

InterCity Consultancy
Postbus 10128
7301 GC Apeldoorn
T: (055) 577 43 33
F: (055) 578 97 09
info@intercity.nl

Onderzoeksrapportage
'Webmonitor ziekenhuizen 2007'

Inhoudsopgave

Voorwoord

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 1. De familie Welzijn | pagina 4 |
| 2. Opbouw onderzoek | pagina 5 |
| 3. Gebruikersvriendelijkheid | pagina 6 |
| 4. Interactie | pagina 10 |
| 5. Transparantie websites | pagina 12 |
| 6. Conclusies | pagina 13 |
| 7. Afsluiting | pagina 14 |

Bijlagen:

- | | |
|------------------------------|-----------|
| 1. Top 10 | pagina 16 |
| 2. Opbouw van de vragenlijst | pagina 17 |
| 3. Puntentelling | pagina 18 |
| 4. Toelichting vragenlijst | pagina 19 |

Voorwoord

Internet is een belangrijk medium voor consumenten, bedrijven en (semi-)overheden. Vooral het aspect elektronische dienstverlening speelt steeds meer een cruciale rol en dat zal in de toekomst alleen maar toenemen. Wat opvalt is dat veel onderzoeken naar de elektronische dienstverlening en internet worden gehouden onder bedrijven en overheidsinstanties. Zo heeft InterCity Consultancy in het verleden ook onderzoeken gehouden naar het internet en de elektronische dienstverlening, maar dan voornamelijk onder gemeenten.

Door onze contacten binnen de zorgsector ontstond bij ons de vraag hoe het gesteld is met de elektronische dienstverlening binnen deze sector en dan met name binnen de ziekenhuizen. Recentelijk hebben Elsevier en het Algemeen Dagblad een onderzoek gedaan naar de algemene ontwikkelingen van ziekenhuizen, maar wat hierbij direct opviel was dat in beide onderzoeken de elektronische dienstverlening niet centraal stond. En juist in de zorgsector is die elektronische dienstverlening via internet van groot belang.

Digitale webmonitor

InterCity Consultancy heeft daarom een digitale webmonitor ontwikkeld waarin alle ziekenhuizen in Nederland jaarlijks worden beoordeeld op hun internetontwikkelingen en met name de elektronische dienstverlening. Tijdens het onderzoek is puur gekeken vanuit de positie van een bezoeker van de website. Deze punten zijn onderverdeeld in drie onderdelen, namelijk de gebruikersvriendelijkheid, interactie en transparantie. De beoordeling zelf vond plaats aan de hand van een online elektronische vragenlijst. Het belang van een kwalitatief goede website en een goede dienstverlening is voor een ziekenhuis essentieel, aangezien een ziekenhuis adviseert en informeert over belangrijke zaken op het gebied van gezondheid en welzijn.

In het onderzoek zijn de websites van 95 algemene en academische ziekenhuizen onder de loep genomen en op diverse punten beoordeeld. Buitenpoliklinieken zijn in eerste instantie buiten beschouwing gelaten. Via de website www.atlas.nl is een database opgevraagd met daarin alle ziekenhuizen in Nederland. De gegevens in deze database zijn recent en zijn op 31 mei 2007 voor het laatst aangepast. Vanuit deze database hebben we de websites van de 95 academische en algemene ziekenhuizen opgevraagd.

Rapportage

De belangrijkste resultaten en beoordelingen die uit de digitale webmonitor naar voren kwamen zijn verwerkt in bijgaande rapportage. We kunnen u alvast verklappen dat de website van de Isala-klinieken dit jaar als beste naar voren is gekomen in het onderzoek. De ranglijst en de beoordeling is te vinden op www.webmonitor.nu.

Dit onderzoek wordt ieder jaar herhaald en de vragenlijst zal ook meegaan in de ontwikkelingen van de elektronische dienstverlening. Dit onderzoek zal uiteindelijk een leidraad zijn voor de ziekenhuizen om hun website naar een nog hoger niveau te tillen.

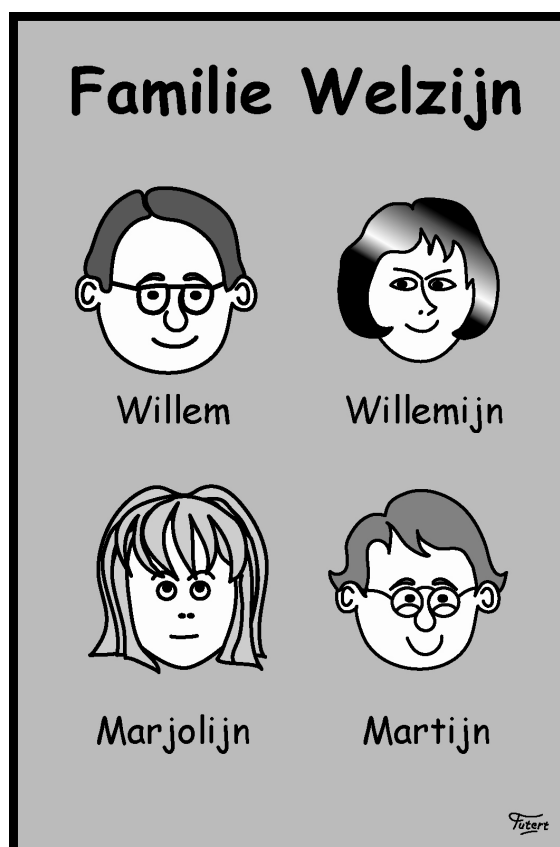
Voor advies en aanbevelingen over uw website zijn wij altijd te bereiken. Telefonisch op nummer (055) 577 43 33 en via de e-mail info@intercity.nl. Reacties, onduidelijkheden met betrekking tot het rapport, de online monitor of algemene verbeterpunten vernemen wij ook graag van u.

1. De familie Welzijn

De familie Welzijn neemt u bij de hand in bijgaande rapportage en geeft u een goed inzicht in de resultaten van het onderzoek. Zoon Martijn moet binnenkort geholpen worden aan zijn keelamandelen. Voor Martijn en zijn ouders is dit erg spannend. Voordat daadwerkelijk de amandelen eruit gehaald worden moet eerst nog het een en ander worden geregeld. De familie wil vooraf goed geïnformeerd zijn en advies inwinnen en besluit om allereerst de website van het ziekenhuis te raadplegen.

