



Achtergrond en aanleiding

Situatie

In april 2021 wordt onder regie van het Ministerie van EZK een groot aantal pilots (een pilot in dit voorstel is gedefinieerd als één activiteit, bijvoorbeeld een sportwedstrijd, een museum dat opent, etc.) georganiseerd met als voorwaarde voor deelname aan deze pilots een recente negatieve Covid-19 testuitslag. Deze pilots dienen inzicht te genereren in de organisatie rondom het testen en de optimalisatie van de organisatie rondom het testen. Het Rijk, de betreffende sectoren/voorzieningen, Stichting Open Nederland en onderzoeksinstellingen werken in de uitvoering van de pilots samen. Zij zorgen dat ook lokale/regionale overheden worden betrokken in de uitvoering van de pilots.

Beoogd resultaat van de pilots¹ is dat alle betrokken partijen (sectoren en overheid) goed zijn voorbereid op de inzet van toegangstesten voor de heropening van sectoren. Daarmee moet het onderzoek meer inzicht geven in:

- de werking van de infrastructuur en ICT van de testcapaciteit voor toegangstesten;
- de werking en het gebruik van de CoronaCheck app;
- de toepasbaarheid van het testbewijs in de potentieel aan te wijzen voorzieningen;
- de mate waarin bezoekers het er voor over hebben om zich vaker te laten testen voor toegang;
- de mate van fraudegevoeligheid van deze opzet met toegangstesten;
- de daadwerkelijke testcapaciteit versus ingeschatte testcapaciteit (per regio/testlocatie);
- de werking van het testbewijs.

Zoals eerder besproken met betrokken departementen en de stuurgroep toegangstesten zal deze evaluatie plaatsvinden aan de hand van twee customer journeys: die van de burger en die van de organisatoren van de pilots.

Vraagstelling, scope en resultaten

Vraagstellingen

Evalueer de customer journey van de deelnemende burger en de customer journey van de organisaties die de pilots organiseren. De te beantwoorden vragen zijn daarbij als volgt:

1. Hoe verloopt de customer journey van de burger, specifiek:
 - Welke knelpunten en / of risico's zijn er bij de uitvoering?
 - Zijn er knelpunten en/of risico's bij het aanmelden?
 - Zijn er knelpunten en/of risico's bij het afnemen van de test op testlocatie?
 - Zijn er knelpunten en/of risico's rondom data privacy voor zover te overzien?
 - Zijn er knelpunten en/of risico's rondom ICT?
 - Zijn er knelpunten en/of risico's rondom werking testbewijs?
 - Is men bereid de CoronaCheck te gebruiken? En welke inzichten vanuit het Erasmus Universiteit Onderzoek zijn van belang om mee te nemen in de verdere opschaling?
 - Hoe groot is de testbereidheid onder bezoekers om zich vaker te laten testen voor toegang?
 - Wat is nodig om toegangstesten te kunnen opschalen zonder ernstige uitvoeringsproblematiek?
 - Hoe kan de fraudegevoeligheid van toegangstesten worden geminimaliseerd?
2. Hoe verloopt de customer journey van de organisator van de activiteit, specifiek:
 - Zijn er knelpunten en / of risico's rondom de samenwerking Stichting Open Nederland en organisatie (bijvoorbeeld governance, afbakening van verantwoordelijkheden)?

¹ In geen geval dragen de pilots bij aan medisch onderzoek.



- Wat is de verhouding aanmelding versus opkomst (no shows)?
- Hoe groot is het percentage bezoekers dat voor het evenement geweigerd wordt?
- Welke knelpunten en / of risico's zijn er bij de uitvoering?
- Zijn er knelpunten en/of risico's rondom de logistiek? Bijvoorbeeld rijen bij de entree ten gevolge van rijen?
- Zijn er knelpunten en/of risico's bij het aanmelden van de activiteit bij Stichting Open Nederland? Hoe verloopt de match van vraag en aanbod van de testcapaciteit?
- Zijn er knelpunten en/of risico's bij het naleven basisregels?
- Zijn er knelpunten en/of risico's rondom gedrag bezoekers geobserveerd door de organisatoren?
- Worden er door politie / gemeente / handhavers knelpunten en/of risico's ervaren?

