is, ook voor mensen die minder ervaring hebben met computers. Een derde punt van aandacht heeft betrekking op de groep Wajong'ers. Het uitgangspunt van UWV is dat jonggehandicapten 'zelf' de weg naar de Wajong-uitkering moeten vinden en dat is voor de meeste (aankomende) Wajongers ook geen probleem. Voor één specifieke groep is dat niet het geval, namelijk mensen bij wie de arbeidshandicap zich pas tussen hun 17^e en 30^e verjaardag openbaart en in de periode daaraan voorafgaand minimaal zes maanden aaneengesloten studeerden. Zij moeten binnen acht maanden een aanvraag indienen, maar het is onzeker of deze groep ook geïnformeerd wordt over de Wajong-regeling (en door wie). Dit geldt ook voor jongeren die wel voor hun 18^e een (lichte) beperking hebben, maar naar een reguliere school gaan. UWV heeft geen beleid om deze groepen systematisch op te sporen en te informeren. Uit een recent onderzoek van het SCP blijkt dat de jongeren zelf niet bekend zijn met de regelingen en voorwaarden. Daarbij vormt de noodzakelijke confrontatie met het eigen onvermogen ook een belemmering om contact op te nemen met een hulpverlenende instantie.¹⁹

5.2.2 Klantenquête

Algemeen

Uit de analyse van de gegevens uit de klantenquête blijkt dat personen die e-mail hebben gebruikt om hun vraag te stellen of informatie door te geven, positiever zijn over de vindbaarheid. De vier andere kanalen verschillen qua vindbaarheid niet van elkaar. De verklaring van de relatieve hoge score op vindbaarheid van e-mail kan liggen in het feit dat, om contact te kunnen zoeken met e-mail, de klant moet beschikken over een e-mail adres. Heeft de klant dat, dan is vindbaarheid dus geen probleem meer.

Uit de analyse blijkt ook dat AOW'ers het meest positief zijn over de vindbaarheid van de informatie. WIA'ers zijn het meest negatief. De andere drie groepen (WWB'ers, WW'ers en Wajong'ers) verschillen niet significant van elkaar. De resultaten tonen ook duidelijk dat voor personen die een vast contactpersoon hebben, vindbaarheid veel minder een probleem is. Ook zelfredzame personen en, en dat is opvallender, personen met een lage opleiding, zijn positiever over de vindbaarheid.

Tenslotte is vindbaarheid minder een probleem bij het aanvragen van een uitkering en het doorgeven van wijzigingen. Als het om klachten of het maken van bezwaar gaat, is men negatiever over de vindbaarheid.

Er zijn nadere analyses uitgevoerd om meer zicht te krijgen op de twee aandachtspunten.

Aandachtspunt: vindbaarheid voor nieuwe WWB klanten bij ISD's

Met betrekking tot het eerste aandachtspunt is gekeken of WWB'ers uit gemeenten die onderdeel uitmaken van een intergemeentelijke sociale dienst negatiever waren over de vindbaarheid dan WWB'ers uit gemeenten die zelf de WWB uitvoeren, wanneer zij vragen over het aanvragen van een uitkering hadden. In totaal zijn er drie gemeenten in het onderzoek betrokken die de WWB zelfstandig uitvoerden, en drie gemeenten waarvan de sociale dienst deel uitmaakt van een groter samenwerkings-

¹⁹ Gerda Jehoel-Gijsbers. Beperkt aan het werk – Rapportage ziekteverzuim, arbeidsongeschiktheid en arbeidsparticipatie. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 2010.

verband. Uit de nadere analyse blijkt dat WWB'ers uit gemeenten die zelf de WWB uitvoeren positiever zijn over de vindbaarheid dan WWB'ers uit gemeenten waar een intergemeentelijke sociale dienst de WWB uitvoert. De verschillen zijn echter niet heel groot, met uitzondering voor de vraag of de respondent van tevoren wist waar ze met hun vraag over het aanvragen van de uitkering terecht konden. Waar bijna alle WWB'ers in gemeenten die zelf de WWB uitvoeren aangaven te weten waar ze terecht konden met hun vraag, wist in de gemeenten die tot een ISD behoren driekwart dit.

Aandachtspunt: vindbaarheid informatie via de website

Voor wat betreft het tweede aandachtspunt is gekeken of:

1. personen die informatie over het aanvragen van een uitkering via de website hebben verkregen negatiever zijn over de vindbaarheid dan personen die een ander kanaal hebben gebruikt; en
2. personen die minder zelfredzaam zijn of een lagere opleiding hebben (omdat vooral onder deze groepen mensen die minder bedreven zijn met de computer zullen voorkomen) negatiever zijn qua vindbaarheid over het kanaal website.

Dat dit eerste zich niet voordoet werd al duidelijk uit de uitgevoerde regressieanalyse. Immers, daaruit bleek dat het kanaal website qua vindbaarheid niet slechter werd beoordeeld dan drie van de vier andere kanalen (alleen e-mail week in positieve zin af). Ook voor de tweede hypothese is in de klantenquête geen bewijs gevonden.

Aandachtspunt: aanvraag Wajong voor personen tussen 18 en 30 jaar

Met betrekking tot het derde aandachtspunt is gekeken of Wajong'ers die na hun 18^e een Wajong-uitkering hebben ontvangen negatiever waren over de vindbaarheid dan Wajong'ers die voor hun 18^e geïndiceerd zijn, wanneer zij vragen over het aanvragen van een uitkering hadden. Dit is gedaan door deze twee groepen Wajongers te vergelijken voor hun antwoorden op de vragen 'Wist u van tevoren waar u terecht kon met uw vraag/probleem?' en 'Vindt u dat het lang duurde om de juiste persoon of plaats te vinden waar u uw vraag kon stellen (of probleem kon voorleggen)?' en voor hun totaalscore op vindbaarheid. Uit de analyse blijkt dat in alle drie de gevallen personen die na hun 18^e Wajong hebben gekregen negatiever zijn over de vindbaarheid dan personen die voor hun 18^e Wajong hebben gekregen. Met uitzondering van het resultaat voor de tweede vraag zijn de verschillen echter niet zo groot dat van significante verschillen kan worden gesproken.

5.2.3 Resultaten nader onderzoek

Als onderdeel van vier van de uitgevoerde case studies is een nader onderzoek uitgevoerd naar het aspect vindbaarheid, op basis van de bovengenoemde veronderstelde risico's.