Welke stappen de familie Welzijn vervolgens onderneemt zijn in dit rapport beschreven. Telkens is een koppeling gemaakt met de resultaten van het webmonitoronderzoek. De familie Welzijn scheidt u een beeld van hoe het er in werkelijkheid aan toe kan gaan.

De familie Welzijn bestaat uit Willem en Willemijn Welzijn en hun twee kinderen Marjolijn en Martijn Welzijn. Familie Welzijn is een doorsnee familie, die in een rijtjeshuis wonen net buiten de stad. Familie Welzijn maakt veel gebruik van het internet. Willem en Willemijn gebruiken internet om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws en trends. De kinderen gebruiken internet voor school en ontspanning.



2. Opbouw onderzoek

Tijdens het onderzoek heeft de beoordeling plaatsgevonden vanuit de positie van een bezoeker van de website. De punten waarop de 95 websites van ziekenhuizen zijn beoordeeld zijn onderverdeeld in de onderdelen gebruikersvriendelijkheid, interactie en transparantie. Deze onderdelen worden hieronder nader toegelicht.

2.1 Gebruikersvriendelijkheid

Willem, Willemijn en Martijn Welzijn gaan samen via de website van het ziekenhuis op zoek naar de benodigde informatie. Voor de familie is het belangrijk om op de hoogte te zijn van alle informatie omtrent de behandeling die Martijn ondergaat. Via de website van het ziekenhuis hopen zij deze informatie eenvoudig en snel te kunnen vinden.

Bij het onderdeel gebruikersvriendelijkheid zijn de websites getoetst aan de hand van diverse vragen. Kunnen de bezoekers van de website eenvoudig de benodigde informatie vinden? Heeft het ziekenhuis onder andere rekening gehouden met slechtziende bezoekers? Welk ziekenhuis heeft rekening gehouden met een juiste doelgroepindeling? Het is dus van belang dat de bezoekers van de website snel en eenvoudig informatie op de website kunnen vinden.

2.2 Interactie

Nadat Martijn Welzijn door zijn huisarts is doorverwezen naar het ziekenhuis moet er nog wel een afspraak in het ziekenhuis gemaakt worden. Via de website van het ziekenhuis kunnen de ouders van Martijn online een afspraak maken. Zij kunnen nu zelf bepalen voor wanneer de afspraak wordt gemaakt.

Het maken van een online afspraak via de website is een belangrijke functie voor ziekenhuizen. Door het aanbieden van deze functie neemt de druk op andere communicatiemiddelen af. Denk hierbij aan contact via de telefoon en e-mail. Bij dit onderdeel is uitgebreid beschreven welke vormen van interactie zijn onderzocht.

2.3 Transparantie

Familie Welzijn is nieuwsgierig naar hoe het ziekenhuis scoort op kwaliteit. Welke acties onderneemt het ziekenhuis om de kwaliteit van het ziekenhuis te verhogen? Met behulp van online beschikbare verslagen en onderzoeken kan de familie inzicht krijgen in de kwaliteit van de dienstverlening in het ziekenhuis. Dit draagt bij aan het vertrouwen van de familie Welzijn in het ziekenhuis.

Het publiceren van gegevens geeft de transparantie van het ziekenhuis weer naar haar bezoekers. Bij dit onderdeel is gekeken hoe de ziekenhuizen haar gegevens publiceren. Zijn deze beschikbaar en hoe staat het digitaal weergegeven op de website.

3. Gebruikersvriendelijkheid

Martijn Welzijn is doorverwezen naar het ziekenhuis waar zijn keelamandelen worden verwijderd. De familie Welzijn kijkt eerst op de website van het ziekenhuis voor algemene informatie. Zo vraagt de familie zich af waar ze zich moeten melden op de betreffende dag en waar de KNO- afdeling in het ziekenhuis zit. Vader Welzijn besluit de website van het ziekenhuis te bezoeken. Dat hij slechtziend is vormt geen enkel probleem aangezien het lettertype op de website kan worden aangepast. Tevens is er een readspeaker aanwezig die de informatie voorleest zodat de familie gezamenlijk naar de informatie kan luisteren.

Naast de informatie ziet vader Welzijn ook dat de website een speciale deelsite voor kinderen en jongeren heeft. Hier staat veel informatie over het verwijderen van de keelamandelen. Zo wordt antwoord gegeven op veelgestelde vragen, zoals 'Waar moeten we aan denken voordat we het ziekenhuis bezoeken en wat voor kleding moeten we meenemen'? Tevens staan er leuke foto's, kleurplaten en puzzels op de website en is rekening gehouden met kinderen die niet kunnen lezen of slechtziend zijn. Ook die informatie is weer beschikbaar via de readspeaker.



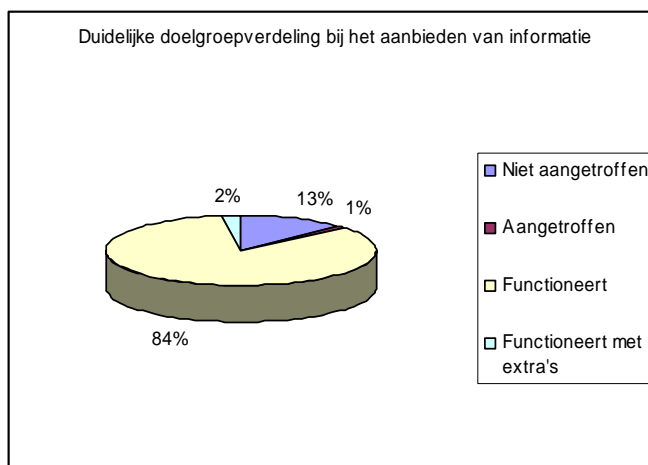
3.1 Algemeen

Een gebruikersvriendelijke website biedt bezoekers de mogelijkheid om snel en eenvoudig de juiste informatie te vinden. Het voordeel hiervan is dat de druk op andere communicatiemiddelen afneemt, zoals de telefoon en e-mail. Tevens is de toegankelijkheid van de website van groot belang bij een gebruikersvriendelijke website. Een aantal aandachtspunten:

- Zorg voor een duidelijke doelgroepindeling.
- Pas de website ook aan op slechtzienden.
- Zorg voor pagina's in een andere taal.
- Verschillende mogelijkheden om contact op te nemen met het ziekenhuis.
- Aanwezigheid van een zoekmachine.

