



Het stroomlijnen van de informatie over orgaandonatie

Rapportage kwalitatief onderzoek

In opdracht van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

R-4171 – D4
Maart 2018



Inleiding



Amsterdam, maart 2018

Beste lezer,

Voor u ligt het rapport van het kwalitatief onderzoek dat wij uitvoerden naar drie websites die betrekking hebben op het onderwerp orgaandonatie; orgaandonorworden.nl, donorregister.nl en transplantatiestichting.nl. Het onderzoek bestond uit 30 interviews op vier verschillende locaties met een doorsnede van de Nederlandse bevolking.

Doel van het onderzoek was om te achterhalen of de huidige structuur en navigatie tussen en binnen de drie websites voor de [potentiële] gebruikers logisch, volledig en begrijpelijk zijn en op welke wijze verbeteringen mogelijk zijn.

Deze versie van het rapport [D4] is de definitieve versie, waarin de feedback en input van alle betrokkenen bij het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en van DPC zijn verwerkt.

We hebben met veel betrokkenheid aan dit project gewerkt en vertrouwen erop dat de resultaten het ministerie handvatten geeft om de informatie aan de burgers ten aanzien van orgaandonatie te stroomlijnen.

Met vriendelijke groet,

Bart Kleijn
Client Director

Eline Zwinkels
Consultant



Inhoud

Het stroomlijnen van de informatie over orgaandonatie	Pagina
Management samenvatting	4
Aanbevelingen	7
Resultaten	
1 – Randvoorwaarden bij het interpreteren van informatie over orgaandonatie	10
2 - Zoeken naar informatie over orgaandonatie	16
3 - De samenhang tussen de drie websites	24
4 - De afzonderlijke websites	30
- Transplantatiestichting.nl	32
- Orgaandonorworden.nl	38
- Donorregister.nl	42
<i>Bijlage A: Technische verantwoording</i>	46

Management Samenvatting (1/3)

Achtergrond

Vanuit de Rijksoverheid bestaan er verschillende websites die informatie geven over orgaandonatie:

- www.transplantatiestichting.nl
- www.orgaandonorworden.nl
- www.donorregister.nl

Bij het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport leefde de vraag of de huidige structuur en de navigatie tussen en binnen deze websites duidelijk en logisch zijn voor de gebruikers. Om die reden heeft MediaTest dertig interviews gehouden met een doorsnede van de Nederlandse bevolking.

Centraal in het onderzoek stonden drie onderzoeksvragen:

- Het achterhalen of de huidige structuur en navigatie tussen en binnen de drie websites logisch, volledig en begrijpelijk zijn en op welke wijze hier verbeteringen mogelijk zijn.
- Het achterhalen of het taalgebruik en –niveau helder en begrijpelijk zijn.
- Het achterhalen of het wenselijk is om de informatievoorziening op de drie websites weer meer onderscheidend te maken.

Het uitgebreide kwalitatieve onderzoek dat wij hebben uitgevoerd, heeft een grote hoeveelheid informatie opgeleverd ten aanzien van internetgebruik in het algemeen, de wijze waarop men online informatie zoekt en ten aanzien van de drie websites en hun samenhang.

Specificaties:

- Kwalitatief onderzoek
- 30 interviews
- Vier locaties:
 - Den Bosch
 - Zwolle
 - Amersfoort
 - Amsterdam
- Onderscheid tussen:
 - Algemeen publiek
 - Jongeren
 - Nieuwe Nederlanders
 - Niet-westerse migranten
 - Minder-geletterden
 - Minder digi-vaardigen

Management Samenvatting (2/3)

Overkoepelende conclusies

Op basis van het onderzoek formuleren wij, in antwoord op de onderzoeksvragen, drie conclusies.

1. De drie sites hebben op dit moment geen sterk eenduidig en onderscheidend profiel. Zij lijken voor de bezoekers, in grote lijnen, hetzelfde doel te hebben. Dit mede doordat er sprake is van veel overlap in informatie.
2. De specifieke doelgroepen [nieuwe Nederlanders, niet-westerse migranten, minder-geletterden en minder digi-vaardigen] laten zien dat het vinden en 'consumeren' van informatie over orgaandonatie geen vanzelfsprekendheid is. Bij de begrijpelijkheid van de teksten op de drie websites zien we echter geen grote struikelblokken, op een aantal specifieke termen na. Wel zien we dat er regelmatig bij deze doelgroepen problemen optreden doordat men minder logische zoektermen gebruikt of fouten maakt bij het intypen. Dit geldt zowel bij het zoeken via Google als binnen een specifieke website.
3. De bezoekers van de sites ervaren de overlap tussen de websites en het gebrek aan een sterk profiel van elk van de sites niet als een probleem. Zij zoeken via Google en vinden informatie op een website die zij wel of niet vertrouwen.

Wij verwoorden echter een belangrijke aanvullende conclusie:

4. Ondanks het feit dat de overlap en het gebrek aan een profiel niet als een probleem ervaren, zijn zij gebaat bij een meer gestructureerde wijze waarop de informatie wordt aangeboden. Regelmatig kwamen respondenten uit op een van de drie sites die niet aansloot bij hun behoefte, of bij het scenario dat zij in het onderzoek volgden. Soms was de informatie te algemeen, soms juist al te sterk een call to action. Een meer gestructureerde wijze van aanbieden van de informatie kan er voor zorgen dat de kans groter wordt dat de informatie die zij vinden, aansluit bij fase in de *customer journey* waar zij zich bevinden. Op dit moment is men louter afhankelijk van de zoekresultaten van Google.

Er ligt in onze ogen dan ook een kans voor de Rijksoverheid om de burgers daarbij te helpen en hen bij de hand te nemen.

Noot t.a.v. laaggeletterden

In samenwerking met Pharos hebben wij gestreefd naar het opnemen van laaggeletterden in de onderzoeksgroep. Mede daardoor konden wij tijdens het onderzoek aantonen dat een deel van de respondenten [grote] moeite heeft met het vinden en begrijpen van informatie op internet in het algemeen, en op de onderzochte sites in het bijzonder.

Desondanks is het goed te benoemen dat slechts één respondent volledig voldeed aan de definitie van laaggeletterden die Pharos hanteert. Anderen waren wellicht volgens die definitie iets 'overgekwalificeerd'. In dit rapport spreken we daarom van 'minder-geletterden'.

Het feit dat ook zij vaak moeite hadden met het vinden en verwerken van informatie, is echter een bevestiging van het feit dat de begrijpelijkheid van de informatie een belangrijk aandachtspunt is.

Management Samenvatting (3/3)

In aanvulling op deze conclusies is het goed om te benadrukken dat de drie sites in de ogen van de gebruikers weliswaar overlap hebben, maar dat zij daarnaast ieder duidelijk hun sterke en minder sterke kanten hebben.

Transplantatiestichting.nl

De website van de Nederlandse Transplantatie Stichting komt vaak hoog in de zoekresultaten, heeft een vriendelijke uitstraling en biedt veel en ook objectieve informatie. De website is echter ook druk en vol en wekt verschillende verwachtingen op grond van het beeld in de carousel. Bovendien wordt het verband met orgaandonatie soms vertroebeld door het woord 'transplantatie' en het feit dat de site zich ook richt op degenen die een orgaan hebben ontvangen.

Orgaandonorworden.nl

De campagnesite komt niet altijd hoog in de zoekresultaten en blijkt het minst heldere profiel te hebben. Men weet vaak niet wat men van de website kan verwachten: gaat het om informeren of overhalen? De aanzienlijke hoeveelheid informatie zit 'verstopt' achter de relatief eenvoudige homepage. Bovendien heeft men de indruk dat er veelal dezelfde informatie op staat als op de website van de NTS. Tot slot bleek het gebruikte beeld geen gelukkige keuze. Aan de positieve kant heeft deze website een rustige, 'serene' en serieuze uitstraling en staat de betrouwbaarheid, dankzij het logo van de Rijksoverheid, buiten kijf.

Donorregister.nl

Het donorregister is over het algemeen goed te vinden via Google. Het doel van de website is voor de meeste respondenten direct duidelijk (registreren) hoewel de site ook een hoog informatief karakter heeft. De uitstraling is zakelijk en saai. De betrouwbaarheid van de site wordt door geen van de respondenten betwijfeld dankzij het logo van de Rijksoverheid en doordat er bij doorklikken om het DigiD wordt gevraagd. Door de sterke nadruk op het registreren, sluit de website duidelijk niet aan bij degene die nog in de oriëntatiefase zijn.



Aanbevelingen (1/3)

Op basis van de voorgaande conclusies komen wij tot de volgende puntsgewijze aanbevelingen. Daarbij gaan wij er vanuit dat de drie sites naast elkaar kunnen blijven bestaan.

