

Entree SOZawe

Klantenonderzoek dienstverlening SOZawe

Deel 4

Willem Hartholt

Bureau Onderzoek Gemeente Groningen, december 2005

Bureau Onderzoek heeft als kernactiviteiten instrumentontwikkeling voor en uitvoering van beleidsgericht onderzoek, het toegankelijk maken van grote hoeveelheden data uit verschillende bronnen, gegevensanalyse, projectevaluatie en dienstverlening bij overheidsmarketing.

Klant U in enquête:

‘Waarom heb je een contactpersoon als je die toch nooit kunt spreken?’

Klant X in klantenpanel:

‘Het is een beetje dubbel denk ik hè. Soms wens je dat ze wat meer zakelijker zouden zijn en soms zou je wensen dat ze wat menselijker zouden zijn.’

Klant Q in klantenpanel:

‘Ja da's wel een probleem, maar 't is de realiteit. De realiteit is altijd een probleem.’

Inhoud

Leeswijzer	5
Samenvatting onderzoek Entree SOZawe.	7
Aanbevelingen	23
1. Inleiding	29
1.1 Het onderzoek: doel en onderzoeksvragen	30
1.2 De opzet van het onderzoek	30
1.3 De opbouw van het rapport	32
2. Het panelgesprek	33
3. De schriftelijke enquête	35
4. De respondenten	37
4.1 Respons	37
4.2 Weging op de variabele geslacht	37
4.3 Leeftijd	37
4.4 Opleidingsniveau	38
4.5 Al of niet actief op zoek naar werk	39
5. Stellingen over het hebben van een uitkering en algemene stellingen over SOZawe.	41
5.1 Beoordeling van de feitelijke dienstverlening	41
5.2 Gevoelens ten opzichte van SOZawe en haar dienstverlening	44
5.3 Het imago van de dienst	46
6. Sfeer en aankleding van de ontvangsthal in de drie vestigingen	49
6.1 Het DOK in Lewenborg	49
6.2 Het Ladderpand aan de Zaagmuldersweg	52
6.3 De Zwarte Doos aan de Eendrachtsskade	55
6.4 De openingstijden	57
6.5 De drie vestigingen in een vergelijking	59

7. Ontvangst, bediening en bejegening aan balies en in spreekkamers	73
7.1 De rol van de beveiligingsbeambten	73
7.2 De openingstijden en het maken van afspraken	75
7.3 De ontvangst aan de balies en de bejegening door het personeel.	76
7.4 De gang van zaken aan balies en in spreekkamers.	80
8 Bellen met SOZawe	85
8.1 Inleiding: Een korte beschrijving van de voorgeschiedenis	85
8.2 Reacties op stellingen over het telefonisch contact tussen klant en dienst	86
8.3 Beperkte bereikbaarheid van de dienst tijdens kantooruren	91
8.4 Een beoordeling van de telefonische dienstverlening	93
9. De schriftelijke contacten met SOZawe	95
9.1 Inleiding	95
9.2 Inhoud en toon van de teksten van SOZawe	95
9.3 Stellingen over de schriftelijke communicatie	97
10 Rapportcijfers voor de dienstverlening	105
10.1 Inleiding	105
10.2 Rapportcijfers voor de dienstverlening van SOZawe	106
11 Suggesties van klanten ter verbetering van de ontvangst	111

Leeswijzer

Wilt u in kort bestek de essentie van het onderzoeksrapport en de voornaamste conclusies en de geformuleerde aanbevelingen leren kennen, dan kunt u verantwoord volstaan met het lezen van de samenvatting, de conclusies en de aanbevelingen.

Wilt u volledig en tot in detail kennis nemen van de inhoud en de verantwoording van deze rapportage, dan raden we u aan het rapport in tekst en beelden in zijn geheel goed door te nemen.

Bent u vooral geïnteresseerd in bepaalde items dan raden we u aan de tussenkopjes goed te checken en dat waar uw belangstelling naar uitgaat tot u te nemen, maar niet zonder, omwille van het grotere verband, de samenvatting te lezen.

Samenvatting onderzoek Entree SOZawe.

In een reeks onderzoeken naar de tevredenheid van zijn klanten over de uitvoering van de taken van de dienst SOZawe van de Gemeente Groningen is een vierde onderzoek gehouden naar de ontvangst van de klanten bij de dienst, zowel fysiek als via de telefoon en via papier. Evenals de voorgaande klantenonderzoeken heeft dit onderzoek tot doel de dienstverlening aan de burger te evalueren en waar mogelijk te verbeteren.

Het onderzoek kenmerkt zich door het gebruik van twee methoden: Allereerst worden er gesprekken gevoerd met klanten in een klantenpanel op basis waarvan vervolgens een schriftelijke enquête wordt uitgezet onder een veel grotere klantengroep.

Deze schriftelijke enquête wordt grotendeels gevuld met stellingen die gebaseerd zijn op letterlijke uitspraken van klanten in de panel-bijeenkomst. Omdat de resultaten van het panelgesprek zo voortdurend rechtstreeks doorklinken in de vraagstelling in de schriftelijke enquête en dus ook in de resultaten van de enquête, gaan we in de samenvatting niet uitgebreid in op deze panelgesprekken.

Respons en profiel van de geënquêteerden

Aan de enquête werkten 686 klanten van SOZawe mee. Dat betekende een ruwe respons van 23 procent.

De enquête opent met acht vragen naar enkele achtergrondkenmerken

leeftijd

De leeftijd van de 686 respondenten varieert van 19 tot 79 jaar. De meeste deelnemers zitten in de categorie van 25 tot 34 jaar. De gemiddelde leeftijd is echter 41 jaar.

geslacht

De responsgroep bestaat met 66 procent voor een veel groter deel uit vrouwen dan uit mannen. Dat verschilt zodanig van de steekproef dat besloten is hiervoor technisch te corrigeren door middel van een weging. De resultaten van de mannen tellen daarom in de analyse iets zwaarder mee dan die van de vrouwen.

Etnische achtergrond

De responsgroep telde ten opzichte van de steekproef verhoudingsgewijs iets te weinig personen met een allochtone achtergrond (18 vs. 27 procent), maar daarvoor is niet gecorrigeerd.

Opleiding

Tweederde van de respondenten heeft een opleiding tot en met Mavo/Mbo niveau, terwijl ruim een kwart een HBO of WO achtergrond heeft.

Respondenten met een lagere opleiding zijn gemiddeld wat ouder, ze zijn iets vaker in het buitenland geboren, ze hebben vaker al langdurig een uitkering en ze krijgen vaker schuldhulpverlening.

Actief werk zoeken

Opvallend is dat liefst 60 procent van de respondenten zegt niet actief op zoek te zijn naar werk. Ook als rekening wordt gehouden met het deel hiervan dat op traject zit of daar op wacht, studeert, of al een (parttime-) baan zegt te hebben, blijkt dit aandeel niet-zoekende klanten groot.

Voornaamste redenen van het niet zoeken zijn (vaak in combinatie): gezondheid, zorgtaken, persoonlijke problemen, leeftijd en onvoldoende zicht op geschikt werk.

Het algemeen functioneren van de dienst SOZawe

Na de inleidende vragen kregen alle respondenten een blok stellingen voorgelegd over het functioneren van SOZawe en het ervaren van het hebben van een uitkering.

Naast meerderheden die geen problemen meldden of die instemden met een in stelling gebrachte positieve gang van zaken zijn er brede categorieën respondenten die in aspecten van het functioneren van SOZawe problemen ervaren.

Voor ruim een kwart duurde de respons op een aanvraag langer dan zes weken. Eenzelfde deel vond dat er bij het eerste contact onvoldoende informatie was over rechten en plichten in de regelingen. Rond een derde vindt het personeel onvoldoende deskundig voor hulp bij het zoeken naar werk, en eveneens een derde zag in de laatste twee jaren papieren zoekraken bij de dienst. Ook een derde constateert dat de dienst geen excuses aanbiedt na het maken van fouten.

Bijna de helft van de respondenten stemt in met een stelling dat er zaken misgaan doordat de afdelingen van de dienst onvoldoende met elkaar communiceren. En zelfs ruim de helft van de klanten constateert dat het in de uitvoering bij de dienst vaak mis gaat als zaken technisch ingewikkelder worden. Een meerderheid van ruim vijftig procent geeft aan ooit wel een slechte ervaring te hebben gehad bij de dienst SOZAWE. Daar tegenover staat een categorie van bijna veertig procent die nog nooit een slechte ervaring heeft gehad.

Er zijn dus substantiële groepen klanten die melden problemen te kennen of ooit te hebben gekend in het functioneren van de dienst. Niettemin leidt dit voor een meerderheid van bijna zestig procent niet tot een negatief oordeel over de professionaliteit van de dienst. Integendeel zij vinden SOZAWE een professionele organisatie. Drie van de tien respondenten delen deze mening uiteindelijk echter niet.

Het hebben van een uitkering

In een aantal volgende stellingen gaat het in eerste instantie meer om de gevoelshouding ten opzichte van de dienst en het hebben van een uitkering dan over het feitelijk functioneren van de dienst in de praktijk. Ook op deze stellingen scoorde weliswaar een meerderheid niet problematisch, maar daar stond dan telkens wel een substantiële minderheid tegenover die minder gunstige gevoelens koesterde ten opzichte van het hebben van een uitkering en de dienst in het algemeen. Zo geeft een kwart aan het moeilijk te vinden om bij de dienst naar binnen te gaan. Een derde van de respondenten ervaart de dienst een beetje als een vijandig iets en ook een derde mist het sociale in de dienst of voelt zich kleiner worden en de eigenwaarde afnemen in de contacten met SOZAWE.

Ruim een derde vindt dat de dienst onvoldoende rekening houdt met de achtergrond van mensen.

Bijna de helft van de respondenten heeft het gevoel voor de dienst een nummer te zijn. Twintig procent van de respondenten beschouwt zich zelfs als afgeschreven door de dienst.

Nogmaals, tegenover al deze minderheden staan meerderheden die niet problematisch scoren. Niettemin gaat het hier om aanzienlijke categorieën en grote aantallen klanten.

Het imago van SOZAWE

Er zijn vier stellingen die zodanig samenloop vertonen dat ze gezamenlijk tot een schaal zijn te vormen waarin ze zijn samengevat onder de titel 'het imago van SOZAWE'.

Het gaat hier om stellingen over het vertrouwen dat men stelt in SOZAWE, over de mate waarin SOZAWE de zaken goed voor haar klanten regelt, over de mate waarin SOZAWE goed werk aflevert en, min of meer samenvattend, over het professionele karakter van SOZAWE. Gemiddeld komen de respondenten hier tot een schaalscore van 6.0. Steeds zijn gemiddeld drie van de vijf respondenten het eens met deze vier stellingen. 30 Procent van de respondenten heeft een schaalscore lager dan 5.5.

De schaalscore blijkt sterk samen te hangen met veel aspecten van de dienstverlening die in dit onderzoek aan de orde komen.

Zo blijkt de schaalscore onder andere samen te hangen met het algehele beoordelingscijfer van de dienst. Is de beeldvorming over het SOZAWE-personeel als zakelijk en tegelijk menselijk positief dan is ook de schaalscore gemiddeld hoger. Ook als de herkenning van het sociale karakter van de dienst, en het beeld van de bereidheid van de dienst om na gemaakte fouten excuses aan te bieden hoger scoren is gemiddeld de schaalscore hoger.

Andere hoog met de schaalscore samenhangende variabelen zijn de mening over de vriendelijkheid van baliemedewerkers, het waarnemen van het geven van foute informatie door baliemedewerkers, de duidelijkheid van brieven, de tevredenheid over de informatie over de gang van zaken bij de dienst, het oordeel over de deskundigheid van het personeel op het gebied van werk en het vertrouwen in de dienst waar het gaat om het foutloos verwerken van wat ingewikkelder informatie. (Ook vele andere items vertonen samenhang, maar de sterkste en opvallendste zijn er hier uitgelicht.)

Vergelijking van de beoordeling van de ontvangst in de drie vestigingen

Hoofdstuk zes schetst uitvoerig de situatie in de drie verschillende vestigingen van SOZAWE. Op basis van twee door de respondenten gekozen woorden worden per vestiging de sfeer en aankleding van de ontvangsthallen beoordeeld. Door de wijze van vragen kozen veel respondenten hiervoor dezelfde (als voorbeeld gegeven) termen. Door verschillen in aantallen en de rangorde van de gekozen termen wordt niettemin duidelijk dat de respondenten de vestigingen verschillend kwalificeren. De termen die voor alledrie de vestigingen hoog scoren zijn overzichtelijk en vriendelijk.

Dok en Groningen op de Ladder laagdrempelig, Zwarte Doos grootschaliger, afstandelijk en killer

Er ontstaat een totaalbeeld waarbij de vestiging in het DOK in Lewenborg meer gekwalificeerd wordt in de richting van gemoedelijk, laagdrempelig en minder indrukwekkend en de hoofdvestiging in de Zwarte Doos meer als zakelijk, afstandelijker, grootschalig en killer. Een opvallend punt is dat de overwegend opvallend positieve kwalificaties van de vestiging in het DOK vaker dan elders gepaard gaan met kritische kanttekeningen over de daar geboden privacy.

Het pand van Groningen op de Ladder neemt op veel van de genoemde termen, zowel de positieve als de wat minder positieve, een middenpositie in. Deze vestiging scoort echter wat hoger op de termen 'onoverzichtelijk' en 'saaï'.

Het bezoekerspubliek van de Zwarte Doos past zich, zo lijkt het, enigszins aan aan de geconstateerde bestaande situatie. Zij vinden iets vaker dan de klanten van de andere vestigingen dat SOZawe een bedrijf is dat zakelijk moet blijven en dat een ontvangsthuis niet persé gezellig hoeft te zijn.

Dit terwijl men het in de Zwarte Doos het vaakst eens is met de stelling dat men bij SOZawe niet sympathiek wordt ontvangen. In alle drie de vestigingen hecht een meerderheid van de klanten juist wel aan een sympathieke ontvangst.

Laagdrempelig en gemoedelijk of zakelijker en afstandelijker

Waar het gaat om de sfeer van de dienstverlening bij SOZawe zijn twee stromingen te onderkennen.

De grootste groep klanten neigt vooral naar een voorkeur voor een vriendelijke, gemoedelijke en laagdrempelige en persoonlijke ontvangst. Eigenschappen die het meest worden toegeschreven aan de vestiging in het DOK en in iets geringere mate aan Groningen op de Ladder. De vestiging in de Zwarte Doos scoort op deze aspecten wat lager.

Er is voorts een wat minder grote categorie klanten die meer het belang van een zakelijke, correcte en mogelijk wat afstandelijker benadering aangeeft.

In de groep die hecht aan de gemoedelijke en gezellige ontvangst vinden we iets vaker de klanten die niet actief naar werk zoeken en ook zijn deze klanten iets minder vaak jongeren.

De reactie op de aparte stellingen over de drie vestigingen is in lijn met het beeld dat ontstond op basis van de kwalificatie door de respondenten. Het DOK komt er uit als de vestiging waar men ook hier het meest instemt met items over gezelligheid en over een prettig en warm gevoel dat men er ervaart.

Het oordeel over de verschillende ontvangsthallen lijkt niet te worden bepaald door de zichtbare investeringen en grote moeite die vanuit SOZawe zijn gedaan om sfeer en aankleding van de hallen te beïnvloeden; de perceptie daarvan verschilt namelijk nauwelijks per vestiging.

Drukke en zichtbaarheid en onbehaaglijke gevoelens

Mogelijke opeenhoping van mensen, drukte en agitatie bij de ingang en in de hal blijven punten van aandacht. Een substantieel deel van de respondenten geeft aan deze als negatief te ervaren. Het speelt het sterkst voor de Zwarte Doos en in iets mindere mate (drukke) voor het pand van Groningen op de Ladder.

Inkijk vanaf de straat wordt door veel klanten negatief gewaardeerd. Het onprettige gevoel in de etalage te zitten, wordt vooral gemeld vanuit de Zwarte Doos. Door de medewerkers van de dienst wil men juist graag als persoon worden gezien en behandeld, maar naar de buitenwereld toe hechten klanten juist aan privacy en anonimiteit. Het is van belang te traceren wat de recente verbouwing en herinrichting van de hal aan de Eendrachtsskade wat deze aspecten betreft voor gevolgen heeft.

De faciliteiten in de ontvangsthal

Naast de meer ervarings- en gevoelsgerichte items per vestiging waren er stellingen die proberen het in de praktijk ervaren niveau van de facilitaire dienstverlening per vestiging in beeld te brengen.

De Ladder doet het goed

Opvallend is dat de vestiging van Groningen op de Ladder het op deze items vaak net even beter doet dan de andere twee vestigingen.

In alle drie de vestigingen is het klanten doorgaans goed duidelijk waar men moet zijn. Ook wordt via de huisregels voldoende duidelijk gemaakt waar men zich aan heeft te houden.

Een simpele facilitering als het kunnen maken van een kopietje stemt een grote meerderheid van klanten tevreden.

Ook de aanwezige informatiezuilen ontgaan de klanten doorgaans niet. Al verschilt het gebruik er van wel degelijk per vestiging. Het gebruik is in het Ladderpand duidelijk hoger. Nog onduidelijk is of de ruimtelijke positionering in de hal hier een rol in speelt. Kan men er in de hoofdvesting, letterlijk, wat gemakkelijker om heen? Het verschil tussen bekendheid met en het daadwerkelijk gebruik is hier namelijk het grootst. Of speelt de aanmoedigende rol die het personeel speelt, of de nabijheid van het CWI (GOL) een bepalende rol? Wat geldt voor de informatiezuilen geldt ook voor de in de hal geplaatste computers. Ook het gebruik daarvan is in het Ladderpand groter dan elders.

De rol van beveiligingsbeambten

Uit het onderzoek blijkt dat een ruime meerderheid van de respondenten positief staat ten opzichte van de zichtbare aanwezigheid van beveiligingsbeambten. Men is blij dat de beambten er zijn. 70 Procent herkent zich niet in het ongemakkelijke gevoel dat gemiddeld één op de vijf klanten wel zegt te krijgen bij het huidige functioneren van de beambten.

Het overgrote deel van de klanten is inmiddels gewend geraakt aan de aanwezigheid van de beveiligingsbeambten. Breder maatschappelijk en niet alleen bij SOZawe is het voor hen een gewoon beeld geworden. Waar de beveiligingsbeambten klanten gaan ontvangen en te woord staan en ook inhoudelijk betrokken raken in het klantencontact is er meer kritiek. Veertig procent vindt niet dat een beveiligingsbeambte klanten moet ontvangen en te woord staan. Niettemin geeft nog een krappe meerderheid van 52 procent niet aan daar problemen mee te hebben. Terughoudendheid van beveiligingsbeambten bij de ontvangst van klanten lijkt toch aanbevelenswaardig.

Opvallend is niettemin dat er over de situatie in het DOK, waar een beveiligingsambtenaar vanachter het loket klanten ontvangt en doorverwijst, geen extra klachten waren.

Samengevat: er is enige kritiek te horen, maar in meerderheid accepteert men de beveiligingsbeambte als een gegeven, of eventueel een noodzakelijk kwaad, of men is er zelfs blij mee.

Openingstijden

Sinds een aantal jaren is het bij SOZawe regel dat men van 9 tot 1 zonder afspraak in de hal kan langskomen voor informatie of om een aanvraag te doen en 's middags na enen tot half vijf alleen op afspraak.

Een meerderheid van 57 procent onderschrijft dat dit een goede regeling is. Een aanzienlijke minderheid van 36 procent is het hier echter niet mee eens. Er is hier geen verschil te zien tussen de verschillende vestigingen.

Afspraken maken en ze houden

Het maken van een afspraak is nog niet altijd een garantie voor een sluitende bediening van de klant

Een meerderheid geeft aan hier geen problemen te kennen. Toch doen ze zich voor. Van de respondenten moet 29 procent, ondanks een gemaakte afspraak, vaak langer wachten dan een kwartier.

En een kwart van de klanten merkt op dat medewerkers van de dienst als ze een afspraak niet nakomen vaak met een te gemakkelijk excuus komen. Bijna één op de vijf klanten vindt zelfs dat men bij SOZawe geen afspraken kan plannen. Voor een organisatie die zakelijk zegt te willen zijn en dit ook van zijn klanten eist, is dit te veel.

De balies zijn een belangrijk eerste aanspreekpunt

De balies blijken in het contact met de dienst een belangrijke functie te vervullen. Voor elke vestiging meldt minimaal ruim veertig procent zich, als men vragen heeft of iets niet snapt, aan de balie. Bij Groningen op de Ladder is dat zelfs zestig procent.

Het gaat hier verhoudingsgewijs iets vaker om de wat oudere klanten, om allochtone klanten, om de lager opgeleide klanten en om klanten die langer in de bijstand zitten.

Vriendelijkheid van de ontvangst is oké, maar let ook op de inhoud.

Over de vriendelijkheid waarmee men aan de balie te woord wordt gestaan, is de meerderheid tevreden. De kleinere vestigingen doen het hier iets beter.

De stelling dat men bij SOZawe enerzijds professioneel werkt en zich ook zo opstelt, maar dat men zich daarbij ook menselijk, vriendelijk en begripvol gedraagt vindt steun bij driekwart van de klanten. Eén op de vijf klanten onderschrijft deze stelling echter niet.

In de open vraag om suggesties voor verbetering aan het eind van de enquête zijn veel opmerkingen te lezen van klanten die vooral vragen om een vriendelijker, begripvollere en meer invoelende houding van het personeel. Een punt van kritiek ten opzichte van de balie kan zijn dat een derde van de klanten meldt, daar wel eens verkeerd te zijn voorgelicht.

Privacygevoelens, balie en spreekkamers

Ruim veertig procent van de klanten vindt de privacy aan de balies van de wijkunits onvoldoende. Voor het DOK is dit nog licht hoger. Dit wordt onder andere in verband gebracht met de plaatsing van de stoelen in de hal. Wellicht is dit de keerzijde van de in het DOK zo gezellig in de multifunctionele ruimte geplaatste lees/stamtafel. Ook voor de balie van de schuldhulpverlening in de Zwarte Doos melden wat meer klanten privacybezwaren.

Men redt zich in de praktijk. Toch willen klanten in grote meerderheid, dat ze, als ze dat melden, in een spreekkamer te woord worden gestaan. De helft van de klanten geeft zelfs aan dat altijd te willen.

Met 43 procent onderschrijven veel klanten een negatief beeld van sfeer en vormgeving van de spreekkamers. De dienst heeft al het een en ander gedaan aan verbetering van de spreekkamers. Wil de dienst streven naar een verbetering van en blijvend goed contact met haar klanten, dan zal men ook verder moeten gaan met deze verbetering van de spreekkamers.

Bellen met SOZawe.

In de communicatie tussen klant en dienst kan het gebruik van de telefoon vaak heel efficiënt zijn. Maar een te grote bulk aan telefoontjes leidde bij SOZawe tot onwerkbaar situaties. Met name algemene informatie kan ook beschikbaar komen via andere kanalen dan via incidentele telefoontjes naar consultants en afdelingen.

De informatielijn tussen 9 en 1

De dienst schermt inmiddels haar consultants en afdelingen af en laat telefoontjes om informatie nu in eerste instantie alleen toe tot haar informatielijn, die beschikbaar is tussen 9 en 1. Daarna moet men wachten tot de volgende dag, of via andere kanalen aan informatie komen. In elk geval wordt men dan niet (meer) 'direct geholpen'.

Een speciaal daartoe in het leven geroepen callcentre zorgt voor de bediening van de informatielijn. De medewerkers daarvan zijn gerekruteerd uit de uitvoerende afdelingen van de dienst. Zij proberen zo veel mogelijk vragen van klanten direct af te handelen en beslissen alleen in gevallen waarin dat niet lukt, of een klant wordt doorverbonden met de betrokken consulent of afdeling. Het algemene nummer van de dienst dat van 9 tot 1 uur leidt naar deze informatielijn is bij klanten goed bekend. Eén op de zes respondenten kent het nummer niet. Autochtone klanten en hoger opgeleiden zijn onder dit deel van de klanten dat het nummer niet kent, oververtegenwoordigd.

De automatische servicetelefoon, die 24 uur per dag beschikbaar is met algemene informatie van en over de dienst, is met een score van 25 procent een stuk minder bekend.

De weerbaarheid van de praktijk ten opzichte van deze nog vrij nieuwe telefoonregelingen moge blijken uit het gegeven dat 55 procent van de klanten aangeeft dat ze in geval van vragen bellen met hun consulent. Iets wat zich niet verenigt met de door de dienst gekozen weg via de (informatie)lijn en wat in de praktijk dan ook regelmatig leidt tot enige ergernis over en weer.

Beperkte bereikbaarheid informatielijn wordt als lastig ervaren

Er zijn klanten die de beperkte beschikbaarheid van de informatielijn als heel vervelend of in elk geval als lastig ervaren.

71 Procent stemt in met de stelling dat de informatielijn op zijn minst tijdens de kantooruren van de dienst bereikbaar zou moeten zijn.

Er zijn klanten voor wie het lastig is dat ze alleen 's ochtends kunnen bellen. En als men dan 's middags niet terecht kan voor vragen dan wil men 's middags in elk geval noodzakelijke mededelingen (bijvoorbeeld van verhindering wegens ziekte) kunnen doen, afspraken kunnen maken of kunnen melden dat men graag op korte termijn contact met iemand wil.

Er zijn zeven aspecten van de entree bij SOZAWE ter beoordeling met een rapportcijfer aan de klanten voorgelegd. Daarbij kregen de telefonische contacten met een 6.1, het laagste gemiddelde cijfer. Ook werd dit onderdeel het vaakst met een onvoldoende bedeed.

De geschreven teksten van SOZawe

Contact tussen klant en dienst door middel van geschreven tekst is er in vele vormen. Dit onderzoek richtte zich op die vormen van schriftelijk contact die min of meer gestandaardiseerd zijn.

Te denken valt aan de voorlichting in de vorm van folders en brochures. Verder aan de maandverklaring voor verantwoording van verworven inkomsten en aan de daaraan gekoppelde bijsluiters. Verder kan men denken aan min of meer gestandaardiseerde teksten waarmee de directie van de dienst haar klanten informeert over de stand van zaken van procedures of van maatregelen of van veranderingen daarin. Veel van deze correspondentie wordt gestandaardiseerd en in grote oplagen verzonden.

Teksten vooral streng, duidelijk en zakelijk

De teksten van SOZawe worden vooral beoordeeld met kwalificaties als zakelijk, duidelijk, streng, vervelend, dreigend, somber, onpersoonlijk en onduidelijk. Tussen deze termen valt een kwalificatie als vriendelijk, door enkele klanten gegeven, haast uit de toon.

Het belang van goed wederzijds begrip en een soepele communicatie tussen klant en dienst blijkt niet altijd eenvoudig hand in hand te gaan met de eisen van juridische correctheid, ambtelijke procedures en de handhavingstaken van de dienst. Dat weerspiegelt zich dan ook in de kwalificaties van de teksten van de dienst.

Bijsluiters bij de Maandverklaring zijn een nuttig medium

Het nut van de zogenaamde bijsluiters die meegestuurd worden met de verplicht in te leveren maandverklaringen wordt ruim onderschreven. De dienst heeft hiermee een medium waarmee klanten kennelijk goed worden bereikt.

Voor de Klantenkrant is die score wat lager: 57 procent van de respondenten onderschrijft het nut van de daarin aangeboden informatie.

Folders en bijsluiters worden over het algemeen niet als te moeilijk of onduidelijk ervaren. Er is slechts een gering deel dat daar moeite mee heeft. Bedacht moet echter worden dat ook 10 procent van het klantenbestand nog neerkomt op een substantieel aantal klanten. Het met enige regelmaat zien van de klant door een consulent en/of aan een balie en een toegankelijke telefoonservice die deze klanten bij vragen kunnen ondersteunen, blijken en blijven hier van belang.

Brieven eerder hard en onvriendelijk van toon dan moeilijk

Met 34 procent ondersteunt een derde van de respondenten de stelling dat de brieven van de dienst hard en onvriendelijk zijn en dat is een substantiële categorie. Een categorie die bovendien twee keer groter is dan die het taalgebruik in de brieven te moeilijk vindt en ook zeer ruim groter dan de categorie die de brieven op zich onduidelijk vindt.

Centrale vraag die daarbij opkomt is: Kun je als dienst in je correspondentie ook duidelijk en strikt zijn bij een optimaal klantvriendelijke toon ?

De geschreven teksten van SOZawe behoren binnen dit onderzoek tot de wat magerder beoordeelde onderdelen: Ze scoren een 6.4. Dat is lager dan het gemiddeld op onderdelen gegeven waarderingscijfer en het cijfer gegeven voor de algehele dienstverlening.

De reacties op de vraag om voorstellen voor verbetering bieden hier enige aanvullende inzichten. Vele reacties richten zich met name op de toon en de houding waarmee de dienst zich (vaak al in een vroeg stadium) tot haar klanten richt. Via gestrengte en vaak als dreigend ervaren standaardteksten krijgen klanten al snel de wacht aangezegd, terwijl ze eerder via toegankelijke teksten enigszins invoelend, begripvol, motiverend en persoonlijk benaderd zouden willen worden.

