

Resultaten KTO IND 2013



TNS Nipo
Resultaten KTO IND 2013

© TNS

Contents

1

Inleiding 3

2

Management summary 8

3

Vreemdelingen en referenten 13

4

Bedrijven, onderwijsinstellingen,
advocaten en ketenpartners 35

1

Inleiding



Inleiding

Vanaf 2005 laat de IND elke twee jaar een klanttevredenheidsonderzoek uitvoeren. Sinds 2007 heeft TNS NIPO dit tweejaarlijkse 'reguliere klanttevredenheidsonderzoek' uitgevoerd voor de IND. In 2013 is opnieuw een meting uitgevoerd om de ontwikkeling van de waardering voor de dienstverlening zichtbaar te maken. De IND werkt aan de uitvoering van het vreemdelingenbeleid in Nederland. Dit betekent dat de IND ervoor zorgt dat de aanvragen worden beoordeeld van vreemdelingen die hier in Nederland willen verblijven of Nederlander willen worden. Het onderzoek dient – net als voorgaande jaren – inzicht te bieden in de prestatie van de IND volgens verschillende klantgroepen.

TNS NIPO heeft samen met Dieuwke Bakker en Lidia Kop van de IND de centrale vraag en de vragenlijst verfijnd. De IND is benieuwd hoe de klanten de dienstverlening van de IND ervaren, hoe zich dit heeft ontwikkeld ten opzichte van de metingen in 2009 en 2011 en wat de verbeterpunten zijn. In deze rapportage wordt een antwoord geformuleerd op de centrale onderzoeksvraag. Tevens worden de resultaten van de verschillende doelgroepen uitgebreid beschreven.

Peter Kanne
Senior Onderzoeksadviseur
TNS NIPO

Peter.Kanne@tns-nipo.com
020 522 59 24

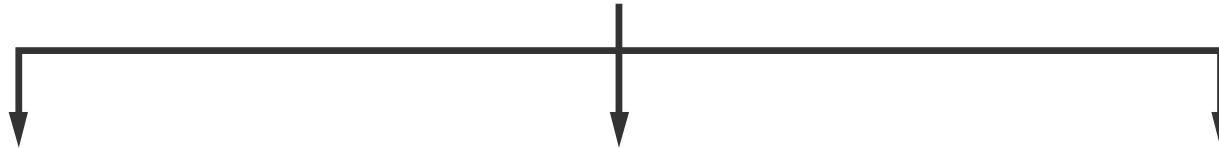
Peggy Timmermans
Projectleider
TNS NIPO

Peggy.Timmermans@tns-nipo.com
020 522 57 79



De centrale vraag en onderzoeksvragen

Hoe tevreden is de IND-klant over de dienstverlening van de IND en wat kunnen de IND en zijn medewerkers doen om de klanttevredenheid te verhogen?



1. Hoe tevreden zijn de klanten over de dienstverlening van de IND?

- Hoe wordt de dienstverlening overall gewaardeerd?
- Hoe heeft de waardering voor de dienstverlening zich ontwikkeld?
- Waarom oordeelt een klant positief of negatief over de dienstverlening?
- Hoe beoordelen verschillende klantgroepen de dienstverlening van de IND?

2. Welke aspecten beïnvloeden de tevredenheid met betrekking tot de dienstverlening?

- Hoe worden instrumentele aspecten van de dienstverlening beoordeeld (doorlooptijd, duidelijkheid, volledigheid, bereikbaarheid, juiste casusinformatie, etc.)?
- Hoe wordt de menselijke kant van de dienstverlening beoordeeld (verantwoordelijkheid nemen, dialoog, consideratie, het geheel zien, aangenaam verrassen, etc.)?
- Welke invloed hebben deze aspecten op de overallwaardering?
- Wat zijn per klantgroep mogelijke verbeterpunten om de dienstverlening van de IND te optimaliseren?
- Wat zijn per directie mogelijke verbeterpunten om de dienstverlening van de IND te optimaliseren?

3. Wat kunnen de IND en haar medewerkers doen om de klanttevredenheid te verhogen?

Onderzoeksverantwoording

Het klanttevredenheidsonderzoek (KTO) bestaat uit twee onderdelen:

- **Vreemdelingen en referenten (V+R)**

Veldwerkperiode: december 2013 tot en met januari 2014

Methode: schriftelijk

Vertalingen: voor de groep asiel vertalingen naar top 10 talen, daarnaast Nederlands en Engels

Steekproef (IND): goede verdeling naar openstaande en afgesloten procedures naar type aanvraag

Respons 2013: netto ontvangen 960/bruto uitstuur 5.000: 19% respons

Respons 2011: netto ontvangen 877/bruto uitstuur 5.049: 17% respons

Respons 2009: netto ontvangen 579/bruto uitstuur 3.500: 17% respons

Bij vragen over de IND-loketten is aangegeven dat niet de loketten bij de gemeente worden bedoeld.

- **Bedrijven, onderwijsinstellingen, advocaten en ketenpartners (BOAK)**

Veldwerkperiode: november 2013 tot en met januari 2014

Methode: brief met link naar online vragenlijst

Vertalingen: vragenlijst en brief zowel in het Nederlands als Engels aangeboden

Steekproef (IND): bedrijven en onderwijsinstellingen en ketenpartners. Ketenpartners zijn onderverdeeld in ketenpartners 1, organisaties die de overheid vertegenwoordigen (zoals gemeenten en ambassades) en ketenpartners 2, organisaties die de belangen behartigen van aanvragers (zoals advocaten en bemiddelende instanties)

Respons 2013: netto ontvangen 587/bruto uitstuur 3.000: 19% respons

Respons 2011: netto ontvangen 737/bruto uitstuur 2.650: 29% respons

Respons 2009: netto ontvangen 782/bruto uitstuur 5.590: 14% respons

In 2013 is er voor het eerst sprake van 'erkend referenten'.

- **Deelname aan het KTO 2013**

Voor beide onderdelen is een goede respons behaald (vergelijkbaar met eerdere metingen) en er zijn voldoende waarnemingen per doelgroep om over de gewenste doelgroepen uitspraken te kunnen doen. Een uitgebreid overzicht van de deelname per doelgroep is weergegeven aan het begin van het hoofdstuk dat de resultaten van het betreffende onderzoek presenteert.

Leeswijzer

- **Opbouw rapportage**

In deze rapportage volgt als eerst (in hoofdstuk 2) een management summary, waarin concluderend de belangrijkste resultaten van het onderzoek zijn weergegeven. Vervolgens worden in hoofdstuk 3 de resultaten van de vreemdelingen en referenten beschreven (V+R-onderzoek). In dit hoofdstuk komen de volgende onderdelen aan bod: het totaaloordeel, de visie van de IND, het beeld dat klanten hebben van de IND, de communicatiekanalen en als laatste de verbetermogelijkheden voor de IND als geheel en voor de verschillende klantgroepen. In het daaropvolgende hoofdstuk (4) staan de resultaten van de organisaties en ketenpartners beschreven (BOAK-onderzoek). In dit hoofdstuk komen dezelfde onderwerpen aan bod als in hoofdstuk 3, namelijk: het totaaloordeel, de visie van de IND, het beeld dat klanten hebben van de IND, de communicatiekanalen en als laatste de verbetermogelijkheden voor de IND als geheel en voor de verschillende klantgroepen.

- **Waar mogelijk vergelijking met 2009 en 2011**

In deze rapportage wordt waar mogelijk en indien interessant een vergelijking gemaakt met de resultaten uit de onderzoeken van 2009 en 2011.

- **Uitsplitsing naar doelgroep BOAK en klantdirectie V+R**

Voor de twee onderdelen zijn verschillende klantgroepen gehanteerd. De klantgroepen in het BOAK-onderzoek bestaan uit bedrijven, onderwijsinstellingen en ketenpartners (1 en 2). In het V+R-onderzoek zijn de klantgroepen opgedeeld naar de klantdirecties: asiel, naturalisatie, regulier sociaal en regulier economisch. In de rapportage is meestal een grafiek of tabel met de resultaten op totaalniveau opgenomen. Soms is er voor de verduidelijking ook gekozen om grafieken en tabellen van de verschillende klantgroepen op te nemen. In de tekst zijn echter wel altijd (indien relevant en interessant) de verschillen tussen de klantgroepen opgenomen.

- **Significante verschillen**

Significante verschillen worden, indien interessant en relevant, door middel van een +/- vermeld in grafieken en tabellen. Een significant verschil ontstaat wanneer het betreffende resultaat statistisch gezien afwijkt van eerdere resultaten of andere doelgroepen. Significaties worden bepaald door de betreffende groep af te zetten tegen het totaal min de betreffende groep.

2

Management summary



Management summary I

Al sinds 2007 voert TNS NIPO elke twee jaar een klanttevredenheidsonderzoek (KTO) uit voor de IND, zo ook in 2013. Daarbij worden diverse klantgroepen van alle klantdirecties benaderd. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen vreemdelingen en referenten (V+R) enerzijds en bedrijven, onderwijsinstellingen, advocaten en ketenpartners (BOAK) anderzijds.

1. Totaaloordeel stijgt

Uit het KTO valt op te maken dat het totaaloordeel van de klant voor de dienstverlening van de IND een stijgende lijn laat zien. Voor de vreemdelingen en referenten steeg het totaaloordeel van een 7,3 in 2009 via een 7,4 in 2011 naar een 7,7 in 2013. Voor de organisaties en ketenpartners (BOAK) stijgt het totaaloordeel ook, al is dat vanwege de afronding niet zichtbaar: van een 7,0 in 2009 naar 7,2 in 2011 en nu wederom een 7,2 in 2013 (dus iets meer dan een 7,2). Naast een algemene verbetering van de dienstverlening zien we ook dat de beoordeling tussen de verschillende klantdirecties voor vreemdelingen en referenten nu meer overeenkomt. Waar er in de eerdere meting nog grote verschillen waren tussen de doelgroepen en klantdirecties zijn de resultaten nu meer naar elkaar toe getrokken.

De waardering voor de IND is bovengemiddeld te noemen als we het vergelijken met het landelijke onderzoek 'Kwaliteit van de overheidsdienstverlening 2013', dat TNS NIPO uitvoerde voor de Nationale ombudsman. In dit onderzoek beoordeelden burgers de dienstverlening van publieke organisaties naar aanleiding van een levensgebeurtenis als 'overlijden', 'werkloos geworden' of 'overlast ervaren'. Gemiddeld krijgt de (keten van) overheidsdienstverlening in 2013 een 6,8. De individuele organisaties scoren gemiddeld een 7,1. De IND zit daar dus ruim boven, zeker als we naar de aanvragers kijken.

2. Focus op verbeterpunten

Als uitvoeringsorganisatie die verantwoordelijk is voor de toelating en de handhaving daarop, is het werk van de IND van directe betekenis voor veel mensen in hun persoonlijke leven. Om deze verantwoordelijke taak zo goed mogelijk uit te voeren, met respect voor de klanten, hecht de IND grote waarde aan een verdere verbetering van zijn dienstverlening. Om deze reden wordt in dit rapport, na de constatering dat sprake is van een hoge algemene waardering van de dienstverlening door vreemdelingen en referenten en de stijgende lijn hierin, vooral ingezoomd op verbetermogelijkheden. Als lerende organisatie is de IND erop gericht om de kansen die dit rapport biedt om zich te verbeteren, aan te grijpen en daardoor het hoge totaaloordeel van de klant in de toekomst vast te houden.

Management summary II

3. Mensgerichte aanpak werkt

De mensgerichte dienstverlening van de IND wordt goed gewaardeerd en erg belangrijk gevonden, zowel door de organisaties en ketenpartners als door vreemdelingen en referenten. De klanten worden fatsoenlijk behandeld en de medewerkers zijn vriendelijk, behulpzaam en deskundig. Er wordt geluisterd, ingeleefd, meegedacht en de gemaakte afspraken worden doorgaans nagekomen. De klant waardeert het zeer als de IND in haar contact met de klant haar 'menselijke kant' laat zien, bijvoorbeeld door persoonlijke aandacht te geven en door actief mee te denken met de klant. De IND heeft hierin ook een flinke verbetering geleverd, onder andere dankzij programma's als 'Goed gesprek' en 'Prettig contact met de overheid'. Dit is ook de Nationale ombudsman niet ontgaan. Alex Brenninkmeijer merkte eind 2013 op: "De IND werkt veel persoonlijker en informeler." De mensgerichte aanpak van de IND-dienstverlening wordt elke twee jaar iets beter gewaardeerd.

De communicatie (die onderzocht is) met en vanuit de IND is begrijpelijk voor de klanten (zowel voor vreemdelingen en referenten als voor organisaties en ketenpartners). Het is helder hoe contact opgenomen kan worden met de IND en welke gegevens noodzakelijk zijn voor een aanvraag. De informatie die door de medewerkers van de IND aan de klanten wordt gegeven, is begrijpelijk, volledig en juist. De communicatieaspecten worden ook goed (steeds beter) beoordeeld door de klanten. De communicatieaspecten die zich richten op de volledigheid en de juistheid van de informatie worden belangrijk gevonden. De communicatie die zich richt op de bereikbaarheid en de begrijpelijkheid van de informatie wordt gezien als randvoorwaarde.