Profilering

- Verhelder de profielen van de drie sites, zodat het doel en de inhoud van elke site in één oogopslag duidelijk zijn voor de bezoeker. Maak dat expliciet. Neem alleen informatie op die past binnen het doel van die site.
- Daartoe is het uiteraard noodzakelijk om goed af te stemmen wat het doel van elk van de drie sites zou moeten zijn. De huidige campagne-site moet daarbij het meest kritisch onder de loep genomen te worden. Het profiel van deze site is nu onduidelijk. Bovendien hij heeft veel overlap met zowel de NTS-site [in geboden informatie] als met donorregister.nl [in uitstraling].
- Wanneer de scope van elke afzonderlijke site goed gekaderd is, kan verwezen worden naar elkaar. Benoem op dat moment waarom doorverwezen wordt en welke informatie men op de andere website kan vinden.
 - Bijvoorbeeld: op donorregister.nl: 'Op deze website kunt u zich alleen registreren. Ga naar transplantatiestichting.nl voor meer inhoudelijke informatie'.
- Denk bij het scherper profileren van de drie sites aan een driedeling in bijvoorbeeld:
 - Algemene informatie over orgaandonatie
 - Hulp bij het maken van uw keuze
 - Registreren
- Maak een duidelijk onderscheid tussen informerend en de call to action.

Aanbevelingen (2/3)

- Besef dat de informatie die nu op de drie afzonderlijke sites wordt aangeboden in de kern al de mogelijkheid in zich heeft om een duidelijker onderscheid aan te brengen.
 - De informatie van de NTS-site sluit aan bij het begin van de klantreis, waarin men behoefte heeft aan vooral algemene, objectieve, informatie.
 - De informatie van Orgaandonorworden.nl kan helpen om een gerichte keuze te maken.
 - De wijze waarop het donorregister.nl is ingericht is uitstekend om die gemaakte keuze te registreren.
- Bij het opnieuw inrichten van de drie sites kan 'geleerd worden' van de sterke kanten van elk van de drie huidige sites.
 - Combineer de 'vrolijke' uitstraling van de website van de Nederlandse Transplantatie Stichting met de autoriteit en het kwaliteitsstempel van het Rijksoverheid-logo.
 - Zoek een optimum tussen de 'drukke', 'volle' NTS-site en de 'serene', 'saaie' campagnesite.
 - Zoek ook in het beeldgebruik een middenweg tussen de 'biertjes' en de 'wegkijkende man'.
 - Bied de informatie aan in zo veel mogelijk talen, vergelijkbaar met de manier waarop de NTS-site dat nu doet.
- Besteed vervolgens veel aandacht aan de vindbaarheid van de informatie.
 - Juist omdat de informatie wordt aangeboden via drie afzonderlijke websites, is een belangrijke voorwaarde dat er veel aandacht besteed wordt aan de SEO. Ook daar kan de huidige site van de NTS als voorbeeld dienen, die komt vaak hoog in de Google-resultaten.
 - Daarbij gaat het er niet alleen om dat men de informatie op zich vindt. Met het behoud van de drie afzonderlijke websites én hun aangescherpte profilering, is het extra belangrijk dat specifieke zoektermen óf naar de ene óf naar de andere website leiden. Alleen zo kunnen bezoekers 'gestuurd' worden naar die informatie die voor hen op dat moment van belang is.

SEO:

Search Engine Optimization (of zoekmachine optimalisatie) is een verzameling van technieken die gericht zijn op het optimaliseren en verbeteren van een website voor de vindbaarheid in zoekmachines als Google.

Aanbevelingen (3/3)

Ter overweging

Op basis van de resultaten van het onderzoek zien wij dat er veel winst te behalen is in een sterkere profilering van de drie afzonderlijke websites. Ter overweging, mede gebaseerd op onze bredere ervaring met onderzoek naar websites, vooral voor de Rijksoverheid, doen wij hier de suggestie van het inrichten van één centrale website. Deze site kan dan dienen als een algemene ingang (portal) voor alle informatie met betrekking tot orgaandonatie. Dit heeft een aantal voordelen:

- De bezoekers hebben de mogelijkheid om zelf die informatie te vinden en te consumeren die aansluit bij hun behoefte; bij de fase in de customer journey waar men zich op dat moment in bevindt.
- De bezoekers zien de centrale ingang als één bron. Wanneer overal dezelfde opzet, lay-out en typografie wordt gebruikt en daarnaast hetzelfde soort illustraties en beeld leidt dat tot eenduidigheid en tot een grotere betrouwbaarheid van de informatie. Het is niet meer nodig om te verwijzen naar andere sites met een andere uitstraling.

Voorwaarde voor het goed functioneren van een dergelijk centrale ingang is een goede zoekfunctie *binnen* deze omgeving. Een zoekfunctie die de content van de hele customer journey bestrijkt en die bijvoorbeeld onderscheid kan maken tussen bijvoorbeeld nieuwsberichten en artikelen.

1

Randvoorwaarden bij het interpreteren van informatie over orgaandonatie



Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we een aantal algemene bevindingen die van belang zijn in de interpretatie van de resultaten van de onderzochte websites. Het gaat om onderwerpen die als achtergrond of uitgangspunt voor de respondenten gelden en die een sterke invloed hebben op hoe zij omgaan met informatie over orgaandonatie.

We gaan in op het onderwerp orgaandonatie op zich en op de begrijpelijkheid van de informatie, met name voor de specifieke doelgroepen bij welke, op voorhand verwacht kon worden, dat de begrijpelijkheid een aandachtspunt is:

- Nieuwe Nederlanders
- Niet-westerse migranten
- Minder-geletterden
- Minder digi-vaardigen

Orgaandonatie, een ongewoon onderwerp

Het onderwerp orgaandonatie blijkt een niet alledaags onderwerp. Veel respondenten houden zich er niet mee bezig. Voor het onderzoek hadden wij respondenten uitgenodigd die niet negatief zijn over het feit dat orgaandonatie mogelijk is. Sommigen hebben er geen enkel probleem mee, of zijn zelfs al donor.

“Als ik dood ben mogen ze in me snijden wat ze willen.”

Voor een grote groep leidt de positieve houding ten aanzien van orgaandonatie echter niet tot de intentie om ook zelf donor te worden. Bij een aanzienlijk deel van de respondenten zijn er overwegingen om het onderwerp [vooral nog] terzijde te schuiven.

“Ik vind het een goed doel, maar een stap verder om te zeggen: doe het maar bij mij. Maar mooi, ik ben blij dat mensen het doen.”

Een aantal respondenten denkt dat zij niet voor orgaandonatie in aanmerking komen. Bijvoorbeeld omdat zij menen dat zij te oud zijn, omdat zij niet gezond zijn (bijvoorbeeld suikerziekte hebben) of omdat het niet mag vanwege hun cultuur of geloof.

“Wat moeten ze nog van mij gebruiken op mijn leeftijd?”

Ook blijkt orgaandonatie voor velen een wat ongemakkelijk, of zelfs eng onderwerp.

“Ik heb het er tot nu toe nog niet met mensen over gehad. De dood die wil ik nog even op afstand houden.”

“Nog steeds wel een naar idee.”

“Het is een nobel maar een eng onderwerp. Het is ook confronterend, met je eigen einde, dat is de enige zekerheid. Het blijft angstig.”

“Ik geloof meer in de ziel dan in het lichaam.”

“Als ik overlijdt dan ben ik toch al dood, dus als ik dan iemand kan redden, waarom niet?”

“Ik ben geboren met al mijn organen, als ik overlijdt wil ik ook met al mijn delen willen worden begraven. Dit is persoonlijk.”

“Mijn man en ik hebben het daar jaren geleden al over gehad. Het is een beetje in het slop geraakt. Dat soort dingen, daar denk je wel over, maar dat doe je dan toch niet.”

Onbekendheid leidt tot informatiebehoefte

Bovendien geven veel respondenten aan dat zij te weinig kennis hebben over het onderwerp. Zij willen eerst meer weten voordat zij een beslissing kunnen nemen. Zij twijfelen, om verschillende redenen.

“Er wordt gedaan alsof het zo makkelijk is. Even invullen en binnen een paar minuten is het gedaan. Het is voor mij wel iets lastiger dan dat. Ik moet meer geïnformeerd worden voordat ik een keuze kan maken.”

Tot slot is er een groep die wel al het een en ander heeft gehoord over orgaandonatie en op grond daarvan hun bedenkingen hebben, of zich bewust níet hebben geregistreerd.

“Ik heb op Youtube gezien dat iemand niet echt dood was. Hersendood. Ik vind dat je heel voorzichtig moet zijn.”

“Ik ben niet geregistreerd. We hebben het toch al aan elkaar doorgegeven dat we dat willen.”

Opvallend is dat een aantal respondenten bij het woord orgaandonatie in eerste instantie vooral denken aan het doneren van een orgaan bij leven. Velen van hen geven bijvoorbeeld aan dat zij een nier zouden afstaan als een direct familielid daarmee gered zou worden.

“Als iemand dichtbij een nier of beenmerg nodig heeft, dan zou ik dat wel doen.”

Wanneer men direct met orgaandonatie te maken heeft gehad, staat het onderwerp even op de voorgrond.

“Af en toe ben ik er wel eens mee bezig, toevallig is mijn vader vorige week overleden. Nu is er ook een meisje in onze familie ziek...”

“Aan de ene kant wil ik compleet mijn graf in, maar van de andere kant... als ik iemand daarmee kan helpen.”

“Ik wil niet dat ze het zien. Dat ik in een kist lig met één oor er af.”

