



# VAN PAPIER NAAR WEB

EEN ONDERZOEK NAAR KANAALSTURING VAN DE AOW-AANVRAAG

15-01-2016

Karlijn Hofland

Masterscriptie Communicatie en Organisatie

Docentbegeleider: dr. Henk Pander Maat

Tweede lezer: dr. Leo Lentz

Stagebegeleider: dhr. René Kleuters



## VOORWOORD

*Voor u ligt mijn scriptie van de master Communicatie & Organisatie aan de Universiteit Utrecht. De afgelopen vijf maanden heb ik stage gelopen bij de Sociale Verzekeringsbank in Amstelveen. Naast het uitvoeren van praktijkwerkzaamheden (zie reflectieverslag) heb ik dit onderzoek uitgevoerd. Het was een leerzame periode en ik heb dit onderzoek met plezier geschreven.*

*Graag wil ik mijn stagebegeleider René Kleuters bedanken voor zijn prettige begeleiding en enthousiasme voor mijn onderzoek tijdens deze periode. De zoektocht naar een geschikt onderzoeksonderwerp was niet eenvoudig, wel stond al snel vast dat het kanaalsturing binnen de SVB zou gaan worden. Door hier veel over te lezen en te brainstormen zijn we uiteindelijk tot een mooi onderwerp gekomen, dat zowel praktisch als theoretisch interessant is. Mijn dank gaat ook uit naar de collega's binnen de SVB die mij hebben geholpen tijdens de uitvoering van dit onderzoek.*

*Daarnaast wil ik mijn docent Henk Pander Maat graag bedanken voor zijn inspiratie bij het bedenken van het onderzoeksonderwerp, voor zijn hulp bij de analyses in SPSS en voor de nuttige feedback.*

*Met deze scriptie sluit ik mijn studententijd af. Ik kijk uit naar de periode die voor me ligt.*

**Karlijn Hofland**

**Utrecht, januari 2016**

## MANAGEMENTSAMENVATTING

**AANLEIDING** Elke maand doen ongeveer 16.000 (aanstaande) klanten van de Sociale Verzekeringsbank (SVB) hun AOW-aanvraag via internet of papier. De SVB wil meer klanten richting het digitale kanaal sturen voor de AOW-aanvraag. Het doel van dit onderzoek is als volgt: aanbevelingen doen aan de SVB over hoe de communicatie rondom het aanvraagproces kan bijdragen aan de sturing van klanten naar het digitale kanaal.

**METHODE** Het onderzoek is uitgevoerd onder een deel van de AOW-klanten die in juni 2015 de AOW-aankondigingsbrief hebben ontvangen. Er is ten eerste een telefonisch vooronderzoek uitgevoerd. Vervolgens zijn er twee verschillende vragenlijsten verstuurd.

**Vragenlijst 1:** er is een vragenlijst verstuurd naar 998 klanten **voorafgaand** aan de AOW-aanvraag. Daarmee is een antwoord gegeven op de eerste hoofdvraag: *welke overwegingen van de klant zijn van invloed op de keuze voor een papieren of digitale AOW-aanvraag?* Aan de hand van stellingen zijn overtuigingen en attitudes van de klant bevestigd wat betreft een internetaanvraag en een papieren aanvraag. De volgende constructen zijn gebruikt om de overtuigingen te meten: gebruiksvriendelijkheid, veiligheid, formele communicatie en zekerheid. Vervolgens is gevraagd of de klant van plan was AOW op papier of op internet aan te vragen (intentie).

**Vragenlijst 2:** een tweede vragenlijst is verstuurd naar 986 **nadat** zij AOW hadden aangevraagd. Met deze vragenlijsten is de ervaring en de waardering van de klanten bevestigd. Er is daarmee een antwoord gegeven op de tweede onderzoeksvraag: *hoe worden de papieren en de digitale aanvraagprocedures achteraf ervaren en gewaardeerd?* Daarnaast zijn de verwachtingen van de klant over de AOW-aanvraagprocedure in kaart gebracht.

De vragenlijst kon door de klant zowel op papier als op internet worden ingevuld. De respons van vragenlijst 1 was lager dan verwacht, namelijk 10 procent (101 ingevulde vragenlijsten). De respons van vragenlijst 2 was een stuk hoger, namelijk 36 procent (359 ingevulde vragenlijsten).

**CONCLUSIE** Opleidingsniveau bleek een grote rol te spelen bij de kanaalkeuze; hoger opgeleiden hadden vaker de intentie om AOW op internet aan te vragen dan lager opgeleiden (vragenlijst 1) en hoger opgeleiden kozen vaker voor een internetaanvraag dan een papieren aanvraag (vragenlijst 2).

**Vragenlijst 1:** de overtuigingen bleken de intentie te beïnvloeden, maar wel via de attitudes. De correlaties tussen de overtuiging snelheid en de attitudes waren het sterkst. De overtuigingen moeilijkheid, veel werk, belangrijke informatie bewaren, formele documenten versturen en zekerheid bleken ook een rol te spelen bij de keuze voor een papieren aanvraag of een internetaanvraag, maar deze correlaties waren minder sterk dan bij snelheid. Veiligheid bleek de kleinste rol te spelen; alle respondenten vinden een papieren aanvraag veilig.

**Vragenlijst 2:** beide aanvraagprocedures werden positief gewaardeerd. De internetaanvraag werd met een hoger rapportcijfer beoordeeld dan de papieren aanvraag. Een internetaanvraag werd als sneller ervaren dan een papieren aanvraag. De overige verschillen tussen de papieren aanvraag en de internetaanvraag wat betreft ervaring waren klein.

De papieren aanvraag werd over het algemeen ingewikkelder gevonden dan de internetaanvraag, maar dit werd veroorzaakt doordat de papieren aanvragers gemiddeld lager waren opgeleid dan de internetaanvragers.

Papieren aanvragers en internetaanvragers hadden dezelfde verwachtingen over de aanvraagtermijn en het zelf moeten aanvragen van AOW. De verwachtingen verschilden wat betreft het vooraf opzoeken van informatie over de AOW; dit werd vaker gedaan door internetaanvragers.

### AANBEVELINGEN

- Benadruk de voordelen van de internetaanvraag op internetpagina's over de AOW-aanvraag en in de aankondigingsbrief.
- Bestede in de aankondigingsbrief extra aandacht aan klanten die laagopgeleid zijn en/of weinig internetervaring hebben.

- Informeer de klant over de Berichtenbox.
- Vermeld expliciet dat AOW niet automatisch aan de klant wordt toegekend.
- Vermeld expliciet dat de (aanstaande) klant zélf AOW moet aanvragen.
- Laat beide aanvraagkanalen voorlopig bestaan.

INHOUDSOPGAVE	BLZ.
1. Inleiding .....	5
2. De AOW-aanvraag .....	6
Intro .....	6
Aanleiding onderzoek .....	8
3. Theoretisch kader .....	9
Kanaalsturing .....	9
Sturingsinstrumenten .....	9
Overtuigen .....	10
Attitudes .....	11
De adoptie van digitale overheidsdienstverlening .....	12
Digitale kloof .....	13
Ouderen .....	13
Theoretische en praktische relevantie .....	13
Begrippen .....	14
4. Doel- en vraagstelling .....	15
5. Vooronderzoek .....	17
Intro .....	17
Methode .....	17
Resultaten vooronderzoek .....	17
Internetaanvragers .....	17
Papieren aanvragers .....	18
Niet-aanvragers .....	18
Conclusie vooronderzoek .....	18
6. Methode hoofdonderzoek .....	20
Respondenten .....	20
Materiaal .....	20
Vragenlijsten .....	20
Vragenlijst 1 .....	21
Vragenlijst 2 .....	22
Procedure .....	24
7. Resultaten hoofdonderzoek .....	25
Vragenlijst 1 .....	25
Vragenlijst 2 .....	32
8. Conclusie .....	38
9. Discussie .....	42
10. Aanbevelingen .....	44
Literatuur .....	47
<b>Bijlagen</b>	
1. AOW-aankondigingsbrief	
2. Flyer bij aankondigingsbrief	
3. Figuur 3. Government Adoption Model (GAM-model)	
4. Vragenlijst vooronderzoek	
5. Vragenlijst 1	
6. Vragenlijst 2	
7. Tabel met dimensies van vragenlijst 1	
8. Tabel met dimensies van vragenlijst 2	
9. Brief bij vragenlijst 1	
10. Brief bij vragenlijst 2	
11. Overzicht missings vragenlijst 2	
12. Overige resultaten	
13. Voorstel voor aankondigingsbrief met stappenplan en illustraties	

## 1. INLEIDING

Overheidsdiensten worden steeds vaker digitaal aangeboden. In bushokjes en op stations word je met 'Vaarwel blauwe envelop' gewezen op het verdwijnen van de bekende, blauwe envelop van de Belastingdienst. Met een digitale identiteit (DigiD) wordt ingelogd op websites van overheidsorganisaties en post aan burgers hoeft niet altijd meer op papier verstuurd te worden, maar kan tegenwoordig digitaal naar een persoonlijke Berichtenbox worden verstuurd.

Ook de Sociale Verzekeringsbank (SVB) stuurt aan op digitale klantcommunicatie en op het verminderen van traditionele post. Communicatie via digitale kanalen is namelijk sneller, makkelijker en goedkoper dan communicatie via de post. Een klant kan verplicht naar het digitale kanaal worden gestuurd door andere kanalen te sluiten, zoals het geval is bij de Belastingdienst. Bij de SVB wordt de klant ook richting het digitale kanaal gestuurd, maar dan op een minder dwingende manier. Zo is de SVB in 2011 gestopt met het verzenden van een papieren AOW-aanvraagformulier, waardoor de klant het formulier niet meer automatisch per post ontving, maar hiervoor werd verwezen naar internet of het formulier telefonisch moest aanvragen. Dit leidde tot een stijging van de digitale AOW-aanvragen van 20 procent in 2010 naar 65 procent in 2014.

Voordat AOW maandelijks aan de klant wordt uitgekeerd, moet de klant eerst zelf AOW aanvragen. De AOW-aanvraag betreft een eenmalige handeling, die rond het 65<sup>e</sup> levensjaar wordt uitgevoerd. De aanvraag kan zowel digitaal als op papier worden gedaan. In deze scriptie wordt onderzocht hoe de SVB meer klanten naar het digitale kanaal kan sturen voor de AOW-aanvraag.

Allereerst zal de AOW-aanvraagprocedure in het volgende hoofdstuk worden toegelicht. Vervolgens wordt in het theoretisch kader literatuur besproken die ingaat op kanaalsturing, het sturen van gedrag, attitudes, digitale overheidsdienstverlening en internetgebruik van ouderen. In hoofdstuk 4 worden de doel- en vraagstelling van het onderzoek uiteengezet. Nadat er een kwalitatief vooronderzoek is uitgevoerd, dat beschreven is in hoofdstuk 5, wordt het hoofdonderzoek toegelicht in hoofdstuk 6. Het betreft een kwantitatief onderzoek waarin met twee verschillende vragenlijsten is gewerkt. De eerste vragenlijst is verspreid onder SVB-klanten die nog geen AOW hebben aangevraagd, de tweede vragenlijst is verspreid onder klanten die al wel AOW hebben aangevraagd. De resultaten, conclusie en discussie worden beschreven in respectievelijk hoofdstuk 7, 8 en 9. Tot slot wordt er een advies opgesteld in hoofdstuk 10. Dit advies bevat aanbevelingen aan de SVB over hoe klanten, door middel van communicatie, naar het web gestuurd kunnen worden voor de AOW-aanvraag.

## 2. DE AOW-AANVRAAG

De AOW (Algemene Ouderdomswet) is een basispensioen voor mensen die de AOW-leeftijd hebben bereikt. Op dit moment is de AOW-leeftijd 65 jaar en drie maanden. Vanaf 2016 gaat de AOW-leeftijd versneld omhoog naar 66 jaar in 2018 en naar 67 jaar in 2021. De SVB heeft op dit moment 3,3 miljoen AOW-klanten (zij ontvangen maandelijks hun AOW).

De SVB heeft de voorkeur om het AOW-pensioen direct en zonder aanvraag aan klanten aan te bieden. De SVB bespaart zo op kosten in de uitvoering en de klant krijgt betere en snellere dienstverlening. Dit is echter (nog) niet mogelijk, omdat in de wet staat dat de burger zijn AOW zelf moet aanvragen.

Iedereen die een dienst, een pensioen of andere uitkering van de SVB vraagt wordt een 'klant' genoemd door de SVB. Elke maand doen ongeveer 16.000 klanten van de SVB hun AOW-aanvraag. De aanvraagprocedure begint op het moment dat de klant een aankondiging krijgt toegestuurd van de SVB (bijlage 1). De SVB stuurt de klant 6 maanden vóór de AOW-leeftijd een aankondigingsbrief met nadruk op de boodschap om AOW via Mijn SVB aan te vragen. De klant is dan (in 2015) 64 jaar en 9 maanden oud. De klant heeft vanaf dat moment zes maanden de tijd om zijn AOW aan te vragen. De aankondiging wordt via de post gestuurd aan ongeveer 90 procent van de klanten en aan ongeveer 10 procent van de klanten via de Berichtenbox.

Voor 2011 werd een papieren aanvraagformulier bij de aankondigingsbrief meegestuurd. Dit formulier wordt vanaf juni 2011 niet meer meegestuurd, met als gevolg dat het aantal digitale aanvragen enorm is toegenomen. In tabel 1 is een overzicht weergegeven van de papieren en digitale aanvragen vanaf 2009 tot en met 2015.

Jaar	Aantal AOW-aanvragen	Papier	Digitaal
2009	180.445	79%	21%
2010	181.222	78%	22%
2011	232.540	55%	45%
2012	236.220	39%	61%
2013	207.243	32%	68%
2014	152.445	35%	65%
2015	203.001 *	24%	76%

**Tabel 1. Overzicht van papieren en digitale aanvragen per jaar.**

\* Dit betreft een schatting voor 2015

In 2010 is onderzocht wat het effect was van het wel of niet meesturen van het papieren AOW-aanvraagformulier op de kanaalkeuze van de klant. In drie regio's van de SVB kreeg een geselecteerd aantal aanvragers een brief zonder papieren aanvraagformulier, dit is de pilotgroep. De klanten in de overige regio's ontvingen de normale aanvraagmailing, dit is de controlegroep. De resultaten uit beide groepen zijn met elkaar vergeleken. Het percentage internetaanvragen bleek in de pilotregio's tweemaal hoger te zijn dan in de niet-deelnemende regio's. De dienstverlening van de SVB werd met een 7.8 beoordeeld. Internetaanvragers bleken meer tevreden te zijn dan schriftelijke aanvragers.

In 2014 is er een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd. De tevredenheid over de AOW-aanvraag werd beoordeeld met een 7.7. Hierbij werd geen onderscheid gemaakt tussen digitale en papieren aanvragen. Onderzocht is welke factoren de grootste impact hadden op de tevredenheid over de SVB: gedragingen van medewerkers, contact met medewerkers en het proces van een uitkering aanvragen. De meest gehoorde redenen om niet digitaal aan te vragen waren dat de klant:

- het aanvraagformulier ook met de post toegestuurd kreeg;
- een digitale aanvraag te ingewikkeld vindt;
- papieren mee terug moest sturen;
- geen computer/ internet/ DigiD heeft.

De aankondigingsbrief is in de afgelopen jaren enkele keren aangepast. Voorheen werd de mogelijkheid tot het telefonisch opvragen van een papieren aanvraagformulier genoemd in de brief, sinds 2015 is hier geen sprake meer van. In de huidige aankondigingsbrief wordt de klant verzocht AOW aan te vragen via [www.svb.nl](http://www.svb.nl) en worden de voordelen van een digitale aanvraag benadrukt. Als de klant niet in staat is de aanvraag digitaal af te handelen, kan hij naar een SVB-kantoor bellen. Vervolgens wordt er, als de klant niet overgehaald kan worden om toch digitaal AOW aan te vragen, alsnog een papieren aanvraag opgestuurd naar de klant. De aanvraag kan niet via de telefoon worden afgehandeld. Opvallend is dat de klant in de aankondigingsbrief niet wordt gewezen op de mogelijkheid tot het doen van een papieren aanvraag. Er staat alleen dat de klant naar een SVB-kantoor kan bellen als hij de aanvraag niet via internet kan doen. Mogelijk belt de klant daardoor met het beeld de aanvraag telefonisch af te kunnen handelen. Er is niet onderzocht of en in hoeverre klanten deze verwachting hebben. De klant ontvangt ook een flyer bij de aankondigingsbrief (bijlage 2). In deze flyer staan de voordelen van het gebruik van internetdiensten van de SVB beschreven.

In juni 2015 zijn er in totaal 16.512 AOW-aanvragen gedaan: 72 procent verliep digitaal en 28 procent via papier. De percentages papieren en digitale aanvragen zijn niet elke maand gelijk, maar schommelen wel rond deze percentages. De SVB wil zoveel mogelijk klanten hun AOW digitaal laten aanvragen, omdat dit veilig, snel, efficiënt en kostenbesparend is (er komen immers bij het toekenningsproces in het gros van de gevallen geen mensenhanden meer aan te pas).

Binnen de SVB wordt een paar keer per jaar een zogenaamde proeftuin gestart. Een proeftuin is een experiment waarvan wordt verwacht dat het interessante resultaten oplevert voor de SVB. Wanneer een proeftuin tot interessante resultaten leidt, kan besloten worden deze uit te breiden, te herhalen of in de uitvoeringspraktijk door te voeren.

In april 2015 is gestart met de proeftuin 'Aanvraag AOW' (SVB, 2015). Er werd een speciaal team opgesteld dat telefoontjes opving van klanten die belden over hun AOW-aanvraag. Het team had als doel de AOW-aanvragers alsnog naar het digitale kanaal te sturen en klanten te helpen bij problemen met de webdienst. Daarnaast moest de proeftuin inzicht verschaffen in de redenen waarom klanten geen gebruik maken van de webdiensten en in de problemen waartegen zij aanlopen bij het gebruik van de webdienst (SVB, 2015).

Op drie locaties werden telefoontjes van klanten die belden over hun AOW-aanvraag doorgeleid naar één speciaal telefoonnummer. In totaal vonden er 903 telefoongesprekken plaats. 75 procent van de inkomende telefoontjes betrof een verzoek tot het toesturen van een papieren aanvraagformulier. Ongeveer 10 procent van deze aanvragers vulde na contact met het belteam hun aanvraag alsnog digitaal in of was dat van plan te gaan doen. 25 procent van de bellers had wel de intentie om digitaal AOW aan te vragen. Zij belden omdat ze tegen problemen aanliepen of omdat ze een vraag hadden. 72 procent van deze bellers deed alsnog een internetaanvraag na contact te hebben gehad met het belteam (SVB, 2015).

Van de bellers die een papieren aanvraag wilden doen, gaf 86 procent aan dat zij nog niet had overwogen een internetaanvraag te doen. De belangrijkste redenen die de bellers daarvoor noemden, waren het ontbreken van een PC of internet (210x), onzekerheid/onkunde (90x), het ontbreken van een DigiD (73x), het hebben van een voorkeur voor papier (37x), het ontbreken van hulp (of anderen niet willen lastig vallen) (24x), principiële redenen (klant weigert mee te doen aan digitale dwang) (23x) en taalproblemen en/of moeite met lezen en schrijven (20x) (SVB, 2015).

Deze groep bellers (679 klanten) is ook gevraagd wat ze nodig zouden hebben om wel over te gaan tot het gebruik van een webdienst. 400 klanten gaven aan dat zij niet te overtuigen waren. De andere bellers gaven aan dat zij dan hulp van anderen (35x), een PC of internet (25x), een cursus (15x), of telefonische



ondersteuning (5x) nodig zouden hebben (SVB, 2015).

Door deze proeftuin is duidelijk geworden waarom bellers geen gebruik willen maken van een webdienst en tegen welke problemen zij aanlopen bij het gebruik van een webdienst. Het advies op basis van deze proeftuin is om blijvend een speciale groep medewerkers, die klanten helpt met vragen over of problemen met de digitale dienstverlening, in te zetten (SVB, 2015). De resultaten uit de proeftuin dienen als aanleiding voor dit onderzoek. De proeftuin is niet gebaseerd op wetenschappelijke literatuur en heeft informatie opgeleverd over slechts één specifiek moment, namelijk het moment dat de klant belde. Dit onderzoek richt zich daarentegen op de gehele aanvraagprocedure.

## 2.1 AANLEIDING ONDERZOEK

Circa 72 procent van de aankomende AOW-klanten vraagt AOW online aan, 28 procent dus niet en dit geeft ruimte voor verbetering. Binnen de SVB wordt ervan uitgegaan dat het plafond nog niet bereikt is. Internetgebruik is met name onder ouderen de laatste jaren enorm gestegen en dit strookt niet met het percentage van 72 procent digitale aanvragers. De SVB heeft veel digitale informatie over de klant, zoals welke route een klant aflegt op het web (customer intelligence). Het gedrag van de klant wordt aan de hand van data verklaard, maar niet vanuit de klant zelf. Zo kan met cijfers bekeken worden hoeveel klanten een pagina bezochten op een bepaald moment en bij welke pagina klanten afhaakten tijdens een aanvraagproces.

De SVB biedt de klant de keuze om AOW digitaal of op papier aan te vragen, maar doet verder (buiten de aankondigingsbrief) niets aan promotie of stimulans en er wordt ook niet aan de klant gevraagd wat hij denkt, beleeft, verwacht, wat zijn beweegredenen zijn om via web of op papier aan te vragen en hoe hij dit ervaart en waardeert.

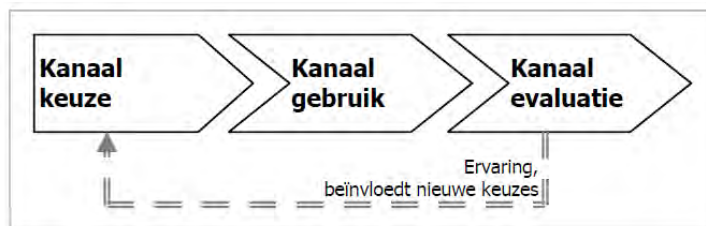
De SVB wil ten eerste graag weten hoe klanten de aanvraagprocedure ervaren. Is de klant zich voor het ontvangen van de aankondigingsbrief bijvoorbeeld al bewust van het feit dat hij binnenkort zijn aanvraag gaat doen? Hoe snel ging de papieren/digitale aanvraag? Hoe gemakkelijk vond de klant de aanvraag? Daarnaast wil de SVB weten waarop de klant zijn keuze voor een digitale of papieren aanvraag baseert. Door meer te weten te komen over het aanvraagproces en de keuze voor een kanaal kunnen openingen worden gezocht om de communicatie en dienstverlening aan te passen om zo nog meer klanten AOW digitaal te laten aanvragen. Daarnaast kan een onderzoek meer zicht geven op het profiel van de groep klanten (400 van de 679 bellers) die niet overtuigd wilde worden om hun aanvraag alsnog digitaal aan te vragen, zo bleek uit de proeftuin. De redenen hiervoor zijn onbekend. Gekeken kan worden hoe zij alsnog naar het web geleid kunnen worden.

Kortom, de SVB wil meer klanten richting het digitale kanaal sturen. Daarvoor is sturing van het gedrag van de klant nodig en daarvoor is meer informatie nodig over de klantervaringen en attitudes rond het aanvraagproces.

### 3. THEORETISCH KADER

#### 3.1 KANAALSTURING

De keuze van de klant om een kanaal te gebruiken in een specifieke situatie wordt kanaalkeuze genoemd. Het kanaalgedrag van de burger kan toegelicht worden aan de hand van een model in onderstaand figuur (Pieterse, 2009).



**Figuur 1. Kanaalgedrag van de burger**

Kanaalgebruik betreft het gebruik van kanalen van een individu. Uitvoerende organisaties hebben de mogelijkheid om het kanaalgedrag te beïnvloeden. Dat heet kanaalsturing. Volgens Pieterse, Teerling en Jansen (2008) bepaalt een individu zijn tevredenheid na afronding van de dienstverlening. Deze tevredenheid (evaluatie) beïnvloedt nieuwe kanaalkeuzes.

Kanaalsturing wordt ingezet vanwege kostenbesparing en klanttevredenheid (Pieterse, Teerling & Jansen, 2008). Volgens Pieterse (2009) ontbreekt het aan theorieën die kanaalkeuzeprocessen beschrijven en is bestaand onderzoek naar kanaalgedrag van burgers vaak gericht op slechts één kanaal of één type dienst. Hij stelt dat er meer kennis over de burger verzameld zou moeten worden in klantonderzoeken over de wensen, behoeften en evaluaties van de dienstverlening (Pieterse, 2009). Overheden die onderzoek doen naar de kanaalvoorkeuren van hun burgers doen dat vaak vanuit een visie op kanaalsturing, waarbij de voorkeur en de waardering van de burger niet leidend zijn. Dat zou wel zo moeten zijn, volgens Van der Geest (2014). Tevens is Pieterse (2009) van mening dat het beter is om de burger met langdurigere campagnes te instrueren en te overtuigen in plaats van slechts te informeren. Hierdoor kan de burger nieuwe ervaringen opdoen die kunnen leiden tot blijvend gedrag. Campagnes zouden vaak te kort zijn om gewoontes van mensen blijvend te kunnen veranderen (Pieterse, 2009).

#### 3.2 STURINGSINSTRUMENTEN

In een exploratief onderzoek is nagegaan of de burger gestuurd kan worden in de kanaalkeuze bij het afnemen van overheidsdiensten (Jansen, 2008). Aanleiding voor dit onderzoek was de zoektocht naar een methode waarmee de burger kon worden verleid tot het gebruik van internetdiensten. In het onderzoek zijn vijf sturingsinstrumenten onderscheiden (Jansen, 2008):

1. Communicatief: sturing vindt plaats door middel van informatieoverdracht tussen de overheid en de burger, bijvoorbeeld door PR of massamedia.
2. Juridisch: sturing vindt plaats door middel van wetten en regels, zoals het verplichten van elektronische belastingaangifte.
3. Product: sturing vindt plaats door onderscheid te maken in producteigenschappen, zoals een betere of snellere dienstverlening bij het kiezen van een bepaald product.
4. Plaats: sturing vindt plaats door de manier van afname en plaats van afname, bijvoorbeeld door bepaalde kanalen moeilijker bereikbaar te maken.

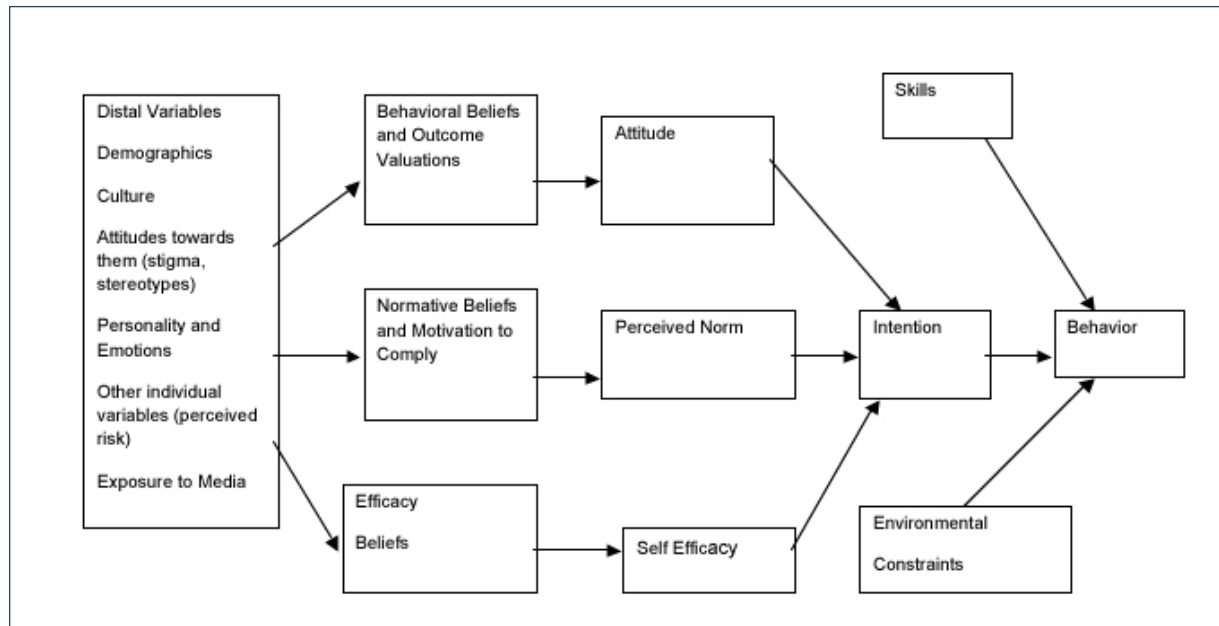
5. Economisch: sturing door middel van economische prikkels, zoals het verhogen van tarieven van bepaalde diensten door heffingen.