4. Verbeterpunten: wees consistent en proactief

Verbeterpunten zijn er desalniettemin nog wel. De aandachtspunten voor de IND zijn in grote lijnen gelijk aan die van 2011. Zo ontvangt de klant nog niet altijd een consistente boodschap, worden klanten nog onvoldoende proactief geïnformeerd en worden de beslistermijnen niet altijd gehaald. De reactietermijn en de doorlooptijd van een aanvraag worden als lang ervaren en blijven ook een punt van aandacht. Deze aspecten worden namelijk zeer belangrijk gevonden door de klanten. Zowel bij de vreemdelingen en referenten als bij de organisaties en ketenpartners is men nog steeds niet altijd tevreden over het gevoel echt als 'klant' behandeld te worden door de IND. Dit is het enige aspect (samen met de bereikbaarheid van het algemene informatienummer) dat geen stijgende lijn laat zien in de waardering.

Management summary III

5. Reputatie: klantgericht, maar ook ambtelijk

Nieuw ten opzichte van voorgaande jaren is dat in het KTO 2013 twee vragen zijn toegevoegd met betrekking tot de reputatie van de IND. Een van beide vragen betreft het oordeel over het waarmaken van de visie van de IND: de aanvrager staat centraal. Deze vraag ligt in het verlengde van het eerdergenoemde aspect 'het gevoel echt als klant behandeld te worden'. De reacties van de respondenten wijzen dus ook in dezelfde richting.

Uit de reacties van de organisaties en ketenpartners blijkt dat ze vinden dat de aanvrager niet centraal staat omdat – in hun beleving – juist de procedures, de wet- en regelgeving en het beleid van de IND centraal staan. Is het voor de IND mogelijk om de aanvrager helemaal centraal te stellen? Voor een deel staat de aanvrager centraal en voor een deel staat de wet centraal. Ketenpartners en organisaties zien dit zelf ook zo en hebben hier begrip voor. Voor de vreemdelingen en referenten staat de aanvrager deels centraal. Men ervaart behulpzame en inlevende medewerkers die hun informeren over de procedures, maar het lange wachten zonder ook maar iets van de IND te vernemen, wekt toch de indruk dat de aanvrager niet centraal staat. Een manier om het centraal stellen van de aanvrager nog beter te bewerkstelligen, is het meer proactief benaderen van de klant door IND-medewerkers en het verkorten van de doorlooptijd van een aanvraag. De uitdaging voor de IND is om de regels zo uit te voeren dat dat de aanvrager en klant hierbij centraal staat.

Organisaties en ketenpartners denken bij de IND aan een ambtelijke, maar ook klantgerichte en klantvriendelijke organisatie. De medewerkers worden deskundig (professioneel en bekwaam) gevonden en de IND is een prettige partner (functioneert goed). Per saldo is het beeld positief, maar men ervaart veel wisselvalligheid in kwaliteit, snelheid en deskundigheid. Vreemdelingen en referenten hebben vrijwel dezelfde associaties met de IND als de organisaties en ketenpartners. Zij vinden de IND ook een ambtelijke organisatie, waar regels centraal staan en waar zij naar hun mening soms lang moeten wachten op de uitkomst. Tegelijk worden ook klantvriendelijkheid en duidelijkheid veel genoemd.

Management summary IV

6. Click, call, face

Om beide klanten (zowel organisaties en ketenpartners als vreemdelingen en referenten) goed te bedienen en tevens een efficiënte organisatie te zijn, is het belangrijk dat het contact met klanten in de eerste plaats via internet plaatsvindt en dan pas via de telefoon en het loket. We zien dat dit meer en meer de praktijk is in de overheidsdienstverlening, ook bij de IND. Het aantal klanten dat de website bezocht, steeg (bij zowel de organisaties en ketenpartners als bij de vreemdelingen en referenten) ten opzichte van 2011 en 2009.

Een ruime meerderheid van de vreemdelingen en referenten heeft toegang tot internet. Ook bij de vreemdelingen en referenten neemt het aantal klanten dat de website van de IND heeft bezocht toe. In 2013 geeft twee derde van deze klanten aan de website te hebben bezocht (stijgende lijn t.o.v. 2009 en 2011). Ongeveer een vijfde van de klanten heeft contact gehad met de IND via de website. Het meeste contact loopt via de telefoon of de balie. Als we kijken naar hoe de klanten het liefst contact willen hebben dan wordt telefonisch contact het vaakst genoemd en daarna contact aan de balie. Een kwart zou graag contact willen via e-mail en een op de tien via de website.

Het aantal klanten (bij zowel de organisaties en ketenpartners als bij de vreemdelingen en referenten) dat online contact zoekt met de IND neemt toe, maar de stijging is nog erg summier. Vooral voor vreemdelingen en referenten blijven de telefoon en de balie de meest geliefde manieren van contact. Gezien het lage percentage klanten (zowel bij de organisaties en ketenpartners als vreemdelingen en referenten) dat het liefst via het digitale kanaal contact heeft met de IND, lijkt het erop dat dit voor veel zaken nog niet daartoe uitnodigt of mogelijk is. Als de IND de wens heeft om steeds meer contact met de klanten digitaal te laten verlopen dan zal de IND het digitale kanaal verder moeten ontwikkelen.

3

Vreemdelingen en referenten



Steekproefopbouw vreemdelingen en referenten

- In onderstaande tabel staat een overzicht van de deelname per doelgroep aan het onderzoek van de vreemdelingen en referenten. In de tabel is het aantal personen per klantgroep opgenomen (n) en de geweging. De geweging is gelijk gehouden aan de eerdere metingen.

		2009	2011	2013	Weging
Totaal		579	877	960	Aandeel in het totaal
Asiel		191	126	182	Asiel: 12%
Regulier sociaal	Vreemdelingen	48	97	108	Regulier sociaal: 35,5% - Vreemdelingen: 50% - Referenten: 50%
	Referenten	58	172	106	
Regulier economisch	Vreemdelingen	40	136	167	Regulier economisch: 35,5% - Vreemdelingen: 80% - Referenten: 20%
	Referenten**	19*	39	46	
Naturalisatie		127	200	246	Naturalisatie: 17%

* Respons te laag om resultaten te rapporteren.

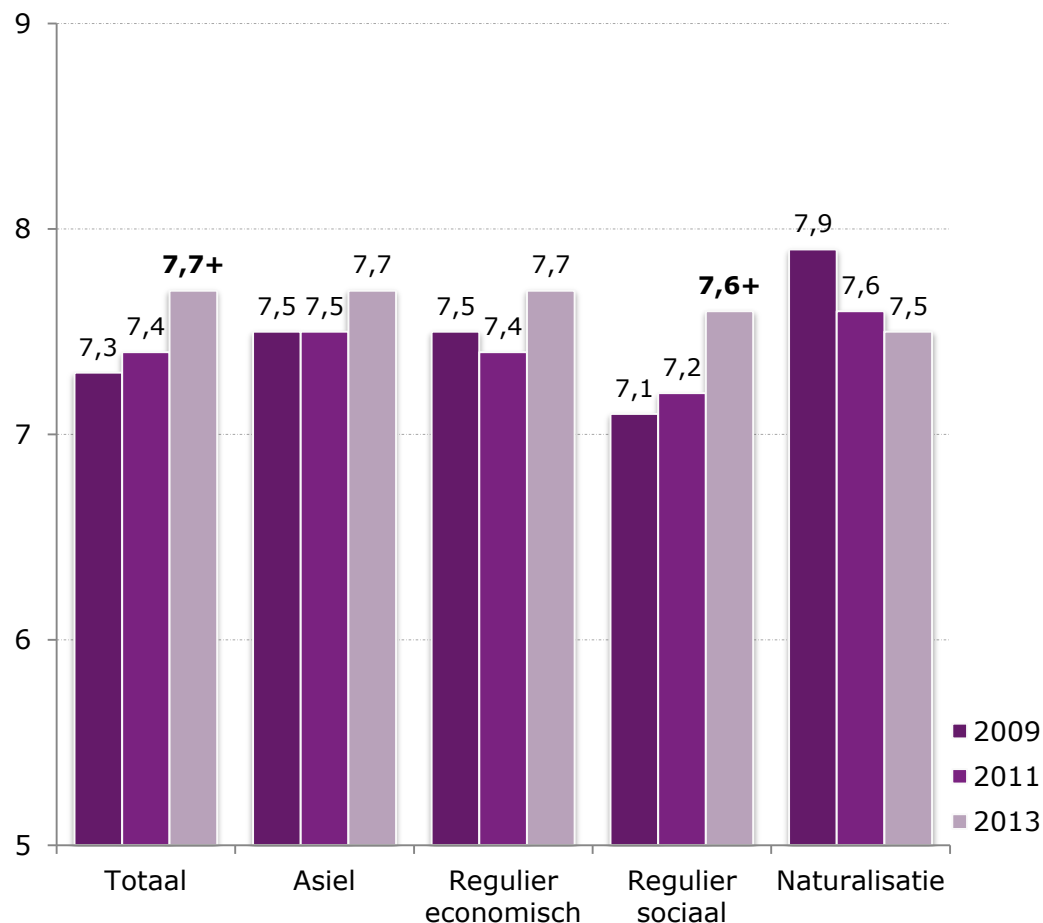
** Erkend referenten zijn meegenomen in het BOAK-deel van het onderzoek.

3.1

Totaaloordeel



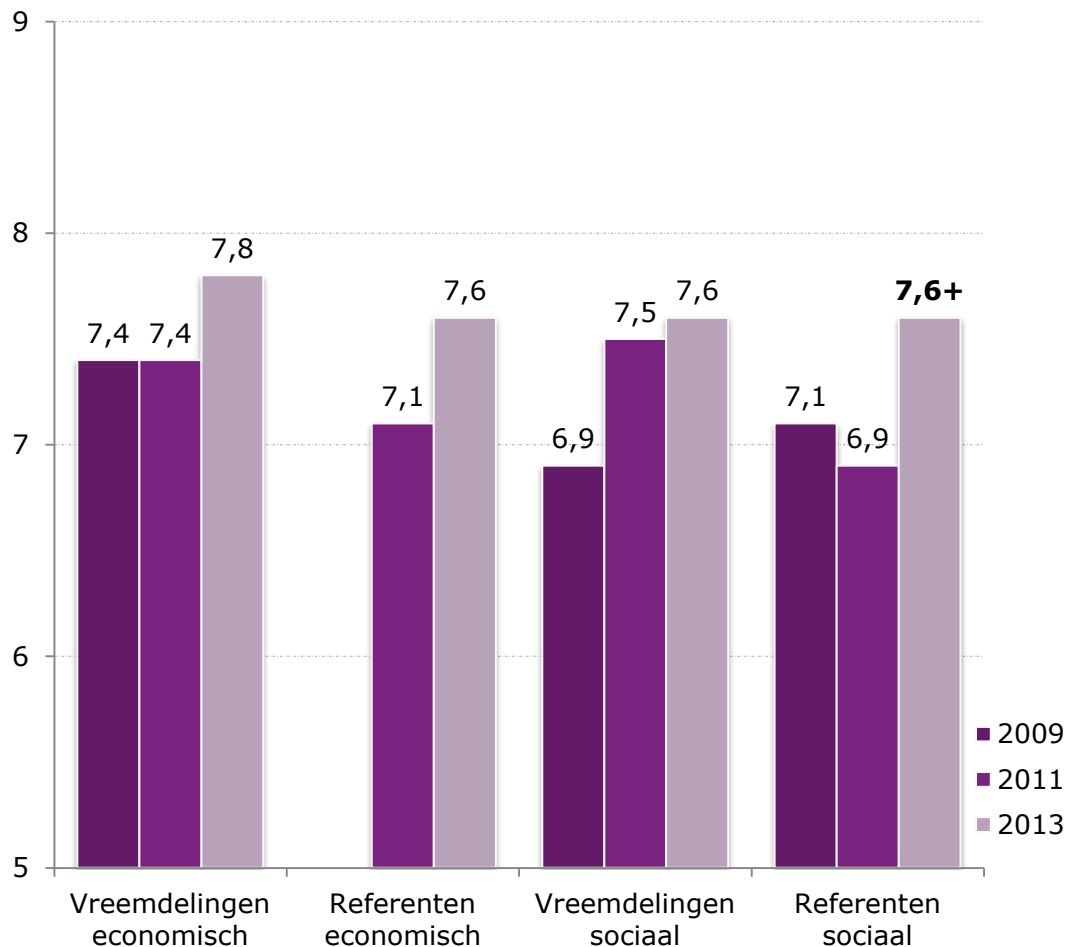
Totaaloordeel: stijgende lijn!



Vraag: Welk cijfer geeft u voor de kwaliteit van dienstverlening als geheel?