“Ik heb wel een documentaire gezien dat als iemand geregistreerd staat, iemand binnen 5 uur na de dood al in de procedure gaat, dat vind ik wel drastisch. Je familie heeft dan helemaal geen tijd meer om afscheid te nemen.”

Begrijpelijkheid niet vanzelfsprekend

In het onderzoek is speciale aandacht besteed aan specifieke doelgroepen bij welke, op voorhand verwacht kon worden, dat de begrijpelijkheid een aandachtspunt is:

- Nieuwe Nederlanders
- Niet-westerse immigranten
- Minder-geletterden
- Minder digi-vaardigen

In algemene zin zien we dat het zoeken, vinden, lezen en interpreteren van informatie over orgaandonatie voor deze doelgroepen niet vanzelfsprekend is. Bij al deze vier groepen zien we drie dezelfde 'problemen':

1. Het verkeerd invoeren van zoekopdrachten in Google. Spelfouten of 'verkeerde' woorden leiden tot de verkeerde zoekresultaten.

"Hoelang kunnen we de organen en weefsels besparen"

2. Moeite met het begrijpen van de tekst en onbekendheid met specifieke woorden. Over het algemeen blijken de teksten binnen de drie onderzochte websites niet tot grote problemen op het gebied van begrijpelijkheid te leiden. Zelfs nieuwe Nederlanders, de niet westerse immigranten en de minder-geletterden geven aan dat zij 'er wel uitkomen', soms na wat langer de tijd te nemen om te lezen. Dat neemt niet weg dat de begrijpelijkheid vanzelfsprekend is, zeker niet als het om specifieke [medische] termen gaat.

*Ik vind de termen ook wel wat lastiger.
Zoiets als stamceldonatie, dat zegt me niet zoveel."*

"Als ik moet gaan zoeken... ik weet niet of ik zelf op dat woord zou komen [transplantatie]."

"Wat is 'donatieprocedure' precies. Dat je je aanmeldt? Of de procedure na het overlijden."

Men is gebaat bij informatie in de eigen taal

3. Problemen met het gebruik van en navigeren over internet, met name bij de minder digivaardigen.

“Deze site op mijn telefoon, ik snap er niets van...”

“Nou nee... niet zo heel makkelijk te vinden. Als u me niet geholpen had...”

Het is goed om te beseffen dat dergelijke barrières er voor een deel van de respondenten toe leiden dat zij online afhaken.

“Als ik info zou willen... ik zou het aan mijn dochter vragen.”

Taal

Voor de nieuwe Nederlanders en de niet-westerse immigranten komen daar twee aspecten bij: de taal en de cultuur/religie. De taal zorgt er voor dat informatie niet gevonden wordt of onjuist wordt geïnterpreteerd.

Deze doelgroepen kunnen de informatie die in hun eigen taal beschikbaar echter vaak lastig vinden. Zo wordt de vermelding van de verschillende talen onderaan de website van de NTS niet gevonden en levert het intypen van bijvoorbeeld het woord ‘Turks’ in de zoekfunctie geen resultaten op bij zowel orgaandonorworden.nl en donorregister.nl. Dat terwijl informatie in de eigen taal zeer op prijs gesteld wordt.

“Dit is wel heel fijn, dat kom je niet vaak tegen.”

English Deutsch Polski 中文 Türkçe العربية

“Tegenwoordig gaat alles digitaal, soms is dat lastig. Ik vind niet alle sites duidelijk. Bijvoorbeeld met uploaden. Misschien is het voor jonge mensen duidelijk, maar voor ouderen...”

“Ik zou hulp van de arts of mijn vader vragen.”

“Ik zou gaan bellen.”

“Wat is ‘weefsels’?”

“Ik weet niet wat VWS betekent.”

“Ja, ik zou het thuis in het Arabisch doen”

121

Zoeken naar informatie over orgaandonatie



Informatie wordt vooral op internet gezocht

Alle respondenten maken in het dagelijks leven gebruik van internet. En ook voor het zoeken van informatie over orgaandonatie. Is het internet de eerste bron die men gebruikt. Een enkeling geeft aan met anderen (partner, huisarts, imam) over dit onderwerp de willen spreken. Ook bij hen speelt het internet op zijn minst een aanvullende rol.

De intensiteit waarmee, en de wijze waarop men gebruik van internet maakt, verschilt sterk. Een deel weet heel snel zijn weg te vinden op het internet, anderen zijn veel minder digivaardig. Zij hebben moeite met onder andere het navigeren over en tussen websites en het invoeren van zoektermen.

Ook het *device* dat men bij voorkeur gebruikt om informatie op internet op te zoeken, verschilt. Sommigen geven aan alles op de mobiele telefoon te doen, een enkeling geeft de voorkeur aan een tablet. Het grootste deel van de respondenten gebruikt echter een PC of laptop, zeker als het gaat om het gericht zoeken naar informatie waarbij men verwacht relatief veel te moeten lezen.

*“Ik zou eerst proberen op m’n telefoon te zoeken.
Een laptop of computer is steeds klikken en zoeken, dat is meer werk.”*

“De laptop, voor meer overzicht of als m’n telefoon iets niet kan downloaden.”

“Ik denk dat dit op de laptop wel beter is, overzichtelijker. Op je telefoon is toch kleiner.”

“Op de laptop heb ik een goed en duidelijk beeld en kan ik meerdere tabbladen open hebben.”

Google speelt een cruciale rol

Zoeken: Google, zoektermen & zoekresultaten

Wanneer men op zoek gaat naar informatie speelt Google een allesoverheersende rol [of in een enkel geval startpagina.nl].

"Google is mijn beste vriend."

"Dan Google ik veel. Dat is belangrijk voor me."

De zoektermen die men in Google invoert, zijn dan ook cruciaal voor het wel of niet vinden van de gewenste informatie en tevens bepalend voor de website waarop men die informatie vindt. En vervolgens zien we een aantal aspecten die van belang zijn bij het 'interpreteren' van de zoekresultaten uit Google.

Uiteraard is de volgorde van de zoekresultaten van belang, waarbij men de meeste waarde hecht aan de resultaten die als eerste verschijnen. Daarbij slaan verschillende respondenten de advertenties, de Wikipedia-pagina's en eventuele pdf's over.

"Meestal scroll ik eerst door langs de advertenties en de Wiki-termen."

"Dat is een pdf, dat is niet handig, dat kan ik niet vertalen."

Andere gegevens die meegewogen worden om de waarde van het Google resultaat te bepalen, zijn de naam van de website waar naar verwezen wordt en het jaartal van resultaat.

"Op 'Een Vandaag' staat iets van dat je zelf moet kunnen kiezen. Maar dat is uit 2014..."



Concurreren met andere bronnen

Concurrerende bronnen

Wanneer we kijken naar de drie websites die in dit onderzoek centraal staan, blijken zij, als het gaat om de Google-resultaten, met veel verschillende andere bronnen te moeten concurreren. Het gaat om bronnen als:

- De Nierstichting
- Sites van specifieke ziekenhuizen
- Eén Vandaag
- Radar [AVROTROS]
- KNMG [artsenfederatie]
- Islamitisch Centrum
- Donorwijzer.nl

Vindbaarheid informatie over orgaandonatie

Om inzichtelijk te maken hoe de respondenten zoeken op internet, werkten we tijdens de gesprekken met zes scenario's (zie kader) die in willekeurige volgorde aan de respondenten werden voorgelegd. Daarnaast namen we vaak een vraag van de respondent zelf als uitgangspunt voor het zoeken van informatie. Daarbij ging het om vragen als:

- Hoe gaat de procedure van orgaandonatie in zijn werk?
- Wat is het verschil tussen organen en weefsels?
- Mag ik donor zijn van de Islam?
- Hoe ziet het lichaam er uit nadat men organen heeft gedoneerd?
- Hoe oud moet je zijn om orgaandonor te kunnen zijn?
- Hoe oud mag je maximaal zijn om orgaandonor te kunnen zijn?
- Welke organen kunnen gedoneerd worden?
- Ik heb me ooit al eens geregistreerd, is mijn registratie nog geldig?

Zes scenario's

1: Overlijden en niet geregistreerd zijn: Stel: Je bent niet geregistreerd als donor. Je wilt weten wat er in dat geval met je organen zou kunnen gebeuren na je dood. Laat zien hoe je dit uitzoekt.

2: Afscheid nemen: Stel: Een familielid heeft een hersenbloeding gehad en gaat overlijden. Dit familielid staat als donor geregistreerd. Je vraagt je af op welk moment je als familie nog afscheid kunt nemen voordat de organen en weefsels worden uitgenomen. Laat zien hoe je dit uitzoekt.

3: Kiezen welke organen je wilt doneren: Stel: Je besluit je te registreren als donor maar je wilt eerst wel eens weten of je zelf kunt kiezen welke organen je wilt doneren. Hoe zoek je deze informatie op?

4: Zelf bepalen wie je organen krijgt: Stel: Je bent ook benieuwd of je zelf kunt bepalen wie je organen krijgt. Hoe zoek je deze informatie op?

5: Doneren en ongezonde levensstijl: Stel: je leeft niet zo gezond. Je rookt teveel en je drinkt teveel (bijvoorbeeld). Je vraagt je af of je wel geschikt bent om je organen te kunnen doneren. Hoe zoek je deze informatie op?