De effectiviteit van een sturingsinstrument is afhankelijk van de context waarin dit wordt ingezet. Jansen (2008) concludeert dat de burger juridische sturing geen prettig instrument vindt, omdat deze een te dwingend karakter heeft. Daarnaast gaven burgers aan het niet prettig te vinden wanneer bepaalde dienstverleningskanalen minder toegankelijk gemaakt zouden worden en wilden ze niet dat de tarieven op diensten via bepaalde kanalen verhoogd zouden worden.

### 3.3 OVERTUIGEN

Een overtuiging is een succesvolle, intentionele poging om de mentale toestand van iemand anders te veranderen door middel van communicatie in een situatie waar de ander een bepaalde mate van vrijheid heeft (Hoeken, Horniks & Hustinx, 2012). Er is alleen sprake van een overtuiging als de mentale toestand van de ander veranderd is en als men een alternatieve keuze had. De mentale toestand wordt vaak gelijkgesteld aan de attitude (Hoeken et al., 2012). Hoeken et al. (2012) beschrijven attitude als een psychologische neiging die naar voren komt uit de evaluatie van een bepaald object met een bepaalde mate van goed- of afkeuring. De term object heeft een ruime betekenis; het kan een persoon zijn, een vorm van gedrag, een beleid of een product (Hoeken et al., 2012).

Volgens Hoeken et al. (2012) richt persuasieve communicatie zich op determinanten van automatisch gedrag of op determinanten van beredeneerd gedrag. Fishbein & Yzer (2003) hebben meerdere modellen over de determinanten van beredeneerd gedrag geïntegreerd in één model: *integrative model of behavioral prediction* (IMBP-model). Het model is weergegeven in figuur 2.



**Figuur 2. Integrative model of behavioral prediction (Fishbein & Yzer, 2003).**

Volgens Fishbein & Yzer (2003) wordt het gedrag dat iemand uitvoert beïnvloed door drie determinanten: de intentie om het gedrag uit te voeren (*intention*), de benodigde vaardigheden om het gedrag uit te voeren (*skills*) en de situationele omstandigheden die een barrière kunnen vormen voor de uitvoering van het gedrag (*environmental constraints*). Als aan één van deze voorwaarden niet wordt voldaan, zal het gedrag niet

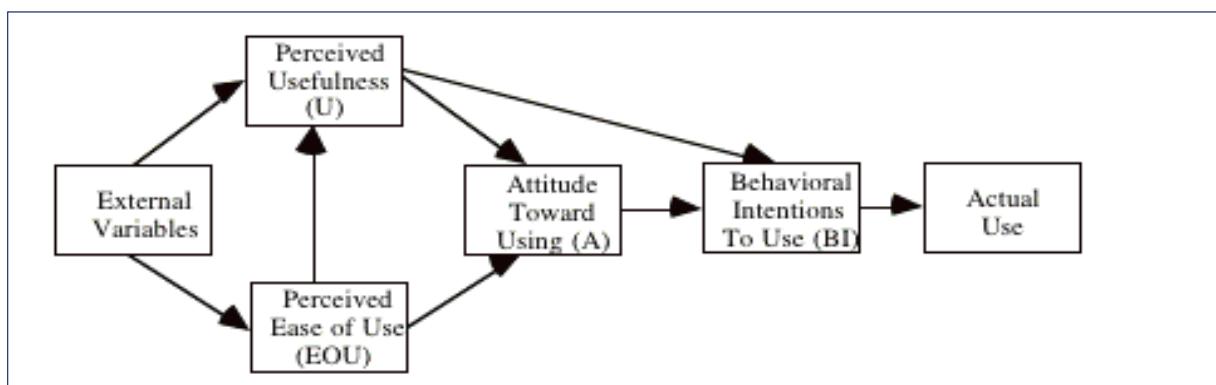
uitgevoerd worden. Intentie wordt beïnvloed door de attitude, de waargenomen norm (*perceived norm*) en de zelfeffectiviteitsperceptie (*self efficacy*). De attitude beschrijft de eigen evaluatie van het gedrag. De attitude bestaat uit de gedragsovertuiging (hoe waarschijnlijk is het dat gedrag leidt tot een bepaald gevolg) en uit evaluaties (hoe wenselijk is het gevolg van het gedrag) (Hoeken et al., 2012). De waargenomen norm bestaat uit de normatieve overtuigingen (wat denkt iemand dat anderen belangrijk vinden) en de motivatie tot conformeren (bereidheid om gehoor te geven aan de wensen van anderen). De zelfeffectiviteitsperceptie bestaat uit de overtuiging dat iemand over de juiste vaardigheden beschikt om een gedrag uit te voeren (*efficacy*) en uit de overtuiging barrières te kunnen overwinnen (*beliefs*). De attitude, waargenomen norm en zelfeffectiviteitsperceptie hebben een directe invloed op de intentie om gedrag uit te voeren. In onderzoek naar overtuiging speelt vooral de attitude een grote rol (Hoeken et al., 2012).

### 3.4 ATTITUDES

In het IMBP-model worden twee soorten attitudes beschreven: doelattitudes (*attitudes toward targets*) en gedragsattitudes (*attitude*). Doelattitudes hebben betrekking op objecten en gedragsattitudes op gedrag. Gedragsattitudes hebben een directe invloed op de intentie om gedrag uit te voeren en blijken een sterkere voorspeller van intentie te zijn dan doelattitudes (Hoeken et al., 2012). Attitudes bestaan uit een overtuiging, een gevoel en uit gedrag. Een overtuiging beschrijft de evaluatie over gedrag op basis van de gewenste gevolgen van dat gedrag. Gevoel en gedrag zijn voornamelijk gebaseerd op vroegere ervaringen met het attitudeobject (Hoeken et al., 2012).

Beredeneerd gedrag is makkelijker te veranderen dan automatisch gedrag. Beredeneerd gedrag kan beïnvloed worden door de communicatie op de determinanten van dat gedrag te richten. Om gedrag te beïnvloeden, is het volgens de Hoeken et al. (2012) belangrijk na te gaan welke determinant het zwaarst weegt bij het gedrag. Als dat bijvoorbeeld de attitude is, zou de communicatie gericht moeten zijn op het veranderen van de attitude. Om dit vast te stellen wordt meestal een vooronderzoek uitgevoerd.

In voorgaand onderzoek bleek dat de attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening ervoor zorgde dat er minder gebruik werd gemaakt van digitale overheidsdiensten dan de overheid zou willen (Pieterse, 2009). De burger moet kennis hebben van de diensten, zich prettig voelen bij de diensten en de intentie hebben om ze te gaan gebruiken. Bij een negatieve attitude zal de burger minder snel het gewenste gedrag gaan vertonen. Pieterse (2009) heeft daarom onderzocht welk kanaal de burger prefereert voor de dienstverlening. De voorkeur voor een kanaal zou de intentie tot het gebruik van dat kanaal namelijk beïnvloeden. Hij onderzocht dit aan de hand van het *Technology Acceptance Model* (TAM-model). Het TAM-model beschrijft determinanten die de acceptatie van ICT verklaren (figuur 3). De waargenomen bruikbaarheid (*perceived usefulness*) en het waargenomen gebruiksgemak (*perceived ease of use*) zijn in het model van invloed op de attitude over het gebruik. Pieterse (2009) heeft deze determinanten bevraagd in een vragenlijst.



Figuur 3. Technology Acceptance Model (Davis, 1989).

Kanaalkeuze wordt als een gedraging beschouwd. Er zijn, naast het IMBP-model en het TAM-model, nog meer modellen ontwikkeld die de determinanten van intenties beschrijven. Deze modellen zijn specifiek gericht op de adoptie van digitale overheidsdiensten, in de literatuur vaak aangeduid als *e-government*. De term adoptie (*adoption*) verwijst naar het accepteren en vervolgens gaan gebruiken van digitale overheidsdiensten.

### 3.5 DE ADOPTIE VAN DIGITALE OVERHEIDSDIENSTVERLENING

De lage adoptie van digitale overheidsdiensten wordt in veel landen als een probleem beschouwd, wat ervoor heeft gezorgd dat er veel onderzoek naar is gedaan (Al-Hujran, Al-Debei, Chatfield & Migdadi, 2015). Shareef, Kumar, Kumar & Dwivedi (2010) beschouwen adoptie van digitale overheidsdienstverlening als een continu proces dat begint bij de bewustwording van een systeem, gevolgd door de *beliefs* over de voordelen van het systeem. Daarna ontstaat er een attitude over het gebruik van dat systeem, die leidt tot de intentie en het daadwerkelijke gebruik van het systeem. Tevredenheid over het systeem zou leiden tot terugkerend gebruik van het systeem. Shareef et al. (2010) hebben het *government adoption model* (GAM-model) (figuur 4, bijlage 3) opgesteld op basis van een literatuuronderzoek en de relaties uit het model getest voor twee fasen in de dienstverlening: de statische fase (*static stage*) en de interactiefase (*interaction stage*). In de statische fase wordt digitale overheidsdienstverlening gebruikt om informatie te bekijken, te verzamelen of te downloaden. In de interactiefase vindt er interactie plaats tussen de burger en de overheid. Ze concluderen dat de aspecten die van invloed zijn op de ontwikkeling van overtuigingen en attitudes over de adoptie van overheidsdienstverlening verschillen per fase (Shareef et al., 2010). In het GAM-model valt niet af te lezen welke factoren dat zijn, daarom worden deze hieronder toegelicht. Bij elk aspect is weergegeven of dit van invloed is op overtuigingen en attitudes in de statische fase (S) of de interactiefase (I):

- Gepercipieerde bewustwording (*perceived awareness*): bewustwording van digitale overheidsdienstverlening kan plaatsvinden door de burger te informeren over de diensten, de burger te wijzen op de voor- en nadelen van het systeem en op de strategische functionaliteiten van het systeem (S + I).
- Gepercipieerde vaardigheid tot gebruik (*perceived ability to use*): de zelfeffectiviteit van de burger (S + I).
- Functionele voordelen (*perceived functional benefit*): gebruik van het medium bespaart geld en tijd (S).
- Gepercipieerd vertrouwen (*perceived trust*): bestaat uit onzekerheid, privacy en veiligheid. De term beschrijft het vertrouwen in het geheel van overheidsdienstverlening (I).
- Gepercipieerd imago (*perceived image*): imago verwijst naar de perceptie van een burger dat de adoptie van digitale overheidsdienstverlening hem superieur maakt in de samenleving (I).

Al-Hujran et al. (2015) zijn net als Shareef et al. (2010) van mening dat de attitudes over digitale overheidsdiensten van invloed zijn op de intentie om de diensten te gaan gebruiken. In onderzoek van Shareef et al. (2010) bleek vertrouwen een directe invloed uit te oefenen op de adoptie in de interactiefase. Vertrouwen is indirect van invloed op intentie in het onderzoek van Al-Hujran et al. (2015), omdat het een invloed uitoefent op de *public value* en *ease of use*. Deze twee constructen beïnvloeden vervolgens de attitude en de intentie (Al-Hujran et al., 2015). *Public value* is de perceptie van de burger over de waarde van overheden die wordt gecreëerd door diensten, wetgeving en andere acties. *Ease of use* gaat over de toegankelijkheid van en het gemak in het gebruik van overheidsdiensten en –informatie. De constructen hebben betrekking op het moment dat er al interactie heeft plaatsgevonden tussen de burger en de overheid op de website. In het onderzoek zijn alleen de reacties gebruikt van personen die wel gebruik hebben gemaakt van de overheidsdiensten. De intenties hadden betrekking op frequenter gebruik van een dienst in de toekomst. De vragen zijn daarom niet geschikt voor het huidige onderzoek, omdat ze niet zijn voorgelegd aan de ‘non-adopters’.

De eerste vragenlijst zal in het huidige onderzoek voorgelegd worden aan de respondenten die nog geen AOW-hebben aangevraagd. Op basis van de hierboven besproken literatuur van Pieterse (2009) en het GAM-model zijn de constructen ‘voorwaarden’ en ‘zelfeffectiviteit’ in vragenlijst 1 opgenomen. De constructen overtuigingen, attitudes en intenties uit het IMBP-model worden ook opgenomen in vragenlijst 1. Deze overtuigingen, attitudes en intenties worden voorafgaand aan de AOW-aanvraag bevestigd. De gebruiksvriendelijkheid (*ease of use, functional benefit*) en veiligheid (*perceived trust*) zijn indicatoren van overtuigingen die in vragenlijst 1 worden opgenomen op basis van het GAM-model. De vragen over gebruiksvriendelijkheid en veiligheid worden vervolgens in de tweede vragenlijst ook gebruikt om de ervaring over de aanvraag te meten.

### 3.6 DIGITALE KLOOF

Het verschil tussen de groep mensen die wel en niet gebruik maken van digitale overheidsdiensten wordt de digitale kloof genoemd (De Caluwé, Chiara, Verdegem & Van Dooren, 2012). Sociale, cognitieve en materiële hulpbronnen bleken van invloed te zijn op het gebruik van nieuwe technologieën (De Caluwé et al., 2012). Sociale hulpbronnen zijn bronnen uit het sociale netwerk van de gebruiker, zoals een familielid. Cognitieve hulpbronnen verwijzen naar de vaardigheid en geletterdheid van een gebruiker om met de technologie om te kunnen gaan. Materiële hulpbronnen bepalen of iemand toegang heeft tot ICT, zoals de beschikbaarheid van een computer. Burgers maken een inschatting over wat het nut van het digitale middel is, hoe gemakkelijk het te gebruiken is en wat anderen erover denken (Ebbers et al., 2008). De kwetsbare doelgroepen bestaan volgens De Caluwé et al. (2012) uit mensen met een laag inkomen, een lage opleiding, inactieven, allochtonen en ouderen. Deze groep mensen wordt ook wel aangeduid als digitaal ongeletterden (Ebbers et al., 2008). Volgens Ebbers et al. (2008) ontbreekt het digitaal ongeletterden aan motivatie, middelen en vaardigheden om gebruik te maken van internetdiensten.

### 3.7 OUDEREN

In onderzoek naar internetgebruik onder ouderen wordt niet altijd een onderscheid gemaakt tussen verschillende leeftijdscategorieën. Zo worden er uitspraken gedaan die geldig zouden zijn voor de hele groep ‘ouderen’, waarbij de leeftijd varieert van 65 tot en met 80 jaar. Van Deursen & Helsper (2015) hebben daarentegen wel een onderscheid gemaakt tussen verschillende leeftijdscategorieën. Ze onderscheiden groepen van 65-70 jaar, 71-75 jaar en 75+ en concluderen dat de groep ouderen vanaf 65 jaar erg divers is. Mannen bleken meer gebruik te maken van internet dan vrouwen en educatie bleek daarnaast van invloed te zijn op internetgebruik; hoe lager de opleiding, hoe minder het gebruik (Van Deursen & Helsper, 2015). Uit onderzoek van Duimel (2007) en Klumper (2000) bleek dat ouderen het internet vooral gebruiken om met hun familie in contact te zijn via e-mail. Belemmerende factoren voor internetgebruik bleken in deze onderzoeken de volgende te zijn: er geen meerwaarde in zien, angst zien wegens mogelijke gevaren en het gebrek aan vaardigheden. Volgens Van Deursen & Helsper (2015) is het belangrijk om te onderzoeken wat de relatie is tussen internetattitudes en internetgebruik onder ouderen. Internetattitudes verklaarden namelijk een groot deel van de internetactiviteiten van ouderen, gevolgd door leeftijd, geslacht, geletterdheid en internetervaring (Van Deursen & Helsper, 2015). Vervolgonderzoek naar de invloed van attitudes zou een verklaring kunnen geven voor de negatieve attitudes over internetgebruik onder ouderen (Van Deursen & Helsper, 2015).

### 3.8 THEORETISCHE EN PRAKTISCHE RELEVANTIE

Dit onderzoek is zowel theoretisch als praktisch relevant. Het onderzoek levert theoretische inzichten op over een procedure die niet eerder wetenschappelijk onderzocht is, maar waar iedereen in zijn leven mee te maken krijgt. De doelgroep 65-jarigen is nog weinig onderzocht en dat maakt dit onderzoek theoretisch interessant. De AOW-doelgroep is erg divers; mensen uit alle lagen van de bevolking kregen de enquête toegestuurd. In 2010 is er door een onderzoeksbureau een pilotstudie uitgevoerd onder klanten die AOW hadden aangevraagd. Dat is inmiddels alweer vijf jaar geleden en het huidige onderzoek levert resultaten op die recenter zijn. Daarnaast is de AOW-aanvraag over het algemeen geen complexe taak; door één formulier in te

vullen kan AOW aangevraagd worden. Dit onderzoek geeft daardoor de mediavorkeuren van de respondenten weer, wat ook theoretisch interessant is.

Het onderzoek is praktisch relevant, omdat het inzichten biedt in de overwegingen van klanten die binnenkort AOW gaan aanvragen. De groep aanvragers komt tevens elke maand terug. Wanneer iemand AOW op internet aanvraagt, is de kans groot dat hij in de toekomst ook gebruik maakt van webdiensten van de SVB. Dit kan een kostenbesparing voor de SVB opleveren. De verwachtingen van de klant over de AOW-aanvraag worden in kaart gebracht met dit onderzoek. Hierdoor kan er wellicht beter worden voldaan aan de verwachtingen van de klant.

#### **BEGRIPPEN**

In dit onderzoek worden veelvoorkomende begrippen afgekort of vergemakkelijkt. Dit zijn niet altijd bestaande termen. Om verwarring te voorkomen worden deze begrippen toegelicht:

- Niet-aanvragers: respondenten van vragenlijst 1 die nog geen AOW hebben aangevraagd.
- Internetaanvragers: respondenten van vragenlijst 2 die AOW op internet hebben aangevraagd. Betekent hetzelfde als online aanvragers, digitale aanvragers.
- Papieren aanvragers: respondenten van vragenlijst 2 die AOW op papier hebben aangevraagd. Betekent hetzelfde als schriftelijke aanvragers.
- Respondenten met een internetintentie: respondenten uit vragenlijst 1 die van plan zijn AOW op internet aan te vragen.
- Respondenten met een papieren intentie: respondenten uit vragenlijst 1 die van plan zijn AOW op papier aan te vragen.
- Internetovertuigingen en internetattitudes: overtuigingen en attitudes die betrekking hebben op een internetaanvraag en bevroegd zijn in vragenlijst 1.
- Papieren overtuigingen en papieren attitudes: overtuigingen en attitudes die betrekking hebben op een papieren aanvraag en bevroegd zijn in vragenlijst 1.

## 4. DOEL- EN VRAAGSTELLING

In dit hoofdstuk worden de doel- en vraagstelling geformuleerd. De SVB wil dat zoveel mogelijk klanten op internet AOW aanvragen. Het doel van dit onderzoek is om aanbevelingen te doen aan de SVB over hoe de communicatie rondom het aanvraagproces kan bijdragen aan de sturing van klanten naar het digitale kanaal. De aanbevelingen zullen betrekking hebben op het gehele proces van de aanvraag. Het betreft communicatie over de aanvraagprocessen, zoals de aankondigingsbrief, en over het ontwerp van de processen zelf, zoals de papieren aanvraagformulieren en de digitale aanvraag. Om deze doelstelling te realiseren dienen de volgende twee hoofdvragen beantwoord te worden:

*Welke overwegingen van de klant zijn van invloed op de keuze voor een papieren of digitale AOW-aanvraag?*

*Hoe worden de papieren en de digitale aanvraagprocedures achteraf ervaren en gewaardeerd?*

De hoofdvragen zullen beantwoord worden aan de hand van enkele deelvragen. De eerste twee deelvragen hebben betrekking op de fase voordat de klant AOW aanvraagt. In deze fase maakt de klant de overweging om AOW digitaal of schriftelijk aan te vragen. Tijdens de aanvraag zelf worden er geen observaties verzameld.

**DEELVRAAG 1:** welke overtuigingen, attitudes en intenties hebben klanten van de SVB over het internet-aanvraagproces en het papieren aanvraagproces in de fase voorafgaand aan de aanvraag en wat is de relatie tussen deze variabelen?

In de literatuur zijn verschillende overtuigingen aan bod gekomen die van invloed kunnen zijn op de kanaalkeuze van de aanvrager. Niet alle overtuigingen zullen hetzelfde effect hebben op de intentie om AOW op internet of op papier aan te vragen. Nadat de overtuigingen, attitudes en intenties in kaart zijn gebracht per kanaal, kan nagegaan worden welke overtuigingen en attitudes de grootste invloed uitoefenen op de intentie. Deze overtuigingen kunnen mogelijk gestuurd worden door middel van communicatie. Op basis van de literatuur zijn de volgende hypothesen opgesteld over een internetaanvraag:

**H1a:** Als de internetovertuigingen gunstiger worden, worden de internetattitudes ook gunstiger.

**H1b:** Als de internetattitudes gunstiger worden, neemt de intentie om AOW op internet aan te vragen toe.

Er zijn ook twee hypothesen opgesteld over een papieren aanvraag:

**H2a:** Als de papieren overtuigingen gunstiger worden, worden de papieren attitudes ook gunstiger.

**H2b:** Als de papieren attitudes gunstiger worden, neemt de intentie om AOW op papier aan te vragen toe.

Ten slotte zijn er twee hypothesen opgesteld over het verband tussen een internetaanvraag en een papieren aanvraag:

**H3a:** Als de internetovertuigingen gunstiger worden, worden de papieren overtuigingen ongunstiger.

**H3b:** Als de internetattitudes gunstiger worden, worden de papieren attitudes ongunstiger.

**DEELVRAAG 2:** welke overtuigingen en attitudes verklaren dat klanten van de SVB voor een internetaanvraag of een papieren aanvraag kiezen?



De overtuigingen worden gemeten met vier constructen: gebruiksvriendelijkheid, veiligheid, formele communicatie en zekerheid. De stellingen over attitudes betreffen algemene oordelen.

Vervolgens zal met een derde deelvraag onderzocht worden hoe de papieren en de digitale aanvraagprocedures ervaren en gewaardeerd worden. De ervaring met en de waardering van de aanvraag zullen gemeten worden nadat de klant AOW heeft aangevraagd. Er zullen rechtstreekse servicebelevingsvragen aan de klant worden gesteld. Daarnaast zullen de verwachtingen van de klant over de aanvraagprocedures bevestigd worden, nadat AOW is aangevraagd.

**DEELVRAAG 3:** hoe worden de papieren aanvraagprocedure en de digitale aanvraagprocedure achteraf ervaren en gewaardeerd?

Uit vooronderzoek dat in 2010 binnen de SVB is uitgevoerd bleek dat internetaanvragers meer tevreden waren dan papieren aanvragers. De vragen over tevredenheid hadden in dat onderzoek specifiek betrekking op de dienstverlening van de SVB. In het huidige onderzoek ligt de nadruk op de waardering van de aanvraagprocedure. Op basis van het voorgaande onderzoek wordt de volgende hypothese opgesteld:

**H4:** De tevredenheid van de internetaanvragers is hoger dan de tevredenheid van de papieren aanvragers.

Naast dat de SVB zoveel mogelijk klanten naar het digitale web wil sturen voor de aanvraag, willen ze dat deze klanten in de toekomst ook gebruik blijven maken van het digitale kanaal. Daarom zal de intentie ook in kaart worden gebracht.

**DEELVRAAG 4:** wat is het effect van ervaring en waardering op de intentie om in de toekomst zaken rondom AOW via de website van de SVB te regelen?

**H5:** Verwacht wordt dat een positieve ervaring en waardering zullen leiden tot een toename in de intentie om in de toekomst gebruik te maken van de website van de SVB.

**DEELVRAAG 5:** welke verwachtingen had de klant over de gehele AOW-aanvraag?

Deelvraag 5 is exploratief van aard. Exploratief onderzoek levert veel ongestructureerde resultaten op. Niet eerder is specifiek naar dit soort verwachtingen gevraagd. Wel is in eerder onderzoek in 2010 onderzocht of de dienstverlening van de SVB voldeed aan de verwachtingen van de klant. Het antwoord op deelvraag 5 levert de SVB nieuwe inzichten op over de verwachtingen van de klant over de AOW-aanvraag. Daarnaast is er geen informatie bekend over een eventueel verschil in verwachtingen tussen internetaanvragers en papieren aanvragers. Aangezien deze vraag exploratief is, zijn er geen hypothesen opgesteld.

Gedurende dit onderzoek zal er gebruik gemaakt worden van onderzoeksgegevens van klanten die nog geen AOW hebben aangevraagd (deelvraag 1 en 2) en van klanten die wel AOW hebben aangevraagd (deelvraag 3, 4 en 5). In eerste instantie zullen er in een vooronderzoek telefonisch enkele klanten worden geïnterviewd uit beide groepen. Vervolgens zullen er in het hoofdonderzoek enquêtes verspreid worden onder klanten die in juni 2015 de aankondigingsbrief hebben ontvangen.

Tot slot is niet bekend welke klanten en waarom klanten AOW juist snel (binnen enkele maanden na het ontvangen van de aankondigingsbrief) aanvragen of juist later (vanaf enkele maanden vóór de AOW-ingangsdatum). Dit onderzoek geeft meer informatie over de kenmerken van deze twee klantgroepen.

## 5. VOORONDERZOEK

### 5.1 INTRO

Voorafgaand aan het hoofdonderzoek is er een telefonisch vooronderzoek uitgevoerd. Op 15 en 16 oktober 2015 is er een telefonisch onderzoek afgenomen onder enkele niet-aanvragers, internetaanvragers en papieren aanvragers. Het doel van het onderzoek was inzicht krijgen in de overtuigingen die spelen bij de drie soorten aanvragers. Er zijn in totaal 16 telefoongesprekken gevoerd. Bevindingen uit het vooronderzoek zijn meegenomen in de enquêtes van het hoofdonderzoek.

### 5.2 METHODE

Met behulp van een *query* is begin september een Excelbestand opgesteld met de namen en adresgegevens van 16.201 klanten die vanaf december 2015 recht hebben op AOW. De AOW-aankondigingsbrief is in juni naar deze klanten verzonden. Begin september heeft een deel van deze 16.201 klanten al AOW aangevraagd en een deel nog niet: 11.651 klanten hebben op dit moment al een digitale aanvraag gedaan, 2180 klanten hebben een papieren aanvraag gedaan en 2370 klanten hebben nog geen aanvraag gedaan. Uit elke groep is een aantal klanten geselecteerd voor het telefonisch onderzoek. In totaal waren dat 31 klanten. Deze klanten zijn via een brief op de hoogte gebracht van het telefonisch onderzoek.