- Het totaaloordeel van alle vreemdelingen en referenten voor de kwaliteit van de dienstverlening van de IND is een 7,7.
- Het totaaloordeel is dit jaar flink gestegen ten opzichte van eerdere metingen. Het oordeel van de verschillende klantdirecties is meer aan elkaar gelijk geworden.
- De trend laat een stijgende lijn zien voor vrijwel alle typen aanvragen. Alleen voor klanten die te maken hebben met naturalisatie neemt het totaaloordeel af.
 - Een verklaring voor deze afname is dat de doorlooptijd van de aanvraag en het gevoel klant te zijn van de IND dienstverleningsaspecten zijn die erg belangrijk worden gevonden, maar steeds minder goed beoordeeld worden bij de klantdirectie naturalisatie.
- Vooral de klanten die te maken hebben met aanvragen en procedures voor regulier sociaal laten een flinke stijging in waardering zien. Op de volgende pagina staan regulier economisch en regulier sociaal uitgesplitst naar referenten en vreemdelingen.
- Ook de klanten die een asielaanvraag doen, zijn tevredener dan twee jaar geleden.

Tevredenheid over directies regulier neemt toe



- Zowel voor referenten als voor vreemdelingen stijgt de klanttevredenheid.
- Vooral referenten sociaal waarderen de dienstverlening van de IND veel meer dan in voorgaande metingen. Eenzelfde fikse stijging zagen we de vorige keer bij de vreemdelingen sociaal.
 - Het oordeel over de behulpzaamheid en het meedenken van de medewerker laten een stijgende lijn zien. Ook dat men contact kan hebben in een begrijpelijke taal en dat het duidelijk is welke gegevens men nodig heeft voor een aanvraag zijn dienstverleningsaspecten die steeds beter worden beoordeeld door referenten van regulier sociaal.
- Vreemdelingen economisch halen ook een mooi cijfer. De waardering voor referenten economisch stijgt ook met een half punt.

Vraag: Welk cijfer geeft u voor de kwaliteit van dienstverlening als geheel?

Verdeling status aanvraag

- In onderstaande tabel staat een overzicht van de status van de aanvragers die hebben deelgenomen aan het onderzoek. We zien elk jaar dat de vreemdelingen en referenten bij wie de aanvraag is ingewilligd de dienstverlening van de IND een stuk beter beoordelen dan de vreemdelingen en referenten bij wie de aanvraag is afgewezen. De verhouding van het aantal deelnemers bij wie een aanvraag is ingewilligd of afgewezen, is vrijwel gelijk aan de vorige meting.

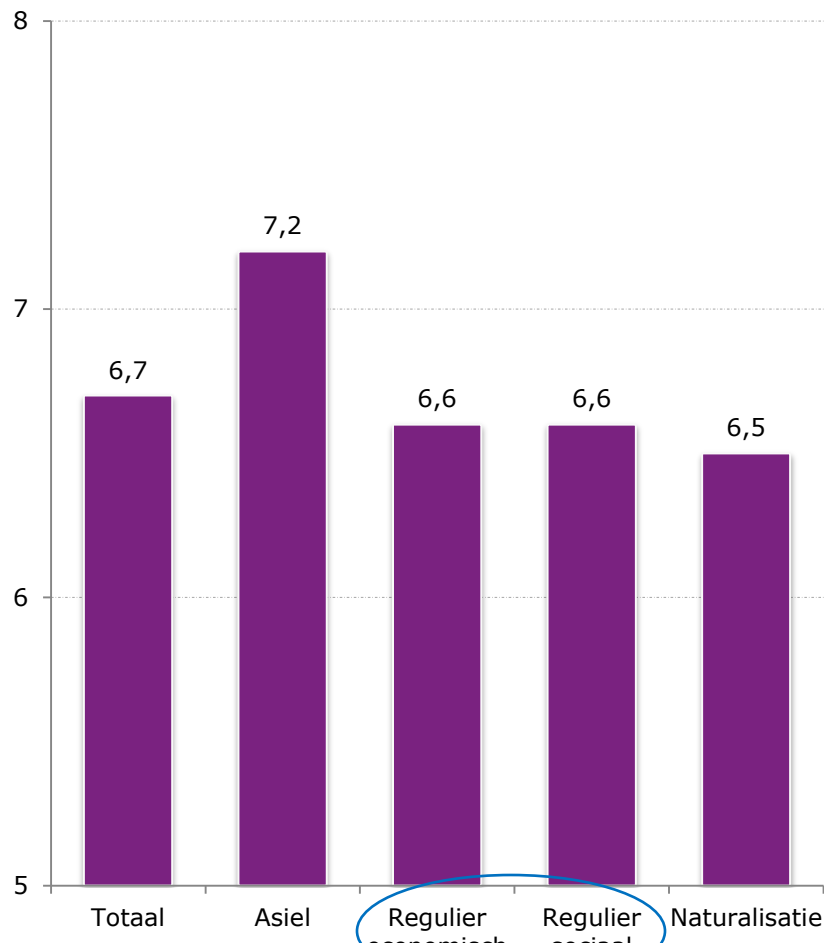
	2011 (n=877)	Totaal- oordeel	2013 (n=960)	Totaal- oordeel
Totaal	100%	7,4	100%	7,7
Ingewilligd	48%	7,7	49%	8,0
Afgewezen	8%	5,4	7%	5,0
In behandeling	27%	7,3	25%	7,4
Weet niet / wil niet zeggen	16%	7,4	20%	7,7

3.2

Visie van de IND: *"de
aanvrager staat centraal"*

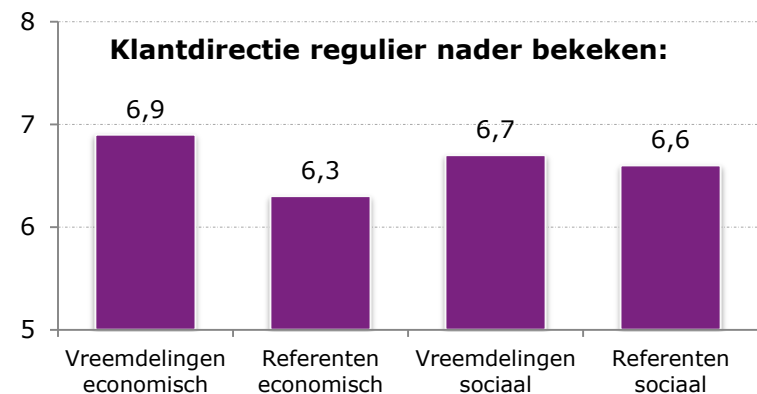


De aanvrager staat centraal



Vraag: Welk cijfer geeft u voor de kwaliteit van dienstverlening als geheel?

- De visie van de IND is: de aanvrager staat centraal. De mate waarin vreemdelingen en referenten deze visie in de praktijk herkennen, wordt beoordeeld met een 6,7. De mate waarin de aanvrager centraal staat bij de IND wordt door de vreemdelingen en referenten echter een punt lager beoordeeld dan de kwaliteit van de dienstverlening.
- De vreemdelingen en referenten geven aan dat ze door de medewerkers van de IND vriendelijk en goed worden geholpen. Het lange wachten waarin men niets verneemt van de IND wekt echter de indruk dat de aanvrager niet centraal staat.
- Klanten die vanwege een asielaanvraag/procedure contact hebben met de IND merken er in de praktijk het meest van dat de aanvrager bij de IND centraal staat. Op de volgende pagina wordt de toelichting van de vreemdelingen en referenten met citaten weergegeven.



Toelichting op: de aanvrager staat centraal?

Hieronder volgt een uitwerking van diverse reacties van de vreemdelingen en referenten op hun oordeel of zij merken dat de aanvrager bij de IND centraal staat.

- *"Ik voel als aanvrager wel dat ik centraal sta, maar te lang wachten op beslissing geeft je onzekerheid. Vooral als de beslistermijn allang verstreken is zonder iets te horen."* Regulier sociaal
- *"Het wordt niet echt makkelijk gemaakt om naar Nederland te komen. Dat geldt voor vluchtelingen/asielzoekers, maar ook voor arbeidsmigranten en studenten. De procedures zijn bureaucratisch, complex, langdurig en vaak kostbaar voor de aanvragers."* Regulier economisch
- *"De informatievoorziening op de lopende aanvraag moet beter. Een briefje met de stand van zaken (stadium van de aanvraag) zou al volstaan."* Regulier sociaal
- *"There is a significant improvement of IND services as compared to a couple years ago, but the decisions of IND remain unpredictable."* Asiel
- *"The people of the IND are helpful and friendly, they really listened to my story and informed me about the procedure."* Asiel

Vraag: De IND heeft als visie dat de aanvrager centraal staat, wat merkt u hiervan in de praktijk? Kunt u uw antwoord toelichten?

De IND is een ambtelijke, maar ook klantvriendelijke organisatie

Hieronder een greep uit de reacties van de vreemdelingen en referenten op de vraag om de IND in een paar woorden te omschrijven. Als alle reacties bij elkaar genomen worden, kan hieruit worden opgemaakt dat de IND wordt ervaren als een klantvriendelijke, maar ambtelijke organisatie.

- *"Zeer vriendelijk en behulpzaam. Alleen de leges zijn erg duur en er zijn wel heel veel regels."* Regulier sociaal
- *"Ik ben tevreden, maar de totale doorlooptijd van de aanvraag is veel te lang."* Naturalisatie
- *"Ik moest zelf overal achteraan bellen. Er bleek te worden gewacht op een bepaald iets, terwijl alles oké was. Daar ben ik zelf achter gekomen."* Regulier sociaal
- *"De kwaliteit van de antwoorden is vaak verschillend per persoon. De IND is wel toegankelijk."* Regulier economisch
- *"Overall, my opinion is very negative about the administrative system of IND and is very positive about staff of IND."* Asiel
- *"Usually it is a proper level of service, but if something happens internally, for example a employee is fired, it is very difficult to understand at what stage is your application."* Regulier economisch
- *"IND is empathetic, welcoming, friendly and understanding. Professionally well trained and highly skilled."* Asiel

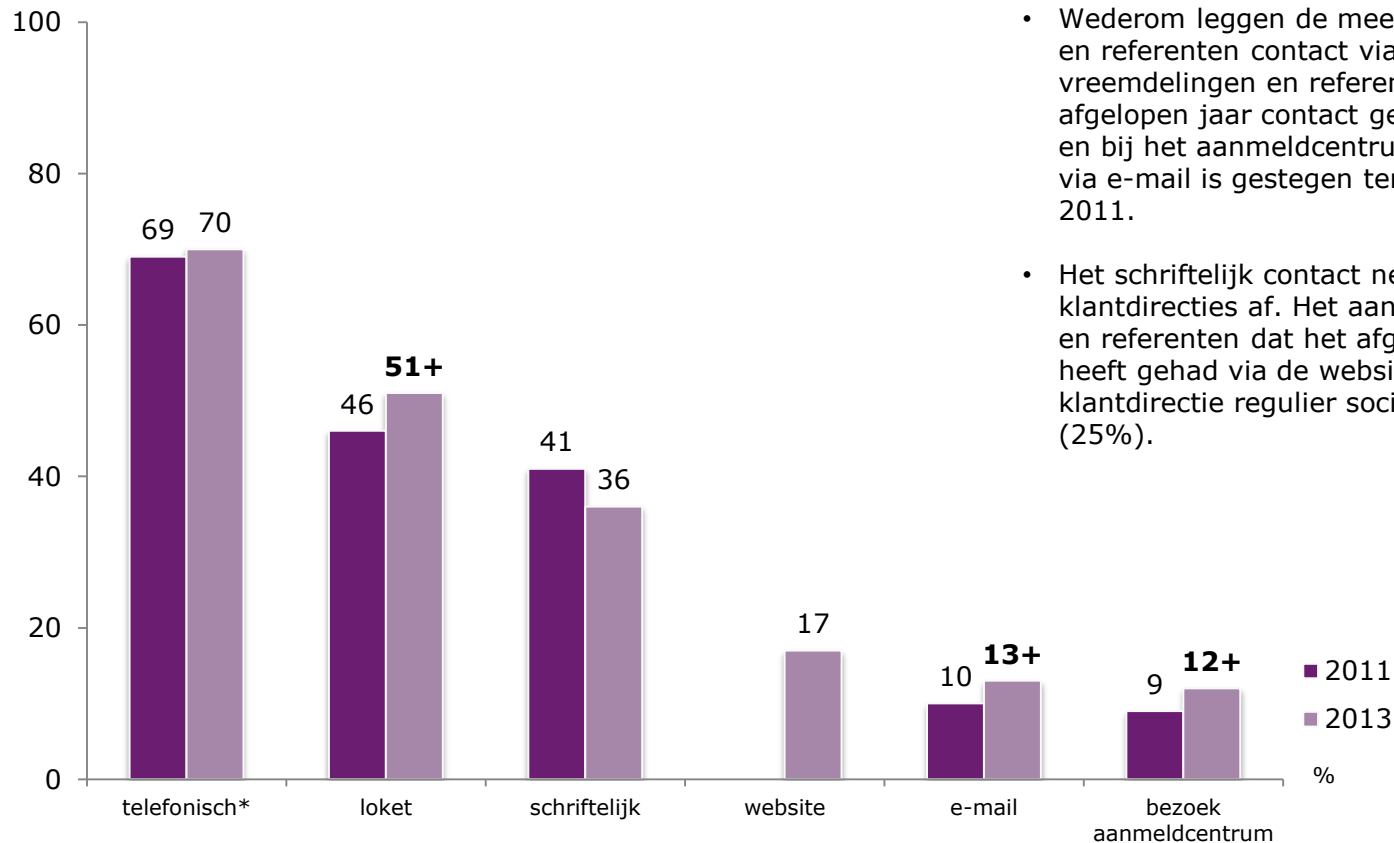
Vraag: De IND heeft als visie dat de aanvrager centraal staat, wat merkt u hiervan in de praktijk? Kunt u uw antwoord toelichten?