Nader onderzoek: aanvraag WWB bij ISD-gemeenten

De nadere onderzoeken zijn uitgevoerd bij twee gemeenten die onderdeel uitmaken van een intergemeentelijke sociale dienst. Voor de ene gemeente is onderzocht in hoeverre er inderdaad sprake is van problemen met betrekking van de vindbaarheid van de informatie in het geval een inwoner een vraag heeft over het aanvragen van een uitkering via de balie, voor de andere gemeente wanneer deze vraag telefonisch of per e-mail wordt gesteld. In beide gevallen is er een onderzoek uitgevoerd door gebruik te maken van een zogenaamde mystery guests, medewerkers van IWI die zich voor deden als een inwoner van de gemeente met een vraag over het aanvragen van een bijstandsuitkering.

In de ene gemeente meldden de IWI-medewerkers zich bij de balie van het gemeentehuis, en werden ze vervolgens eerst doorverwezen naar de balie van de intergemeentelijke sociale dienst (die in een andere gemeente was gevestigd) en daar aangekomen naar de balie van het Werkplein (wat in weer een andere gemeente was). Dit doorverwijzen gebeurde zonder dat door middel van specifieke vragen werd geprobeerd de klant zo gericht mogelijk door te verwijzen. Ook werden er geen folders en dergelijke verstrekt. Dit voorbeeld illustreert dat het niet alleen voor de klant moeilijk uit te vinden is waar hij of zij precies moet zijn met een vraag over het aanvragen van de uitkering, maar dat ook de doorverwijzing door medewerkers van de gemeente en de intergemeentelijke sociale dienst niet optimaal is. In het hierop volgende gesprek met een vertegenwoordiger van de gemeente werd ook erkent dat op dit punt verbetering nodig is.

In de andere gemeente stelde een IWI-medewerker per telefoon een vraag over het aanvragen van een uitkering, en werd ook een mail gestuurd naar het algemene mail-adres van de gemeente. In deze beide gevallen was de doorverwijzing wel adequaat.

Nader onderzoek: vindbaarheid van informatie WWB op gemeentelijke websites

In het vierde nadere onderzoek ten slotte is bij een tot een intergemeentelijke sociale dienst behorende gemeente onderzocht in hoeverre op de website van de gemeente en van de intergemeentelijke sociale dienst de informatie over zaken als het aanvragen van een bijstandsuitkering en andere informatie over de bijstand te vinden zijn. Daaruit bleek dat over het algemeen informatie goed te vinden is, hoewel vooral voor nieuwe klanten het soms moeilijk kan zijn de juiste ingang te vinden. Dit resultaat is in lijn met wat al op de websites van de vijf andere in het onderzoek betrokken gemeenten is aangetroffen. Opvallend was daarbij overigens wel dat op bijna geen enkele gemeentelijke website een verwijzing naar de website van het Werkplein, waartoe deze gemeente behoort, staat, wat vooral lijkt te komen doordat de Werkpleinen helemaal geen eigen websites hebben.

Nader onderzoek: aanvraag Wajong voor oudere Wajongers

In het derde nadere onderzoek zijn gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van verschillende bij de uitvoering van de Wajong betrokken organisaties over het risico dat bestaat dat personen die tussen hun 17^e en 30^e gehandicapt worden niet op de hoogte zijn van hun recht op een Wajong uitkering. Door een aantal van de geïnterviewde vertegenwoordigers wordt deze problematiek herkend. Zij kennen één of meerdere gevallen van jonggehandicapten die pas (te) laat een aanvraag deden voor de Wajong. Zij geven hier een aantal verklaringen voor:

- de jongeren zijn net 'te goed' geweest in de periode voor hun 18^e verjaardag, waardoor zij door personen of instanties om hen heen niet herkend worden als potentiële Wajonggerechtigd;
- de noodzakelijke confrontatie met eigen onvermogen vormt voor jongeren een belemmering om zelf een aanvraag voor de Wajong in te dienen;
- er is sprake van onbekendheid met de regelgeving (bij jonggehandicapten zelf, bij ouders en op reguliere scholen);
- voor sommige potentiële Wajonggerechtigden is de toegankelijkheid via internet een probleem (zij moeten daarbij hulp inroepen).

Uit het onderzoek bleek ook dat de Wet Investeren in Jongeren (WIJ) een mogelijkheid oplossing van dit probleem kon vormen. Deze wet verplicht gemeenten om jongeren van 18 tot 27 jaar, die zich melden voor een uitkering, een baan of een opleiding (of een combinatie daarvan) aan te bieden. In enkele interviews melden respondenten dat met name sinds de WIJ 'verdwaalde' jonggehandicapten door UWV WERKbedrijf en/of het gemeentelijk jongerenloket worden doorverwezen naar de Wajong. De wet WIJ bevat ook een financiële prikkel om door te verwijzen (als een bijstandsgerechtigde een Wajonguitkering kan krijgen, scheelt dat gemeentes

geld). Het is daarom wel belangrijk dat degenen die de gemeentelijke jongerenloketten bemannen goed op de hoogte zijn van de voorwaarden van de Wajong, zodat zij niet onterecht doorverwijzen. De verwijzing van gemeenteloket naar Wajong verloopt veelal via een re-integratiebedrijf. Dit betekent dat ook re-integratiebedrijven goed op de hoogte moeten zijn van de voorwaarden van en aanvraagprocedure voor de Wajong. Hetzelfde geldt voor de Zorg Advies Teams (ZAT's) op MBO-instellingen en de Regionale Meld- en Coördinatiepunten voor voortijdig schoolverlaten (RMC's). Deze instanties functioneren als vangnet voor jongeren die nog tijdens hun opleiding uitvallen. Het is belangrijk dat zij zijn toegerust om potentiële Wajonggerechtigden te herkennen en hen te verwijzen naar UWV. Uit deze case study wordt niet duidelijk in hoeverre dit reeds het geval is.