Parallel tussen ontvangst in de hal en contacten per brief

Hier komt duidelijk een parallel naar voren met de wijze waarop velen aangeven de ontvangst in de hal het liefst te zien. De gestrengte en juridisch doortimmerde administratieve basisbenadering is in het gunstigste geval mogelijk wel duidelijk, maar vaak ook bedreigend, afstandscheppend en kil. En dat geeft wellicht niet altijd de signalen waar de verstandhouding tussen dienst en klant op termijn mee gediend is.

Alsof ook de medewerkers van de dienst dat zelf wel begrijpen, werden regelmatig voorbeelden gememoreerd waarbij medewerkers van de dienst in hun contacten met klanten de dreigende teksten, door de eigen dienst aan klanten verzonden, voor de klant relativeren.

Rapportcijfers voor de dienstverlening van SOZawe.

Alvorens te komen met de rapportcijfers waarmee de dienstverlening werd beoordeeld is het nodig een aantal voorbehouden, relativeringen en beperkingen voor die cijfers aan te geven:

Een cijfer moet een (evaluatief) middel blijven en geen doel worden. Gemiddelden zeggen niets over spreiding en de frequentie van onvoldoenden. Er zijn allerlei gevoeligheden en gevoelens rond het geven van een cijfer. (Men wil bijvoorbeeld niet al te streng zijn, of juist eens even extra hard schoppen) Bovendien is er een tendens waar te nemen naar middeling ergens tussen zes en zeven, Ook loop je bij cijferbeoordelingen van dienstverlening al gauw het gevaar voor vergelijking van appels en peren. Beoordelingsnormen verschillen in de tijd, op basis van cultuur, conjunctuur en geografisch. Kortom cijfers zijn vaak minder exact en hard dan ze op het eerste gezicht lijken te zijn.

Alle onderdelen een voldoende.

Ondanks deze relativeringen zijn er ook in dit klantenonderzoek cijfers gegeven en gemiddelden bepaald. Alle becijferde onderdelen werden gemiddeld met een voldoende bedeed. De algehele dienstverlening van SOZAWE op de terreinen die in dit onderzoek werden behandeld scoorde 6.7, bij 16 procent onvoldoenden.

Van de onderscheiden onderdelen scoorde de telefonie het laagst met 6.1 bij 27 procent onvoldoenden. De geschreven teksten doen het met 6.4 bij 21 procent onvoldoenden iets beter.

Ondanks hier en daar genoteerde kritische opmerkingen komt de balie (gemiddeld over drie vestigingen) op een 6.9 bij 13 procent onvoldoenden.

En in lijn met de uitkomsten rond de drie vestigingen die hiervoor al geschetst is, wordt de ontvangst op de centrale vestiging aan de Eendrachtskade gemiddeld beoordeeld met een 6.5 bij 17 procent onvoldoenden. Bedacht moet worden dat het hier de ontvangst aan de Eendrachtskade betreft, zoals die was voor de verbouwing in juni 2005. De ontvangst in het DOK wordt met 7.0 bij 10 procent onvoldoenden het hoogst gewaardeerd, gevolgd door die bij Groningen op de Ladder met 6.9 bij 12 procent onvoldoenden.

Samenhang

Na nadere analyse en het afzetten van deze beoordelingscijfers tegen vele variabelen uit dit onderzoek en met name de imagoscore SOZAWE blijken ze goed gefundeerd te zijn. Ze liggen goed in lijn met de scores op andere variabelen en met name de imagoscores.

Er blijkt veel samenhang te zijn tussen een groot aantal variabelen uit dit onderzoek. De variabelen met de sterkste samenhang liggen vooral op het terrein van:

het beeld van SOZawe en het hebben van een uitkering,
het zelfbeeld als klant van SOZawe,
het oordeel over enkele dienstverleningsfaciliteiten,
het oordeel over het begrip, de empathie die men bij de dienst ondervindt en
de toon en sfeer van bejegening en teksten door en van de dienst.

De variabelen op het terrein van de fysieke inrichting van de ontvangst hebben hier en daar wel aantoonbare effecten maar blijken niet de sterkste voorspellers van de cijferwaardering door de klant.

Suggesties van klanten ter verbetering

Van de respondenten komt 68 procent, desgevraagd aan het einde van de vragenlijst, zelf met voorstellen om de ontvangst door en de contacten met de dienst te verbeteren.

Onder hen is een deel dat spontaan voorstelt om door te gaan zoals het gaat.

Na bestudering van de vele en veelvormige overige suggesties is te constateren dat de klanten met verbeteringsvoorstellen vrijwel gelijk verdeeld zijn over de drie vestigingen. Ondanks het feit dat er in dit onderzoek veel aandacht was voor de gebouwen en de sfeer en aankleding van de ontvangstruimtes sloot men zich hier maar ten dele aan bij deze 'ruimtelijke' benadering van de relatie tussen SOZawe en zijn klanten. Er kwamen veel meer suggesties in de richting van de bejegening en de toonzetting van het dienstverleningscontact.

Basishouding, bejegening en sfeer belangrijker dan gebouwen

Het gebouw en de fysieke aspecten van de ontvangst blijken zeker belangrijk, maar de intentie waarmee men vanuit de dienst met de klant omgaat en de sfeer waarin de dienstverlening wordt ingevuld vinden veel meer respondenten van groot (groter?) belang.

Er zijn weliswaar ergernissen over de balie, over de bereikbaarheid van afdelingen, over het functioneren van de telefoon etc., maar de suggestie die hier het vaakst naar voren komt is: Behandel mij als klant menselijk en respectvol, houd rekening met mijn persoonlijke situatie en bejegen mij zoals je zelf bejegend zou willen worden, als je onverhoeds in het zelfde schuifje mocht komen te zitten.

Samenvattend zou men kunnen stellen dat de respondenten niet in de eerste plaats om een andere uitvoering van de dienstverlening vragen, maar vooral om een andere basishouding van waaruit de relatie tussen klant en dienst bij die uitvoering gestalte krijgt.

Attitude en houding van personeel en dienst lijken voor veel klanten in hun contacten met de dienst, van groter belang voor hun oordeel over de dienstverlening dan de vormgeving van de gebouwen en ontvangstruimten, de organisatie en de interpretatie van regelingen. Vormgeving en uiterlijkheden in de ontvangst zijn vooral van belang waar zij die door klanten gewenste sfeer en basishouding ondersteunen.

Aanbevelingen

Op basis van de onderzoeksresultaten volgt hieronder een aantal aanbevelingen. Het volgen van deze aanbevelingen kan helpen om te komen tot een verhoging van de waardering van klanten voor de dienstverlening van SOZawe.

Dit onderzoek levert op zich geen bewijs voor de impliciete veronderstelling dat een betere dienstverlening aan tevredener klanten voor de dienst ook automatisch leidt tot betere resultaten. Die resultaten worden gemeten aan politiek vast te stellen doelen en zijn vooral te meten aan variabelen als bijvoorbeeld aantallen uitgestroomden uit de WWB, met name naar werk en het aantal geactiveerde en/of naar zorg toegeleide stadgers. Het tevreden stellen van de bediende burger over de ontvangst bij en de contacten met SOZawe kan daartoe mogelijk wel een zeer belangrijk middel zijn. Los van dit voorbehoud vertegenwoordigen tevreden klanten echter ook een waarde op zich.

Een behoorlijk aantal van onze voorgenomen aanbevelingen voor de fysieke inrichting van de ontvangsthal aan de Eendrachtsskade zijn al bij voorbaat ondervangen door de verbouwing van de hal en in de aanpassingen 'tijdens de rit' aan de spreekkamers. Zo is de lange glazen wand met de daarachter gelegen spreekkamers aan de voorzijde met de helft ingekort en deze oogt bovendien minder open door aangebrachte versieringen. De hal is behoorlijk kleiner gemaakt en de afstand van de deur naar de centrale balie is ingekort. Zo zijn een aantal van de elementen die bijdroegen aan kwalificaties als 'groot' 'onpersoonlijk', 'te open', 'streng' en 'kil' al behoorlijk onder handen genomen. Ook is de inrichting van de spreekkamers hier en daar aangepast. Het zou daarom nu al interessant zijn de nieuwe situatie ter beoordeling aan klanten voor te leggen, om te bepalen of deze veranderingen 'iets doen'.

Bij de afdeling Juridische Zaken zijn er recentelijk initiatieven ontplooid om de communicatie met de klant over juridisch-technische zaken eenvoudiger en toegankelijker te maken. Zo haalt men al bij voorbaat de angel uit vele potentiële beklagzaken en neemt het aantal daarvan af.

Blijven over de volgende aanbevelingen, die kunnen leiden tot meer waardering voor de dienstverlening. De aanbevelingen zijn enigszins gerubriceerd en binnen de rubrieken hebben de eerst genoemde aanbevelingen een wat breder en algemener, de later genoemde een wat concreter karakter:

Beleid

1. Versterk de aandacht voor een gat tussen beleidsvoornemens en de praktijk. Tot voor kort was jarenlang het centrale beleidsadagium: Werk!, Werk!, Werk! Er blijkt echter in de praktijk een zeer groot contingent klanten te zijn dat niet actief op zoek is naar werk. Klanten die niet, of vooralsnog niet, beschikbaar zullen komen voor de reguliere arbeidsmarkt.

Basishouding, omgang, sfeer

2. Een grondhouding die algemeen zou moeten gelden voor het personeel van SOZAWE: Ga meer naast, dan boven je klanten staan. En behandel anderen zoals je zelf zou willen worden behandeld, als je onverhoeds in dezelfde situatie zou zitten.
3. Streef naar laagdrempeligheid. Ontvang klanten in een 'warmere' omgeving die toegankelijk en communicatiebevorderend is. Veel klanten ervaren in hun contacten met de dienst graag een gemoedelijke en gezellige sfeer. Zoek naar een optimale combinatie van deze waarden met die van zakelijkheid en correctheid
4. Ten aanzien van afspraaktijden en het zich houden daaraan moet wederkerigheid gelden. Als de dienst van klanten correctheid en verantwoording verwacht, moet men deze zelf ook bieden. Het getuigt van een professionele houding en respect als je je aan je afspraken houdt. Ook de tijd van de klant moet als kostbaar worden beschouwd. Klanten zijn in het contact kritisch op het gevoel van gelijkwaardigheid en het voor vol te worden aangezien. Als een personeelslid zich verlaat, zijn daarom oprechte en geloofwaardige excuses gewenst.

5. Leg bij de ontvangst niet al te zeer de nadruk op huisregels en beveiliging. Dat kan de sfeer tussen klant en dienst negatief beïnvloeden. Het suggereert en benadrukt al gauw een sfeer van dreiging en 'grimmigheid'. Hoezeer deze regels beheerstechnisch ook van belang mogen zijn.
6. Streef in spreekkamers meer naar een sfeer van ontspanning en vertrouwen dan naar die van koele zakelijkheid en/of van controle. De dienst wil het accent in haar dienstverlening aan de klant steeds meer leggen op het versterken van de motivatie richting werk en activering. Veel klanten vinden eerstgenoemde waarden van groter belang dan de tweede, waaraan eerder andere (beheerstechnische) motieven ten grondslag liggen.

Communicatie

7. Wees als dienst SOZawe zo duidelijk en strikt mogelijk bij een optimaal klantvriendelijke toon. Laat je als dienst leiden door het besef dat informatie niet alleen duidelijk, omvattend, inperkend en formeel sluitend moet zijn, maar tegelijk ook eenvoudig, aansprekend en behapbaar voor klanten. Dus geen informatie in formele ambtelijke taal, bepaald door het systeem van de ingewikkelde regelgeving, maar in alledaagse taal die aansluit bij de belevingswereld van de klant.
8. Voor de communicatie van de dienst, de teksten en het taalgebruik, kan de dienst SOZawe zich spiegelen aan de slogan van de Belastingdienst. Maar dan net even anders: 'Leuker kunnen we het niet maken, begrijpelijker, vriendelijker en begripvoller wel.'
9. Bied als dienst je informatie aan in meerdere vormen. Omdat het publiek van de dienst heel divers is in vragen, behoeften, opleidingsniveau en taalbegrip moet de dienst, opdat de zo verschillende categorieën klanten alle zo goed mogelijk worden bereikt en bediend, bij het verstrekken van informatie niet wedden op één paard.

10. Maak als dienst SOZawe optimaal gebruik van de bijsluiters bij de maandverklaringen. Ze worden als nuttig beschouwd en hebben een hoog bereik. Daar kun je als dienst iets mee in de communicatie met je klant.
Om dit zo te houden is het van belang er voor te blijven zorgen dat de informatie die er in wordt aangeboden algemeen en praktisch gericht is.
11. Regulier zien en spreken van bepaalde categorieën klanten blijft van belang. Papier is weliswaar voor de overgrote meerderheid een goed medium maar een kleine substantiële minderheid heeft niettemin steun en toelichting nodig bij het correct verwerken van schriftelijke informatie. Balie en Informatielijn zullen, ook als de teksten van SOZawe beter gescreend worden op hun impliciete suggesties, begrijpelijkheid en mate van dreiging, nodig blijven als ‘achtervangers’.
12. Werk als dienst SOZawe, waar het gaat om toepassing en handhaving van regels aan éénduidigheid. Over de status van de klant moeten niet meerdere interpretaties tegelijkertijd kunnen gelden. Van alle medewerkers met ‘een lijn naar buiten’: consulenten, telefoon- en balie-medewerkers moet daarom knowhow over de regelingen en de toepassingen geeist kunnen worden. Deze moet paraat en bij de hand zijn. Uitleg over regels en toepassing daarvan moeten in lijn zijn. Bovendien moet er door zo weinig mogelijk verschillende monden met een klant over worden gecommuniceerd. Het klantensysteem moet door medewerkers gedane toezeggingen en genomen beslissingen altijd registreren en voor iedereen ten allen tijde kunnen reproduceren.

ICT

13. Voor dezelfde duidelijkheid is het goed dat klanten contact hebben met zo weinig mogelijk (lieft maar één) consulenten die meerdere zaken rond een klant bundelt in één digitaal dossier. Het steeds moeten overdragen van een fysiek dossier tussen verschillende specialisten lijkt vaak niet goed te gaan en kent zijn inefficiënties. Informatie gaat verloren of moet geregeld opnieuw worden verworven en/of opgefrist.

Dit alles heeft op de klant al gauw een vervreemdend effect: 'Ik ben een nummer en ik raak vaak zoek.' In plaats van: 'Ik ben een persoon die men kent en in beeld houdt.'

14. Men kan overwegen de klant inzage in zijn persoonlijke digitale dossier te geven. Zo kan de klant zijn zaken blijven volgen, mogelijk beter begrijpen en misverstanden of fouten corrigeren. Bovendien geeft dit een signaal dat men als klant wordt gezien als zakelijk partner en dat men als zodanig voor 'vol' wordt aangezien.
15. Houd de teksten op de automatische SOZawe-servicetelefoon en de internetsites van SOZawe alerter en actiever bij. Maar nog liever: maak de internetsite van SOZawe interactief. En handel vragen van klanten correct en tijdig af. Zie verder bij de volgende aanbeveling.
16. Geef SOZawe een actief E-loket. Beman dit loket (vergelijkbaar met balie en informatielijn) met gemotiveerde en terzake geschoolde en ervaren krachten. Dit loket kan werken als aanvulling op en ontlasting van balie en informatielijn. Vragen die nu vaak niet direct kunnen worden beantwoord, kunnen zo op een (niet te veel) later tijdstip alsnog bevredigend worden afgehandeld: Ook als de betreffende consulent niet direct beschikbaar is, kan men dan, anders dan nu via telefoon of balie, antwoord krijgen. Bovendien kan men een boodschap achterlaten voor en/of vragen om een contact met de consulent.

Front

17. Naar vorm en inhoud moet de balie ten volle toegerust zijn en blijven voor haar taken. Daarbij moet sterk worden ingezet op het op peil houden van de communicatieve vaardigheden en de inhoudelijke kennis van het baliepersoneel. De balie vervult bij vragen of onduidelijkheden namelijk een belangrijke eerste en vaak beeldbepalende functie voor een groot deel van de klanten van SOZawe. De balie verdient daarom als één van de voorname kanalen van de frontoffice (evenals de informatielijn), alle aandacht.

18. Verhoog de inzet en onderzoek in hoeverre en tot welke inspanning, het percentage, dat zegt via de informatietelefoon antwoord te krijgen op zijn vragen, hoger kan worden.
19. Ook de informatielijn verdient een 'kwaliteitsinjectie'. Beman het callcenter met goed opgeleide, goed geïnformeerde en gemotiveerde krachten. Personeel dat dit werk graag doet en er vanuit motivatie en grondhouding ten opzichte van serviceverlening aan klanten, zelf voor kiest.
20. Maak een duidelijk en strikt onderscheid tussen de publieksfuncties van beveiligingsbeambten en die van SOZAWE-medewerkers. Dit op basis van een substantiële minderheid die bezwaren heeft bij een beveiligingsbeambte die SOZAWE-publieksfuncties vervult, anders dan direct betrokken op orde en veiligheid bij de ontvangst.
21. Het personeel dat werkt in de ontvangsthal kan door een uitnodigende en aanmoedigende opstelling en basishouding onder andere het gebruik van informatiemedia als infozuilen en computers stimuleren. (Vanuit het baliepersoneel werkt men al aan een invulling van de taken die meer ruimte biedt voor een dergelijke benadering.)
22. Houd, als dat enigszins uitvoerbaar is, als uitgangspunt dat inhoudelijke gesprekken standaard in een spreekkamer plaatsvinden. Wijk daar alleen van af als ook de klant aangeeft liever daarvoor te kiezen.

1. Inleiding

De dienst Sociale Zaken en Werk (SOZAWE) van de gemeente Groningen is verantwoordelijk voor de dienstverlening aan bijna twintigduizend klanten op het gebied van werk, inburgering, zorg en inkomen. Het gaat daarbij niet alleen om het ontvangen van bijstand, maar ook om andere vormen van dienstverlening, zoals schuldhulpverlening, of de uitvoering van de Wet Inkomensondersteuning Kunstenaars.

De dienst SOZAWE stelt in haar activiteiten de dienstverlening aan de klanten voorop. In hoeverre klanten daarover tevreden zijn wil de dienst graag in kaart gebracht zien via een reeks klantenonderzoeken.

Bureau Onderzoek van de Gemeente Groningen is belast met de uitvoering van die onderzoeken.

Over de opzet van deze onderzoeken communiceert Bureau Onderzoek met haar opdrachtgever maar ook met de Cliëntenraad SOZAWE. Deze raad participeert in de groeps gesprekken die in het kader van dit klantenonderzoek worden gehouden.

In dit rapport vindt u een beschrijving van een vierde onderzoek in de reeks 'Klant en Kwaliteit SOZAWE'.

In dit vierde onderzoek staan die aspecten van de dienstverlening centraal die men het best kan samenvatten met:

- de ontvangst in ruimtelijke zin en de bejegening daarbij van klanten
- de openingstijden van de dienst, direct en telefonisch, onder andere via de zogenaamde informatielijn
- de wijze waarop het personeel van de dienst de klanten ontvangt en bejegt, zowel in het directe persoonlijke contact aan balies en in spreekkamers als telefonisch en schriftelijk.

Het onderzoek richt zich niet zozeer op de inhoud van de dienstverlening maar vooral op de media waarmee deze dienstverlening tot de klant komt. Het perspectief waarin dit alles door cliënten wordt beleefd, en vertaald in de enquête, is echter niet geheel los te zien van de zwaarte van de inhoudelijke achtergrond van de relatie tussen klant en dienst.

1.1 Het onderzoek: doel en onderzoeksvragen

Doel van dit onderzoek is het leveren van een bijdrage aan verbetering van de kwaliteit van de dienstverlening door de dienst SOZawe.

De centrale vraagstelling luidt:

‘Hoe oordelen klanten van de dienst SOZawe van de Gemeente Groningen over de openstelling van haar vestigingen, over de ontvangst in de gebouwen en over de contacten met de dienst, direct persoonlijk aan balies en in spreekkamers, zowel als telefonisch en over de bejegening bij dit alles door het personeel van de dienst?’

Deze vraagstelling wordt belicht vanuit en toegespitst op de volgende onderzoeksvragen:

- Hoe oordelen de klanten over de dienst in het algemeen?
- Hoe ervaren klanten de ruimtes waarin de dienst hen op haar drie locaties ontvangt ?.
- Welke verschillen zijn daarin van vestiging tot vestiging en tussen verschillende klantengroepen te onderkennen ?
- Kunnen op basis van die verschillen keuzes gemaakt worden voor de wijze waarop de dienst haar klanten in de toekomst wil ontvangen ?
- Hoe ervaren klanten de tijden waarop men voor de verschillende vormen van dienstverlening bij de dienst terecht kan.
- Hoe tevreden zijn klanten over de afstemming binnen de dienst en over de samenwerking met andere voorzieningen?
- Hoe tevreden zijn klanten over de informatievoorziening door de dienst ?
- Hoe bereikt deze informatie de klant?
- Wat vinden klanten van de telefonische bereikbaarheid in brede zin?
- Hoe functioneert in dit geheel de informatielijn ?
- Wat zijn volgens klanten de sterke en zwakke kanten op de bovengenoemde terreinen.
- Wat zou er volgens klanten verbeterd kunnen en moeten worden?

1.2 De opzet van het onderzoek

Het onderzoek is te typeren als een klanttevredenheidsonderzoek. Het onderzoek is beschrijvend van aard, maar heeft ook een aantal evaluatieve componenten in zich.

Er wordt gewerkt volgens de 'QUOTE-methode'¹, die is ontwikkeld in het kader van kwaliteitsonderzoek in de zorgsector.

Eén van de valkuilen in klanttevredenheidsonderzoeken is dat er termen en zinsconstructies worden gebruikt die ver weg staan van de belevingswereld van klanten. Binnen de QUOTE-methode wordt geprobeerd dit zo veel mogelijk te ondervangen door klanten actief bij onderzoek te betrekken.

Klantenpanel

Allereerst stelt een klantenpanel in een groepsgebesprek vast aan welke aspecten van de dienstverlening op deze gebieden men het meeste belang hecht. Dit panelgesprek wordt op de geluidsband opgenomen en letterlijk uitgetypt. Het vormt zo de basis voor een vervolgens uit te zetten schriftelijke enquête. De in die enquête opgenomen stellingen zijn zoveel mogelijk letterlijke uitspraken van personen uit de ervaringsgroep, gedaan in een panelgesprek. Onder de veronderstelling dat ze adequaat uitdrukken wat de klanten van de dienst vinden. Bovendien bieden ze zo de meeste kans dat ze zijn gesteld in een taal die dicht bij de doelgroep staat.

De zo ontstane ontwerp-vragenlijst wordt, voor deze wordt uitgezet, voor commentaar voorgelegd aan de panelleden en aan een aantal betrokken medewerkers van de dienst. De opmerkingen en aanvullingen die daaruit naar voren komen, worden gewogen en zonedig alsnog verwerkt in de enquête die vervolgens kan worden uitgezet.

Enquête

De vragenlijst voor dit onderzoek is in de maand april van 2005 per post verspreid onder 3000 personen die volgens de registratie van de dienst SOZAWE op 1 april 2005 bekend waren als klant bij de dienst. Uitgezonderd werden deelnemers aan de WIK. Deze nogal specifieke groep is zeer recent al in een klantenonderzoek aan bod geweest. Bovendien bleek in dat onderzoek dat hun contacten met de dienst nogal afwijken van die van de andere klantengroepen.

De aangeschreven klanten konden de ingevulde vragenlijst anoniem terugsturen met behulp van een retourenvelop met antwoordnummer.

¹ Sixma et al. (1998). *De QUOTE-vragenlijsten. Kwaliteit van zorg vanuit patiëntenperspectief; vier nieuwe meetinstrumenten*. Utrecht/Den Haag: Nivel/NWO/VWS, 1998.

Verbeteringen van de dienstverlening

Aan de hand van de uitkomsten van het klantenpanel en de enquête benoemen we elders in dit rapport een aantal aspecten van de dienstverlening van SOZawe waarop verbeteringen in de ogen van de klanten mogelijk winst kunnen opleveren.

1.3 De opbouw van het rapport

Een samenvatting van de essenties van dit onderzoek, de voornaamste conclusies en enkele aanbevelingen zijn vooraan in de rapportage geplaatst.

Na dit inleidende hoofdstuk waarin onderzoeksdoel vragen en opzet zijn uiteengezet gaat hoofdstuk 2 kort in op rol en inhoud van de panelgesprekken in dit onderzoek. De resultaten van de enquête en de antwoorden op de onderzoeksvragen die daaraan kunnen worden ontleend, komen in de daarop volgende hoofdstukken aan de orde.

2. Het panelgesprek

Voor het samenstellen van een vragenlijst over de ontvangst en bejegening van de klant bij SOZawe is een groepsgesprek gevoerd met een panel van klanten. Dez klanten waren daartoe deels uitgenodigd middels een brief en een telefoontje vanuit Bureau Onderzoek en voor een ander deel aan de balie van SOZawe persoonlijk aangesproken door een medewerker van Bureau Onderzoek met uitleg over dit onderzoek, gevolgd door de vraag om mee te doen aan dit klantenpanel. De bijeenkomst werd voorgezeten en geleid door de voorzitter van de Cliëntenraad van de dienst SOZawe mevrouw Wil Hoek. Ook waren er bij de bijeenkomst twee onderzoekers en enkele leden van de Cliëntenraad aanwezig. De bijeenkomst stond vooral in het teken van het uitwisselen van ervaringen in, en meningen over, de praktijk zoals de leden van het panel die uit hun eigen ervaring kennen. Onder andere door het panelgesprek hebben we ons een beeld kunnen vormen van die praktijk en de problemen waar klanten mee te maken hebben gehad.

Het panelgesprek leverde voldoende informatie voor het maken van een schriftelijke enquête. Zowel waar het gaat om de onderwerpen die aan de orde moesten komen in de enquête als wat betreft de stellingen die samen de enquête vorm dienden te geven. Ook gaf het panelgesprek ons een basis om de reacties van de grote groep klanten die een groot aantal stellingen in enquêtevorm kreeg voorgelegd, beter te kunnen interpreteren.

We zien hier af van een uitputtend verslag van het panelgesprek. De lezer kan de hoofdlijnen van het onderzoek voldoende tot zich nemen zonder dat in dit hoofdstuk eerst uitputtend verslag wordt gedaan van de inhoud van het panelgesprek. Doordat de uiteindelijke vragenlijst zich grotendeels rechtstreeks baseert op uitspraken uit het panelgesprek komen bij de bespreking van de resultaten van de enquête alle belangrijke items uit het panelgesprek aan de orde. Daarbij worden regelmatig ook letterlijke uitspraken van klanten uit het panelgesprek ter illustratie gebruikt.

3. De schriftelijke enquête

De in het vorige hoofdstuk besproken bijeenkomst met het klantenpanel heeft een groot aantal stellingen opgeleverd. Er is een letterlijke weergave van het gesprek uitgeschreven. Aan dat verslag kon een groot aantal stellingen worden ontleend. Stellingen die in voldoende mate de onderwerpen die van belang waren en aan de orde zijn geweest weergeven. Deze stellingen zijn vervolgens bloksgewijs opgenomen in een schriftelijke enquête. Deze enquête is aangevuld met een aantal vragen en stellingen onder andere uit een vragenlijst die eerder is gebruikt voor het meten van de tevredenheid van andere doelgroepen van de dienstverlening van SOZAWE. Dit biedt de gelegenheid om hier en daar uitkomsten te vergelijken met die van eerder onderzoek.

Deze enquête is vervolgens aan diverse afdelingen binnen SOZAWE en aan de panelleden ter bekritisering voorgelegd. De opmerkingen die we terugkregen zijn verwerkt om vervolgens tot een definitieve enquête te komen.

De zo ontstane enquête is in april 2005 verzonden aan 3000 personen die in de SOZAWE-registratie per 1 april 2005 als klant bekend waren.

Waar mogelijk is er voor gekozen de uitspraken van de panelleden letterlijk in de vorm van stellingen weer te geven, omdat ze zo het meest rechtstreeks uitdrukken wat klanten vinden.

In de enquête wordt aan klanten gevraagd om op een vijfpuntsschaal aan te geven in hoeverre zij het met de stellingen eens of oneens zijn.

De stellingen zijn in acht rubrieken verdeeld, te weten:

1. het beeld van de dienst SOZAWE en het hebben van een uitkering in het algemeen en de persoonlijke positie daarbinnen;
2. de vestiging van SOZAWE in het DOK in Lewenborg en de ontvangst daar
3. de vestiging van SOZAWE aan de Zaagmuldersweg, ook wel genoemd 'het gebouw van Groningen op de Ladder', of 'het Ladderpand' en de ontvangst daar
4. de hoofdvestiging van SOZAWE aan de Eendrachtskade, ook wel bekend als 'de Zwarte Doos' en de ontvangst daar
5. de vestigingen van SOZAWE in het algemeen, de openingstijden en enkele aspecten van de beveiliging
6. de balies en de spreekkamers en de manier waarop gesprekken worden gevoerd.

7. de telefonische contacten met de dienst SOZawe en in het bijzonder de rol van de informatielijn
8. de schriftelijke vormen van contact tussen klant en dienst en de taal die de dienst daarin gebruikt

Maar zoals in elk klantenonderzoek in de reeks Klant en kwaliteit SOZawe tot dusverre, opent de enquête met een aantal algemene vragen naar geslacht, leeftijd, scholing en etnische achtergrond.

Aanvullend op de stellingen worden enkele vragen gesteld over de recentheid van het contact van klanten met zijn/haar consulent en de dienst in het algemeen.