Scope

De reikwijdte van het actiegericht onderzoek is als volgt:

- Beide customer journeys (burger en organisator)
- Een zelfstandige evaluatie Corona Check app onder leiding van professor Ebbens van de Erasmus Universiteit Rotterdam loopt reeds. Dit onderzoek wordt niet opnieuw uitgevoerd, de bevindingen van het reeds lopende onderzoek worden betrokken in het actiegericht onderzoek, waarbij er zoveel mogelijk wordt toegewerkt naar een integrale rapportage.
- De genoemde pilots vallen binnen de sectoren die worden aangewezen onder het wetsvoorstel, te weten sport- en jeugdactiviteiten, culturele instellingen, evenementen, restaurants en overige horeca, een en ander met inbegrip van doorstroomlocaties.
- De focus van het actiegericht onderzoek is op de pilots in april 2021.
- Er worden naar schatting 200 pilots georganiseerd in april 2021.

Beoogde resultaten

Het beoogde resultaat van dit onderzoek is dat alle betrokken partijen (sector en overheid) goed zijn voorbereid op de inzet van toegangstesten voor de heropening van sectoren. Dit onderzoek geeft inzicht in de organisatie rondom het testen en hoe de organisatie rondom het testen kan worden geoptimaliseerd aan de hand van de beantwoording van de beschreven vraagstellingen. De (concept) rapportage zal uiterlijk 11 mei 2021 opgeleverd te worden.

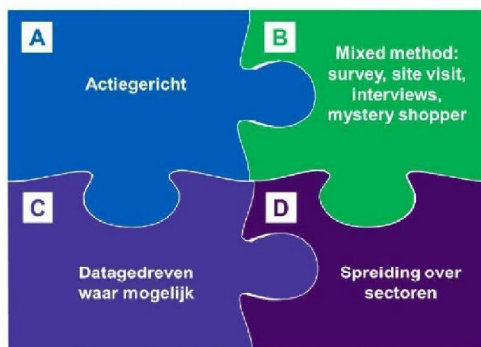
Voorgestelde methode

We stellen voor een proces benadering te hanteren om de beoogde resultaten te bereiken (zie figuur 1). Daarbij evalueren we de stappen in de customer journey van de burger en de deelnemende organisatoren. Bij het evalueren kijken we naar knelpunten (wat loopt er nu in de praktijk niet goed en zou beter kunnen) en risico's (welke mogelijke dingen kunnen er fout, wat is daarbij de kans dat het gebeurt, en wat is de impact als het gebeurt).



Figuur 1: Voorgestelde proces benadering

Er zijn vier belangrijke kenmerken van de voorgestelde methode, deze worden achtereenvolgens nader toegelicht (zie figuur 2):



Figuur 2: Vier kenmerken van de voorgestelde methode

- A. **Actiegericht:** Bij actiegericht onderzoek gaan veranderen, leren en kennisontwikkeling hand in hand. Daarbij is er voortdurend aandacht voor de unieke context. Actiegericht onderzoek begint altijd met een vraagstuk uit de praktijk. Het veranderen van de praktijk staat daarbij centraal. Het resultaat is kennis en inzichten die vervolgens weer toegepast kunnen worden in de praktijk.
- B. **Mixed method:** we gaan verschillende onderzoeksmethoden toepassen om inzichten te krijgen vanuit de verschillende stappen in de customer journey. Zo voeren we surveys en interviews uit. Deze surveys doen we op de volgende wijze: online via een mailing aan organisatoren, online via de zogenaamde Close app voor bezoekers en het fysiek afnemen van deze surveys ter plekke bij een pilot. We combineren dit met site visits. Tevens bezoeken we bepaalde evenementen ook zelf om de customer journey zelf mee te maken: de zogenaamde 'mystery shopper' aanpak. Onderstaande tabellen geven weer welke methode we voorstellen voor elk van de stappen in de customer journeys (zie tabel 1 en 2).