3.3

Communicatie



Contact via het loket en via het aanmeldcentrum neemt toe



- Wederom leggen de meeste vreemdelingen en referenten contact via de telefoon. Meer vreemdelingen en referenten hebben het afgelopen jaar contact gehad aan het loket en bij het aanmeldcentrum. Ook het contact via e-mail is gestegen ten opzichte van 2011.
- Het schriftelijk contact neemt bij alle klantdirecties af. Het aantal vreemdelingen en referenten dat het afgelopen jaar contact heeft gehad via de website is bij de klantdirectie regulier sociaal het hoogst (25%).

Vraag: Hoe heeft u de afgelopen 12 maanden contact met de IND gehad?

* Telefonisch is het totaal van het algemeen informatienummer en het doorkiesnummer.

De website is in 2013 voor het eerst meegenomen.

Contact nog steeds bij voorkeur via de telefoon

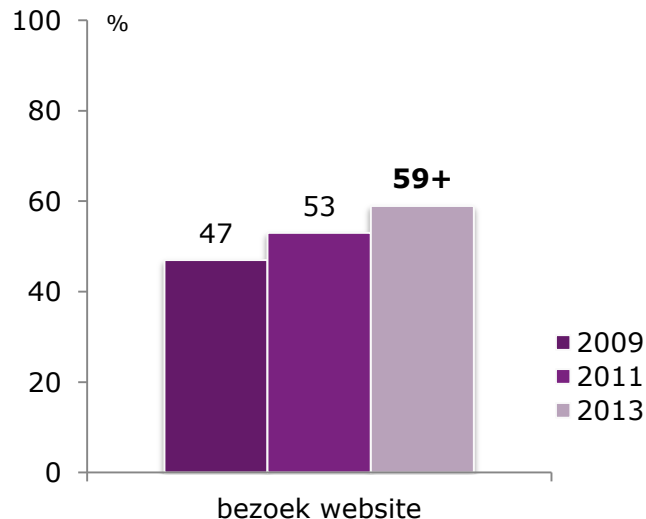
- Net als in 2011 geven vreemdelingen en referenten aan het liefst contact te hebben via de telefoon met de IND. Ruim vier op de tien vreemdelingen en referenten geven aan het liefst contact te hebben via het loket. Ongeveer een op de tien vreemdelingen en referenten zou het liefst via internet contact hebben met de IND.
- Bij zowel de klantgroep asiel als naturalisatie neemt de telefoon als favoriete contactkanaal toe. Een derde van zowel de klantgroep regulier economisch als regulier sociaal heeft het liefst contact via e-mail. De klanten van regulier economisch hebben van de verschillende klantgroepen de meeste interesse om via het internet contact te hebben met de IND.

% liefst contact via:	Totaal	
	2011	2013
telefonisch	48	52
loket	40	42
e-mail	25	23
schriftelijk	30	26
internet (website)	-	11
zaakgelastigde	14	10

Vraag: Hoe heeft u het liefst contact met de IND? Meer antwoorden mogelijk!

Merendeel heeft toegang tot internet en het bezoeken van de IND-website neemt toe

- Bijna zes op de tien vreemdelingen en referenten hebben de website van de IND wel eens bezocht. Het aantal klanten dat de website heeft bezocht, stijgt gedurende de metingen. Een ruime meerderheid van de referenten en vreemdelingen heeft toegang tot het internet (85%).
- Het vaakst wordt de website geraadpleegd voor algemene informatie en informatie over een procedure (60%). Ongeveer een derde van de bezoekers raadpleegt de website voor het downloaden of aanvragen van formulieren (33%). We zien hier geen opvallende verschillen tussen de doelgroepen.



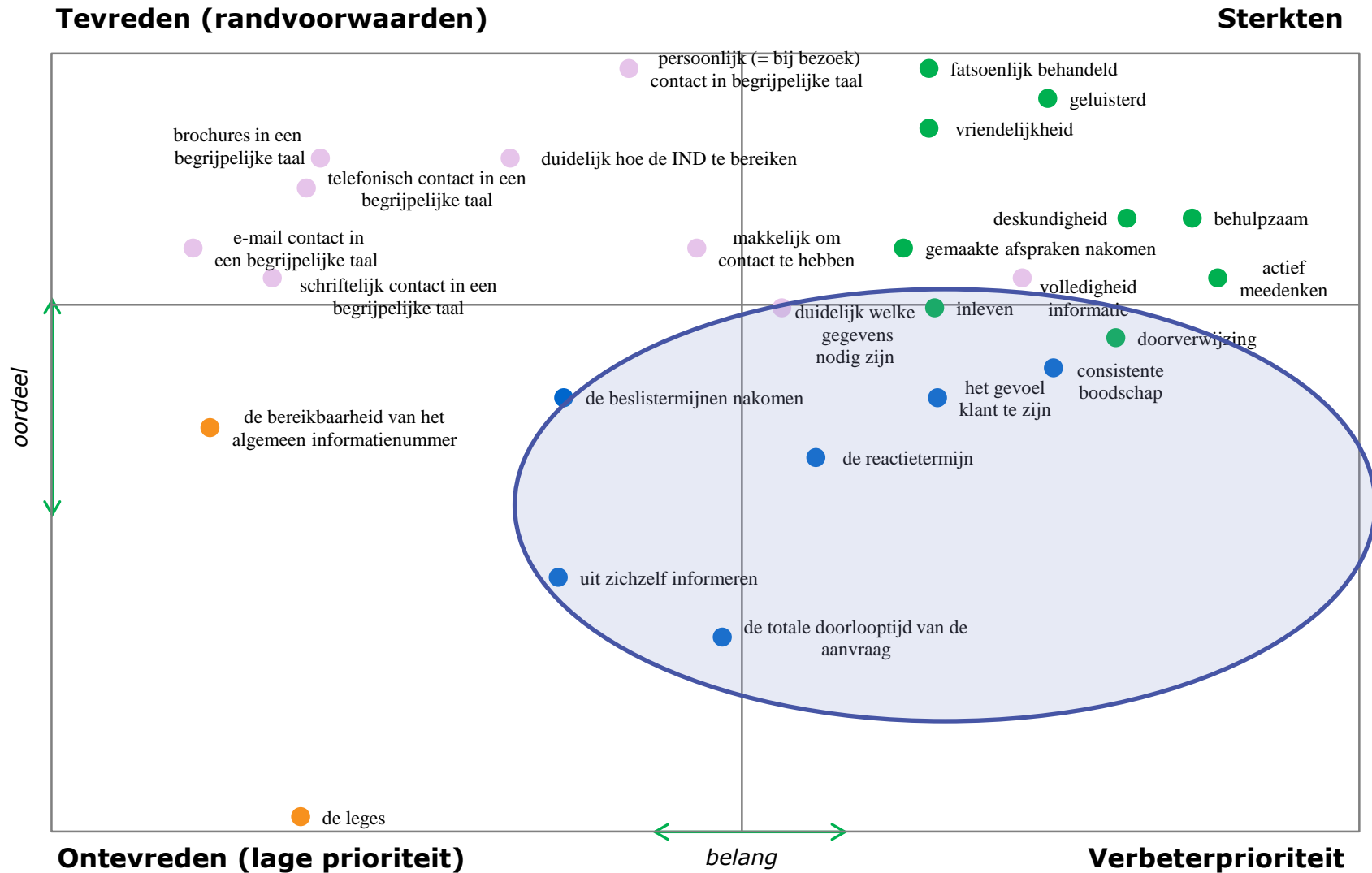
Vraag: Heeft u de website van de IND wel eens bezocht?

3.4

Verbetermogelijkheden



Verbetermatrix: waardering stijgt, maar algemene beeld blijft gelijk aan 2011



Meer aandacht voor de procesaspecten

- Meer aandacht verdienen de procesaspecten zoals de doorlooptijd van een aanvraag en de reactietermijn. Het gevoel klant te zijn en het afgeven van een consistente boodschap zijn daarbij ook bij de vreemdelingen en referenten belangrijke verbeterpunten. De aspecten die gerelateerd zijn aan het proces hebben blauw gekleurde bollen in de matrix. In de matrix is goed te zien dat deze aspecten erg belangrijk worden gevonden, maar laag gewaardeerd worden door de vreemdelingen en referenten. Daarom hebben deze aspecten prioriteit voor verbetering.
- De 'menselijke kant' van de dienstverlening is een sterkte van de IND. De aspecten die gerelateerd zijn aan de 'menselijke kant' worden in de matrix weergegeven met een groene bol. In de matrix is goed te zien dat de menselijke kant van de IND gewaardeerd wordt. De aspecten worden goed beoordeeld en tevens erg belangrijk gevonden.
- De communicatie vanuit de IND en met de IND is begrijpelijk voor de vreemdelingen en referenten. Het is duidelijk hoe er contact opgenomen kan worden en de communicatie vindt plaats in een voor de vreemdelingen en referenten begrijpelijke taal. De aspecten die gerelateerd zijn aan communicatie hebben een roze gekleurde bol in de matrix. In de matrix is te zien dat de communicatieaspecten vooral onder de randvoorwaarden vallen (zoals duidelijkheid en begrijpelijke taal) en deels een sterkte zijn, zoals de volledigheid van de informatie. Dat het duidelijk is voor de vreemdelingen en referenten welke gegevens nodig zijn voor een aanvraag is een verbeterpunt.
- De leges worden helemaal niet goed gewaardeerd en ook de bereikbaarheid van het algemene nummer wordt niet goed gewaardeerd. Deze twee aspecten worden echter niet zo belangrijk gevonden door vreemdelingen en referenten. Het verbeteren van deze aspecten heeft geen prioriteit voor een hogere waardering van de dienstverlening.
- Als we de verschillende klantgroepen afzonderlijk bekijken, zien we over het algemeen steeds hetzelfde beeld. Wat naast de overeenkomsten opvalt, is dat men zowel bij regulier economisch als bij regulier sociaal vindt dat de reactietermijn erg lang is. Voor deze twee klantgroepen is dit een belangrijk verbeterpunt.

Trend: aspecten dienstverlening (als geheel 7,7)

- In het overzicht hieronder is de beoordeling van alle dienstverleningsaspecten opgenomen van de afgelopen drie metingen. We zien dat vrijwel alle aspecten in deze meting zijn gestegen ten opzichte van de voorgaande metingen (vetgedrukte cijfers verschillen significant).
- Zowel de bereikbaarheid van het algemene nummer als het gevoel klant te zijn, werden in 2009 een stuk beter beoordeeld dan momenteel in 2013.

Aspect	2009	2011	2013	Aspect	2009	2011	2013
Vriendelijkheid medewerker	7,7	7,8	7,9+	Bereikbaarheid nummer	7,2	6,6	6,9
Deskundigheid medewerker	7,3	7,5	7,6+	Begrijpelijke taal (telefoon)	7,3	7,5	7,7+
Fatsoenlijk behandeld	7,8	7,8	8,1+	Begrijpelijke taal (schriftelijk)	6,9	7,4	7,4
Geluisterd	7,6	7,8	8,0+	Begrijpelijke taal (e-mail)	6,6	7,4	7,6+
Ingeleefd	6,7	7,1	7,4+	Begrijpelijke taal (bezoek)	7,5	7,9	8,1+
Reactietermijn	6,6	5,6	6,8	Begrijpelijke taal (brochures)	7,1	7,4	7,8+
Volledigheid informatie	7,1	7,3	7,4	Doorlooptijd aanvraag	6,1	6,2	6,2
Doorverwijzen	6,6	7,0	7,2+	Duidelijk welke gegevens nodig zijn	6,7	7,1	7,3
Behulpzaamheid medewerker	7,4	7,4	7,6	Duidelijk hoe de IND te bereiken	7,6	7,6	7,8+
Actief meedenken	6,5	7,1	7,4+	Het gevoel klant te zijn	7,6	6,7	7,1
Consistente boodschap	6,4	6,8	7,1+	Makkelijk om contact te hebben	-	7,3	7,5
Leges	5,4	5,4	5,7	Afspraken nakomen	-	7,1	7,5
Proactief	6,1	6,5	6,5	Beslistermijnen nakomen	-	6,8	7,0

Klantdirectie asiel (aanvragers): verkort de doorlooptijd en wees proactief in informatie en status over de aanvraag

Waardering

- De aanvragers van asiel zijn positiever over de dienstverlening van de IND dan twee jaar geleden (7,7). Klanten die vanwege een asielaanvraag contact hebben gehad met de IND merken in de praktijk het meest dat de aanvrager centraal staat bij de IND (7,2). De aanvragers beoordelen de begrijpelijkheid van het telefonisch contact een stuk hoger dan voorgaande metingen (dit wordt zelfs gezien als een sterkte).