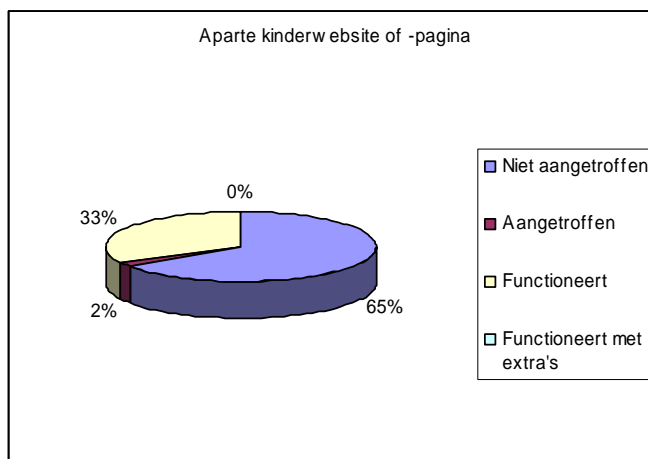
3.2 Doelgroepindeling

Tijdens het onderzoek is gebleken dat 84% van de 95 unieke websites een duidelijke doelgroepindeling heeft bij het aanbieden van informatie op de website. Zo wordt onderscheid gemaakt tussen patiënten, bezoekers, medewerkers van het ziekenhuis en externe specialisten (zoals huisartsen). Door de website duidelijk en overzichtelijk in te delen aan de hand van doelgroepen, kunnen bezoekers van de website eenvoudig en snel hun informatie vinden.



3.3 Kinderen, een doelgroep apart

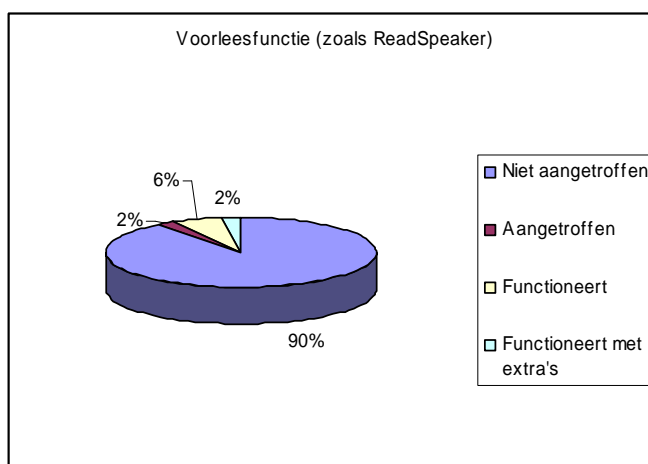
Tijdens het onderzoek is extra aandacht besteed aan de doelgroep kinderen. Kinderen zoeken namelijk op een andere en vaak speelse wijze informatie. Uit het onderzoek is gebleken dat 31 websites rekening hebben gehouden met kinderen door een apart deel voor de kinderen in te richten. Meer dan de helft van de ziekenhuizen heeft geen rekening gehouden met kinderen die de website bezoeken.



Op een kinderpagina of kinderwebsite hebben kinderen de mogelijkheid om op een interactieve wijze informatie te vinden, als zij naar het ziekenhuis gaan. Door het op een leuke wijze aanbieden van informatie verlaag je de drempel voor kinderen om zelf op zoek te gaan naar informatie.

3.4. Toegankelijkheid

In het onderzoek is de toegankelijkheid van de website voor slechtzienden en bezoekers die een andere taal spreken ook meegenomen. Voor slechtzienden is daarbij gekeken of de website de mogelijkheid biedt om het lettertype te vergroten. Hierbij is extra aandacht besteed aan het nog steeds functioneren van de website in grotere lettertypen. Bijna alle ziekenhuizen zijn goed toegankelijk voor slechtzienden en dus ook voor vader Welzijn. Sommige ziekenhuizen geven op de website aan dat ze beoordeeld zijn door www.drempelvrij.nl en het keurmerk hebben meegekregen. Bij slechts een paar ziekenhuizen zijn pagina's in een buitenlandse taal aanwezig.



Readspeaker

Ook is gekeken naar de eventuele aanwezigheid van een readspeaker (een readspeaker leest de tekst op de website voor). Slechts 6% van de 95 beoordeelde websites hebben een readspeaker.



3.5. Contactmogelijkheden

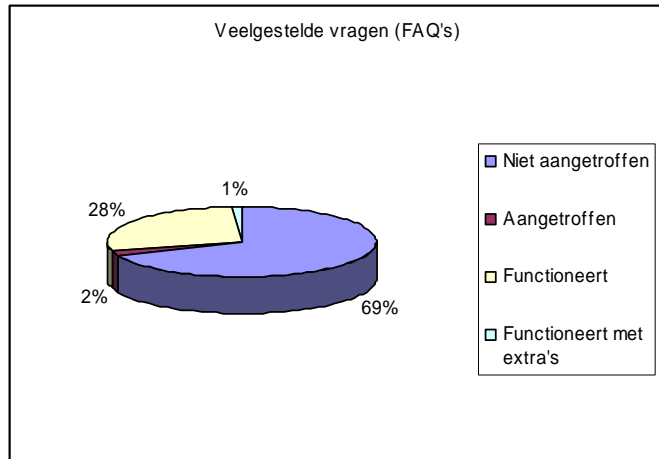
Met behulp van multichanneling kunnen bezoekers van het ziekenhuis zelf de keuze maken op welke wijze zij contact opnemen met het ziekenhuis. Dit kan via de telefoon, e-mail, post of via een algemeen vragenformulier op de website. Uit het onderzoek is gebleken dat 34% van de onderzochte websites een online formulier aanbiedt om algemene vragen te stellen. Het aanbieden van een formulier vereenvoudigt de wijze waarop de bezoeker algemene informatie kan opvragen. De bezoeker blijft op de website van het ziekenhuis en wordt niet eerst verwezen naar bijvoorbeeld Microsoft Outlook.