Daarnaast is er, voorafgaand aan een blok met stellingen, een aantal malen gevraagd om door middel van maximaal twee zelfgekozen woorden (bij voorkeur bijvoeglijke naamwoorden) aan te geven hoe men de sfeer en de aankleding van een bepaalde ruimte of een bepaald onderdeel van de dienstverlening ervaart.

Aan het eind van de enquête konden de respondenten via een open vraag suggesties aanreiken voor verbetering van de dienstverlening. Vervolgens vroegen we nog om de dienstverlening rond zeven centrale onderwerpen uit deze enquête te waarderen met een (rapport)cijfer tussen één en tien.

En afsluitend was er dan nog de vraag hoe men het vond om mee te werken aan het onderzoek.

4. De respondenten

Respondenten zijn zij die de enquête hebben ingevuld en teruggestuurd binnen een redelijk verwerkbaar termijn. Alle tot en met 7 juni 2005 binnengekomen enquêtes zijn in de resultaten verwerkt.

4.1 Respons

Na afloop van de inzendtermijn waren er 686 van de 3000 enquêtes teruggestuurd. Dat komt neer op een ruwe respons van 23 procent.

4.2 Weging op de variabele geslacht

De responsgroep bestaat in meerderheid uit vrouwen Maar liefst 66 procent van de respondenten is vrouw, tegenover 34 procent mannen. In de steekproef waren vrouwen weliswaar ook in de meerderheid maar lang niet zo overweldigend als in de responsgroep. Om die reden is besloten de resultaten op de andere items te wegen op de variabele geslacht. De scores van de mannen krijgen in de berekeningen een zwaarder gewicht, die van de vrouwen een geringer gewicht. Zo wordt, althans voor het item geslacht, de ondervetegenwoordiging van mannen gecompenseerd. Onder de veronderstelling dat de mannen die meegedaan hebben in alle opzichten representatief zijn voor het aandeel van de mannen dat minder meedeed dan de vrouwen. De wegingsfactor wordt bepaald door voor vrouwen en voor mannen het aandeel in de steekproef te delen door het aandeel in de responsgroep.

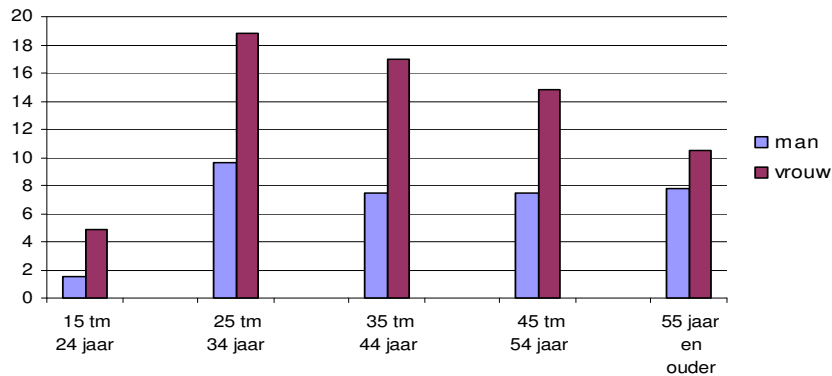
4.3 Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van de responsgroep is 41 jaar. De jongste respondent is 19 en de oudste 79.

In de onderstaande figuur ziet u de verdeling van de respondenten naar leeftijd en geslacht. Met name de middelste leeftijdscategorieën zijn sterk vertegenwoordigd. Het aandeel van de ouderen is iets geringer, maar onder hen bevinden zich wel weer meer klanten met een lange uitkeringsgeschiedenis.

Ook voor leeftijd is gekeken naar de afwijking tussen steekproef en responsgroep. De verdeling van de leeftijdscategorieën in de respons was voldoende in overeenstemming met die in de steekproef, dus was er geen reden om naast geslacht ook op leeftijdscategorie te wegen.

Figuur 4.1 Vrouwen en mannen naar leeftijdsgroep en hun aandeel in de totale respons



Personen die niet in Nederland zijn geboren zijn in de responsgroep enigszins ondervertegenwoordigd. In de responsgroep 18,2 procent, in de steekproef 27 procent.

De in het buitenland geboren en in de responsgroep hebben relatief iets minder vaak langdurig een uitkering en hebben vaker middellang (van 1 tm 3 jaar) een uitkering. Ze zeggen iets vaker actief werk te zoeken dan gemiddeld en zijn oververtegenwoordigd onder de personen die aangeven op dit moment schuldhulpverlening te krijgen.

4.4 Opleidingsniveau

De respondenten zijn voor een groot deel laag opgeleid, maar met 27 procent heeft ook een groot deel HBO of hoger als opleiding.

Bij nadere beschouwing blijkt dat er een verband is tussen opleiding en leeftijd, in die zin dat oudere klanten vaker laag opgeleid zijn dan jongere klanten. Ook zijn klanten met een lage opleiding iets vaker in het buitenland geboren, ze hebben vaker langdurig een uitkering en ze krijgen vaker schuldhulpverlening

Figuur 4.2 De Respondenten naar opleiding

	Percentage
Geen	4%
lagere school	12%
LBO, VMBO	21%
MAVO / MBO	27%
HAVO / VWO	8%
HBO	16%
Universiteit	11%
Anders	1%
Totaal	100%

4.5 Al of niet actief op zoek naar werk

Opvallend is het resultaat van de inleidende vraag naar het al of niet actief op zoek zijn naar werk door de respondent.

Maar liefst 60 procent van de respondenten zegt niet actief op zoek te zijn naar werk. Een opvallende zaak daarbij is dat dit percentage voor de vestigingen Ladder en DOK op 64 procent ligt en voor de Zwarte Doos op 52 procent.

In de onderstaande tabel is informatie te vinden over de redenen waarom men zegt op dit moment niet actief op zoek te zijn.

Hier blijkt dat niet zozeer de redenen om niet te zoeken verrassend zijn, maar vooral de hoeveelheid respondenten voor wie dit geldt. Kennelijk beschouwen substantiële groepen klanten, mogelijk zelfs een meerderheid, zichzelf niet als werkzoekend.

Na jaren waarin het centrale adagium bij sociale diensten in navolging van diverse regeringen ' Werk, Werk, Werk !!' was, kan men hierin een basis vinden voor enige nadere bezinning. Duidelijk moge hiermee zijn dat, wanneer het streven zoals benoemd in de Wet Werk en Bijstand, is om alle klanten het liefst aan het werk en in ieder geval actief te krijgen en te houden, bij voorkeur, zonder een bijstandsuitkering, er voor velen intensieve hulp en begeleiding vereist is, voor het zover zal kunnen komen.

tabel 4.3 Redenen waarom respondenten niet actief werk zoeken

reden niet actief zoeken	Aantal	Percentage
gezondheidsredenen	183	43%
Zorg voor kinderen	88	21%
persoonlijke problemen	81	19%
Leeftijd	74	18%
bezig met traject	66	16%
ik heb baan (waar ik tevreden mee ben)	48	11%
Ik kan geen (ander) geschikt werk vinden	42	10%
wacht op een traject	26	6%
Studie	21	5%
Ik zit niet te springen om een baan	14	3%
Doe vrijwilligerswerk	9	2%
Zorg voor ander	7	2%
Ben bezig als zelfstandige	6	1% of <1%
Heb verhuisplannen	3	
Kunstenaar	4	
Vrijstelling	4	
zwangerschap	3	
bezig uitbreiding te krijgen	2	
IOAZ	1	
Verslaafd	1	
Doe taakstraf	1	
Overige	7	2%
totaal (421 respondenten)	691	

Percentages tellen op tot boven de 100 op basis van combinaties van meerdere redenen.

5. Stellingen over het hebben van een uitkering en algemene stellingen over SOZAWE.

Na de inleidende gesloten vragen hebben we de klanten 26 stellingen voorgelegd die hun houding ten aanzien van het ontvangen van inkomensondersteuning en hun relatie tot de dienst SOZAWE in het algemeen weergeven.

De nu volgende figuur geeft de percentages klanten weer die het eens, of oneens zijn met een aantal van die voorgelegde stellingen.

We zullen deze stellingen stuk voor stuk aan de orde laten komen en ze mogelijk hier en daar verderop in dit rapport nog in verband brengen met verschillende klantengroepen en de beoordeling van de ontvangst en bejegening door SOZAWE in zijn geheel.

5.1 Beoordeling van de feitelijke dienstverlening

Snelheid reactie na aanvraag hulp

Ruim de helft van de respondenten geeft aan na een aanvraag vrij snel een reactie van de dienst te krijgen. Een kwart van de respondenten is een andere mening toegedaan.

'Wat ik goed vind, is dat als je een briefje invult je ook vrij snel bericht krijgt van, nou ja, wanneer je kunt komen en wat het resultaat is. Vroeger was dat soms wel weken en weken, dat je moest wachten, maar nu krijg je 't wel vrij snel terug.'

Informatie bij eerste contact

Na aanmelding kreeg men bij het eerste contact volgens tweederde van de respondenten voldoende informatie over de gang van zaken bij SOZAWE en over de rechten en plichten die klanten hebben. Ruim een kwart is hierover een andere mening toegedaan.

Doorlooptijd beslissing

Toen men zich aanmeldde voor een uitkering duurde het volgens 26 procent van de respondenten langer dan een termijn van zes weken tot men hoorde wat de beslissing over die aanvraag was.

Deskundigheid over en effectiviteit van hulp bij, begeleiding naar werk

Wat betreft de deskundigheid op het terrein van werk komt 46 procent tot een positief oordeel. Met 36 procent meldt ruim een derde van de respondenten dat dit volgens hen niet het geval is.

Naast de deskundigheid is er ook nog een oordeel te geven over de effectiviteit van de geboden hulp. 26 Procent van de respondenten vindt dat SOZawe echte hulp biedt bij het zoeken naar werk, maar met 53 procent geeft een meerderheid aan dit beeld niet te onderschrijven.

Communicatie en samenwerking tussen afdelingen

Een negatief punt waar in het groepsgesprek aan werd gerefereerd was een gebrek aan afstemming tussen de verschillende afdelingen van SOZawe, waardoor er voor klanten soms zaken mis kunnen gaan.

18 Procent van de geïnterviewde klanten kon of wilde hierover geen oordeel geven, maar 46 procent onderschrijft helaas dit negatieve beeld.

Complexiteit leidt tot fouten

Een ander euvel in de dienstverlening dat in het groepsgesprek werd gememoreerd was dat zaken vaak mis gaan als ze wat ingewikkelder en minder standaard worden. Dat wil zeggen: Een standaard uitkering volgens normbedrag, dat gaat doorgaans administratief wel goed. Maar komt men in de situatie dat er verrekeningen moeten worden gemaakt, dan gaat er nogal eens iets mis. Of in algemenere zin: als zich uitzonderingen voordoen die iets ingewikkelder liggen in de regelgeving en/of complicerende gevolgen hebben voor de financiële en administratieve afwikkeling dan doen zich te vaak problemen voor. Ruim de helft van de respondenten blijkt een dergelijk geschetst beeld te onderschrijven. Ongeveer een derde ziet dit probleem niet en een vijfde deel kan of wil er geen oordeel over geven.

Papieren zoek

'Daar zijn ze me ook al twee keer kwijt geweest. Dan bel je op een gegeven moment op en dan zeggen ze: Wie bent u ? Oh, u lag in de la. Ja...Daar heb ik wat aan, dat schiet niet op.'

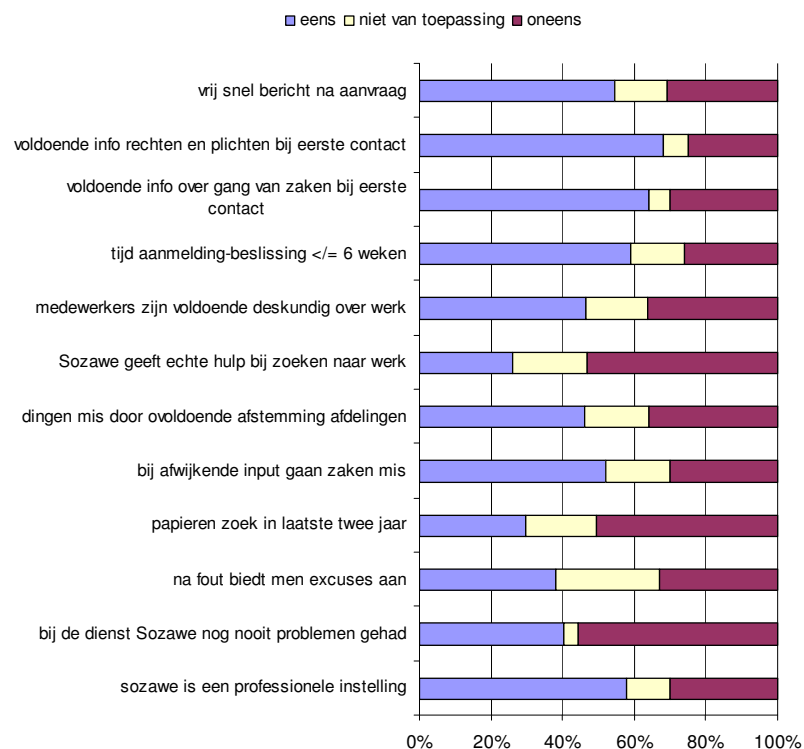
Een andere regelmatig gehoorde klacht was die over zoekrakende papieren. Desgevraagd geeft 30 procent in de enquête aan dat er van hen in de laatste twee jaar papieren zoek zijn geraakt.

Fouten erkennen door, en problemen met, de dienst

Kennelijk gaat er volgens de klanten dus wel eens het een en ander fout in de zakelijke procedures tussen klant en dienst. Maar als er iets fout gaat en de fout ligt bij de dienst dan bieden de medewerkers van de dienst daarvoor niet altijd hun verontschuldiging aan. Volgens een derde (33 procent) van de respondenten uit dit onderzoek is dat kennelijk geen vanzelfsprekende zaak. Volgens 38% procent echter gebeurt dat wel. 29 Procent kan of wil hierover geen oordeel geven. Hopelijk geldt voor deze respondenten dat ze de dienst (nog) niet op een fout hebben kunnen betrappen.

40 Procent geeft aan nooit een probleem te hebben gehad met de dienst. Niettemin is er een percentage van 55 procent het niet eens met de stelling van deze strekking.

Figuur 5 1 Oordeel over enkele aspecten van de dienstverlening door SOZAWE



Een oordeel over de professionaliteit van SOZawe.

De scores op enkele items die zojuist zijn besproken liegen er niet om. Op de slotstelling: 'SOZawe is een professionele instelling'. Reageert ondanks geconstateerde fouten en problemen 58 procent instemmend. Drie van de tien klanten delen deze mening echter niet en één van de acht klanten onthoudt zich hier van een oordeel. Dit oordeel over de professionaliteit blijkt één van de items te zijn die goed kan worden meegenomen in de zogenaamde imago-score van de dienst SOZawe. (waarover verderop meer.)

5.2 Gevoelens ten opzichte van SOZawe en haar dienstverlening

Zojuist hebben we enkele inhoudelijke aspecten van de relatie tussen klant en dienst besproken. De waardering van de dienstverlening kent echter ook een aantal meer gevoelsmatige kanten. Om daar een beeld van te krijgen zijn zeven uitspraken van klanten uit de groepsgesprekken, in de vorm van stellingen in het eerste algemene blok opgenomen. In hoeverre de respondenten zich in deze uitspraken herkennen wordt in de nu volgende grafiek in beeld gebracht.

De sociale dienst als vijand

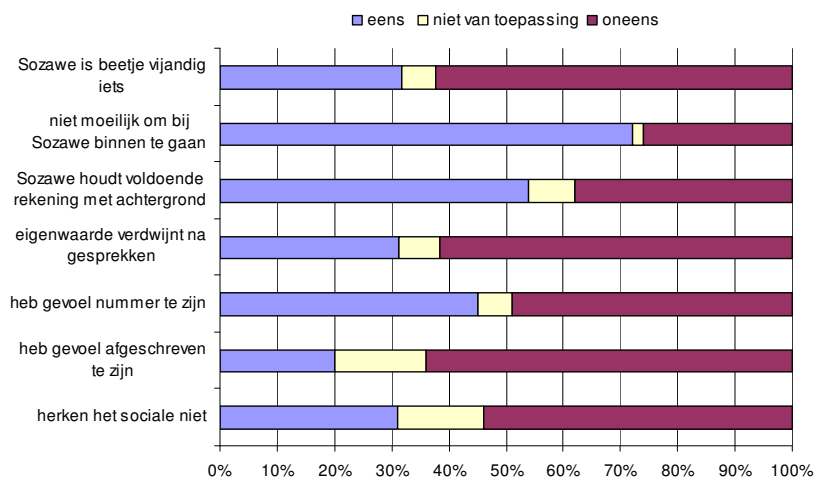
De eerste uitspraak uit de grafiek geeft uiting aan een gevoel ten opzichte van de dienst als een vijandige instantie waarmee je nu eenmaal gedwongen een relatie onderhoudt. In de stelling 'Ik vind de dienst SOZawe eigenlijk een beetje een vijandig iets.' herkent zich één op de drie respondenten. Voor 63 procent is dat echter niet het geval.

Over de drempel

'Verschrikkelijk. Om hier naar binnen te gaan. Dat je, vind ik, dat je liever ergens anders binnenstapt dan hier. Maar je moet gewoon...'

Er is voor een deel van de klanten een stevige drempel te nemen bij SOZawe. Eén op de vier klanten zegt het moeilijk te vinden om bij SOZawe naar binnen te gaan. Maar bijna driekwart geeft aan dat dit voor hen niet geldt/gold.

Figuur 5.2 Gevoelens bij de dienstverlening van SOZawe



Begrip voor de klant en zijn situatie

Het vermogen tot empathie van de dienst en haar medewerkers, de mogelijkheid en de wil om rekening te houden met de achtergrond van de klant, wordt door een deel van de klanten in twijfel getrokken. De stelling 'Ik vind dat bij de dienst SOZawe voldoende rekening wordt gehouden met de achtergrond van mensen' vindt met 54 procent weliswaar ondersteuning bij een meerderheid van de respondenten, maar anderzijds geeft 38 procent aan het niet met deze stelling eens te zijn.

De klant in zijn waarde

Ook voelen veel klanten zich kleiner worden wanneer ze in gesprek komen met een vertegenwoordiger van SOZawe en zeker als dat gebeurt in een gebouw van deze officiële en voor hen zo belangrijke instantie.

'Als je hier binnenkomt dan heb je nog een bepaalde eigenwaarde en je hebt daarna toch gesprekken. Nou eh, en dan is er niks van je eigenwaarde over. Want je moet bijna je ziel en zaligheid op tafel leggen, alles van jezelf laten zien om eh iets gedaan te krijgen of om wat te krijgen.'

Eén op de drie klanten geeft aan te ervaren dat er dan van zijn of haar eigenwaarde weinig overblijft.

Voor een ruime meerderheid is dit niet het geval.

Een groter gedeelte van de respondenten dan het deel dat zijn eigenwaarde minder voelt worden, ervaart andere anomiale gevoelens. Het gevoel voor SOZawe gewoon een nummer te zijn, wordt door 45 procent van de respondenten gedeeld. Voor 20 procent van de respondenten is het nog ernstiger; zij hebben het gevoel dat ze zijn afgeschreven door de dienst.

Het sociale beeld van de dienst

Een ander gevoel dat men in de gesprekken beschreef was dat men het 'sociale' in de combinatie 'sociale dienst' onvoldoende of niet (meer) ervaart. Met 31 procent onderschrijft bijna één op de drie respondenten dit gevoel.

5.3 Het imago van de dienst

Uit de algemene stellingen die aan de klanten zijn voorgelegd is een aantal geselecteerd waarvan is bepaald in hoeverre ze samen opgeteld en in combinatie schalen op iets wat we benoemd hebben als een imagoschaal van SOZawe.

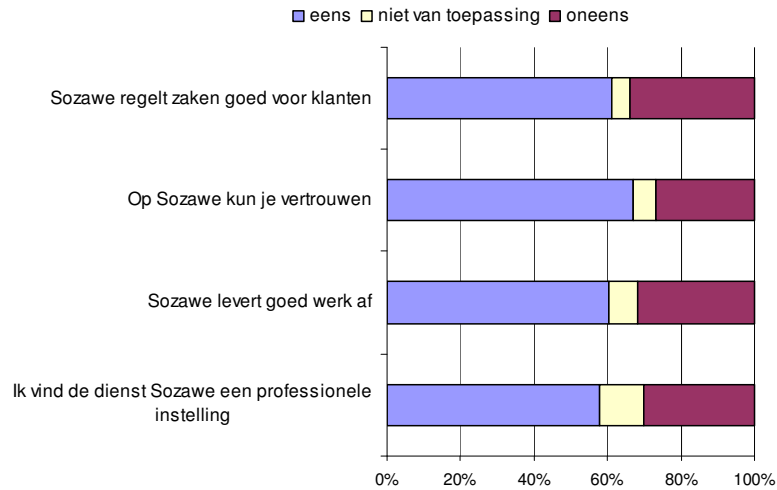
De vier items in de onderstaande tabel voldoen aan de criteria die aan te schalen items gesteld kunnen worden. Op basis van deze schaling kan voor respondenten die op alle vier de items een score hebben toegekend een samengestelde schaalscore worden bepaald.

De school bestaat uit een viertal items over vertrouwen in de dienst SOZawe, over de mate waarin de dienst zaken goed regelt voor haar klanten, het afleveren van goed werk door de dienst en min of meer samenvattend over het professionele gehalte van de dienst.

Gemiddeld zijn steeds drie van de vijf respondenten het eens met deze stellingen. Waarbij het vertrouwen iets ruimer aanwezig blijkt dan het geloof in de professionaliteit.

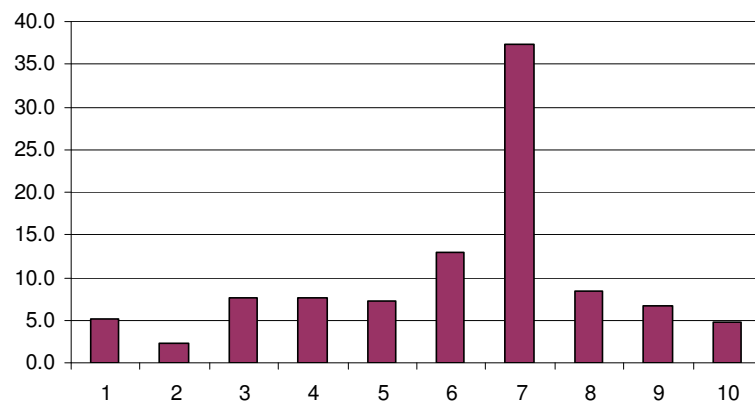
Met de stelling die beweert dat de zaken goed geregeld worden voor de klanten is een derde het oneens. Weliswaar scoort het item over vertrouwen van deze vier het best, maar niettemin is het toch ook verontrustend te lezen dat niet alleen een derde van de respondenten niet vindt dat SOZawe goed werk aflevert, maar dat ruim een kwart van de respondenten ook geen vertrouwen heeft in de dienst SOZawe.

Figuur 5.3 De stellingen die samen het imago van SOZawe bepalen



Het gemiddelde van de aan respondenten toe te kennen schaalscores is 6.02. Dat gemiddelde is niet hoog. Van belang is nu ook te bezien hoe de schaalscores verdeeld zijn. Zijn er veel lage scores en waar vinden we die? Dat wil zeggen: Waarin verschillen de respondenten die lager scoren op deze schaal nu van hen die hoger scoren?

Figuur 5.4 De verdeling van de scores op de imagoschaal SOZawe.



We hebben daarom een vergelijking gemaakt van respondenten met een schaalscore lager dan 5.5 en respondenten met een score gelijk aan of boven 5.5. De verdeling bestaat voor 30 procent uit schaalscores die lager scoorden en voor 70 procent met een hogere score.

Wanneer we de hoogscorende en de laagscorende respondentencategorieën afzetten tegen een groot aantal variabelen uit dit onderzoek dan blijkt er samenhang te zien te zijn tussen de imago-schaalscore en veel van deze variabelen.

Een beeld van de meest algemene (dwz aan de orde voor vele klanten) en sterkst samenhangende variabelen willen we de lezer niet onthouden.

Zo blijkt de schaalscore sterk samen te hangen met het algehele beoordelingscijfer van de dienst. Een teken dat de toekenning van een rapportcijfer kennelijk niet met de natte vinger gebeurt. Integendeel, er wordt, zo blijkt, consonant gescoord door de respondenten.

Voorts hangt van de vele variabelen de schaalscore onder andere sterk samen met de beeldvorming over het SOZAWE-personeel als zakelijk en tegelijk menselijk. Zij die dit beeld ondersteunen hebben veel vaker een schaalscore van 5.5 of hoger.

Ook hebben personen die zeggen het sociale karakter van de dienst niet meer te herkennen en die logen dat de dienst zijn excuses aanbiedt als iemand van de dienst een fout maakt veel vaker een lage schaalscore.

Andere hoog samenhangende variabelen zijn de vriendelijkheid van baliemedewerkers, het waarnemen van foute informatie van baliemedewerkers, de duidelijkheid van brieven, de tevredenheid over de informatie over de gang van zaken bij de dienst, het oordeel over de deskundigheid van het personeel op het gebied van werk en het vertrouwen in de dienst waar het gaat om het foutloos verwerken van wat ingewikkelder informatie. Nogmaals vele andere items vertoonden eveneens enige samenhang. Maar de hier gememoreerde sprongen er uit qua sterkte.

6. Sfeer en aankleding van de ontvangsthal in de drie vestigingen

Alvorens de klanten van SOZawe via de enquête een blok stellingen voor te leggen over de drie verschillende vestigingen kregen ze een open vraag voorgelegd. Daarin werd gevraagd de aankleding en de sfeer van de ontvangsthal van de drie vestigingen beurtelings, met maximaal twee zelf te kiezen (bijvoeglijke naam-)woorden te omschrijven.

Daarbij werd een aantal bijvoeglijke naamwoorden als voorbeeld gegeven. Dat was enerzijds nodig om de vraag te verduidelijken, maar anderzijds bleek dit ook een wat onhandige zet omdat deze voorbeelden de beantwoording nogal hebben beïnvloed. Ze werden erg veel gekozen. De voorbeelden waren echter voldoende divers en uiteenlopend, ze dreven de respondent niet eenzijdig in één bepaalde richting. Maar hoe het ook zij, veel van de voorbeeldwoorden zijn hoog in de lijst van meest genoemde woorden terecht gekomen.

Het is daarom van belang om ook los van de voorbeeldwoorden te kijken wat er aan beschrijvingen overblijft.

In de volgende tabellen over de drie vestigingen van SOZawe vindt u de gekozen woorden terug. Daarbij zijn de als voorbeeld gebruikte termen in de tabel weergegeven met een sterretje.

Maar alvorens voor de drie vestigingen de resultaten te presenteren zal telkens eerst een beschrijving van de meest karakteristieke fysiek-ruimtelijke eigenschappen van de vestiging worden geschetst.

6.1 Het DOK in Lewenborg

Een schets van de situatie

De vestiging van SOZawe in het DOK in Lewenborg bedient naast Lewenborg de wijken Beijum, Ulgersmaborg, de Hunze en Ruischerwaard, alsmede oude dorpsgebieden als Oosterhoogebrug, Noorddijk en Ruischerbrug.

Deze vestiging onderscheidt zich van de andere twee vestigingen, vooral door haar huisvesting in de ontvangstruimte van wijkcentrum het DOK. De centrale ruimte van het DOK dient zo ook als ontvangsthal voor SOZawe. Voor reguliere handelingen en contacten met de dienst zijn de klanten uit de juist genoemde wijken welkom aan een loket. Hiervoor worden ze in eerste instantie vanachter een loket ontvangen door een medewerker van een beveiligingsbedrijf. Deze kondigt klanten zonodig

aan en kan ze doorverwijzen naar de medewerkers van SOZawe achter een naastgelegen loket of in een gespreksruimte.

De loketten, met zichtbaar daarachter een kantooruimte bevinden zich in de centrale ruimte van het wijkcentrum waarin een bar / buffet met daarachter een keuken de tegenoverliggende wand afdekt en die centraal wordt gevuld door een ruim bemeten lees-/stamtafel.

Deze centrale ruimte is multifunctioneel en trekt een heel divers publiek. Wanneer je je aan het loket meldt voor sociale zaken, kan het zo voor komen dat op luttele meters afstand een gezellig pratend of een krantlezend gezelschap iets zit te drinken. Elders in het gebouw worden tegelijkertijd onder andere cursussen gegeven en wordt er onder begeleiding op het internet gesurft.

'Ja dat ziet er op zich prettig uit. Ik kom sowieso niet graag binnen uiteraard. Maar dat heeft een andere reden: Ik ben op zich liever aan het werk. Maar op zich kom ik daar best prettig binnen ja, ik heb daar verder geen problemen mee. Aan de ene kant is daar altijd bedrijvigheid omdat je daar een barretje hebt van een...buurthuis of zo. En aan de andere kant zit er altijd iemand er zit altijd een beveiligingsbeambte achter de balie, die zit er sowieso altijd. Dus je hebt altijd iemand waar je naar toe kan. Die je aan kunt spreken'

De hal bevindt zich op de begane grond, maar van inkijk vanaf het plein rond het Wijkcentrum is geen of maar heel gering sprake.