6: Registreren: Stel: je besluit je te registreren als donor. (Uiteraard zonder daadwerkelijk te registreren).

Gewenste informatie vaak lastig te vinden

Naar aanleiding van het zoeken van informatie op basis van al deze scenario's is de conclusie gerechtvaardigd dat de respondenten lang niet altijd eenvoudig de antwoorden vinden op de vragen die ze hebben.

"Ik vind het niet... eerlijk gezegd: ik zou allang gebeld hebben."

*"Over het verschil tussen organen en weefsels...
dat kon ik alleen bij Jeroen Bosch ziekenhuis vinden."*

De zoektermen in Google spelen hier uiteraard weer een belangrijke rol. Soms gebruikt men 'verkeerde' of 'onhandige' zoektermen. De respondenten typen daarnaast vaak een hele zin in.

"Dan zou ik intikken: 'procedure van moment van overlijden tot de gehele afsluiting'."

"Ik typ: 'hoe ziet het lichaam er uit nadat er nalatenschap heeft plaats gevonden'."

Maar ook als men wel relevante zoektermen intypt, komt men vaak niet bij de juiste informatie. Bijvoorbeeld:

- Op zoek naar wat er gebeurt als men zich niet registreert, vindt men vooral informatie over wat de consequentie is van het wél registreren.
- Op zoek of men kan kiezen aan wie men organen doneert, leidt het woord 'kiezen' of 'keuze' naar de vier mogelijke manieren van registratie. Daarnaast blijkt ook hier de woordkeuze van belang.

"Ik typ 'donatie aan kennissen' in, maar dan vind ik niets." [op NTS-site]

"Ik heb mijn vraag blijkbaar verkeerd gesteld."



Maar het gaat ook vaak goed

Uiteraard komt het ook vaak voor dat men wel snel bij de gewenste informatie terecht komt. Vooral als men al binnen een specifieke website zoekt. Bijvoorbeeld:

- Bij het intypen van 'afscheid nemen' op de NTS-website, vindt de respondent direct de vraag met het juiste antwoord.
- Bij het intypen in Google van het woord 'registratie' of 'registreren' in combinatie met 'orgaan' of 'organen' komt men altijd direct bij het donorregister uit.
- Ook vragen over gezondheid en doneren leiden vaak snel tot de juiste informatie.

*"Ik kom weer op de Transplantatie Stichting. Daar staan de goede steekwoorden bij...
orgaandonatie als je ongezond leeft. Hier staat dat het niet per se uitmaakt.
Dit is wel een goed antwoord."*

Men beoordeelt een website op betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid van informatie op internet is in algemene zin een issue. Bij het zoeken naar informatie over orgaandonatie komt dit onderwerp sterk naar voren. De plaats in de ranking van Google resultaten is voor velen een eerste indicatie voor de betrouwbaarheid van een website.

“Die NTS... omdat het bovenaan in Google staat zal het wel betrouwbaar zijn.”

Daarbij maakt het merendeel van de respondenten wel onderscheid tussen ‘betaalde’ zoekresultaten waar bijvoorbeeld **Adv.** voor staat, en niet-betaalde resultaten. Die laatste worden over het algemeen als objectiever en meer betrouwbaar gezien.

Wanneer men vervolgens op een site komt, zijn er verschillende aspecten die in positieve zin bijdragen aan de het gevoel van betrouwbaarheid. Bij het zoeken van informatie over het onderwerp orgaandonatie gaat het bijvoorbeeld om:

- Het feit dat het de website van een ziekenhuis is
- Het vermelden van een telefoonnummer
- Doorverwijzingen van en naar andere sites
- Het feit dat een site er professioneel, zakelijk, serieus en niet al te vrolijk en kleurrijk uitziet
- Het gebruik van ‘serieus’ beeld dat een relatie heeft met orgaandonatie
- Een indicatie dat de organisatie al lang bestaat (bijvoorbeeld bij de NTS: 20 jaar)
- Het feit dat er geen reclame op de site voorkomt

In het kader van betrouwbaarheid blijkt duidelijk dat het logo van de Rijksoverheid zeer veel gewicht in de schaal legt. Het logo geldt als een soort kwaliteitsstempel en heeft voor de respondenten als vanzelfsprekend een objectieve uitstraling.

Toch vinden we ook sterke verschillen in wat men betrouwbaar vindt overkomen. De een leest zonder problemen de informatie op een forum terwijl een ander daar zijn twijfels bij heeft. Ook verschillen de respondenten in hun behoefte aan kennis van de afzender. Sommigen gaan op zoek naar de ‘over deze site’-informatie, anderen gaan alleen af op de naam.



“Als een arts het uitlegt geloof ik het al meer.”

*“Hiervan weet ik niet of degene die het schrijft het wel bij het juiste einde heeft. Ik zou het wel lezen, maar zou wel nog een andere site willen zien.”
[n.a.v een medisch forum].*

“Het is van de overheid, dus dan is het betrouwbaar.”

“Dat logo, dat valt meteen op. Dan weet je dat het wel goed zit.”

“Het staat op gezondheidsnet, dat komt ook betrouwbaar over.”

Overheid niet eerste bron t.a.v. orgaandonatie en Islam

Cultuur en religie

Bij de respondenten met een Islamitische achtergrond spelen regelmatig twijfels over de vraag of orgaandonatie wel geoorloofd is binnen de Islam.

*“Ik zelf persoonlijk wil het heel graag, maar in het islamitische geloof zijn ze er nog niet uit.
De ene zegt wel dat het mag, en de andere zegt van niet.”*

“Mijn lichaam na de dood... ik ben onzeker. Misschien wordt ik herboren...”

De vragen die men heeft worden niet per se beantwoord door de drie onderzochte websites. Als men wel de juiste informatie daarover vindt op een van de sites, wordt dat zeer gewaardeerd. Maar men zet vraagtekens bij de betrouwbaarheid.

“De Rijksoverheid weet minder over de Islam voor mijn gevoel.”

“Mijn eerste keuze is het islamitisch centrum. Hier kan je het wel op vinden.”

“Ik ben verbaasd over wat ik tegenkom, dat had ik niet verwacht. In positieve zin verbaasd.

Je ziet ‘Nederlandse’ staan, dus je denkt Nederlandse Stichting.

Maar het is niet dat ik dit in één keer ga geloven. Iedereen kan zeggen wat ie wil.” [Over NTS-site]

“Om het echt zeker te weten zou ik het wel aan een imam of geleerde vragen.”

3

De samenhang tussen de drie websites



Inleiding

Een belangrijk deel van de gesprekken werd besteed aan de vraag hoe men de huidige samenhang tussen de drie websites ervaart, of dat verband er zou moeten zijn en wat in de ogen van de respondenten de gewenste samenhang of indeling zou zijn.

Daarbij is het goed om te noemen dat bij aanvang van het onderzoek het samenvoegen van de websites geen uitgangspunt was. De vragen die wij over de samenhang stelden, hadden vooral tot doel om de overlap tussen de sites in kaart te brengen.

De huidige samenhang is onduidelijk

Wij hebben in de interviews specifiek gevraagd naar hoe men de huidige samenhang tussen de websites ervaart. De meningen daarover lopen zeer uiteen. Sommigen menen dat de NTS-site en orgaandonorworden.nl bij elkaar horen omdat zij dezelfde soort informatie bieden, en dat het donorregister daar los van staat.

“Ik denk dat er geen verschil is tussen die twee sites.”

Anderen zien juist orgaandonorworden.nl en het donorregister als bij elkaar horend, vanwege het feit dat zij beide van de Rijksoverheid zijn.

“Dat donorregister vind ik wel dat je die kan koppelen, dat hoeft van mij niet specifiek apart.”

*“Die twee zijn aan elkaar gelinkt omdat ze van de overheid zijn.
Ik zou het register niet echt zien als een aparte site.”*

Enkele respondenten zien de drie websites als ‘opeenvolgend’.

*“De eerste [NTS]... over de meningen van anderen en hoe zij het ervaren.
Dan naar de tweede [orgaandonorworden.nl]... of ik het wel of niet wil, en over wat voor soort organen. En pas als ik een besluit heb genomen, dan pas naar de derde [donorregister].”*

“Ik denk dat de sites elkaar opvolgen. Je moet je toch ergens kunnen inschrijven.”



registreer
je direct
donorregister.nl

De samenhang blijkt van beperkt belang

Wanneer de respondenten kennis hebben gemaakt met de drie sites, overheerst bij een deel van hen onbegrip over waarom er sprake is van drie afzonderlijke websites die over hetzelfde onderwerp gaan.

“Waarom zijn het aparte websites... ik heb geen idee.... misschien hebben ze zelf de informatie niet allemaal, en geven ze dat door, door te verwijzen.”

“Ik vind deze niet duidelijk. Ik zie hier wat kopjes die de andere site ook hadden. Dan ga je naar beneden, en dan zie ik allemaal dubbele dingen.”

“Het is toch dezelfde overheid? Wat is dan het verschil?”

Het feit dat de websites naar elkaar doorverwijzen en -linken is voor veel respondenten een indicatie dat er, blijkbaar, een verband is tussen de sites.