5.3 Begrijpelijkheid

5.3.1 Aandachtspunten

Begrijpelijkheid houdt voor dit onderzoek in dat een helder en eenduidig antwoord wordt gegeven op de vraag. Uit de door de Inspectie uitgevoerde risicoanalyse blijkt dat de aandachtspunten voor begrijpelijkheid vooral betrekking hebben op de niet-interactieve kanalen post en website. Als er sprake is van een directe interactie tussen de klant en een medewerker van de uitvoering (zoals bij de telefoon of de balie en iets mindere mate ook de e-mail), dan kan een klant direct kenbaar maken als hij of zij iets niet goed begrijpt. Ook kan de medewerker van de uitvoering direct controleren of de boodschap is overgekomen. Vooral personen die minder zelfredzaam zijn of die laag opgeleid zijn kunnen het risico lopen, dat voor deze groep de dienstverlening via de post of de website op het aspect begrijpelijkheid minder passend is dan dienstverlening via vooral de balie en de telefoon. Daarnaast zou verwacht mogen worden dat bij meer complexe vragen en voor personen die een uitkering ontvangen op basis van een meer ingewikkelde regeling (zoals de WWB en de WIA) dit probleem meer zal spelen. Het feit dat vooral WWB'ers, die gemiddeld lager opgeleid zijn en vaak ook minder zelfredzaam dan bijvoorbeeld WW'ers, bij voorkeur bij complexe vragen voor de balie en in mindere mate voor de telefoon kiezen, is een mogelijke indicatie dat een dergelijk probleem zich voordoet.

5.3.2 Klantenquête

Algemeen

Personen die het kanaal post hebben gebruikt om contact te hebben met de uitvoering zijn minder positief over begrijpelijkheid dan personen die een ander kanaal hebben gebruikt. Tussen de overige kanalen zitten geen significante verschillen. Dit is een duidelijke indicatie dat het bovengenoemde aandachtspunt zich in de praktijk ook daadwerkelijk voordoet.

AOW'ers blijken het minst vaak problemen te ondervinden met het begrijpen van de informatie die zij van de uitvoering ontvangen. WWB'ers en WIA'ers zijn het minst vaak positief over de begrijpelijkheid. Het feit dat de AOW een relatief eenvoudige regeling is, en de WWB en de WIA (en dan vooral de WGA) minder eenvoudig, zal hierbij zeker ook een rol spelen.

Personen met een vast contactpersoon begrijpen de informatie beter, evenals zelfredzame personen. Gingen de vragen van de klant over het tijdstip van uitbetaling dan werd er relatief vaker hoog gescoord op begrijpelijkheid. Ging het om bezwaar maken, dan juist minder vaak.

Aandachtspunt: begrijpelijkheid van niet-interactieve kanalen

Uit de regressie analyse van de antwoorden van de klantenenquête bleek al dat het kanaal post minder positief scoort op begrijpelijkheid. Voor het kanaal website werd dit verschil niet gevonden.

De verwachting is dat vooral personen die minder zelfredzaam zijn, personen met een lagere opleiding, personen met een complexe vraag en personen met een WWB- of een WIA-uitkering :

1. vaker de reactie van de uitvoering op het aspect begrijpelijkheid lager gewaardeerd hebben voor het kanaal post; en
 2. het kanaal post qua begrijpelijkheid lager waarderen dan de andere kanalen.
- Of dit eerste zich voordoet, is onderzocht door een regressieanalyse uit te voeren voor alle personen die gebruik hebben gemaakt van het kanaal post. Uit deze analyse blijkt dat alleen de complexiteit van het probleem en de mate van zelfredzaamheid van invloed zijn. Een ingewikkeld probleem en een lagere mate van zelfredzaamheid leidt ertoe dat de klant de begrijpelijkheid van de reactie van de uitvoering lager waardeert bij het kanaal post. Een zelfde analyse hebben we voor de volledigheid ook nog uitgevoerd voor het kanaal website. Daaruit blijkt dat alleen het hebben van een WWB-uitkering invloed heeft. WWB-ers beoordelen het kanaal website qua begrijpelijkheid lager dan personen met een andere uitkering. Om de tweede bovengenoemde hypothese te testen zijn de gemiddelde score op begrijpelijkheid vergeleken voor de kanalen post en website enerzijds en de drie andere kanalen anderzijds voor ingewikkelde vragen²⁰ en personen met een lage opleiding. Daaruit bleek de gemiddelde score van begrijpelijkheid voor personen met een lage opleiding voor post en website inderdaad significant lager is dan voor de andere drie kanalen. Dit resultaat, is een indicatie voor het feit dat het inderdaad zo is dat lager opgeleide personen bij ingewikkelde vragen minder goed uit de voeten kunnen met de kanalen post en website.

5.3.3 Resultaten nader onderzoek

Er is een nader onderzoek uitgevoerd bij één van de onderzochte gemeenten, om te beoordelen in hoeverre ook objectief vastgesteld kan worden dat de schriftelijke communicatie van de gemeente zodanig is dat zich knelpunten kunnen voordoen op het gebied van begrijpelijkheid. Doel van dit onderzoek was vooral in kaart te brengen waar nu precies de pijnpunten zitten wanneer het gaat om de begrijpelijkheid van schriftelijke informatie aan personen die vragen hebben over een uitkering. Er is daartoe een dossieronderzoek uitgevoerd, waarbij de in de dossiers aangetroffen correspondentie, gericht aan de klant is beoordeeld op de helderheid van de teksten. Uit de klantdossiers die IWI heeft bestudeerd blijkt onder andere dat er veelvuldig gebruik van vakjargon en ambtelijke taal voorkwam en dat er lange zinnen en ingewikkelde formuleringen gebruikt werden. Ook was in enkele gevallen de boodschap van het schrijven onduidelijk.

De resultaten van dit dossieronderzoek zijn vervolgens met de gemeente besproken. Daarin gaf de gemeente aan dat de klanten bij complexe vragen worden doorverwezen naar de balie.²¹ Met betrekking tot het taalgebruik in de schriftelijke communicatie van de gemeente zijn geen specifieke richtlijnen. Voor officiële brieven, bijvoorbeeld beschikkingen, worden standaardteksten gebruikt die door Stimulansz zijn ontwikkeld. Casemanagers van de gemeente kunnen, in overleg, brieven persoonlijk-

²⁰ Vragen met betrekking tot bezwaar en beroep zijn buiten beschouwing zijn gelaten omdat deze vragen over het algemeen op alle aspecten negatief beoordeeld zijn en relatief vaak de post is gebruikt. Zouden deze vragen wel in de analyse zijn meegenomen, dan wordt het gevonden verband alleen maar sterker.