3.6. Algemene onderdelen

In het onderzoek zijn ook algemene onderdelen meegenomen om het zoeken naar informatie te vereenvoudigen. Een aantal onderdelen hierbij zijn zoekmachines, sitemap, kruimelpad of een andere positiebepaling en de veelgestelde vragen.

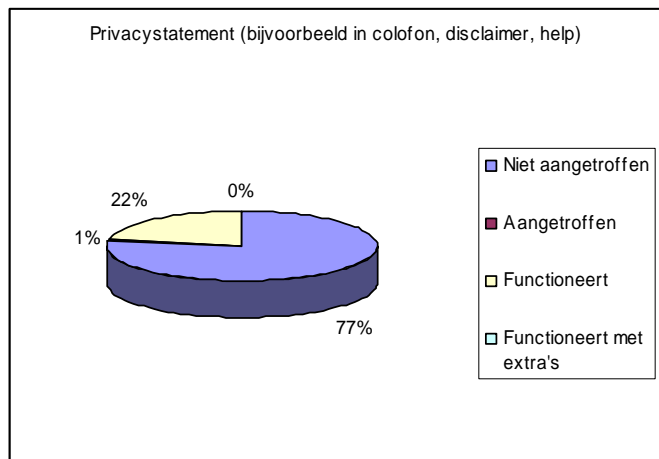
Veelgestelde vragen

Van de onderzochte websites van ziekenhuizen heeft meer dan de helft (66 websites) niet een aparte rubriek met veelgestelde vragen.



Privacystatement

Uit het onderzoek is duidelijk naar voren gekomen dat slechts 22% van de 95 websites een privacystatement op de website heeft staan. Deze websites beschrijven duidelijk voor de bezoeker van de website wat er met hun gegevens gebeurt die zij online verstrekken.



4. Interactie

Voordat Martijn in het ziekenhuis wordt geholpen, moeten zijn ouders eerst een afspraak voor hem maken. Dit kunnen zij zeer eenvoudig doen via de website van het ziekenhuis. Via het onlineformulier geeft de familie de benodigde gegevens door, zoals naam, huisarts, datum en waar Martijn voor is ingeënt. Als de afspraak online is gemaakt ontvangt de familie via de e-mail een bevestiging van de gemaakte afspraak. Via de website van het ziekenhuis vindt de familie Welzijn een interessant filmpje over het verwijderen van de keelamandelen. Met behulp van dit filmpje kunnen zij precies zien wat de behandeling inhoudt.

4.1 Algemeen

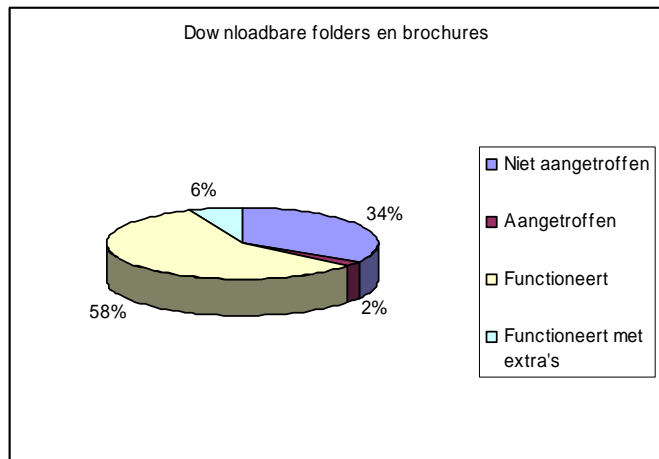
Een interactieve website zorgt ervoor dat bezoekers worden betrokken bij diverse zaken omtrent het ziekenhuis. Hierbij kun je denken aan het zelfstandig afhandelen van een klacht of het maken van een online afspraak. Tevens biedt een interactieve website de mogelijkheid om filmpjes of folders te downloaden voor extra informatie over het ziekenhuis of een behandeling. Sommige ziekenhuizen bieden de mogelijkheid om e-cards te versturen.

4.2 Downloaden folders

Uit het onderzoek is gebleken dat 57% van de ziekenhuizen de mogelijkheid biedt om folders te downloaden vanaf de website.

4.3 Extranet

Door het aanbieden van een extranet via de website van het ziekenhuis, kunnen medewerkers van het ziekenhuis altijd interne informatie opvragen. Op deze wijze zijn werknemers flexibel in het raadplegen van gewenste informatie, die zij bijvoorbeeld nodig hebben voor een behandeling of patiënt. Uit het onderzoek blijkt dat 29% van de onderzochte websites deze mogelijkheid voor de medewerkers via de website aanbiedt.



4.4 Formulieren

Het aanbieden van digitale formulieren op de website heeft als voordeel dat de bezoeker eenvoudig een klacht, suggestie of idee kan doorgeven.

Klacht- en suggestieformulier

Een digitaal klachtenformulier is bij 32 websites aanwezig. Een aantal van deze ziekenhuizen maakt ook gebruik van een digitaal suggestieformulier (28%).

4.5 Online afspraken maken

Door het aanbieden van de functie online afspraak maken kunnen patiënten zelf en wanneer het hun uitkomt een afspraak maken. 21% van de websites biedt deze functie. Het overgrote deel heeft deze functie nog niet.