	Customer journey burger					
Stappen	Voorgestelde methoden					
	Document studie / data-uitvraag interview met SON	Survey online via Close app	Survey burgers ter plekke bij pilot	Site visit	Interviews met deelnemers	Mystery shopper
1.1 Ontdekken	X	X	X		X	
1.2 Maak een afspraak	X	X	X		X	
1.3 Laat je testen	X	X	X		X	
1.4 Ontvang je testuitslag	X	X	X		X	
1.5 Ga naar het evenement	X	X	X	X	X	X
Toepassing		Bij 21 grotere pilots: 54.000 bezoekers	Bij 40 pilots (nader te bepalen welke pilots)	Bij 40 pilots (nader te bepalen welke pilots)	Bij 40 pilots (nader te bepalen welke pilots)	Bij 14 pilots (nader te bepalen welke pilots)

Tabel 1: Methode per stap voor Customer journey burger

	Customer journey organisatoren				
Stappen	Voorgestelde methoden				
	Document studie / interview met SON	Online survey organisator en gemeente / politie	Site visit	Telefonisch Interview met organisator	Mystery shopper
2.1 Je wil erop uit	X	X		X	
2.2 Evenement aanmelden	X	X		X	
2.3 Besluit	X	X		X	



2.4 Testen inplannen	X	X		X	
2.5 Onboarding	X	X		X	
2.6 Evenement	X	X	X	X	X
		Bij alle organisatoren en gemeenten	Bij 40 pilots (nader te bepalen welke pilots)	Bij 40 pilots (nader te bepalen welke pilots)	Bij 14 pilots (nader te bepalen welke pilots)

Tabel 2: Methode per stap voor Customer journey organisatoren

- C. Data gedreven waar mogelijk: indien er meta-data voor handen is en deze gebruikt mogen worden (bijv. vanuit de Corona Check app o.b.v. het Erasmus onderzoek of vanuit meta-data van Stichting Open Nederland (bijv. aantallen tests, etc.), dan zullen we op basis van deze data inzichten genereren.
- D. Spreiding over sectoren: we kijken goed naar de verschillende typen activiteiten, en komen met een voorstel voor spreiding van bijvoorbeeld site visits.



Inzet Close app tijdens pilots om survey deelnemers efficiënt en grootschalig af te nemen

Voor het afnemen van de surveys van de deelnemers aan de pilots zijn er twee opties. De ene optie is het inzetten van mensen die op locatie de bezoekers naar hun ervaring vragen. Dit zullen we doen bij 40 pilots, met name bij de kleinere pilots. Het nadeel van deze aanpak is dat deze tamelijk arbeidsintensief is en dat je mogelijk niet alle bezoekers zal bereiken, zeker bij de grotere pilots. Daarom kiezen we ook voor de inzet de Close app die ook is ingezet bij de negen Fieldlab Evenementen. Specifiek heeft de Close app daar de volgende rol vervuld:

- Het kaartje van de ticketer werd in Close getoond. Je koopt kaartje op een website van de organisator van de pilot met de afhandeling via SeeTickets, Eventim of SRO en je tickets wordt Close getoond (je ontvangt geen pdf). Hierdoor zitten 95-99% van alle bezoekers in de app.
- Bezoekers werden niet meer via mail maar exclusief via Close geïnformeerd. Stap voor stap wordt iedereen geïnformeerd over wat er van ze verwacht wordt. Zo wordt op dit moment ook al het verkeer naar Testen voor Toegang gestuurd voor de KNVB die de interland Nederland-Letland op 27 maart georganiseerd.
- De oplossing is chat based en ieder bericht genereert een push notification.
- Het onderzoek bij de Fieldlabs liep volledig via de Close app. Na afloop van het event ontvingen bezoekers 11 vragen in de app. 65% van de bezoekers beantwoorden deze questionnaire. Bij vragen voorafgaand aan het event zijn response rates van > 80% gangbaar.
- We zetten de Close app in om een groot bereik van de survey onder de deelnemers te generen. Meer informatie over Close:
 - Via [deze link](#) kom je op de website van Close.
 - Via [deze link](#) kan je de app downloaden die de bezoekers van de interland 27 maart de Johan Cruijff Arena hebben.
 - De oplossing is 100% AVG compliant.
 - Close garandeert dat deze app in korte tijd (enkele dagen) ook te gebruiken is voor de pilots in april.
- Voor de organisator houdt dit het volgende in:
 - Close levert de organisator een template app aan op basis van de Fieldlab Evenementen.
 - In deze template zitten Testen voor Toegang en de survey al standaard verwerkt.
 - Close levert de app in de look en feel van de organisator en de organisator kan eigen content leveren.
 - De organisator is verantwoordelijk voor de inhoud en Close zorgt voor de complete afhandeling.
- Voor de burger houdt dit het volgende in:
 - De bezoeker geeft bij het bestellen van zijn/haar kaartje zijn mobiel nummer door.
 - Zodra het kaartje is gekocht ontvangt de koper een mail met daarin de link om de app, met daar in zijn/haar kaarten, te downloaden. Dit is zo eenvoudig dat 100% van de Fieldlab Festival bezoekers in de app zaten en de app een 8,5 gaven.
 - Vanaf dat moment wordt de bezoeker stap voor stap begeleid voor, tijdens en na het event.
- De Close app is reeds gebruikt door de KNVB, Almere City, de KWBN (Wandelbond), Nationale Opera en Ballet, NOC*NSF voor de sportbonden en de Ziggo Dome. We zien in de concept pilot lijst (Excel file bijgaand aan offertezoek) dat deze partijen ook deelnemen aan de pilots in april en stellen voor om deze partijen te selecteren voor de Close app, zodat deze makkelijk en snel kan worden ingezet.
- Op basis van onze screening van de lijst met pilots stellen we voor de Close app in te zetten voor 21 veelal grotere pilots. Op basis van de bovenstaande ervaring verwachten we dan ongeveer **54.000** bezoekers af te dekken en **35.000** respondenten te hebben, waarmee we echt diepte inzicht kunnen genereren.