²¹ Dit is ook de reden dat er weinig tot geen brieven over re-integratie zijn aangetroffen in de dossiers.

ker maken. Binnen de gemeente is aandacht voor de begrijpelijkheid van de schriftelijke communicatie. Zo wordt bijvoorbeeld de Cliëntenraad betrokken bij de totstandkoming van folders en worden nieuwe medewerkers getraind op communicatieve vaardigheden. Versimpeling van het taalgebruik is daarbij een streven, maar kan op gespannen voet staan met een solide juridische basis van de brieven, die immers noodzakelijk is.

5.4 Maatwerk

5.4.1 *Aandachtspunten*

Maatwerkdienstverlening wordt belangrijker naarmate de complexiteit van de vraag toeneemt. Maatwerkdienstverlening is daarnaast alleen mogelijk als er sprake is van een gedegen inzicht in de specifieke situatie van de cliënt. Er is een ontwikkeling dat zowel UWV, SVB en gemeenten de dienstverlening aan de balie zoveel mogelijk beperken, en klanten waar mogelijk contact laten zoeken via de telefoon en de website. Door deze kanaalsturing worden steeds meer complexe vragen via de telefoon en de website gesteld. Omdat zowel e-dienstverlening als Klant Contact Centra volop in ontwikkeling zijn kan daar een mogelijk risico voor de passendheid van de reactie van de uitvoering op een vraag van een klant met betrekking tot maatwerk bestaan. Websites zijn op dit moment namelijk nog onvoldoende gepersonaliseerd en bij de KCC' s is nog niet alle informatie voorhanden die nodig is om complexe vragen op persoonsniveau te kunnen beantwoorden.

5.4.2 *Klantenquête*

Algemeen

In tegenstelling tot wat op basis van het bovenstaande verwacht zou mogen worden, zijn tussen de vijf kanalen geen significante verschillen aangetroffen in de beoordeling door de klanten van de mate waarin sprake is van maatwerk in de reactie van de uitvoering op hun vraag.

Wat wel duidelijk wordt, is dat WWB'ers het minst tevreden zijn over de mate waarin maatwerk wordt geleverd. WW'ers en WIA'ers zijn ongeveer even tevreden, maar ook zij scoren nog significant lager op tevredenheid over maatwerk dan de Wa-jong'ers. De AOW'ers zijn het meest positief.

Net zoals voor vindbaarheid en begrijpelijkheid blijkt ook nu dat personen met een vast contactpersoon gemiddeld vaker van mening zijn dat er sprake is van maatwerk. Ook zelfredzame personen scoren weer hoger voor maatwerk.

Een derde patroon dat we terug zien is dat personen die contact met de uitvoering hebben gehad over het maken van bezwaar of het indienen van beroep de uitvoering lager op het aspect maatwerk waarderen.

Aandachtspunt: maatwerk telefoon bij complexe vragen

Met behulp van twee aanvullende analyses is onderzocht of er inderdaad sprake is van een minder positief oordeel over de mate van maatwerk door klanten wanneer sprake is van een complexe vraag bij dienstverlening via de telefoon.

In de eerste analyse zijn alleen klanten van UWV en gemeenten betrokken waarvan bekend is dat met een centraal KCC wordt gewerkt. In de tweede analyse zijn wel alle klanten betrokken maar wordt gekeken of het feit dat de organisatie waarvan men klant is een KCC heeft, van invloed is op de waardering van de mate van maatwerk.

Bij beide analyses is gecontroleerd voor het onderwerp van contact, etniciteit, opleiding, het hebben van een vast contactpersoon, zelfredzaamheid en burgerlijke status.

Uit deze analyses bleek dat personen die gebruik hebben gemaakt van het KCC de mate van maatwerk lager waarden dan personen die geen KCC hebben gebruikt.

5.4.3 *Resultaten nader onderzoek*

Zowel naar de gevolgen van het werken met een KCC voor de mate van maatwerk van de reactie van de uitvoering voor klanten van UWV als voor klanten van gemeenten heeft de Inspectie nader onderzoek uitgevoerd.

Bij UWV is ingezoomd op de beantwoording van vragen van WIA'ers over hun re-integratie, omdat dit onderwerp bij uitstek een onderwerp is waarbij van de uitvoering maatwerk in de beantwoording wordt verwacht.

Bij de WW'ers is meer in het algemeen gekeken naar de redenen die WW'ers, die vonden dat er geen sprake was van maatwerk in de beantwoording van hun vraag, door het KCC, daarvoor geven.

Bij een van de twee in het onderzoek betrokken gemeenten die met een KCC werken is onderzocht op welke wijze wordt omgegaan met klanten die bellen met een vraag over een aanvullende uitkering. Voor het aanvragen van een aanvullende uitkering is veel informatie nodig over de situatie van de klant, waardoor de beantwoording van dit soort vragen maatwerk vergt.

Nader onderzoek: maatwerkdienstverlening bij KCC UWV

Uit het nadere onderzoek naar de maatwerkdienstverlening bij het KCC bleek dat beleid is dat vragen van algemene en informatieve aard direct moeten worden beantwoord en afgehandeld.²² UWV beschikt over uitgebreide instructies voor de medewerkers om de vraag goed in beeld te krijgen. De klantprocessen zijn zodanig beschreven dat nagenoeg alle voorkomende (standaard)vragen kunnen worden beantwoord door medewerkers van het KCC.²³ Worden de vragen complexer van aard, bijvoorbeeld over rechten en plichten bij re-integratie of de hoogte van de uitkering, moet worden doorverbonden, doorverwezen of dan wordt de klant op een later tijdstip teruggebeld.²⁴

De vraag is of het KCC in de praktijk ook werk zoals beoogd. Om meer informatie hierover te krijgen heeft een analyse plaatsgevonden van de toelichting die WW'ers in de vragenlijst hebben gegeven over hun ervaringen en is met een klein aantal WW'ers die negatief waren over de mate van maatwerk gesproken. Over het algemeen blijken de WW'ers tevreden over de maatwerkdienstverlening van het KCC. Zij noemen echter ook een aantal knelpunten zoals het kwijtraken van klantinformatie, het feit dat niet-standaardvragen moeilijk kunnen worden beantwoord of dat KCC-medewerkers niet altijd weten naar wie door te verbinden als ze een vraag niet zelf kunnen beantwoorden. Ook worden terugbel afspraken niet altijd nagekomen of kon informatie over een lopende procedure niet worden verstrekt.

Vergelijkbare knelpunten doen zich ook voor bij complexe vragen van de klantgroep WIA.