4.6 Webcam en videofragmenten

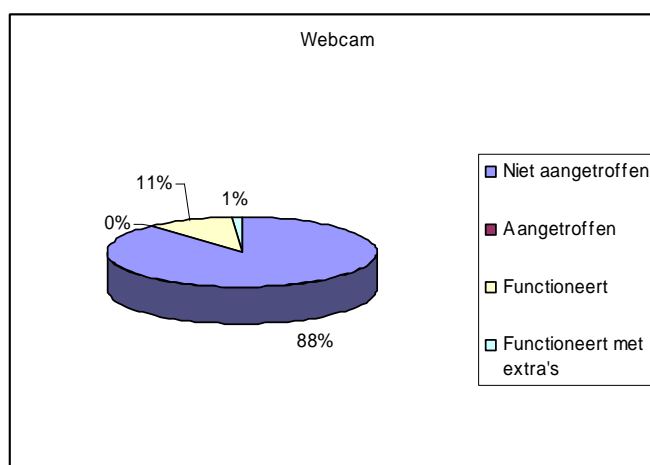
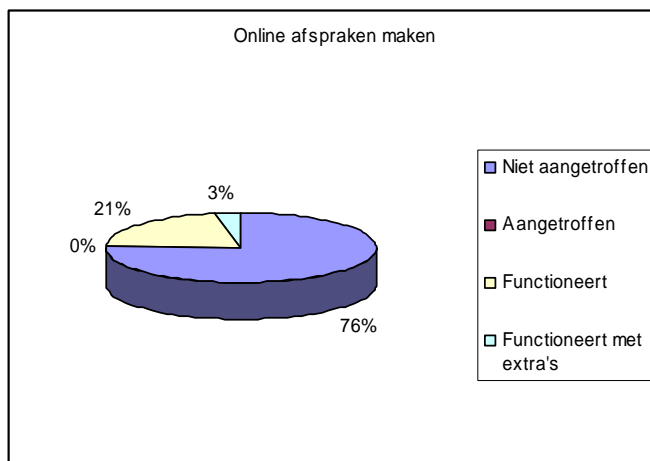
Door het aanbieden van bewegend beeldmateriaal wordt het overbrengen van informatie een stuk eenvoudiger doordat de informatiedichtheid hoger ligt dan bij geschreven tekst.

Webcam

Een unieke vorm van een communicatiemiddel is de webcam. Op tien websites wordt de webcam gebruikt als babycam. Met behulp van een inlogcode kunnen ouders hun pasgeboren kind 24 uur per dag bekijken.

Videofragmenten

Maar 12% (11 websites) biedt videofragmenten aan via de website.



5. Transparantie websites

De grote dag is aangebroken en de familie Welzijn gaat naar de KNO- afdeling in het ziekenhuis. Moeder Welzijn heeft de vorige avond nog op de website gekeken of er publicaties over de kwaliteit van de dienstverlening in het ziekenhuis beschikbaar waren. Ook zocht ze naar videofragmenten van een operatie waarbij keelamandelen verwijderd worden. Weliswaar geen videofragmenten gevonden, maar wel diverse verslagen met betrekking tot de kwaliteit van het ziekenhuis. Moeder Welzijn is gerustgesteld.

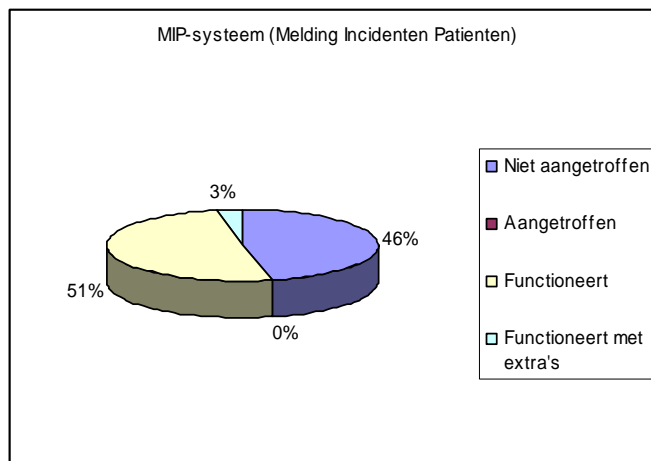
5.1 Algemeen

Bij het onderdeel transparantie is gekeken naar wat het ziekenhuis aan documenten aanbiedt op de website. Met name is gekeken naar kwaliteitspublicaties en de mogelijkheden die een patiënt heeft om zijn medisch dossier in te zien via de website.

5.2 Kwaliteit

Kwaliteit bij ziekenhuizen is van groot belang. Tijdens het onderzoek is onderzocht wat de ziekenhuizen aan kwaliteitsverbetering doen en wat gepubliceerd wordt. Bij het beoordelen van dit onderdeel is onder andere gekeken naar het vermelden van een klanttevredenheidsonderzoek, behalve NIAZ accreditatie en het MIP systeem. Het Melding Incidenten Patiënten systeem (MIP-systeem) is belangrijk voor de patiënten om te kunnen inzien dat het ziekenhuis serieus omgaat met interne incidenten.

Uit het onderzoek is gebleken dat de helft van de unieke websites die functie aanbieden.



6. Conclusies

Het merendeel van de ziekenhuizen houdt rekening met haar verschillende doelgroepen en zet dit ook duidelijk uiteen op de site. De doelgroep kinderen blijft jammer genoeg achter op de website van de meeste ziekenhuizen en wordt meestal niet als doelgroep gespecificeerd. Toch zijn kinderen in onze ogen ook een belangrijke doelgroep. Kinderen zoeken weliswaar informatie op speelse wijze, maar zijn tegenwoordig geen onbekende met het internet. Eigenlijk moeten alle ziekenhuizen die in dit onderzoek zijn meegenomen een deel van de website of een aparte website hebben ingericht voor kinderen.

Met de toegankelijkheid van de website voor slechtzienden is het grotendeels in orde. Bij alle websites is het mogelijk om het lettertype te vergroten, zodat de tekst beter leesbaar is. Echter, wat wel ontbreekt bij de meerderheid van de websites is de readspeaker. De readspeaker maakt het voor slechtzienden nog eenvoudiger om informatie tot zich te nemen. Dit is voor jonge kinderen ook zeer eenvoudig. Zij kunnen dan alles begrijpen wat op de website te vinden is. Het zou mooi zijn als meer ziekenhuizen een readspeaker aanschaffen voor op de website. De kosten voor het aanschaffen van een readspeaker zijn relatief laag en eenvoudig te integreren in de website.

Ziekenhuizen zijn in ontwikkeling op het gebied van digitalisering van patiëntgegevens. Aan de digitalisering van de consulentendiensten en het weergeven van de digitale dossiers van de patiënten ontbreekt het bij bijna alle ziekenhuizen. Bijvoorbeeld een patiënt die slecht ter been is moet de mogelijkheid hebben om de benodigde informatie ook thuis op te vragen. Door het aanbieden van deze mogelijkheden kan de dienstverlening naar de patiënten bevordert worden en kan de elektronische dienstverlening beter ingezet worden. Maar één ziekenhuis voldeed hieraan.