Een belangrijke constatering is echter dat het bovenstaande de weerslag is van het expliciet vragen naar hoe men de samenhang ziet. De overlap tussen de sites en de onduidelijkheid over het doel van elke afzonderlijke site wordt namelijk door de respondenten uit zichzelf lang niet altijd als een probleem ervaren.

Zij googelen en vinden wel of niet de gewenste informatie, op een website die zij wel of niet vertrouwen en aansprekend vinden. Afhankelijk van het eerste resultaat gaat men op zoek naar een andere bron. Dit om de informatie op de eerste site te checken of om nieuwe informatie te zoeken. De samenhang tussen de sites die zij bezoeken is dan van ondergeschikt belang.

“Het maakt me niet uit want het komt op hetzelfde neer.”

“Oh kijk, dan wordt ik weer verwezen naar de site van de Transplantatie Stichting. Dat verbaast me. Dan is het blijkbaar een combi. Maar het verbaast me toch ook weer niet, het een sluit het ander niet uit.”

Desondanks een voorkeur voor meer structuur

Ook vroegen wij de respondenten gericht of de sites autonoom zouden moeten zijn, of dat er sites in hun ogen samengevoegd zouden kunnen worden. Ondanks het feit dat zij de huidige driedeling niet als probleem ervaren en de mogelijkheid van samenvoegen [dus] ook niet spontaan noemen, ziet het merendeel vooral voordelen in een dergelijke stroomlijning. Het zou in hun ogen prettig zijn als er één plek is waar alle informatie gebundeld is en waar men zich ook kan registreren.

*“Waarom voeg je het niet samen met die transplantatiestichting?
Waarom doorlinken als je gewoon kunt zeggen: ‘hier is alles’?”*

*“Nu is het zo: bij de één kom je dit te weten, bij de ander dat...
ik heb het liefst één site die alle informatie heeft. Dan ben je gelijk totaal voorgelicht.”*

“Eén site zou overzichtelijker zijn, dat geeft meer duidelijker, dat zou ideaal zijn.”

Een kleiner deel van de respondenten geeft echter aan dat zij het fijn vinden om verschillende bronnen op internet tegen te komen die dezelfde informatie bieden. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van de informatie.

*“Het is prettig om meerdere sites te hebben. Je gaat niet over 1 nacht ijs.
Het is fijn als je een bevestiging krijgt van de andere sites, een soort terugkoppeling.”*

Daarnaast is een enkeling bang dat de website, na samenvoeging, te groot en overzichtelijk wordt.

“Ik zou ze niet samenvoegen, dat wordt te veel informatie.”

Structuur ook gewenst om aan te sluiten bij de informatiebehoefte

Dat de respondenten gebaat zijn bij meer structuur blijkt ook, en vooral, uit het feit dat zij via Google soms geleid worden naar een site die niet aansluit bij hun informatiebehoefte op dat moment. Soms is de informatie te algemeen voor waar zij behoefte aan hebben, soms juist al te sterk een call to action.

“Via deze site is het wel weer een extra stap... ik wil me alleen registreren.” [NTS]

“Het eerste wat ik zie: leg uw keuze vast. Dat is wel dwingend en pusherig. Er zit gelijk een knopje bij. Ik wil eerst informatie.” [Donorregister.nl]

4

De afzonderlijke websites



Inleiding

Als resultaat van de verschillende zoekopdrachten die de respondenten uitvoerden, kwamen zij vaak vanzelf op één, of meerdere, van de drie onderzochte websites. Daarna zijn ook de andere sites tijdens het gesprek aan hen voorgelegd. Dit gebeurde bewust in willekeurige volgorde waardoor elke website soms als eerste werd bekeken, soms als tweede en soms als laatste van de drie.

In dit hoofdstuk worden de drie websites afzonderlijk besproken. We lopen de belangrijkste onderwerpen per website langs, voor zover ze relevant zijn en in de gesprekken aan de orde kwamen,

Transplantatiestichting.nl

The screenshot shows the homepage of the Dutch Transplant Foundation. At the top, there is a navigation menu with links for 'OVER DE NTS', 'BESTEL & DOWNLOAD', 'SCHOLING', and 'LOGIN'. A search bar with a magnifying glass icon and the text 'ZOEKEN' is located on the right. The main header features the organization's logo, which includes a grid of red and blue dots and a '20 jaar' anniversary badge, with the text 'NEDERLANDSE TRANSPLANTATIE STICHTING' below it. A large green circular call to action on the right says 'registreer je direct' with the URL 'donorregister.nl'. The central hero image shows a family of four (a woman, a man, and two children) sitting on a wicker sofa outdoors. A white text box overlaid on the image contains the headline ''We maken ons nu druk om gewone peuterdingen'' and the sub-headline 'Nora (2,5) ontving een hartklep en ader van een donor'. Below the sub-headline is an orange button that says 'Lees het verhaal van Nora'. At the bottom of the hero image, there is a dark navigation bar with five white text links: 'donor worden?', 'verhalen', 'onderwijs en actie', 'cijfers', and 'medische procedure'. Below this bar, three main navigation buttons are displayed: 'Donor worden?', 'Kom in actie', and 'Donor melden?' (which includes a telephone icon).

OVER DE NTS BESTEL & DOWNLOAD SCHOLING LOGIN

ZOEKEN

20 jaar

NEDERLANDSE TRANSPLANTATIE STICHTING

registreer je direct
donorregister.nl

'We maken ons nu druk om gewone peuterdingen'

Nora (2,5) ontving een hartklep en ader van een donor

Lees het verhaal van Nora

donor worden? verhalen onderwijs en actie cijfers medische procedure

Donor worden? Kom in actie Donor melden?



Een vrolijke informerende site

Vindbaarheid

Om te beginnen valt op dat de website van de Nederlandse Transplantatie Stichting (NTS) vaak hoog tevoorschijn komt in de zoekresultaten van Google. Het feit dat het soms om betaalde zoekresultaten gaat, wordt niet als een probleem ervaren.

“Die NTS komt meteen als duidelijk beeld naar voren.”

Eerste indruk

Als men de website even heeft bekeken zijn de reacties vaak positief. De website wordt kleurrijk, vrolijk en overzichtelijk genoemd.

“Ja, dit ziet er wel heel anders uit. Veel vrolijker, kleurrijker.”

“Hij komt wat vriendelijker over.”

“De vormgeving is ook mooi, voor mobiel gemaakt, goed te navigeren.”

Die ‘vrolijke’ uitstraling wordt echter niet door iedereen gewaardeerd. Enkele respondenten vinden dit niet passen bij het serieuze onderwerp orgaandonatie.

“Die vormgeving is te frivol voor het onderwerp, met die kleurtjes en zo.”

Doel van de website

Gevraagd naar het doel van de website, geven de meeste respondenten aan dat zij het gevoel hebben dat de website vooral wil informeren en dat hij niet gericht is op het overhalen van mensen om donor te worden.

“Deze site geeft context bij de orgaandonatie, hij geeft meer informatie.”

“Wat een lekkere gezellige site. Het is wel heel anders dan die andere twee websites. Minder statisch, meer huiselijk. Het spreekt mij persoonlijk meer aan. Komt voornamelijk door hoe de website is ingericht, en de kleuren en de plaatjes.”

“Van deze website wordt ik nieuwsgierig.”

“De site van de Transplantatie Stichting is wat onafhankelijker, haalt je minder over. Bij de overheid staat ‘een leven redden. Je hebt het in je’. Dat staat meteen bovenaan.”

“Je kan hier meer informatie halen, je kan het je meer eigen maken. Bij die andere is het meer van nou hier heb je informatie en maak een keus.”

“Deze site nodigt meer uit om het bespreekbaar te maken”

Gebruikt beeld sterk bepalend

Toch mag niet onvermeld blijven dat er ook verschillende respondenten zijn die de website van de NTS juist wel dwingend vinden overkomen. Bij doorvragen blijkt dat met name veroorzaakt te worden door de 'actieve' kopjes op de homepage: 'Donor worden?', 'Kom in actie' en 'Donor melden'.

Afzender

Bij het inschatten van het doel van de website speelt de afzender ook een belangrijke rol. Geen van de respondenten kende de NTS. Hoewel men over het algemeen de informatie op de website vertrouwt, gaat er geen vanzelfsprekende autoriteit uit van de NTS als afzender.

Beeld

Cruciaal in de beleving en beoordeling van de website [zeker op het eerste gezicht] blijkt het gebruikte beeld. En dan met name het beeld dat in de carrousel getoond wordt op het moment dat men op de homepage is.

"Oh, het is steeds een andere foto... ik dacht dat ik op een andere site was gekomen."

"Twee mensen, hebben ze misschien samen overlegd of ze gaan doneren, ze kijken blij, misschien omdat ze iets goeds hebben gedaan."

Wanneer daar artsen of een ambulance te zien zijn, krijgt men een heel ander beeld van het doel van de website, dan wanneer bijvoorbeeld het gezin of de moeder en dochter te zien zijn. Er komt met name veel kritiek op de foto van de twee broers met glazen bier op tafel.

"Die mannen zijn te vrolijk, lachend. Ik zou hier nooit naar toe gaan."