In het aanvullende onderzoek heeft IWI gekeken naar de inrichting en uitvoering van de maatwerkdienstverlening bij het KCC en door de arbeidsdeskundigen. Daartoe is een aantal interviews met KCC-medewerkers en arbeidsdeskundigen uitgevoerd en is meegeluisterd met een aantal telefoongesprekken. Uit het onderzoek bleek dat zowel de KCC-medewerkers als de arbeidsdeskundigen op professionele

²² De casestudy's Wia/WGA en WW.

²³ Zie ook hoofdstuk 2: doelstelling is om 85% van de vragen bij het KCC af te handelen.

²⁴ Zie hoofdstuk 2: doelstelling is om zo min mogelijk mensen door te verwijzen (< 30%).

wijze omgaan met de vragen en voldoende oog hebben voor de individuele situatie en omstandigheden en individuele ondersteuning willen bieden.

Om goed maatwerk te kunnen leveren, wordt door middel van een aantal maatregelen de professionaliteit van de KCC-medewerkers gewaarborgd. Het gaat dan onder andere om trainingen van adviseurs, het opstellen van terugbelverzoeken en de bewaking van de afhandeling hiervan en het doorgeleiden van elk 15^e binnenkomend gesprek naar een klanttevredenheidsonderzoek waarvan de uitkomsten periodiek worden geanalyseerd.

Het systeem kent echter ook een aantal zwakke elementen die mogelijk een verklaring zijn voor de knelpunten die klanten noemen. Zo wordt de norm van 24 uur vaak niet gehaald vanwege de ambulante functies van arbeidsdeskundigen, en als informatie elders moet worden opgevraagd. Ook ontbreekt informatie omdat niet al het contact geregistreerd wordt. Tenslotte worden telefoongesprekken die bij UWV WERKbedrijf binnenkomen bij UWV niet geregistreerd en visa versa. De klant ziet UWV echter als één bedrijf.

Nader onderzoek: maatwerkdienstverlening bij KCC gemeente

Ook bij het KCC van een gemeente heeft IWI een nader onderzoek uitgevoerd. Dit nadere onderzoek bestond uit deskresearch, interviews met leidinggevenden, coördinatoren en medewerkers van het KCC. Ook is meegeluisterd met gesprekken die door KCC medewerkers met klanten werden gevoerd.

Door de geïnterviewde leidinggevende en coördinatoren werd aangegeven dat het sturen op maatwerkdienstverlening bij een KCC niet eenvoudig is. Door meeluisteren bij gesprekken en een goede en zware inwerkperiode van medewerkers hoopt men dit probleem te ondervangen. Verder voorziet de gemeente in het kader van maatwerkdienstverlening de KCC-medewerkers van informatiesystemen met specifieke en actuele klantinformatie, zoals digitaal klantdossiers van de sociale dienst en een zogenaamd trefwoordenregister waarin vrijwel alle informatie is opgenomen over bijstandszaken (variërend van informatie over aanvullende regelingen tot telefoonnummers van verzekeringsmaatschappijen). KCC-medewerkers beschikken over contactgegevens van collega's van de back-office en er is sprake van directe informatie-uitwisseling. Als de KCC-medewerker het probleem van de klant niet kan oplossen, wordt de afspraak gemaakt dat de back-office medewerker de klant binnen 48 uur terugbelt. De bewaking hiervan is bij de KCC-medewerker. Alle klantcontacten worden vermeld (welke vraag + afhandeling) in een zogenaamd medewerker-sportaal.

Een belangrijk onderdeel van de werkwijze is het uitgangspunt dat het KCC niet alle vragen over aanvullende inkomensregelingen afhandelt. Het KCC gaat alleen in op vragen over de bijzondere bijstand en langdurigheidstoeslag.²⁵

Door het KCC worden in ieder geval geen harde toezeggingen gedaan aan klanten die bellen met vragen over aanvullende regelingen. Wel kan uitleg worden geven over de voorziening, er kan worden aangegeven hoe groot de kansen van de klant zijn, er kan verwezen worden naar de Dienst Maatschappelijke Ondersteuning (DMO) of naar de formulierenbrigade en formulieren kunnen telefonisch worden doorlopen. Uit het meeluisteren bleek dat de KCC medewerkers klanten over het algemeen klantgericht en deskundig te woord staan.

²⁵ Voor vragen over andere regelingen vindt er een doorverwijzing plaats naar SVB (pensioen, nabestaandenuitkering), contactpersoon bij WMO (scholingskosten niet uit de bijzondere bijstand), ROZ (bijstand voor zelfstandigen, IOAZ), specialist op het werkplein (Inkomensvoorziening kunstenaars) of de gemeentelijke belastinggroep (huur-zorgtoeslag, toeslag voor kinderopvang).

5.5 Samenvattende bevindingen

In dit hoofdstuk is de waardering van de klanten voor de kanalen post, balie, telefoon, website en e-mail omtrent de passendheid van het door hen ontvangen antwoord aan de orde geweest. Passendheid is vertaald naar de aspecten vindbaarheid, begrijpelijkheid en maatwerk.

Uit het onderzoek blijkt dat de waardering van klanten voor de kanalen op het aspect vindbaarheid nagenoeg gelijk is, met uitzondering van e-mail. Dit kanaal wordt iets hoger gewaardeerd. Ook bij begrijpelijkheid wordt een viertal kanalen hetzelfde gewaardeerd. De uitzondering op dit punt is de post, dit kanaal krijgt de minst positieve beoordeling. Tenslotte zijn er tussen de vijf kanalen geen significante verschillen aangetroffen in de beoordeling door de klanten van de mate waarin sprake is van maatwerk in de reactie van de uitvoering op hun vraag. Deze uitkomsten geven aan dat de passendheid van de dienstverlening via alle kanalen nagenoeg hetzelfde is.

Uit het onderzoek blijkt verder dat naast het gekozen kanaal ook twee achtergrondkenmerken van klanten van invloed zijn op hun waardering voor de passendheid. Voor alle drie de aspecten van passendheid geldt dat personen met een vast contactpersoon gemiddeld vaker een positief oordeel hebben. Ook zelfredzame personen scoren op hoger op de drie aspecten.

Ook één onderwerp van contact is van invloed. Als het gaat om vragen over bezwaar of beroep is de waardering van klanten met betrekking tot vindbaarheid, begrijpelijkheid en maatwerk lager dan bij de overige vragen.