Aandachtspunten, maar verbeteringen zijn hier goed zichtbaar

- Hoewel het aantal aanvragers dat aangeeft goed op de hoogte te zijn van de stand van zaken met betrekking tot hun aanvraag elke meting stijgt, blijft het proactief informeren belangrijk en een punt dat nog steeds aandacht verdient. Ook het afgeven van een consistente boodschap wordt door de asielaanvragers steeds beter (en ook beter dan bij de andere klantgroepen) beoordeeld.
- Net als bij de IND als geheel geeft ook de asielaanvrager aan dat de menselijke kant van de IND belangrijk is en goed op orde. De asielaanvrager geeft specifiek aan dat de medewerkers zich nog meer zouden kunnen inleven en vooral meedenken met de aanvrager om de dienstverlening te verbeteren. De begrijpelijkheid van het schriftelijk contact en het duidelijk voor ogen hebben welke gegevens nodig zijn voor het indienen van een aanvraag kunnen tevens verbeterd worden.

Verbeterprioriteit

- De doorlooptijd van een aanvraag en de reactietermijn zijn de belangrijkste knelpunten voor de klanten van een asielaanvraag. Het versnellen van de doorlooptijd of het verbeteren van de reactietermijn zal bijdragen aan een hogere waardering van de aanvrager voor asiel. Indien dit niet mogelijk is dan is het raadzaam om zo veel mogelijk de aanvragers proactief te informeren over (de status van) hun aanvraag.

Klantdirectie naturalisatie (aanvragers): verkort de doorlooptijd en geef aanvragers het gevoel klant te zijn

Waardering

- De aanvragers van naturalisatie zijn minder positief dan in 2009 (met een 7,5 neemt het oordeel wederom af). Een kanttekening is hier op zijn plaats, want naturalisatie komt van een 7,9 (wat in 2009 opvallend hoger was dan de andere klantdirecties). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de doorlooptijd van de aanvraag en het gevoel klant te zijn minder goed worden beoordeeld dan voorgaande metingen. Klanten die vanwege een naturalisatieverzoek contact hebben gehad met de IND merken er in de praktijk niet heel veel van dat de aanvrager centraal staat bij de IND (6,5). De begrijpelijkheid van de communicatie vanuit de IND wordt door de aanvragers van naturalisatie beter gewaardeerd dan tijdens eerdere metingen.

Aandachtspunten

- De leges zijn opvallend slechter beoordeeld door de aanvragers, maar deze hebben geen grote invloed op de overallwaardering van naturalisatie. De aanvragers geven ook aan dat de IND de gegevens met betrekking tot hun aanvraag minder goed op orde heeft dan bij eerdere metingen het geval was.

Verbeterprioriteit

- De doorlooptijd van een aanvraag en het 'gevoel' klant te zijn van de IND zijn de belangrijkste knelpunten voor de klanten van naturalisatie. Beide punten worden minder goed gewaardeerd dan voorheen. Het versnellen van de doorlooptijd zal bijdragen aan een hogere waardering van de aanvrager. Het proactief informeren over de aanvraag kan wellicht een rol spelen in het vergroten van dat gevoel.

Klantdirectie regulier economisch (aanvragers): kom sneller met een reactie en zorg voor consistente boodschap

Waardering

- De aanvragers van regulier economisch zijn positiever over de dienstverlening van de IND dan twee jaar geleden (7,7). Klanten die vanwege een aanvraag voor regulier economisch contact hebben gehad met de IND merken in de praktijk nog niet goed dat de aanvrager centraal staat bij de IND (6,6). De aanvragers van regulier economisch beoordelen de verschillende facetten van de dienstverlening niet heel anders dan tijdens de vorige meting. Alleen de informatie die de aanvragers van regulier economisch ontvangen vanuit de IND wordt nu een stuk beter beoordeeld dan in de vorige metingen het geval was.

Aandachtspunten

- Een aandachtspunt is het doorverwijzen naar de juiste persoon of instantie. Ook het 'gevoel' klant te zijn van de IND is een punt van aandacht. Het wordt belangrijk gevonden door de aanvragers van regulier economisch, maar wordt minder goed beoordeeld dan de communicatie en mensgerichte aspecten.

Verbeterprioriteit

- De reactietermijn en het afgeven van een consistente boodschap zijn de belangrijkste knelpunten voor de aanvragers van regulier economisch. Het verbeteren van de reactietermijn en het zorgen voor een consistente boodschap zullen bijdragen aan een nog betere waardering van de dienstverlening door aanvragers van regulier economisch.

Klantdirectie regulier sociaal (aanvragers): kom sneller met een reactie en zorg voor consistente boodschap

Waardering

- De aanvragers van regulier sociaal laten een flinke stijging in waardering zien. Waar in 2011 de vreemdelingen van regulier sociaal de dienstverlening van de IND een stuk beter beoordeelden, zit de verbetering nu vooral bij de referenten. De behulpzaamheid en het meedenken van de medewerker, het contact in begrijpelijke taal en de mate waarin duidelijk is welke gegevens nodig zijn voor een aanvraag worden door de referenten beter beoordeeld. Aanvragers van regulier sociaal merken in de praktijk niet heel goed dat de aanvrager bij de IND centraal staat (6,6).

Pluspunten

- Regulier sociaal wordt door de aanvragers op vrijwel alle aspecten die gericht zijn op de 'menselijke kant' van de dienstverlening nu beter beoordeeld. Regulier sociaal wordt door de aanvragers ook op de communicatieaspecten beter beoordeeld. De waardering voor de hoogte van de leges stijgt wel, maar blijft een negatief punt voor de aanvragers.

Verbeterprioriteit

- De doorlooptijd van een aanvraag, de reactietermijn en een consistente boodschap zijn de belangrijkste verbeterpunten voor de aanvragers van regulier sociaal. Het versnellen van de doorlooptijd en het verbeteren van de reactietermijn zullen bijdragen aan een hogere waardering van de aanvragers van regulier sociaal. Het blijven verbeteren van de consistente boodschap zal ook bijdragen aan een verbetering van de waardering voor de dienstverlening als geheel.

4

Bedrijven,
onderwijsinstellingen,
advocaten en
ketenpartners



Steekproefopbouw BOAK-partners

- In onderstaande tabel staat een overzicht van de deelname per doelgroep aan het onderzoek van de BOAK-partners. In de tabel zijn zowel het aantal respondenten (n) als het percentage van de totale steekproef opgenomen (%).

	2009		2011		2013	
	n	%	n	%	n	%
Totaal	782	100	737	100	587	100
Bedrijven	377	48	90	12	82	14
Onderwijsinstellingen	61	8	84	11	77	13
KP Advocaten (ketenpartners 2)*	45	6	111	15	86	15
KP Gemeenten (ketenpartners 1)*	150	19	304	41	209	36
KP Ambassades (ketenpartners 1)*	30	4	61	8	43	7
Overige ketenpartners (1+2)	72	9	59	9	83	14
Overige organisaties	47	6	28	4	7	1

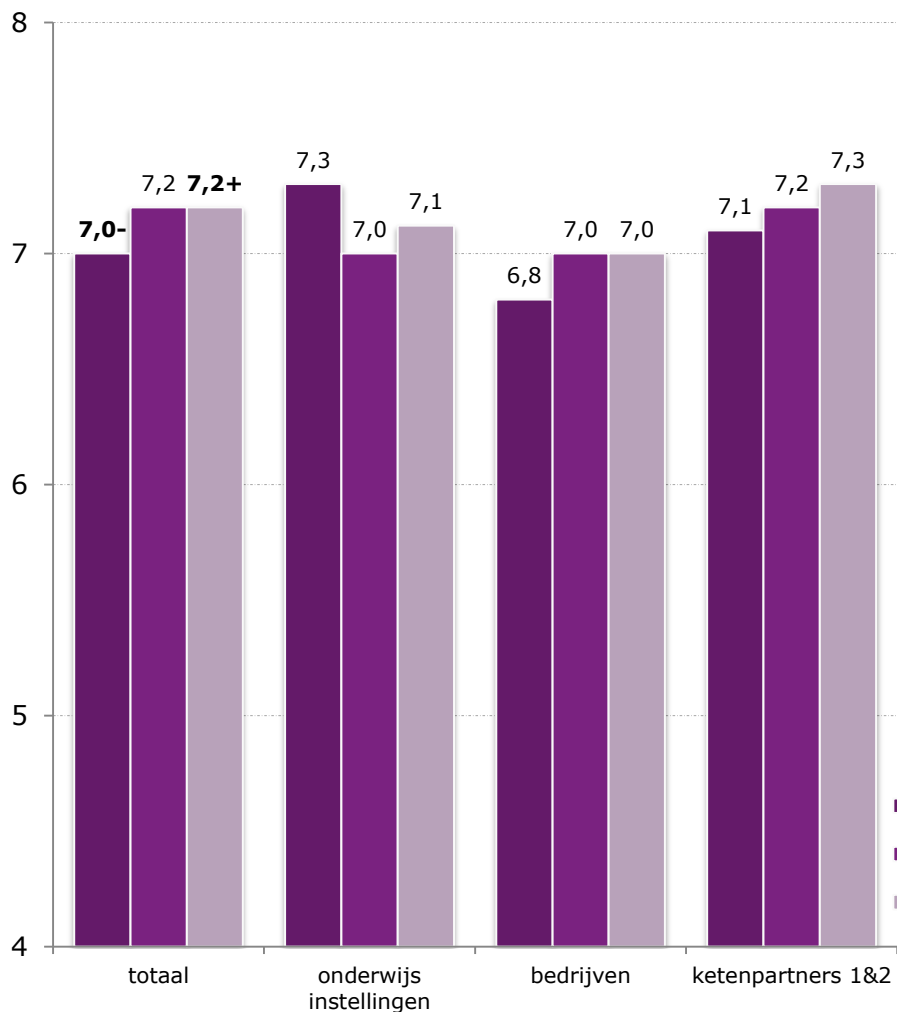
* Alleen de specifieke ketenpartners die groot genoeg zijn om apart uitspraken over te doen in de rapportage, zijn apart weergegeven in deze tabel.

4.1

Totaaloordeel

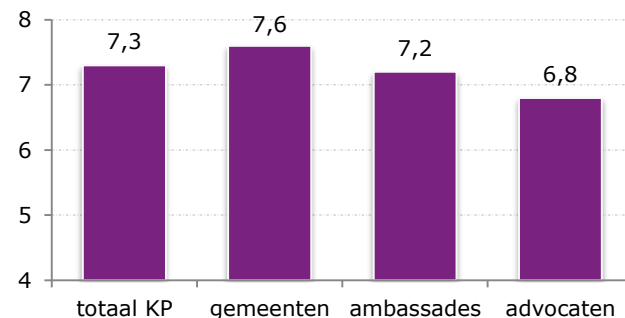


Totaaloordeel 7,2



- Het totaaloordeel van alle BOAK-partners voor de kwaliteit van dienstverlening van de IND is een 7,2.
- Ketenpartners 1 zijn de organisaties die de overheid vertegenwoordigen en deze groep bestaat voor bijna drie kwart uit gemeenten (73%). Gemeenten zijn met een gemiddelde van 7,6 het positiefst over de dienstverlening van de IND. Ambassades vormen 15% van de groep voor ketenpartners 1 (in totaal vormen ambassades en gemeenten 88% van de ketenpartners 1). Het totaaloordeel voor ketenpartners 1 is een 7,5.
- Ketenpartners 2 zijn de organisaties die de belangen van personen behartigen. Deze doelgroep bestaat voor ongeveer twee derde uit advocaten (64%). Advocaten zijn het minst positief over de IND, maar hun oordeel is de afgelopen twee jaar wel met een punt gestegen van een 5,8 naar 6,8. Het totaaloordeel voor ketenpartners 2 is een 6,7.