Het downloaden van folders, brochures en het versturen van e-cards verschijnt steeds vaker. Videofragmenten komen in beperkte mate voor en de webcam functionaliteiten in het ziekenhuis nemen toe.

Doorgeven van klachten en suggesties via de website is bij een beperkt aantal ziekenhuizen mogelijk. Juist door het aanbieden van deze formulieren verlaag je voor bezoekers van het ziekenhuis de drempel om klachten en suggesties over het ziekenhuis door te geven. Hiermee verhoog je de betrokkenheid van bezoekers.

Veelgestelde vragen op de website zijn bij meer dan de helft van de ziekenhuizen niet terug te vinden. Door het publiceren van veelgestelde vragen hoeven bezoekers niet gelijk meer contact op te nemen met het ziekenhuis. Zij kunnen zelfstandig het antwoord op hun vraag vinden.

Het voordeel van digitale dienstverlening is dat bezoekers van de website zelfstandig zaken kunnen afhandelen. Een belangrijk onderdeel hiervan is het online afspraken maken. Met deze functionaliteit kunnen bezoekers van de website een afspraak maken met een afdeling van het ziekenhuis wanneer het ze uitkomt. Als ziekenhuis ben je hierdoor niet alleen flexibel, maar ook klantgericht.

7. Afsluiting

Het was allemaal even spannend, maar Martijn heeft het naar zijn zin gehad in het ziekenhuis. Zijn keelamandelen zijn verwijderd en achteraf viel het allemaal best wel mee doordat ze vooraf goed geïnformeerd waren. Moeder Welzijn had ook het volle vertrouwen in het ziekenhuis doordat zij op de website diverse verslagen over de kwaliteit van het ziekenhuis had gelezen. Martijn weet in ieder geval dat hij zich de volgende keer geen zorgen hoeft te maken als hij naar het ziekenhuis moet. Zijn zus Marjolijn heeft hem nog een leuke ballon gegeven. Met een lekker ijsje in zijn hand verlaat Martijn het ziekenhuis en gaat met de familie weer naar huis.



Bijlagen 'Webmonitor ziekenhuizen 2007'



1. Top 10

De volledige ranglijst en de beoordeling is te vinden op www.webmonitor.nu.

| Notering | Naam | Score |
|-----------------|--|--------------|
| 1 | Isala Klinieken | 151 |
| 2 | Onze Lieve Vrouwe Gasthuis | 149 |
| 3 | Medisch Centrum Haaglanden | 147 |
| 4 | St. Franciscus Gasthuis | 147 |
| 5 | 't Lange Land Ziekenhuis | 137 |
| 6 | Universitair Medisch Centrum Groningen | 135 |
| 7 | Alysis Zorggroep | 132 |
| 8 | Universitair Medisch Centrum Utrecht | 131 |
| 9 | IJsselland Ziekenhuis | 130 |
| 10 | Martini Ziekenhuis | 129 |

2. Opbouw van de vragenlijst

De vragenlijst bestaat uit drie onderdelen, namelijk gebruikersvriendelijkheid, interactie en transparantie. Aan de hand van deze onderdelen is de digitale dienstverlening van de websites onderzocht.

Gebruikersvriendelijkheid

De vragen over gebruikersvriendelijkheid toetsen de standaard onderdelen van een website. Op welke wijze kan men contact opnemen met het ziekenhuis? Is er rekening gehouden met bezoekers die slechtziend of slechthorend zijn? of een andere taal spreken? Is er een duidelijke doelgroepindeling op de website aanwezig?

Een gebruikersvriendelijke website biedt voor de bezoeker een aantal voordelen, namelijk¹:

- Bezoekers begrijpen de website sneller en bereiken eerder hun doelen;
- Bezoekers ervaren het bezoek als prettig, komen eerder terug en raden de website aan anderen aan;
- Bezoekers ontwikkelen vertrouwen in de website en het ziekenhuis;
- Bezoekers kunnen zonder hulp (telefonisch of e-mail) zaken op de website afhandelen.

Interactie

Het onderdeel interactie toetst de interactieve mogelijkheden van de website.

Interactie op een website biedt voor de bezoeker de volgende voordelen:

- Bezoekers kunnen snel informatie opnemen door het gebruik van beeldmateriaal op de website;
- Er is een hogere attentiewaarden bij bezoekers.

Transparantie

Bij het onderdeel transparantie is er gekeken wat het ziekenhuis aan documenten aanbiedt op de website. Er is met name gekeken naar kwaliteitspublicaties en de mogelijkheid die een patiënt heeft om zijn medische gegevens in te zien via de website.

¹ Bron: www.usabilityweb.nl

3. Puntentelling

De websites van de ziekenhuizen zijn beoordeeld aan de hand van zorgvuldig opgestelde vragen. De weging die een vraag meekrijgt heeft te maken met het onderscheidende vermogen van deze vraag. Het biedt de website van het ziekenhuis een extra functionaliteit.

Per vraag zijn vier mogelijkheden om te antwoorden, namelijk:

1. Niet aangetroffen
2. Aangetroffen
3. Functioneert
4. Functioneert met extra's

Betekenis antwoorden

1. Niet aangetroffen: geeft aan dat een functionaliteit niet op de website beschikbaar is.
2. Aangetroffen: geeft aan dat de functionaliteit wel op de website zichtbaar is, maar niet functioneert. Hierbij kan gedacht worden aan een niet werkende zoekmachine.
3. Functioneert: de functionaliteit is aangetroffen en functioneert op de website.
4. Functioneert met extra's: de functionaliteit heeft een extra toegevoegde waarde. Denk hierbij aan het uploaden van een CV bij het aanbieden van een online sollicitatieformulier.

De antwoorden geven de volgende logische puntentelling, antwoord 1 = 1 punt, antwoord 2 = 2 punten, antwoord 3 = 3 punten en antwoord 4 = 4 punten. Deze punten worden vermenigvuldigd met de wegingsfactor. Op deze wijze komen de websites aan hun punten. De website met de meeste punten is uiteindelijk de website met de beste digitale dienstverlening!