Bij de twee onderzochte ISD'en blijkt vindbaarheid vooral voor nieuwe klanten vaker een probleem te zijn dan bij de onderzochte gemeenten die geen deel uitmaken van een ISD. Om dit te verbeteren is het belangrijk dat klanten goed worden doorverwezen en dat duidelijk naar (nieuwe) klanten wordt gecommuniceerd waar ze voor welk onderwerp moeten zijn: bij de gemeente, de balie van de ISD of op het Werkplein.

Wajongers bij wie de arbeidshandicap zich pas op latere leeftijd blijken soms te laat een aanvraag voor een Wajong-uitkering te doen. De verwachting is dat met de invoering van de WIJ dit probleem voor het grootste deel ondervangen zal worden.

Voor personen met een lage opleiding kan de begrijpelijkheid van de kanalen post en website een probleem zijn. Dit komt mede omdat bijvoorbeeld in brieven nogal veelvuldig gebruik wordt gemaakt van ambtelijk taalgebruik.

Het onderzoek laat tevens zien dat de telefoon, zeker het callcenter, zich niet altijd goed leent voor maatwerkdienstverlening, althans niet bij complexere vragen. Dit ondanks alle maatregelen die de uitvoeringsinstanties nemen om de callcenters zo goed mogelijk te laten functioneren.

6 Werkgevers

6.1 Inleiding

De voorgaande hoofdstukken handelden over de bevindingen die betrekking hebben op de uitkeringsgerechtigden. In dit hoofdstuk worden de bevindingen van de werkgevers weergegeven. Het betreft bevindingen ten aanzien van de voorkeurskanalen, de daadwerkelijk door de werkgevers gekozen kanalen en de factoren die hierop van invloed zijn. Verder is onderzocht of er sprake is van verschillen tussen de kanalen in passendheid van de reactie van de uitvoering. Tot slot wordt beschreven hoe tevreden werkgevers zijn.

De bedrijven die in het onderzoek zijn betrokken zijn onderverdeeld in zes branches²⁶:

1. industrie,
2. zakelijke dienstverlening,
3. detailhandel,
4. bouwnijverheid,
5. gezondheid- en welzijnzorg en
6. overig.

De bevindingen van het onderzoek zijn vooral van toepassing op commerciële ondernemingen (86 procent). Overheidsinstanties zijn bijna niet (3 procent) vertegenwoordigd.

6.2 De voorkeurskanalen en welke kanalen kiezen werkgevers uiteindelijk

Onderzocht is wat de voorkeurskanalen van de werkgevers zijn voor de verschillende vragen en welke kanalen werkgevers kiezen wanneer ze daadwerkelijk contact hebben met UWV. Daarbij is behalve de kanalen telefoon, post, de balie, de website en e-mail ook de fax betrokken.

Uit de enquête blijkt dat werkgevers voor het doorgeven van wijzigingen van de bedrijfssituatie, het melden van zieke of zwangere werknemers of het aanvragen van loonkostensubsidie een voorkeur hebben voor internet. Vragen over ontslag stellen ze bij voorkeur via de telefoon. Tussen de verschillende branches is er nauwelijks een verschil als het gaat om het kanaalgebruik.

Wanneer dan wordt gekeken naar het daadwerkelijk gebruikte kanaal bij deze werkgevers dan blijkt dat werkgevers vooral kiezen voor de telefoon. Tweederde van de werkgevers maakt gebruik van de telefoon en een vijfde gebruikt de website. De telefoon wordt minder vaak gebruikt voor vragen over vacatures of het melden van zwangerschap. Gebruik van de website komt vooral voor bij het melden van zwangerschap, vragen over vacatures, vragen over deeltijdWW en het melden van zieke

²⁶ Samenstelling branches:

- 1 Industrie is incl. Elektriciteit, gas en water en Winning van delfstoffen
- 2 Zakelijke dienstverlening is incl. Financiële instellingen en Uitzendbureaus
- 3 Detailhandel is incl. Groothandel, Reparatie, Horeca, Vervoer, opslag en communicatie
- 4 Bouwnijverheid
- 5 Gezondheid- en welzijnzorg is incl. Overheid en Soc. Verzekeringen, Onderwijs en Cultuur, recreatie en overige dienstverlening
- 6 Overige is Landbouw, jacht en bosbouw en Onbekend

werknemers. E-mail wordt vooral gebruikt bij vragen over vacatures. De post wordt vooral gebruikt bij het doorgeven van wijzigingen in de bedrijfssituatie. Van de balie en de fax maken werkgevers nagenoeg geen gebruik.

Worden voorkeurskanaal en uiteindelijk gekozen kanaal vergeleken, dan is duidelijk dat er veel vaker wordt gekozen voor de telefoon en veel minder vaak voor e-mail en de website dan op basis van de voorkeuren van de werkgevers verwacht mocht worden. Ook de post wordt relatief vaker gekozen dan de verwachten viel, vooral bij het doorgeven van wijzigingen in de bedrijfssituatie en contact over ontslag van werknemers. Voor dit laatste onderwerp komen voorkeur en uiteindelijke keuze nog het meest overeen: er is alleen een verschuiving van voorkeurskanaal e-mail naar gebruikte kanaal post.

Samenvattende bevindingen

Samenvattend blijken werkgevers vooral een voorkeur hebben voor het gebruiken van de digitale kanalen, maar uiteindelijk vooral de telefoon te gebruiken. E-mail en website worden veel minder vaak gebruikt dan op basis van de voorkeuren van de werkgevers verwacht zou mogen worden.

6.3 Factoren die een rol spelen bij de kanaalkeuze

Evenals voor personen met een uitkering zullen ook de kanaalvoorkeuren en kanaalkeuzes van werkgevers worden bepaald door kanaalperceptie en taakfactoren. Daarnaast zullen ook factoren die met het bedrijf van de werkgevers te maken hebben, een rol spelen. Bijvoorbeeld de branche waarin het bedrijf werkzaam is, de omvang van het bedrijf en de frequentie waarmee het bedrijf contact heeft met UWV.

Telefoon

Werkgevers kiezen vaker voor de telefoon omdat ze eerder op deze wijze goed geholpen zijn en als ze behoefte hebben aan persoonlijk contact. Werkgevers die voor een kanaal kiezen omdat het snel is, goedkoop of omdat het hen werd aangeraden, kiezen minder vaak voor de telefoon.

Bij een vraag waarop geen actie nodig is of die uitzonderlijk is, wordt vaker voor de telefoon gekozen.