In tabel 6.1 vinden we de beschrijvingen van aankleding en sfeer van de hal in het Dok zoals die door de respondenten werden gegeven.

De kwalificaties van de ontvangst in het DOK

Het beeld dat uit de meest genoemde beschrijvingen naar voren komt is dat van een overzichtelijk en redelijk aantrekkelijke ontvangst. Getuige termen als aardig, vriendelijk, gezellig, vrolijk, prima en goed, die hoog scoren. Maar ook de term somber wordt nogal eens genoemd. Een ander item dat wordt benoemd is dat van het gebrek aan privacy.

Figuur 6.1 Beschrijving van sfeer en aankleding van de vestiging van Sozawe in het DOK, aflopend naar frequentie.

	Omschrijving	Aantal malen genoemd	Percentage van respondenten met score
1	* overzichtelijk	64	31%
2	* vriendelijk	50	25%
3	* aardig	45	22%
4	* somber	21	10%
5	* gezellig	19	9%
6	Normaal, gewoon	17	8%
7	geen privacy	10	5%
8	* vervelend	8	4%
9	* vrolijk	8	4%
10	Zakelijk	8	4%
11	* mooi	7	3%
12	Gemoedelijk	6	3%
13	Prima, goed	6	3%
14	Rustig	6	3%
15	Degelijk	5	2%
16	Functioneel	5	2%
17	Neutraal	4	2%
18	Open	4	2%
19	Prettig	4	2%
20— 80	Saaï, donker, informeel, agressief, buurthuisfeer, correct, huiselijk, * lelijk, netjes, niks, oke, ongezellig, onpersoonlijk, rommelig, sober, te open, aankleding en sfeer ??, afschuwelijk, afstandelijk, afwerend, apart, behulpzaam, belerend, druk, duidelijk, etenslucht, gaat wel/niet, geen gratis koffie, groot, ik kom er niet om te kijken, kantineachtig, kil, klein, klein deel Sozawe, levendig, meer privé, naar behoefte, niet bijzonder, niets op tegen, nummer trekken, onbelangrijk, onduidelijk, onplezierig, ontoepasselijk, ontspannen, onoverzichtelijk, onvriendelijk, plezierig, relaxed, rumoerig, sociaal, veilig, veranderlijk, vemedierend, vervreemdend, verwarrend, verwelkomend, vijandig, voldoende, vreselijk, vrij		<2%
	Totaal antwoorden	374	
	Totaal personen	204	

Vervolgens zijn nog memorabel de items: gewoon, vervelend en zakelijk. Gemoedelijk, degelijk en rustig zijn enkele items die het bij Groningers doorgaans goed doen, en die hier verder nog noemenswaard zijn, maar al weer iets minder hoog scoren.

Hoe dit beeld nu te wegen komt in een vergelijking met de ontvangst in andere vestigingen verderop aan de orde.

6.2 Het Ladderpand aan de Zaagmuldersweg

De vestiging van SOZawe aan de Zaagmuldersweg bedient de Korreweg- en Oosterparkwijk. In deze vestiging is in maart van het jaar 2001 het project 'Groningen op de Ladder' van start gegaan. Gepaard aan een nieuwe experimentele aanpak opende de dienst SOZawe centraal in deze twee wijken een aparte vestiging. Volgens een nieuwe, directer activerende, aanpak wilde de dienst door ze actief een traject aan te bieden via dit project zoveel mogelijk klanten uit deze beide wijken toeleiden naar werk en/of activeren. Enkele belangrijke elementen uit deze aanpak zijn inmiddels gemeengoed geworden binnen de hele dienst SOZawe.

De vestiging kenmerkt zich ook nu nog als een zogenaamd 'bedrijfsverzamelgebouw', waarin de ontvangsthuis wordt gedeeld met het Centrum voor Werk en Inkomen.(CWI)

Eén van de doelen van het project was om de toeleiding naar het maatschappelijk werk en andere ondersteunende instanties in de wijk vlotter te laten verlopen. Men wilde door een kleinere schaalvoering en een directere aanpak, in de eigen buurt, (letterlijk en figuurlijk) dichterbij de klant komen en de drempel tweezijdig verlagen.

Inmiddels is het experiment 'Groningen op de Ladder' officieel afgesloten, maar een aantal elementen er van zijn behouden, waaronder de gezamenlijke gedecentraliseerde vestiging met het CWI.

Binnenkomend in het pand stuit een klant eerst op een ontvangtbalie van waarachter een medewerker of -werkster de klant aanspreekt en doorverwijst naar links voor het CWI of naar rechts voor SOZawe. Beide instanties hebben hier hun eigen deel in de hal, met balies en ziteenheden. De beide helften van de hal zijn enigszins verschillend ingericht. Hierin kennen de instanties nog geen volledige integratie. Voor een gesprek kan men desgewenst uitwijken naar spreekkamers op een hogere etage, die wat meer rust en afzondering bieden.

De ontvangsthuis wil laagdrempelig zijn, maar is door het karakter van de instanties toch minder publiek en informeel dan die in het DOK. In deze ontvangsthuis staan werk en inkomen meer centraal dan in het DOK, dat vanuit haar aard meer multifunctioneel is. Ook bij Groningen op de Ladder is er weliswaar gelegenheid om aan een leestafel iets te drinken, maar hier blijft het bij koffie en thee. De plaatsing van de leestafel is ook minder dominant centraal in de ruimte dan in het DOK. Aan de rechterkant in de hal vindt men een balie van SOZawe, alsmede een aantal zitjes waar een medewerker desgewenst even met een klant in gesprek kan gaan. Dit deel van de ruimte is verder gevuld met stellingen

die documentatie en vacatures ter inzage aanbieden. Bovendien vindt men er de juist genoemde leestafel.

In het linkergedeelte van de hal, kortweg 'het CWI-gedeelte' staat een wat groter aantal bureau-units. Deze vooral door bureautafels en stoelen gevulde ruimte is dichter bezet. Er is nauwelijks sprake van afscheiding tussen de verschillende zitunits.

De ontvangsthal ligt wat verhoogd, plusminus anderhalve meter boven het niveau van de stoep en de straat. Inkijk vanaf de straat is er wel, maar zeker niet zo direct als in de Zwarte Doos.

Kwalificatie van de ontvangst in het Ladderpand

Tabel 6.2 biedt een beeld van de aankleding en de sfeer van de ontvangsthal in het Ladderpand.

Ook hier zijn de items die in de vragenlijst als voorbeeld werden gegeven, en vervolgens alom werden overgenomen, gekenmerkt met een sterretje.

Het beeld dat naar voren komt is dat van een overzichtelijke en vriendelijke ontvangsthal. Maar daarbij wordt ook het zakelijke karakter van de hal gememoreerd. Voorts zijn de meningen over de ontvangst in het Ladderpand enigszins verdeeld. Er vallen termen als licht en aardig, waarnaast er toch ook sprake is van termen als saai en somber.

Kennelijk zijn ook de meningen over de overzichtelijkheid verdeeld want er blijkt, naast de hoogst scorende categorie die kiest voor de kwalificatie 'overzichtelijk', toch ook een substantieel aantal klanten te zijn dat de aankleding en sfeer juist als onoverzichtelijk ervaart.

Met mooi en lelijk is het eenzelfde verhaal; de meningen zijn verdeeld, zij het dat ze hier meer gelijk verdeeld zijn dan waar het de overzichtelijkheid betreft.

Voorts vallen nog de termen 'klein' en 'gezellig'. Ten slotte kunnen nog de drukte en een gebrek aan privacy als noemenswaardig worden genoteerd.

Verderop in dit hoofdstuk bespreken we dit beeld in vergelijking met de ontvangst in de andere vestigingen.

Figuur 6.2 Beschrijving van aankleding en sfeer van de ontvangsthuis bij Groningen op de Ladder

	Beschrijving	Aantal keren genoemd	Percentage van respondenten met score
1	* Overzichtelijk	78	29%
2	* Vriendelijk	56	21%
3	Saai	33	12%
4	* Aardig	32	12%
5	Licht	32	12%
6	Zakelijk	29	11%
7	Onoverzichtelijk	21	8%
8	* Sombor	21	8%
9	* Gezellig	18	7%
10	Klein	12	4%
11	* Mooi	12	4%
12	Druk	9	3%
13	* Lelijk	8	3%
14	* Vervelend	7	3%
15	Geen privacy	6	2%
16	Onvriendelijk	6	2%
17	Open	6	2%
18	Rommelig	6	2%
19	* Vrolijk	6	2%
20	Degelijk	5	2%
21	Functioneel	5	2%
22	Gewoon normaal, ongezellig, onpersoonlijk, sober, duidelijk, kil, koud, netjes, tot en met 81 onduidelijk, praktisch, professioneel, verwarrend, benauwd, benauwend, chaotisch, gemoedelijk, grijs, neutraal, noodzakelijk, prima, ruim, afstotend, alsof je crimineel bent, bedreigend, bedrijvig, bedrukt, behulpzaam, be waakt, controlerend, efficiënt, excellent, formeel, gaat wel, gastvrij, gecontroleerd, geen ontvangsthuis, hectisch, kindonvriendelijk, knus, koffie, krap, kunstloos, leuk, niet bijzonder, niks aan, oké, onder controle, onhandig, onopvallend, onpraktisch, postkantoor, redelijk, ruimtegebrek, stijf, strak, suf, te zichtbaar, uitnodigend, wel ok, welke hal?, welkom		<2%
	Aantal respondenten	268	
	Aantal antwoorden	502	

6.3 De Zwarte Doos aan de Eendrachtskade

Een inleidende beschrijving

De ontvangsthallen in 'de Zwarte Doos' omvat de onderste twee verdiepingen van een groot kantoorgebouw uit de zeventiger jaren, aan de Eendrachtskade op nummer 2. De vestiging ligt redelijk centraal en dicht bij de binnenstad.

Door zijn rechthoekige en opvallende zwarte vorm kreeg dit gebouw van de Groningers al snel de naam 'de Zwarte Doos'. Een naam die zeker bij de overgrote meerderheid van de klanten van SOZAWE bekend zal zijn, omdat het gebouw de hoofdvestiging van deze dienst is. Vanuit het gebouw bedient een deel van de wijkunits van de dienst zijn klanten en bovendien zijn er de gecentraliseerde, meer specifiek gerichte afdelingen gevestigd die de hele stad en soms zelfs (in opdracht van ministerie of andere gemeenten) de omringende regio bedienen. Daarbij kan men denken aan afdelingen als Inburgering, Weerwerk, de Groninger Kredietbank, de sociale recherche en de afdeling Zelfstandigen.

Het publiek wordt ontvangen op de begane grond en op een entresol. Deze beide bouwlagen onderscheiden zich van die in de rest van het gebouw doordat ze naar buiten toe voor het overgrote deel uit glas bestaan en doordat ze bovendien ook binnen veel meer open ruimte kennen. Sterker nog, verreweg het grootste deel van deze bouwlagen was tot voor kort open ruimte.

Daarmee kende het publieke deel van de hal een vrij grote schaalvoering en straalde het sterk een publiek karakter uit.

Verbouwing van de Zwarte Doos in de vroege zomer van 2005

Hier wordt de verledentijdsvorm 'kende' gebruikt omdat sinds juni 2005 de ontvangsthallen, met name op de begane grond, nogal veranderd is. Strekte de centrale ontvangsthallen op de begane grond zich tot voor kort over de volle breedte van het gebouw uit, sinds juni 2005 is deze ongeveer gehalveerd.

Via de centrale ingang, in het midden van het gebouw gelegen, kwam men midden in de ontvangsthallen uit, met rechts daarvan een lang 'glazen' gedeelte met daarin de centrale balie en de publieksingangen naar de spreekkamers.

Dit deel van de hal werd feitelijk zeer weinig gebruikt, maar was nogal zichtbaar vanaf de straat en bepaalde sterk het nogal open en publieke karakter van de ruimte.

Dit deel voorbij de balie is inmiddels aan de centrale hal onttrokken. De hal is beneden veel kleiner geworden en de centrale ontvangstbalie is nu dichterbij en rechter voor de ingang geposteerd. Deze balie ligt nu min of meer achterin de ontvangsthal. De ruimte achter de balie is door de verbouwing afgesloten en wordt nu gebruikt door de afdeling Facilitaire Zaken van SOZAWE.

Het doorzicht vanaf de straat en het langgerekte en glazen karakter van de ontvangstruimte zijn daarmee nog niet helemaal verdwenen, maar zeker een groot stuk terug gebracht.

Resultaten op basis van de situatie van voor de verbouwing !

Belangrijk is nu om vast te stellen dat de resultaten van dit onderzoek betrekking hebben op de ontvangsthal van voor juni 2005.

De uitkomsten van het onderzoek zijn niettemin ook nu nog heel interessant, doordat ze kans bieden om te bezien hoe de vroegere situatie werd ervaren en om te bepalen in hoeverre na de verbouwing al aan een aantal wensen en bezwaren van de klanten tegemoet is gekomen.

Hoe het ook zij, de situatie in de Zwarte Doos was niet alleen in het verleden, maar is ook nu nog zo verschillend van die in de andere vestigingen dat het interessant is de ervaring en beleving van die verschillen in de vormgeving van de ontvangst onder de loep te nemen.

Ook in de nieuwe situatie komt de klant de Zwarte Doos binnen via de ruime glazen entree, een portaal met dubbele deuren. Vervolgens wordt men naar de centrale balie geleid waar men zich als bezoeker moet melden.

Doorgaans worden deze ingang en of balie geposteerd door een, minder of meer nadrukkelijk aanwezige, beveiligingsbeambte. (soms twee) Nadat een bezoeker zich heeft aangemeld kan deze worden doorverwezen naar een andere balie of naar een spreekkamer voor een gesprek met een consultant. Eenvoudige zaken worden aan de centrale balie afgehandeld.

Drukke

Doorgaans is het vrij rustig in deze hal, maar er zijn ook momenten dat het er een vrij druk komen en gaan is. Er komen allerlei bezoekers waarvan sommige ook wat (blijven) rondhangen, of moeten wachten voor een balie, of op een afspraak in een spreekkamer.

Ook buiten voor de deur zijn er geregeld komende, vertrekkende of wachtende en elkaar ontmoetende mensen. Gestreefd wordt naar een rustige en ordelijke sfeer voor de ingang en in de ontvangsthal. Maar door de aard van de contacten kan er rond sommige klanten sprake zijn van enige onrust. Het streven van de dienst is om in te grijpen als deze drukte over een grens gaat en hinderlijk of onbetamelijk wordt. Dat kan via een corrigerende opmerking van een medewerker of van een beveiligingsbeambte. Maar soms zijn er ook steviger incidenten en deze kunnen leiden tot verwijdering uit het gebouw, soms met hulp van de sterke arm van de politie, en oplegging van een lokaalverbod. Naast de centrale balie vindt men in de ontvangsthal nog een aantal spreekkamers en balies. In de centrale ruimte voor die balies en spreekkamers zijn een aantal zitplaatsen gemaakt en er zijn informatiezuilen en folderstands opgesteld. Ook zijn er een paar computers van waarachter klanten het internet op kunnen voor informatie over werk en opleidingen. Verder is er nog de trap naar de entresol. Daar kan men terecht bij de spreekkamers en de balies van enkele klantenteams, van de Groninger Kredietbank en van de Stichting Weerwerk.

De publieke ruimte op de entresol strekt zich over de volle breedte van het gebouw weer uit langs een glazen wand, maar is door zijn ligging op de verdieping veel sterker aan het oog van voorbijgangers onttrokken dan de benedenverdieping.

Kwalificaties van de ontvangstruimtes in de Zwarte Doos

Volgens de zelfde procedure als voor de andere twee vestigingen werd ook de Zwarte Doos allereerst 'vrij' gekwalificeerd qua aankleding en sfeer met behulp van maximaal twee woorden. Dat resulteerde in onderstaande tabel.

Opvallende waarden zijn 'overzichtelijk' en 'vriendelijk' zoals ook bij de andere vestigingen aangetroffen. Licht en somber worden beide vaak genoemd. Ook sterk naar voren komen hier de waarden die niet als voorbeeld werden gegeven 'zakelijk', 'kil', 'koel' en 'koud' en netjes.'

6.4 De openingstijden

Voor alle drie de vestigingen geldt dat klanten vrij langs kunnen komen op werkdagen tussen 9 en 1 uur. Na 1 uur kan men alleen terecht op basis van een afspraak.

Het loket in het DOK is na 1 uur s middags weliswaar niet open voor iedereen, maar de publieke ruimte, die de ontvangsthal waarop de balie uitkomt, nu eenmaal is, blijft vrij toegankelijk.

Figuur 6.3 Beschrijving aankleding en sfeer van de ontvangsthal in de Zwarte Doos

	Beschrijving	Malen genoemd	Door Percentage respondenten
1	* overzichtelijk	103	29%
2	Zakelijk	58	16%
3	* licht	52	15%
4	* vriendelijk	43	12%
5	* somber	42	12%
6	* aardig	30	8%
7	Kil, koel, koud	23	6%
8	* vervelend	21	6%
9	* lelijk	20	6%
10	* mooi	18	5%
11	* donker	14	4%
12	* gezellig	14	4%
13	Netjes	10	3%
14	Onoverzichtelijk	10	3%
15	Saai	9	3%
16	gewoon, normaal	8	2%
17	Ongezellig	8	2%
18	* vrolijk	8	2%
19	Duidelijk	7	2%
20	Goed	7	2%
21	ruimtelijk, ruim	7	2%
22	Groot	6	2%
23	Onpersoonlijk	6	2%
24-116	Kaal, neutraal, open, prima, professioneel, afstandelijk, degelijk, druk, vol, oke, onvriendelijk, rommelig, sober, benauwend, beklemmend, functioneel, onprettig, dreigend, eenvoudig, gespannen, helder, onduidelijk steriel, strak, te kijk zitten, verzorgd, vijandig, Acceptabel, afwerend, agressief, angstaanjagend, angstig, aquarium, bah, bedreigend, bekeken, belachelijke hokjes, bunker, computerfabriek, deprimerend, duur, formeel, gaat wel, geen kleur, geen koffie, geen privacy, gemoedelijk, gevaarlijk kinderen, haastig, hol, ijzere meubilair, kan beter, kantoor sfeer, kindonvriendelijk, klantvriendelijk, klinisch, kolossaal, kostenverspillend, kunstloos, lawaaierig, leuke kleur, meer kleur, muf, naar, niet bijzonder, niet onprettig, nonchalant, onaardig, onrepresentatief, onuitnodigend, onverschillig, onvoldoende, praktisch, prettig, rustig, rustige kleuren, schoon, slecht, slechte architectuur, spontaan, stijlloos, te licht, triest, variabel, veilig, verdieping, verwarrend, vreselijk, warm, wel aardig, wel licht		<2%
Totaal respondenten			357
Totaal antwoorden			674

6.5 De drie vestigingen in een vergelijking

De reacties op de vraag om een beschrijving in twee woorden van aankleding en sfeer van de ontvangsthallen zijn, in combinatie met een beschrijving per vestiging zojuist gepresenteerd. Interessant is nu om de uitkomsten eens naast elkaar te leggen om op basis daarvan verschillen in de beleving van de ontvangst zichtbaar te maken.

Aan de gebruikers van de verschillende ontvangsthallen zijn in de enquête deels verschillende blokken met stellingen voorgelegd.

Maar het grootste deel van die stellingen is wel voor elke vestiging voorgelegd. Dit geeft de gelegenheid om een vergelijking te maken.

De basis voor de vergelijking van de drie vestigingen

Voor het goede begrip leggen we onze werkwijze nog even uit.

In de steekproef is per vestiging aan duizend klanten een enquête gestuurd. De respons per vestiging, was vrijwel gelijk. Er waren slechts minieme verschillen. In de responsgroep waren klanten uit zowel het Ladderpand, uit het DOK als uit de Zwarte Doos goed voor een respons van ongeveer 23 procent. Dit komt bij een steekproef van 1000 klanten per vestiging neer op een vertegenwoordiging van een aantal honderden respondenten. Daarmee is er statistisch gezien een voldoende basis voor vergelijking.

Uit de respons bleek dat er een groep klanten is die niet alleen bekend is met het Ladderpand of het DOK, maar ook met de hoofdvestiging van SOZAWE in de Zwarte Doos. Dat komt doordat men als klant vanuit het DOK en het Ladderpand bijvoorbeeld voor de diensten van Weerwerk of die van de Kredietbank in de Zwarte Doos moet zijn. Daarom is er meer respons over de Zwarte Doos dan over de andere vestigingen. Ook kan men, bijvoorbeeld na een verhuizing, ervaringen hebben opgedaan in meerdere vestigingen. Zo zijn er klanten die voor alle vestigingen op de stellingen hebben gereageerd.

In de praktijk komt dit er op neer dat de grote meerderheid van de scores per vestiging zijn verkregen via respondenten uit het eigen verzorgingsgebied en dat deze wordt aangevuld met die van respondenten uit andere gebieden.

Aankleding en sfeer per vestiging benoemd en vergeleken

‘Ieder nadeel heb z’n voordeel.’ zo kunnen we hier onze bekendste ex-voetballer citeren. Het feit dat veel respondenten bij het invullen van deze vraag te goed naar de voorbeelden in de begeleidende tekst hebben gekeken en deze massaal overnamen geeft een aardige basis voor vergelijking.

Niet zozeer het benoemen met een woord specifiek voor een vestiging is dan interessant, want vrijwel alle voorbeelden zijn bij iedere vestiging terug te vinden. Het is hier zaak te kijken naar de hoogte van de percentages waardoor de termen zijn gekozen, alsmede naar de combinaties en de volgorde. Want die verschillen nogal per vestiging. Op deze manier komen er toch een aantal duidelijke karakterverschillen naar voren. Voor de insiders bij SOZAWE zullen deze niet al te verrassend zijn, maar het is in dit onderzoek van belang om te bezien of, en hoe sterk dan wel ook klanten de verschillen ervaren. Op basis daarvan kan in de toekomst per vestiging desgewenst afgewogen worden welke accentverschuivingen men wil nastreven in de ruimtelijke ontvangst. De beschrijvingen zijn per vestiging verzameld en geteld en vervolgens gedeeld op het aantal respondenten dat de vraag heeft beantwoord. Het zo ontstane percentage kan vergeleken worden per vestiging. Dit resulteert in de onderstaande tabel 6.4 en grafiek 6.5.

Wanneer we de tabel en de grafiek bezien dan vallen een aantal zaken vrij snel op:

De items die als voorbeeld werden gebruikt bij de vraagstelling komen veelvuldig terug in de respons. Niettemin verschillen de scores van deze items per vestiging. Ze zijn door klanten dus wel overgenomen maar niet willekeurig per vestiging. En er is voldoende basis om ook hier naar die verschillen te kijken.

Vestigingen vooral overzichtelijk en vriendelijk

Voor alle drie de vestigingen wordt verreweg het vaakst de term 'overzichtelijk' genoemd, gevolgd door 'vriendelijk' als goede tweede. Maar zoals bij veel van de meest genoemde items komt het item 'overzichtelijk' in Lewenborg tot de hoogste score.

Het Ladderpand en in iets mindere mate de Zwarte Doos, die beide hoog scoorden op 'overzichtelijk' worden door een kleine minderheid toch ook weer bedeed met de kwalificatie 'onoverzichtelijk'. Voor het pand van Groningen op de Ladder is dit één van de weinig opvallende scores. Op de meeste items neemt het steeds de middenpositie in.

Voor het Dok wordt de kwalificatie onoverzichtelijk niet gegeven. Dat hoeft ons ook niet te verwonderen. Een wand met eenvoudige loketten in een vrij eenvoudig ingerichte hal; veel overzichtelijker zal het waarschijnlijk niet kunnen.

Figuur 6.4 kwalificaties van ontvangst naar vestiging vergeleken

		DOK	Ladder	Zwarte Doos	ongewogen gemiddeld
1	* overzichtelijk	31%	29%	29%	30%
2	* vriendelijk	25%	21%	12%	19%
3	* aardig	22%	12%	8%	14%
4	Zakelijk	4%	11%	16%	10%
5	* somber	10%	8%	12%	10%
6	* licht*	1%	12%	15%	9%
7	* gezellig	9%	7%	4%	7%
8	* saai*	2%	12%	3%	6%
9	Vervelend	4%	3%	6%	4%
10	* mooi	3%	4%	5%	4%
11	Onoverzichtelijk	0%	8%	3%	4%
12	* lelijk	1%	3%	6%	3%
13	gewoon normaal	6%	1%	2%	3%
14	geen/weinig privacy	5%	2%	1%	3%
15	* vrolijk	4%	2%	2%	3%
16	Kil, koel, koud	0%	1%	6%	2%
17	prima, goed	3%	1%	3%	2%
18	Functioneel	2%	2%	1%	2%
19	Netjes	1%	1%	3%	2%
20	Open	2%	2%	1%	2%
21	Degelijk	2%	1%	1%	1%
22	Druk	0%	3%	1%	1%
23	Gemoedelijk	3%	1%	0%	1%

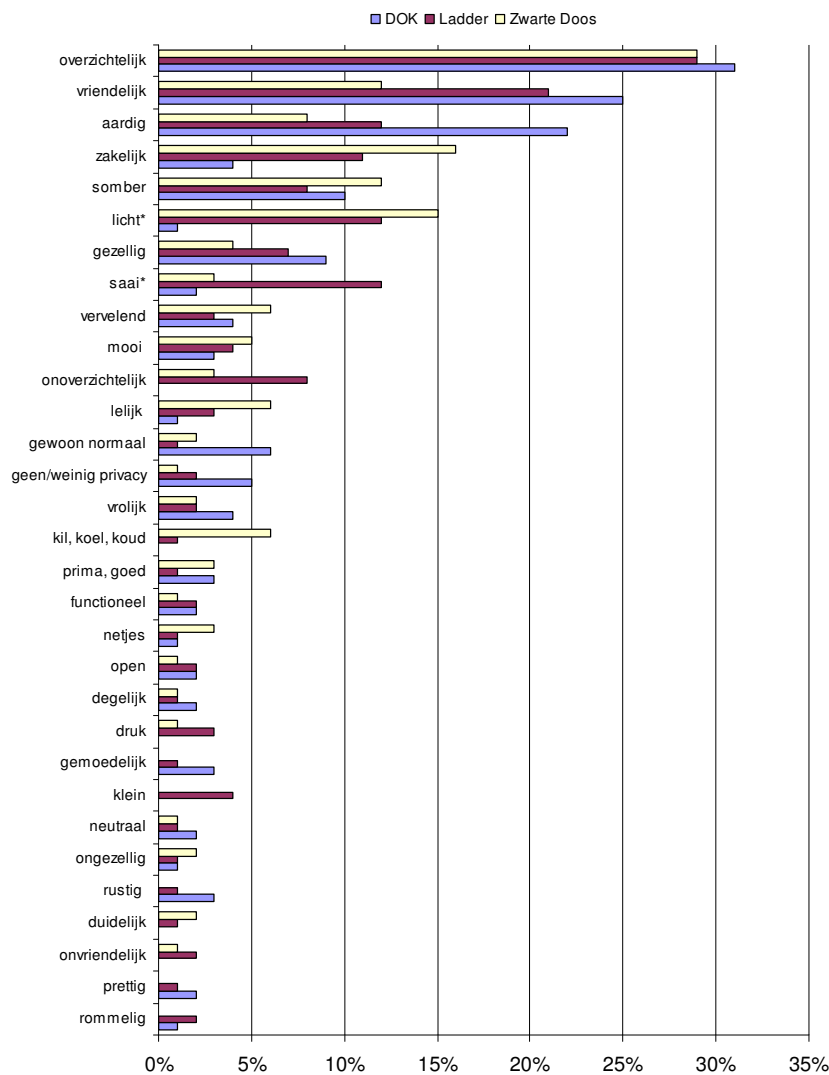
Het DOK scoort vooral hoog op items die raken aan het aardige, het gewone, vriendelijke en gezellige karakter van de vestiging. Laagdrempeligheid is het beeld dat daaruit naar voren komt.

‘Mijn ervaring is ook dat de ambiance gewoon heel gezellig is. Er staan wat tafels en er zitten mensen koffie te drinken. Vin’k wel leuk.’

De ontvangst in het Ladderpand volgt als een redelijk goede tweede op het vaakgenoemde item ‘vriendelijk’. Dit terwijl de Zwarte Doos hier achter blijft en veel vaker de kwalificatie ‘zakelijk’ krijgt toebedeeld.

Voorts moet de Zwarte Doos (oude situatie !!) het vaker dan de rest doen met kwalificaties als: licht, koel, koud en kil. Deze ontvangsthall werd ook vaker als lelijk bestempeld. Naast als licht werd deze hal geregeld toch ook gekwalificeerd als somber.

Figuur 6.5 De aan de vestiging toegeschreven bijvoeglijke naamwoorden in percentages op volgorde van het gemiddelde totale percentage



't Verschil met dit gebeuren (ZD) is de huiselijke sfeer (DOK). T Is hier kil. Als je hier naar binnen loopt dan is het kil. Het geeft je niet een prettig gevoel, of een warm gevoel.'

' Dan staan er een paar van die bomen van kerels, dat doet al niet leuk aan. Als je binnenkomt, vind ik al dat er een heel koud gevoel op je af komt. Want eh... kom je binnen met een zwarte band.'