De telefoongesprekken zijn gevoerd met behulp van een korte vragenlijst. De vragen zijn opgesteld op basis van de geraadpleegde literatuur en de resultaten uit de proeftuin AOW-aanvraag (bijlage 4). Tijdens het gesprek werd geprobeerd zoveel mogelijk vragen aan de klant te stellen. Aan het einde van het gesprek werden de respondenten bedankt voor hun medewerking.

Enkele vragen bleken te ontbreken in de opgestelde vragenlijst, zoals: *Heeft u een Berichtenbox?*. De vragen die ontbraken zijn aan de vragenlijst toegevoegd, maar daardoor niet telefonisch aan alle klanten gesteld. Twee klanten wilden niet meewerken, de redenen waren: 'ik heb nooit post gehad' en 'ik zit niet bij die bank'. De overige klanten waren bereid mee te werken.

### 5.3 RESULTATEN VOORONDERZOEK

#### 5.3.1 INTERNETAANVRAGERS

Er is gesproken met vijf internetaanvragers. Twee klanten hebben hun AOW direct na het ontvangen van de aankondigingsbrief aangevraagd. Drie klanten gaven aan hun aanvraag onlangs te hebben gedaan (in de periode van 1 september tot 15 oktober). De reden hiervoor is dat ze de aanvraag op hun verjaardag hebben gedaan (2x) of doordat ze geen aankondigingsbrief hadden ontvangen (1x). Twee van de vijf internetaanvragers gaven aan hulp te hebben gehad bij de aanvraag. Deze hulp kwam van een dochter of van een financieel dienstverlener.

Voor de vier klanten die de aankondigingsbrief in juni hebben ontvangen kwam deze niet onverwachts: ze wisten dat ze zelf een AOW-aanvraag moesten doen. Eén klant had nog geen DigiD, maar heeft deze aangevraagd om de aanvraag te kunnen doen. Ze kozen voor een internetaanvraag omdat dat gebruikelijk voor ze was (2x), het een snelle manier leek (1x), handiger leek (1x), of omdat de SVB dat graag wilde (1x). Een van de klanten was al bekend met de website van de SVB, omdat zij al jaren een Anw-uitkering ontvangt. Een andere klant kan zich niet meer herinneren of hij de SVB-website heeft bekeken voorafgaand aan de aanvraag. De twee andere klanten gaven aan voor de aanvraag niet op de website te hebben gekeken. Ze beschikten al over voldoende informatie. De klant die de aankondigingsbrief AOW niet heeft ontvangen, had de website wel bezocht voor informatie over de AOW-aanvraag.

De klanten verschilden wat betreft internetervaring. Drie klanten zeiden internet vaak te gebruiken en de aanvraag zonder hulp van anderen te hebben gedaan. Deze klanten zijn in de toekomst ook van plan webdiensten van de SVB te gebruiken. Twee klanten gaven aan minder internetervaring te hebben en hulp te hebben gekregen bij de aanvraag. Eén klant geeft in de toekomst de voorkeur aan telefonisch contact met de

SVB, omdat ze dan snel antwoord krijgt. De andere klant wil in de toekomst ook gebruikmaken van internet, maar moet dan wel hulp van anderen kunnen inschakelen. De klanten waren over het algemeen erg tevreden over de digitale aanvraag. Ze vonden de aanvraag snel en eenvoudig. Daarnaast konden ze de aanvraag in één keer afmaken.

### 5.3.2 PAPIEREN AANVRAGERS

Er is met zeven klanten uit deze doelgroep gesproken. Een van de klanten was ervan overtuigd dat zij het papieren aanvraagformulier automatisch had ontvangen. Dat is opmerkelijk, aangezien de SVB het papieren formulier niet meer meestuurt. Tijdens het invullen van het aanvraagformulier belde ze naar de SVB met een vraag. De medewerker vertelde haar dat hij de aanvraag verder telefonisch met haar kon afhandelen.

De overige zes klanten gaven aan hun aanvraag vrij snel na ontvangst van de aankondigingsbrief te hebben gedaan. Ze hebben hierbij geen hulp van anderen gehad. Ze kozen voor een papieren aanvraag omdat zij niet handig zijn met de computer. Vier van de zes klanten hebben zelf een computer, één klant heeft een kapotte computer en één klant heeft geen computer. De klanten zijn onzeker over hun eigen computervaardigheden en doen de aanvraag liever op papier. Eén klant gaf aan de aankondigingsbrief in de Berichtenbox te hebben ontvangen. Ze heeft het aanvraagformulier alsnog op papier aangevraagd, omdat ze officiële documenten liever op papier invult. Een andere klant gaf aan dat zijn voorkeur uitging naar een papieren document, omdat er bij een storing op een computer geen informatie teruggezocht zou kunnen worden, terwijl dit op papier wel kan. Vier klanten met computer vertelden deze thuis of op het werk te gebruiken. Ze gebruiken de computer voornamelijk om te e-mailen of om informatie op te zoeken. Eén klant gaf aan een hekel te hebben aan computers.

De klanten gaven aan dat zij de aankondigingsbrief in juni hadden verwacht. Met leeftijdsgenoten, vrienden en collega's was al gesproken over de AOW-aanvraag, waardoor zij goed op de hoogte waren. Hierdoor wisten ze ook dat de mogelijkheid bestond AOW op papier aan te vragen, 'gelukkig maar'. Ze belden dan ook niet met het idee dat ze de aanvraag telefonisch konden afhandelen.

Vier van de zes klanten beschikten over een DigiD. Ook de klant zonder internetervaring had een DigiD. Voor zijn belastingaangifte schakelt hij hulp in. De papieren aanvraag voldeed aan de verwachtingen van de klanten. Eén klant gaf aan dat de aanvraag boven verwachting snel ging.

### 5.3.3 NIET-AANVRAGERS

Van de zeven klanten die zijn gebeld uit deze groep gaven drie klanten aan hun aanvraag al te hebben gedaan. De overige vier klanten wisten niet dat ze AOW zelf moesten aanvragen. Twee klanten dachten dat het automatisch zou gaan. De derde klant had een papieren formulier per post verwacht. Eén klant dacht dat AOW hetzelfde was als de pensioenuitkering. Deze vier klanten zeggen geen aankondigingsbrief te hebben ontvangen. Dit kan veroorzaakt worden doordat zij een Berichtenbox hebben waar ze niet in kijken. Eén klant bleek een Berichtenbox te hebben, maar kon er niet mee overweg. Ze kon dus niet bevestigen of ze de aankondigingsbrief had ontvangen. De vraag over de Berichtenbox is niet aan de andere drie klanten gesteld, maar zal wel opgenomen worden in de vragenlijsten. Drie klanten gaven aan hun AOW op papier aan te willen vragen. Omgaan met de computer wordt moeilijk gevonden (2x) en de klant heeft een hekel aan het web (1x). Eén klant wil de aanvraag digitaal doen, omdat ze internet altijd gebruikt.

## 5.4 CONCLUSIE VOORONDERZOEK

In het vooronderzoek is gebleken dat een deel van de niet-aanvragers inmiddels al AOW heeft aangevraagd. Hierover zal daarom een vraag opgenomen worden in de enquête. Klanten die hun aanvraag op internet hebben gedaan gaven aan dit gebruikelijk te vinden en het als snel te ervaren. Klanten die AOW op papier hebben aangevraagd gaven aan geen computer te hebben of er niet mee overweg te kunnen. De klanten lijken tevreden te zijn over zowel het digitale als het papieren aanvraagproces. Meerdere klanten gaven aan dat hun

65e verjaardag een herinnering was voor de aanvraag. De klanten die al AOW hadden aangevraagd wisten precies te vertellen wanneer ze hun eerste uitkering zouden ontvangen. De niet-aanvragers gaven aan geen aankondigingsbrief te hebben ontvangen. De klanten die nog niet hadden aangevraagd waren blij dat ze daaraan herinnerd werden in het telefoongesprek. Op basis van het vooronderzoek worden de volgende vragen/stellingen opgenomen in de vragenlijsten:

- Heeft u uw AOW al aangevraagd? (vragenlijst 1)
- Ontvangt u brieven van de SVB in uw Berichtenbox? (vragenlijst 1 en 2)
- Ik wist dat ik mijn AOW zelf moest aanvragen (vragenlijst 2)
- Belangrijke informatie bewaar ik graag: digitaal/ op papier/weet ik niet (vragenlijst 1 en 2)
- Formele documenten verstuur ik graag: digitaal/ op papier/weet ik niet (vragenlijst 1 en 2)

## 6. METHODE HOOFDONDERZOEK

In dit hoofdstuk wordt de methode van het hoofdonderzoek besproken. Het hoofdonderzoek betreft een kwantitatief onderzoek. Er zijn twee verschillende enquêtes verstuurd. Deze konden op papier of op internet worden ingevuld door de respondent. Voor de online enquête is het programma Survey Gizmo gebruikt.

### 6.1 RESPONDENTEN

Er zijn 1984 participanten benaderd om deel te nemen aan het hoofdonderzoek. Door middel van een *query* is er een steekproef getrokken uit het bestand met 16.201 personen dat gebruikt is in het vooronderzoek. De variabelen die gemeten zijn in de steekproef zijn als volgt: het geslacht van de respondenten, korting op AOW, huwelijks staat en partner met AOW. De verdeling van deze variabelen in de totale populatie was bekend. Als 10 procent van de totale populatie korting op AOW had, was dit ook 10 procent van de klanten uit de steekproef. De steekproef is dus een goede afspiegeling van de populatie waaruit hij getrokken is. De respondenten waren 65 jaar oud of zouden binnenkort 65 jaar worden. De steekproef bestond uit drie soorten aanvragers:

- Niet-aanvragers: 998 klanten die op 1 september 2015 nog geen AOW hadden aangevraagd (vragenlijst 1);
- Internetaanvragers: 500 klanten die AOW op internet hadden aangevraagd in de periode juni-september 2015 (vragenlijst 2);
- Papieren aanvragers: 486 klanten die AOW op papier hadden aangevraagd in de periode juni-september 2015 (vragenlijst 2).

De vragenlijst kon zowel op papier als op internet ingevuld worden. De digitale en papieren vragenlijsten waren vergelijkbaar. In tabel 2 zijn de respondenten weergegeven per vragenlijst en per medium van de vragenlijst.

		Digitale vragenlijst	Papieren vragenlijst	Totaal
<b>Vragenlijst 1</b>	Niet-aanvragers	23	78	101
<b>Vragenlijst 2</b>	Internetaanvragers	54	97	151
	Papieren aanvragers	5	203	208
	<i>Totaal vragenlijst 2</i>	<i>59</i>	<i>300</i>	<i>359</i>
<b>Totaal v1 en v2</b>		82	378	460

**Tabel 2. Respondenten van het onderzoek, uitgesplitst naar vragenlijst en naar het medium van de vragenlijst.**

De respondenten werden niet verplicht tot het invullen van de enquête. Er werd een respons van 20 procent per vragenlijst verwacht. Er zijn in totaal 460 vragenlijsten ingevuld. De respons van vragenlijst 1 bedraagt slechts 10.1 procent. Uit de ontvangen telefoontjes bleek dat het ontvangen van vragenlijst 1 voor een deel van de niet-aanvragers als verwarrend werd ervaren. Tevens had een deel van de respondenten inmiddels AOW aangevraagd; zij konden niet meer deelnemen aan het onderzoek. De respons van vragenlijst 2 was 35.9% procent. Deze hoge respons kan verklaard worden doordat deze respondenten AOW hadden aangevraagd. De vragenlijst zorgde daardoor niet voor verwarring. Wanneer deze klanten belden na ontvangst van de vragenlijst, vroegen zij meestal om een bevestiging van de aanvraag. Het merendeel van de vragenlijsten is ingevuld op papier. Zelfs de internetaanvragers kozen vaker voor een papieren vragenlijst dan een digitale vragenlijst.

### 6.2 MATERIAAL

#### 6.2.1 VRAGENLIJSTEN

Er is gebruik gemaakt van twee verschillende vragenlijsten: vragenlijst 1 (bijlage 5) en vragenlijst 2 (bijlage 6).

De eerste vragenlijst is gebruikt om de overtuigingen, attitudes en intenties van de niet-aanvragers in kaart te brengen. De tweede vragenlijst is gebruikt om de ervaring, waardering en verwachtingen van de papieren aanvragers en internetaanvragers in kaart te brengen. De niet-aanvragers hebben vragenlijst 1 ontvangen en de papieren aanvragers en de internetaanvragers hebben vragenlijst 2 ontvangen. Beide vragenlijsten beginnen met een korte uitleg. Hierin werd benadrukt dat de SVB geïnteresseerd was in de mening van klanten en dat er geen goede of foute antwoorden waren. Er werd ook een voorbeeldstelling gegeven. In beide vragenlijsten zijn dezelfde respondentkenmerken bevestigd:

Respondentkenmerken: het geslacht, de hoogst afgeronde opleiding en het geboorteland van de respondenten zijn bevestigd. Deze kenmerken bleken in eerder onderzoek van invloed te zijn op het internetgebruik of de kanaalvoorkeur (Van der Geest, 2014; Van Deursen & Helsper, 2015). Aan de klant is ook gevraagd of hij met een partner woont die al een AOW van de SVB ontvangt en via welk kanaal deze partner zijn AOW heeft aangevraagd. De aanvraag van de partner was mogelijk van invloed op de kanaalkeuze van de respondent. Gedurende de jaren dat een klant in het buitenland heeft gewoond of gewerkt is er geen AOW opgebouwd, dat wordt 'korting op AOW' genoemd. De kans bestaat dat de aanvraag daardoor niet in één keer kon worden afgemaakt. De vraag over wonen en werken buiten Nederland is daarom ook aan de klant gesteld.

Er zijn twee vragen opgesteld die de administratieve geletterdheid en uitstelgedrag van de klant in kaart brachten. Als een respondent weinig ervaring heeft met het invullen van formulieren en administratief werk vaak wordt uitgesteld, kon dat ervoor zorgen dat de klant lang wachtte met de AOW-aanvraag.

Aan alle klanten is gevraagd of zij de AOW-aankondigingsbrief hadden ontvangen in juni 2015, en of zij beschikten over een DigiD en een Berichtenbox. Uit het vooronderzoek bleek dat niet alle klanten konden aangeven of zij de aankondigingsbrief hadden ontvangen. Mogelijk is de brief naar de Berichtenbox gestuurd en hebben de klanten er niet aan gedacht om daar te kijken of waren ze vergeten dat ze een Berichtenbox hadden. De vragen over respondentkenmerken vormden de allerlaatste vragen van beide vragenlijsten. De overige vragen en stellingen verschilden per vragenlijst en zullen hieronder toegelicht worden.

### 6.2.2 VRAGENLIJST 1

De vragenlijst bestond uit vragen en stellingen over voorwaarden, zelfeffectiviteit, overtuigingen met betrekking tot een internetaanvraag en een papieren aanvraag, attitudes met betrekking tot een internetaanvraag en een papieren aanvraag en intenties. In bijlage 7 is een overzicht van de verschillende dimensies, indicatoren en enquêtevragen/stellingen weergegeven. De dimensies zullen hieronder toegelicht worden.

Voorwaarde aan deelname onderzoek: op het moment dat de klant de enquête ontving, kon hij inmiddels AOW hebben aangevraagd. De intenties konden dan niet meer bevestigd worden. Aan de klant is gevraagd of hij zijn AOW al had aangevraagd. Indien het antwoord op deze vraag *ja* was, hoefde de respondent de vragenlijst niet verder in te vullen.

Voorwaarden: volgens Pieterse (2009) ontstaat er geen intentie om een digitale overheidsdienst te gaan gebruiken zonder dat er aan drie voorwaarden wordt voldaan. Op basis daarvan zijn er drie voorwaarden opgesteld die gelden voor het doen van een digitale AOW-aanvraag: beschikking hebben over een computer met internet, ervaring hebben met internet en bekend zijn met de internetaanvraag. De eerste twee voorwaarden bleken in de proeftuin ook een rol te spelen. De derde voorwaarde komt overeen met de *perceived awareness* uit het GAM-model.

Zelfeffectiviteit: zelfeffectiviteit komt voor in het IMBP-model (*self-efficacy*) en in het GAM-model (*perceived ability to use*). De klant dient ervan overtuigd te zijn dat hij over de vaardigheden beschikt om een papieren of digitale aanvraag te kunnen doen. Wanneer deze overtuiging afwezig is, zal er geen intentie ontstaan om de

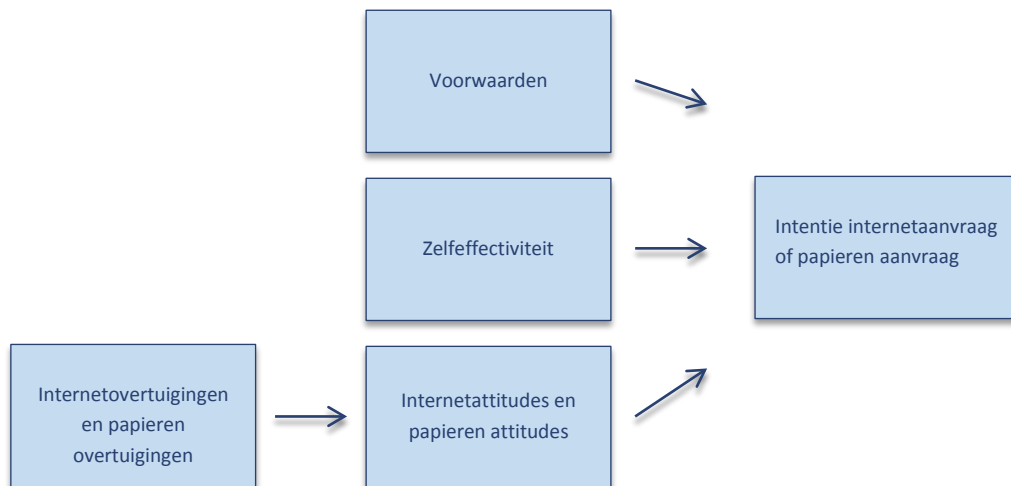
aanvraag te doen. Zelfeffectiviteit bleek ook in de proeftuin en het vooronderzoek een rol te spelen. Klanten gaven aan dat zij niet in staat waren om een internetaanvraag te kunnen doen. De zelfeffectiviteit is zowel voor de papieren als voor de digitale aanvraag bevraagd.

Overtuigingen m.b.t. een internetaanvraag en een papieren aanvraag: de stellingen met overtuigingen gingen over de gebruiksvriendelijkheid van de aanvraag, de veiligheid van de aanvraag, formele communicatie en zekerheid. De overtuigingen zijn als stellingen gepresenteerd en zijn hetzelfde voor de internetaanvraag als voor de papieren aanvraag. Gebruiksvriendelijkheid is gebaseerd op de voordelen van de aanvraag die zijn beschreven in de aankondigingsbrief, op de indicator *functional benefit* uit het GAM-model en op het construct *ease of use* uit het onderzoek van Al-Hujran et al. (2015). Veiligheid is gebaseerd op het GAM-model, waarin veiligheid en privacy van invloed bleken te zijn op de attitudes met betrekking tot de adoptie van overheidsdienstverlening. Formele communicatie is gebaseerd op het vooronderzoek, waarin een klant aangaf formele documenten graag op papier te bewaren. De indicator zekerheid meet het gevoel dat een respondent heeft over het ontvangst van de aanvraag door de SVB.

Attitudes m.b.t. internetaanvraag en papieren aanvraag: attitudes zijn bevraagd met vier stellingen. Dit waren algemene oordelen. De attitude wordt gevormd door verschillende oordelen die mensen hebben over een bepaald gedrag.

Intenties: er zijn twee vragen over intenties gesteld. Het betrof de intentie om AOW op internet of papier aan te vragen en de intentie om in de toekomst zaken rond de AOW via de website van de SVB te regelen. Er is alleen gevraagd naar de intentie om in de toekomst internet te gebruiken en niet naar de intentie om in de toekomst papier te gebruiken, omdat in dit onderzoek wordt nagegaan hoe zoveel mogelijk klanten naar het web gestuurd kunnen worden.

Op basis van de dimensies is het volgende model opgesteld voor vragenlijst 1:



**Figuur 5: model voor vragenlijst 1.**

Het construct waargenomen norm is volgens Hoeken et al. (2012) ook van invloed op de intentie, maar is niet bevraagd in dit onderzoek. De AOW-aanvraag is een individuele actie en wordt maar één keer uitgevoerd. Verwacht werd dat meningen van anderen, naast die van de partner, daarbij geen rol zouden spelen.

### 6.2.3. VRAGENLIJST 2

De vragen en stellingen gingen over de kanaalkeuze, de ervaren moeite, de ervaring in het algemeen, de

verwachtingen, de waardering en de intentie. In bijlage 8 is een overzicht van de verschillende dimensies, indicatoren en enquêtevragen/stellingen weergegeven. De dimensies zullen hieronder toegelicht worden.

Kanaalkeuze: aan de klant is gevraagd via welk kanaal hij zijn aanvraag heeft gedaan en waarom hij voor dit kanaal heeft gekozen. Deze vragen zijn overgenomen uit Jansen (2008). De klant kon twaalf verschillende antwoordopties aangeven als redenen voor zijn kanaalkeuze. Deze redenen zijn opgesteld op basis van de resultaten uit de proeftuin en uit het vooronderzoek.

Ervaren moeite: de AOW-aanvraag bestaat niet bij elke klant uit evenveel stappen. Op een papieren aanvraagformulier of een digitaal aanvraagdocument is bepaalde informatie over de klant al ingevuld door de SVB. Indien de SVB nog niet over voldoende gegevens van de klant beschikt, worden deze opgevraagd bij de klant, zoals persoons- en adresgegevens en de perioden waarin iemand buiten Nederland heeft gewerkt. Het kan dus per klant verschillend zijn uit hoeveel stappen de aanvraag bestaat. Hierdoor was het niet mogelijk om elke stap in het aanvraagproces te vergelijken voor de papieren en de digitale aanvraag. Klanten ervaren een aanvraagproces mogelijk als moeizamer wanneer zij de aanvraag niet in één keer kunnen afmaken, als ze zelf meer informatie moeten aanleveren, als ze hulp hebben gehad bij de aanvraag en/of als ze een vraag hebben gesteld aan de SVB tijdens de aanvraag. De vraag over complexiteit is overgenomen uit Van der Geest (2014).

Ervaring algemeen: de ervaring met de procedure is gemeten met de stellingen die in vragenlijst 1 zijn gebruikt om de overtuigingen in kaart te brengen. Dit zijn de constructen gebruiksvriendelijkheid, veiligheid en zekerheid. De twee vragen over formele communicatie gingen niet specifiek over de waardering zelf en pasten beter bij de vragen over de respondentkenmerken in vragenlijst 2.

Verwachtingen: de SVB wilde graag meer inzicht in de verwachtingen van de klant over de aanvraagprocedure. Aangezien de klant zijn aankondigingsbrief in juni 2015 al had ontvangen, zal het niet voor alle klanten eenvoudig zijn geweest om na te gaan wat hun verwachtingen waren. Desondanks is geprobeerd zicht op de verwachtingen te krijgen door hier enkele vragen over te stellen. De vragen over verwachtingen hadden betrekking op het gehele aanvraagproces.

Waardering: de klant is gevraagd zijn tevredenheid over de aanvraagprocedure uit te drukken in een rapportcijfer. Vervolgens zijn hier drie vragen over gesteld. Deze zijn gebaseerd op de attitudevragen uit vragenlijst 1.

Intentie: de intentievraag over het gebruik van de SVB-website is hetzelfde als in vragenlijst 1. De intentie om in de toekomst papier te gebruiken is ook hier niet bevraagd.

De stellingen over overtuigingen en attitudes zijn beantwoord op zevenpuntsschalen. De overige stellingen op vijfpuntsschalen, omdat een zevenpuntsschaal voor deze vragen te specifiek zou zijn. Hieronder is een voorbeeldvraag uit de enquête weergegeven.

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over een <b>internetaanvraag</b> ?								
Als ik op internet AOW aanvraag, gaat dat snel	1	2	3	4	5	6	7	
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens



### 6.3 PROCEDURE

Nadat de steekproef was getrokken en het onderzoeksmateriaal gereed was, konden de enquêtes verstuurd worden. De enquêtes zijn centraal verzorgd en verstuurd. Dat wil zeggen dat ze door medewerkers van de afdeling Centrale Uitvoering als centrale mailing naar de drukker zijn verstuurd, bij de drukker zijn geprint en daarna aan PostNL zijn aangeboden.

De 1984 klanten ontvingen rond 29 oktober 2015 een envelop van de SVB. Deze envelop bevatte een brief, een vragenlijst en een antwoordenvelop. In de brief (bijlage 9 en 10) werd het doel van het onderzoek beschreven en werd de respondent verzocht mee te werken aan dit onderzoek vóór 10 november 2015. De respondent had 12 dagen de tijd om de vragenlijst in te vullen. De respondent werd gewezen op de mogelijkheid de enquête op internet of op papier in te vullen. De papieren vragenlijst zat in de envelop bijgevoegd. Deze kon teruggestuurd worden in de antwoordenvelop. De digitale vragenlijst kon ingevuld worden door een hyperlink in de internetbrowser in te voeren. Na de laatste enquêtevraag kreeg de respondent de mogelijkheid nog iets op te merken of toe te voegen aan het onderzoek. Tot slot werd de respondent hartelijk bedankt voor zijn medewerking. De online vragenlijst werd op 17 november gesloten. Na 18 november zijn er geen enquêtes meer verwerkt.

## 7. RESULTATEN HOOFDONDERZOEK

De verzamelende gegevens zijn ingevoerd in SPSS. De resultaten zullen in dit hoofdstuk per vragenlijst worden besproken. Allereerst worden de resultaten voor vragenlijst 1 besproken.

### 7.1 VRAGENLIJST 1

Vraag 11, 12, 14, 19 en 22 zijn omgeschaald in SPSS, zodat de negatieve kant van het antwoord altijd de laagste codering had en de positieve kant van het antwoord de hoogste codering had.

Hieronder zijn de respondentkenmerken weergegeven voor vragenlijst 1. Het geslacht, het opleidingsniveau, de voorwaarden en de internetervaring van de respondenten zullen beschreven worden.

#### RESPONDENTKENMERKEN

Vragenlijst 1 is door 64 mannen ingevuld en door 37 vrouwen. Het opleidingsniveau van de respondenten is weergegeven in tabel 3.

Opleidingsniveau	Opleidingen	Aantal mannen (%)	Aantal vrouwen (%)	Totaal (%)
Laag	Lagere school of basisschool, lager beroepsonderwijs	16 (53.3)	11 (40.7)	27 (100)
Midden	Middelbare school, middelbaar beroepsonderwijs	24 (64.9)	13 (35.1)	37 (100)
Hoog	Hoger beroepsonderwijs, universiteit	24 (64.9)	13 (35.1)	37 (100)

**Tabel 3. Verdeling mannen en vrouwen, uitgesplitst naar opleidingsniveau.**

In totaal namen er meer mannen dan vrouwen deel aan het onderzoek. Wel was de verhouding mannen en vrouwen vergelijkbaar voor elk opleidingsniveau ( $X^2 = .27$ ;  $df = 2$ ;  $p = .88$ ).

In tabel 4 zijn de percentages weergegeven van respondenten die 'ja' hebben geantwoord op de vragen over voorwaarden.