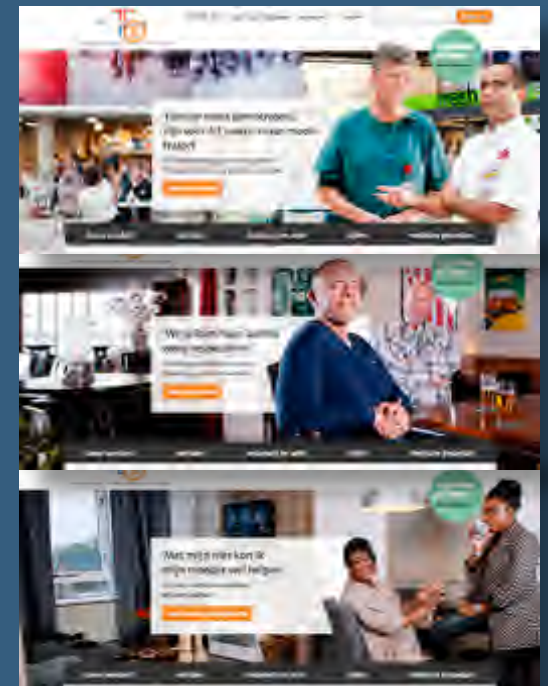
"Die foto van dat gezinnetje is veel meer passend dat twee mensen aan de bar."

"Ik vind niet dat je een foto kan plaatsen van twee mannen met een biertje, je moet wel lol hebben in het leven, maar dit is een serieus onderwerp."

"Dit komt niet direct geloofwaardig over. Iedereen kan zomaar een website maken."

"Is dit ook van de overheid? Nee... geen logo. Ik weet dan niet wat het verband is."

"Waarschijnlijk is die stichting ook van de overheid, of in ieder geval gecontroleerd. Anders sturen ze je niet door."



Zoekfunctie leidt niet altijd tot resultaat

Elementen binnen de website van de NTS die gewaardeerd worden zijn onder andere de persoonlijke verhalen, de filmpjes en het overzichtelijke plaatje van het menselijk lichaam waarop te zien is welke organen men kan doneren.

“Ik zou naar ‘verhalen’ gaan. Dit zijn mensen die het hebben gekregen.”

“Mensen die zelf over donatie praten. Dat vind ik goed, dat je mensen hoort die het zelf hebben beleefd.”

“Het plaatje spreekt tot de verbeelding. Over elk orgaan kan je ook meer te weten komen.”

Navigatie binnen de website

Over het algemeen weten de respondenten goed hun weg te vinden binnen de website. Een element van de site dat echter niet altijd even goed blijkt te werken, is de zoekfunctie. Bij een aantal zoekopdrachten binnen de website worden geen of geen relevante resultaten gevonden. Zo gebruikt een respondent de zoekfunctie tevergeefs om antwoord te krijgen op de vraag tot welke leeftijd men organen kan doneren. En ook als men wil weten welke organen men kan te doneren, leiden zoektermen als ‘keuze’ en ‘kiezen’ niet tot de gewenste resultaten. Zij leiden naar de vier keuzemogelijkheden bij het registreren.

Ook weet een aantal respondenten niet hoe zij op de site kunnen terugkeren naar de homepagina, bij gebrek aan een home-knop. Men doorziet niet altijd dat men op het logo kan klikken.

“Het maakt me blij dat er mensen zijn die er nog zijn door orgaandonatie.”

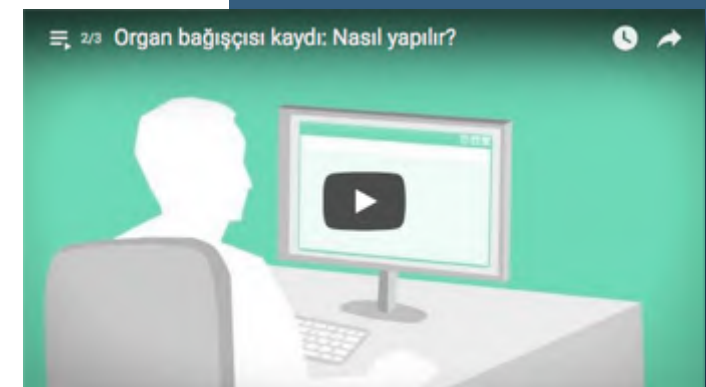
Filmpjes worden gewaardeerd

Een aantal respondenten is positief over de filmpjes die zij tegenkomen op de site.



Zo valt het filmpje in het Turks over hoe het aanmelden voor orgaandonatie in zijn werk gaat in zeer goede aarde bij een oudere Turkse respondente.

“Die zou ook op die andere site moeten staan! Dat is een heel duidelijk filmpje. Als mensen hier naar toe komen om te registreren, dan moet het filmpje daar ook staan.”



Term 'transplantatie' soms verwarrend

Orgaandonatie en Transplantatie

Een klein aantal respondenten geeft aan in verwarring te worden gebracht door de termen orgaandonatie en transplantatie, en door het verband daartussen. Zij maken een [gevoelsmatig] onderscheid tussen de twee termen en begrijpen om die reden het verband tussen de drie websites niet.

"Dit schept verwarring als je alleen zoekt om een donor te worden... transplantatie is iets anders."

*"Transplantatie voelt niet hetzelfde al orgaandonatie. Valt bloed daaronder?
Want dat is toch transfusie."*

Ook voor ontvangers?

Tot slot blijkt de informatie op de site die gericht is op de ontvangers van een orgaan bij een enkeling tot onduidelijkheid te leiden over het doel van de website.

Orgaandonorworden.nl

Een leven redden. Je hebt het in je.

Orgaandonatie

Over orgaandonatie
De meestgestelde vragen over orgaandonatie, de keuzes in het donorregister en meer.


Donorregistratie
Hoe je je registreert als donor, of je registratie controleert.

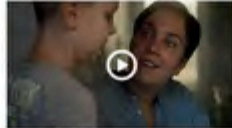
Medische procedure orgaandonatie
Hoe verloopt een orgaandonatieprocedure, wat gebeurt er precies?

Stamcelddonatie
Stamceldonor worden: wat is het precies en wat betekent dat voor de donorf?

Denk jij er weleens over om orgaandonor te worden maar twijfel je nog? Vraag eens aan een ander waarom zij orgaandonor zijn geworden of bekijk de video's hieronder.

Uitgelicht


Martijn was orgaandonor. Zijn vriend vertelt wat het donerschap van Martijn voor hem betekent.


Mike kreeg een donator. Zijn moeder vertelt hoe het leven hierdoor veranderde.

Orgaandonor worden?
[Klik hier](#)



Duidelijk profiel ontbreekt

Vindbaarheid

Een eerste opvallend resultaat is dat het intypen van 'orgaan donor worden' in Google niet leidt naar de website orgaandonorworden.nl. De site verschijnt bij deze zoekopdracht pas als zevende resultaat, na vermeldingen van de NTS, de Nierstichting en Sanquin.

Doel

Orgaandonorworden.nl blijkt van de drie sites het minst heldere profiel te hebben. Een deel van de respondenten meent dat hier dezelfde informatie staat als op de website van de NTS, maar dan met de Rijksoverheid als afzender en in een andere vormgeving. Anderen zien juist veel overlap met donorregister.nl vanwege het feit dat beide websites van de Rijksoverheid zijn, dezelfde vormgeving hebben en hetzelfde beeld gebruiken.

Ook ten aanzien van de hoeveelheid informatie die men op de site verwacht, verschillen de meningen. Een deel van de respondenten ziet de site als actiegericht, met de bedoeling dat de bezoeker zich aanmeldt als donor. Anderen zien de site daarentegen vooral als 'breed' informierend. Daarnaast is er nog een groep die meent dat de site is bedoeld voor mensen die wel al hun gedachten hebben opgemaakt en die alleen nog concrete informatie willen over de te maken keuze.

*"Als je hier al zoekt, ben je al geïnteresseerd in het onderwerp.
Ik denk dat de site dient om te informeren in de keuze die je wilt maken."*

De website komt in eerste instantie niet over als een rijke website met veel informatie. De homepage is sober en relatief leeg. Bij langer surfen is men soms verbaasd over het feit dat er meer informatie te vinden is dan verwacht.

"Deze site zou ik niet gebruiken, die van het donorregister wel, die heeft meer informatie."

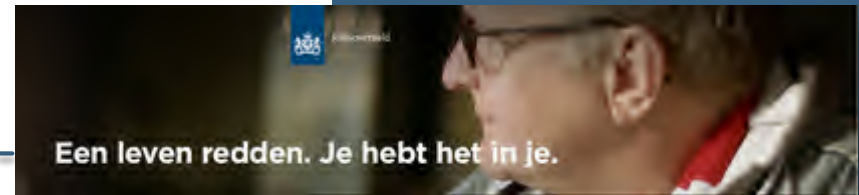
"Hij blijkt bij nader inzien via het zoekvenster toch meer informatie te hebben."

"Deze site is wel meer voor als je twijfelt of meer informatie wilt."

"Ze zeggen van 'wil je het worden?', dan verwacht ik wel dat je je hier kunt opgeven."

"Je kan vinden wat je zoekt, maar hij nodigt niet uit."