Post

Werkgevers kiezen vaker voor de post als ze wijzigingen willen doorgeven of bij vragen over loonkostensubsidies. Minder vaak wordt gekozen voor de post bij vragen over de deeltijdWW.

Als werkgevers voor de post kiezen, geven ze vaker aan dat ze voor het kanaal hebben gekozen omdat ze eerder goed geholpen zijn, omdat iemand het aanraadt of omdat het de enige mogelijkheid was. Minder vaak kiezen ze voor de post omdat ze het gewend zijn, als ze persoonlijk contact willen of bij een onduidelijke vraag. Als er geen actie nodig is en als het probleem uitzonderlijk is, kiezen ze ook minder vaak voor de post.

Werkgevers uit de branche dienstverlening kiezen minder vaak voor de post.

Website / E-,mail

Werkgevers kiezen de website of e-mail vaker als ze een kanaal kiezen dat snel en goedkoop is. Minder vaak wordt de digitale kanalen gekozen omdat het een makkelijk kanaal is, ze eerder goed geholpen zijn, ze behoefte hebben aan persoonlijk contact en het de enige mogelijkheid zou zijn.

Wanneer de werkgevers de zwangerschap van een werknemer willen melden of als ze vragen hebben over een vacature, wordt vaker voor de website of e-mail gekozen.

6.4 Krijgt de werkgever een passend antwoord op de vraag?

Om te bezien of de dienstverlening van UWV aan de werkgever leidt tot een passend antwoord is, net zoals dat in hoofdstuk 5 voor de uitkeringsgerechtigden is gebeurd, gekeken in welke mate er verschillen optreden tussen de kanalen op het gebied van vindbaarheid, begrijpelijkheid en maatwerk. Daarnaast is nog een vierde factor onderscheiden: de eenmalige uitvraag van gegevens. De resultaten in dit hoofdstuk zijn niet alleen gebaseerd op de schriftelijke enquête, maar ook op een aantal aanvullende telefonische interviews met werkgevers die aan de enquête hadden meegedaan. In deze analyse zijn alleen de kanalen telefoon, post, e-mail en website betrokken, omdat de kanalen balie en fax nauwelijks worden gebruikt door werkgevers.

Vindbaarheid

De post krijgt een lagere waardering met betrekking tot vindbaarheid dan de andere drie kanalen. De enige andere factor die een rol speelt is het onderwerp van contact: vindbaarheid is minder een probleem voor het melden van zwangerschap.

Begrijpelijkheid

Er is geen verschil tussen de vier kanalen als het om de begrijpelijkheid van de reactie gaat.

Wel blijkt dat grote ondernemingen vaker de begrijpelijkheid van de reactie van UWV lager waarderen dan kleinere ondernemingen. Bedrijven uit de branche overig waarderen de begrijpelijkheid in vergelijking met de andere branches begrijpelijkheid juist positiever.

Maatwerk

Ook voor het aspect maatwerk is er geen verschil tussen de vier kanalen aangetroffen.

Er zijn wel verschillen naar onderwerp. Voor het melden van een zwangere werknemer en het aanvragen van ontslag zijn werkgevers tevredener over maatwerk. Voor vragen met betrekking tot de WIA of WAO juist minder tevreden. Dit kan mede verklaard worden uit de complexiteit van de vragen die op deze onderwerpen betrekking hebben. Werkgevers beschouwen vragen over het melden van zwangere werknemers en vacatures als simpele vragen en vragen over de WIA of WAO als ingewikkelde vragen. Bij ingewikkelde vragen is maatwerk dus vaker een probleem, zo kan uit deze analyse worden geconcludeerd.

Werkgevers die maandelijks of vaker contact hebben met UWV zijn minder te spreken over de mate van maatwerk die ze ontvangen.

Eenmalige gegevensuitvraag

Bij de kanalen post en e-mail is minder vaak sprake van een dubbele uitvraag van gegevens.

Vragen over het melden van zwangerschap en vragen over vacatures leiden ook minder vaak tot een dubbele uitvraag van gegevens. Bij het doorgeven van wijzigingen komt dubbele uitvraag van gegevens vaker voor. Dit duidt er op dat niet alle doorgegeven wijzigingen direct goed worden verwerkt door UWV.

Ook nu zijn werkgevers die vaker contact hebben met UWV minder tevreden over dit aspect van de dienstverlening.

Nader onderzoek

Een analyse van de door de werkgevers op het einde van de enquête gegeven toelichtingen en een aantal aanvullende interviews met zowel werkgevers die zeer positief over de dienstverlening van UWV waren als met werkgevers die juist zeer negatief over de dienstverlening waren, heeft nog een aantal aanvullende resultaten opgeleverd.

In de eerste plaats worden doorgegeven wijzigingen niet altijd goed verwerkt. Dit bleek ook al de bovenstaande analyse. Het feit dat werkgevers die een wijziging van bedrijfsinformatie hadden doorgegeven de dienstverlening van UWV verreweg het laagst waarden (met een 5,0 terwijl de gemiddelde waardering voor alle kanalen en onderwerpen een 6.8 is), is hier eveneens een illustratie van.

In de tweede plaats klagen werkgevers over het feit dat zij bij een telefoontje niet direct worden geholpen, maar te horen krijgen dat ze worden teruggebeld. Het feit dat dit vervolgens niet altijd gebeurt of soms na lange tijd, leidt tot ergernis.

In de derde plaats ervaren werkgevers dat het soms moeilijk is een specialist of de juiste persoon aan de telefoon te krijgen, vooral bij vragen met betrekking tot de WIA/WGA of de deeltijdWW. Het komt ook regelmatig voor dat steeds andere personen terugbellen, die vervolgens verschillende of soms zelfs tegenstrijdige antwoorden op dezelfde vragen geven.

In de vierde plaats geven veel werkgevers aan de behoefte te hebben aan een vast contactpersoon. Werkgevers die een vast contactpersoon hebben geven aan daar tevreden over te zijn.

Samenvattende bevindingen

Samenvattend zijn er, wanneer wordt gekeken naar de passendheid van de reactie van UWV op de vraag van de werkgever, weinig verschillen tussen de vier vaak gebruikte kanalen. De vindbaarheid van het kanaal post lijkt wat vaker een probleem, terwijl de meervoudige uitvraag van gegevens minder vaak voorkomt bij de post en e-mail. Voor de rest zijn er geen verschillen.