Wijze van rapporteren

Als uitwerking zien we één A4 per stap in de customer journey voor ons, waarbij knelpunten, oplossingsrichtingen, risico's en mitigerende maatregelen zijn uitgewerkt (zie figuur 1). Dit ziet er als volgt uit:

ILLUSTRATIEF

Uitwerking per stap Customer Journey

1

Bevindingen voor Customer Journey burger – stap 1.5			RAG rating: ● ● ●
Situatie	Knelpunten	Oplossingsrichtingen	
	— Operationeel — IT — Juridisch — [...]		
Toegepaste onderzoeksmethoden	Risico's	Mitigerende maatregelen	
	— Operationeel — IT — Juridisch — [...]		

Figuur 1: Concept template uitwerking resultaten

Plan van aanpak

We stellen voor om de volgende zes stappen uit te voeren om antwoord te geven op de vragen:

1. Vorbereiding van de opdracht
 - a. Uitvoeren desktop research
 - b. Mobiliseren van de projectorganisatie
 - c. Opstellen stakeholder analyse en plan
 - d. Opstellen van detail planning
 - e. Opstellen van lijst met te interviewen personen, pilots ten behoeve van site visits, en
 - f. Aanscherping van voorgestelde methode en conceptueel kader, te gebruiken voor de beantwoording van de vragen
 - g. Kick-off bijeenkomst met opdrachtgever, waarbij we o.a. de opdracht, projectorganisatie aanpak en (detail) planning vaststellen.
 - i. Na de kick-off stellen we voor om twee keer per week overleg met de opdrachtgever te hebben
 - ii. We streven naar wekelijks, maar minimaal eens in de twee weken een tussen rapportage met bevindingen te delen met de opdrachtgever en desgewenst ook met de stuurgroep toegangstesten.
2. Verzamelen van data en uitvoeren data analyses
 - a. Uitwerken van data uitvraag, gelinkt aan beantwoording van de onderzoeksvragen
 - b. Uitvragen en verzamelen van de benodigde data
 - c. Validatie van de data, eventueel aanvullende vragen delen
 - d. Analyse op de ontvangen data