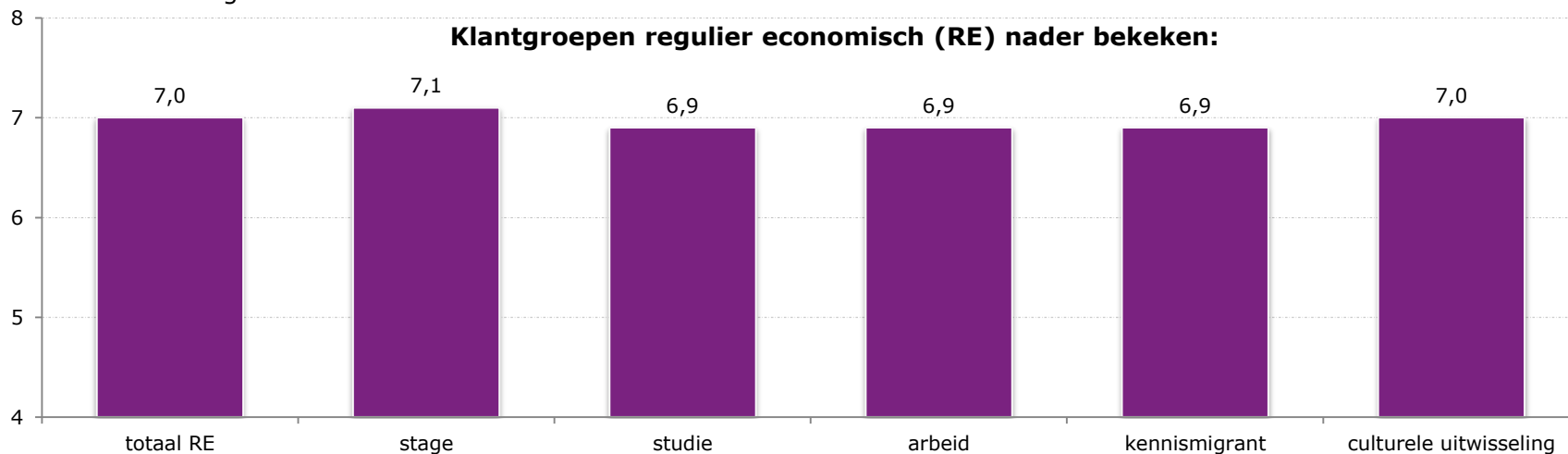
Ketenpartners (KP) nader bekeken:



Vraag: Welk cijfer geeft u voor de kwaliteit van dienstverlening als geheel?

Totaaloordeel uitgesplitst naar klantdirectie

- **Asiel 7,3:** ruim de helft van de contacten in het kader van asielprocedures komt van advocaten (54%). Daarnaast vormen de gemeenten een vijfde van de contacten (20%). Gemeenten en advocaten vormen daarmee het merendeel van de contacten van de klantdirectie asiel.
- **Naturalisatie 7,4:** het merendeel van de contacten voor naturalisatie wordt gedaan door gemeenten (84%).
- **Regulier sociaal 7,0:** iets meer ketenpartners 2 dan ketenpartners 1 hebben hun oordeel gegeven over regulier sociaal. Geen enkele klantgroep springt er hier opvallend tussenuit in zijn oordeel.
- **Regulier economisch 7,0:** hoewel de verschillende klantgroepen voor regulier economisch niet opvallend van elkaar verschillen, is het wel opvallend dat deze doelgroepen niet hoger scoren dan gemiddeld terwijl het beleid van de Nederlandse overheid is gericht op het verwelkomen van kennismigranten.
- Bijna alle bedrijven (89%) en onderwijsinstellingen (95%) geven aan erkend referent te zijn (ook zij geven een 7,0). De 300 grootste bedrijven, dat wil zeggen met de meeste aanvragen, geven gemiddeld ook een 7,0 voor de kwaliteit van de dienstverlening.

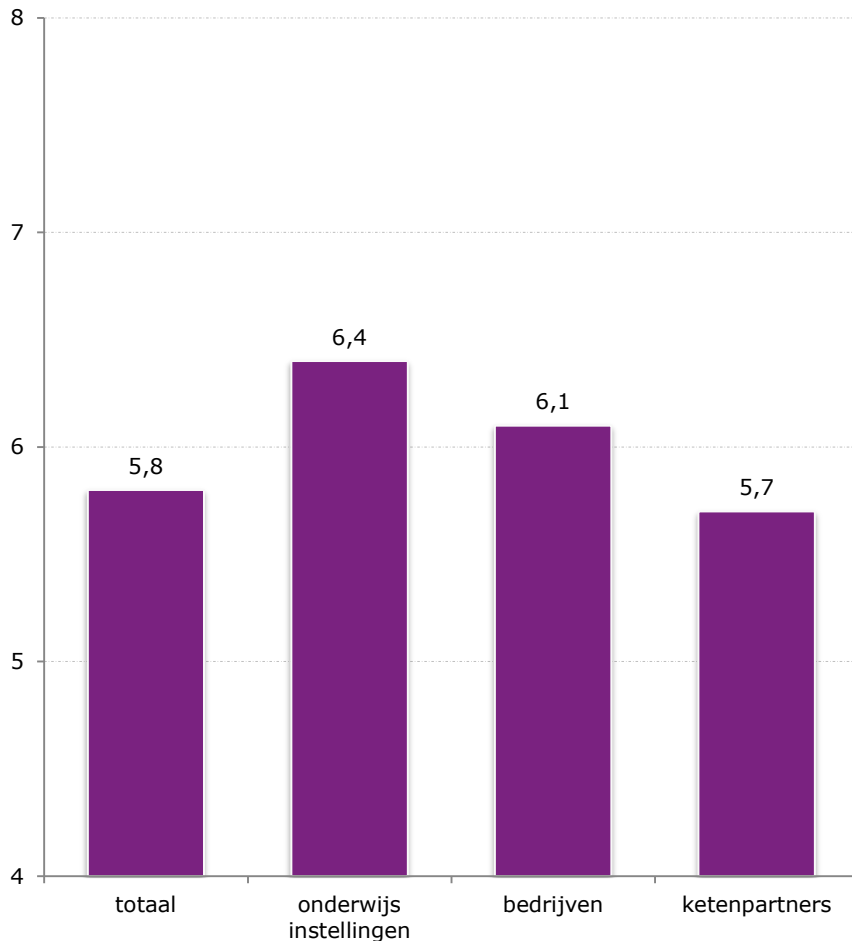


4.2

Visie van de IND: *"de
aanvrager staat centraal"*



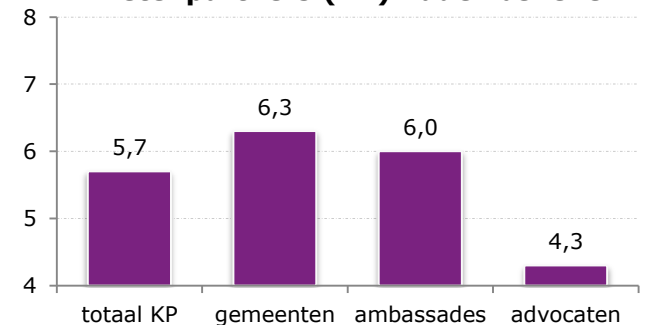
“De aanvrager staat niet centraal”



Vraag: De IND heeft als visie dat de aanvrager centraal staat, wat merkt u hiervan in de praktijk?

- De visie van de IND is: de aanvrager staat centraal. De klanten hebben de IND beoordeeld op de vraag in hoeverre ze vinden dat ze deze visie in de praktijk ook herkennen. De klanten beoordelen de IND hierop met net niet een voldoende (5,8).
- Onderwijsinstellingen zien deze visie van de IND het meest terugkomen in de praktijk, ketenpartners het minst. Van de ketenpartners herkennen gemeenten de visie het meest en advocaten het minst. We zien hier hetzelfde verschil in oordeel als bij het totaaloordeel. Ketenpartners 1 beoordelen de visie in de praktijk met een 6,2 en ketenpartners 2 met een 4,7.
- Bedrijven zien met een 6,1 de visie van de IND ook maar net terugkomen in de praktijk, terwijl het beleid van de Nederlandse overheid is gericht op het verwelkomen van de kennismigranten.
- De organisaties en ketenpartners herkennen deze visie in de praktijk niet omdat zij vinden dat juist de procedures, regels en het beleid van de IND centraal staat. Op de volgende pagina wordt de toelichting van de organisaties en ketenpartners met citaten weergegeven.

Ketenpartners (KP) nader bekeken:



Toelichting op: “de aanvrager staat niet centraal”

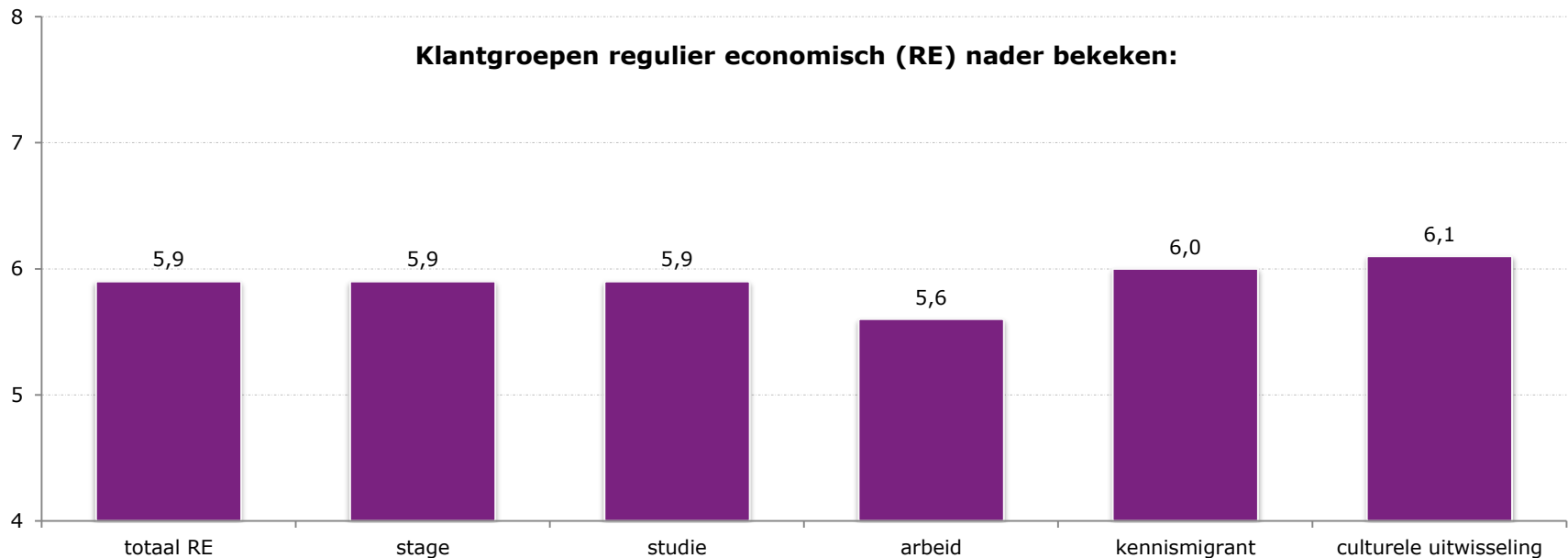
Hieronder een uitwerking van diverse reacties van de organisaties en ketenpartners als men heeft aangegeven dat men vond dat de aanvrager niet centraal staat bij de IND. Alleen negatieve citaten worden gegeven om een beeld te schetsen bij het rapportcijfer.

- *“Deze visie staat haaks op het beleid.”* Ketenpartner 2
- *“Wat betreft asiel heb ik niet altijd de indruk dat de aanvrager centraal staat. Dat zou namelijk betekenen dat de mens achter de aanvrager centraal zou staan, terwijl het volgens mij zo is dat de aanvraag zelf centraal staat.”* Ketenpartner 1
- *“Je voelt je geen klant, het zijn procedures die moeten.”* Bedrijf
- *“Vanuit mijn ervaring is er vanuit de IND nog weinig moeite gedaan om zich te kunnen inleven in de gastgezinnen of de au pairs en kijkt men vanuit beleid en procedures in plaats van naar mensen!”* Bedrijf
- *“Als referent moeten we zelf achter informatie aan gaan om het te krijgen, beslissingen over procedurewijzigingen worden laat en onvolledige gecommuniceerd. Als klant moet ik meerdere keren bellen om juiste antwoorden te krijgen. Als referent moet ik meerdere loketten bellen om mijn zaken te kunnen doen.”* Onderwijsinstelling

Vraag: De IND heeft als visie dat de aanvrager centraal staat, wat merkt u hiervan in de praktijk? Kunt u uw antwoord toelichten? (totaal n=587)

De aanvrager centraal uitgesplitst naar klantdirectie

- **Asiel 4,9:** advocaten bepalen voor een deel het lage resultaat van deze klantdirectie.
- **Naturalisatie 6,2:** het resultaat van de gemeenten is erg bepalend voor deze klantdirectie.
- **Regulier sociaal 5,7:** toont gespreid beeld tussen klantgroepen.
- **Regulier economisch 5,9:** de verschillende klantgroepen van regulier economisch staan in onderstaande grafiek weergegeven. De klantgroep 'arbeid' ervaart in de praktijk nog iets minder dat de aanvrager centraal staat bij de IND dan de gemiddelde klant van regulier economisch. De 300 grootste bedrijven, dat wil zeggen met de meeste aanvragen, geven gemiddeld ook een 6,0 voor het centraal stellen van de aanvrager.