De beslotenheid naar buiten en de geringe hoeveelheid binnenkomend daglicht in de hal in het Dok, en mogelijk de kleurstelling en inrichting daar, leiden ook voor het Dok tot een kwalificatie als 'somber'.

Samenvattend lijkt er hier sprake van een continuüm waarbij de ontvangst in de hal van het Dok zich wat meer aan één kant van de schaal bevindt, waar meer 'laagdrempelige' items vaak worden genoemd. Een plek die door de klanten (ook al in het klantenpanel) als gemoedelijk en niet al te indrukwekkend wordt ervaren.

De ontvangst in de Zwarte Doos bevindt zich aan de andere kant van de schaal en scoort hoger op items die duiden op een grotere zakelijkheid en een wat grotere en afstandelijker maatvoering.

' Als je kijkt naar hoe je een paar jaar geleden hier binnen kwam, was het nog veel killer. Ze hebben er heel veel aan gedaan om het aan te kleden en te maken dat het allemaal wat vriendelijker is. Maar het is geen huiskamersfeer. Maar dat verwacht ik ook niet van een sociale dienst.'

De scores van het Ladderpand bevinden zich, zoals al eerder werd vastgesteld, hier doorgaans tussenin.

Reacties op stellingen vergeleken per vestiging

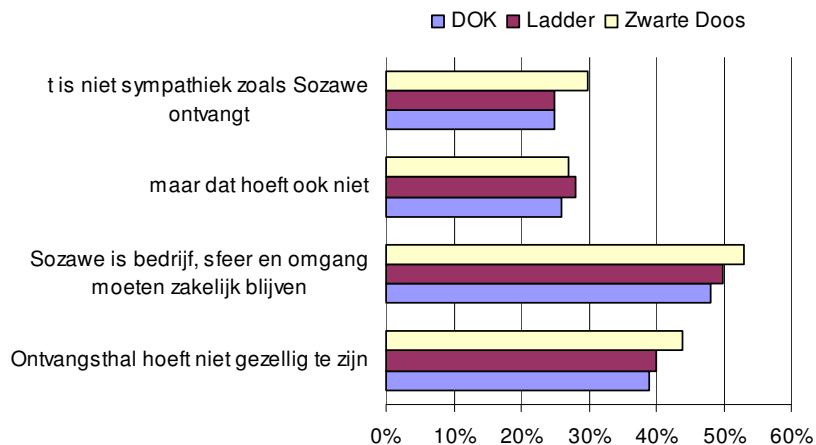
Na de open vraag werd voor iedere vestiging een eerste blok stellingen ter beoordeling voorgelegd. Daarbij waren veel stellingen die voor alledrie de vestigingen overeenkwamen. Deze bespreken we hieronder in een vergelijking.

Allereerst gaan we in op de stellingen die raken aan de meer gevoelsmatige ervaringen bij de ontvangst op de verschillende locaties.. Om te bezien hoe de accentverschillen in de ontvangst worden ervaren staan ons een aantal items ter beschikking.

Een minderheid van de klanten constateert, met enkele leden van het klantenpanel, dat men bij SOZawe niet sympathiek wordt ontvangen.

De klanten van de Zwarte Doos onderschrijven deze stelling slechts in geringe mate vaker dan die van de andere beide vestigingen.

Figuur 6.6 De sfeer en de te wensen sfeer in de ontvangsthal van SOZawe, percentages eens



Bovendien laat men er gezien het volgende item op volgen dat die sympathie ook niet de eerste wens is. Ook ongeveer een kwart van de klanten onderschrijft een dergelijke stelling.

Maar anderzijds is er een meerderheid van de klanten die het met deze stellingen niet eens is. Men vindt de ontvangst kennelijk niet persé onsympathiek en men vindt dat wel degelijk een belangrijk item, want een meerderheid van 61 procent geeft aan wel aan een sympathieke ontvangst te hechten.

Vervolgens is gevraagd welke sfeer de klanten zouden willen aantreffen bij SOZAWE. De reacties hierop zijn te vinden in bovenstaande figuur. Er dient zich een tweedeling aan. In het voorbereidende gesprek bleek al dat een deel van de klanten vooral het belang benadrukt van een zakelijke benadering. De hal en de sfeer daarin hoeven niet gezellig te zijn, dat wil zeggen, men zal er niet tegen zijn, maar gezelligheid is voor deze categorie geen waarde met prioriteit.

Een andere grotere categorie klanten onderschrijft stellingen in die richting niet en benadrukt juist te hechten aan een wat laagdrempeliger, gemoedelijker en persoonlijker getinte benadering. De ontvangst mag voor hen juist best wat gezellig zijn. Een benadering waarin de klanten zich vooral als persoon gezien en op hun gemak willen kunnen voelen, in een sociale dienst die minder als grootschalig, onpersoonlijk en bedreigend overkomt, maar als een plek in de eigen buurt waar men je kent en waar je heel gemakkelijk en vanzelfsprekend even binnenloopt. Deze beide 'insteken' laten zich herkennen in het juist geschetste continuüm tussen DOK en Zwarte Doos. Waarbij de sfeer in de Zwarte

Doos meer aansluit bij het eerste type klant en de ontvangst en sfeer in het DOK meer bij het tweede type klant.

Maar alle drie de vestigingen ontvangen klanten van beide typen klanten. En hun verschillen in oriëntatie zullen wellicht gevolgen hebben voor de mate van tevredenheid over bepaalde typische aspecten van de drie vestigingen.

Gevoelens over de ontvangst per vestiging

Nadat eerst de benadering die men zou wensen per vestiging in stellingvorm ter sprake is gekomen, komt nu een aantal stellingen aan de orde aan de hand waarvan daadwerkelijk ervaren gevoelens kunnen worden besproken.

De resultaten verschillen slechts licht per vestiging en lijken, waar ze verschillen, de bestaande situatie in de vestigingen te bevestigen: De klanten van de Zwarte Doos vinden het minst vaak dat het gezellig is in hun ontvangsthal. Ze zijn het iets vaker eens met de stelling dat een hal niet gezellig hoeft te zijn en zij vinden ook iets vaker dat de sfeer zakelijk moet blijven.

Hoe ziet de groep van hen die hechten aan de gemoedelijke en gezellige ontvangst er uit? Iets vaker zijn het de klanten die niet actief naar werk zoeken en ook zijn deze klanten iets minder vaak jongeren.

In tweederde meerderheid herkennen de klanten van het DOK de ontvangst bij SOZawe als die in een bedrijvig buurthuis waardoor/in men best prettig binnenkomt.

De vestiging in het wijkcentrum wordt voorts ook in de open vraag nauwelijks bekritiseerd. Wel heeft men hier iets vaker dan elders bedenkingen bij de aan de balie geboden privacy.

Te zien is dat de eerste drie, of eigenlijk vier, items uit de figuur aansluiten bij de bevindingen bij de open beoordeling van sfeer en aankleding die hiervoor al is besproken. Het DOK komt er uit als de vestiging waar men het meest instemt met items over gezelligheid, over een prettig en warm gevoel dat men er ervaart en over de neiging om wat langer te blijven hangen dan strikt noodzakelijk is.

Wat dit laatste item betreft scoort het Ladderpand het hoogst, terwijl het op de andere drie items ook hier de middenpositie inneemt.

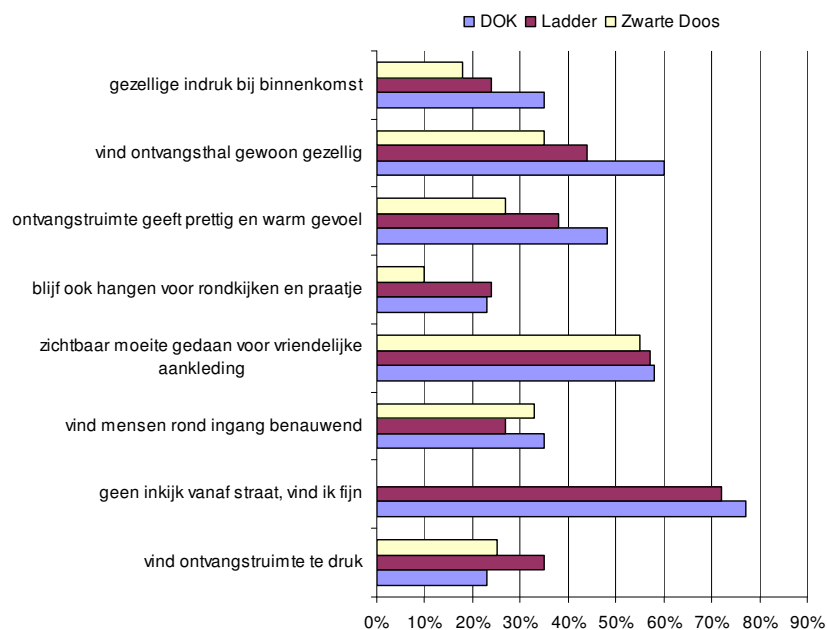
Investerings in de ontvangsthal

De bevindingen rond de waardering voor een prettige sfeer, de gezelligheid van de vestigingen is niet rechtstreeks te verbinden aan de door klanten waargenomen moeite die men per vestiging doet om iets met de inrichting te bewerkstelligen. Op de stelling dat vanuit SOZAWE zichtbaar moeite is gedaan om de hal vriendelijk aan te kleden wordt per vestiging nauwelijks verschillend gereageerd.

Als een soort check, om te bepalen of men één van dergelijke inspanningen überhaupt registreert en waardeert, is de stelling voorgelegd dat men de raamversiering in de hal van de Zwarte Doos heeft opgemerkt en dat men er waardering voor heeft.

Welnu iets meer dan de helft van de betrokken klanten reageert positief op deze tweeledige stelling. Voor een iets kleinere groep was dit niet het geval. Of men heeft de versiering niet opgemerkt, of men heeft er geen waardering voor, of beide is het geval.

Figuur 6.7 Stellingen per vestiging over gevoelservaringen bij de ontvangst, percentage eens



Drukke

De opeenhoping van mensen bij de fietsenstalling en de ingang wordt bij alle vestigingen wel enigszins als benauwend ervaren, maar bij de Zwarte Doos en het DOK is dat toch sterker dan bij het Ladderpand.

'En de uitgang, benauwend soms hoor. Als ik dan allemaal van die jongens zie staan. En ook die hebben hun fietsen en hun brommertjes hier voor de deur staan, omdat daar nou eenmaal de fietsenstalling is. Ik vind dat soms, nou, dan denk ik wel es, ik weet niet hoor, ik vind dat soms wat eh wat benauwend. Kijk ik ben, ik kijk mensen gewoon rechtstreeks aan, maar dan denk ik, hoe moeten daar anderen .. vrouwen bijvoorbeeld die moeten, die problemen hebben bijvoorbeeld die in elkaar geslagen zijn, weet ik veel wat ze voor toestanden meegemaakt hebben, of uit huis moeten vluchten. Maar die moeten wel door zo'n, door zo'n he....? Door zo' zootje opgeschoten jongens of meisjes, of mensen, laat ik maar gewoon mensen zegen, hè ..doorheen.'

'Ja, dan moet je je voorstellen. Dan kom je hier binnenlopen en dan staat er zo'n jongen met twee van die grote pit-bulls voor. Dan loop ik ook niet echt ..Ik heb niks tegen honden, maar dan loop ik toch niet echt gemakkelijk naar binnen toe moet ik zeggen.'

Volgens sommigen is dit probleem voor de Zwarte Doos terug te voeren op de vorm en de positie van de ingang. Niettemin bleek bij navraag 80 procent het eens met de stelling dat de ingang van de hal goed geplaatst en ruim genoeg is.

Te grote drukte in de ontvangsthal zelf werd met een derde van de respondenten het vaakst aangegeven door de bezoekers van Het Ladderpand, gevolgd door de Zwarte Doos met een kwart. In het DOK speelt dit voor een kleinere groep.

De klant in het zicht, bekeken voelen vanaf de straat

Uit de antwoorden op de algemene vragen over het hebben van een uitkering kwam al naar voren dat er klanten zijn die moeite hebben om bij de sociale dienst binnen te gaan.

Veel klanten voelen zich daarbij niet op hun gemak; ze voelen zich klein en naamloos worden. De zichtbaarheid van je gang naar de sociale dienst (of het gevoel te worden gezien) is een daar bij komend belastend fenomeen.

'Goed, maar ik vind dus dat als jij hier binnen komt. Ten eerste vind ik wel dat als ik hier aan kom - ik schaam mij niet voor dat ik een uitkering heb - maar het is wel helemaal duidelijk dat je hier voor de sociale dienst komt. Mensen staan hier voor, heb je altijd die file dus, mensen staan daar heel lang een beetje te kijken. Van buiten kunnen ze door al die ramen ook naar binnen kijken en al die wachtstoelen die staan dus allemaal voor die ramen. Je zit dus min of meer in de etalage. En nou heb ik persoonlijk heb ik daar niet zo heel erg probleem mee, maar ik kan mij voorstellen dat het toch, of eigenlijk vind ik het niet zo heel erg veel privacy geven want het is toch geen pretje om bij desociale dienst. te moeten aankloppen om wat voor reden dan ook. Of je nou helemaal werkloos bent, of je redt het niet, of je hebt problemen met de familie, of met je man....'

De afwezigheid van inkijk van de straat is in stellingvorm ter beoordeling voorgelegd aan de klanten uit het gebied van Groningen op de Ladder en aan die van het DOK. Zij geven, zoals verwacht mocht worden, in grote meerderheid aan dat dit voor hen een positief punt is. Voor de gebruikers van de Zwarte Doos was de zichtbaarheid vanaf de straat zo evident dat dit item niet op deze wijze werd voorgelegd. Aan deze bezoekers is een item voorgelegd dat rechtstreeks is ontleend aan het groepsinterview en dat de omgekeerde ervaring van de situatie juist iets benadrukt: 'In de ontvangstruimte van SOZawe aan de Eendrachtskade zit je in een etalage.' Iets meer dan de helft van de respondenten, die deze vraag beantwoordden, onderschrijft dit beeld. De hiervoor al gememoreerde verbouwing van de ontvangsthal van de Zwarte Doos en met name de nieuwe inrichting en invulling van de hal doen in elk geval de zichtbaarheid van de straat behoorlijk afnemen. Met goede hoop mag worden afgewacht dat er, als deze stelling opnieuw wordt voorgelegd, behoorlijk anders zal worden gereageerd.

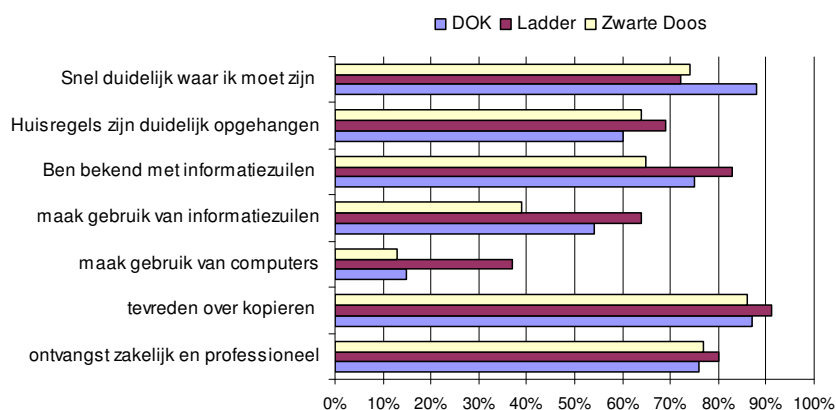
Er waren naast de meer gevoelsgerichte stellingen ook stellingen over het praktisch functioneren van aspecten van de ontvangsthal en het slagen van initiatieven om dit functioneren te beïnvloeden.

Het is snel duidelijk waar je moet zijn

In 'de vrije ronde' vooraf werden de vestigingen al heel opvallend het vaakst gekwalificeerd als 'overzichtelijk'. De stelling die aangeeft dat het voor klanten in de ontvangsthal snel duidelijk is waar men moet zijn wordt in lijn hiermee beantwoord.

Over alledrie de vestigingen is dit minstens voor ruim 80 procent van de klanten het geval. (alleen geteld over klanten voor wie deze vraag van toepassing is)

Figuur 6.8 Enkele stellingen over praktische ervaringen per vestiging, percentage eens



Het hoeft ons opnieuw niet te verbazen dat dit in het DOK de minste problemen geeft: Er is aan één zijde van de hal duidelijk een eenvoudig loket waar men wordt ontvangen en hoogstens wordt verwezen naar een tweede loket of naar een spreekkamer.

Voor het Ladderpand is de score iets lager. Gecombineerd met de iets hogere score op 'druk' en 'onoverzichtelijk' die hiervoor al werd vastgesteld is dit mogelijk een punt dat nog enige aandacht kan krijgen. Dat dit item ook in de Zwarte Doos nogal positief wordt beantwoord mag reden tot tevredenheid vormen omdat deze hal duidelijk veel groter is en door de verdeling over twee bouwlagen en door het aantal en de diversiteit van de balies iets complexer is ingedeeld.

Zicht op de huisregels

Een ruime meerderheid van de bezoekers geeft aan dat de huisregels voor iedereen duidelijk zijn opgehangen.

Dat niet iedereen deze stelling onderschrijft kan te maken hebben met een minder frequent bezoek en hoeft nog niet te betekenen dat men de huisregels niet kent. Als ze niet direct opvallen kan het ook nog zijn dat men de huisregels later ziet, bijvoorbeeld doordat men er op gewezen wordt. En men kan er ook op andere wijze, bijvoorbeeld door middel van een folder of bijsluiter, van op de hoogte komen.

Dat het DOK hier lager scoort heeft wellicht te maken met het gegeven dat het DOK een multifunctionele hal kent, waar de regels niet alleen door de functies van SOZAWE worden bepaald.

Mocht blijken dat klanten in de praktijk toch onvoldoende op de hoogte zijn van de huisregels dan kan de aandacht op dit punt nog worden versterkt. Maar gezien de scores op dit item en het feit dat er door klanten ook wordt gehecht aan aspecten van de ontvangst als gemoedelijkheid en vriendelijkheid is voorzichtigheid hier geboden. Al te nadrukkelijke aanwezigheid van bewaking, gepaard aan een grote nadruk op huisregels heeft ook zijn negatieve zijde. Het suggereert al gauw dat er in de hal kennelijk veel aan de hand is dat niet door de beugel kan. En dat kan voor klanten de sfeer ook een wat dreigend en grimmig karakter geven.

Informatiezuilen

In de hallen wordt door middel van zuilen informatie aangeboden in de vorm van folders of kaarten met vacatures.

De bekendheid met deze zuilen is alom vrij groot en varieert van tweederde van de klanten in de Zwarte Doos tot ruim viervijfde in het Ladderpand.

In de hallen van Ladder en DOK zijn deze informatiezuilen iets minder snel 'te missen' dan in de grotere en complexere hal van de Zwarte Doos. Daar kun je er letterlijk al wat gauwer 'om heen'. Interessant is de vraag of dit in de nieuwe opzet van de hal na de verbouwing ook zal leiden tot verandering in de bekendheid.

Bekendheid met de infozuilen is een begin, maar waar het hier echt om gaat is uiteraard het antwoord op de vraag of de informatie op de zuilen ook wordt gebruikt. En daar is een duidelijk verschil te zien tussen de Zwarte Doos en met name Groningen op de Ladder.

Voor de Zwarte Doos is dit bijna veertig procent en voor Groningen op de Ladder belooft het ruim zestig procent. Het zou interessant zijn om nu te achterhalen of dit komt door de fysieke opstelling van de informatiezuilen of doordat men bij Groningen op de Ladder wat sterker gemotiveerd wordt om gebruik te maken van het informatieaanbod. Voorstelbaar is dat de houding van het personeel en de aanwezigheid van het CWI, met zijn vacatures, in dezelfde ruimte hier hun invloed kunnen doen gelden. Helaas is op deze vraag op basis van dit onderzoeksmateriaal geen antwoord te geven. Wat wel vermeld kan worden is dat het verschil tussen bekendheid en daadwerkelijk gebruik over de drie vestigingen niet al te zeer verschilt.

Toch is het verschil in de Zwarte Doos het grootst en in het Ladderpand het kleinst. Wat zou er gebeuren als de bekendheid met de informatiezuilen in de Zwarte Doos naar het niveau van dat van Groningen op de Ladder zou kunnen worden getild?

Computers in de hal

Het gebruik van de in de ontvangsthal ter informatie opgestelde computers verschilt per vestiging nog opvallender dan dat van de informatiezuilen.

Ook hier is het weer het Ladderpand dat er in positieve zin uit springt. Dat het percentage gebruikers hier met ruim vijfendertig procent meer dan dubbel zo hoog is als in de andere twee hallen, die beide onder de vijftien procent scoren, roept interessante vragen op.

Vragen die hier helaas niet kunnen worden beantwoord, maar die wel om aandacht vragen. Is er verschil in aanbod en positionering van de computers? Verschilt de aanpak en de stimulerende houding van het personeel? Het verschil kan niet verklaard worden uit een verschil in populatie, in de zin van een jongere en hoger geschoolde klantengroep en dus een mogelijk meer computergeoriënteerde klantengroep, bij de Ladder.

Even een kopietje maken

De mogelijkheid om te kopiëren in de ontvangsthal blijkt algemeen een heel eenvoudige maar kennelijk ook heel praktische voorziening voor de klanten. Deze stemt hen dan ook overwegend, en in een overgrote meerderheid van rond de negentig procent, tevreden. Met ook hier weer de klanten van de Ladder met de hoogste score.

Een zakelijke en professionele ontvangst.

Afsluitend in de grafiek vinden we de stelling: 'Ik vind de ontvangst bij SOZawe bij vestiging (L,D of Z) zakelijk en professioneel.'

Deze stelling mag worden gezien als één van de belangrijkste, zonet het belangrijkste item in de lijst. Enerzijds omdat deze stelling aspecten van de dienstverlening, die in de faciliterende sfeer liggen, verbindt aan meer gevoelsmatige aspecten. Anderzijds en vooral omdat dit de termen zijn die uitdrukken wat men zich vanuit de organisatie als belangrijk ten doel heeft gesteld. Het item is ook opgenomen in de zogenaamde imago-schaal SOZawe. (zie verderop)

Welnu, driekwart tot viervijfde van de klanten geeft aan dat men het eens is met deze stelling. Ook hier scoort Groningen op de Ladder weer iets beter dan de andere twee vestigingen.

Het is opvallend dat met name waar het gaat om de stellingen over de facilitering en de praktische gang van zaken tijdens de ontvangst de Ladder steeds iets hoger scoort. Bijkomend sterk punt van het Ladderpand is de vestiging op één adres van een aantal nauw verwante instanties. Ruim tweederde van de respondenten uit het Laddergebied ondersteunt de stelling dat men hier blij mee is.

Als het gaat om aspecten als laagdrempeligheid en het ontspannen gevoel voor de klant doet het DOK het weer vaak het best.

Het kan daarmee kennelijk duidelijk van belang zijn dat er tussen de vestigingen vergelijkend wordt gekeken naar hoe men het doet.

Leentjebuur spelen is hier niet kwalijk en afkijken niet ver-, maar soms juist geboden.

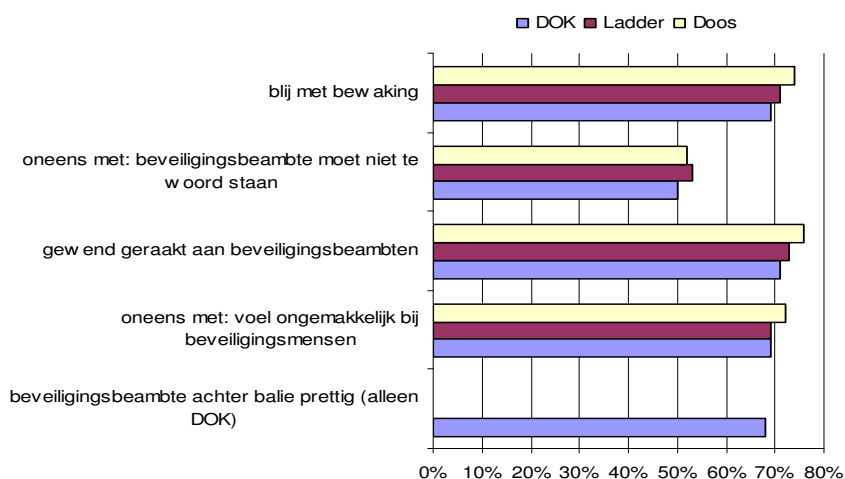
7. Ontvangst, bediening en bejegening aan balies en in spreekkamers

7.1 De rol van de beveiligingsbeambten

In de panelgesprekken was ook aandacht voor de rol van de beveiligingsbeambten die men bij SOZawe in de ontvangsthallen kan aantreffen.

De meningen bleken verdeeld. Enerzijds waren er enkele panelleden die moeite hadden met de klantencontacten en de inhoudelijke rol die deze beambten soms blijken te hebben. Ook waren er die aangaven dat alleen al de aanwezigheid en de presentatie van de beambten de sfeer negatief beïnvloeden. Het draagt bij aan een wat dreigende en grimmige sfeer. Maar daarnaast was, soms op basis van persoonlijke negatieve ervaringen in de ontvangthal, ook te horen dat het respondenten wel een veiliger gevoel geeft als er beveiligingsbeambten zichtbaar aanwezig zijn, om de zaken rustig en ordelijk te doen verlopen.

Figuur 7.1 reactie op stellingen over beveiligingsbeambten per vestiging



Uit de onderzoeksresultaten komt, zoals te zien is in de figuur, naar voren dat een ruime meerderheid van de respondenten positief staat ten opzichte van het fenomeen van de zichtbaar aanwezige beveiligingsbeambte.

Men is blij dat de beampten er zijn en een meerderheid van 70 procent herkent zich niet in het ongemakkelijke gevoel dat gemiddeld één op de vijf klanten er wel bij zegt te krijgen.

'Ik ben heel blij dat er bewaking staat. Ik heb daarvoor een paar keer meegemaakt dat er iemand helemaal over de schreef ging en dat ik me doodsbang voelde en dat.. Ik ben blij dat ik daar nu niet meer mee geconfronteerd word en dat zij dat aanpakken. En dat ik ook op hun kan vertrouwen dat ze het doen. Ik vind wel dat je gelijk hebt dat daar een soort flessenhals is en dat alles op dat punt samenkomt, maar op zich ben ik ongelooflijk blij dat er gewoon iemand staat, die mensen die agressief zijn, of dat er dingen gebeuren eh, nou die ik gewoon niet mee wil maken. Dat ik die ook niet mee hoef te maken.'

Het overgrote deel van de klanten meldt inmiddels gewend geraakt te zijn aan de aanwezigheid van de beveiligingsbeampten.

'Daar ben ik zo aan gewend geraakt in de tussentijd. Zo aan gewend dat die rondlopen in de stad. Da's geen probleem. En het zijn ook aardige mensen in het algemeen. Dus de gene die daar zit, die is helemaal kaal volgens mij, kaalgeschoren. Is een heel aardige vent.'

Een verdergaande stap is die waarbij de beveiligingsbeampten klanten gaan ontvangen en te woord staan en, soms bedoeld, soms onbedoeld, ook inhoudelijk betrokken raken in het klantencontact. Hierop is meer kritiek.

'Zo'n beveiligingsbeambte heeft eigenlijk mij niet te vragen waar ik voor kom en waar ik naar toe moet. T Is wel aardig en t is wel heel vriendelijk, maar ik heb niet de indruk dat die man daar toe bevoegd is. Hij is niet, hij is als beveiligingsbeambte heeft hij een opleiding gehad en heeft hij al zijn vaardigheden. Maar het is niet iemand die iemand kan opvangen die in de problemen zit. En dat riskeer je natuurlijk wel.'

Veertig procent vindt dat een beveiligingsbeambte geen klanten moet ontvangen en te woord staan. Maar niettemin geeft ook hier nog een meerderheid, zij het een krappe van 52 procent, expliciet aan dat men het met een stelling van deze strekking niet eens is.

Terughoudendheid van beveiligingsbeampten bij de ontvangst van klanten lijkt niettemin aanbevelenswaardig.

Opvallend is bij dit al dat er over de situatie in het DOK, waar een beveiligingsambtenaar vanachter het loket in eerste instantie de klanten ontvangt en doorverwijst, geen specifieke of extra klachten te registreren waren. Niet door een hoger percentage dat zich uitspreekt tegen klantencontacten van beveiligingsbeambten, noch door opvallend veel opmerkingen hierover bij de open vraag om verbeteringssuggesties. Samengevat: er is enige kritiek te horen, maar in meerderheid accepteert men node de duidelijke aanwezigheid van een beveiligingsbeambte, of men is er zelfs blij mee.

7.2 De openingstijden en het maken van afspraken

Sinds een aantal jaren geldt uit overwegingen van efficiëntie bij SOZawe de regeling dat men 's morgens zonder afspraak in de hal kan langskomen voor informatie of om een aanvraag te doen, maar 's middags tot half vijf alleen op afspraak.

Openingstijden beoordeeld

Deze regeling is ter beoordeling voorgelegd aan de respondenten en een meerderheid van 57 procent onderschreef dat dit een goede regeling is. Een aanzienlijke minderheid van 36 procent is het hier echter niet mee eens. Er is hier geen verschil te zien tussen de verschillende vestigingen.