Schema maximaal te behalen punten:

| Onderdeel | Aantal vragen | Max. behalen punten |
|----------------------------------|---------------|---------------------|
| <i>Gebruikersvriendelijkheid</i> | 19 | 116 |
| <i>Interactie</i> | 11 | 100 |
| <i>Transparantie</i> | 6 | 56 |
| Totaal | 36 | 272 |

4. Toelichting vragenlijst

Gebruikersvriendelijkheid

| Nr. | Toelichting | Wegingsfactor |
|------------|--|----------------------|
| 1 | <i>Duidelijke doelgroepverdeling bij het aanbieden van informatie</i> Bij deze vraag gaat het niet om onderwerp indeling, maar specifieke weergave van doelgroepen. Is er rekening gehouden met relevante informatieweergave per doelgroep? | 1 |
| 1a | <i>Aparte kinderwebsite of -pagina</i> Is een aparte kinderwebsite of -pagina beschikbaar die aangepast is aan kinderen? De kinderwebsite of -pagina is volledig op kinderen ingericht, zodat hij of zij op een interactieve, eenvoudige en leuke wijze informatie kan vinden die voor hem of haar relevant is. | 3 |
| 2a | <i>Zoeken via Google-link</i> Kunnen bezoekers van de website interne en externe zoekresultaten opvragen? Op deze wijze vergroot je de zoekmogelijkheden van de bezoeker op de website. | 1 |
| 2b | <i>Eenvoudig (enkelvoudig) zoeken via interne zoekmachine</i> Is het mogelijk om via een eenvoudige zoekmachine relevante informatie op de website te vinden? Hierbij is gelet op de relevantie van het zoekresultaat. Krijg je als bezoeker de juiste informatie die is weergegeven in de zoekresultaten? | 1 |
| 2c | <i>Geavanceerd(er) zoeken via interne zoekmachine (filters, 'verfijnen zoekopdracht' etc.)</i> Is het mogelijk om via een geavanceerde zoekmachine relevante informatie op de website te vinden? Met het verfijnen van de zoekopdracht kunnen de bezoekers van de website gericht zoeken naar relevante informatie. | 1 |
| 2d | <i>Sitemap</i> Met behulp van de sitemap kunnen de bezoekers van de website in één oogopslag de beschikbare onderwerpen overzichtelijk zien. Hierdoor hoeft de bezoeker van de website niet te zoeken naar informatie. | 1 |
| 2e | <i>Trefwoorden/A-Z lijst</i> Met behulp van trefwoorden/ A-Z lijst vereenvoudig je voor de bezoeker het vinden van informatie, door het bijvoorbeeld alfabetisch weergeven van de verschillende onderwerpen op de site. Dit kan verschillen van specialismen tot behandelingen. | 1 |
| 2f | <i>Broodkruimelpad of andere positiebepaling</i> Met behulp van een broodkruimelpad of een andere positiebepaling laat je de bezoeker zien welke 'weg' zij hebben gevolgd om tot de desbetreffende informatie te komen. Ook kan men hierdoor eenvoudig een stap terug klikken en hoeft men niet weer de website te doorzoeken naar diverse onderwerpen. | 1 |

| | | |
|----|---|---|
| 3 | <i>Veelgestelde vragen (FAQ's)</i> Bij veelgestelde vragen komen vaak meest gevraagde onderwerpen naar voren. Op deze wijze kunnen bezoekers van de website eenvoudig en snel informatie vinden. | 1 |
| 4 | <i>Privacystatement (bijvoorbeeld in colofon, disclaimer, help)</i> Met behulp van een privacystatement informeer je de bezoekers van de website hoe het ziekenhuis omgaat met de (persoonlijke) gegevens die worden verstrekt/uitgewisseld via de website. | 1 |
| 5 | <i>Informatie/pagina's in buitenlandse taal</i> Biedt de website de mogelijkheid om informatie te vinden voor mensen die geen Nederlands spreken? Zijn alleen algemene gegevens of ook diverse behandelingen in een andere taal beschikbaar? Onder extra wordt verstaan dat een groot deel, circa 40% van de website, uit pagina's bestaan in een andere taal. | 2 |
| 6a | <i>Schaalbare lettergrootte (uitleg of een speciale knop hiervoor valt onder extra's)</i> Het lettertype vergroten van de website is zeer belangrijk voor slechtziende mensen, zij hebben met deze functionaliteit ook de mogelijkheid om de inhoud te kunnen lezen. Ook is het belangrijk dat de website en buttons blijven werken. | 2 |
| 6b | <i>Voorleesfunctie (zoals ReadSpeaker)</i> Voor slechtziende en blinde mensen is het belangrijk dat de website ook toegankelijk is. Zij moeten informatie kunnen vinden en het moet duidelijk zijn zodat zij zonder drempel en zelfstandig de website kunnen gebruiken. | 3 |
| 7 | <i>Contactgegevens op de homepage</i> Vaak komt het voor dat men snel de contactgegevens zoekt van het desbetreffende ziekenhuis. Door de contactgegevens op de homepage te plaatsen kunnen de bezoekers van de website eenvoudig en snel algemene contactgegevens vinden. Op deze wijze vereenvoudig je de informatieverstrekking voor de bezoekers van de website. | 1 |
| 8a | <i>Contactmogelijkheid via telefoon</i> Via welke communicatiemiddelen kan men contact opnemen met het ziekenhuis? Ook wel multichanneling genoemd. | 1 |
| 8b | <i>Contactmogelijkheid via e-mail</i> Is er een algemeen e-mailadres waar men algemene vragen/opmerkingen naar toe kan mailen. | 1 |
| 8c | <i>Contactmogelijkheid via online formulier</i> Het gemak van een onlineformulier is dat de bezoekers van de website snel en eenvoudig hun vraag/opmerking kunnen plaatsen, zonder dat zij worden doorverwezen naar bijvoorbeeld Outlook. | 3 |

| | | |
|----|--|---|
| 8d | <i>Contactmogelijkheid via sms</i> Via welke communicatiemiddelen kan men contact opnemen met het ziekenhuis? | 2 |
| 8e | <i>Contactmogelijkheid anders</i> Bij dit onderdeel is er gekeken of men via de website direct via 9292ov of via ANWB een routeplanner kan instellen. | 2 |