Gebruikt beeld niet positief



Uitstraling

Wanneer we de uitstraling van de site bespreken, blijkt ook hier het beeldgebruik een grote invloed te hebben. Het donkere kader met de foto van een man die wegstijgt, is zeer bepalend.

“Je wilt een leven opnieuw aan iemand geven. Als ik nu kijk voel ik me somber, daar wordt ik niet enthousiast van. Geen hoop.”

Hoewel de site door een aantal respondenten wordt omschreven als saai en ‘typisch Rijksoverheid’ zijn er ook positieve geluiden te horen. Met name degenen die de website van de NTS niet serieus genoeg vonden voor het onderwerp orgaandonatie spreekt het sobere karakter van orgaandonorworden.nl aan.

“Je hebt meteen door dat het over iets serieus gaat.”

“Deze is wat serene.”

“Dit is een goede neutrale site, niks vrolijk, hier zou ik mijn informatie halen.”

Ook waarderen enkelen dat de website hen niet direct probeert over te halen om donoor te worden.

“Dit vind ik al een fijnere site (dan NTS). Ze laten de keuze wel aan mij. Ik voel niet de druk. Dit is ook informeren en overhalen, maar misschien meer een persoon aan het denken zetten.”

Afzender

De Rijksoverheid als afzender doet veel goed. De betrouwbaarheid van de informatie staat daardoor voor nagenoeg alle respondenten buiten kijf.

“Dit vind ik geen prettige site, de bovenkant is zo donker. Het is triest dat iemand overleden is maar daar hebben we het nu niet over. Je gaat nu iemand levend maken, dat moet iets positiefs uitstralen... dan vind ik dit wat deprimerend overkomen. Waarom zit die meneer daar?”



“Het klinkt heel burgerlijk, maar dat Rijksoverheid. Dat vind ik heel prettig. Gedegen en betrouwbaar, geeft een gevoel van solide.”

“Niet dat de overheid alles goed doet maar het geeft toch wel iets professioneels.”

Filmpjes worden gewaardeerd

Navigatie binnen de website

De navigatie binnen orgaandonorworden.nl levert weinig problemen op. De kopjes op de homepage zijn duidelijke en begrijpelijk en men klikt meestal eenvoudig naar nieuwe pagina's.

Filmpjes

Een aantal respondenten is enthousiast over het feit dat de site ook filmpjes aanbiedt.

*“Dat is makkelijker dan lezen. Ik vind filmpjes persoonlijk ook leuker.
De filmpjes maken de hele site ook aantrekkelijker en strakker.”*

Stamceldonatie

Orgaandonorworden.nl onderscheidt zich van de andere sites doordat ook stamceldonatie op de homepage wordt genoemd. Dit trekt de aandacht. Een deel van de respondenten heeft daar over gehoord.

*“Ik vind het wel interessant dat dat er bij staat. Daar hoor je tegenwoordig veel over.
Alleen vanwege dit onderdeel, vind ik deze site beter.”*

Uitgelicht



Martijn was orgaandonor. Zijn vriend vertelt wat het donerschap van Martijn voor hem betekent.



Mike kreeg een donorhart. Zijn moeder vertelt hoe hun leven hierdoor veranderde.

Donorregister.nl

Donorregister
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

Home Uw registratie Informatie over donorregistratie Medische procedure orgaandonatie Over het Donorregister Zoeken

Leg uw keuze vast in het Donorregister

Registreren in het Donorregister geeft duidelijkheid aan iedereen. In het Donorregister legt u vast of u kiest voor donatie van uw organen en weefsels. Het vastleggen van uw beslissing kan online of per post.

[Leg uw keuze vast](#)

Welke keuzes heeft u?

Geeft u toestemming voor orgaandonatie? Of juist niet? U kunt er ook voor kiezen om iemand anders te laten beslissen. Leg uw keuze in ieder geval vast. Dat geeft duidelijkheid. [Lees meer over de keuzes](#)

Over orgaan- en weefseldonatie

Wilt u meer informatie over de procedure bij orgaan- en weefseldonatie? Of over bijvoorbeeld afscheid nemen na donatie of over donatie bij leven? Dan kunt u terecht op de website van de [Nederlandse Transplantatie Stichting \(NTS\)](#).

Een leven redden. Je hebt het in je.

Uw registratie

Hier kunt u uw registratie vastleggen, inzien en wijzigen.

→ [Uw registratie](#)

Volgende stap Donorwet: behandeling in de Eerste Kamer

Het donorvoorstel van D66 is dinsdag 13 september 2016 aangenomen door de Tweede Kamer. Als de Eerste Kamer ook instemt met het voorstel krijgt Nederland een systeem van actieve donorregistratie. Op dit moment verandert er niets aan uw registratie. U kunt uw keuze net als altijd vastleggen in het donorregister. [3 vragen over het nieuwe wetvoorstel en uw registratie op orgaandonorworden.nl](#)

Veelgestelde vragen

- [Welke organen en/of weefsels kan ik afstaan voor donatie?](#)
- [Hoe kan ik zien hoe ik geregistreerd sta?](#)
- [Hoe geef ik een naam- of adreswijziging door?](#)
- [Blijft mijn keuze geldig als ik naar het buitenland verhuis?](#)
- [Ik ben mijn donorgas kwijt, wat nu?](#)

[Alle veelgestelde vragen](#)

Specifieke doel van de website duidelijk

Vindbaarheid

Het donorregister blijkt over het algemeen makkelijk via Google te vinden, vooral als men de term 'registreren' of 'registratie' gebruikt.

Doel

Het doel van donorregister is voor de meeste respondenten direct duidelijk. Sommigen leiden het doel af uit de naam van de website, anderen baseren zich op de prominente knop 'leg uw keuze vast'.

"Als je register hoort, dan denk je dat er namen staan van wie er geregistreerd staan als donor."

"Dit is echt je beslissing, je vult het in en je drukt op verzenden en dan ben je het."

Tegelijkertijd ziet men ook de mogelijkheid op de site om meer informatie in te winnen. Veel respondenten maken daar een scherp onderscheid tussen: [meer] informatie inwinnen of registreren.

"Je kan je direct registreren en je krijgt meer mogelijkheden om meer informatie te krijgen."

Deze heldere profilering is voor veel mensen prettig. Wel komt duidelijk naar voren dat de website daarmee vooral aansluit bij degenen die hun keuze al hebben gemaakt. Voor degenen die [nog] niet zo ver in dat proces zijn, komt de website dan ook soms te direct en te dwingend over. Dit geldt met name voor degenen die, via Google, rechtstreeks op deze site terechtkomen. Maar ook voor sommigen die op de 'registreer je direct'-button op de website van de NTS klikken.



Leg uw keuze vast in het Donorregister

Registreren in het Donorregister geeft duidelijkheid aan iedereen. In het Donorregister legt u vast of u kiest voor donatie van uw organen en weefsels. Het vastleggen van uw beslissing kan online of per post.

Leg uw keuze vast

"Wel een beetje eng dat je meteen de vraag krijgt wat je wilt. Als je er achter staat, dan is het duidelijk. Maar als je nog twijfelt..."

"Die eerste paar zinnen, die vragen bovenaan, dan staat het al vast. Deze site is niet voor als je nog twijfelt. Zo ver ben ik nog niet."

"Het eerste wat ik zie: leg uw keuze vast. Dat is wel dwingend en pusherig. Er zit gelijk een knopje bij. Ik wil eerst informatie."

"Ik ben nog niet zo ver dat ik daar over na wil denken. Ik wordt niet fijn van de site, het komt wat dichtbij, dit gaat over als ik dood ben."

Uitstraling past bij de Rijksoverheid

Uitstraling

De uitstraling van de website wordt als zakelijk en saai omschreven. Voor de een is dit positief, de ander bedoelt het vooral negatief.

“Deze site is zo zakelijk, echt een Rijksoverheid site, veel zwart wit. Saai.”

“Ik wil meer plaatjes zien, iets herkenbaars.”

“De site komt saai over.”

Maar bij dit soort sites wil ik ook geen vermaakspotjes.”

“Het is zakelijk en leidt me niet af. Hij is strak. Dat vind ik goed, het is een serieus onderwerp.”

Afzender

Net als bij orgaandonorworden.nl verleent het logo van de Rijksoverheid (en de vermelding van het ministerie) de site autoriteit en betrouwbaarheid.

DigiD

Wanneer de respondenten doorklikken naar het gedeelte waar zij met hun DigiD kunnen inloggen, zien zij dit als een logische stap. Het feit dat zij hun DigiD nodig hebben, versterkt het gevoel dat de website betrouwbaar is.



Uw registratie

U kunt uw keuze op twee manieren registreren in het donorregister. Heeft u een DigiD? Gebruik dan de optie 'Inloggen met DigiD'. Dit is de snelste manier om te registreren. Heeft u geen DigiD? Gebruik dan de optie 'Invullen formulier'. U kunt uw keuze altijd wijzigen. Dat doet u door opnieuw een donorformulier in te sturen via DigiD of per post.

Heeft u een DigiD?