Afspraken zijn niet heilig

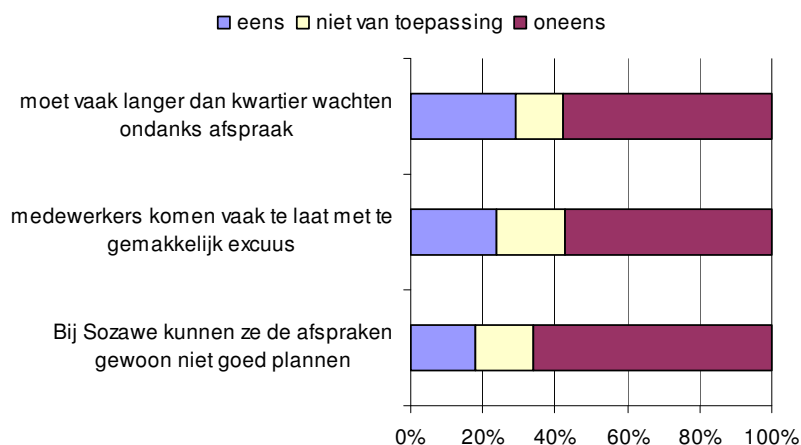
Het maken van een afspraak is nog niet altijd een garantie voor een sluitende bediening van de klant zo blijkt uit de resultaten.

Weliswaar geeft een meerderheid aan, hier geen problemen te kennen, toch doen er zich voor een aanzienlijk deel van de respondenten problemen voor op dit gebied.

In de figuur is te zien dat 29 procent van de respondenten aangeeft vaak, ondanks een gemaakte afspraak, langer te moeten wachten dan een kwartier. 24 Procent merkt op dat medewerkers van de dienst in dat geval vaak met een te gemakkelijk excuus komen.

Bijna één op de vijf klanten schaarft zich achter de uitspraak dat SOZawe het organisatorisch gewoon niet voor elkaar krijgt om haar afspraken goed te plannen, omdat men dat niet kan. Voor een organisatie die zakelijk zegt te willen zijn en dit ook van zijn klanten eist en dat meermalen ook middels sancties dreigt af te dwingen, zijn deze scores hoog en voor verlaging vatbaar.

Figuur 7.2 reacties op stellingen ovt afspraken en planning.



Bij nadere beschouwing blijken er wat deze problematiek betreft slechts verwaarloosbaar kleine verschillen te zien te zijn tussen de verschillende vestigingen. De lager opgeleiden onderschrijven deze stellingen iets vaker dan de hoger opgeleiden. Actief-werkzoekenden verschillen wat dit betreft niet van hen die niet actief op zoek zijn naar werk. Van de vijf onderscheiden leeftijdsklassen zijn de jongsten en de oudsten het vaker eens met deze stellingen.

7.3 De ontvangst aan de balies en de bejegening door het personeel.

Hiervoor is al ingegaan op de verwachting van de klanten ten opzichte van de ontvangst. We zagen ruwweg twee richtingen met een meerderheid voor de richting die vooral een laagdrempelige sympathieke ontvangst voorstaat naast een kleinere groep die meer het belang van het zakelijke en technisch correcte karakter van het contact benadrukt.

We zullen nu bezien in hoeverre de ontvangst aan de balies en de bejegening daarbij, hierop aansluiten.

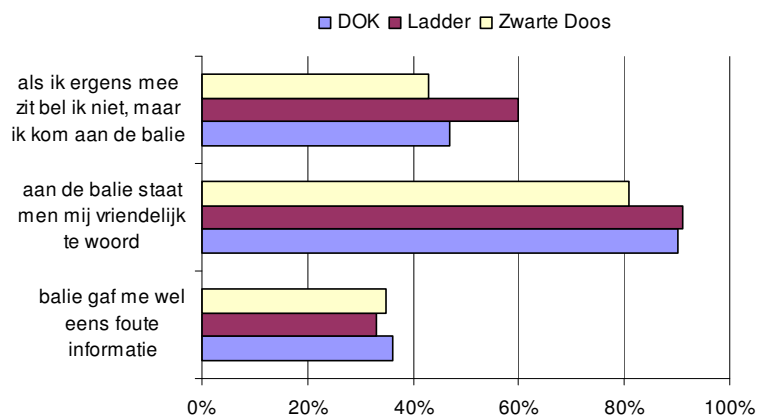
Balies zijn belangrijk eerste aanspreekpunt

De balies blijken in het contact met de dienst voor veel klanten een belangrijke functie te vervullen. Met minimaal ruim veertig procent voor elke vestiging, meldt een brede categorie klanten zich, als men vragen heeft of iets niet snapt, in eerste instantie aan de balie.

In plaats van bijvoorbeeld contact op te nemen met de, verderop in dit rapport nog te bespreken, informatietelefoon.

In het verzorgingsgebied van Groningen op de Ladder, waar destijds één van de leidmotieven voor de contacten met de klanten was: laagdrempelig te zijn en duidelijk bereikbaar in de eigen buurt, geeft zelfs zestig procent van de klanten aan deze werkwijze te volgen.

Figuur 7.3 Ervaringen met de balie, percentage eens



Daarmee is voor de praktijk, zoals die nu bestaat, het belang van een goed bereikbare en vlot en zorgvuldig functionerende balie aangetoond. Al is ook de gekozen beleidsrichting van de dienst SOZawe om zoveel mogelijk zaken die nu via de balie verlopen via de informatietelefoon of via andere informatiekanaalen af te handelen, of in elk geval voor te bereiden.

Wie komen er vaak aan de balie?

Bij nadere beschouwing is in het onderzoeksmateriaal informatie te vinden over de samenstelling van deze categorie klanten.

Te verwachten zou zijn dat dit vooral een categorie betreft die wat meer moeite heeft met het begrip van de werking van de regelingen en de wijze waarop de administratieve procedures worden afgewerkt.

Een categorie die behoefte heeft aan uitleg en begeleiding en die makkelijker direct verbaal communiceert dan via correspondentie en volgens ambtelijke communicatieprocedures.

Dit lijkt uit het onderzoeksmateriaal te worden bevestigd. Het gaat duidelijk vaker om de lager opgeleide klanten. Het blijkt tevens iets vaker te gaan om klanten die langer in de bijstand zitten.

Er is ook een verband met leeftijd, zeer waarschijnlijk interveniërend met variabelen als opleiding en uitkeringsduur. Jongeren zijn immers doorgaans gemiddeld hoger opgeleid en hebben gemiddeld een korter uitkeringsverleden. Daarentegen blijkt er wat betreft dit item geen verschil te zien te zijn tussen actief werkzoekenden en niet-actief werkzoekenden.

Ook blijken klanten met een allochtone achtergrond de stelling vaker te onderschrijven. Hierbij moet nog worden bedacht dat we hier wellicht met een toplaag onder de allochtonen te maken hebben: Zij die ondanks mogelijke taalachterstanden in staat zijn een vragenlijst begrijpend te lezen en in te vullen. (Allochtonen zijn in de responsgroep enigszins ondervertegenwoordigd ten opzichte van de steekproef die aangeschreven is. Verwacht kan worden dat vooral zij eerder afhaken die problemen met de taal en met name met geschreven taal hebben.)

Bejegening aan de balie

Over de vriendelijkheid waarmee men aan de balie te woord wordt gestaan, is men in meerderheid (zeer) tevreden. De beide kleinere vestigingen doen het hier echter nog iets beter dan de hoofdvestiging. Een beeld dat aansluit bij het al ontstane beeld van een wat laagdrempeliger en gemoedelijker sfeer bij de kleine vestigingen en een wat grootschaliger en 'strengere' hoofdvestiging..

Een klant uit het panel verwoordde zijn ervaringen als volgt:

"Het is bij SOZawe zakelijk, maar de mensen die je ontvangen gedragen zich gewoon al mens. "

Deze stelling is in de lijst opgenomen en tracht onder woorden te brengen dat men bij SOZawe enerzijds professioneel werkt en zich ook zo opstelt, maar dat dat niet wegneemt dat men zich in het contact met de klant toch ook menselijk, vriendelijk en enigszins begripvol gedraagt. In totaal 77 procent van de klanten onderschrijft deze stelling, 20 procent onderschrijft de stelling echter niet en 4 procent geeft geen oordeel. De overgrote meerderheid is op het punt van vriendelijkheid en menselijkheid dus duidelijk tevreden. Toch is er bij een kennelijke minderheid hier en daar onvrede en er zijn in de praktijk incidenten.

'Mensen van een jaar of dertig veertig die toch een hele goede opleiding hebben, nou die zijn hartstikke mondig, die accepteren niet meer dat iemand hun maar even overruled of kleineert.

Dus je krijgt gewoon toch dat je dat anders of eh ander gedrag krijgt. Kijk het is ook niet voor niks dat er nu van zulke stevige jongens bij de deur staan.'

Met name op basis van de uitkomsten van de open vraag naar suggesties tot verbetering, die aan het eind van de vragenlijst is gesteld en die verderop in dit rapport nog nader wordt behandeld, kunnen we enige informatie krijgen van de aard van deze toch aan te treffen ontevredenheid over de bejegening.

Niet alleen de vorm maar ook de inhoud telt

Over de benadering van de klant en de vriendelijkheid aan de balie zijn de klanten dus overwegend positief. Een ander belangrijk aspect van de bediening van de klant aan de balie is de inhoudelijke juistheid van de informatie die men als klant krijgt.

In het klantenpanel waren geluiden te horen dat dit af en toe wel eens te wensen over zou laten. Daarop is een uitspraak in die richting als stelling in de lijst opgenomen, die luidt: "Het is me wel eens gebeurd dat wat ze me aan de balie vertelden, niet klopte."

Een derde van de respondenten onderschrijft deze stelling.

'Ze zijn heel erg bereidwillig, maar ze weten niet wat ze moeten doen hoe... Bijvoorbeeld je vraagt iets en er weet iemand geen antwoord. Nou dan ehm, ja dan zegt ie: Wacht maar even., of zo, dan moet je gewoon heel lang wachten, of je moet gewoon een formulier invullen. Nou ja, dan krijg je wel weer bericht. En ja, zo werkt de sociale dienst.'

'Ik had laatst bijvoorbeeld, toen kreeg ik een formulier en die man gaf mij informatie van iets over iets wat ik wou weten. En toen had ik een gesprek met mijn ambtenaar en toen had ie mij gewoon hele verkeerde dingen verteld. Terwijl ik dacht: Oh, da's makkelijk dan gaat het door, maar dat bleek dus helemaal niet waar te zijn. Dan denk ik: 'Nou, dan had ie beter niks kunnen zeggen'.

Nu biedt geen enkel kanaal een garantie voor juistheid van informatie, toch zijn aandacht voor de inhoud van de informatie en acties om de baliedewerkers steeds goed op de hoogte te krijgen en te houden van regelingen en ontwikkelingen daarin, van belang om deze score zo laag mogelijk te houden.

Een goed en vlot contact met de klant is erg belangrijk, maar een juiste informatie plus een zo mogelijk volledig correcte inhoudelijke begeleiding van de klant in het contact en in de procedures rond regelingen, zijn eveneens van basaal belang voor de verhouding tussen klant en dienst. En laten we wel wezen, zonder gedegen inhoud en resultaten zal ook een nog zo fijne bejegening zijn respect bij de klanten verliezen.

Jongeren, allochtonen en hoger opgeleiden melden deze onjuistheden in voorlichting aan de balie iets vaker dan 'de gemiddelde klant'. De vestiging, of het al of niet actief-werkzoekend zijn, doen er in dezen niet toe.

7.4 De gang van zaken aan balies en in spreekkamers.

Er is aanvullend nog een aantal stellingen in de lijst opgenomen over de gang van zaken aan de balie en in de spreekkamers.

De vragen zijn vooral toegespitst op de privacybeleving en het gevoel van vrijheid die klanten hebben bij hun bezoek aan de dienst.

'Als ik eerlijk moet zijn, dan had ik dat daar een andere indeling gegeven. Ik bedoel die balie dus waar die man die receptionist die daar zit. Oké, maar dan die balies die er naast zitten waar dan anderhalve meter er achter die stoelen gelijk zitten.. Die hele streep heeft ook geen zin. Als je de andere kant op waar eh, die hoek, daar kun je meer een sfeer creëren die je ook in het DOK hebt. Daar kun je tafels neerzetten, met vacatures, weet ik wat, allemaal krantjes, waar je wat kunt lezen zoals je dat in t DOK hebt en je zit wat verder weg gewoon. Met die tafels helemaal achter tegen die muur aan. Dan zit er een meter of vijf, zes tussen en dan heb je toch wel iets meer privacy, Ik vind hier vooraan inderdaad als je bij de balie komt. Dat je dan naast elkaar gaat staan en dan anderhalve meter erachter zit dan eh... Ja, ik weet het niet, de jury?'

Het eerste item dat we hier bespreken betreft de privacyvoorwaarden die de inrichting van de hal de klanten biedt.

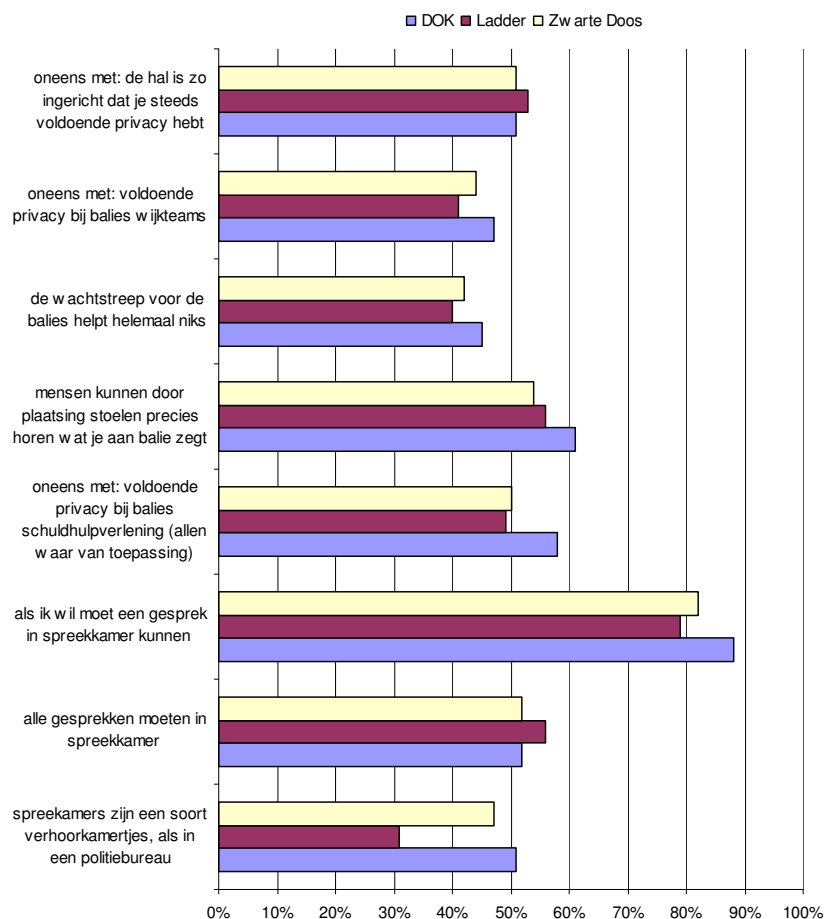
De helft van de klanten is het niet eens met een stelling die de inrichting van de hal op dit terrein goedkeurt.

Enkele volgende items geven de mogelijkheid hier wat dieper op in te gaan.

Het gevoel van privacy

Zo vindt ruim veertig procent van de klanten de privacy aan de balies van de wijkunits onvoldoende. Voor Wijkcentrum het DOK is dit percentage nog licht hoger dan voor de andere twee vestigingen. Veel klanten onderschrijven een stelling die de plaatsing van de stoelen in de hal in verband brengt met een gebrek aan privacygevoelens. Ook hier scoort de vestiging in Lewenborg iets hoger. Dat is wellicht de keerzijde van de zo gezellig geplaatste lees/stamtafel.

Figuur 7.4 Ontvangst aan balie en in spreekkamers, percentage eens



Ook is er een dergelijke stelling over de privacy aan de balie van de schuldhulpverlening. Voor een groot deel van de klanten was deze stelling gelukkig niet van toepassing maar van de categorie die de vraag wel beantwoordde vindt de helft ook hier het gevoel van privacy onvoldoende.

In de dagelijkse praktijk gaan de zaken er gewoon om verder. Men redt zich. Maar wanneer klanten een stelling wordt voorgehouden waarin hen wordt voorgesteld dat zij hun soms, in elk geval voor hen, gevoelige zaken desgewenst in een spreekkamer moeten kunnen behandelen, is een grote meerderheid van rond de tachtig procent het met deze stelling eens.

'Ik heb daar ook wel eens gestaan om een cheque op te halen. En ik voel mij dan behoorlijk lullig als er dan nog vier of vijf van die mensen achter mij staan als je een cheque op komt halen. Je weet niet wat er achter je zit hè, Je komt buiten en dan heb je ineens een stok in je nek liggen. Daar heb ik dus heel weinig behoefte aan.'

Ik heb het één keer aangevraagd en daarna ook nooit meer gelukkig. Maar ik heb dat één keer ontmoeten bij het begin van de uitkering. Toen moest ik.. En dan mag je daarna hier naar toe fietsen en hier ophalen en dan zitten dus, dan kom je eigenlijk voor de eerste keer hier binnen en dan word je verwelkomd door een aantal pitbulls buiten.

En dan kom je binnen en dan vraag je. 'O ja, ik zal heel even die meneer gaan roepen, die over de cheques gaat.' Roept ie dan door de tent heen. Ja, daag.'

Er worden, zeker aan de balies, inmiddels geen uitkeringen meer in baar geld verstrekt. De planning is dat de nu nog incidenteel gedane verstrekkingen van zogenaamde 'cheques aan toonder' ook binnenkort tot het verleden zullen behoren

Ruim de helft van de respondenten gaat zelfs zover dat ze de stelling ondersteunen dat alle gesprekken in een spreekkamer plaats moeten vinden. Uit dat gegeven spreekt, gecombineerd met het voorgaande, een mening en een wens waarmee de dienst bij het bepalen van haar beleid rond klantencontacten zonder meer rekening moet houden. De lezer mag er overigens van uit gaan dat dat ook het geval is. Maar de gegevens hier bevestigen het belang van dit aspect van de dienstverlening eens te meer.

De inrichting van de spreekkamers

Ook de vormgeving van en de sfeer in de spreekkamers doen er wel degelijk toe. Op dit terrein is er de laatste jaren al het een en ander verbeterd. Eén van de wat oudere klanten uit de panelbijeenkomsten vergeleek de spreekkamers van de dienst, zoals hij die kende, spottend met verhoorkamertjes van de politie. Zijn uitspraak werd als stelling opgenomen in de lijst. Zonder nu te willen suggereren dat iedereen die deze vraag beantwoordde ook deze verhoorkamertjes van de politie kent, kan ook de reactie op dit item als illustratief worden gebruikt: 43 Procent van de klanten onderschreef dit negatieve beeld van de spreekkamers. (Klanten met een langere uitkeringshistorie wat vaker) Men zal zich er ook bij SOZawe eens te meer van bewust zijn dat er met inrichting en vormgeving een hoop te doen is om de sfeer in de spreekkamers positief te beïnvloeden. En dat een sfeer van verdachtmaking en verhoor bij het hebben van een vertrouwelijk gesprek in een normaal klantencontact het laatste is dat men moet hebben.

Er zijn klanten die, op de oproep om suggesties tot verbetering van de ontvangst, reageren met allerlei tips voor de inrichting van de ruimtes, waaronder ook de spreekkamers. Dit kan gaan van het regelmatig genoemde kopje koffie of thee, tot het plaatsen van een fontein en het aanbrengen van kunst.

De dienst wil, daarin ondersteund door een deel van de klanten, streven naar een zakelijk en professioneel en waar nodig ook enigszins streng, contact. Men kan vanuit de dienst deze suggesties voor inrichting vooral zien als de uiting van een behoefte aan een omgeving waarin men zich bij de ontvangst prettig, en op zijn gemak voelt. En daar zullen in eerste aanleg maar weinigen tegen zijn. De dienst SOZawe wil het accent in haar beleid richting klant steeds meer leggen op versterkte motivatie richting werk en activering van haar klanten. En daarbij is eerder een sfeer van ontspanning en vertrouwen nodig dan één van gespannen wantrouwen en controle.

8 Bellen met SOZAWE

8.1 Inleiding: Een korte beschrijving van de voorgeschiedenis

De telefoon is een belangrijk medium voor het contact tussen klant en dienst. Met name voor korte vragen om eenvoudige informatie of naar de voortgang van procedures. Even een telefoontje kan dan vaak heel efficiënt zijn. Zowel voor de klant als voor de dienstmedewerkers. Maar in de praktijk mondde de bulk aan telefoongesprekken van klanten uit in een situatie waarbij medewerkers van de dienst er onwerkbaar veel tijd aan kwijt waren. Veelal ging het daarbij om eenvoudige vragen die vaak ook op een efficiëntere manier kunnen worden beantwoord. Algemene informatie kan bijvoorbeeld via folders, of via het internet worden verstrekt. Of via speciaal daartoe aangestelde en toegeruste telefonische medewerkers die die informatie gerubriceerd klaar hebben liggen.

De dienst SOZAWE kent voor deze doelen naast folders, het internet en een automatische 24-uurs telefoonservice inmiddels een aparte afdeling die zorg draagt voor de informatietelefoon. Deze afdeling, het callcenter, of beter, de informatielijn van SOZAWE wordt vooral bemand door medewerkers van de uitvoerende afdelingen van de dienst en is elke werkdag tussen 9 uur 's ochtends en 1 uur 's middags de eerst aangewezen instantie voor klanten met vragen of meldingen. De medewerkers van de infolijn staan de klant te woord, proberen de vraag en of het probleem zoveel mogelijk helder te krijgen en te beantwoorden en beslissen daarbij zonodig of de klant wordt doorverbonden met een uitvoerende afdeling, een consultant of een andere contactpersoon.

Na 1 uur 's middags is men aangewezen op de afdeling telefonie van de dienst die de klant slechts kort zal antwoorden op eenvoudige vragen, bijvoorbeeld over openingstijden. Daarnaast zal deze afdeling de klanten al snel voor de volgende dag verwijzen naar de informatietelefoon of naar de balie.

Het oudere contingent onder de klanten van de dienst kent goeddeels nog de oude praktijk waarbij het technisch nog mogelijk was om van buitenaf door te dringen tot een contactpersoon op de afdeling, mits aanwezig en te spreken uiteraard. De huidige werkwijze schermt deze medewerkers nu af. Maar de 'oude' klanten willen toch vaak net als vroeger direct contact en plooiën zich niet altijd zonder bezwaar naar de nieuwe gang van zaken.

8.2 Reacties op stellingen over het telefonisch contact tussen klant en dienst

In het klantenpanel was de stemming over het bellen met de dienst en over het functioneren van de informatielijn niet altijd even positief.

Ook hier waren er meerdere klanten die zich in eerste instantie vaak wendden tot de balie en/of het liefst direct contact zoeken met hun consulent. De praktijk staat hen dat echter niet altijd toe.

Mede op basis van hun uitingen rond de telefoon en SOZawe is weer een aantal stellingen geformuleerd en de reacties daarop worden hieronder besproken.

Algemene nummer goed bekend, servicenummer niet

Het algemene (informatie)nummer voor de dienst SOZawe 3675000 is bij haar klanten goed bekend. Een grote meerderheid zegt het te kennen.

Eén op de zes respondenten kent het nummer niet. Autochtone klanten en hoger opgeleiden kennen het nummer relatief minder vaak. Er is geen verband met leeftijd of uitkeringsduur

'Ik heb vanmiddag nog even een onderzoekje gedaan, want ik vroeg mij af: Wat wordt nou genoemd het informatienummer, het Callcenter?. En ik heb het nog een keer nagekeken in de Stadsgids. Want op de brieven staan dus nooit meer, de telefoonnummers staan ook niet meer vermeld hè, in de briefkopjes van de sociale dienst. En nu vraag ik me af nu we het er over hebben: Is dat het 50 00 nummer?'

SOZawe kent ook een automatische telefoonservice die 24 uur per dag algemene informatie kan verschaffen. Met de bekendheid van deze lijn is het een stuk minder gesteld. Slechts een kwart van de respondenten geeft aan deze service te kennen, vermoedelijk is de kennis van het bijbehorende nummer nog dunner gezaaid.

Een weerbarstige praktijk; men wil de consulent spreken

Is het algemene telefoonnummer dat toeleidt naar de informatietelefoon van SOZawe goed bekend, niettemin zegt een meerderheid van 55% van de klanten dat ze bij vragen bellen met hun consulent.

Dat is in de huidige opzet echter niet de bedoeling. Met, naar nu blijkt een meerderheid die bij vragen eigenlijk zijn consulent wil spreken, maar die, althans tussen 9 en 1, is aangewezen op een informatielijn die in zo weinig mogelijk gevallen doorverbindt, is er sprake van een weerbarstige praktijk.

Deze praktijk werpt af en toe conflicten op en wekt meermalen wrevel bij klanten. Daarvan getuigen verhalen uit de klantenpanels en de reacties op de open vraag om verbeteringssuggesties.

*'Ik vind, als ik bel dan bel ik voor mijn consulent. Eén van beide. En de vragen die ik stel, ik bel niet op voor kleine lullige dingetjes. Ik wil gewoon serieuze vragen stellen aan iemand. Als diegene van het Callcenter mij dan vraagt: Waar gaat het over? Zeg ik Da's privé'.
Nee, ik wil weten waar het over gaat. Ik zeg: Da's privé. Dat gaat je geen drol aan.'*

'Ik bedoel ik wil praten met mijn consulent, daar heb ik al moeite zat mee eigenlijk en in principe moeite genoeg mee om diegene een deel van mijn privé-leven mee te delen. Dan ga ik niet aan iemand van dat Callcenter dat vertellen. Ik heb een paar keer meegemaakt: Dat ga ik u niet vertellen. Nou dan verbind ik u niet door. Zeg ik: Nou, dan moei dat niet doen. Klik.'

*'Ja, maar ik bel op en ik wil gewoon diegene aan de telefoon hebben. En als ie nou zegt, van die is ter niet, prima, dan bel ik later terug. Of kan diegene mij misschien terugbellen, dat zou ook nog een optie zijn.
...En ik bel niet de koningin op volgens mij.'*

De ervaringen van klanten met de informatielijn

Om een beeld te krijgen van de in het panel omschreven onvrede die er in de praktijk zou zijn ten aanzien van het functioneren van de informatielijn en haar medewerkers is er een aantal stellingen aan de enquête toegevoegd.

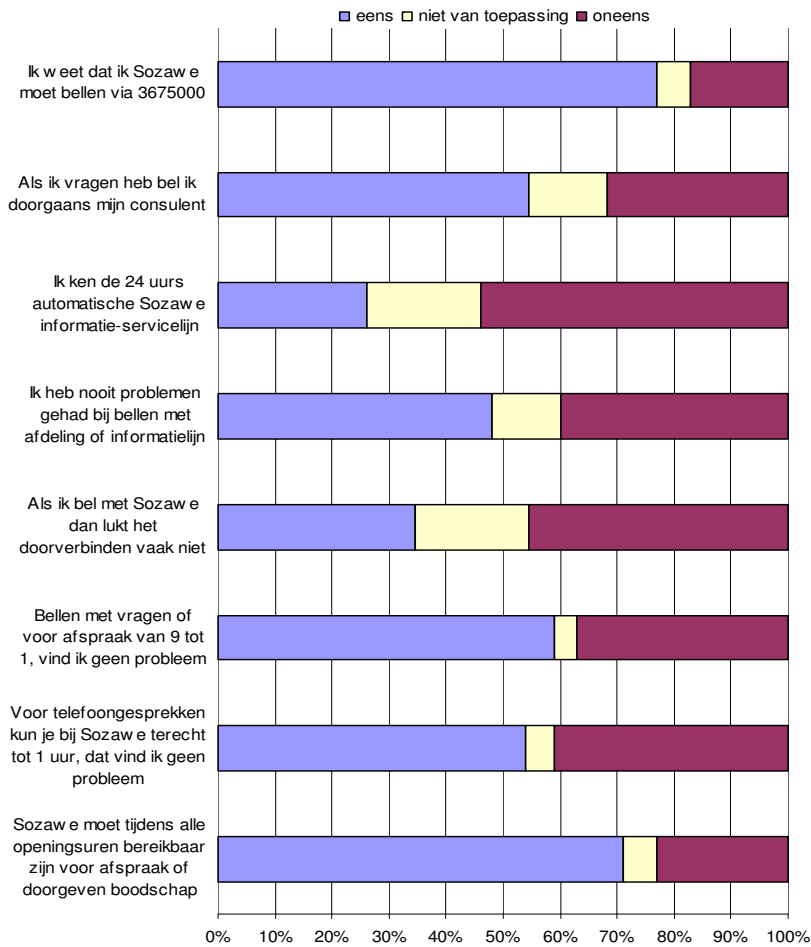
Waar het gaat om de bejegening door de medewerkers van de informatietelefoon zijn bijna drie van de vijf respondenten positief. Toch is er een probleem voor iets minder dan één op de vier respondenten. Of met de zakelijkheid, of met de vriendelijkheid, of met beide gaat er volgens hen iets niet goed.

Is dit veel of weinig? Wie zal het zeggen. De dienst zou het in elk geval te veel kunnen vinden en streven naar een betere score en daar is ruimte voor.

Om ook de inhoud van de dienstverlening enigszins te toetsen is de stelling voorgelegd dat de medewerkers van de informatietelefoon regelen dat de beller antwoord krijgt op zijn vraag.