4.3

Beeld van de IND



De IND is klantgericht, maar ook ambtelijk

Volgens de organisaties en ketenpartners is de IND een klantgerichte, maar ook ambtelijke organisatie. In zijn geheel beschrijven de BOAK-partners de IND als volgt:

- Ambtelijk, bureaucratisch en log (13%);
- klantgericht en klantvriendelijk (11%);
- prettige partner (10%);
- deskundig, professioneel en bekwaam (9%);
- wisselvallig in kwaliteit, snelheid en deskundigheid (6%).

Uit de reacties blijkt dat van alle klantgroepen vooral ketenpartners 2 de IND ambtelijk vinden (22%). Onderwijsinstellingen vinden de IND vaker klantgericht (19%). Zowel onderwijsinstellingen als ketenpartners 1 vinden de IND vaker een prettige partner (16%). De IND wordt vooral deskundig, professioneel en bekwaam gevonden door onderwijsinstellingen en bedrijven (12%). De wisselvalligheid in kwaliteit, snelheid en deskundigheid van de dienstverlening van de IND wordt vooral door ketenpartners 2 opvallend vaak genoemd (13%). Hieronder een greep uit de reacties van de organisaties en ketenpartners.

- *"Lastig. Bij de ene aanvraag gaat het snel, efficiënt en professioneel. Bij de andere aanvraag gaat het traag, bureaucratisch en onprofessioneel. Zeer afhankelijk van de medewerker die de aanvraag behandelt."* Bedrijven
- *"Over het algemeen een organisatie die de zaken goed op orde heeft en waarvan de medewerkers goed op de hoogte zijn van de regels of bereid zijn een procedure of vraag voor je uit te zoeken."* Bedrijven
- *"Als ketenpartner hebben wij goed contact met de mensen die de naturalisatieaanvragen behandelen. Ze denken met ons mee, wanneer wij met voor ons moeilijke vragen komen. Komen afspraken altijd na (terugbellen)."* Ketenpartner 1
- *"Ambtelijk, maar met goede wil om klantvriendelijker te zijn; veel verschil in de bejegening/proceshouding individuele ambtenaar."* Ketenpartner 2
- *"De service is sterk verbeterd de laatste jaren. Betreft: de communicatie, medewerkers die ik aan de lijn krijg, voorlichting, leges die verlaagd zijn, doorlooptijd kortom: ga zo door!"* Onderwijsinstelling

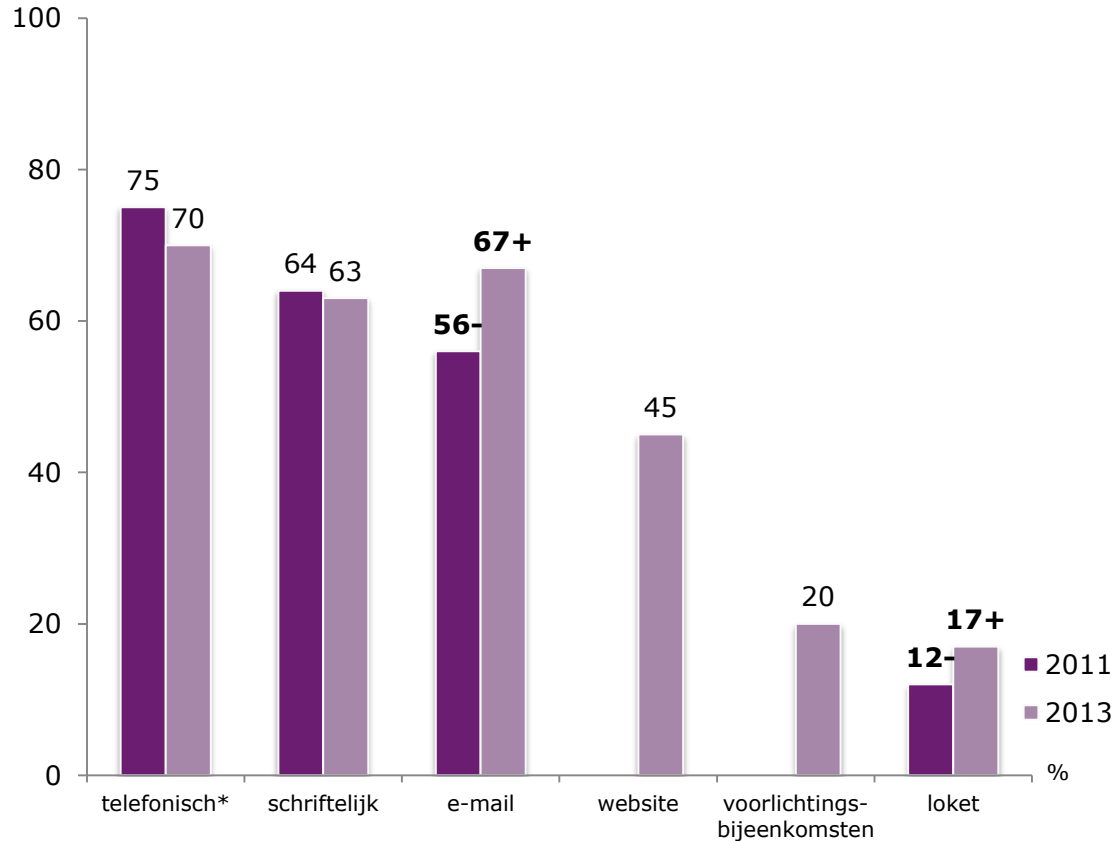
Vraag: Als u de IND in een paar woorden zou moeten omschrijven, hoe zou u dat dan doen? (totaal n=587)

4.4

Informatie en communicatie



Contact via e-mail neemt toe



Vraag: Hoe heeft u de afgelopen 12 maanden contact met de IND gehad? (totaal n=782)

* Telefonisch is het totaal van het algemeen informatienummer en het doorkiesnummer.

De website en de voorlichtingsbijeenkomsten zijn in 2013 voor het eerst meegenomen.

- De meeste organisaties en ketenpartners leggen contact via de telefoon. Het aantal organisaties en ketenpartners dat contact legt via e-mail met de IND neemt toe.
- Onderwijsinstellingen leggen het vaakst contact per e-mail (84%). Ruim de helft van de onderwijsinstellingen heeft contact gehad via de informatielijn van de unit studie internationaal (52%). Ook leggen onderwijsinstellingen vaak contact via de website (62%).
- Het contact dat bedrijven via de e-mail hebben, is opvallend gestegen van 49% in 2011 naar 74% in 2013. Ook bedrijven leggen vaak contact via de website van de IND (59%).
- Ruim drie kwart van de ketenpartners heeft contact met de IND via de ketenservicelijn (76%). Vooral ketenpartners 2 hebben contact via e-mail (76%) en via de website (60%). Ketenpartners 1 leggen via deze twee kanalen veel minder vaak contact.
- Voorlichtingsbijeenkomsten worden voornamelijk door bedrijven en onderwijsinstellingen genoemd als een manier waarop ze het afgelopen jaar contact hebben gehad met de IND.

Contact nog steeds bij voorkeur via de telefoon

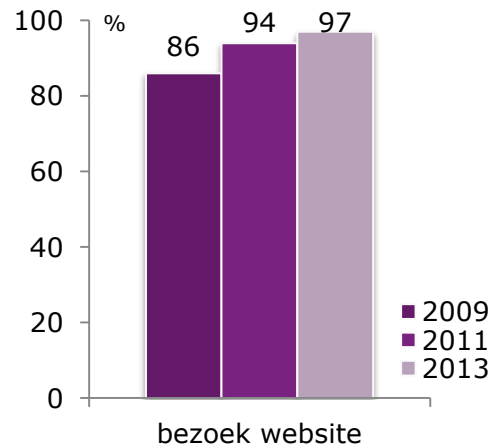
- Net als in 2011 geven organisaties en ketenpartners aan het liefst telefonisch contact te hebben met de IND. Gemeenten springen er echt uit als het gaat om telefonisch contact, maar liefst 92% geeft aan het liefst contact op te nemen via de telefoon. Onderwijsinstellingen hebben net als in 2011 het liefst contact via e-mail. Advocaten hebben veel liever dan andere klantgroepen schriftelijk contact (56%). Nog niet veel organisaties en ketenpartners geven aan dat ze het liefst via internet contact zouden hebben met de IND. Bedrijven en onderwijsinstellingen hebben deze voorkeur momenteel het meest.

% liefst contact via:	Totaal		Bedrijven		Onderwijsinstellingen		Ketenpartners 1		Ketenpartners 2	
	2011	2013	2011	2013	2011	2013	2011	2013	2011	2013
telefonisch	82	80	67	67	74	70	89	84	76	83
e-mail	66	70	69	70	86	82	63	67	60	68
zaakgelastigde	29	29	32	44	45	26	20	18	39	44
schriftelijk	30	25	27	24	24	21	22	18	60	43
internet (website)	-	9	-	12	-	14	-	7	-	8
loket	3	4	10	7	2	1	1	1	7	7

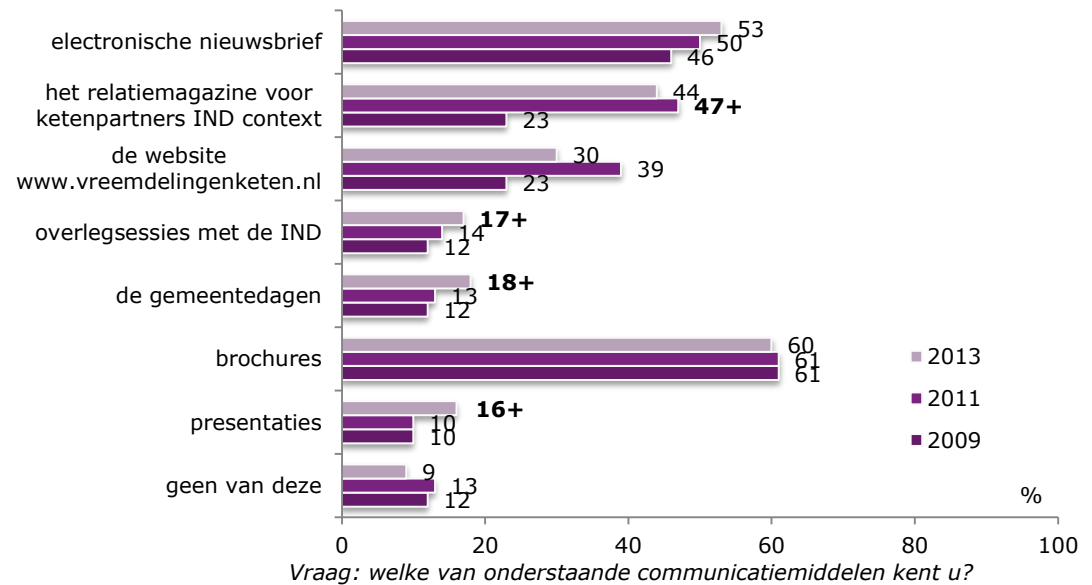
Vraag: Hoe heeft u het liefst contact met de IND? Meer antwoorden mogelijk!

Bekendheid met de website en de elektronische nieuwsbrief blijft stijgen

- Vrijwel alle organisaties en ketenpartners zijn ondertussen bekend met de website van de IND. Onder alle klantgroepen stijgt de bekendheid met de website. Onder bedrijven en onderwijsorganisaties heeft de website van de IND ondertussen 100% bekendheid.
- Ongeveer drie kwart van de organisaties en ketenpartners bezoekt de website van de IND om informatie over een bepaalde procedure op te zoeken (76%). Ongeveer de helft van de organisaties en ketenpartners bezoekt de website voor informatie over actuele ontwikkelingen, aanvragen van formulieren en brochures en algemene informatie over de IND.
- Onder alle klantgroepen stijgt ook de bekendheid met de meeste communicatiemiddelen van de IND. De bekendheid van de overlegsessies onder bedrijven is flink gestegen (naar 20%). Onder ketenpartners stijgt vooral de bekendheid met presentaties en de elektronische nieuwsbrief.



Vraag: Heeft u de website van de IND wel eens bezocht?