Wel is het zo dat werkgevers over het algemeen minder tevreden zijn over de reactie bij UWV bij meer complexe vragen, bijvoorbeeld over de WIA /WGA.

6.5 Samenvattende bevindingen

Werkgevers geven er de voorkeur aan om hun vragen via de e-mail of de website voor te leggen. Wanneer wordt gekeken naar het daadwerkelijke gebruik dan is er sprake van een verschuiving van de digitale kanalen naar de telefoon. Werkgevers kiezen voor de telefoon bij uitzonderlijke vragen en wanneer ze behoefte hebben aan persoonlijk contact, maar kiezen het niet omdat ze het een snel of goedkoop kanaal vinden.

Er zijn weinig verschillen qua passendheid tussen de verschillende kanalen. Alleen vindbaarheid is voor het kanaal post een groter probleem, terwijl voor de kanalen telefoon en website dubbele gegevensuitvraag vaker voorkomt dan voor de kanalen post en e-mail. Vooral bij het doorgeven van wijzigingen over de bedrijfsinformatie moeten relatief vaak gegevens vaker worden aangeleverd. Werkgevers blijken minder tevreden over de mate van maatwerk van vragen over meer complexe onderwerpen, zoals vragen met betrekking tot de WIA of WAO. Voor eenvoudige onderwerpen is maatwerk over het algemeen geen probleem.

Er is bij de werkgevers kritiek op de afhandeling van vragen door KCC's. Deze kritiek spitst zich toe op het feit dat ze niet snel een antwoord krijgen van een deskundige en met verschillende personen te maken krijgen die op dezelfde vragen niet altijd gelijklopende antwoorden geven.

Bijlage

Geselecteerde vragen

In antwoord op de eerste deelvraag (Welke vragen hebben klanten als gevolg van belangrijke life-events?) heeft de inspectie uit de gegevens van gemeenten en UWV de volgende vragen geselecteerd:

Tabel 1 klantgroepen en hun vragen

Klantgroep(en)	vragen
WW & WWB	<ul style="list-style-type: none"> - Hoe kan ik een uitkering aanvragen? - Wanneer wordt mijn uitkering uitbetaald? - Hoe hoog is mijn uitkering, in mijn huidige situatie? - Wat zijn mijn rechten en plichten t.a.v. re-integratie? - Ik wil extra inkomsten doorgeven. - Kan ik een aanvulling op mijn uitkering krijgen? (hierbij is alleen gekeken naar de toeslagen van betreffende uitvoeringsinstantie)
Wajong & WIA/WGA	<ul style="list-style-type: none"> - Hoe kan ik een uitkering aanvragen? - Wanneer wordt mijn uitkering uitbetaald? - Hoe hoog is mijn uitkering, in mijn huidige situatie? - Ik heb een vraag over (her)keuring. - Wat zijn mijn rechten en plichten t.a.v. re-integratie? - Hoe kan ik veranderingen in mijn gezondheidssituatie doorgeven? - Ik wil extra inkomsten doorgeven?
AOW	<ul style="list-style-type: none"> - Ik word bijna 65. Moet ik iets doen om een AOW-pensioen te krijgen? - Wanneer wordt mijn ouderdompensioen uitbetaald? - Hoe hoog is mijn ouderdompensioen, in mijn huidige situatie? - Hoe kan ik veranderingen in mijn woonsituatie doorgeven? (bijvoorbeeld verhuizing, samenwonen of overlijden partner) - Hoe kan ik bezwaar maken tegen een beslissing van SVB?
Werkgevers	<ul style="list-style-type: none"> - Waar kan ik mijn werknemer ziek of beter melden? - Waar kan ik mijn werknemer zwanger melden? - Hoe kan ik mijn werknemer ontslaan? - Hoe kan ik loonkostensubsidie aanvragen? - Ik wil deeltijd-WW aanvragen voor (een van) mijn werknemer(s).

Teneinde deze vragen in de enquête beter te kunnen hanteren heeft de inspectie de vragen in het onderzoek onderscheiden in vijf categorieën:

1. Vragen die betrekking hebben op het doorgeven van veranderingen;
2. Vragen die betrekking hebben op het opvragen van standaard informatie;
3. Vragen die betrekking hebben op klantspecifieke informatie;
4. Vragen die betrekking hebben op het aanvragen van een (aanvullende) uitkering;
5. Vragen die betrekking hebben op het maken van bezwaar.

In tabel 2 staat tot welke categorie de vragen van de werknemers en AOW'ers behoren.²⁷

Tabel 2 Categorisering van de vragen-werknemers en AOW'ers

Categorie	Vraag, gekoppeld aan de klantgroep
Vragen die betrekking hebben op het doorgeven van veranderingen:	Ik wil extra inkomsten doorgeven (geldt bij de WW, WWB, WIA/WGA en Wajong) Hoe kan ik veranderingen in de gezondheidssituatie? (geldt bij de WIA/WGA en Wajong) Hoe kan ik veranderingen in de woonsituatie? (geldt bij de AOW)
Vragen die betrekking hebben op het opvragen van standaard informatie:	Wanneer wordt mijn uitkering/pensioen uitbetaald? (geldt bij de WW, WWB, WIA/WGA, Wajong en AOW)
Vragen die betrekking hebben op klantspecifieke informatie:	Hoe hoog is mijn uitkering/pensioen in mijn situatie? (geldt bij de WW, WWB, WIA/WGA, Wajong, AOW) Wat zijn mij rechten en plichten? (geldt bij de WW, WWB, WIA/WGA en Wajong) Ik heb een vraag over (her)keuring. (geldt bij de WIA/WGA en Wajong)
Vragen die betrekking hebben op het aanvragen van een (aanvullende) uitkering:	Hoe kan ik een uitkering/pensioen aanvragen? (geldt bij de WW, WWB, WIA/WGA, Wajong en AOW) Kan ik een aanvulling op mijn uitkering krijgen? (geldt bij de WW en WWB)
Vragen die betrekking hebben op het maken van bezwaar:	Hoe kan ik bezwaar maken tegen een beslissing van SVB? (geldt alleen bij de AOW)

²⁷ De categorisering van de vragen is later in het onderzoek aangebracht. Dit geldt niet voor de vragen van de werkgevers, omdat deze van een andere orde zijn. Bovendien worden de bevindingen van de werkgevers in een apart hoofdstuk behandeld.