Vraag	Ja
Weet u dat het mogelijk is om AOW op internet aan te vragen?	65.3
Heeft u thuis internet?	83.2
Heeft u een DigiD?	74.3
Heeft u een Berichtenbox van MijnOverheid?	20.8
Ontvangt u brieven van de SVB in uw Berichtenbox?	7.9
Heeft u in juni een brief van de SVB ontvangen over de aanvraag van uw AOW?	25.7

**Tabel 4. Percentage respondenten dat 'ja' heeft geantwoord op de vragen over voorwaarden.**

In tabel 4 is af te lezen dat de meerderheid van de respondenten wist dat AOW op internet aangevraagd kon worden, thuis internet heeft, over een DigiD beschikt en geen Berichtenbox heeft. 7.9 procent van de respondenten met een Berichtenbox ontvangt post van de SVB in de Berichtenbox. Daarnaast geeft 25.7 procent aan de aankondigingsbrief wel te hebben ontvangen (32.7 procent geeft aan geen aankondigingsbrief te hebben ontvangen en 38.6 procent zegt dit niet te weten).

In tabel 5 is de internetervaring van de respondenten weergegeven, uitgesplitst naar opleidingsniveau.

Internetervaring	Opleidingsniveau			Totaal (%)
	Laag	Midden	Hoog	
Helemaal niet ervaren	15	11	3	29 (28.7)
Niet ervaren	5	7	3	15 (14.9)
Neutraal	1	13	4	18 (17.8)
Ervaren	2	5	16	23 (22.8)
Heel erg ervaren	4	1	11	16 (15.8)
<b>Totaal</b>	<b>27</b>	<b>37</b>	<b>37</b>	<b>101 (100)</b>

**Tabel 5. Internetervaring van de respondenten, uitgesplitst naar opleidingsniveau.**

28.7 procent van de respondenten geeft aan helemaal niet ervaren te zijn met internet. In tabel 5 valt af te lezen dat laagopgeleiden minder internetervaring hebben dan de hoogopgeleiden. Er is dan ook een positieve correlatie tussen opleidingsniveau en internetervaring ( $r_s = .48$ ;  $p < .001$ ). Als het opleidingsniveau toeneemt, neemt de internetervaring ook toe.

Er is een verschil tussen laag-, midden- en hoogopgeleiden wat betreft intentie ( $\chi^2 = 25.79$ ;  $df = 8$ ;  $p < .001$ ). Hoogopgeleiden hadden vaker de intentie om AOW op internet aan te vragen dan laag- en middenopgeleiden. Laag- en middenopgeleiden hadden daarentegen vaker de intentie om AOW op papier aan te vragen dan hoogopgeleiden. De scores op de vraag over intentie zijn weergegeven in tabel 6.

Hoe gaat u AOW aanvragen?	Opleidingsniveau			Totaal (%)
	Laag	Midden	Hoog	
Zeker op internet	3	5	19	27
Ik denk op internet	8	8	9	25
Weet ik niet	2	5	1	8
Ik denk op papier	4	2	4	10
Zeker op papier	10	17	4	31
<b>Totaal</b>	<b>27</b>	<b>37</b>	<b>37</b>	<b>101</b>

**Tabel 6. Intentie van de respondenten met en zonder internet.**

Er bleek daarbij een negatieve correlatie te zijn tussen opleidingsniveau en intentie ( $r_s = -.28$ ;  $p < .05$ ). Dit betekent dat een toename van opleidingsniveau leidt tot een toename van de intentie om AOW op internet aan te vragen.

#### BETROUWBAARHEID OVERTUIGINGEN EN ATTITUDES

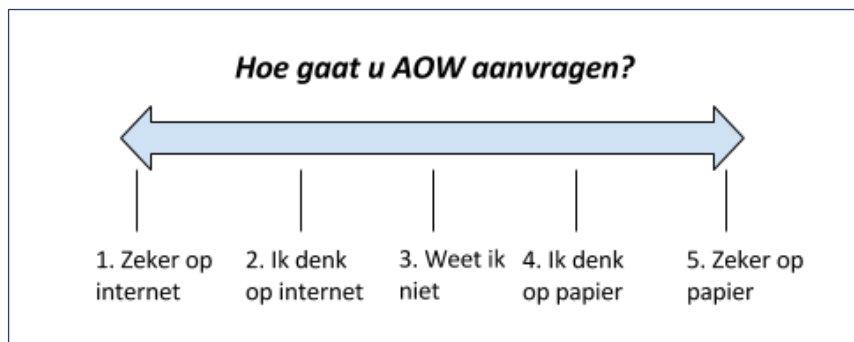
Uit de betrouwbaarheidsanalyses bleek dat de vragen over internetovertuigingen samengevoegd konden worden tot het cluster 'internet-overtuigingen' ( $\alpha = .76$ ), de vragen over internetattitudes konden samengevoegd worden tot het cluster 'internetattitudes' ( $\alpha = .99$ ), de vragen over papieren overtuigingen samengevoegd konden worden tot het cluster 'papieren overtuigingen' ( $\alpha = .77$ ) en de vragen over papieren attitudes samengevoegd konden worden tot het cluster 'papieren attitudes' ( $\alpha = .98$ ).

#### SCORES OP OVERTUIGINGEN EN ATTITUDES

De acht vragen over overtuigingen zijn gemeten op zevenpuntsschalen, waardoor de somscores variëren van acht tot 56. De attitudes zijn met vier vragen op zevenpuntsschalen gemeten. De scores variëren daardoor tussen vier en 28. De gemiddelde score van internetovertuigingen ( $M = 31.54$ ,  $SD = 10.01$ ) is lager dan de gemiddelde score van de papieren overtuigingen ( $M = 38.81$ ,  $SD = 7.82$ ). De gemiddelde score van internetattitudes ( $M = 14.80$ ,  $SD = 8.56$ ) is lager dan de gemiddelde score van papieren attitudes ( $M = 18.51$ ,  $SD = 7.17$ ).

SCORES OP INTENTIE

De intentie is gemeten met een 5-punts Likertschaal met twee uiteinden: internet en papier (figuur 6).

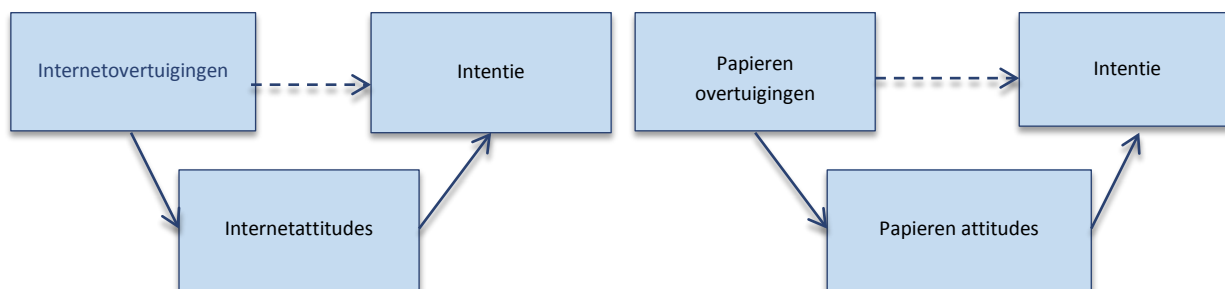


**Figuur 6. Vraag over intentie met antwoordopties.**

Een lage score (1, 2) op deze vraag verwijst naar de intentie om een internetaanvraag te doen, terwijl een hoge score (4, 5) verwijst naar de intentie om een papieren aanvraag te doen. Er zijn twee intentievragen gesteld: *Hoe gaat u AOW aanvragen?* en *Gaat u in de toekomst uw zaken rond de AOW via de website van de SVB regelen?* De score op de eerste intentievraag is gemiddeld hoger (M = 2.93, SD = 1.63) dan de gemiddelde score op de tweede intentievraag (M = 2.66, SD = 1.31). Daarnaast had 52 procent van de respondenten de intentie om AOW op internet aan te vragen, tegenover 40 procent op papier. 8 procent gaf aan dit niet te weten. 50 procent van de respondenten gaf aan in de toekomst de website van de SVB te gebruiken, 25.8 procent gaf aan dit niet van plan te zijn. 3.8 procent van de respondenten gaf aan dit niet te weten.

RELATIE TUSSEN OVERTUIGINGEN, ATTITUDES EN INTENTIE

Er is tweemaal een mediatoranalyse uitgevoerd om na te gaan of de samenhang tussen de onafhankelijke variabele (overtuigingen) en de afhankelijke variabele (intentie), door een mediator (attitudes) werd overgedragen (figuur 7). De intentie betreft de intentie om AOW op internet of papier aan te gaan vragen.



**Figuur 7. Relaties tussen de onafhankelijke en afhankelijke variabelen.**

Wanneer internetovertuigingen en internetattitudes beiden worden meegenomen in de regressieanalyse als onafhankelijke variabelen, blijken alleen de internetattitudes significant te zijn ( $\beta = -.93$ ,  $t(2,90) = -11.28$ ,  $p < .001$ ). Het verband tussen internetovertuigingen en intentie wordt volledig verklaard door internetattitudes. Dit betekent dat er geen direct effect van internetovertuigingen op intentie is; er is sprake van volledige mediatie. 74.0 procent van de intentie wordt bepaald door attitudes.

Voor de overtuigingen en attitudes over een papieren aanvraag geldt dat het verband tussen papieren overtuigingen en intentie volledig wordt verklaard door papieren attitudes ( $\beta=.78$ ,  $t(2,98) = 9.70$ ,  $p < .001$ ). 57.0 procent van de intentie wordt bepaald door attitudes.

In de vragenlijst is aan de respondent gevraagd of hij thuis beschikt over internet. Indien dit niet het geval is, is de intentie om een internetaanvraag te doen mogelijk afwezig. Overtuigingen kunnen beïnvloed worden, maar het bezit van een computer niet. Om die reden worden respondenten zonder internet niet meegenomen in de verdere analyse. In onderstaande tabel is af te lezen dat 16 respondenten thuis geen internet hebben en slechts twee van deze respondenten de intentie hadden om AOW op internet aan te vragen.

Thuis internet	Intentie aanvraag					Totaal
	Zeker op internet	Ik denk op internet	Weet ik niet	Ik denk op papier	Zeker op papier	
<b>Ja</b>	26	24	8	8	18	84
<b>Nee</b>	1	1	0	2	12	16
<b>Totaal</b>	27	25	8	10	30	100

**Tabel 7. Intentie van de respondenten met en zonder internet.**

Respondenten met internet ( $M = 2.62$ ,  $SD = 1.54$ ) scoorden lager op de intentievraag dan respondenten zonder internet ( $M = 4.44$ ,  $SD = 1.21$ ). Dit verschil is significant ( $F = 20.00$ ;  $df = 1$ ;  $p < .001$ ). Een lagere score op intentie verwijst naar de voorkeur voor een internetaanvraag.

De afhankelijke variabele intentie wordt beïnvloed door de papieren attitudes ( $\beta = .30$ ;  $t(1, 82) = 3.11$ ,  $p < .05$ ) en de internetattitudes ( $\beta = -.58$ ,  $t(1, 82) = -6.05$ ;  $p < .001$ ). De attitudes verklaren samen 68.1 procent van de variatie in intentie. Er is een negatieve correlatie tussen de papieren attitudes en de internetattitudes ( $r_s = -.76$ ;  $p < .001$ ). Als de internetattitudes gunstiger worden, worden de papieren attitudes ongunstiger. Andersom geldt hetzelfde. Aangezien er een directe relatie is tussen overtuigingen en attitudes, worden de attitudes in deze analyse als afhankelijke variabelen beschouwd. De attitudes beïnvloeden vervolgens de intentie.

#### SCORES PER OVERTUIGING

In de vragenlijst zijn acht overtuigingen bevroegd over een papieren aanvraag en acht over een internetaanvraag. In onderstaande tabel staan de significante correlaties weergegeven tussen overtuigingen en attitudes. Hierbij is het belangrijk op te merken dat er vier soorten correlaties bestaan:

- tussen papieren overtuigingen en papieren attitudes;
- tussen internetovertuigingen en papieren attitudes;
- tussen papieren overtuigingen en internetattitudes;
- tussen internetovertuigingen en internetattitudes.

De significante correlaties zijn weergegeven in tabel 8 op de volgende pagina.

Nummer en beschrijving overtuiging	Correlatie met internetattitudes	Correlatie met papieren attitudes
1. Snelheid internetaanvraag	rs = .74; p < .001	rs = -.44; p < .001
1. Snelheid papieren aanvraag	rs = -.36; p < .05	rs = .51; p < .001
2. Moeilijkheid internetaanvraag*	rs = .24; p < .05	rs = -.38; p < .001
2. Moeilijkheid papieren aanvraag*	-	-
3. Veel werk internetaanvraag*	rs = .22; p < .05	rs = -.35; p < .001
3. Veel werk papieren aanvraag*	rs = -.22; p < .05	rs = .38; p < .001
4. Persoonlijke gegevens internetaanvraag	rs = .51; p < .001	-
4. Persoonlijke gegevens papieren aanvraag	-	rs = .30; p < .05
5. In verkeerde handen internetaanvraag*	rs = .26; p < .02	-
5. In verkeerde handen papieren aanvraag*	-	-
6. Belangrijke info bewaren digitaal	rs = .45; p < .001	rs = -.35; p < .05
6. Belangrijke info bewaren papier	rs = -.36; p < .05	rs = .45; p < .001
7. Formele documenten versturen digitaal	rs = .50; p < .001	rs = -.29; p < .05
7. Formele documenten versturen papier	rs = -.37; p < .05	rs = .56; p < .001
8. Zekerheid internetaanvraag	rs = .58; p < .001	rs = -.36; p < .05
8. Zekerheid papieren aanvraag	rs = -.33; p < .05	rs = .45; p < .001

**Tabel 8. Significante correlaties tussen overtuigingen en attitudes.**

\* Dit zijn omgeschaalde vragen die positief gericht zijn.

Vanwege de omgeschaalde vragen zijn sommige correlaties positief, terwijl anderen negatief zijn. In tabel 8 valt af te lezen dat de vragen 2, 3 en 5 omgeschaalde vragen zijn. Deze vragen zijn positief gericht. Zo verwijst 'moeilijkheid aanvraag' naar een aanvraag die niet moeilijk is, 'veel werk aanvraag' naar weinig werk en 'in verkeerde handen' naar in goede handen. In tabel 8 valt af te lezen dat bijna elke overtuiging correleert met één of twee attitudes. De papieren overtuigingen en internetovertuigingen 1, 3, 6, 7 en 8 correleren zowel met de internetattitudes als met de papieren attitudes. De gemiddelde scores (standaarddeviaties) van deze overtuigingen zullen nader besproken worden, zodat er mogelijk meer betekenis aan de correlaties gegeven kan worden. De gemiddelde scores zijn weergegeven voor respondenten met lage attitudes, gemiddelde attitudes en hoge attitudes.

In onderstaande tabel zijn de gemiddelde scores (standaarddeviaties) weergegeven voor de overtuiging snelheid (overtuiging 1), uitgesplitst naar attitudes.

Overtuiging	Attitude internet			Attitude papier		
	Laag	Gem	Hoog	Laag	Gem	Hoog
1. Snelheid internetaanvraag	2.57 (1.81)	4.47 (1.34)	6.27 (.74)	5.56 (1.61)	4.57 (1.69)	3.43 (2.02)
1. Snelheid papieren aanvraag	5.14 (1.46)	4.70 (1.26)	3.77 (1.55)	3.59 (1.39)	4.66 (1.14)	5.48 (1.41)

**Tabel 9. Gemiddelde scores (standaarddeviatie) op snelheid voor respondenten met lage, gemiddelde en hoge attitudes.**

Respondenten met een hoge internetattitude vonden een internetaanvraag sneller dan een papieren aanvraag en respondenten met een hoge papieren attitude vonden een papieren aanvraag sneller dan een internetaanvraag. De correlatie tussen snelheid van de internetaanvraag en de internetattitude is de sterkste correlatie (rs = .74; p < .001). In tabel 9 valt af te lezen dat het verschil tussen lage en hoge internetattitudes over de snelheid van een internetaanvraag bijna vier punten bedraagt, terwijl dit verschil bij de andere scores minder groot is.

In onderstaande tabel zijn de gemiddelde scores (standaarddeviaties) weergegeven voor de overtuiging of een aanvraag veel werk kost (overtuiging 3). Een hogere score verwijst naar minder werk.

Overtuiging	Attitude internet			Attitude papier		
	Laag	Gem	Hoog	Laag	Gem	Hoog
<b>3. Werk internetaanvraag</b>	3.57 (2.46)	4.03 (1.47)	4.66 (1.93)	4.84 (1.74)	4.11 (1.64)	3.17 (2.19)
<b>3. Werk papieren aanvraag</b>	5.43 (1.54)	4.61 (1.35)	4.57 (1.41)	4.19 (1.45)	4.86 (.92)	5.57 (1.65)

**Tabel 10. Gemiddelde scores (standaarddeviatie) op ‘veel werk’ voor respondenten met lage, gemiddelde en hoge attitudes.**

De correlaties tussen deze overtuigingen en de papieren attitudes zijn sterker dan de correlaties met de internetattitudes. De respondenten met een hoge attitude voor papier beschouwen de internetaanvraag als het meeste werk (3.17) en de papieren aanvraag als het minste werk (5.57). Respondenten met een hoge attitude voor internet beschouwen een internetaanvraag als minder werk dan een papieren aanvraag, maar dit verschil is klein.

De overtuigingen over veiligheid (4 en 5) correleren niet in alle situaties significant met de attitudes. De correlatie tussen de veiligheid van persoonlijke gegevens bij een internetaanvraag met internetattitudes is vrij sterk ( $r_s = .51$ ;  $p < .001$ ). Het verschil tussen de scores van lage en hoge attitudes van deze overtuiging lijkt groter te zijn dan het verschil tussen lage en hoge attitudes bij de andere scores (tabel 11).

Overtuiging	Attitude internet			Attitude papier		
	Laag	Gem	Hoog	Laag	Gem	Hoog
<b>4. Persoonlijke gegevens internetaanvraag</b>	2.75 (1.89)	3.97 (1.57)	5.23 (1.57)	4.56 (1.76)	4.03 (1.64)	3.64 (2.30)
<b>4. Persoonlijke gegevens papieren aanvraag</b>	5.19 (1.57)	4.85 (1.57)	4.77 (1.52)	4.50 (1.52)	4.83 (1.20)	5.57 (1.27)

**Tabel 11. Gemiddelde scores (standaarddeviatie) op de vragen voor respondenten met lage, gemiddelde en hoge attitudes.**

Respondenten met een hoge internetattitude vonden een internetaanvraag veiliger, terwijl respondenten met een lage internetattitude de internetaanvraag als minder veilig beoordeelden. Uit de overige scores in tabel 11 valt af te lezen dat zowel respondenten met een lage als met een hoge attitude over papier bovengemiddeld gescoord hebben. In tabel 11 valt verder ook af te lezen dat een papieren aanvraag als veiliger wordt beoordeeld dan een internetaanvraag, omdat de laagste score 4.85 is voor papier, tegenover 2.75 voor internet. Een papieren aanvraag wordt dus door respondenten met een hoge internetattitude én door respondenten met een hoge papieren attitude als redelijk veilig beschouwd.

De overtuigingen 6, 7 en 8 correleren in alle situaties met de attitudes. In tabel 12 zijn de gemiddelde scores (standaarddeviaties) weergegeven voor deze overtuigingen.

Overtuiging	Attitude internet			Attitude papier		
	Laag	Gem	Hoog	Laag	Gem	Hoog
<b>6. Belangrijke info bewaren internet</b>	2.10 (1.61)	3.47 (1.57)	4.40 (2.14)	4.13 (1.91)	3.57 (1.91)	2.39 (1.83)
<b>6. Belangrijke info bewaren papier</b>	6.38 (.97)	5.30 (1.45)	4.80 (2.01)	4.59 (1.86)	5.41 (1.48)	6.48 (.90)
<b>7. Formele docu versturen internet</b>	2.19 (1.86)	3.03 (1.45)	4.63 (1.83)	4.00 (1.90)	3.36 (1.75)	2.61 (2.04)
<b>7. Formele docu versturen papier</b>	6.10 (1.34)	5.15 (1.56)	4.53 (1.63)	4.16 (1.57)	5.28 (1.36)	6.43 (1.04)
<b>8. Zekerheid internet</b>	3.14 (2.10)	4.67 (1.61)	6.03 (.98)	5.58 (1.39)	4.55 (1.72)	3.91 (2.35)
<b>8. Zekerheid papier</b>	5.76 (1.34)	4.73 (1.49)	4.37 (1.59)	4.25 (1.65)	4.55 (1.21)	6.09 (1.16)

**Tabel 12. Gemiddelde scores (standaarddeviatie) op overtuigingen 6, 7 en 8 voor respondenten met lage, gemiddelde en hoge attitudes.**

Uit tabel 12 valt op te maken dat respondenten met een hoge attitude voor een papieren aanvraag informatie graag op papier bewaren, op papier versturen en het meest zeker zijn van ontvangst van een papieren aanvraag. Voor respondenten met een hoge attitude voor een internetaanvraag geldt precies het tegenovergestelde. Uit tabel 12 valt ook op te maken dat de scores op alle overtuigingen over een papieren aanvraag niet lager zijn dan 4.16, terwijl de laagste score op overtuigingen over een internetaanvraag 2.10 bedraagt. In het algemeen wordt er dus positiever gescoord op deze overtuigingen over een papieren aanvraag. Respondenten met een hoge internetattitude bewaren belangrijke informatie net als de respondenten met een hoge papieren attitude het liefst op papier. Formele documenten versturen respondenten met een internetintentie daarentegen wel liever op internet dan op papier, maar het verschil met papier is erg klein. Respondenten met een internetintentie vinden internet wat betreft het bewaren van belangrijke informatie en het versturen van formele documenten niet superieur, wel wat betreft zekerheid; ze zijn zekerder bij een internetaanvraag.

De verschillen tussen de internetovertuigingen en de papieren overtuigingen zijn groter bij de respondenten met een hoge papieren attitude dan bij respondenten met een hoge internetattitude. Dit lijkt erop te duiden dat respondenten met een hoge attitude voor internet papier niet per se negatief beoordelen, maar respondenten met een hoge attitude voor papier internet wel negatiever beoordelen.

Er is sprake van een negatieve correlatie tussen de papieren overtuigingen en internetovertuigingen voor overtuigingen 1, 3, 6, 7 en 8. Als de internetovertuigingen gunstiger worden, worden de papieren overtuigingen ongunstiger. Andersom geldt hetzelfde.



## 7.1 VRAGENLIJST 2

### INFORMATIE OVER DATASET

In tabel 13 in bijlage 11 is weergegeven welke vragen niet zijn ingevuld, hoe vaak ze niet zijn ingevuld en welke vragen niet van toepassing waren. De vragen 6, 7, 12, 13 en 14 zijn gehercodeerd in SPSS, zodat de negatieve kant van het antwoord altijd de laagste codering had en de positieve kant van het antwoord de hoogste codering had.

### RESPONDENTKENMERKEN

De verdeling van mannen en vrouwen over de internetaanvragen en de papieren aanvragen is weergegeven in tabel 14.

Geslacht	Medium aanvraag		Totaal
	Internet	Papier	
Mannen	68	105	173
Vrouwen	83	103	186
Totaal	151	208	359

**Tabel 14. Aantal mannelijke en vrouwelijke aanvragers, uitgesplitst naar medium van de aanvraag.**

De verdeling van mannen en vrouwen over de internetaanvragen en de papieren aanvragen was niet ongelijk ( $\chi^2 = 1.04$ ;  $df = 1$ ;  $p = .31$ ). Dit houdt in dat de mediumkeuze vergelijkbaar was voor mannen en vrouwen.

In onderstaande tabel zijn de internetaanvragers en de papieren aanvragers weergegeven, uitgesplitst naar opleidingsniveau. Uit de tabel valt af te lezen dat 23.0 procent van de laagopgeleiden AOW heeft aangevraagd op internet, tegenover 77.0 procent op papier.

Opleidingsniveau	Opleidingen	Internetaanvraag	Papieren aanvraag	Totaal
Laag (%)	Lagere school of basisschool, lager beroepsonderwijs	26 (23.0)	87 (77.0)	113 (100)
Midden (%)	Middelbare school, middelbaar beroepsonderwijs	76 (43.9)	97 (56.1)	173 (100)
Hoog (%)	Hoger beroepsonderwijs, universiteit	48 (67.6)	23 (32.4)	71 (100)

**Tabel 15. Aantal internetaanvragen en papieren aanvragen, uitgesplitst naar opleidingsniveau.**

Het blijkt dat internetaanvragers hoger opgeleid zijn (gemiddelde rangordscore 214) dan papieren aanvragers (gemiddelde rangscore 154). Dit verschil is significant ( $U = 10237.0$ ;  $P < .001$ ). Internetaanvragers bleken daarnaast meer ervaring te hebben met het invullen van formulieren (gemiddelde rangordscore 214.17) dan papieren aanvragers (gemiddelde rangscore 150.85). Dit verschil is ook significant ( $U = 9809.0$ ;  $p < .001$ ).

### REDENEN VOOR KANAALKEUZE

Aan de respondenten is gevraagd waarom zij voor een internetaanvraag of een papieren aanvraag kozen. De respondenten konden bij deze vraag meerdere opties aangeven. In tabel 16 zijn de mogelijke redenen voor een internetaanvraag of papieren aanvraag weergegeven.

Redenen	Internetaanvraag	Papieren aanvraag
Gemak (n = 171)	44.9	14.2
Snelheid (n = 69)	23.7	1.2
Zekerheid (n = 59)	8.8	10.4
Veiligheid (n = 43)	6.2	7.7
Altijd deze wijze (n =64)	7.7	12.8
Moeilijkheid (n =10)	0.7	2.4
Partner (n =32)	4.0	6.2
Geen computer (n = 62)	0.4	18.1
Niet met computer overweg kunnen (n = 45)	0.4	13.1
Geen internet (n =36)	1.1	9.8
Anders (n =20)	2.2	4.2
Totaal (n =611)	100	100

**Tabel 16. Gekozen redenen voor een internetaanvraag of een papieren aanvraag in procenten.**

In de tabel valt af te lezen hoe vaak er voor elke reden is gekozen. Zo is de optie ‘gemak’ in totaal 171 keer gekozen als reden. In de tabel valt af te lezen dat ‘gemak’ met 44.9 procent het grootste aandeel in redenen voor een internetaanvraag heeft en ‘geen computer’ voor een papieren aanvraag.

### **MOEITE**

Moeite is bevraagd met zeven vragen. De vijf vragen die voor iedereen van toepassing waren bleken homogeen te zijn ( $\alpha=0.65$ ). Er is een somscore (z-score) berekend van deze items en deze zal meegenomen worden bij de verdere analyse. Een hogere score verwijst naar minder moeite. De papieren aanvragers hadden gemiddeld meer moeite met de aanvraag ( $M = -.39, SD = 3.40$ ) dan de internetaanvragers ( $M = .62, SD = 2.86$ ). Dit verschil is significant ( $t = 2.97; df = 330.58; p < .05$ ). Dit effect verdwijnt als opleidingsniveau wordt toegevoegd ( $F = 3.60; df = 1; p = .06$ ). Vervolgens is de somscore van moeite bekeken voor beide aanvragen per opleidingsniveau. Er bleek geen verschil te zijn tussen laagopgeleide internetaanvragers en laagopgeleide papieren aanvragers wat de betreft moeite van de aanvraag ( $F = 1.26; df = 1; p = .27$ ). Middenopgeleiden moesten daarentegen wel meer moeite doen voor de papieren aanvraag dan voor de internetaanvraag ( $F = 5.44; df = 1; p < .05$ ). Voor hoogopgeleiden was er net als bij de laagopgeleiden geen verschil wat betreft moeite ( $F = .13; df = 1; p = .72$ ). In tabel 17 zijn de gemiddelde scores (standaarddeviaties) weergegeven per item.