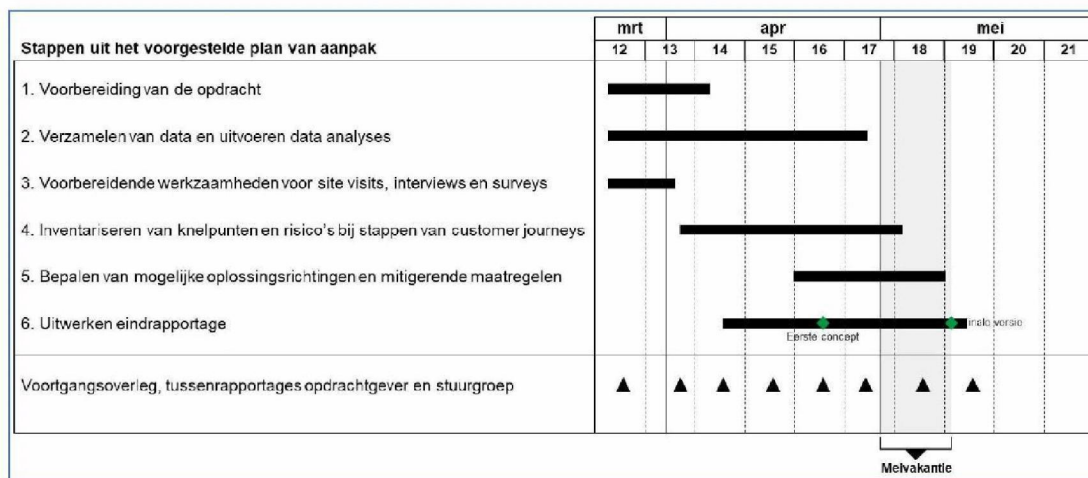


- e. Beknopte uitwerking van de uitkomsten uitwerken
- 3. Vorbereidende werkzaamheden voor site visits, interviews en surveys
 - a. Opstellen, testen en finaliseren surveys voor zowel fysieke surveys als via Close app
 - b. Opstellen interview leidraad
 - c. Opstellen leidraad ten behoeve van site visits
 - d. Inplannen interviews
 - e. Plannen van de site visits
- 4. Inventariseren van knelpunten en risico's bij stappen van customer journeys burgers en organisatoren
 - a. Afnemen van interviews om de knelpunten te inventariseren.
 - b. Uitvoeren van de site visits en uitvoeren van survey tijdens de pilots om knelpunten te inventariseren (burger perspectief)
 - c. Bezoeken van pilots door mystery shoppers
 - d. Beknopte uitwerking maken van de geïnventariseerde knelpunten
 - e. Uitzetten van de survey onder organisatoren en gemeente / politie
 - f. Analyse van de resultaten van de survey
 - g. Bespreken van tussenresultaten met opdrachtgever en stuurgroep en afstemmen van vervolgstappen
- 5. Bepalen van mogelijke oplossingsrichtingen en mitigerende maatregelen bij stappen van customer journeys burgers en organisatoren
 - a. Deskresearch om input te verkrijgen voor mogelijke oplossingsrichtingen, o.a. eventueel op basis van reeds uitgevoerde onderzoeken.
 - b. Interviews om input te verkrijgen voor de oplossingsrichtingen, o.a. met organisatoren van de activiteiten, gemeenten / politie, Erasmus Universiteit Rotterdam en Stichting Open Nederland.
 - c. Beknopte uitwerking maken van de mogelijke oplossingsrichtingen. We bespreken graag met opdrachtgever of het mogelijk is om de mogelijke oplossingsrichtingen te bespreken met een klankbordgroep / vertegenwoordiging vanuit branches om toetsing te organiseren op praktische haalbaarheid van de verbetervoorstellen.
 - d. Bespreken van resultaten met opdrachtgever en stuurgroep en afstemmen van vervolgstappen
- 6. Uitwerken van rapportage met conclusies en aanbevelingen
 - a. Uitwerken concept rapportage
 - b. Bespreken van resultaten met opdrachtgever en stuurgroep
 - c. Aanscherpingen in rapportage verwerken en finaliseren



Planning

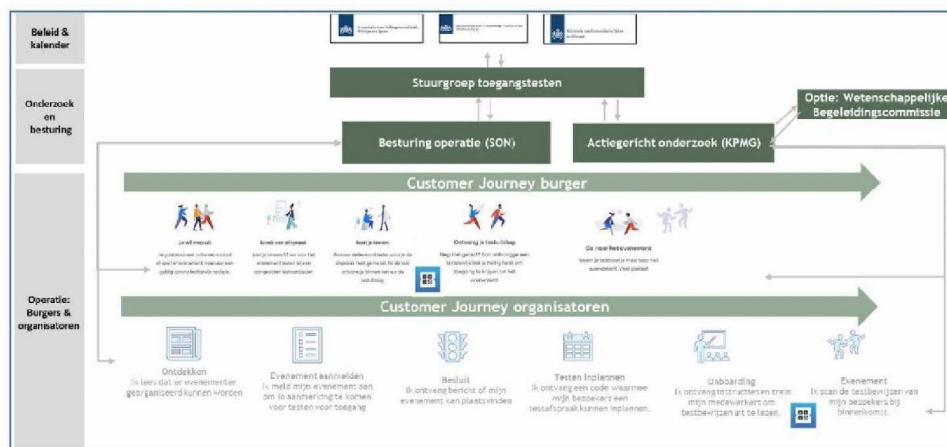
Onderstaand is ons voorstel voor de planning weergegeven (zie figuur 5). We verwachten dat het uitvoeren van de zes stappen circa zes weken zal kosten (31 maart tot 10 mei). KPMG zal proberen zo spoedig mogelijk de evaluatie te starten en ook de pilots die plaatsvinden begin april volledig mee te nemen in de evaluatie.²