Bijna één op de drie respondenten is het met deze stelling oneens. Er blijven kennelijk af en toe vragen liggen of ze worden voor de klant onbevredigend beantwoord.

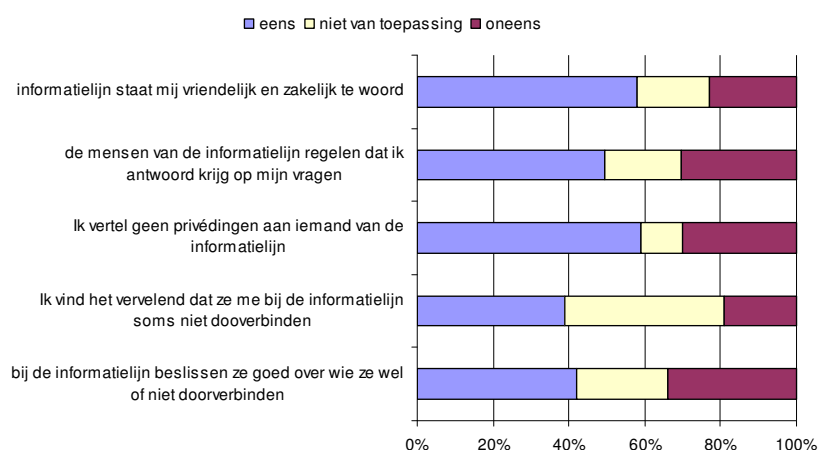
Figuur 8.1 Bellen met SOZAWE



In het volle besef dat nooit alle vragen die bij een sociale dienst binnenkomen 100 procent tot tevredenheid zullen kunnen worden beantwoord, moet worden onderzocht in hoeverre en tot welke inspanning men ook hier tot verbeteringen kan komen.

Is dit veel of weinig? Wie zal het zeggen. De dienst zou het in elk geval te veel kunnen vinden en streven naar een betere score en daar is ruimte voor.

Figuur 8.2 Stellingen over het functioneren van de informatielijn



Om ook de inhoud van de dienstverlening enigszins te toetsen is de stelling voorgelegd dat de medewerkers van de informatietelefoon regelen dat de beller antwoord krijgt op zijn vraag. Bijna één op de drie respondenten is het met deze stelling oneens. Er blijven kennelijk af en toe vragen liggen of ze worden voor de klant onbevredigend beantwoord. In het volle besef dat nooit alle vragen die bij een sociale dienst binnenkomen 100 procent tot tevredenheid zullen kunnen worden beantwoord, moet worden onderzocht in hoeverre en tot welke inspanning men ook hier tot verbeteringen kan komen.

Een voorname bron van ergernis: de informatielijn als poortwachter

Veel klanten ervaren het doorvragen van telefoonmedewerkers wanneer men eigenlijk wil spreken met een consultant of iemand van een afdeling als hinderlijk en bemoeizuchtig. Men wil niet alles aan 'zo'n telefonist' kwijt. Of dit nu terecht is of niet, zestig procent van de klanten denkt er zo over. Tegenover dertig procent die deze stelling niet ondersteunt. De klanten hebben dus in meerderheid een dergelijke oriëntatie.

En onder hen zijn er die regelmatig geïrriteerd raken als ze door de telefonist worden afgehouden.

Alleen diens macht tegenover de relatieve onmacht van de klant kan al als een bron van irritatie en frustratie werken. Zeker als dit samengaat met de regelmatig gemelde twijfels over de inhoudelijke deskundigheid van de informatielijnmedewerker of aan de adequaatheid van diens hulp.

Dat het met het doorverbinden, om welke reden dan ook, vaker dan incidenteel niet zo gaat als de klant zou willen, blijkt ook uit andere onderzoeksuitkomsten. 42 Procent verklaart dat onvrede over doorverbinden bij hen niet aan de orde is. Ze kunnen of willen niet aangeven dat ze een dergelijke situatie als problematisch hebben ervaren. Daarenboven is er nog 19 procent die ronduit aangeeft dat zij geen weigering om te worden doorverbonden als vervelend hebben ervaren.

Blijven over twee van de vijf respondenten die aangeven dat ze het vervelend vinden dat soms geweigerd wordt hen door te verbinden. Ruim een derde van de klanten meldt dat het doorverbinden bij hen vaak niet lukt. Doordat ze door de medewerkers simpelweg niet worden doorverbonden, of doordat het doorverbinden op zich niet lukt, mogelijk door afwezigheid, of niet opnemen door de betrokken medewerker of afdeling, of doordat er technisch iets mis gaat. Een nog kleiner deel van de respondenten, namelijk één op de drie vindt niet dat de medewerkers van de informatielijn goed beslissen of iemand wel of niet wordt doorverbonden.

Men kan discussiëren over hoe de hoogte van deze scores nu moet worden gezien, over hoe goed of slecht, dat wil zeggen problematisch voor SOZawe die nu zijn: Is het glas half vol, of half leeg ?

Evident is echter dat een verbetering van deze scores nooit kwaad kan, zeker niet als men streeft naar efficiëntie gecombineerd met een optimale communicatie met de klant.

Deze scores kunnen worden verbeterd. Hoe zwaar daar op wordt ingezet, en tot welke prijs, is een keuze die aan de beleidsbepalers (gemeente en politiek) moet worden overgelaten.

Over een half vol of half leeg glas gesproken: Bijna de helft van de respondenten zegt nooit problemen te hebben gehad bij het bellen met een afdeling of met de informatielijn en dat is een mooie score.

Maar voor 40 procent gaat deze stelling niet op. Twee van de vijf klanten hebben dus ooit moeilijkheden gekend bij het bellen met SOZawe.

Helaas is door de vraagstelling niet duidelijk hoe recent deze problemen bij het bellen zijn. Wel kan iets worden gezegd over de achtergrond van hen die belproblemen hebben gehad.

Ook hier scoren de respondenten uit het gebied van Groningen op de Ladder iets gunstiger dan die van de andere twee vestigingen, dat wil zeggen ze melden iets minder vaak belproblemen. Hoger opgeleiden kennen iets vaker belproblemen. Maar mogelijk laat zich dit verklaren uit de bevinding dat lager opgeleiden zich vaker direct tot de balie wenden.

Uitkeringsduur is hier niet bepalend; het is bijvoorbeeld niet zo dat de mensen met een langere uitkeringsduur vaker zeggen belproblemen te hebben gehad. Personen met een korte uitkeringsduur en met name die met een middellange uitkeringsduur van 1-3 jaar zeggen juist vaker belproblemen te hebben gehad.

Met name de jongeren zeggen vaak belproblemen te hebben. Dat wordt, frappant genoeg, gradueel minder naargelang de leeftijd vordert.

Terwijl men zou verwachten dat als men ouder is, men gemiddeld ook langer een uitkering zal hebben gehad en er dus ook meer kans is dat er ooit een belprobleem is geweest. Dit kan een aantal dingen betekenen: Dat de gemelde problemen vooral van recentere datum zijn, immers uitkeringsduur speelt geen negatieve rol. Of dat jongeren sneller en vaker ontevreden zijn dan ouderen. Of dat jongeren door het personeel van de dienst minder goed bediend worden dan de ouderen.

Combinaties van deze redenen zijn uiteraard ook mogelijk.

Opvallend is dat de klanten die niet in Nederland zijn geboren minder vaak belproblemen zeggen te hebben dan autochtone klanten. Ook hier kan het verschil meerdere verklaringen kennen: 1. Allochtone klanten worden minstens zo goed bediend als de autochtone. Of 2. Ze zijn minder snel ontevreden, of 3.: Ze zijn vergeetachtiger. De verwachting dat de taal hier een problematiserende factor zou zijn lijkt te worden gelogenstraft.

Bedenk hier wel weer dat deze allochtone respondenten wel een Nederlandstalige enquête hebben ingevuld. Allochtone klanten met taalproblemen vielen dus waarschijnlijk al af voor het onderzoek, voor zij deze vragen überhaupt beantwoordden.

8.3 Beperkte bereikbaarheid van de dienst tijdens kantooruren

Er blijkt een aanzienlijke minderheid te zijn die problemen heeft met de tijden waarop men kan bellen met de informatietelefoon. Daar is, licht verschillend, middels twee stellingen naar gevraagd en op basis daarvan kan worden gesteld dat twee van de vijf respondenten het niet eens zijn met de stelling dat de tijden waarop de dienst bereikbaar is, geen probleem vormen. Zij vinden het kennelijk wel een probleem.

Aan de panelgesprekken en de open vraag uit de schriftelijke enquête kan nadere achtergrondinformatie hierover worden ontleend.

Een klacht die evident is, is dat je gewoon 's middags niet met je vragen terecht kunt en dus 's morgens moet bellen of anders moet wachten tot een volgende dag. (maximaal is dat van vrijdagmiddag na 1 uur tot maandagochtend 9 uur.) Beperkte uren, dus beperkte mogelijkheden; soms kan dat gewoon vervelend, hinderlijk of lastig zijn.

Afgezien daarvan is een meermalen gehoorde klacht, dat men binnen de huidige regeling niet in de gelegenheid is om afspraken voor later in de middag of voor een volgende dag te wijzigen, of af te zeggen.

Er worden door de dienst wel afspraken gemaakt voor 's middags, maar je kunt na 1 uur niet meer doorgeven dat je (bijvoorbeeld door ziekte) verhinderd bent.

Ook zijn er klanten wier agenda het opnemen van contact in de ochtend bemoeilijkt of niet toelaat. Er zijn klanten van SOZawe die (parttime) werken, of vrijwilligerswerk doen 's ochtends en die daarom in principe alleen 's middags kunnen bellen, of alleen met veel moeite 's ochtends. Het doorgeven van een boodschap lukt soms niet, maar blijkt soms ook binnen de dienst zeer moeizaam op de bestemde plek terecht te komen. Een ander door klanten aangedragen fenomeen: De post wordt in de stad Groningen doorgaans rond het middaguur bezorgd. Brieven met slecht, of hoe dan ook acuut vragenoproepend, nieuws bereiken de klant dus met name 's middags. Men kan dan, ondanks de hete kolen waarop men zit, met die vragen niet eerder terecht dan de volgende dag, of in het ongunstigste geval op maandagochtend.

Vandaar dat er stemmen opgaan die stellen dat zolang de dienst geopend is, deze ook telefonisch bereikbaar zou moeten zijn voor vragen, afspraken en boodschappen. Ruimer in elk geval dan van 9 tot 1 uur.

'Ik vind het voor een bedrijf van den gekke. De sociale dienst profileert zich ook graag als bedrijf hè. Ik vind het van de gekke dat als een bedrijf tot vier uur open is, dat het niet tot vier uur telefonisch bereikbaar is. Je hoeft niet perse dan met die mensen te praten, maar je kunt in ieder geval een afspraak maken of dat je terug wordt gebeld etcetera, etcetera.'

'Ik vind dus gewoon dat ze bereikbaar moeten zijn in feite tot de tent gesloten is. Dat wil niet zeggen dat ik zo maar iedereen kan bereiken die ik spreken wil, maar in ieder geval telefonisch aanspreekbaar. Zodat je in ieder geval kunt aangeven dat je hebt gebeld, of je graag wilt dat je terug wordt gebeld, of wanneer iemand, want vaak zijn mensen ook parttime aan het werk, dan zijn ze d'r gewoon niet.'

Op de mede op deze uitspraken gebaseerde stelling dat de dienst SOZawe op zijn minst telefonisch bereikbaar zou moeten zijn tijdens haar openingsuren reageerde 71 procent van de respondenten met instemming. Jongeren en allochtone klanten ondersteunden deze stelling nog vaker.

8.4 Een beoordeling van de telefonische dienstverlening

Er is aan het eind van de vragenlijst aan de klanten gevraagd om een aantal aspecten van de dienstverlening van SOZawe met een rapportcijfer te beoordelen. Zo ook de telefonische dienstverlening. Nu kleven aan een dergelijk rapportcijfer een aantal beperkende bezwaren. Methodologische bezwaren op basis waarvan men de score op dit soort vragen met de nodige voorzichtigheid moet benaderen. Maar wat wel opvalt is dat van de zeven items die ter beoordeling met een rapportcijfer werden voorgelegd de telefonie gemiddeld, weliswaar nog net voldoende maar toch, duidelijk het laagst werd beoordeeld en, wat willicht meer zegt, ook duidelijk het vaakst een onvoldoende kreeg toebedeeld.

En ware het gemiddelde cijfer een cijfer rond of boven de zeven, dan was er , alhoewel het streven uiteraard altijd hoger moet zijn, wellicht weinig aan de hand.

Maar nu blijkt dat dit cijfer maar net een voldoende is, is het voor SOZawe zaak breed aandacht aan dit aspect van de dienstverlening en aan de betrokken afdelingen te besteden.

9. De schriftelijke contacten met SOZawe

9.1 Inleiding

Een nog te bespreken medium voor contact tussen klant en dienst is die van het geschreven woord. Dergelijk contact is er in vele vormen. In het kader van dit onderzoek gaan we ons vooral richten op die vormen van schriftelijk contact die min of meer gestandaardiseerd zijn. Over incidentele en inhoudelijke correspondentie over de persoonlijke situatie van de klant in het kader van een individueel geldende situatie of procedure zijn geen vragen gesteld en doen we hier geen uitspraken. We besteden hier vooral aandacht aan voorlichting, vaak in de vorm van folders en brochures. Verder kan men hier denken aan de maandverklaring voor schriftelijke verantwoording van verworven inkomsten en de daaraan gekoppelde bijsluiters. Men kan denken aan min of meer gestandaardiseerde informatie waarmee de directie van de dienst haar klanten op de hoogte brengt van veranderingen of van de stand van zaken van procedures of van maatregelen die aan de orde zijn, of die overwogen worden. Veel van deze correspondentie wordt gestandaardiseerd en/of in grote oplagen verzonden door en met betrokkenheid van vele afdelingen van de dienst.

9.2 Inhoud en toon van de teksten van SOZawe

Eerder in dit rapport was er aandacht voor de vraag om met twee woorden sfeer en aankleding van de ontvangsthallen te beschrijven. We hebben in de enquête aan de klanten gevraagd om op vergelijkbare wijze ook de inhoud en de toon van de geschreven teksten die ze van SOZawe ontvangen, te omschrijven.

De resultaten zijn weer sterk beïnvloed door de voorbeelden die in de toelichting bij de vraag werden genoemd. De voorbeeldwoorden kwamen ook hier voor het overgrote deel op de eerste plaatsen van de tabel terecht en zijn aangemerkt met een sterretje. Maar verder is er nog een groot aantal kwalificaties gegeven, die meerdere richtingen op gaan. Duidelijk moge zijn dat de kwalificatie 'zakelijk' op zich niet ongunstig is voor een dienst sociale zaken en zijn algemene teksten.

Figuur 9.1 kwalificaties van inhoud en toon van geschreven teksten SOZAWE

	Kwalificatie	Keren genoemd	percentage
	Geen	106	
1	zakelijk*	343	59%
2	duidelijk*	206	36%
3	streng*	131	23%
4	overzichtelijk*	57	10%
5	vervelend*	53	9%
6	vriendelijk*	53	9%
7	onduidelijk	28	5%
8	dreigend	17	3%
9	somber*	11	2%
10	onpersoonlijk	9	2%
11	belerend	8	1%
12	informatief	8	1%
13	onvriendelijk	8	1%
14	ambtelijk	7	1%
15	betuttelend	6	1%
16	lelijk*	6	1%
17	afstandelijk	5	1%
18	correct	5	1%
19	Goed	5	1%
20	Helder	5	1%
21	Moeilijk	5	1%

Minder dan vijf keer genoemd:

dwingend, formeel, gestandaardiseerd, omslachtig, onoverzichtelijk, bedreigend, bureaucratisch, neerbuigend, vrolijk*, wantrouwend, arrogant, autoritair, beleefd, degelijk, denigrerend, dom, infantiel, ingewikkeld, intimiderend, irritant, negatief, niet duidelijk, onaardig, onbegrijpelijk, professioneel, respectloos, strikt, veel, vijandig, aartslelijk, agressief, agressieopwekkend, angstaanjagend, argwanend, bedillig, beknopt, belachelijk, benadrukkend, beperkt, berispend, bestraffend, controlerend, deftig, digitaal, direct, dominerend, doorsnee, drammerig, dubbel, eenzijdig, efficiënt, eisend, gaat wel, gebiedend, . geen antwoord, generaliserend, hypocriet, incommunicado, indringend, expliciet, inspiratieloos, jargon, juridisch taalgebruik, klantvriendelijk, kleinerend, klungelig, lang, langdradig, leesbaar, objectief, oké, onbehelpzaam, onbeschoft, ondeskundig, onjuist, onuitnodigend, onvolledig, onzakelijk, onzorgvuldig, overheersend, paternalistisch, prettig, prima, repeterend, slordig, sober, te gek, tof, triest, uitgebreid, verbaasd, vermanend, verschrikkelijk, verwarrend, vol fouten, voldoende, voorbarig, waarschuwend, weinig uitleg, wel ok.

*) De met * aangegeven kwalificaties werden als voorbeeld gegeven

Ook 'duidelijk', 'streng' en 'overzichtelijk' passen wel bij een aantal van de voor een sociale dienst op te noemen gewenste kwalificaties. Met een aanduiding als vriendelijk is ook niets mis.

De kwalificaties 7 tm 17 zijn een stuk minder gewenst, met uitzondering dan van de term 'informatief'.

Streng en rechtvaardig maar met begrip en oog voor het individu

Bij het lezen van deze tabel wordt men voortdurend herinnerd aan de tweestrijd waarmee een overheidsorgaan als SOZawe steeds te maken heeft. De tweestrijd tussen het belang van een optimale communicatie tussen klant en dienst enerzijds en die van de wettelijke context en de formele eisen die rond heel veel van de diensten die verleend worden, gelden, anderzijds. Het goede wederzijdse begrip en een soepele communicatie tussen klant en dienst gaan niet altijd eenvoudig hand in hand met de eisen van volledige juridische correctheid en de eisen aan ambtelijke procedures en de handhavingstaken waarvoor de dienst zich tegelijk ook gesteld ziet. Deze werelden, systemen zo u wilt, hebben hun eigen belangen, en gewichten daaraan gegeven, hun eigen logica en een eigen taal en dat communiceert vaak moeilijk.

9.3 Stellingen over de schriftelijke communicatie

Na de open vraag om de inhoud en de toon van de geschreven teksten van de dienst te kwalificeren is er ook weer een aantal stellingen ter beoordeling voorgelegd.

Allereerst zijn er stellingen over de waarde voor de klant van enkele schriftelijke bronnen van informatie, daarnaast is er aandacht voor een aantal aspecten van het functioneren van de schriftelijke media die SOZawe benut. Tenslotte is er een aantal items over een geheel nieuwe poot aan de schriftelijke communicatie tussen SOZawe en haar klanten namelijk die via het internet.

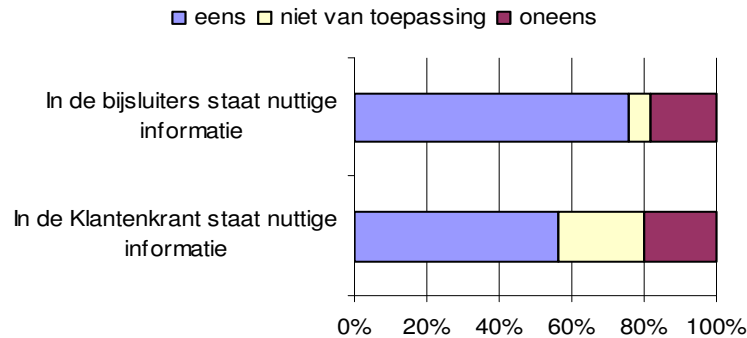
Het nut van Bijsluiters en Klantenkrant van SOZawe

SOZawe kent als één van de voornaamste media voor informatie aan haar bestaande klanten de zogenaamde bijsluiters. Maandelijks is er voor verreweg het grootste deel van de klanten van SOZawe de formeel zo belangrijke maandverklaring.

De verplichte gang naar de bus van de dienst wordt voorafgegaan door toezending van het benodigde formulier. Dat geeft strategisch een goede gelegenheid tot een bijsluiting, want die heeft, vanwege het grote belang van de maandverklaring, maar een geringe kans om aan de aandacht van de klant te ontsnappen.

Het belang van de bijsluiters wordt ook daadwerkelijk door de klanten onderschreven zo blijkt.

Figuur 9.2 Het nut van bijsluiter en Klantenkrant



Ruim driekwart van de respondenten erkent de waarde van de informatie in de bijsluiters; er staan zaken in waar men wat aan heeft. Met 18 procent ontkent een gering deel het belang van de bijsluiter. Een ander, nog kleiner, deel reageert niet op de stelling. Vermoedelijk omdat men niet geregeld bijsluiters ontvangt.

Als men de praktische waarde van de bijsluiter voor de klant weet te handhaven ligt hierin een medium beschikbaar waarmee de dienst het een en ander kan. Al was het alleen al vanwege de grote kans dat de betreffende informatie zijn doel bereikt en zeer waarschijnlijk wordt gelezen.

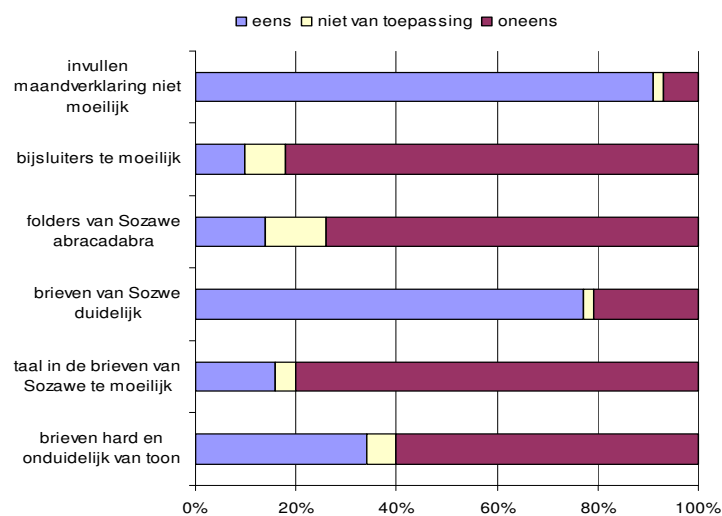
Dat dat niet vanzelfsprekend is voor ieder geschrift van SOZawe, moge blijken uit de reacties op de stelling over de waarde van de Klantenkrant van SOZawe. Met een score van 57 procent van de klanten die de stelling dat in de Klantenkrant informatie staat waar men wat aan heeft, ondersteunen, blijkt ook de Klantenkrant duidelijk in een behoefte te voorzien. Maar tevens is te zien dat een veel groter deel van de klanten dan bij de stelling over het nut van de bijsluiters niet antwoordt op de vraag.

De vanzelfsprekendheid van de ontvangst en het lezen van de Klantenkrant is dus een stuk minder groot dan die van de bijsluiters. Het percentage oneens is met 20 procent, en zeker verhoudingsgewijs, ook een ietsje groter dan bij de stelling over het nut van de bijsluiters.

Schriftelijke contacten met SOZawe; de kwaliteit van gebruikte media

Na deze stellingen over het nut van bijsluiters en Klantenkrant is er nu aandacht voor de toegankelijkheid en het gebruik van een aantal media met geschreven tekst waarvan SOZawe gebruik maakt.

Figuur 9.3 de inhoud van geschreven teksten van SOZawe



De maandverklaring

Het in de praktijk meest frequent langskomende geschrift van SOZawe is de maandverklaring. Bovendien is deze een voor de goede gang van zaken rond je uitkering van essentieel belang. Het overgrote merendeel van de klanten van SOZawe kan hier maandelijks niet om heen, al zou men het willen. Zie de opvallend lage score van klanten die dit item niet hebben ingevuld.

Er kan worden geconcludeerd dat de klanten van SOZawe bij het invullen van deze verklaring waarin zij hun inkomenspositie verantwoorden alsmede veranderingen die van belang zijn voor hun uitkeringspositie, in grote meerderheid geen problemen ervaren. Slechts een kleine minderheid van 7 procent ervaart hier problemen. Met, als de omgeving van de klant daar niet in kan voorzien, zonodig enige ondersteuning van baliemedewerkers of de informatietelefoon moeten deze problemen opgevangen kunnen worden.

Bijsluiters en folders

Het hiervoor al aan de orde gekomen nut van de bijsluiters bij die maandverklaring zou bedreigd kunnen worden als die bijsluiters onvoldoende toegankelijk zouden zijn. Welnu, ook dat lijkt slechts voor een gering deel van de respondenten het geval te zijn. 10 Procent geeft aan de bijsluiters te moeilijk te vinden.

Hier zit echter nog een addertje onder het gras. Niet uitgesloten moet worden dat een categorie klanten die moeite heeft met het lezen en invullen van een maandverklaring en bijsluiters ook moeite zal hebben met het lezen en invullen van een, immers minstens zo lange en ingewikkelde, enquête. Bovendien heeft het al of niet invullen van een enquête geen gevolgen voor je uitkering.

Kortom: Zij die hier moeite hebben, zullen mogelijk minstens zo veel moeite hebben met een enquête en deze mogelijk niet invullen en terugzenden. Als hier dus problemen zijn is er een gereede kans op onderschatting daarvan..

Aansluitend op de stelling over bijsluiters is er een stelling dat de folders van SOZawe abracadabra zouden bevatten.

Ook hier is er slechts weer een kleine minderheid die met de stelling instemt. Bedacht moet worden dat deze minderheid op het totaal aan klanten van SOZawe niettemin een substantiële groep, van vele honderden klanten, omvat. Daarom is het van belang om naast deze schriftelijke kanalen, klanten ook altijd mondeling, via de balie of bij reguliere contacten te attenderen op bepaalde zaken of veranderingen die voor hen van belang zijn. Het met enige regelmaat zien van de klant en een balie en telefoonservice die ook deze klanten ondersteunen blijven hier van belang.

De brieven van de dienst

Ook ten aanzien van de brieven van de dienst is er een meerderheid die geen problemen meldt. Maar hier is er eveneens een substantiële minderheid, die zelfs nog wat groter is dan die bij de bijsluiters en folders, die de brieven van SOZawe niet duidelijk vindt.

'Nou ja, ik kan wel lezen of zo, maar ik denk wel es dat een bepaald soort mensen toch wel wat moeilijkheden hebben met de manier waarop het gesteld wordt. En ook vaak niet zo duidelijk.'

Deels kan dit mogelijk ondervangen worden door als totale dienst met nog meer aandacht kritisch naar de correspondentie te kijken. En anderzijds zullen ook hier alle medewerkers, en zeker die van de balie en de telefoondiensten als 'achtervangers' moeten optreden.

De duidelijkheid van de brieven was voor 20 procent een probleem. In een volgend item is een mogelijke bron daarvan aan de orde: de onduidelijkheid van het taalgebruik in die brieven. Een percentage van 16 procent is het eens met een stelling van die strekking. Daarmee is de duidelijkheid van de taal een belangrijke factor in het schriftelijk contact tussen dienst en klant. Hopelijk is hier voor de dienst en haar klanten nog enige winst te behalen. Hieronder bespreken we enkele suggesties over waar de dienst die winst zou kunnen zoeken.

De taal van de dienst en de taal van de klant

De dualiteit tussen communicatieve basisprincipes enerzijds en formele systeemeisen anderzijds, die tegelijk aan geschreven teksten moeten worden gesteld, brengen zowel klant als dienst nogal eens in de problemen.

De dienst zal zich moeten laten leiden door het besef dat informatie niet alleen duidelijk, allesomvattend en inperkend en formeel sluitend moet zijn, maar tegelijk ook eenvoudig, aansprekend en behapbaar voor klanten. En dat die informatie bij voorkeur gesteld moet zijn in een taal, die niet slechts bepaald wordt door de formele ambtelijke wereld zoals die geschetst wordt door de regelgeving, maar in een alledaagse taal die zo goed mogelijk aansluit bij de belevingswereld van de klant.

Bijkomend probleem is daarbij dat het scala aan lezers dat er voor de dienst is, loopt van praktisch analfabeten tot academisch geschoolden en dat het klantenbestand voorts ook nog een groot contingent nieuwe Nederlanders omvat.

Daarom is het evident dat er bij het verstrekken van informatie door de dienst niet op één paard gewed moet worden, maar dat de vormen van informatie veelvormig en divers moeten zijn, zodat elke klantencategorie, via meerdere media, zo goed mogelijk kan worden bereikt en bediend.

De toon van de brieven

Een mogelijke bijkomstigheid van de vaak strikte systeemeisen die voor klant en dienst gelden is de hardheid en onvriendelijkheid van toon die door sommige klanten uit de brieven wordt gemeld. Men kan zich afvragen of die hardheid en onvriendelijkheid een vanzelfsprekende bijkomstigheid zijn of dat hier toch iets mee te doen is.

Hoe het ook zij. Er is een brede categorie van zestig procent die het niet eens is met de stelling dat de brieven hard en onvriendelijk zouden zijn. Met 34 procent ondersteunt een derde van de respondenten deze stelling echter wel en dat is duidelijk een substantiële categorie. Een categorie die bovendien twee keer groter is dan die het taalgebruik in de brieven te moeilijk vindt en ook zeer ruim groter dan de categorie die de brieven onduidelijk vindt. Ook hier waar het gaat om de toon van de brieven blijkt er voor de dienst ruimschoots een grond daar eens goed naar te kijken. Centrale vraag daarbij: Kunnen we in onze correspondentie ook duidelijk en strikt zijn bij een optimaal klantvriendelijke toon ?