Item moeite	Internetaanvraag	Papier aanvraag
Hoe ingewikkeld vond u de AOW-aanvraag? (1= heel ingewikkeld, 7=heel eenvoudig)	4.11 (.98)	3.79 (1.19)
Kon u de aanvraag in één keer afmaken? (1=nee, 2=ja)	1.86 (.35)	1.80 (.41)
Vroeg de SVB u om meer gegevens aan te leveren tijdens het invullen van de aanvraag? (1=ja, 2=nee)	1.83 (.38)	1.79 (.41)
Heeft iemand u geholpen bij het invullen van de aanvraag? (1=ja, 2=nee)	1.67 (.47)	1.58 (.49)
Heeft u tijdens de aanvraag een vraag gesteld aan de SVB? (1=ja, 2=nee)	1.85 (.35)	1.74 (.44)

**Tabel 17. Gemiddelde score (standaarddeviatie) op items van moeite per medium.**

De papieren aanvraag werd ingewikkelder beschouwd dan de internetaanvraag (vraag 1) ( $F = 7.50; df = 1; p < .05$ ). Dit effect blijft bestaan wanneer geslacht ( $F = 7.77; df = 1; p < .05$ ) en korting AOW ( $F = 10.33; df = 1; p < .05$ ) als extra factor worden toegevoegd, maar niet wanneer opleidingsniveau als extra factor wordt toegevoegd ( $F = 3.39; df = 1; p = .06$ ). De papieren aanvragers waren lager opgeleid dan de internetaanvragers

en vonden de aanvraag daardoor ingewikkelder. Vervolgens zijn de laagopgeleide papieren aanvragers vergeleken met de laagopgeleide internetaanvragers. De laagopgeleide papieren aanvragers bleken de aanvraag niet ingewikkelder te vinden dan de laagopgeleide internetaanvragers ( $F = 1.33$ ;  $df = 1$ ;  $p = .25$ ). Hetzelfde gold voor de middenopgeleiden ( $F = 1.59$ ;  $df = 1$ ;  $p = .21$ ) en de hoogopgeleiden ( $F = 1.02$ ;  $df = 1$ ;  $p = .32$ ).

Er was geen effect van medium voor de tweede, derde en vierde vraag ( $p's > .05$ ). Er is dus een licht voordeel voor internet. Er was een effect van medium voor de laatste vraag ( $F = 7.43$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ). Papieren aanvragers hebben meer vragen gesteld dan internetaanvragers ( $X^2 = 7.29$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ). Dit effect wordt veroorzaakt door de middenopgeleiden, omdat zij significant meer vragen stelden bij de papieren aanvraag dan bij de internetaanvraag ( $X^2 = 8.59$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ). Dit geldt niet voor de laagopgeleiden ( $X^2 = 1.71$ ;  $df = 1$ ;  $p = .19$ ) en de hoogopgeleiden ( $X^2 = .50$ ;  $df = 1$ ;  $p = .48$ ).

### ERVARING

Ervaring gaat over gebruiksvriendelijkheid, veiligheid en zekerheid. In onderstaande tabel staan de gemiddelde scores (standaarddeviaties) op de zes vragen waarmee ervaring is gemeten.

Item ervaring	Internet	Papier
1. Ik vond de manier van aanvragen snel	5.75 (1.54)	5.26 (1.71)
2. Ik vond de manier van aanvragen moeilijk	5.59 (1.75)	5.39 (1.82)
3. Ik vond de manier van aanvragen veel werk	5.59 (1.71)	5.32 (1.90)
4. Mijn persoonlijke gegevens zijn veilig bij deze manier van aanvragen	5.45 (1.55)	5.15 (1.79)
5. Mijn persoonlijke gegevens konden in verkeerde handen terechtkomen	5.20 (1.67)	4.84 (1.95)
6. Ik wist zeker dat de SVB mijn aanvraag zou ontvangen	5.70 (1.60)	5.36 (1.77)

**Tabel 18. Gemiddelde score (standaarddeviatie) op items over ervaring per aanvraagmedium.**

Er zijn somscores berekend van de eerste drie items (cluster gebruiksvriendelijkheid,  $\alpha = .69$ ) en van de items 4 en 6 (cluster veiligheid + zekerheid,  $\alpha = .76$ ). Item 5 wordt buiten beschouwing gelaten. Er bleek een effect van medium aanwezig te zijn voor het eerste cluster ( $F = 4.71$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ) en voor het tweede cluster ( $F = 1.94$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ). Voor beide clusters geldt dat de ervaring met een internetaanvraag positiever was dan de ervaring met een papieren aanvraag.

Voor het eerste cluster geldt dat dit effect verdwijnt als opleidingsniveau als extra factor wordt toegevoegd ( $F = 3.74$ ;  $df = 1$ ;  $p = .05$ ). Uit de post hoc test werd niet duidelijk door welk opleidingsniveau dit verschil werd veroorzaakt ( $p's > .05$ ). Wel viel uit de gemiddelde scores op te maken dat de laagopgeleiden en de hoogopgeleiden de internetaanvraag aanzienlijk hoger beoordeelden dan de papieren aanvraag. Het verschil tussen de score op de internetaanvraag en de papieren aanvraag was kleiner bij de middenopgeleiden. Ter verduidelijking zijn de gemiddelde scores (standaarddeviatie) weergegeven in onderstaande tabel.

Opleidingsniveau	Cluster	Internetaanvraag	Papieren aanvraag
Laag	Item 1,2 en 3	17.24 (3.97)	15.76 (3.97)
	Item 4 en 6	12.0 (2.74)	10.47 (3.0)
Midden	Item 1,2 en 3	16.30 (4.14)	15.95 (4.42)
	Item 4 en 6	11.01 (2.75)	10.34 (3.33)
Hoog	Item 1,2 en 3	17.89 (3.59)	16.74 (3.97)
	Item 4 en 6	10.94 (2.95)	11.13 (3.0)

**Tabel 19. Gemiddelde score (standaarddeviatie) op cluster gebruiksvriendelijkheid en veiligheid+zekerheid over ervaring per aanvraagmedium.**

Voor het tweede cluster geldt ook dat het effect van medium verdwijnt als opleidingsniveau als extra factor wordt toegevoegd ( $F = 3.12$ ;  $df = 1$ ;  $p = .08$ ). Ook hier werd uit de post hoc test niet duidelijk door welk opleidingsniveau dit verschil werd veroorzaakt ( $p's > .05$ ). Wanneer de gemiddelde scores voor dit cluster bekeken worden in tabel 19, valt wel op dat hoogopgeleiden de papieren aanvraag positiever beoordeelden dan de internetaanvraag. De laag- en middenopgeleiden beoordeelden de internetaanvraag daarentegen positiever. Ten slotte bleek dat er een effect van medium aanwezig was voor het eerste item ( $F = 7.67$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ). De internetaanvraag werd significant sneller gevonden dan de papieren aanvraag. Voor de overige items was geen effect van medium aanwezig ( $p's > .05$ ).

### WAARDERING

Waardering is gemeten met vier vragen. In onderstaande tabel zijn de gemiddelde scores (standaarddeviatie) op deze vragen weergegeven.

	Internetaanvraag	Papieren aanvraag
<b>1. Geef hieronder aan hoe tevreden u bent over de gehele aanvraag (rapportcijfer 1-10)</b>	7.76 (1.27)	7.60 (1.46)
<b>2. Ik vond het prettig om op deze manier AOW aan te vragen (1=helemaal mee oneens, 7=helemaal mee eens)</b>	6.09 (1.22)	5.93 (1.44)
<b>3. Ik ben tevreden over de manier waarop ik mijn AOW heb aangevraagd (1=helemaal mee oneens, 7=helemaal mee eens)</b>	6.20 (1.0)	5.86 (1.50)
<b>4. Ik vond het handig mijn AOW op deze manier aan te vragen (1=helemaal mee oneens, 7=helemaal mee eens)</b>	6.09 (1.23)	5.90 (1.45)

**Tabel 20. Gemiddelde score (standaarddeviatie) van de waarderingvragen.**

De gemiddelde scores voor de internetaanvraag zijn hoger dan de scores voor de papieren aanvraag voor de eerste vraag ( $F = 5.19$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ) en voor de derde vraag (Fisher exact,  $p < .05$ ). Wanneer opleidingsniveau wordt toegevoegd als extra factor, blijft het effect van medium voor de eerste vraag bestaan ( $F = 4.18$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ), maar verdwijnt het voor de derde vraag ( $F = 3.23$ ;  $df = 1$ ;  $p = .07$ ). Er is dus een hoger rapportcijfer gegeven voor de internetaanvraag dan voor de papieren aanvraag.

Er is een positieve samenhang tussen de ervaren moeite en het rapportcijfer ( $r = .48$ ;  $p < .001$ ;  $n = 294$ ) en tussen de ervaren moeite en de som van waarderingvragen 2, 3 en 4 ( $r = .42$ ;  $p < .001$ ;  $n = 331$ ). Naarmate een aanvraag minder moeite kost, wordt de waardering van de aanvraag positiever.

Er blijkt ook een positieve relatie te zijn tussen de ervaring en de somscore van drie waarderingvragen ( $r_s = .59$ ;  $p < .001$ ) en ervaring en het rapportcijfer van waardering ( $r_s = .63$ ;  $p < .001$ ). Naarmate de ervaring met de aanvraag positiever wordt, wordt de waardering van de aanvraag ook positiever.

### INTENTIE

In onderstaande tabel zijn de antwoorden weergegeven op de tweede vraag over intentie.

	Internet (%)	Papier (%)
<b>Zeker wel</b>	31.8	3.4
<b>Ik denk van wel</b>	49.0	10.6
<b>Weet ik niet</b>	13.9	26.9
<b>Ik denk van niet</b>	4.6	27.9
<b>Zeker niet</b>	0.7	31.3
<b>Totaal</b>	100	100

**Tabel 21. Antwoorden op de intentievraag *Gaat u in de toekomst uw zaken rond de AOW via de website van de SVB regelen?***

De intentie om in de toekomst de website van de SVB te gaan gebruiken is sterker (hoger) bij de internetaanvragers dan bij de papieren aanvragers ( $X^2 = 172,0$ ;  $df = 4$ ;  $p < .001$ ). Voor de internetaanvragers geldt dat er significante correlaties zijn tussen het rapportcijfer en de intentie ( $r_s = -.48$ ;  $p < .001$ ), tussen ervaring en de intentie ( $r_s = -.45$ ;  $P < .001$ ) en tussen moeite en de intentie ( $r_s = -.42$ ;  $p < .001$ ). Dit betekent dat als de waardering en de ervaring toenemen en de moeite geringer wordt, de intentie om in de toekomst zaken via de website van de SVB te gaan regelen ook toeneemt. De negatieve waarden van de correlatiecoëfficiënten worden veroorzaakt doordat de lage scores (1 en 2) op deze schaalvraag verwijzen naar de intentie om internet te gaan gebruiken in de toekomst, terwijl de hoge scores verwijzen naar de intentie hier geen gebruik van te gaan maken. Voor de papieren aanvragers zijn de correlaties met intentie niet significant ( $p$ 's  $> .05$ ).

### VERWACHTINGEN

De verwachtingen van respondenten zijn bevraagd met zeven vragen. De resultaten zullen hieronder per vraag toegelicht worden. Bij de analyse van de verwachtingen is gebruik gemaakt van een significantieniveau van 1 procent.

1.1 procent van alle aanvragers vond de aankondigingsbrief te vroeg vond komen, 95.2 procent op tijd en 3.7 procent te laat. Er bleek geen verschil te zijn voor internetaanvragers en papieren aanvragers wat betreft deze vraag ( $X^2 = 1.86$ ;  $df = 2$ ;  $p = .40$ ). De mening over het ontvangen van de aankondigingsbrief was dus vergelijkbaar voor de internetaanvragers en de papieren aanvragers. In onderstaande tabel staan de percentages weergegeven van respondenten die 'ja' hebben geantwoord op de overige vier vragen over verwachtingen.

Verwachting	Aanvraag respondent		
	Internet	Papier	Totaal
Ik wist dat ik mijn AOW zelf moest aanvragen	81.5	71.7	75.8
Ik had van tevoren verwacht mijn AOW op papier te kunnen aanvragen	49.3	83.4	69.0
Al informatie opgezocht voor juni	49.7	29.9	38.3
Al informatie opgezocht voor de aanvraag	53.0	35.3	42.9

**Tabel 22. Percentage respondenten dat 'ja' antwoordde per vraag, uitgesplitst naar aanvraagmedium.**

Zo valt in tabel 22 af te lezen dat 75.8 procent van alle respondenten wist dat AOW door de klant zelf moest worden aangevraagd. Dit betrof 81.5 procent van de internetaanvragers en 71.7 van de papieren aanvragers. Er bleek een verschil te zijn tussen internetaanvragers en papieren aanvragers over het zelf moeten aanvragen van AOW ( $X^2 = 4,51$ ;  $df = 1$ ;  $p = .03$ ). Aangezien er bij deze vragen een significantieniveau van 1 procent wordt aangehouden, wordt dit verschil niet als significant beschouwd.

Internetaanvragers zochten voor juni vaker informatie op dan papieren aanvragers ( $X^2 = 14,35$ ;  $df = 1$ ;  $p < .01$ ). Internetaanvragers zochten ook voorafgaand aan de aanvraag vaker informatie op over AOW dan papieren aanvragers ( $X^2 = 10,97$ ;  $df = 1$ ;  $p < .05$ ).

Uit tabel 23 valt af te lezen dat het merendeel van de aanvragers had verwacht AOW zes maanden voor de AOW-leeftijd aan te kunnen vragen, namelijk 46.5 procent.

	Aantal maanden						
	1	2	3	4	5	6	> 6
<b>Antwoord</b>	2.9	2.6	31.0	9.6	4.4	46.5	2.9

**Tabel 23. Verwachtingen over termijn van de aanvraag in percentages.**

Er bleek geen verband te zijn tussen deze vraag en het medium van de aanvraag ( $X^2 = 3,39$ ;  $df = 6$ ;  $p = .76$ ).

1.1 procent van de respondenten vond 6 maanden om AOW aan te vragen te kort, 93.8 procent vond dat goed en 5.0 procent vond dat te lang. Uit een Fisher exact test is gebleken dat er geen verschil is tussen internetaanvragers en papieren aanvragers wat betreft deze verwachting ( $p = .28$ ).

## 8. CONCLUSIE

In dit hoofdstuk wordt een antwoord gegeven op de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek. Deelvragen 1 en 2 hadden betrekking op vragenlijst 1 en zullen als eerste beantwoord worden.

### VRAGENLIJST 1

**DEELVRAAG 1:** welke overtuigingen, attitudes en intenties hebben klanten van de SVB over het internet-aanvraagproces en het papieren aanvraagproces in de fase voorafgaand aan de aanvraag en wat is de relatie tussen deze variabelen?

16 procent van de niet-aanvragers bleek thuis niet over internet te beschikken. Deze respondenten zijn niet meegenomen in de analyse. Er bleven 85 respondenten over. In totaal heeft elke respondent 16 vragen over overtuigingen beantwoord (acht over papier en acht over internet). Er zijn vier clusters van deze vragen gemaakt: internetovertuigingen, papieren overtuigingen, internetattitudes en papieren attitudes. De papieren overtuigingen en de papieren attitudes waren gemiddeld hoger dan de internetovertuigingen en de internetattitudes.

De eerste hypothese was dat de internetattitudes gunstiger zouden worden als de internetovertuigingen gunstiger worden. Dit bleek het geval te zijn. Internetattitudes bleken vervolgens positief samen te hangen met de internetintentie; als de internetattitudes gunstiger worden, neemt de intentie om AOW op internet aan te vragen toe. Hypothese 1a en 1b kunnen daarmee bevestigd worden. Voor een papieren aanvraag bleek hetzelfde te gelden: er was een positief verband tussen papieren overtuigingen en papieren attitudes en tussen papieren attitudes en de papieren intentie. Als de papieren overtuigingen gunstiger worden, worden de papieren attitudes ook gunstiger. Als de papieren attitudes gunstiger worden, neemt de intentie om AOW op papier aan te vragen toe. Hypothese 2a en 2b kunnen daarom ook bevestigd worden.

Er bleek een negatief verband te zijn tussen internetovertuigingen en papieren overtuigingen en tussen internetattitudes en papieren attitudes. Dit betekent dat gunstigere internetovertuigingen leiden tot ongunstigere papieren overtuigingen. Andersom geldt precies hetzelfde. Hieruit kan de conclusie worden getrokken worden dat de voorkeur van respondenten uitgaat naar internet óf naar papier. Verder was er een mediërend verband: de overtuigingen beïnvloedden de intentie, maar alleen via de attitudes. Dit gold voor zowel internet als voor papier.

De intentie werd beïnvloed door internetattitudes en papieren attitudes. 52 procent van de niet-aanvragers bleek de intentie te hebben om op internet aan te vragen, 40 procent had de intentie om op papier aan te vragen. 8 procent gaf aan dit (nog) niet te weten. In de discussie zal dit percentage vergeleken worden met de werkelijke kanaalverdeling.

Geconcludeerd mag worden dat de relatie tussen overtuigingen, attitudes en intenties van niet-aanvragers hetzelfde was voor beide kanalen.

**DEELVRAAG 2:** welke overtuigingen en attitudes verklaren dat klanten van de SVB voor een internetaanvraag of een papieren aanvraag kiezen?

Om een antwoord te kunnen geven op de tweede deelvraag is de invloed van de overtuigingen op de attitudes onderzocht. Dit betreft namelijk een directe relatie. De intentie wordt vervolgens door de attitudes beïnvloed.

De acht overtuigingen waren op basis van de literatuur verdeeld in vier clusters: gebruiksvriendelijkheid, veiligheid, formele communicatie en zekerheid. Allereerst zijn de correlaties tussen de losse overtuigingen en de attitudes in kaart gebracht. De correlaties binnen de clusters verschilden erg van elkaar. Zo was er een significante correlatie tussen overtuiging 4 (veiligheid persoonlijke gegevens papieren

aanvraag) en papieren attitudes, maar een correlatie tussen overtuiging 5 (veiligheid 'verkeerde handen' papieren aanvraag) en papieren attitudes bleek afwezig te zijn. De twee verschillende overtuigingen over veiligheid bleken dus niet vergelijkbaar te zijn. Er is daarom gekeken naar de correlaties tussen de losse overtuigingen en de attitudes. Hierdoor werd duidelijk of er sprake was van een correlatie tussen een overtuiging en een attitude en zo ja, of deze positief of negatief was en hoe sterk de correlatie was. Niet alle overtuigingen bleken met de attitudes te correleren. Indien er sprake was van significante relaties, waren deze ook niet allemaal even sterk (tabel 8). De bevindingen per overtuiging zijn als volgt:

Snelheid (1): de overtuiging snelheid bleek in alle situaties met de attitudes te correleren en speelt een rol bij de kanaalkeuze. Respondenten met een papieren intentie beschouwen een papieren aanvraag als snel en een internetaanvraag als minder snel. Respondenten met de intentie voor een internetaanvraag vinden een internetaanvraag daarentegen snel en een papieren aanvraag minder snel. De kanaalkeuze van de niet-aanvrager wordt bepaald doordat het ene medium als snel wordt beschouwd en het andere medium als minder snel.

Moeilijkheid (2): een papieren aanvraag wordt niet als moeilijk beschouwd door respondenten met een internetintentie en een papieren intentie. Het is dus niet zo dat de respondent voor een internetaanvraag kiest omdat een papieren aanvraag moeilijk zou zijn. Een internetaanvraag wordt moeilijk gevonden door papieren aanvragers, maar niet door internetaanvragers. De papieren intentie wordt dus beïnvloed doordat respondenten een internetaanvraag als moeilijk beschouwen.

Veel werk (3): de overtuiging 'veel werk' bleek net als de overtuiging snelheid in alle situaties met de attitudes te correleren en speelt een rol bij de kanaalkeuze. Wel zijn de correlaties minder sterk dan bij de overtuiging snelheid. Respondenten met een internetintentie beschouwden een papieren aanvraag als veel werk en een internetaanvraag als minder werk. Respondenten met een papieren intentie beschouwen een papieren aanvraag als veel werk en een internetaanvraag als minder werk. De kanaalkeuze wordt bepaald doordat het ene medium als veel werk wordt beschouwd en het andere medium als minder werk. Dit geldt voor papier en voor internet.

Veiligheid (4 en 5): een papieren aanvraag wordt zowel door de respondenten met een internetintentie als door de respondenten met een papieren intentie als veilig beschouwd. De internetintentie wordt dus niet bepaald doordat respondenten een papieren aanvraag onveilig vinden. Daarnaast wordt de papieren intentie niet bepaald doordat een internetaanvraag (on)veilig zou zijn, er is namelijk geen significante correlatie tussen internetovertuigingen en papieren attitudes. Respondenten met een internetintentie vinden een internetaanvraag wel veilig.

Belangrijke informatie bewaren en formele documenten versturen (6 en 7): deze twee overtuigingen bleken net als snelheid en veel werk in alle situaties met de attitudes te correleren en spelen een rol bij de kanaalkeuze. Respondenten met een internetintentie bewaren en versturen belangrijke en formele documenten graag digitaal, maar vinden internet op deze twee punten niet beter dan papier. Voor respondenten met een papieren intentie geldt dat zij kiezen voor een papieren aanvraag omdat ze informatie veel liever op papier bewaren en versturen dan op internet.

Zekerheid (8): zekerheid speelt ook een rol bij de kanaalkeuze, omdat deze overtuiging in alle situaties met de attitudes correleert. Respondenten met een papieren intentie zijn zekerder dan respondenten met een internetintentie over de ontvangst van een papieren aanvraag bij de SVB. Respondenten met een internetintentie zijn zekerder dan respondenten met een papieren intentie over de ontvangst van een



internetaanvraag bij de SVB. Respondenten met een internetintentie zijn dan ook niet zeker over de ontvangst van een papieren aanvraag.

De eerste hoofdvraag van dit onderzoek was: *welke overwegingen van de klant zijn van invloed op de keuze voor een papieren of digitale AOW-aanvraag?* Alle bevroegde overtuigingen bleken een rol te spelen bij de kanaalkeuze. De correlaties tussen de overtuiging snelheid en de attitudes zijn het sterkst. De overtuigingen moeilijkheid, veel werk, belangrijke informatie bewaren, formele documenten versturen en zekerheid lijken ook een rol te spelen bij de kanaalkeuze, maar de correlaties zijn minder sterk dan bij snelheid. Veiligheid lijkt de kleinste rol te spelen; alle respondenten vinden een papieren aanvraag veilig. In hoofdstuk 10 worden op basis van deze conclusies aanbevelingen gedaan om de overtuigingen, en vervolgens het gedrag, te kunnen beïnvloeden.

## **VRAGENLIJST 2**

Deelvragen 3, 4 en 5 hadden betrekking op vragenlijst 2. Vragenlijst 2 is ingevuld door 151 internetaanvragers en 208 papieren aanvragers.

**DEELVRAAG 3:** hoe worden de papieren en de digitale aanvraagprocedures achteraf ervaren en gewaardeerd?

De moeite die de aanvraag kostte is ook bevroegd. Voor de respondenten die gemiddeld waren opgeleid gold dat de papieren aanvraag meer moeite kostte dan de internetaanvraag. Laagopgeleiden en hoogopgeleiden beschouwen beide aanvragen als evenveel moeite. Er mag dus niet geconcludeerd worden dat een internetaanvraag meer moeite kost dan een papieren aanvraag.

De internetaanvraag werd over het algemeen ingewikkelder gevonden dan de papieren aanvraag, maar dit werd veroorzaakt doordat de papieren aanvragers gemiddeld lager waren opgeleid dan de internetaanvragers. De laagopgeleide internetaanvragers vonden een internetaanvraag niet moeilijker dan een papieren aanvraag. De conclusie dat de internetaanvraag moeilijker is dan de papieren aanvraag mag dus niet getrokken worden.

Ervaring is gemeten met zes vragen op een 7-punts Likertschaal. Zowel de internetaanvragers als de papieren aanvragers hebben positief gescoord op ervaring. De laagste score was namelijk 4.84. Er was geen verschil tussen de internetaanvraag en de papieren aanvraag wat betreft ervaring over de gebruiksvriendelijkheid en de veiligheid+zekerheid. Een internetaanvraag werd sneller gevonden dan een papieren aanvraag. De overige gemiddelde scores op de losse vragen over ervaring zijn hoger voor de internetaanvraag dan voor de papieren aanvraag, maar de verschillen zijn klein.

Waardering is bevroegd met vier vragen. Beide aanvraagprocedures worden over het algemeen positief gewaardeerd. Verwacht werd dat de tevredenheid van de internetaanvragers hoger zou zijn dan de tevredenheid van de papieren aanvragers. De gemiddelde scores op de vier vragen over waardering bleken hoger te zijn voor de internetaanvraag dan voor de papieren aanvraag. Alleen voor de eerste vraag was er sprake van een significant verschil. Er is dus een hoger rapportcijfer gegeven voor de internetaanvraag dan voor de papieren aanvraag door de respondenten. Voor de overige vragen was het verschil tussen internet en papier klein. Hypothese 4 mag daarom deels aangenomen worden.

**DEELVRAAG 4:** wat is het effect van ervaring en waardering op de intentie om in de toekomst zaken rondom AOW via de website van de SVB te regelen?

De intentie om in de toekomst gebruik te maken van de website bleek sterker te zijn bij de internetaanvragers dan bij de papieren aanvragers. Voor de internetaanvragers gold dat als de waardering en de ervaring toenemen en de moeite geringer wordt, de intentie om in de toekomst zaken via de website van de SVB te

gaan regelen zal toenemen. Hypothese 5 wordt hiermee deels bevestigd; dit geldt namelijk alleen voor de internetaanvragers en niet voor de papieren aanvragers. Volgens Pieterse, Teerling en Jansen (2008) bepaalt een individu zijn tevredenheid na afronding van de dienstverlening. Deze tevredenheid beïnvloedt de nieuwe kanaalkeuze. Dat bleek ook in dit onderzoek zo te zijn. Deze bevinding sluit tevens aan bij het onderzoek van Shareef et al. (2010), zij concludeerden namelijk dat tevredenheid over het systeem zou leiden tot terugkerend gebruik van het systeem.

Ten slotte zijn de verwachtingen van de aanvragers in kaart gebracht.

**DEELVRAAG 5:** welke verwachtingen had de klant over de gehele AOW-aanvraag?

Deze deelvraag was exploratief van karakter en er waren geen hypothesen opgesteld. Driekwart van de aanvragers wist dat ze AOW zelf moesten aanvragen. Slechts 49 procent van de internetaanvragers wist dat AOW ook op papier aangevraagd kon worden. Dit bleek bij de papieren aanvragers 83 procent te zijn. Hieruit mag niet direct geconcludeerd worden dat het niet vermelden van de papieren aanvraag in de aankondigingsbrief leidt tot meer internetaanvragen, maar mogelijk draagt dit er wel aan bij. Daarnaast bleken internetaanvragers voorafgaand aan de aanvraag vaker informatie opgezocht te hebben dan de papieren aanvragers, zowel voor het ontvangen van de aankondigingsbrief als voor de aanvraag zelf. De meeste respondenten hadden een aanvraagtermijn van zes maanden verwacht. Deze vraag is mogelijk beïnvloed doordat zij wisten dat ze zes maanden de tijd hadden voor hun aanvraag.

De tweede hoofdvraag was: *hoe worden de papieren en de digitale aanvraagprocedures achteraf ervaren en gewaardeerd?* Geconcludeerd mag worden dat de internetaanvragers en papieren aanvragers dezelfde verwachtingen hadden over de aanvraagtermijn en het zelf moeten aanvragen van AOW. De verwachtingen verschilden wat betreft het vooraf opzoeken van informatie over de AOW. Beide aanvraagprocedures werden als positief ervaren en gewaardeerd.