Interactie

| Nr. | Toelichting | Wegingsfactor |
|------------|--|----------------------|
| 9 | <i>Aanmeldoptie voor een mailinglist of e-mailnieuwsbrief</i> Hebben de bezoekers van de website de mogelijkheid om op de hoogte te blijven van het laatste nieuws, zonder dat zij telkens de website opnieuw moeten bezoeken? Op deze wijze breng je de doelgroepen op de hoogte van het laatste nieuws. Tevens verhoog je de betrokkenheid van je doelgroepen bij het ziekenhuis. | 2 |
| 10 | <i>Downloadbare folders en brochures</i> Kunnen de bezoekers van de website eenvoudig informatie downloaden in de vorm van een folder, zodat zij niet meer naar het ziekenhuis moeten? Het gaat hierbij specifiek om folders en niet om pagina's binnen de website van het ziekenhuis. | 1 |
| 11 | <i>Online discussie</i> Met een online discussie kunnen patiënten en bezoekers met elkaar informatie uitwisselen/discussiëren, het kan hierbij gaan om uiteenlopende onderwerpen. | 1 |
| 12 | <i>Extranet</i> Kunnen medewerkers van het ziekenhuis extern inloggen op de website van het ziekenhuis? Op deze wijze vereenvoudig je de mogelijkheden van het opvragen van interne informatie of e-mail voor de medewerkers van de ziekenhuizen. Voor hen is het belangrijk dat zij relevante interne informatie overal kunnen opvragen. | 2 |
| 13 | <i>Online afspraken maken</i> Met de functionaliteit online afspraken maken, verlaag je de druk op andere communicatiemiddelen waardoor patiënten/bezoekers sneller geholpen kunnen worden. Men hoeft niet meer (lang) te telefoneren om een afspraak te maken. | 4 |
| 14 | <i>Videofragmenten</i> Een beeld zegt meer dan 1000 woorden. Door het gebruik van videofragmenten kunnen behandelingen of procedures eenvoudig worden uitgelegd. Bezoekers van de website kunnen op deze wijze sneller informatie tot zich nemen. | 2 |

| | | |
|----|--|---|
| 15 | <i>Webcam</i> Hierbij kan men denken aan een babycam. Ouders kunnen hun pasgeboren kind bekijken met behulp van een webcam. Nadat zij zijn ingelogd op de website van het ziekenhuis, kunnen zij hun kind bekijken. | 4 |
| 16 | <i>Digitaal klachtenformulier</i> Dit is een eenvoudige methode voor bezoekers van het ziekenhuis om via de website klachten door te geven over het ziekenhuis of behandelingen. Met behulp van dit formulier kunnen zij snel en eenvoudig hun klachten doorgeven. | 2 |
| 17 | <i>Patiënten kunnen rechtstreeks mailen met de specialist.</i> Als patiënten de mogelijkheid hebben om te mailen met een specialist verklein je de afstand tussen patiënt en specialist waardoor de patiënt gerichter en sneller antwoord kan krijgen op vragen. De druk op persoonlijke afspraken neemt hierdoor af. | 3 |
| 18 | <i>Digitaal suggestieformulier</i> Dit is een standaard formulier wat de mogelijkheid biedt om de bezoekers van het ziekenhuis via de website opmerkingen door te geven over diverse onderwerpen. | 2 |
| 19 | <i>Online sollicitatieformulier</i> Het online sollicitatieformulier biedt de mogelijkheid om eenvoudig te solliciteren voor een functie. Onder extra valt hier het uploaden van een CV of een motiverende/toelichtende brief. | 2 |

Transparantie

| Nr. | Toelichting | Wegingsfactor |
|------------|---|----------------------|
| 20 | <i>Publicatie actueel klanttevredenheidsonderzoek</i> Hierbij is het belangrijk dat een afgerond onderzoek op de website gepubliceerd is. Dat de bezoekers van de website kunnen meewerken aan een klanttevredenheidsonderzoek is dus niet hetzelfde, maar wordt wel in de beoordeling meegenomen. | 1 |
| 21 | <i>Publicatie actueel visitatierapport</i> Hieronder valt het presenteren van de prestatie-indicatoren op de website of via een link op de website. Een toelichting op de prestatie-indicatoren wordt meegenomen in de beoordeling. | 1 |
| 22 | <i>Digitale ondersteuning consulentendiensten</i> Kan men via de website in contact komen met diverse specialisten die gezamenlijk een diagnose kunnen vaststellen van een patiënt? Een patiënt kan eenvoudig een diagnose ontvangen, zonder dat hij of zij meerdere keren naar het ziekenhuis moet. | 2 |

| | | |
|----|--|---|
| 23 | <p><i>MIP-systeem (Melding Incidenten Patiënten)</i></p> <p>Wat gebeurt er met de meldingen, klachten, opmerking, suggesties etc. van de patiënten. Worden deze geregistreerd? Met behulp van dit systeem wordt alles geordend en zo ook de dienstverlening verbeterd naar de patiënten van de ziekenhuizen.</p> | 3 |
| 24 | <p><i>Raadplegen van gepersonaliseerde informatie, zoals 'Mijn Ziekenhuis' of 'Mijn dossier'</i></p> <p>Het digitale dossier biedt de mogelijkheid voor patiënten om hun eigen gegevens online in te zien. Vaak moet dit nog gebeuren aan de hand van formulieren die moeten worden opgestuurd. Met behulp van het digitale dossier hoeft dit niet meer te gebeuren, maar kan men zeer eenvoudig eigen (beveiligde) gegevens inzien.</p> | 5 |
| 25 | <p><i>Vermelding behaalde NIAZ accreditatie</i></p> <p>Dit is een kwaliteitskeurmerk onder ziekenhuizen. Via de website kunnen de bezoekers van het ziekenhuis inzien hoe de kwaliteit van het ziekenhuis ervoor staat.</p> | 2 |