
SCHRIFTELIJKE VRAGEN (artikel 35 RvO)

Van	:	<i>Johan Feenstra (PvdA)</i>
Datum indiening	:	1 december 2021
Aan	:	Het college van burgemeester en wethouders
Onderwerp	:	Toegankelijkheid website gemeente SWF
Wijze van beantwoording	:	Schriftelijk (binnen 30 dagen)
Datum tussenantwoord <i>(indien van toepassing)</i>	:	
Datum beantwoording	:	18 januari 2022

Toelichting:

Als PvdA-SWF vinden wij het belangrijk dat de digitale producten en informatie van de gemeente, voor inwoners en bedrijven gemakkelijk en snel toegankelijk zijn.

Onlangs zijn er wijzigingen doorgevoerd op de website van onze gemeente. De toegankelijkheid (startpagina) is naar de mening van de PvdA niet verbeterd, terwijl het voor inwoners, instellingen en ondernemingen juist gebruiksvriendelijk moet zijn om snel kennis te kunnen nemen van informatie om zo nodig aanvragen te kunnen doen. Voorheen was op de startpagina sprake van zogenaamde “tegels” met diverse onderwerpen/thema’s waarop direct “doorgeklikt” kon worden. Daar is nu geen sprake meer van en is het “zoeken” naar informatie. Voor een goede website geldt in zijn algemeenheid dat de informatie waar men op zoek naar is, binnen 3 kliks gevonden kan worden.

Naar aanleiding van vorenstaande hebben wij de volgende vragen:

Het college wordt verzocht de volgende vragente beantwoorden:

1.	Bent u het met de PvdA eens dat de digitale producten en informatie op de website van onze gemeente gemakkelijk en snel toegankelijk moeten zijn?
	<u>Antwoord:</u> Jazeker, hier zijn we het mee eens. We werken er elke dag aan om alle digitale producten en diensten op onze gemeentelijke website gemakkelijk en snel toegankelijk aan te bieden voor alle bezoekers.
2.	Bent u het met de PvdA eens dat de producten en informatie in maximaal 3 kliks gevonden moeten zijn?
	<u>Antwoord:</u> Wij snappen de vraag, en bij de gemeentelijke website houden we zeker rekening met die 3 kliks-gedachte. Een tevreden bezoeker heeft snel en gemakkelijk de juiste informatie gevonden. Echter, het aantal kliks heeft invloed op de gebruikersbeleving, maar is niet alles bepalend. De gedachte van maximaal 3 kliks stamt uit de beginperiode van internet, toen het nog traag en geld kostte door in te bellen. Doordat het internet vele malen sneller is geworden en door het gebruik van smartphones is de 3 kliks gedachte minder belangrijk geworden voor de gebruikersbeleving. Een positieve gebruikersbeleving is een samensmelting van gemak, mentale energie en tijdsduur.