Tot slot zijn de respondenten uit vragenlijst 1 en vragenlijst 2 nog met elkaar vergeleken. In beide vragenlijsten bleek opleidingsniveau een rol te spelen bij de kanaalkeuze. Hoger opgeleiden hadden vaker de intentie om AOW op internet aan te vragen dan lager opgeleiden en hoger opgeleiden kozen vaker voor een internetaanvraag dan lager opgeleiden. Dit lijkt aan te sluiten bij de conclusie die Van Deursen & Helpser (2015) trokken, namelijk dat het internetgebruik van laagopgeleiden minder is.

De overige resultaten uit vragenlijst 2 zijn weergegeven in bijlage 12. Deze zijn niet in de conclusie opgenomen, omdat ze niet bijdroegen aan het beantwoorden van de hoofd- of deelvragen. Toch is dit interessante informatie voor de SVB. Hierin worden de antwoorden op de vraag over uitstelgedrag ook weergegeven voor zowel de respondenten uit vragenlijst 1 als vragenlijst 2 (bijlage 12, tabel 30). Op basis van deze cijfers mag niet geconcludeerd worden dat de niet-aanvragers hun papieren administratie vaker uitstellen dan de internetaanvragers en de papieren aanvragers.

## 9. DISCUSSIE

Er zijn 998 vragenlijsten verstuurd naar de niet-aanvragers en 986 naar de aanvragers (internet + papier). Er werd een respons van ongeveer 20 procent verwacht. De respons van vragenlijst 1 bleek slechts 10 procent te zijn. Een deel van de klanten viel af, omdat zij in september of oktober alsnog AOW hadden aangevraagd. Wegens een vertraging in het systeem van één maand hebben ook zij de vragenlijsten ontvangen. Zij hoefden de vragenlijsten niet meer in te vullen. Uit de telefoontjes met klanten, die belden nadat ze vragenlijst 1 hadden ontvangen, bleek dat vragenlijst 1 voor verwarring zorgde. Dit is ook zichtbaar in de opmerkingen die op vragenlijst 1 werden geschreven. Van 43 klanten is de reden genoteerd van het telefoontje (tabel 31).

Reden	Aantal klanten
Klant wist niet dat hij zelf AOW moest aanvragen	15
Klant heeft aanvraag gedaan, maar nog geen bevestiging gehad	13
Klant belt wegens fout in adressering van de vragenlijst	4
Klant weet niet of hij al AOW heeft aangevraagd	3
Klant belt met vraag tijdens aanvraag	3
Klant heeft problemen met het invullen van de digitale of papieren vragenlijst	2
Klant belt voor papieren aanvraagformulier	2
Klant belt voor zieke partner of familielid	1

**Tabel 31. Redenen waarom klanten belden.**

Het merendeel van deze klanten wist niet dat zij zelf AOW moesten aanvragen of hadden nog geen bevestiging van de aanvraag ontvangen. Enkele respondenten dachten AOW te hebben aangevraagd door de vragenlijst in te vullen. Niet alle telefoontjes zijn genoteerd. Als er te laat werd opgenomen, werd de klant automatisch doorgeschakeld naar de receptie. De receptie heeft deze klanten hoogstwaarschijnlijk doorverbonden naar een regiokantoor. Een andere verklaring voor de lage respons is dat respondenten na het ontvangen van de vragenlijst direct AOW gingen aanvragen. Hierna waren ze niet meer geschikt om de vragenlijst in te vullen.

De respons van vragenlijst 2 was hoger dan verwacht, namelijk 36 procent. Van alle klanten uit deze groep was bekend dat zij AOW hadden aangevraagd. De enquête zorgde dan ook niet voor verwarring. Het merendeel van de klanten had inmiddels een bevestiging van de aanvraag ontvangen en verwachtte binnenkort de eerste AOW-uitkering.

Vanwege de verhoging van de AOW-leeftijd was de laatste aankondigingsbrief in juni 2015 verstuurd. De volgende brief werd pas weer in november gestuurd. Voor de respondenten was het, op het moment dat zij de vragenlijst ontvingen, al ruim drie maanden geleden dat zij de aankondigingsbrief hadden ontvangen. Voor vervolgonderzoek zou het interessant zijn vragenlijsten af te nemen bij respondenten die zojuist de aankondigingsbrief hebben ontvangen. Hun verwachtingen kunnen dan beter bevestigd worden. Daarnaast zou het voor vervolgonderzoek interessant zijn klanten te bevragen net voordat zij de aankondigingsbrief ontvangen. Ze zijn dan nog niet beïnvloed door het lezen van de brief. Daarnaast zal de respons mogelijk hoger zijn, omdat de brief dan nog niet voor verwarring zorgt. Het is dan namelijk nog te vroeg om AOW aan te vragen.

In het theoretisch kader werd al beschreven dat Pieterse (2009) pleitte voor meer kennis over de wensen, behoeften en evaluaties van klanten over de dienstverlening. Die kennis is in dit onderzoek verworven. De resultaten uit dit onderzoek lijken voor een groot deel overeen te komen met de besproken literatuur in het theoretisch kader. Volgens Hoeken et al. (2012) zijn gevoel en gedrag voornamelijk gebaseerd op vroegere ervaringen met het attitudeobject. Dat bleek ook in dit onderzoek zo te zijn. Respondenten met weinig internetervaring hadden namelijk vaak een papieren intentie (vragenlijst 1) en hadden vaker een papieren aanvraag gedaan dan een internetaanvraag (vragenlijst 2). Bij een negatieve attitude zou de burger

minder snel het gewenste gedrag gaan vertonen (Pieterse, 2009). Ook dat bleek terug te komen in dit onderzoek. Er was namelijk een negatieve correlatie tussen de internetattitudes en de papieren intentie en tussen de papieren attitudes en de internetintentie.

Wat betreft de inhoud van de vragenlijsten zijn er nog wat kritische noten te plaatsen. Ten eerste lijkt de vraag over formele documenten wellicht te veel op een attitudevraag, terwijl het een overtuiging moet zijn. Daarnaast zit er een fout in de formulering van overtuiging 3 in vragenlijst 1: overtuiging 3 over internetovertuigingen is niet precies hetzelfde geformuleerd als overtuiging 3 over papieren overtuigingen. Daarnaast is de vraag *Geef hieronder met een rapportcijfer aan hoe tevreden u bent over de gehele aanvraag* 49 keer niet ingevuld (vragenlijst 2). Deze vraag werd door de respondenten mogelijk als toelichting beschouwd, aangezien de lay-out van deze vraag verschilde van andere vragen. Ook de vraag *Hoelang vóór uw AOW-leeftijd verwachtte u uw AOW te kunnen aanvragen?* had beter geformuleerd kunnen worden. De respondenten hebben namelijk in de aankondigingsbrief kunnen lezen dat zij zes maanden de tijd hadden om AOW aan te vragen. Een voorstel zou zijn: *Hoeveel maanden voor het bereiken van de AOW-leeftijd heeft de klant volgens u nodig om AOW aan te vragen?* Daarnaast is de intentie bevraagd om in de toekomst gebruik te maken van de website van de SVB, maar is de intentie om in de toekomst zaken via papier te regelen niet bevraagd. Het feit dat de SVB het liefst wil dat de klant internet gebruikt, is geen goede reden om niet naar de papieren intentie te vragen. In vervolgonderzoek zou deze vraag ook opgenomen kunnen worden. Er kan dan onderzocht worden of internetaanvragers alsnog de intentie hebben om hun zaken in de toekomst via papier te regelen. Tot slot heeft de titel van de eerste vragenlijst, *vragenlijst dienstverlening (aanvraag AOW)*, mogelijk voor verwarring gezorgd. *Aanvraag AOW* kan de suggestie wekken dat AOW aangevraagd kan worden middels de vragenlijst. Twee klanten belden hierover en dit was daarnaast op te maken uit enkele reacties op de papieren vragenlijsten. Wel werd in de brief bij de enquête vermeld dat AOW nog aangevraagd kon worden nadat de enquête was ingevuld.

Op 5 januari 2016 is de daadwerkelijke kanaalverdeling bekeken van de klanten die in juni 2015 de aankondigingsbrief hebben ontvangen, en waarvan een deel een vragenlijst voor dit onderzoek heeft ingevuld. 73 procent van alle klanten heeft op internet AOW aangevraagd, tegenover 27 procent op papier. In dit onderzoek bleek 52 procent van de niet-aanvragers de intentie te hebben om een internetaanvraag te doen, tegenover 40 procent voor een papieren aanvraag. Aangezien de respondenten de vragenlijsten anoniem hebben ingevuld, kan niet worden nagegaan of de respondenten met een internetintentie uiteindelijk ook op internet AOW hebben aangevraagd. In een vervolgonderzoek zou het interessant zijn te achterhalen of de intenties overeenkwamen met het daadwerkelijke medium van de aanvraag. Mogelijk wordt dan ook duidelijk of respondenten geprobeerd hebben AOW op internet aan te vragen, maar alsnog 'afgehaakt' zijn en op papier AOW hebben aangevraagd.

Met dit onderzoek is de mediavorkeur van 460 65-jarigen in kaart gebracht. Aangezien de AOW-aanvraag een erg specifieke procedure is, is het moeilijk deze procedure te vergelijken met procedures van andere organisaties. Wel kunnen de mediavorkeuren van deze doelgroep ook gelden voor een vergelijkbare doelgroep binnen een andere organisatie.

De resultaten uit dit onderzoek kunnen eraan bijdragen dat zoveel mogelijk (aanstaande) klanten naar het web gestuurd worden voor de AOW-aanvraag. Toch zal er een groep klanten zijn die niet bereid is deze stap naar het internet te maken. Uit dit onderzoek bleek namelijk ten eerste dat 16 procent van de niet-aanvragers niet over internet beschikte. Daarnaast bleek 'geen computer' de grootste reden te zijn van de papieren aanvragers om voor een papieren aanvraag te kiezen. In de toekomst zal deze groep vanzelf afnemen, maar uit de telefoontjes en de reacties op de vragenlijsten bleek dat er op dit moment zeker nog klanten zijn die pleiten voor papier. De aanbevelingen om meer klanten naar het web te sturen worden in het volgende hoofdstuk toegelicht.

## 10. AANBEVELINGEN

Het doel van dit onderzoek is om aanbevelingen te doen aan de SVB over hoe de communicatie rondom het aanvraagproces kan bijdragen aan de sturing van klanten naar het digitale kanaal. De aanbevelingen die bijdragen aan dit doel worden hieronder beschreven. Tot slot worden enkele aanbevelingen gedaan die niet bijdragen aan het doel van dit onderzoek, maar wel kunnen bijdragen aan het behalen van andere (voor de SVB interessante) doelen.

**AANBEVELING 1: Benadruk de voordelen van de internetaanvraag op internetpagina's over de AOW-aanvraag en in de aankondigingsbrief:**

- Een internetaanvraag is snel.
- Een internetaanvraag is makkelijk.
- Een internetaanvraag is niet veel werk.
- Een internetaanvraag kan geprint worden en daardoor op papier bewaard worden.
- De klant krijgt een ontvangstbevestiging na de internetaanvraag.

De overtuigingen snelheid, gemak, 'veel werk', formele documenten bewaren en zekerheid bleken de belangrijkste determinanten te zijn voor de kanaalkeuze van de klant. Het vermelden of (extra) benadrukken van deze voordelen kan ervoor zorgen dat de intentie in de gewenste richting wordt gestuurd; richting de internetaanvraag. Wanneer de overtuigingen van de klant over internet positiever worden, zullen deze de intentie om AOW op internet aan te vragen positief beïnvloeden.

### *Aankondigingsbrief*

In de huidige aankondigingsbrief wordt al vermeld dat een internetaanvraag snel is, snel wordt behandeld en eenvoudig is. Deze voordelen zouden extra benadrukt kunnen worden door te vermelden dat een aanvraag slechts uit enkele stappen bestaat en dat de internetaanvraag over het algemeen als eenvoudig wordt beschouwd (resultaat uit vragenlijst 2). Door te vermelden uit hoeveel stappen de internetaanvraag bestaat, kan de klant ervan overtuigd worden dat een internetaanvraag niet veel werk is. Tot slot is het raadzaam te vermelden dat de internetaanvraag geprint kan worden en dat de klant een ontvangstbevestiging ontvangt na de aanvraag. Daarnaast staat in de huidige brief vermeld dat de klant vaak al binnen 3 weken na de aanvraag een beslissing over het AOW pensioen ontvangt. Mogelijk kan deze zin anders geformuleerd worden, zoals: '80 procent van de aanvragers krijgt binnen één week bericht van ons'. Hierdoor wordt de snelheid van de verwerking van de aanvraag extra benadrukt.

### *Website*

Op de webpagina 'Hoe vraagt u AOW aan' staat beschreven dat een internetaanvraag snel en makkelijk is en is een voorbeeldfilmje te vinden. De informatie dat de internetaanvraag geprint kan worden en dat de klant een bevestiging krijgt zouden ook aan deze pagina toegevoegd kunnen worden.

**AANBEVELING 2: Besteed in de aankondigingsbrief extra aandacht aan klanten die laagopgeleid zijn en/of weinig internetervaring hebben.**

De lager opgeleide klanten bleken vaak ook weinig ervaring met internet te hebben. De informatie over de aanvraag op de SVB-website, zoals het voorbeeldfilmje, zal door deze klanten dan ook minder vaak bekeken worden dan door de hoger opgeleide klanten. Om ervoor te zorgen dat alle klanten toegang hebben tot deze informatie, is het raadzaam deze al in de aankondigingsbrief te vermelden. De aankondigingsbrief wordt namelijk naar alle klanten verzonden. Informatie uit het voorbeeldfilmje is met name interessant voor de lager opgeleide klanten, omdat hun internetovertuigingen hierdoor positiever kunnen worden.

### *Aankondigingsbrief*

In het voorbeeldfilmje wordt de internetaanvraag stap voor stap toegelicht. Het advies is om deze informatie te verwerken in de aankondigingsbrief. Hierdoor wordt voor de klant duidelijk uit hoeveel stappen de aanvraag bestaat en welke stappen dat zijn. In tegenstelling tot het voorbeeldfilmje kan de klant de informatie op papier op zijn gemak lezen. Ook tijdens de aanvraag kan de informatie opnieuw gelezen worden. De aankondigingsbrief wordt hierdoor een hulpmiddel, waarin per stap beschreven is hoe AOW op internet aangevraagd kan worden. De aankondigingsbrief krijgt hierdoor meer de vorm van een instructieve tekst.

Een tweede manier om extra aandacht aan de laagopgeleide en minder ervaren klanten te besteden is door illustraties aan de brief toe te voegen. Voor de klant kan het praktisch zijn als de verschillende schermen van de aanvraag in beeld worden gebracht. Zo krijgt de klant een idee van hoe de schermen eruit zien. Daarnaast kan met kleuren of figuren aangegeven worden waar de klant op dient te klikken. Illustraties maken een aanvraag daardoor mogelijk eenvoudiger.

Deze aanbeveling is niet alleen bruikbaar voor de laagopgeleide en onervaren klanten, maar ook de ervaren klant kan een internetaanvraag hierdoor als sneller, eenvoudiger en minder werk gaan beschouwen. Doordat de verschillende stappen van de aanvraag op een duidelijke manier in kaart worden gebracht, kan de zelfeffectiviteit van de klant over een internetaanvraag toenemen. De zelfeffectiviteit kan een positieve invloed uitoefenen op de intentie om AOW op internet aan te vragen.

In bijlage 13 is een voorstel weergegeven van een aankondigingsbrief met stappenplan. Dit voorstel betreft slechts een schets. Het is raadzaam een nieuwe aankondigingsbrief te pretesten, alvorens deze in gebruik wordt genomen. Op basis van de aanbevelingen zijn er ook kleine aanpassingen in de tekst gedaan.

### **AANBEVELING 3: Informeer de klant over de Berichtenbox.**

Als klanten een Berichtenbox op Mijnoverheid.nl hebben aangemaakt, is de Berichtenbox voor post van de SVB ook automatisch geactiveerd. Klanten met een Berichtenbox ontvangen de aankondigingsbrief daarin. Uit het vooronderzoek bleek dat enkele klanten de aankondigingsbrief niet hadden ontvangen, omdat ze niet in hun Berichtenbox hadden gekeken. Deze aanbeveling kan bijdragen aan het onderzoeksdoel; de klant zit namelijk al achter de computer als hij de brief in zijn Berichtenbox opent. Dit maakt de stap naar een internetaanvraag mogelijk kleiner dan wanneer hij de brief op papier zou lezen. Indien de klant de brief niet leest en daardoor zijn aanvraag niet doet, wordt er een herinneringsbrief naar de klant gestuurd per post. Deze aanbeveling kan er tevens voor zorgen dat het aantal herinneringsbrieven dat per maand verstuurd wordt, afneemt. Verwacht wordt dat het aantal gebruikers met een Berichtenbox de komende maanden aanzienlijk zal toenemen, aangezien de Belastingdienst steeds meer post naar de Berichtenbox gaat sturen.

### *Website*

Op de webpagina 'Hoe vraagt u AOW aan' staat nu vermeld dat de klant ongeveer vijf maanden voor zijn AOW-leeftijd een brief ontvangt. De klant kan over de Berichtenbox geïnformeerd worden door hier het tekstgedeelte 'Heeft u een Berichtenbox? Dan ontvangt u deze brief in uw Berichtenbox van MijnOverheid aan toe te voegen.

Bovenstaande drie aanbevelingen dragen bij aan het onderzoeksdoel; het sturen van klanten naar het digitale kanaal voor de AOW-aanvraag. De internetaanvraag en de papieren aanvraag werden positief ervaren en gewaardeerd. De resultaten uit dit onderzoek vormen geen aanleiding om iets te veranderen aan de aanvraagprocedures zelf. Op basis van de resultaten van dit onderzoek zijn nog drie aanbevelingen opgesteld die niet bijdragen aan het specifieke onderzoeksdoel, maar wel relevant zijn voor de SVB.

**AANBEVELING 4:** Vermeld expliciet dat AOW niet automatisch aan de klant wordt toegekend.

**AANBEVELING 5:** Vermeld expliciet dat de (aanstaande) klant zélf AOW moet aanvragen.

Uit het telefonisch vooronderzoek, de ontvangen telefoontjes over vragenlijst 1 en de opmerkingen op de vragenlijsten bleek dat meerdere respondenten dachten dat de AOW-aanvraag automatisch zou gaan. Ze waren van mening dat zij hier zelf niets voor hoefden te doen. Een deel van deze klanten gaf aan geen aankondigingsbrief te hebben ontvangen. Volgens de gegevens van de SVB is de aankondigingsbrief echter wel naar deze klanten gestuurd.

In de huidige aankondigingsbrief en op de webpagina's over de AOW staat vermeld hoe de klant AOW kan aanvragen. Mogelijk denken sommige klanten dat deze informatie niet voor hen geldt. Om dit te voorkomen kan in de aankondigingsbrief en op de website expliciet vermeld worden dat de klant zelf AOW moet aanvragen. Het doel van deze aanbevelingen is het beter informeren van de klant.

**AANBEVELING 6:** Laat beide aanvraagkanalen voorlopig bestaan.

Uit dit onderzoek is gebleken dat klanten tevreden zijn over de internetaanvraag en de papieren aanvraag. Uit de opmerkingen op de vragenlijsten en uit de ontvangen telefoontjes werd duidelijk dat er bij een deel van de klanten tegenstand bestaat over de sturing naar internet. Een deel van de klanten vindt het belangrijk dat papier blijft bestaan. De verwachting van de SVB is dat er altijd een groep klanten zal blijven die om bepaalde redenen absoluut geen gebruik wil of kan maken van de internetaanvraag. Om de hoge klanttevredenheid te behouden, is het raadzaam beide kanalen beschikbaar te laten voor de aanvraag.

## LITERATUUR

- Al-Hujran, O., Al-Debei, M. M., Chatfield, A., & Migdadi, M. (2015). The imperative of influencing citizen attitude toward e-government adoption and use. *Computers in Human Behavior*, 53, 189-203.
- Caluwé, C. de., Verdegem, P., & Dooren, W. van (2012). Digitale kloof en/in elektronische dienstverlening: een catch-22? *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 40(1), 46-70.
- Deursen, A. van., Helsper, E.J. (2015). A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. *European Journal of Communication*, 30(2), 171-187.
- Duimel, M. (2007). *Verbinding maken*. Geraadpleegd via Sociaal en Cultureel Planbureau: [file:///svb.org/users\\$/avhome\\$/AVKHOFLA/Downloads/Verbinding%20maken.pdf](file:///svb.org/users$/avhome$/AVKHOFLA/Downloads/Verbinding%20maken.pdf).
- Ebbers, W. (2002). *Facing the digital world* (Proefschrift, Universiteit Twente).
- Fishbein, M., & Yzer, M. C. (2003). Using theory to design effective health behavior interventions. *Communication theory*, 13(2), 164-183.
- Geest, T. van der (2014). *De kanalen van Amsterdam*. Enschede: Universiteit Twente.
- Hoeken, J. A. L., Hornikx, J. M. A., & Hustinx, L. G. M. M. (2012). *Overtuigende teksten. Onderzoek en ontwerp*. Bussum: Coutinho.
- Jansen, P. (2008). *Kanaalsturing: een inventarisatie van de attitudes van burgers ten opzichte van sturing in het kanaalkeuzegedrag* (Masterscriptie, Universiteit Twente).
- Klumper, O. (2000). *Ouderen & (a)penstaartjes: een kwalitatief onderzoek naar internetgebruik onder ouderen in woonzorgcentra*. Geraadpleegd via Seniorweb: <http://docplayer.nl/7779506-Een-kwalitatief-onderzoek-naar-internetgebruik-onder-ouderen-in-woonzorgcentra-ouderen-penstaartjes.html>
- Pieterse, W. J. (2009). *Channel choice: citizens' channel behavior and public service channel strategy* (Proefschrift, Universiteit Twente).
- Pieterse, W., Teerling, M. en Jansen, P. (2008). *Kanaalsturing. Verleid klanten naar de gewenste kanalen*. Geraadpleegd via Telematica instituut: <https://www.utwente.nl/ctit/cfes/docs/rapporten/KiB/2008-KiB-Kanaalsturing.pdf>
- Shareef, M. A., Kumar, V., Kumar, U., & Dwivedi, Y. K. (2011). e-Government Adoption Model (GAM): Differing service maturity levels. *Government Information Quarterly*, 28(1), 17-35.
- SVB – Directie Dienstverlening (2015). *Eindrapportage proeftuin AOW*. Intern document. Amstelveen: Sociale Verzekeringsbank.



## **BIJLAGE 1. AOW-AANKONDIGINGSBRIEF**

Aanvraagbrief mailing AOW-02 / 06.15

Onderwerp: aanvragen AOW-pensioen

Geachte ,

U bereikt over 6 maanden uw AOW-leeftijd. Uw AOW-leeftijd is 65 jaar + 3 maanden. Vanaf de dag waarop u uw AOW-leeftijd bereikt, krijgt u een AOW-pensioen van de Sociale Verzekeringsbank (SVB). In deze brief leest u hoe u eenvoudig een AOW-pensioen aanvraagt.

### **Uw aanvraag via internet**

Het makkelijkst en het snelst vraagt u uw AOW-pensioen via internet aan. Wij hebben een aantal gegevens al voor u ingevuld. Ga met uw DigiD naar de aanvraag op [www.svb.nl/aow/aanvragen](http://www.svb.nl/aow/aanvragen). Heeft u nog geen DigiD, vraag er dan een aan op [www.digid.nl](http://www.digid.nl). Het duurt ongeveer 5 dagen voor u een DigiD heeft. Omdat u over 6 maanden uw AOW-leeftijd bereikt, heeft u hier dus ruim de tijd voor.

De SVB behandelt aanvragen via internet snel. Als wij uw aanvraag hebben ontvangen, krijgt u vaak al binnen 3 weken een beslissing over uw AOW-pensioen.

### **Uw zaken regelen via [www.svb.nl](http://www.svb.nl)**

De SVB wil zo veel mogelijk klanten informeren langs digitale weg. In de bijlage leest u meer over onze dienstverlening via internet.

### **Heeft u nog vragen?**

Kijk dan op [www.svb.nl/aow/aanvragen](http://www.svb.nl/aow/aanvragen), met een voorbeeldfilmpje en veel gestelde vragen. Gaat het over uw persoonlijke situatie? Log dan in op Mijn SVB en stel uw vraag bij 'Vraag of mededeling'. Voor algemene vragen kunt u ons een e-mail sturen via 'Contact' op [www.svb.nl](http://www.svb.nl).

Kunt u de AOW niet via internet aanvragen, bel dan op werkdagen tussen 08.00 en 17.00 uur naar bovenstaand telefoonnummer.

Met vriendelijke groet,

Sociale Verzekeringsbank

### **De AOW op hoofdlijnen**

Meer informatie over de AOW vindt u ook op de volgende bladzijde van deze brief.

## **De AOW op hoofdlijnen**

### **Wat is AOW**

Het AOW-pensioen is een basispensioen dat u krijgt van de overheid. U ontvangt het AOW-pensioen vanaf de dag waarop u de AOW-leeftijd bereikt. Uw AOW-leeftijd hangt af van uw geboortedatum. Kijk voor uw AOW-leeftijd op [www.svb.nl/aowleeftijd](http://www.svb.nl/aowleeftijd).

### **Wie krijgt AOW**

Iedereen die de AOW-leeftijd heeft bereikt en in Nederland woont, krijgt AOW. Het maakt niet uit welke nationaliteit u heeft.

Ieder jaar dat u verzekerd bent voor de AOW, bouwt u 2% AOW op. U bent verzekerd als u in Nederland woonde of werkte. U krijgt een volledig AOW-pensioen als u in de 50 jaar voor uw AOW-leeftijd altijd verzekerd bent geweest. Uw AOW-pensioen kan lager uitvallen als u een periode buiten Nederland woonde of werkte.

### **Alleen wonen of met een partner**

De hoogte van uw AOW-pensioen hangt ook af van uw woonsituatie. Daarmee bedoelen we of u alleen woont of met een partner. Partner is degene met wie u op hetzelfde adres woont en met wie u de kosten van het huishouden deelt. Dat kan uw echtgenoot zijn, maar ook uw vriend of vriendin of uw broer of zuster. De AOW kent verschillende bedragen voor mensen die alleen wonen en mensen die met een partner wonen.

### **Overbruggingsuitkering AOW**

De overbruggingsuitkering is een uitkering voor mensen die door de verhoging van de AOW-leeftijd tijdelijk minder inkomen hebben. Dat kan als een VUT- of vergelijkbare (particuliere) regeling stopt, lager wordt of overgaat in een ouderdomspensioen. Als dat bij u gebeurt kunt u misschien een overbruggingsuitkering krijgen over de periode waarin u tijdelijk minder inkomen heeft.

De hoogte van de overbruggingsuitkering hangt af van uw inkomen. Dit betekent dat wij uw inkomen van de uitkering aftrekken. Als u een partner heeft, is de maximale overbruggingsuitkering € 731,64 bruto per maand. Als u geen partner heeft is dat € 1.131,98 bruto per maand (bedragen per 1 januari 2015).

Voor de overbruggingsuitkering gelden voorwaarden. U kunt alleen een overbruggingsuitkering krijgen als u aan alle voorwaarden voldoet. Deze voorwaarden vindt u op [www.svb.nl/obr](http://www.svb.nl/obr). Daar kunt u ook eenvoudig aan de hand van enkele vragen nagaan of u een overbruggingsuitkering kunt krijgen.