Figuur 2: Voorgestelde planning

Programma organisatie en voorgestelde team

De programmastructuur is reeds vastgesteld (zie figuur 3). Daarbij zijn de volgende rollen en verantwoordelijkheden te onderscheiden:



Figuur 3: programmastructuur

² Gelet op de korte tijdsduur kan het zo zijn dat de interviews, site visits en de surveys met burgers pas operationeel zijn bij de pilots die starten vanaf week 15 (12 april). Desalniettemin zullen alle pilots meegenomen worden in de evaluatie, minimaal met een survey aan de organisatoren en gemeente / politie (zie tabel 1 en 2).



- Opdrachtgever: We stellen voor om projectgroep te vormen die bestaat uit het kernteam van KPMG en vertegenwoordiging vanuit EZK (5.1.2e en Jaron Haas). We stellen voor om twee keer per week af te stemmen over de voortgang, waarbij proces en inhoud worden besproken. De opdrachtgever is verantwoordelijk voor de besluitvorming en vaststelling over het onderzoek dat uitgevoerd wordt door KPMG.
- Stuurgroep Toegangstesten: deze stuurgroep adviseert de opdrachtgever. KPMG zal de voortgang van haar onderzoek ook toelichten in deze stuurgroep.
- Stichting Open Nederland (SON) focust op de ontsluiting van testcapaciteit, ICT infrastructuur en proces (burger en evenement/organisatie) en levert project management voor de pilots. SON levert op verzoek relevante informatie en data voor het onderzoek aan KPMG.
- We bespreken graag met opdrachtgever of het mogelijk is om de mogelijke oplossingsrichtingen te bespreken met een klankbordgroep / vertegenwoordiging vanuit branches om toetsing te organiseren op praktische haalbaarheid van de verbetervoorstellen. Zie ook stap 5c van het plan van aanpak.
- Wetenschappelijke begeleidingscommissie (*optioneel*): desgewenst werken we met een wetenschappelijke begeleidingscommissie, bestaande uit vier personen. We bespreken deze mogelijkheid graag met de opdrachtgever. We voorzien een risico op vertraging door te werken met een wetenschappelijk begeleidingscommissie. Indien de opdrachtgever zou kiezen voor een wetenschappelijke begeleidingscommissie dan valt te denken aan de volgende personen (geen van deze personen zijn nog benaderd – hyperlink naar LinkedIn profiel toegevoegd):
 - a. Vertegenwoordiging vanuit de Corona Check evaluatie: 5.1.2e
 - b. Gedagswetenschapper: 5.1.2e
 - c. Gezondheidseconoom 5.1.2e 5.1.2e
 - d. Epidemioloog: 5.1.2e 5.1.2e
 - e. (nader aan te vullen / aan te passen in overleg met opdrachtgever)

Uw inzet als opdrachtgever

Om deze opdracht een succes te maken gaan we uit van de volgende inzet van u als opdrachtgever:

- Tijdig (uiterlijk 2 april 2021) verstrekken contactgegevens (naam, adres, email, telefoonnummer) alle organisatoren pilots.
- Tijdig verstrekken (uiterlijk 2 april 2021) contactgegevens (naam, adres, email, telefoonnummer) politie en gemeenten voor alle betreffende pilots.
- Twee keer per week beschikbaar voor regulier overleg met de opdrachtnemer.
- Ad hoc beschikbaarheid voor overleg met de opdrachtnemer.
- (eenmalige) communicatie naar alle pilots over het onderzoek dat uitgevoerd wordt door KPMG.
- (eenmalige) communicatie naar geselecteerde pilots over deelname aan Close app.
- Het waarborgen dat Stichting Open Nederland tijdig en volledig onze vragen beantwoordt.
- Het waarborgen dat de Erasmus Universiteit Rotterdam tijdig de informatie uit hun onderzoek met KPMG deelt.