	<p>Onze website wordt regelmatig gemonitord. Wat doen onze bezoekers op de website, waar zoeken ze naar, hoe komen ze (het snelst) bij de informatie, welke zoekopdrachten, via welke weg komen ze binnen, welke pagina's bezoeken ze het meest en welke het minst. Door het monitoren van de klantreis optimaliseren we zoveel mogelijk de website. Het digitaal kanaal is dynamisch en wordt continu verbeterd.</p> <p>Wij maken gebruik van een logische en intuïtieve opbouw van de webpagina's en een goede interne zoekmachine. Onze zoekmachine is onlangs verbeterd en werkt met dezelfde systematiek als Google. Door de verbeterde zoekmachine prominenter op de homepagina te plaatsen vindt de doelgerichte bezoeker sneller de gewenste informatie. Hij hoeft nu niet door brede categorieën ("tegels met onderwerpen") te scannen en na te denken onder welke tegel de informatie zit.</p> <p>Overige factoren die we belangrijk vinden en zorgen voor een snel resultaat zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meest gezochte pagina's staan direct in beeld en zijn snel te bereiken. - Goed werkende interne zoekmachine. - SEO-optimalisatie. Het schrijven van goede content wat resulteert in een betere indexering bij zoekmachines als Google. <i>(In 2021 kwam ongeveer 65% van de bezoeken binnen via Google. Deze bezoekers komen direct op de in Google gezochte pagina terecht en zien onze homepagina niet)</i> <p>Al deze factoren vinden wij belangrijk en zijn hier dagelijks mee bezig. Binnenkort staat er een gebruikersonderzoek op de planning.</p> <p>Op 30 september 2021 is er een motie door de VVD ingediend. Deze is ingetrokken en omgezet naar een toezegging. In maart komen we hier inhoudelijk op terug.</p>
3.	<p>Waarom heeft u de "startpagina" van de gemeentelijke website aangepast? Wat was de aanleiding e.d.?</p>
	<p><u>Antwoord:</u> Uit metingen van onze webstatistieken, waaronder het klikgedrag van de homepagina, bleek dat de (rode) button niet gezien en gebruikt werd als klikbare knop.</p>
4.	<p>Waarom zijn de zogenaamde "tegels met onderwerpen" niet meer op de startpagina zichtbaar?</p>
	<p><u>Antwoord:</u> De pagina met de "Thema's" is nooit van de website gehaald. De pagina met de zogenoemde "tegels met onderwerpen" heeft daarnaast nog nooit op de startpagina gestaan. Men kwam op deze pagina door te klikken op:</p> <ul style="list-style-type: none"> • de rode button (Regelen, aanvragen of informatie) • het hamburgermenu (rechtsboven) -> "Onderwerpen" • de rode knop aan de onderkant van elke pagina wanneer men begint met scrollen (knop "Bekijk alle onderwerpen") <p>Punt 2 en 3 zijn ongewijzigd.</p>
5	<p>Welke verbeteringen beoogt u met de aanpassingen?</p>
	<p><u>Antwoord:</u> Vergroten van het gebruikersgemak en sneller vinden van resultaten voor de bezoeker.</p>
6	<p>Waar zijn de "tegels" met onderwerpen e.d. nu te vinden? Is daar ook een extra "klik" voor nodig?</p>
	<p><u>Antwoord:</u> Zie vraag 4. De pagina met de "tegels" is te vinden via het hamburgermenu -> onderwerpen of via de rode knop aan de onderkant van elke pagina. Navigeren via het hamburgermenu levert 1 klik extra op. Via de rode knop aan de onderkant levert geen extra klik op.</p>

7	<p>Uit een “intranet” bericht blijkt dat er sprake is van een stijging van de “zoekmachine” met 25% (van gemiddeld 2700 naar 3400 per week). Kan de oorzaak dat nu veel meer gebruik wordt gemaakt van de zoekmachine gelegen zijn in het feit dat de “tegels met onderwerpen” op de startpagina verdwenen zijn? Men moet nu namelijk “op zoek” naar het onderwerp!</p>
	<p><u>Antwoord:</u> De oorzaak van de stijging kan niet met 100% zekerheid vastgesteld worden. Enerzijds kan de geschetste situatie de oorzaak zijn, maar anderzijds is de zoekmachine veel zichtbaarder dan voorheen. Deze verbeterde zichtbaarheid kan net zo goed de stijging verklaren. Wat we wel uit de statistieken halen, is dat de oude "Regelen, aanvragen of informatie" knop (rode button) nauwelijks gebruikt werd. Mede hierom hebben is de keuze gemaakt om deze knop te vervangen door een zoekbalk.</p> <p>Er zijn verschillende manieren om door een website te navigeren of op de juiste productpagina te komen. We zien uit onze statistieken en uit Google-analytics dat meer dan de helft van de bezoekers via een zoekmachine, als Google, op onze website komt. Zij komen direct op één van onze productpagina's en zien de homepagina niet. De website is dynamisch en een continu verbeteringsproces, zo ook ons eigen zoekmachine.</p>
8	<p>Heeft u gebruikers (inwoners en bedrijven) ook betrokken bij de aanpassingen (“van buiten naar binnen!”) ? Zo neen waarom niet? Zo ja: wat waren hun ervaringen?</p>
	<p><u>Antwoord:</u> Indirect zijn gebruikers hierbij betrokken door het analyseren van de websitestatistieken. Wij monitoren hoe de bezoeker zich begeeft op de website. Aan de hand van het gedrag van de bezoeker, de klantreis, optimaliseren we de functionaliteit en gebruiksgemak van onze website. Daarnaast zijn we bezig om een gebruikersonderzoek te starten.</p>

Tussenantwoord (indien van toepassing):