**BIJLAGE 2: FLYER ALS BIJLAGE BIJ AANKONDIGINGSBRIEF**



**Mijn SVB:  
uw zaken regelen via internet**

<b>Inhoud</b>	Mijn SVB	2
	Berichtenbox: voortaan uw post digitaal	3
	DigiD	3
	DigiD: ook buiten Nederland	3

Mijn SVB: uw zaken regelen via internet

2 van 3

U gaat scheiden, het inkomen van uw partner is veranderd, er is iemand bij u in huis komen wonen. Enkele voorbeelden van veranderingen in de persoonlijke situatie die gevolgen kunnen hebben voor uw pensioen of uitkering van de SVB. U kunt dit telefonisch aan ons doorgeven, of met een formulier via de post. Maar veel gemakkelijker is gebruikmaken van Mijn SVB.

**Mijn SVB**

Op [www.svb.nl](http://www.svb.nl) vindt u niet alleen informatie over regelingen van de SVB. Ook kunt u gemakkelijk uw zaken regelen met uw eigen Mijn SVB:

- U geeft iets door wanneer het u uitkomt. Ongeacht tijdstip of dag van de week.
- Het gebruik van Mijn SVB is heel gemakkelijk. U heeft alleen een DigiD nodig om in te loggen.
- Mijn SVB is gratis. En u bespaart op postzegels.
- Geeft u een wijziging door, dan gaan wij er meteen mee aan de slag.
- Mijn SVB is veilig door het gebruik van DigiD. Dit is uw eigen inlogcode voor de overheid.
- Wat DigiD is en hoe u het aanvraagt, leest u verderop.

**Met Mijn SVB kunt u :**

Kinderbijslag, AOW-pensioen of een nabestaandenuitkering Anw aanvragen.

De bruto/netto specificatie van uw uitkeringsbedrag bekijken.

Een SVB Pensioenoverzicht aanvragen (als u nog geen 65 jaar bent).

Een vraag aan ons stellen met het contactformulier.

Een wijziging in uw situatie doorgeven.

Uw jaaropgave bekijken en eventueel printen.

Documenten digitaal opsturen, bijvoorbeeld bewijsstukken waar de SVB u om vraagt.

Wilt u ook gebruikmaken van Mijn SVB? Ga dan naar [www.mijnsvb.nl](http://www.mijnsvb.nl).

**Berichtenbox: voortaan uw post digitaal**

De SVB wil zo veel mogelijk klanten informeren langs digitale weg. Dit bespaart veel geld. En ook u heeft er voordeel van. U heeft een goed overzicht van alle brieven van de SVB en u kunt uw SVB-post overal bekijken via internet. Hiervoor opent u met uw DigiD een Berichtenbox; dit is een digitaal postvak bij de overheid. Wilt u ook een Berichtenbox? Ga dan naar [mijn.overheid.nl](http://mijn.overheid.nl). Ook hiervoor gebruikt u uw DigiD.

**DigiD**

DigiD staat voor digitale identiteit. Dit is uw persoonlijke inlogcode voor diensten van de Nederlandse overheid. U kiest zelf uw gebruikersnaam en wachtwoord. Alle handelingen die u met DigiD op internet uitvoert, lopen via een beveiligde verbinding. Ook bij andere instanties kunt u terecht met uw DigiD, zoals de Belastingdienst, UWV en gemeenten.

Kijk voor meer informatie op [www.digid.nl](http://www.digid.nl). Een DigiD aanvragen kan ook via [www.svb.nl](http://www.svb.nl).

**DigiD: ook buiten Nederland**

Woont u buiten Nederland? Misschien kunt u dan ook gebruikmaken van DigiD en Mijn SVB. U kunt een DigiD bij de SVB aanvragen als u:

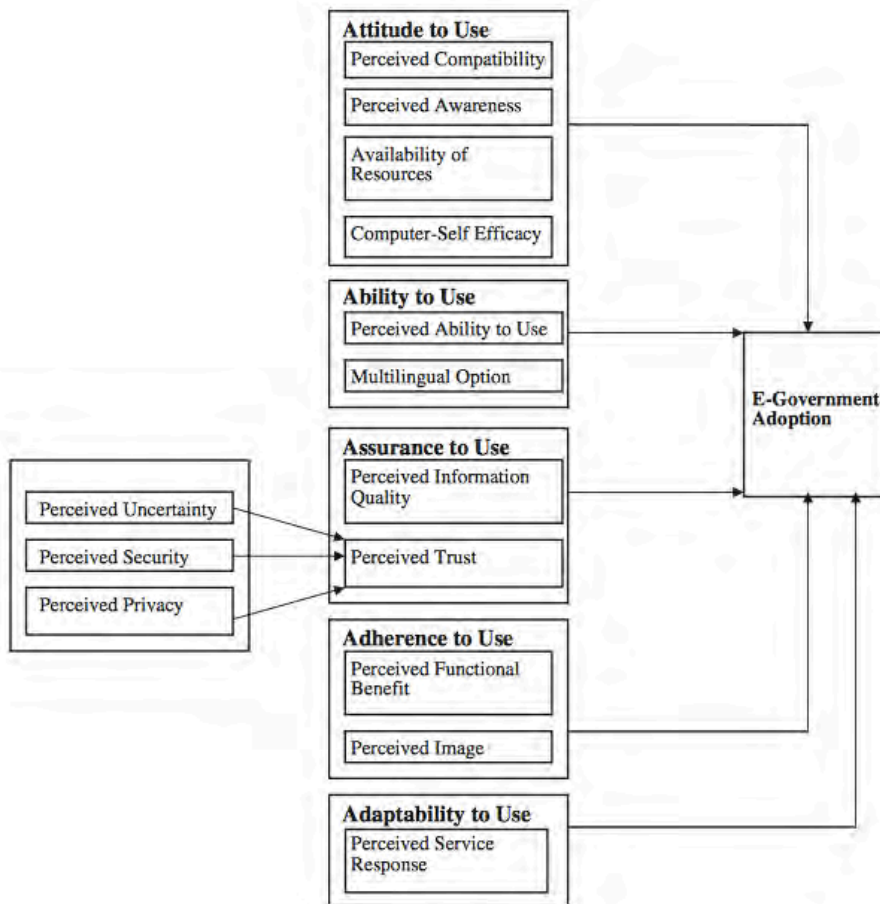
- een AOW-pensioen ontvangt van de SVB én
- een Nederlands burgerservicenummer (BSN) of sofi-nummer heeft.

U kunt ook een Digid aanvragen bij de balie in enkele Nederlandse gemeenten. U regelt dit dan ter plekke. Kijk voor meer informatie op [www.svb.nl/dni](http://www.svb.nl/dni).

Kijk voor meer informatie op [www.svb.nl/dni](http://www.svb.nl/dni).

*Mijn SVB en de websites [mijn.overheid.nl](http://mijn.overheid.nl) en [www.digid.nl](http://www.digid.nl) zijn alleen beschikbaar in het Nederlands.*

BIJLAGE 3. FIGUUR 4: GOVERNMENT ADOPTION MODEL



## BIJLAGE 4. VRAGENLIJST VOORONDERZOEK

### Vragen aan aanvragers:

1. Heeft u mijn brief ontvangen?
2. Volgens mijn gegevens heeft u AOW aangevraagd. Klopt dat?
3. Heeft u de aankondigingsbrief in juni ontvangen?
4. Had u verwacht die brief te ontvangen?
5. Had u al eerder zelf informatie over de AOW opgezocht?
6. Bent u weleens op de site van de SVB geweest?
7. Heeft u een DigiD?
8. Wanneer heeft u AOW aangevraagd?
9. Wat was de verwachting toen zij naar de SVB belden?
10. Heeft u de aanvraag op papier of digitaal gedaan?
11. Waarom heeft u gekozen voor aanvraag op papier of digitaal?
12. Vond u de aanvraag eenvoudig?
13. Heeft u hulp gehad bij aanvraag?
14. Heeft u naast de aanvraag vaker contact gehad met de SVB over de aanvraag?
15. Bent u tevreden over het gehele aanvraagproces? Van begin tot eind.
16. Is aan uw verwachtingen voldaan?
17. Voor welk kanaal kiest u de volgende keer als u contact nodig heeft met SVB?
18. Hoeveel ervaring heeft u met internet?
19. Stelt u administratie vaak uit?
20. Heeft u bevestiging gekregen van de aanvraag? Hoelang na aanvraag?

### Vragen aan niet-aanvragers:

1. Heeft u mijn brief ontvangen?
2. Volgens mijn gegevens heeft u nog geen AOW aangevraagd. Klopt dat? Waarom niet?
3. Bent u nog van plan AOW aan te vragen? Wanneer?
4. Heeft u in juni de aankondigingsbrief over AOW ontvangen?
5. Had u verwacht die brief te krijgen?
6. Had u al eerder zelf informatie over de AOW opgezocht?
7. Bent u weleens op de site van de SVB geweest?
8. Heeft u DigiD? Waarom wel/niet? Kent u het?
9. Wanneer bent u van plan AOW aan te vragen?
10. Hoe bent u van plan AOW aan te vragen? Papier/digitaal
11. Waardoor wordt dat beïnvloed? Welke overtuigingen?
12. Hoeveel ervaring heeft u met internet?
13. Voorwaarden voor aanvraag bevragen
14. Intentie over aanvraag en intentie over toekomst SVB bevragen

## BIJLAGE 5. VRAGENLIJST 1

### Vragenlijst dienstverlening (aanvraag AOW)

#### Korte uitleg

AOW kan aangevraagd worden op internet of met een papieren formulier. We zijn geïnteresseerd in uw mening over de aanvraag op internet **en** de aanvraag op papier. De vragenlijst bestaat uit vragen en stellingen over de AOW-aanvraag. Er zijn geen goede of foute antwoorden.

Hieronder ziet u een voorbeeldvraag. U kunt antwoorden door 1 van de 7 bolletjes op de schaal aan te kruisen. Hoe verder naar links, hoe sterker u het oneens bent met de stelling. Hoe verder naar rechts, hoe meer u het eens bent.

*Ik verwacht dat de AOW-aanvraag makkelijk is*

	1	2	3	4	5	6	7	
<i>helemaal mee oneens</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>helemaal mee eens</i>

#### Enkele vragen vooraf

1. Heeft u uw AOW al aangevraagd?  
 nee  
 ja *U hoeft deze vragenlijst niet in te vullen*
2. Weet u dat het mogelijk is om AOW op internet aan te vragen?  
 ja  nee
3. Heeft u thuis internet?  
 ja  nee
4. Hoe omschrijft u zichzelf als internetgebruiker?  

	1	2	3	4	5	
helemaal niet ervaren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	heel erg ervaren
5. Heeft u een DigiD?  
 ja  nee
6. Heeft u een Berichtenbox van MijnOverheid?  
 ja  nee  
 Zo ja: ontvangt u brieven van de SVB in uw Berichtenbox?  
 ja  nee  weet ik niet
7. Heeft u in juni een brief van de SVB ontvangen over de aanvraag van uw AOW?

ja  nee  weet ik niet

In hoeverre bent u het eens met de volgende **stellingen**?

- |    |   |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 8. | Ik ben er zeker van dat het mij lukt om AOW op internet aan te vragen | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|    | helemaal mee oneens   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |    |   |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 9. | Ik ben er zeker van dat het mij lukt om AOW op papier aan te vragen | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|    | helemaal mee oneens   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over een **internetaanvraag**?

- |     |  |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 10. | Als ik op internet AOW aanvraag, gaat dat snel | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |  |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 11. | Als ik op internet AOW aanvraag, is dat moeilijk | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |   |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 12. | Als ik op internet AOW aanvraag, is dat veel werk | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |   |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 13. | Als ik op internet AOW aanvraag, zijn mijn persoonlijke gegevens veilig | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |  |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 14. | Als ik op internet AOW aanvraag, kunnen mijn persoonlijke gegevens in verkeerde handen terecht komen | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |   |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 15. | Belangrijke informatie bewaar ik graag digitaal | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |   |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 16. | Formele documenten verstuur ik graag via internet | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |
- 
- |     |  |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                   |
|-----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| 17. | Als ik op internet AOW aanvraag, weet ik zeker dat de SVB de aanvraag ontvangt | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |                       |                   |
|     | helemaal mee oneens  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | helemaal mee eens |



In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over een <b>papieren</b> aanvraag?									
18.	Als ik op papier AOW aanvraag, gaat dat snel	1	2	3	4	5	6	7	
	helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
19.	Als ik op papier AOW aanvraag, is dat moeilijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
20.	Als ik op papier AOW aanvraag, is dat niet veel werk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
21.	Als ik op papier AOW aanvraag, zijn mijn persoonlijke gegevens veilig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
22.	Als ik op papier AOW aanvraag, kunnen mijn persoonlijke gegevens in verkeerde handen terechtkomen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
23.	Belangrijke informatie bewaar ik graag op papier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
24.	Formele documenten verstuur ik graag op papier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
25.	Als ik op papier AOW aanvraag, weet ik zeker dat de SVB de aanvraag ontvangt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over een <b>internetaanvraag</b> ?									
26.	Ik kan het beste op internet AOW aanvragen	1	2	3	4	5	6	7	
	helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
27.	Het is voor mij verstandig om AOW op internet aan te vragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
28.	Het is voor mij het prettigst om AOW op internet aan te vragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens

	helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
29.	Het is voor mij handig om AOW op internet aan te vragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over een <b>papieren</b> aanvraag?									
		1	2	3	4	5	6	7	
30.	Ik kan het beste op papier AOW aanvragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
31.	Het is voor mij verstandig om AOW op papier aan te vragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
32.	Het is voor mij het prettigst om AOW op papier aan te vragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
33.	Het is voor mij handig om AOW op papier aan te vragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens

	34. Hoe gaat u AOW aanvragen?								
	<input type="radio"/> zeker op internet								
	<input type="radio"/> ik denk op internet								
	<input type="radio"/> weet ik niet								
	<input type="radio"/> ik denk op papier								
	<input type="radio"/> zeker op papier								
35.	Gaat u in de toekomst uw zaken rond de AOW via de website van de SVB regelen?								
	<input type="radio"/> zeker wel								
	<input type="radio"/> ik denk van wel								
	<input type="radio"/> weet ik niet								
	<input type="radio"/> ik denk van niet								
	<input type="radio"/> zeker niet								

<b>Gegevens over uzelf</b>	
36.	Wat is uw geslacht?

man    vrouw

37. Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgemaakt?

lagere school of basisschool

middelbare school

lager beroepsonderwijs

middelbaar beroepsonderwijs

hoger beroepsonderwijs

universiteit

38. Ik heb ervaring met het invullen van formulieren

heel weinig    1    2    3    4    5   heel veel

39. Ik neig ernaar om papieren administratie uit te stellen

heel weinig                  heel veel

40. Woont u met een partner die al een AOW van ons ontvangt?

nee    ja:

Hoe heeft uw partner AOW aangevraagd:    op internet    op papier    weet ik niet

41. Heeft u in het buitenland gewoond of gewerkt?

ja    nee

42. Wat is uw land van herkomst?

Nederland

Anders, namelijk (vul in) \_\_\_\_\_

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw tijd.

Heeft u nog iets toe te voegen aan deze vragenlijst?

## BIJLAGE 6. VRAGENLIJST 2

## Vragenlijst dienstverlening (aanvraag AOW)

2

**Korte uitleg**

U heeft AOW aangevraagd op internet of met een papieren formulier. We zijn geïnteresseerd in uw mening over de manier waarop u AOW heeft aangevraagd: op **internet** of op **papier**. De vragenlijst bestaat uit vragen en stellingen over de AOW-aanvraag. Er zijn geen goede of foute antwoorden.

Hieronder ziet u een voorbeeldvraag. U kunt antwoorden door 1 van de 7 bolletjes op de schaal aan te kruisen. Hoe verder naar links, hoe sterker u het oneens bent met de stelling. Hoe verder naar rechts, hoe meer u het eens bent.

*Ik verwacht dat de AOW-aanvraag makkelijk is*

	1	2	3	4	5	6	7	
<i>helemaal mee oneens</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<i>helemaal mee eens</i>

**Enkele vragen vooraf**

1. Hoe heeft u uw AOW aangevraagd?  
 op internet    op papier
  
2. Waarom heeft u voor internet of een papieren formulier gekozen?  
 U kunt meerdere opties aangeven.
  - vanwege het gemak
  - vanwege de snelheid
  - vanwege de zekerheid
  
  - vanwege de veiligheid
  - ik doe dit altijd op deze wijze
  - vanwege de moeilijkheid van de aanvraag
  - mijn partner heeft het ook zo gedaan
  - ik heb geen computer
  - ik kan niet goed met mijn computer overweg
  - ik heb wel een computer maar gebruik weinig of geen internet
  - anders, namelijk: (vul in) \_\_\_\_\_
  
3. Heeft u een DigiD?  
 ja    nee
  
4. Heeft u een Berichtenbox van MijnOverheid?

ja  nee

Zo ja: ontvangt u brieven van de SVB in uw Berichtenbox?

ja  nee  weet ik niet

5. Heeft u in juni een brief van de SVB ontvangen over de aanvraag van uw AOW?

ja  nee  weet ik niet

In hoeverre bent u het eens met de volgende **stellingen**?

6. Hoe ingewikkeld vond u de AOW-aanvraag?

	1	2	3	4	5	
heel eenvoudig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	heel ingewikkeld

7. Kon u de aanvraag in één keer afmaken?

ja  nee

8. Vroeg de SVB u om meer gegevens aan te leveren tijdens het invullen van de aanvraag?

ja  nee

9. Heeft iemand u geholpen bij het invullen van de aanvraag?

nee  ja, namelijk:

mijn partner

familie

een vriend(in)

hulpverlener

financieel dienstverlener

anders, namelijk (vul in) \_\_\_\_\_

10. Heeft u tijdens de aanvraag een vraag gesteld aan de SVB?

nee  ja, namelijk over:

DigiD

technische problemen

wonen of werken in het buitenland

loonheffing of loonheffingskorting

verzekering

de hoogte van mijn AOW

ik wilde weten of mijn aanvraag was ontvangen

anders, namelijk (vul in) \_\_\_\_\_

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over **de manier** waarop u AOW heeft aangevraagd?

11. Ik vond de manier van aanvragen snel	1	2	3	4	5	6	7	
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
12. Ik vond de manier van aanvragen moeilijk								
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
13. Ik vond de manier van aanvragen veel werk								
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
14. Mijn persoonlijke gegevens waren veilig bij deze manier van aanvragen								
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
15. Mijn persoonlijke gegevens konden in verkeerde handen terechtkomen								
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens
16. Ik wist zeker dat de SVB mijn aanvraag zou ontvangen								
helemaal mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	helemaal mee eens

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen over de **verwachtingen** van de aanvraag?

17. De aankondigingsbrief voor het aanvragen van AOW, die ik in juni heb ontvangen, kwam:			
<input type="radio"/> te vroeg	<input type="radio"/> op tijd	<input type="radio"/> te laat	
18. Ik wist dat ik mijn AOW zelf moest aanvragen			
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee		
19. Ik had van tevoren verwacht mijn AOW op papier te kunnen aanvragen			
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee		
20. Ik had voordat ik de aankondigingsbrief in juni kreeg zelf al informatie over de AOW-aanvraag opgezocht			
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee		
21. Ik heb voordat ik de aanvraag invulde informatie gezocht over de AOW zelf			
<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nee		
22. Zes maanden om mijn AOW aan te vragen vind ik			
<input type="radio"/> te kort	<input type="radio"/> goed	<input type="radio"/> te lang	

23. Hoelang vóór uw AOW-leeftijd verwachtte u uw AOW te kunnen aanvragen?

- 1 maand
- 2 maanden
- 3 maanden
- 4 maanden
- 5 maanden
- 6 maanden
- langer dan 6 maanden

**Onderstaande vragen gaan over de waardering van de aanvraag**

24. Geef hieronder met een rapportcijfer aan hoe tevreden u bent over de gehele aanvraag  
(omcirkel het cijfer dat van toepassing is)    1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10

25. Ik vond het prettig om op deze manier AOW aan te vragen

1            2            3            4            5            6            7

helemaal mee oneens                                helemaal mee eens

26. Ik ben tevreden over de manier waarop ik mijn AOW heb aangevraagd

helemaal mee oneens                                helemaal mee eens

27. Ik vond het handig mijn AOW op deze manier aan te vragen

helemaal mee oneens                                helemaal mee eens

28. Gaat u in de toekomst uw zaken rond de AOW via de website van de SVB regelen?

- zeker wel
- ik denk van wel
- weet ik niet
- ik denk van niet
- zeker niet

**Gegevens over uzelf**

29. Wat is uw geslacht?

- man     vrouw

30. Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgemaakt?

- lagere school of basisschool
- middelbare school
- lager beroepsonderwijs

<p><input type="radio"/> middelbaar beroepsonderwijs</p> <p><input type="radio"/> hoger beroepsonderwijs</p> <p><input type="radio"/> universiteit</p>														
<p>31. Ik heb ervaring met het invullen van formulieren</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">2</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">3</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">4</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">5</td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> <tr> <td>heel weinig</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td>heel veel</td> </tr> </table>		1	2	3	4	5		heel weinig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	heel veel
	1	2	3	4	5									
heel weinig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	heel veel								
<p>32. Ik neig ernaar om papieren administratie uit te stellen</p> <p>heel weinig   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   heel veel</p>														
<p>33. Belangrijke informatie bewaar ik graag:</p> <p><input type="radio"/> digitaal   <input type="radio"/> op papier   <input type="radio"/> weet ik niet</p>														
<p>34. Formele documenten verstuur ik graag:</p> <p><input type="radio"/> digitaal   <input type="radio"/> op papier   <input type="radio"/> weet ik niet</p>														
<p>35. Woont u met een partner die al een AOW van ons ontvangt?</p> <p><input type="radio"/> nee   <input type="radio"/> ja:</p> <p>Hoe heeft uw partner AOW aangevraagd:   <input type="radio"/> op internet   <input type="radio"/> op papier   <input type="radio"/> weet ik niet</p>														
<p>36. Heeft u in het buitenland gewoond of gewerkt?</p> <p><input type="radio"/> ja   <input type="radio"/> nee</p>														
<p>37. Wat is uw land van herkomst?</p> <p><input type="radio"/> Nederland</p> <p><input type="radio"/> Anders, namelijk (vul in) _____</p>														

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw tijd.

Heeft u nog iets toe te voegen aan deze vragenlijst?



## BIJLAGE 7. TABEL DIMENSIES, INDICATOREN, VRAGEN EN STELLINGEN

### VRAGENLIJST 1

Dimensies	Indicatoren	Enquêtevraag/stelling	Literatuur	Vraag
Voorwaarde aan deelname onderzoek		Heeft u uw AOW al aangevraagd?		1
Voorwaarden: weten dat een digitale aanvraag mogelijk is en de mogelijkheid hebben om die te kunnen doen	Beschikking over computer met internet	Heeft u thuis internet? <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee	Pieterse (2009). Drie voorwaarden voor digitaal gebruik + proeftuin	3
	Ervaring internet	Hoe omschrijft u zichzelf als internetgebruiker?(7pschaal Helemaal niet ervaren – niet ervaren- neutraal – ervaren – heel erg ervaren)	Pieterse (2009) Drie voorwaarden voor digitaal gebruik. Van der Geest (2014) vraagt ook naar de eigen inschatting van internetervaring	4
	Bekend met internetaanvraag	Weet u dat het mogelijk is om AOW op internet aan te vragen? <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> nee	Pieterse (2009) Drie voorwaarden voor digitaal gebruik + GAM awareness	2
		Heeft u in juni een brief van de SVB ontvangen over de aanvraag van uw AOW? <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee		
Zelfeffectiviteit: de overtuiging hebben dat je over de vaardigheden beschikt om een digitale en/of papieren aanvraag te kunnen doen	Vaardigheden papieren aanvraag	Ik ben er zeker van dat het mij lukt om AOW op internet aan te vragen	Hoeken et al. (2012), GAM-model + proeftuin	8
	Vaardigheden internetaanvraag	Ik ben er zeker van dat het mij lukt om AOW op papier aan te vragen	Hoeken et al. (2012), GAM-model + proeftuin	9
Overtuigingen over internetaanvraag	Gebruiksvriendelijkheid	Als ik op internet AOW aanvraag, gaat dat snel	Veilig en betrouwbaar: komen uit GAM-model, <i>trust</i>  Makkelijk- moeilijk; GAM-model, <i>ease of use</i> . Snel – langzaam: GAM-model, <i>functional benefit</i> . Voordelig – nadelig: GAM-model ( <i>awareness</i> ).	10
		Als ik op internet AOW aanvraag, is dat moeilijk (=omgeschaalde vraag)		11
		Als ik op internet AOW aanvraag, is dat veel werk (omgeschaalde vraag)		12
	Veiligheid	Als ik op internet AOW aanvraag, zijn mijn persoonlijke gegevens veilig		13
		Als ik op internet AOW aanvraag, kunnen mijn persoonlijke gegevens in verkeerde handen terechtkomen		14
	Formele communicatie	Belangrijke informatie bewaar ik graag digitaal		15
		Formele documenten verstuur ik graag via internet		16
	Zekerheid	Als ik op internet AOW		17

		aanvraag, weet ik zeker dat de SVB de aanvraag ontvangt		
<b>Overtuiging over papieren aanvraag</b>	Gebruiksvriendelijk	Als ik op papier AOW aanvraag, gaat dat snel		18
		Als ik op papier AOW aanvraag, is dat moeilijk (=omgeschaalde vraag)		19
		Als ik op papier AOW aanvraag, is dat niet veel werk		20
	Veiligheid	Als ik op papier AOW aanvraag, zijn mijn persoonlijke gegevens veilig		21
		Als ik op papier AOW aanvraag, kunnen mijn persoonlijke gegevens in verkeerde handen terecht komen (=omgeschaalde vraag)		22
	Formele communicatie	Belangrijke informatie bewaar ik graag op papier		23
		Formele documenten verstuur ik graag op papier		24
	Zekerheid	Als ik op papier AOW aanvraag, weet ik zeker dat de SVB de aanvraag ontvangt		25
<b>Attitude internetaanvraag</b>		Ik kan het beste op internet AOW aanvragen		26
		Het is voor mij verstandig om AOW op internet aan te vragen		27
		Het is voor mij het prettigst om AOW op internet aan te vragen		28
		Het is voor mij handig om AOW op internet aan te vragen		29
<b>Attitude papieren aanvraag</b>		Ik kan het beste op papier AOW aanvragen		30
		Het is voor mij verstandig om AOW op papier aan te vragen		31
		Het is voor mij het prettigst om AOW op papier aan te vragen		32
		Het is voor mij handig om AOW op papier aan te vragen		33
<b>Intentie mediumkeuze aanvraag</b>		Hoe gaat u AOW aanvragen? zeker op papier-ik denk op papier-weet ik niet-ik denk op internet-zeker op internet		34
<b>Intentie toekomst</b>		Gaat u in de toekomst uw zaken via de website van de SVB regelen? zeker wel – ik denk van wel –		35

		weet ik niet – ik denk van niet – zeker niet		
<b>Respondent kenmerken</b>	Geslacht	Wat is uw geslacht? Man/vrouw		36
	Hoogst afgeronde opleiding	Wat is de hoogst afgeronde opleiding die u heeft afgemaakt?	Van der Geest (2014).	37
	Administratieve geletterdheid respondenten	Ik heb ervaring met het invullen van formulieren (schaal veel - weinig)		38
	Uitstelgedrag bevragen	Ik neig ernaar om papieren administratie uit te stellen: niet of heel zelden-zelden- soms-vaak-heel vaak	Piers Steel – Uitstelgedrag: waarom we lastige dingen voor ons uit schuiven (2012)	39
	Woonsituatie	Woont u met een partner die al een AOW van ons ontvangt? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee  Zo ja: hoe heeft uw partner AOW aangevraagd? op internet/op papier/ weet ik niet		40
	Korting op AOW	Heeft u in het buitenland gewoond of gewerkt? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee		41
	Geboorteland	Wat is uw land van herkomst? <input type="radio"/> Nederland <input type="radio"/> Anders		42
	Post in Berichtenbox	Heeft u een Berichtenbox van MijnOverheid? Zo ja: ontvangt u brieven van de SVB in uw Berichtenbox?		6
	Bezit van een DigiD	Heeft u DigiD? <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee	Proeftuin	5