Op basis van het klantenpanel en een aantal antwoorden op de open vraag naar verbeteringssuggesties, kan daarop aansluitend worden toegevoegd: een taal die strikt is en zakelijk to the point, maar die de klant als deze een brief krijgt van de dienst, niet direct het idee geeft dat het belangrijkste wat in die brief tot hem komt, de sanctie is, die mogelijk kan worden opgelegd. Alsmede de mogelijkheid van een ingewikkelde beroepsprocedure als hij het niet eens is met de gang van zaken. De dienst zal als zij oog en hart heeft voor haar klanten structureel de ruimte moeten bieden om daar in voorkomende gevallen via een wederzijds verhelderend gesprek of telefoontje met klanten de angel wat uit te halen. Mogelijk een lastig en ergerlijk fenomeen voor de efficiëntie van de bedrijfsvoering , maar een fenomeen waar nu eenmaal rekening mee gehouden moet worden.

'Nou en dan ga ik naar het DOK toe en dan zeg ik: Hoe moet dat nou? En dan zeggen ze: Niks van aantrekken, want het is een standaardbrief. Nou, dat moet dus niet. Dat, vind ik, zijn standaardbrieven die helemaal verkeerd overkomen.'

De grote voorkeur moet uit gaan naar het ondervangen van deze situatie al voor het verzenden van een mailing.

Sommige ervaren klanten ontwikkelen tegen een dergelijke benadering pas in de loop van de jaren enig eelt op hun ziel, daarin soms geholpen door dienstmedewerkers die in voorkomende gevallen antwoorden in een strekking van: 'Och, dat is een standaardbrief, daar moet je je niet zo veel van aantrekken. Kom maar even langs, dat regelen we zo even.' Of: 'Maakt u zich maar niet al te druk, dat berust waarschijnlijk op een misverstand.'

X: 'Ja, ik vond dat heel erg ja. Dus en ik vroeg van: Komt dat nog wel goed? En toen zei die meneer (baliemedewerker) die zei van: Ja, ach niks aan de hand, dat komt wel goed. Geen probleem, geen probleem, echt da's allemaal nog, 't is nog niet weg, 't is nog niet verwerkt.... En wie schetst mijn verbazing? Ik kreeg eh drie dagen later kreeg ik een brief. Nou eh van dreigementen stond ie bol: Dat ik dus toch wel. Ja, ik had mazzel dat ik niet direct gekort werd want ja, ik was te laat en nou echt het was.. Pure dreigementen. Ik had twee jaar de tijd om dat goed te doen. Ik moest nou dus echt niet binnen twee jaar eh nog zo'n fout maken, want dan zouden de maatregelen en de strafconsequenties, hè kortingen op..'

X: 'Ik had een soort voorwaardelijke eh...Ik mag twee jaar lang mag ik dus absoluut niks fout doen want dan eh bam, dan krijg ik een ontzettende dikke korting.'

Gespreksleidster: 'Zo'n brief, heb ik nog nooit van gehoord.'

X: 'Ja hoor.'

Y: 'Ja, die brieven zijn er hoor.'

Gespreksleidster: 'Ja?'

Y: 'Ja, dat is een standaardbrief.'

Gespreksleidster: 'Ja dat begrijp ik wel, maar ik bedoel, maar dit: wat hier in staat met een termijn van twee jaar ? Ja?'

X: 'Ja, met een termijn van twee jaar.'

Y: 'Dat is een standaardbrief.'

Z: 'Dat is 'Aardig Streng' of zoiets.'

X: 'Oh.'

10 Rapportcijfers voor de dienstverlening

10.1 Inleiding

Het geven van een rapportcijfer voor een bepaalde vorm van dienstverlening is een eenvoudige maar ietwat grove manier om daarover een oordeel tot uitdrukking te brengen.

Elke respondent kent het fenomeen rapportcijfer en weet dat een 10 het hoogst is, een 1 het laagst en dat de onvoldoendes lager zijn dan vijf en een half. Dat geeft de mogelijkheid om zonder al te veel uitleg respondenten in een interviewsituatie duidelijk te maken wat de bedoeling van een vraag is.

Bovendien is er sprake van een schaal met gelijke intervallen, wat de gelegenheid biedt om gemiddelden te berekenen en een aantal standaard-statistische technieken toe te passen. Doordat de schaal algemeen gebruikt wordt kunnen ook al gauw vergelijkingen worden gemaakt.

Een rapportcijfer is een middel, geen doel

Er kleven echter ook een aantal bezwaren aan een dergelijke becijfering. Al heel gauw wordt het middel om uitdrukking te geven aan een bepaalde stand van kwaliteit of juist gebrek daar aan, tot doel. Het maakt allemaal niet uit, als ik maar een voldoende krijg. Of het nu gaat om kennis van de wiskunde of om de kwaliteit van in restauraties geserveerde gehaktballen. Want oh, die consequenties: Ik ga niet over. Ik verlies omzet. Eigenlijk gaat het hier echter om een beeld van de verworven kunde en om kwaliteit en smaak van een bal gehakt te beoordelen, om kwaliteit te garanderen en zonodig te verbeteren. 'De Gemeente Groningen krijgt een zeven voor haar algehele dienstverlening!' Ergerlijk vaak is het dat ene cijfer dat er het eerst en als het voornaamste (vooral door de media) uitgelicht wordt. De wethouder slaakt een zucht van verlichting: 'Een zeven, gelukkig.' Terwijl die zeven eigenlijk niet zo veel zegt.

In onderzoek zijn er een aantal trends rond het geven van rapportcijfers. Eén van de opvallendste is dat de gemiddelde cijfers steeds tenderen naar iets tussen een 6 en een 7.

Minstens zo belangrijk is, hoe men aan zo'n gemiddeld cijfer komt:

Een gemiddelde op basis van beoordelingen met een enorme spreiding tussen een groep zeer tevredenen en een groep zeer ontevredenen verschilt nogal van eenzelfde gemiddelde op basis van een verzameling met een verdeling van de cijfers tussen 6,5 en 7,5. Terwijl toch in beide gevallen het gemiddelde een 7 is.

Ook vergelijking tussen cijfers verdeeld over de tijd of tussen verschillende grootheden kan meer exactheid suggereren dan er werkelijk is. Een zeven voor de bediening door een bezorgrestaurant in 1968 in Paramaribo, hoe is die te vergelijken met een 7 voor de bediening door een bezorgrestaurant in Rotterdam in 2005. Van plaats tot plaats en in de tijd zullen de criteria op basis waarvan die zeven gemotiveerd wordt behoorlijk zijn veranderd. Een en dezelfde bediening uit 1968 was in 2005 wellicht met een vier beoordeeld.

Ook laten beoordelaars zich nogal eens te zeer leiden door gevoelens en oneigenlijke argumenten: Een onvoldoende is zo sneu, men wil die interviewer of dat bedrijf toch niet teleurstellen. Men durft niet zo hard te zijn. Of omgekeerd, men kan juist eens even lekker schoppen: 'De kleding van filmster B. verdient niet meer dan een vette drie en dat is nog meer dan ze krijgt voor haar acteerprestaties!'

Hier willen we weten hoe het zit met de waardering van de dienstverlening van klanten van SOZawe bij hun toegang tot de dienstverlening. En waar zaken daar verbeterd kunnen of zelfs moeten worden. Laten we afspreken dat dat belangrijker is dan de constatering dat SOZawe er gemiddeld met een voldoende 'vanaf' komt.

10.2 Rapportcijfers voor de dienstverlening van SOZawe

Na deze opsomming van relativeringen als noodzakelijk intermezzo is het nu aan de orde om de cijfers die onze respondenten aan een aantal aspecten van de entree bij SOZawe hebben toegekend, door te nemen. Waar kunnen we op basis van die becijfering informatie putten voor de verdere gang van zaken en verbetering daarvan bij SOZawe?

Laten we beginnen met heel droog de gemiddelde cijfers voor de zeven onderdelen voor te leggen. Dit doen we echter niet zonder achter dat cijfer te vermelden hoeveel klanten in percentages uitgedrukt het onderdeel met een onvoldoende beoordelen.

Onderstaande tabel biedt ons de resultaten.

Figuur 10.1 waardering in rapportcijfers voor dienstverlening door SOZAWE

Onderwerp	Gemiddeld	percentage onvoldoenden
ontvangst in het DOK	7.04	10%
Ontvangst bij Groningen op de Ladder	6.93	12%
Ontvangst in de Zwarte Doos	6.55	17%
de balie	6.9	13%
het telefonisch contact	6.14	27%
de geschreven teksten van SOZAWE	6.43	21%
de algehele dienstverlening van SOZAWE	6.68	16%

De cijfers gemiddeld geven geen onthutsende nieuwe inzichten na het hiervoor al besprokene. De tevredenheid over de ontvangst op de diverse locaties is in lijn met het beeld dat al naar voren kwam: Het DOK als sympathieke kleinschalige locatie, het Ladderpand waar het functioneel wat beter loopt, maar waar het wat drukker en rommeliger is en de wat killer en zakelijke en grootschaliger ontvangst in de Zwarte Doos.

Gemiddeld komen alle onderdelen van SOZAWE, alsmede de dienstverlening als geheel tot een voldoende beoordeling.

Dat is op zich wellicht prettig voor de dienst, maar op zich niet zo verwonderlijk

Verschillen in beoordeling bij deze beoordeling met een rapportcijfer, worden door het middelen nogal afgevlakt. Daarom is het voor elk onderzoek, waarin men voor dit instrument kiest, van belang om naast het gemiddelde cijfer ook naar de spreiding te kijken.

Om pragmatische redenen is er hier voor gekozen om vooral te kijken naar het aantal onvoldoenden dat werd toegekend en niet zo zeer naar het aantal hoge waarderingen. (al ware het ook interessant om te weten wat klanten juist hoog waarderen) Immers, het is van belang om vooral in beeld te brengen waar verbeteringen het meest aan de orde zijn en mogelijk voor welk soort klanten dat dan vooral geldt.

De aantallen onvoldoende scores liggen bij de Zwarte Doos, de telefonie en de geschreven teksten wat hoger dan voor de andere beoordeelde items.

Verheugend is dat de hal van de Zwarte Doos inmiddels al is verbouwd en juist een aantal elementen die negatief werden beoordeeld daarbij zijn aangepakt. Het zou interessant zijn om de items nu, na de verbouwing van de hal, nog eens aan een aantal respondenten voor te leggen. Ook rond telefonie en de teksten is er beweging

Nadere analyse van de rapportcijfers

Bij nadere beschouwing blijken de cijfers die werden gegeven voor de diverse onderdelen en voor de dienstverlening als geheel goed gefundeerd te zijn. De respondenten hebben bij het bepalen van de score niet zomaar een natte vinger in de lucht gestoken. Zo blijkt er een sterke samenhang te zijn tussen de imagoscores die de dienst krijgt toegekend en het rapportcijfer voor algehele dienstverlening. Deze score baseert zich op vertrouwen in en de professionaliteit van de dienst, de kwaliteit van het product en de service voor de klanten.

Voorts zijn de volgende variabelen te noemen die sterk samenhangen met het gegeven rapportcijfer voor de dienstverlening als geheel:

- het imago als sociaal van de dienst
- begrip en overleg
- de afstemming
- het gevoel van eigenwaarde dat je verliest bij bezoek aan de dienst
- het beeld van SOZawe als vijandelijk
- het hebben van een afgeschreven gevoel
- snel beslissen door de dienst over een aanvraag
- de kwaliteit van de voorlichting
- het al of niet sympathiek zijn van de dienst
- de mening over de beperkte openingstijd
- de ontvangst aan de balie
- de mening over de correctheid van voorlichting aan de balie
- de beoordeling van de spreekkamers
- de ervaring van empathie van de zijde van de dienst (zakelijk en toch menselijk)
- de kwaliteit van het plannen van contacten
- de oprechtheid van medewerkers bij verantwoording van hun vertraging of verhindering
- voldoende beantwoording van telefonische vragen
- het onproblematisch functioneren van de infolijn
- het succes bij het doorverbinden

- de toon van de brieven van de dienst
- de beoordeling met een rapportcijfer van de teksten van SOZawe.

Deze genoemde variabelen zijn allen goede tot zeer goede voorspellers van een positieve algehele beoordeling van de kwaliteit van de dienstverlening bij SOZawe met een cijfer! Er zijn er nog meer, ook op het terrein van sfeer en inrichting, maar deze zijn minder krachtig en opvallend.

11 Suggesties van klanten ter verbetering van de ontvangst

Aan het einde van de vragenlijst was er middels een open vraag ruimte voor de klant om voorstellen of suggesties te doen om de ontvangst door en de contacten met de dienst te verbeteren.

Een dergelijke vraag levert een berg aan informatie die in eerste instantie nogal divers en ongeordend is maar die na ordening en bij nadere beschouwing veel interessante informatie oplevert. Informatie die bepaalde al behandelde items uit het onderzoek illustreert en benadrukt. En die ook nader licht kan doen schijnen op het belang van die items in de ogen van de respondenten. Bovendien kunnen zo mogelijk nog belangrijke zaken aan het licht komen die gemist zouden kunnen zijn in het klantenpanel en/of die niet of onvoldoende in de vragenlijst aan de orde zijn geweest.

Er is een categorie van 32 procent van de klanten die niet met een suggestie komt. Door 417 van de 686 respondenten is bij deze vraag wel iets ingevuld. Onder hen is een aantal respondenten dat met de suggestie komt om door te gaan zoals het gaat.

Maar zeer veel klanten komen desgevraagd met een suggestie om iets te verbeteren. Soms komt men zelfs met meerdere suggesties. Dat leverde intotaal 812 geturfde suggesties ter verbetering op.

De respondenten met een suggestie ter verbetering zijn gelijkmatig verdeeld over de drie vestigingen. Het zijn iets vaker jongeren, het zijn iets vaker vrouwen, het zijn iets vaker klanten met een hogere opleiding en klanten die in Nederland geboren zijn.

Om enige orde te scheppen in de grote hoeveelheid gedane suggesties is allereerst simpelweg door middel van turven geïnventariseerd welke items zoal ter sprake zijn gekomen. Vervolgens is op de ruwe turflijsten enige rubricering toegepast.

Op basis van deze rubricering is een indruk te krijgen van welke categorieën items vaak worden aangedragen en welke minder vaak.

De onderstaande tabel laat zien welk een omvattende lijst met items dit opleverde. Op de lijst is noodzakelijkerwijs enige kwantificering toegepast: Items zijn bijeengevoegd en zijn vervolgens ook nog in bredere categorieën getotaliseerd. Niettemin zijn in deze tabel allereerst de vele items zo oorspronkelijk mogelijk weergegeven om zo tot een brede 'staalkaart van de voorkomende grieven' te komen.

De complimenten die ook werden uitgedeeld in de zin van prima zo, ga zo door en dergelijke zijn eveneens in de tabel opgenomen.

Om de aantallen die de categorisering van de suggesties oplevert een relatief gewicht toe te kennen worden deze scores gewogen op het totale aantal respondenten van 686 wat resulteert in een percentage.

N.B. Men moet hier nu niet de conclusie trekken dat een bepaald percentage van de klanten een suggestie in een bepaalde richting doet en dat dat item kennelijk voor de rest van de klanten dus geen probleem is. De hier weergegeven percentage geven slechts een relatief gewicht aan de categorie die spontaan met een bepaald soort suggestie kwam, ter vergelijking met andere categorieën suggesties. Vatgesteld kan worden dat een item dat hier vaak genoemd wordt kennelijk sterk leeft onder de respondenten. Het kan zijn dat een dergelijk item naar de mening van de klant nog onvoldoende belicht is in de enquête, of dat men het belang van het item voor hem/haar nog eens wil benadrukken.

U kunt in tabel 11.1 kennis nemen van de items die werden genoemd en van de poging van de onderzoekers daar ordening in aan te brengen.

In tabel 11.2 worden vervolgens van de onderscheiden samenvattende rubrieken de totaalscores op een rij gezet.

Figuur 11.1 Open vraag: suggesties voor verbetering van de dienstverlening

Suggesties gerubriceerd	Aantal keren genoemd	Percentage ten opzichte van totaal aantal respondenten
Positief of acoord met stand van zaken		
positief over SOZawe en fenomeen bijstand	10	1.5%
Nee, het is wel goed zo als het is. Mooi zo laten	43	6.3%
blij met beveiliging, compliment voor	2	0.3%
het gebouw, de sfeer daarin, de ontvangstruimtes		
je zit te kijk, in de etalage, moderne schandpaal,	6	0.9%
gebouw is onaardig, kil	2	0.3%
Zwarte Doos opgefokt	1	0.1%
Zwarte Doos verbeteren	1	0.1%
(ex-)verslaafden en zwervers voor deur	2	0.3%
Nare spreekkamers	2	0.3%
DOK is vies	1	0.1%
Bij Ladder te weinig overzicht door infozuilen	1	0.1%
maak ruimtes, gebouw vriendelijker	4	0.6%
gebouw beter aankleden, voorzieningen aanbrengen	2	0.3%
Koffie, thee, chocolademelk	7	1.0%

Maak een speelhoekje	2	0.3%
Modernere	1	0.1%
Maak Ladderhal klantvriendelijker	1	0.1%
zet r planten neer, meer groen	8	1.2%
Maak meer sfeer	1	0.1%
ontvangsthal rustgevender	1	0.1%
rustgevende muziek	1	0.1%
misschien wat nepplantjes en kleedjes op de tafels	1	0.1%
Maak een fontein	1	0.1%
Breng kunst in de ruimte	1	0.1%
laat een videoband spelen	1	0.1%
beelden	1	0.1%
vrolijker, frisser, lichter	2	0.3%
warmere kleuren	7	1.0%
idem specifiek ladder	1	0.1%
bebord de zaak beter	3	0.4%
zorg voor goede stoelen	1	0.1%
stel een gastvrouw aan	1	0.1%
creëer een rookruimte	1	0.1%
empathie, menselijker, minder afstandelijk bureaucratisch		
Wees meer betrokken, toon meer inlevingsvermogen, wees menselijker ook ivm agressie	40	5.8%
Wees klantvriendelijker, -gericht	12	1.7%
toon meer mededogen	1	0.1%
Beter luisteren	19	2.8%
Meer nadenken	2	0.3%
individueel benaderen, meer begrip voor prive-omstandigheden	13	1.9%
behandel mensen persoonlijk, niet als nummer	13	1.9%
Wees persoonlijker, benader klanten individueel	12	1.7%
Wees minder bureaucratisch	12	1.7%
Werk niet met standaard brieven	8	1.2%
gebruik geen/minder ambtelijke, moeilijke taal	8	1.2%
bejegening beter in persoonlijk contact, respect, vriendelijk, eerlijk, in waarde laten		
klant niet vernederen, denigreren, minachten, behandelen als een paria, vanuit superioriteit behandelen, alsof je om een aalmoes komt bedelen	22	3.2%
behandel klanten respectvoller, volwaardiger	15	2.2%
men is wantrouwig, argwanend	5	0.7%
men is arrogant	4	0.6%
men is vooringenomen	3	0.4%
men is laks, ongeïnteresseerd	2	0.3%
grondhouding is negatief, wees stimulerender en positiever	16	2.3%
er zijn bij het personeel vooroordelen over inactiviteit van klant	2	0.3%
men discrimineert, behandelt bepaalde mensen met voor- of afkeur	5	0.7%
laat mensen in waarde	1	0.1%

Wees opener	6	0.9%
Wees vriendelijker	23	3.4%
Wees, maak het gezelliger	3	0.4%
wees minder bot, zakelijk, kil	6	0.9%
wees socialer	1	0.1%
werk niet in sfeer van verhoor	1	0.1%
Men is ongemanierd, onbeleefd in omgangsvormen	13	1.9%
personeel moet eerlijk zijn, liegt	3	0.4%
ik voel me bedreigd	1	0.1%
fouten maken en niet toegeven, arrogantie van macht, onzorgvuldig		
de algehele toonzetting, de grondhouding is er een van jij bent schuldig, verdacht, potentieel fraudeur, onwerkwilbig,	19	2.8%
Men is bij SOZAWE streng voor klant maar niet voor zichzelf en erkent eigen fouten niet of nauwelijks	7	1.0%
Geef fouten to (evt. excuses)	8	1.2%
reageer op klachten	1	0.1%
Wees zorgvuldiger zijn met papieren en post	4	0.6%
brieven toon onvriendelijk en dreigend		
de brieven zijn onvriendelijk	8	1.2%
brieven zijn dreigend van toon, niet altijd dreigen in brieven	12	1.7%
zorgvuldiger zijn en beter communiceren		
afspraken nakomen, zorgvuldiger mee omgaan, op tijd komen	16	2.3%
consulenten beter laten communiceren, systeem ook	22	3.2%
Afdelingen idem	8	1.2%
Met instanties en hulpverlening idem	4	0.6%
beter coördineren klantcontacten, geen parttimers, achterwacht bij telefoon en balie, overdracht afspraken en dergelijk	12	1.7%
Duidelijker en sneller handelen, beter op de hoogte zijn		
een vaste consulent, één duidelijk aanspreekpunt, die ook doorsluist	16	2.3%
Sneller behandelen, afhandelen	20	2.9%
Idem GKB/GZ	2	0.3%
mails beantwoorden	3	0.4%
dossiers lezen	2	0.3%
dossier samen lezen en geregeld opschonen	1	0.1%
openingstijden en bereikbaarheid		
Vaker, beter bereikbaar zijn, meer consulenten beschikbaar	9	1.3%
openingstijden uitbreiden	9	1.3%
balie ook s middags open, oa ivm parttime werkers en mensen met kinderzorg	4	0.6%
waarom zijn er contactpersonen als je ze toch nooit kunt spreken	1	0.1%

Ook goed e-mail contact (beantwoorden !)	2	0.3%
kwaliteit personeel onvoldoende, fouten, onvoldoende eenduidige informatie		
verbeter personeel, incapabel personeel, ongeschikt, ondeskundig personeel, moet professioneler	22	3.2%
Informatie is niet goed, onvolledig, fout, tegenstrijdig	20	2.9%
Men maakt fouten	6	0.9%
slechte berekeningen, foute bedragen	2	0.3%
verwerk doorgegeven veranderingen beter	3	0.4%
(meer) met meer pc's werken	1	0.1%
beveiliging		
minder beveiliging	2	0.3%
doe beveiliging automatisch	1	0.1%
beveiliging schept verkeerde sfeer	3	0.4%
beveiliging onvriendelijk	1	0.1%
beveiliging gaat buiten hun boekje	3	0.4%
geen beveiliging aan balies, dit maakt onprofessionele indruk, is er personeelstekort?	3	0.4%
telefoonproblemen		
telefoonlijn werkt niet goed.	21	3.1%
telefoonlijn: beter personeel nemen	5	0.7%
telefoonlijn / dienst beter en langer bereikbaar maken	15	2.2%
consulenten zijn telefonisch niet/ of slecht bereikbaar	12	1.7%
telefoonlijn onvriendelijk	2	0.3%
telefoonlijn te weinig privacy	1	0.1%
baliecomplimenten		
compliment baliepersoneel	5	0.7%
id Ladder	1	0.1%
id DOK	1	0.1%
balie-ergernis		
rijen / te lang wachten aan balie	3	0.4%
Meer privacy aan de balies	12	1.7%
id. voor DOK	9	1.3%
privacy onder druk		
privacy in t algemeen bewaken (zie ook 12 onder balie-ergernis)	7	1.0%
Meer begrip voor priveleven, minder inmenngen in priveleven	3	0.4%
huisbezoeken zijn een schande	1	0.1%
Maandverklaring		
verwerk veranderingen op MV aangegeven beter	1	0.1%
Schaf MV af	1	0.1%
Maak MV halfjaarlijks	1	0.1%
laat MV inleveren per post	1	0.1%

laat MV verlopen via mail	1	0.1%
zet MV beter in de tijd, qua timing	1	0.1%
uitvoering wet en handhaving inhoudelijk		
honoreer ambitie en werklust meer	5	0.7%
Laat mensen werken voor uitkering	2	0.3%
sparen en spaarzaamheid wordt ontmoedigd door drempels	1	0.1%
Haal mensen (moeders met kind) niet vijf jaar uit het arbeidsproces	1	0.1%
strenger en duidelijker zijn in de handhaving	1	0.1%
Alleen inkomen ondersteunen, meer niet	1	0.1%
Meer ondersteuning, hulp bij zoeken naar werk	8	1.2%
financieel meedenken en begeleiden	1	0.1%
Help uitzietslozen aan werk	1	0.1%
wees soepeler met Bijzondere Bijstand	1	0.1%
ga echt helpen, los problemen op , laat mensen niet weer de straat op gaan	7	1.0%
Laat ouderen met rust	1	0.1%
uitkering op index zetten	1	0.1%
Geld eerlijker verdelen	1	0.1%
Relatie met overige instanties		
De scheiding tussen CWI en SZW is onduidelijk	4	0.6%
SOZawe doet het beter dan CWI	1	0.1%
CWI en SOZawe beter samen/ samenwerken op één adres	4	0.6%
GZ en GKB bij SOZawe in	1	0.1%
Overige		
De Zwarte Doos wint van het DOK	1	0.1%
de site www.werk.nl is slecht	1	0.1%
Maak van SOZawe geen bedrijf	1	0.1%
versterk, betrek de Clientenraad	2	0.3%
overige, moeilijk te rubriceren of triviaal	12	1.7%
Totaal aan geturfd suggesties	812	

Na bestudering van de beide tabellen vallen een aantal zaken op. Dit onderzoek was gericht op de ontvangst bij en de contacten met SOZawe. Daarbij is er veel aandacht voor de gebouwen en de sfeer en aankleding in de ontvangstruimtes.

In de open vraag sluit men maar ten dele aan bij deze 'ruimtelijke' benadering van de relatie tussen SOZawe en zijn klanten.

Opvallend is dat er hier veel meer suggesties komen in de richting van de bejegening en de toonzetting in het contact.

Figuur 11.2 De voornaamste rubrieken verbeteringssuggesties en hun frequentie

Onderwerpen suggesties ter verbetering gegroepeerd naar rubriek	Percentage
positief of akkoord met stand van zaken (oa balie en beveiliging)	8.0%
Toon meer empathie, wees menselijker, minder afstandelijk, bureaucratisch	20.4%
bejegening slecht in persoonlijk contact, toon meer respect, wees vriendelijk, eerlijk,	19.2%
het gebouw, de sfeer daarin, de ontvangstruimtes	9.5%
zorgvuldiger zijn en beter communiceren	9.0%
Telefoonproblemen	8.2%
kwaliteit personeel onvoldoende, fouten, onvoldoende eenduidige informatie	7.9%
duidelijker en sneller handelen, beter op de hoogte zijn van situatie klant,dossier en	6.4%
Als men fouten maakt die toegeven, let op arrogantie van macht, beperk onzorgvuldigheid	5.7%
uitvoering wet en handhaving inhoudelijk	4,7%
openingstijden en bereikbaarheid	3.6%
balie-ergernissen	3.5%
privacy onder druk	3.4%
brieven toon onvriendelijk en dreigend	2.9%
Bezwaren bij beveiliging/bewakingsbeambten	1.9%
veranderingen aan Maandverklaring	0.9%

Allerlei items zijn al eerder aan de orde geweest. De voornaamste behoefte die naar voren komt is echter duidelijk. Het gebouw en de fysieke aspecten van de ontvangst blijken zeker van belang, maar de intentie waarmee men vanuit de dienst met de klant omgaat en de sfeer waarin de dienstverlening worden ingevuld wordt door veel meer respondenten kennelijk van groot (groter?) belang geacht.

Er zijn ergernissen over de balie, over de bereikbaarheid van afdelingen, over het functioneren van de telefoon etcetera, etcetera maar de suggestie die hier overweegt is: Behandel mij als klant menselijk en respectvol, houd rekening met mijn persoonlijke situatie en bejegen mij zoals je zelf bejegend zou willen worden, als je onverhoeds in het zelfde schuifje mocht komen te zitten.

In het klantenpanel vertolkte een mevrouw haar gevoelens als volgt:

'Maar ja, wat ik zelf vind is dat het allemaal zo eh, zo op één hoop gegooid is. Alles wat hier binnenkomt, wat voor achtergrond je hebt, het maakt allemaal niks uit. Het is zo'n eh ja zo'n massaal en... ja zo'n massa-gebeuren. En ik denk dat daar.. Ik vind dat heel vaak daar geen rekening wordt gehouden met mensen wat voor achtergrond ze hebben, Eh, persoonlijk, eh daarom vroeg ik net ook: Waar staat Sociale voor? En eh, ja, dat herken ik helemaal niet meer. Ja ik vind dit eh, ja een heel eh . Eigenlijk een beetje vijandig iets.'

Samenvattend zou men kunnen stellen dat de respondenten niet in de eerste plaats om een andere uitvoering van de dienstverlening vragen, maar vooral om een andere basishouding van waaruit de relatie tussen klant en dienst bij die uitvoering gestalte krijgt.

Attitude en houding van personeel en dienst lijken voor veel klanten in directe zin, in hun contacten met de dienst, van groter belang voor hun oordeel over de dienstverlening dan de vormgeving van de gebouwen en ontvangstruimten, de organisatie en de interpretatie van regelingen.