Nog vier op de tien organisaties en ketenpartners ontvangen te weinig informatie van de IND

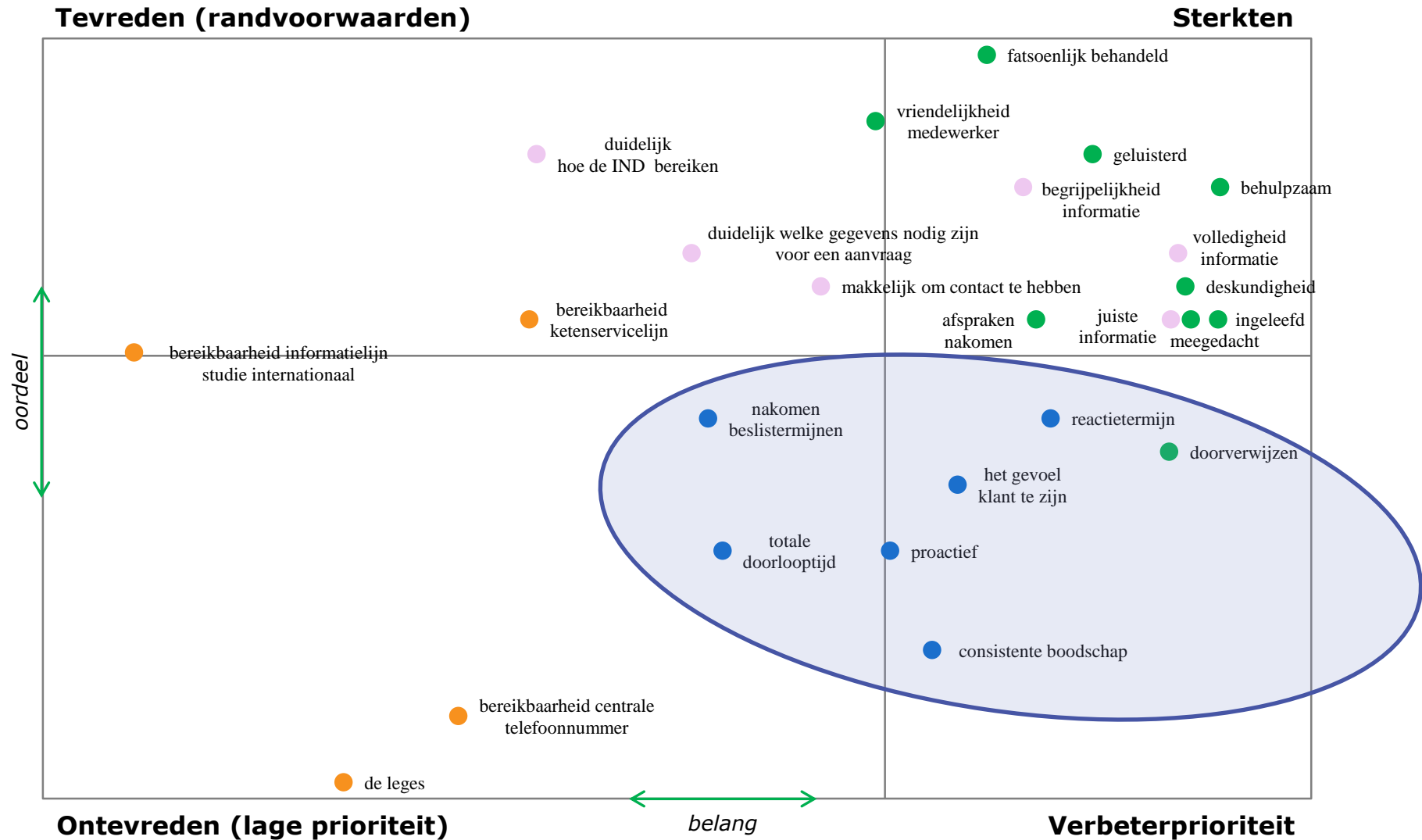
- Ongeveer zes op de tien organisaties en ketenpartners vinden dat ze precies genoeg informatie van de IND ontvangen om hun werk goed te doen. Bijna vier op de tien geven aan dat ze te weinig informatie krijgen vanuit de IND om hun werk goed te kunnen doen (37%). Vrijwel niemand geeft aan te veel informatie vanuit de IND te ontvangen.
- Het zijn vooral de bedrijven die aangeven dat ze te weinig informatie ontvangen vanuit de IND om hun dagelijks werk goed te kunnen doen (50%). Het aandeel bedrijven dat te weinig informatie ontvangt, is flink gestegen ten opzichte van 2011. Toen vond nog een kwart (26%) van de bedrijven dat ze te weinig informatie ontvingen van de IND. Ook advocaten geven opvallend vaak aan dat ze te weinig informatie ontvangen van de IND (62%).

4.5

Verbetermogelijkheden



Verbetermatrix: waardering stijgt, maar algemene beeld blijft gelijk aan 2011



Meer aandacht voor de procesaspecten

- Meer aandacht verdienen de procesaspecten zoals doorlooptijd, reactietermijn, beslistermijn en proactief informeren. Het gevoel klant te zijn en het afgeven van een consistente boodschap zijn daarbij ook belangrijke verbeterpunten. De aspecten die gerelateerd zijn aan het proces hebben een blauwe bol in de matrix. In de matrix is goed te zien dat deze aspecten erg belangrijk worden gevonden, maar laag gewaardeerd door de organisaties en ketenpartners. Daarom hebben deze aspecten prioriteit voor verbetering.
- De 'menselijke kant' van de dienstverlening is een sterkte van de IND. De aspecten die gerelateerd zijn aan de 'menselijke kant' worden in de matrix weergegeven met een groene bol. In de matrix is goed te zien dat de menselijke kant van de IND gewaardeerd wordt. De aspecten worden goed beoordeeld en tevens erg belangrijk gevonden.
- De communicatie vanuit de IND en met de IND is begrijpelijk voor de organisaties en ketenpartners. Het is de organisaties en ketenpartners duidelijk hoe er contact opgenomen kan worden met de IND en welke gegevens noodzakelijk zijn voor het doen van een aanvraag. De aspecten die gerelateerd zijn aan communicatie hebben een roze bol in de matrix. In de matrix is te zien dat de communicatieaspecten deels onder de randvoorwaarden vallen (zoals duidelijkheid) en deels onder de sterkten van de IND (zoals volledigheid en juistheid van de informatie). Communicatie vanuit en met de IND wordt goed beoordeeld en belangrijk gevonden.
- De bereikbaarheid van de telefooncentrales van de IND en de leges (oranje gekleurde bol in de matrix) worden ten opzichte van de andere aspecten minder belangrijk gevonden. Vooral de leges en de bereikbaarheid van het algemene nummer worden niet goed gewaardeerd. Deze aspecten hebben geen prioriteit voor verbetering om de waardering voor de dienstverlening van de IND te verhogen.
- Als we de verschillende klantgroepen afzonderlijk bekijken, zien we over het algemeen steeds hetzelfde beeld. Wat naast de overeenkomsten opvalt, is dat bedrijven (en dit geldt ook specifiek voor de 300 grootste bedrijven) vaker de volledigheid en de juistheid van de informatie minder goed beoordelen. Het voorzien in de juiste en volledig informatie is voor bedrijven een prioriteit voor verbetering. Voor zowel onderwijsinstellingen als ketenpartners 2 is het meedenken van de medewerker ook een punt van aandacht.

Trend: aspecten dienstverlening (als geheel 7,2)

Aspect	2009	2011	2013
Fatsoenlijk	7,7	7,9	7,8
Luisteren	7,5	7,6	7,6
Vriendelijkheid	7,4	7,8	7,6
Duidelijk hoe de IND te bereiken	7,3	7,3	7,5
Begrijpelijkheid informatie	7,2	7,5	7,4
Behulpzaamheid medewerker	7,2	7,4	7,4
Duidelijkheid gegevens nodig	6,7	7,2	7,2
Volledigheid informatie	7,0	7,3	7,2
Deskundigheid	7,0	7,4	7,1
Makkelijk om contact te leggen	-	6,9	7,1
Afspraken nakomen	-	7,1	7,1
Inleven	7,0	7,1	7,0
Meedenken	6,3	7,2	7,0
Juistheid informatie	-	7,2	7,0
Reactietermijn	6,7	6,7	6,7
Beslistermijn nakomen	-	6,7	6,7
Doorverwijzen	6,2	6,6	6,6
Het gevoel klant te zijn	6,2	6,6	6,5
Consistente boodschap	6,4	6,5	6,0
Proactief	6,1	6,5	6,3
Doorlooptijd aanvraag	6,0	6,4	6,3
Leges	5,7	5,4	5,6

- In het overzicht hiernaast is de beoordeling van alle dienstverleningsaspecten opgenomen van de afgelopen drie metingen. In 2011 zijn vrijwel alle dienstverleningsaspecten gestegen ten opzichte van 2009. Nu in 2013 zien we dat het oordeel van de dienstverleningsaspecten ongeveer gelijk blijft aan 2011.
- In het overzicht staan twee opvallende resultaten. Ketenpartners en organisaties vinden het nu makkelijker dan in 2011 om contact te leggen met de IND. Het afgeven van een consistente boodschap is de afgelopen twee jaar echter minder goed gelukt.
- De bereikbaarheid van de verschillende telefooncentrales van de IND is niet weergegeven, omdat bijna de helft van de ketenpartners en organisaties aangeeft dat dit niet op hen van toepassing is. De bereikbaarheid van de algemene informatielijn wordt beoordeeld met een 5,8, de bereikbaarheid van het nummer studie internationaal met een 6,9 en de bereikbaarheid van de ketenservicelijn wordt beoordeeld met een 7,0.

Bedrijven en onderwijsinstellingen: zorg voor juiste en volledige informatie en denk mee met de klant

Waardering

- Vrijwel alle bedrijven en onderwijsinstellingen hebben te maken met de directie regulier economisch. Het totaaloordeel voor regulier economisch is een 7,0. Het merendeel van de bedrijven en onderwijsinstellingen geeft aan erkend referent te zijn. In de praktijk merkt de klant met bijna een voldoende (5,9) nog niet echt dat de aanvrager centraal staat bij de IND. Ook de organisaties die te maken hebben met de IND vanwege kennismigranten beoordelen het centraal staan van de aanvrager slechts met een 6,0.

Pluspunten

- Hoewel het totaaloordeel over de kwaliteit van de dienstverlening niet opvallend stijgt, zien we uit de reacties van de bedrijven en onderwijsinstellingen wel terug dat de dienstverlening verbeterd is ten opzichte van eerdere jaren. Ook geven klanten van regulier economisch vaker dan bij de andere klantdirecties aan dat het hen vooraf duidelijk is wat de kansen zijn dat hun aanvraag positief wordt beoordeeld.

Aandachtspunten

- Aanzienlijk meer bedrijven dan tijdens de vorige meting geven aan dat ze momenteel te weinig informatie ontvangen vanuit de IND om hun dagelijks werk goed te kunnen doen. Ook het afgeven van een consistente boodschap is de laatste jaren minder goed gelukt.

Verbeterprioriteit

- Vooral voor bedrijven is het afgeven van volledige en juiste informatie een knelpunt in de dienstverlening van de IND. Het verbeteren van dit punt draagt bij aan een hogere waardering voor de dienstverlening van de IND. Vooral voor onderwijsinstellingen is het meedenken met de klant een belangrijk punt voor verbetering.

Ketenpartners: verwijs beter door naar de juiste personen of instantie en verbeter de reactietermijn

Waardering

- Ketenpartners 1 (vooral gemeenten en ambassades) en ketenpartners 2 (vooral advocaten en bemiddelende instanties) beoordelen gezamenlijk de kwaliteit van dienstverlening met een 7,3. Het totaaloordeel voor de kwaliteit van dienstverlening laat een stijgende lijn zien. Ketenpartners 1 en 2 zien in de praktijk nog niet echt dat de aanvrager centraal staat bij de IND en geven hiervoor bijna een voldoende (5,7). Ketenpartners 1 merken er in de praktijk meer van dat de aanvrager centraal staat bij de IND dan ketenpartners 2 (6,2 versus 4,7). Vooral advocaten herkennen deze visie niet in de praktijk, zij beoordelen de IND hierop met een 4,3.
- Ketenpartners 1 beoordelen de kwaliteit van de dienstverlening van de IND met een 7,5. De klantdirectie regulier sociaal wordt door hen beoordeeld met een 7,4 en de klantdirectie naturalisatie met een 7,6. Ketenpartners 2 beoordelen de kwaliteit van de dienstverlening van de IND met een 6,7. De klantdirectie regulier sociaal wordt door hen beoordeeld met een 6,8 en de klantdirectie asiel met een 7,3.*

Pluspunten

- Hoewel advocaten nog steeds kritisch zijn over de kwaliteit van de dienstverlening beoordelen zij dit jaar de dienstverlening een stuk hoger dan de voorgaande meting. De klantdirectie naturalisatie wordt op vrijwel alle aspecten (mensgerichte, communicatie- en procesaspecten) iets beter beoordeeld dan de andere klantdirecties.

Verbeterprioriteit

- Voor zowel ketenpartners 1 als 2 geldt dat het doorverwijzen naar de juiste persoon of instantie en de reactietermijn vanuit de IND knelpunten zijn in de dienstverlening. Het is belangrijk om in deze aspecten te blijven investeren om zo de waardering voor de dienstverlening te verhogen. Specifiek voor ketenpartners 2 zijn het meedenken met de klant en het afgeven van een consistente boodschap punten voor verbetering.

** Alleen het totaaloordeel van de klantdirecties die door voldoende (meer dan 30) ketenpartners zijn beoordeeld, is hier weergegeven.*