**BIJLAGE 8. TABEL DIMENSIES, INDICATOREN, VRAGEN EN STELLINGEN**  
**VRAGENLIJST 2**

Dimensies	Indicatoren	Enquêtevraag/stelling	Literatuur	Vraag
<b>Keuze kanaal</b>	Gekozen kanaal	Hoe heeft u AOW aangevraagd? <input type="radio"/> op internet <input type="radio"/> op papier		1
	Reden voor keuze	Waarom heeft u voor internet of een papieren formulier gekozen? U kunt meerdere opties aangeven. <input type="radio"/> vanwege het gemak <input type="radio"/> vanwege de snelheid <input type="radio"/> vanwege de zekerheid <input type="radio"/> vanwege de veiligheid <input type="radio"/> ik doe dit altijd op deze wijze <input type="radio"/> vanwege de moeilijkheid van de aanvraag <input type="radio"/> niet bewust over nagedacht <input type="radio"/> mijn partner heeft het ook zo gedaan <input type="radio"/> ik heb geen computer <input type="radio"/> ik kan niet goed met mijn computer overweg <input type="radio"/> ik heb wel een computer maar gebruik weinig of geen internet <input type="radio"/> anders, namelijk:.....	Pieterse (2009)	2
<b>Ervaren moeite</b>	Complexiteit AOW aanvraag	Hoe ingewikkeld vond u de AOW-aanvraag?(1=heel eenvoudig, 5=heel ingewikkeld). Omgeschaalde vraag.	Van der Geest (2014)	6
	Stappen tijdens de aanvraag	Kon u de aanvraag in één keer afmaken? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee	Vraag 7 t/m 10 gebaseerd op aspecten die de aanvraag moeilijker kunnen maken	7
		Vroeg de SVB u om meer gegevens aan te leveren tijdens het invullen van de aanvraag? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee		8
		Heeft iemand u geholpen bij het invullen van de aanvraag? <input type="radio"/> nee <input type="radio"/> ja, namelijk (door naar vraag 9b)		9a
		Wie heeft u geholpen? <input type="radio"/> mijn partner <input type="radio"/> familie <input type="radio"/> een vriend(in) <input type="radio"/> hulpverlener <input type="radio"/> financieel dienstverlener <input type="radio"/> anders, namelijk....		9b
		Heeft u tijdens de aanvraag een vraag gesteld aan de SVB? <input type="radio"/> nee <input type="radio"/> ja, namelijk over (door naar vraag 10b)		10
		Waar ging de vraag over? <input type="radio"/> DigiD <input type="radio"/> technische problemen <input type="radio"/> wonen of werken in het buitenland <input type="radio"/> loonheffing of loonheffingskorting <input type="radio"/> verzekering <input type="radio"/> de hoogte van mijn AOW <input type="radio"/> ik wilde weten of mijn aanvraag was ontvangen <input type="radio"/> anders, namelijk....		10b
<b>Ervaring algemeen</b>	Gebruiksvriendelijkheid	Ik vond de manier van aanvragen snel	Overtuigingen uit eerste vragenlijst overgenomen.	11

		Ik vond de manier van aanvragen moeilijk (omgeschaalde vraag)		12
		Ik vond de manier van aanvragen veel werk (omgeschaalde vraag)		13
	Veiligheid	Mijn persoonlijke gegevens zijn veilig bij deze manier van aanvraag		14
		Mijn persoonlijke gegevens konden in verkeerde handen terechtkomen (omgeschaalde vraag)		15
	Formele communicatie	Belangrijke informatie verstuur ik graag internet / papier	Bevraagd bij respondentkenmerken.	33
		Formele documenten verstuur ik graag internet / papier	Bevraagd bij respondentkenmerken.	34
	Zekerheid	Ik wist zeker dat de SVB mijn aanvraag zou ontvangen		16
<b>Verwachting</b>		De aankondigingsbrief voor het aanvragen van AOW, die ik in juni heb ontvangen, kwam: <input type="radio"/> te vroeg <input type="radio"/> op tijd <input type="radio"/> te laat		17
		Ik wist dat ik mijn AOW zelf moest aanvragen <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee	Uit telefoongesprekken bleek dat klanten uit groep C dat niet altijd wisten	18
		Ik had van tevoren verwacht mijn AOW op papier te kunnen aanvragen <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee		19
		Ik had voordat ik de aankondigingsbrief in juni kreeg zelf al informatie over de AOW-aanvraag opgezocht		20
		Ik heb voordat ik de aanvraag invulde informatie gezocht over de AOW zelf		21
		Zes maanden om mijn AOW aan te vragen vind ik <input type="radio"/> te kort <input type="radio"/> goed <input type="radio"/> te lang		22
		Hoelang vóór uw AOW-leeftijd verwachtte u uw AOW te kunnen aanvragen? <input type="radio"/> 1 maand <input type="radio"/> 2 maanden <input type="radio"/> 3 maanden <input type="radio"/> 4 maanden <input type="radio"/> 5 maanden <input type="radio"/> 6 maanden <input type="radio"/> langer dan 6 maanden		23
<b>Waardering</b>		Geef hieronder aan hoe tevreden u bent over de gehele aanvraag 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10	Van der Geest (2014)	24
		Ik vond het prettig om op deze manier AOW aan te vragen (1= helemaal mee oneens, 7 = helemaal mee eens)		25
		Ik ben tevreden over de manier waarop ik mijn AOW heb aangevraagd (1= helemaal mee oneens, 7 = helemaal mee eens)		26
		Ik vond het handig mijn AOW op deze manier aan te vragen		27

<b>Intentie toekomst</b>		Gaat u in de toekomst uw zaken rond de AOW via de website van de SVB regelen? <input type="radio"/> zeker wel <input type="radio"/> ik denk van wel <input type="radio"/> weet ik niet <input type="radio"/> ik denk van niet <input type="radio"/> zeker niet	Van belang voor de SVB.	28
<b>Respondentkenmerken</b>	Geslacht	Wat is uw geslacht? <input type="radio"/> man <input type="radio"/> vrouw		29
	Hoogst afgeronde opleiding	Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgemaakt? <input type="radio"/> lagere school of basisschool <input type="radio"/> middelbare school <input type="radio"/> lager beroepsonderwijs <input type="radio"/> middelbaar beroepsonderwijs <input type="radio"/> hoger beroepsonderwijs <input type="radio"/> universiteit		30
	Administratieve geletterdheid respondenten	Ik heb ervaring met het invullen van formulieren (1=heel weinig, 7= heel veel)		31
	Uitstelgedrag bevragen	Ik neig ernaar om papieren administratie uit te stellen (1=heel weinig, 7 = heel vaak)	Piers Steel – Uitstelgedrag: waarom we lastige dingen voor ons uit schuiven (2012)	32
	Woonsituatie	Woont u met een partner die al een AOW van ons ontvangt? <input type="radio"/> ja, vraag 35b <input type="radio"/> nee		35a
		Hoe heeft uw partner AOW aangevraagd? <input type="radio"/> op internet <input type="radio"/> op papier <input type="radio"/> weet ik niet		35b
	Korting op AOW	Heeft u in het buitenland gewoond of gewerkt?		36
	Geboorteland	Wat is uw land van herkomst? <input type="radio"/> Nederland <input type="radio"/> Anders, namelijk		37
	Ontvangen aankondigingsbrief	Heeft u in juni een brief van ons ontvangen over de aanvraag van uw AOW?		5
	DigiD	Heeft u een DigiD? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee		3
	Post in Berichtenbox	Heeft u een Berichtenbox van MijnOverheid? <input type="radio"/> ja, vraag 4b <input type="radio"/> nee  Ontvangt u post van de SVB in de Berichtenbox? <input type="radio"/> ja <input type="radio"/> nee <input type="radio"/> weet ik niet		4a  4b

## BIJLAGE 9. BRIEF BIJ VRAGENLIJST 1

Geachte heer, mevrouw,

Op dit moment zijn wij bezig met een onderzoek om onze dienstverlening te verbeteren. Hierbij horen wij graag de mening van onze klanten over de AOW-aanvraag.

We zijn geïnteresseerd in de mening van klanten die nog **geen** AOW hebben aangevraagd. Heeft u dit inmiddels al aangevraagd? Dan hoeft u deze vragenlijst niet in te vullen. U kunt meewerken aan het onderzoek door een vragenlijst in te vullen op internet via deze link: [www.svb.nl/onderzoek](http://www.svb.nl/onderzoek). Wilt u dit doen vóór 10 november ?

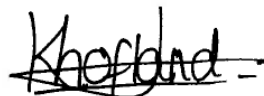
Als u de vragen liever op papier beantwoordt, kunt u de meegestuurde vragenlijst hiervoor gebruiken. Graag ontvangen we deze ingevuld terug vóór 10 november. Hiervoor kunt u de ingesloten antwoordenvolop gebruiken (postzegel niet nodig).

Na het invullen van de vragenlijst heeft u nog voldoende tijd om uw AOW aan te vragen. Ga daarvoor naar [www.svb.nl/aow/aanvragen](http://www.svb.nl/aow/aanvragen).

Het invullen van de vragenlijst zal ongeveer 10 minuten in beslag nemen. De door u verstrekte gegevens zullen uitsluitend voor dit onderzoek gebruikt worden. De resultaten van de vragenlijst worden vertrouwelijk behandeld.

Uw bijdrage wordt erg op prijs gesteld. Alvast bedankt voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,  
Sociale Verzekeringsbank



Mw. K. Hofland  
Directie Dienstverlening

## BIJLAGE 10. BRIEF BIJ VRAGENLIJST 2

Geachte heer, mevrouw,

Op dit moment zijn wij bezig met een onderzoek om onze dienstverlening te verbeteren. Hierbij horen wij graag de mening van onze klanten over de AOW-aanvraag.

We zijn geïnteresseerd in de mening van klanten die nog **geen** AOW hebben aangevraagd. Heeft u dit inmiddels al aangevraagd? Dan hoeft u deze vragenlijst niet in te vullen. U kunt meewerken aan het onderzoek door een vragenlijst in te vullen op internet via deze link: [www.svb.nl/onderzoek](http://www.svb.nl/onderzoek). Wilt u dit doen vóór 10 november ?

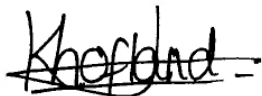
Als u de vragen liever op papier beantwoordt, kunt u de meegestuurde vragenlijst hiervoor gebruiken. Graag ontvangen we deze ingevuld terug vóór 10 november. Hiervoor kunt u de ingesloten antwoordenvolop gebruiken (postzegel niet nodig).

Na het invullen van de vragenlijst heeft u nog voldoende tijd om uw AOW aan te vragen. Ga daarvoor naar [www.svb.nl/aow/aanvragen](http://www.svb.nl/aow/aanvragen) .

Het invullen van de vragenlijst zal ongeveer 10 minuten in beslag nemen. De door u verstrekte gegevens zullen uitsluitend voor dit onderzoek gebruikt worden. De resultaten van de vragenlijst worden vertrouwelijk behandeld.

Uw bijdrage wordt erg op prijs gesteld. Alvast bedankt voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,  
Sociale Verzekeringsbank



Mw. K. Hofland  
Directie Dienstverlening



**BIJLAGE 11 OVERZICHT MISSINGS VRAGENLIJST 2**

Vraag	Aantal missings	Aantal n.v.t.
Heeft u een DigiD?	11	-
Heeft u een Berichtenbox van MijnOverheid?	5	-
Zo ja: ontvangt u brieven van de SVB in uw Berichtenbox?	6	290
Heeft u in juni een brief van de SVB ontvangen over de aanvraag van uw AOW?	8	-
Kon u de aanvraag in één keer afmaken?	3	-
Vroeg de SVB u om meer gegevens aan te leveren tijdens het invullen van de aanvraag?	15	-
Heeft iemand u geholpen bij het invullen van de aanvraag?	1	-
Ja, namelijk (hulp)	2	222
Ja, namelijk over (vraag gesteld)	0	282
Ik vond de manier van aanvragen snel	5	-
Ik vond de manier van aanvragen moeilijk	9	-
Ik vond de manier van aanvragen veel werk	11	-
Mijn persoonlijke gegevens waren veilig bij deze manier van aanvragen	11	-
Mijn persoonlijke gegevens konden in verkeerde handen terechtkomen	14	-
Ik wist zeker dat de SVB mijn aanvraag zou ontvangen	9	-
De aankondigingsbrief voor het aanvragen van AOW, die ik in juni heb ontvangen, kwam:	5	-
Ik wist dat ik mijn AOW zelf moest aanvragen	3	-
Ik had van tevoren verwacht mijn AOW op papier aan te kunnen vragen	4	-
Ik had voordat ik de aankondigingsbrief in juni kreeg zelf al informatie over de AOW-aanvraag opgezocht	4	-
Ik heb voordat ik de aanvraag invulde informatie gezocht over de AOW zelf	7	-
Zes maanden om mijn AOW aan te vragen vind ik	2	-
Hoelang vóór uw AOW-leeftijd verwachtte u uw AOW te kunnen aanvragen?	17	-
Geef hieronder met een rapportcijfer aan hoe tevreden u bent over de gehele aanvraag	49	-
Ik vond het prettig om op deze manier AOW aan te vragen	2	-
Ik ben tevreden over de manier waarop ik mijn AOW heb aangevraagd	7	-
Ik vond het handig mijn AOW op deze manier aan te vragen	4	-
Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgemaakt?	2	-
Ik heb ervaring met het invullen van formulieren	5	-
Ik neig ernaar om papieren administratie uit te stellen	6	-
Belangrijke informatie bewaar ik graag:	8	-
Formele documenten verstuur ik graag:	7	-
Woont u met een partner die al een AOW van ons ontvangt?	3	-
Zo ja: hoe heeft uw partner AOW aangevraagd?	3	249
Heeft u in het buitenland gewoond of gewerkt?	4	-
Wat is uw land van herkomst?	4	-

Tabel 13. Overzicht van vragen die niet zijn ingevuld

## BIJLAGE 12 OVERIGE RESULTATEN

In dit hoofdstuk worden de overige resultaten van vragenlijst 2 beschreven.

### Partner met AOW en korting AOW

Aan de respondenten is gevraagd of zij een partner hebben die al AOW ontvangt. Indien het antwoord op deze vraag ja was, werd gevraagd of de partner AOW op internet of op papier had aangevraagd. In tabel 24 is weergegeven voor welk medium de respondenten kozen en voor welk medium de partners van de respondenten kozen.

Aanvraag partner	Aanvraag respondent		Totaal
	Internet	Papier	
Internet (%)	29 (96.7)	1 (3.3)	30 (100)
Papier (%)	12 (17.1)	58 (82.9)	70 (100)
Weet ik niet (%)	5 (71.4)	2 (28.6)	7 (100)

**Tabel 24. Aanvraagmedium van de respondent en van de partner van de respondent.**

Er bestaat een verschil tussen internetaanvragers en papieren aanvragers wat betreft de aanvraag van hun partner ( $X^2 = 56066$ ;  $df = 2$ ;  $p < .001$ ). Internetaanvragers bleken vaker een partner te hebben die ook op internet heeft aangevraagd dan papieren aanvragers. Papieren aanvragers bleken daarentegen vaker een partner te hebben die op papier heeft aangevraagd. Indien de partner AOW op internet aanvroeg, deed 96.7 procent van de respondenten dit ook. Indien de partner op papier aanvroeg, deed 82.9 procent van de respondenten dit ook.

In onderstaande tabel zijn de internetaanvragers en papieren aanvragers weergegeven, uitgesplitst naar 'korting AOW'.

Korting AOW	Aanvraag respondent		Totaal
	Internet	Papier	
Ja (%)	22 (40.0)	33 (60.0)	55 (100)
Nee (%)	127 (42.3)	173 (57.7)	300 (100)

**Tabel 25. Aantal internetaanvragers en papieren aanvragers, uitgesplitst naar korting AOW.**

Er bleek geen verschil te zijn tussen internetaanvragers en papieren aanvragers wat betreft korting op AOW ( $X^2 = .10$ ;  $df = 1$ ;  $p = .75$ ).

### Berichtenbox

In tabel 26 zijn de internetaanvragers en papieren aanvragers weergegeven, uitgesplitst naar het hebben van een Berichtenbox.

Berichtenbox	Aanvraag respondent		Totaal
	Internet	Papier	
Ja (%)	55 (85.9)	9 (14.1)	64 (100)
Nee (%)	95 (32.8)	195 (67.2)	290 (100)

**Tabel 26. Aantal internetaanvragers en papieren aanvragers, uitgesplitst naar Berichtenbox.**

Er bleek een verschil te zijn tussen internetaanvragers en papieren aanvragers wat betreft de Berichtenbox ( $X^2 = 60.72$  ;  $df = 1$ ;  $p < .001$ ). Internetaanvragers hebben vaker een Berichtenbox dan papieren aanvragers.

In tabel 27 zijn de internetaanvragers en papieren aanvragers weergegeven, uitgesplitst naar het ontvangen van post in de Berichtenbox.

Post SVB in Berichtenbox	Aanvraag respondent		Totaal
	Internet	Papier	
Ja (%)	39 (88.6)	5 (11.4)	44 (100)
Nee (%)	8 (88.9)	1 (11.1)	9 (100)

**Tabel 27. Aantal internetaanvragers en papieren aanvragers, uitgesplitst naar post van SVB in Berichtenbox.**

Met een Fisher exact toets is berekend dat het aandeel van respondenten dat post in de Berichtenbox ontvangt gelijk was voor de internetaanvragers en de papieren aanvragers ( $p = .28$ ).

### Geboorteland

In onderstaande tabel zijn de internetaanvragers en papieren aanvragers weergegeven, uitgesplitst naar geboorteland.

Geboorteland	Aanvraag respondent		Totaal
	Internet	Papier	
Nederland (%)	139 (41.9)	193 (58.1)	332 (100)
Anders (%)	11 (47.8)	12 (52.2)	23 (100)

**Tabel 28. Aan internetaanvragers en papieren aanvragers, uitgesplitst naar geboorteland.**

Er blijkt geen samenhang te zijn tussen aanvraagmedium en geboorteland ( $X^2 = .31$ ;  $df = 1$ ;  $p = .58$ ).

41.9 procent van de aanvragers die in Nederland zijn geboren koos voor een internetaanvraag, terwijl 58.1 procent voor een papieren aanvraag koos. Voor respondenten met een geboorteland anders dan Nederland zijn deze percentages respectievelijk 47.8 procent en 52.2 procent.

### Belangrijke informatie en formele documenten

Het blijkt dat er een verschil is tussen de aanvragers wat betreft het bewaren van belangrijke informatie ( $X^2 = 42.9$ ;  $df = 2$ ;  $p < .01$ ) en het versturen van formele documenten ( $X^2 = 114.52$ ;  $df = 2$ ;  $p < .01$ ) (significantieniveau 1%). Internetaanvragers bewaren belangrijke informatie liever digitaal dan op papier en versturen formele documenten liever digitaal dan op papier. De voorkeur voor papieren aanvragers gaat daarentegen vaker uit naar gebruik van papier voor het bewaren van informatie en het versturen van formele documenten.

### Ontvangen aankondigingsbrief

In onderstaande tabel is weergegeven of de respondenten de aankondigingsbrief hebben ontvangen.

Ontvangst aankondigingsbrief	Aanvraag		Totaal
	Internet	Papier	
Ja	133	182	315
Nee	6	8	14
Weet ik niet	10	12	22

**Tabel 29. Ontvangst van de aankondigingsbrief door de internetaanvragers en de papieren aanvragers.**

Er is geen verschil tussen internetaanvragers en papieren aanvragers wat betreft het ontvangen van de aankondigingsbrief ( $X^2 = .09$ ;  $df = 2$ ;  $p = .96$ ). Het ontvangen van de aankondigingsbrief (ja of nee) blijkt niet van invloed te zijn op de keuze voor een papieren of een internetaanvraag.

### Uitstelgedrag aanvragers en niet-aanvragers

In onderstaande tabel zijn de antwoorden weergegeven op de vraag over uitstelgedrag voor de respondenten van vragenlijst 1 en vragenlijst 2. De vraag was: *ik neig ernaar om papieren administratie uit te stellen*.

	Niet-aanvragers	Aanvragers
heel weinig	17.8	29.0
weinig	24.8	18.4
neutraal	32.7	29.8
veel	16.8	14.5
heel veel	6.9	6.7
Total	99.0	98.3

**Tabel 30. Antwoorden op vraag over uitstelgedrag voor niet-aanvragers en aanvragers in procenten**

Deze vraag is opgenomen in de vragenlijsten, omdat de niet-aanvragers administratie mogelijk vaker uitstellen dan aanvragers, wat ervoor kan zorgen dat zij nog geen AOW hadden aangevraagd. Het percentage respondenten dat aangaf papieren administratie 'veel' of 'heel veel' uit te stellen is groter bij de niet-aanvragers dan bij de aanvragers, maar dit verschil is klein. De respondenten die aangaven 'heel weinig' en 'weinig' papieren administratie uit te stellen betreffen 42.6 procent van de niet-aanvragers en 47.4 procent van de aanvragers. Het verschil tussen uitstelgedrag bij niet-aanvragers en aanvragers is dus klein.

## BIJLAGE 13. VOORSTEL VOOR AANKONDIGINGSBRIEF MET STAPPENPLAN EN ILLUSTRATIES (SCHETS)

Geachte heer, mevrouw,

Over een tijdje krijgt u een AOW-pensioen van de Sociale Verzekeringsbank (SVB). Uw AOW-pensioen wordt niet automatisch aan u toegekend. AOW aanvragen kunt u zelf makkelijk en snel doen via Mijn SVB op [www.svb.nl](http://www.svb.nl).

### **Zelf AOW aanvragen via internet**

Op de achterkant van deze brief leggen we u stap voor stap uit hoe u AOW kunt aanvragen op Mijn SVB.

Veel persoonlijke informatie hebben wij alvast voor u ingevuld. Kijk deze gegevens goed na. Meteen na de aanvraag krijgt u een digitale bevestiging. U kunt de aanvraag ook printen of opslaan.

U krijgt vaak al binnen 3 weken een beslissing over uw AOW-pensioen.

### **Uw zaken regelen via Mijn SVB**

Met Mijn SVB kiest u voor gemak. In de folder leest u meer over onze dienstverlening via internet.

### **Heeft u nog vragen?**

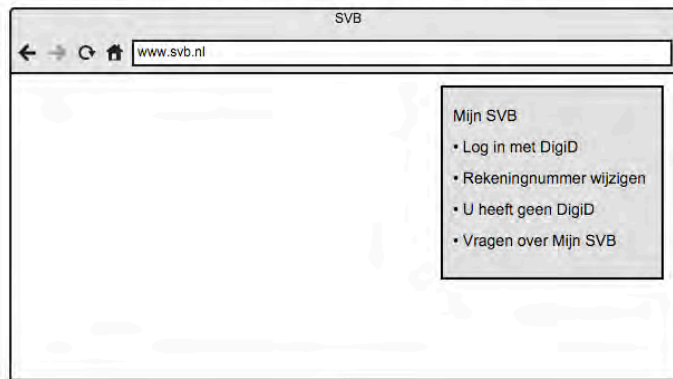
Kijk dan op [www.svb.nl/aow/aanvragen](http://www.svb.nl/aow/aanvragen). Daar vindt u meer informatie over AOW en een voorbeeldfilmpje van de aanvraag via internet. Vindt u daar niet wat u zoekt, neem dan contact met ons op via Mijn SVB.

Kunt u AOW niet via internet aanvragen? Bel dan op werkdagen tussen 08.00 en 17.00 uur naar bovenstaand telefoonnummer.

Met vriendelijke groet,  
Sociale Verzekeringsbank

Bijlage: folder Mijn SVB

Snel en makkelijk uw AOW aanvragen op internet

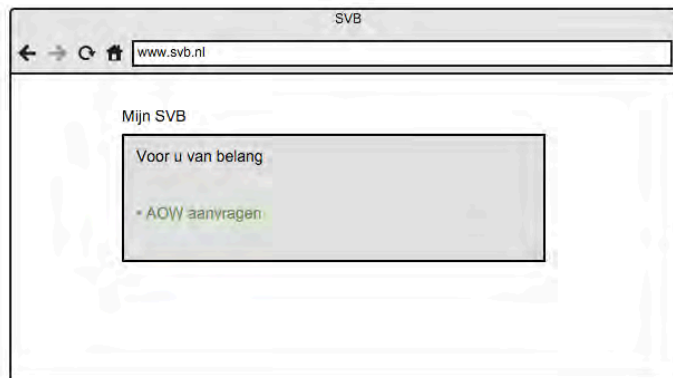


In 10 eenvoudige stappen:

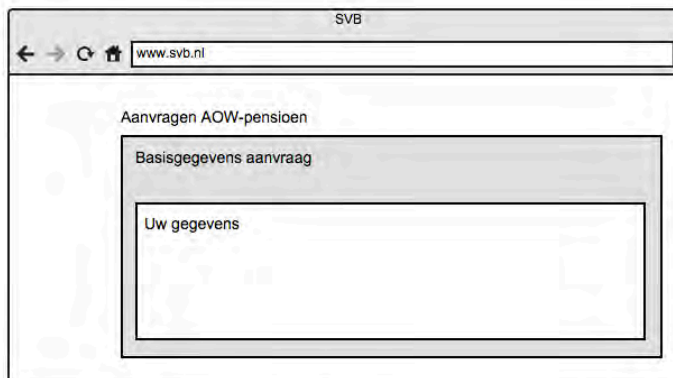
1. Ga naar www.svb.nl

2. Klik op 'Log in met DigiD'

3. Heeft u geen DigiD? Klik dan op 'U heeft geen DigiD' en vraag er een aan.



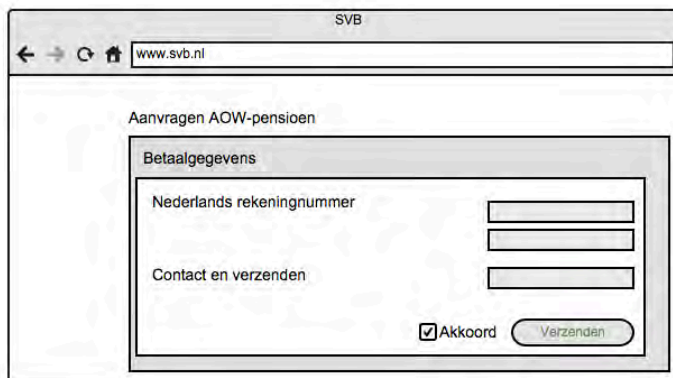
4. Klik op 'AOW aanvragen'.



5. Controleer of uw gegevens kloppen.

6. Heeft u in het buitenland gewoond? Dan kunt u die gegevens aanvullen.

7. Heeft u een jongere partner? Controleer dan ook zijn of haar gegevens.



8. Vul uw rekeningnummer in.

9. Vul uw telefoonnummer in.

10. Klik op 'verzenden'. U heeft nu uw AOW aangevraagd.