1. Log in met uw DigiD.
2. Maak of wijzig uw keuze.
3. Bevestig uw keuze.

De voordelen

- Registreren duurt maar 2 minuten!
- Uw keuze wordt direct vastgelegd in het Donorregister.
- Uw huidige registratie inzien.
- Uw huidige registratie wijzigen.

Inloggen met DigiD

Heeft u geen DigiD?

Of wilt u geen gebruik maken van DigiD?

1. Maak uw keuze.
2. U ontvangt uw ingevulde formulier binnen 3 weken per post.
3. Onderscheiden het formulier en stuur het (zonder postzegel) op naar het Donorregister.

Invullen formulier



Het stroomlijnen van de informatie over orgaandonatie

Documentnummer	T-4171, D1
Contactpersoon DPC	Vera Hulsebosch
Betrokkenen MediaTest	Bart Kleijn Ad van Fessem Eline Zwinkels

© 2018, BTC MediaTest BV

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MediaTest BV.

BTC MediaTest BV
Naritaweg 217
1043 CB Amsterdam
020 410 00 00
www.mediatest.nl
KvK 11041988
NL87 RABO 0120.2897.41

A

> **Technische verantwoording**



Doel en methode onderzoek (1/2)

- Vanuit de Rijksoverheid bestaan er verschillende websites die informatie geven over orgaandonatie:
 - www.orgaandonorworden.nl: de campagnewebsite die per campagne wijzigt.
 - www.donorregister.nl: vastleggen van zijn/haar keuze omtrent orgaandonatie.
 - www.transplantatiestichting.nl: alle benodigde informatie omtrent orgaandonatie.
- Door uitspraken van de Reclame Code Commissie en door Kamervragen dient de overheid op alle websites uitgebreide informatie te bieden. Gevolg hiervan is dat een overlap in informatie is ontstaan op de websites. Het was daarom de vraag of de huidige structuur en de navigatie tussen en binnen de websites nog wel duidelijk en logisch zijn voor de gebruikers.
- Om die reden heeft MediaTest dertig interviews gehouden met een doorsnede van de Nederlandse bevolking.
- De gesprekken vonden plaats in Den Bosch, Zwolle, Amersfoort en Amsterdam, en duurden elk ongeveer 45 minuten.
- Voorafgaand aan het veldwerk heeft een uitgebreide kick-off plaatsgevonden waar betrokkenen vanuit de drie websites, vanuit DPC en namens Pharos bij aanwezig waren.
- Binnen het onderzoek maakten wij onderscheid tussen verschillende doelgroepen.
 - Algemeen publiek
 - Jongeren
 - Nieuwe Nederlanders
 - Niet-westerse migranten
 - Minder-geletterden
 - Minder digi-vaardigen

Doel en methode onderzoek (2/2)

- De topic guide voor de interviews is opgesteld door MediaTest in nauw overleg met DPC en het ministerie van VWS.
- De werving van de deelnemers is verzorgd door een professioneel selectiebureau onder verantwoordelijkheid van MediaTest. Voor de werving van de minder-geletterden, werd MediaTest daarbij ondersteund door Pharos.
- De deelnemers hebben als dank voor hun medewerking een vergoeding van €40,-.

Respondentenoverzicht

Woensdag 29 november 2017 – Den Bosch

Nr.	Tijdstip	Naam	M/V	Leeftijd	Opleiding	Beroep	Geboorteland	Aantal jaar in NL	Digivaardigheid	Registratie donorregister?	Doelgroep
1	13:15 - 14:15	F.	V	41 jaar	MBO	Huisvrouw	Marokko	35 jaar	Gemiddeld	Nee	Niet-westerse immigrant
2	14:15 - 15:15	P.	V	60 jaar	VMBO / MAVO	Styliste huisinrichting	Nederland	nvt	Laag	Nog niet, wel van plan	Minder-geletterde
3	15:30 - 16:30	H.	M	56 jaar	HBO	Logistiek manager wijnhandel	Nederland	nvt	Gemiddeld	Nee	Algemeen publiek
4	16:30 - 17:30	J.	M	19 jaar	MBO	Student	Nederland	nvt	Gemiddeld	Nee	Jongere
5	17:30 - 18:30	J.	V	28 jaar	HBO	Jeugdzorgwerker	Nederland	nvt	Gemiddeld	Ja	Algemeen publiek
6	19:00 - 20:00	M.	V	48 jaar	VMBO / MAVO	Verkoopster slagerij	Nederland	nvt	Laag	Nee	Minder-geletterde
7	20:00 - 21:00	F.	M	16 jaar	VMBO / MAVO	Scholier	Nederland	nvt	Hoog	Nee	Jongere
8	21:00 - 22:00	T.	V	39 jaar	WO	Pedagogisch medewerker	Georgië	22 jaar	Gemiddeld	Ja	Niet-westerse immigrant

Donderdag 30 november – Zwolle

Nr.	Tijdstip	Naam	M/V	Leeftijd	Opleiding	Beroep	Geboorteland	Aantal jaar in NL	Digivaardigheid	Registratie donorregister?	Doelgroep
1	13:15 - 14:15	N.	V	45 jaar	MBO	Werknemer financieel/administratie	Turkije	43 jaar	Gemiddeld	Nee	Niet-westerse immigrant
2	14:15 - 15:15	S.	V	35 jaar	MBO	Niet werkzaam [voorheen administratie/secretarieel]	Nederland	nvt	Laag	Nee	Minder-geletterde
3	15:30 - 16:30	M.	V	51 jaar	MBO	Thuiszorg medewerker	Nederland	nvt	Laag	Nee	Minder-geletterde
4	16:30 - 17:30	N.	V	16 jaar	HAVO	Scholier	Engeland	15 jaar	Gemiddeld	Nee	Jongere
5	17:30 - 18:30	T.	M	20 jaar	MBO	Personal trainer	Nederland	nvt	Hoog	Ja	Algemeen publiek
6	19:00 - 20:00	F.	V	43 jaar	MBO	Thuiszorg medewerker	Marokko	28 jaar	Laag	Nee	Niet-westerse immigrant

Respondentenoverzicht

Dinsdag 5 december 2017 – Amersfoort

Nr.	Tijdstip	Voornaam	M/V	Leeftijd	Opleiding	Beroep	Geboorteland	Aantal jaar in NL	Digivaardigheid	Registratie donorregister?	Doelgroep
1	13:15 - 14:15	Susan	V	66 jaar	MBO	Kaartonderzoek bij NS	Nederland	nvt	Gemiddeld	Nee	Algemeen publiek
2	14:15 - 15:15	Gerda	V	66 jaar	MBO	Gepensioneerd	Nederland	nvt	Gemiddeld	Ja	Algemeen publiek
3	15:30 - 16:30	Marije	V	17 jaar		Scholier/student	Nederland	nvt	Gemiddeld	Nee	Jongere
4	16:30 - 17:30	Bram	M	16 jaar		Scholier/student	Nederland	nvt	Hoog	Nee	Jongere
5	17:30 - 18:30	Mounir	M	24 jaar	MBO	Student (Administratie)	Marokko	15 jaar	Gemiddeld	Ja	Niet-westerse immigrant
6	19:00 - 20:00	Shani	V	53 jaar	WO	Systeembeheerder ICT	Bulgarije	29 jaar	Hoog	Ja	Niet-westerse immigrant
7	20:00 - 21:00	Chanell	V	23 jaar	HBO	Trambestuurder	Suriname	4 jaar	Hoog	Nee	Nieuwe Nederlander
8	21:00 - 22:00	Esra	V	25 jaar	HBO	Student (Juridisch)	Nederland	nvt	Gemiddeld	Nee	Algemeen publiek

Woensdag 6 december – Amsterdam

Nr.	Tijdstip	Voornaam	M/V	Leeftijd	Opleiding	Beroep	Geboorteland	Aantal jaar in NL	Digivaardigheid	Registratie donorregister?	Doelgroep
1	13:15 - 14:15	Reshma	V	42 jaar	HBO	Maatschappelijk werkster onderwijs	Suriname	nvt	Gemiddeld	Ja	Algemeen publiek
2	14:15 - 15:15	Sarafina	V	23 jaar	WO	Intercedent in het onderwijs	Aruba	3 jaar	Gemiddeld	Ja	Nieuwe Nederlander
3	15:30 - 16:30	Emine	V	53 jaar	Basisschool	Huisvrouw	Turkije	30 jaar	Laag	Nee	Minder-geletterde
4	16:30 - 17:30	Elijah	M	14 jaar		Scholier	Nederland	nvt	Gemiddeld	Nee	Jongere
5	17:30 - 18:30	Mustafa	M	26 jaar	HBO	Student (onderwijs)	Syrië	2 jaar	Gemiddeld	Nee	Nieuwe Nederlander
6	19:00 - 20:00	Abby	V	46 jaar	HBO	Huisvrouw	Filipijnen	6 jaar	Gemiddeld	Nee	Nieuwe Nederlander
7	20:00 - 21:00	Syeda	V	34 jaar	Basisschool	Huisvrouw	Pakistan	4 jaar	Laag	Nee	Nieuwe Nederlander
8	21:00 - 22:00	Ana	V	39 jaar	WO	Niet werkzaam (voorheen projectmanager ICT)	Kroatië	14 jaar	Hoog	Nee	Niet-westerse immigrant