

# 1

## Webanalyse



# 1.1 Introductie

Op 15 maart 2017 zijn de verkiezingen van de leden van de Tweede Kamer. Om vanuit het buitenland te kunnen stemmen moet je je registreren. Dit kan tot en met 1 februari 2017. De website [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) geeft informatie over de procedure wanneer iemand vanuit het buitenland wil stemmen. De campagne omtrent deze website heeft van 15 september 2016 tot en met 1 februari 2017 gelopen.

Op de website [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) kan een bezoeker de procedure bekijken om te stemmen vanuit het buitenland. Als men op Aruba, Curaçao of Sint Maarten woont, moet men zich laten registreren bij de Nederlandse vertegenwoordiging van het land waar u woont. Hiervoor kan een registratieformulier gedownload worden. Als iemand elders in het buitenland woont, dan moeten ze zich via de website van de gemeente Den Haag registreren als kiezer.

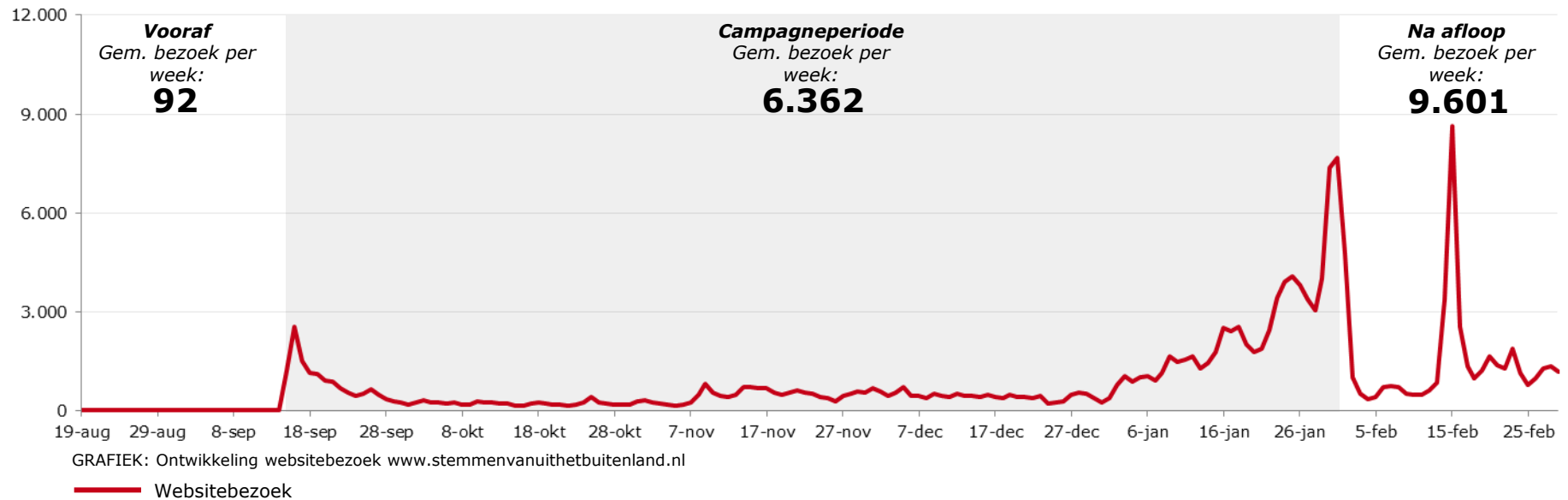
In dit rapport zal het websitebezoek worden geanalyseerd. Dit zal worden gedaan aan de hand van het totaal aantal bezoeken tijdens de campagneperiode, de herkomst van bezoek, het aantal gedownloade registratieformulieren en het aantal kliks naar de website van de gemeente Den Haag.

# 1.2 Tijdens de campagneperiode vinden 60% van de bezoeken plaats in de laatste 3 weken

## Tijdens de campagneperiode worden in totaal 127.238 bezoeken aan [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) gemeten

De campagne omtrent de website [stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) heeft van 15 september 2016 tot en met 1 februari 2017 gelopen en tijdens deze periode zijn 127.238 bezoeken aan de website gemeten. Binnen de in totaal 20 campagneweeken zijn 60% van de bezoeken (75.966) gedaan in de laatste 3 weken. Waarschijnlijk komt dit doordat de registratiedeadline van 1 februari 2017 toen naderde.

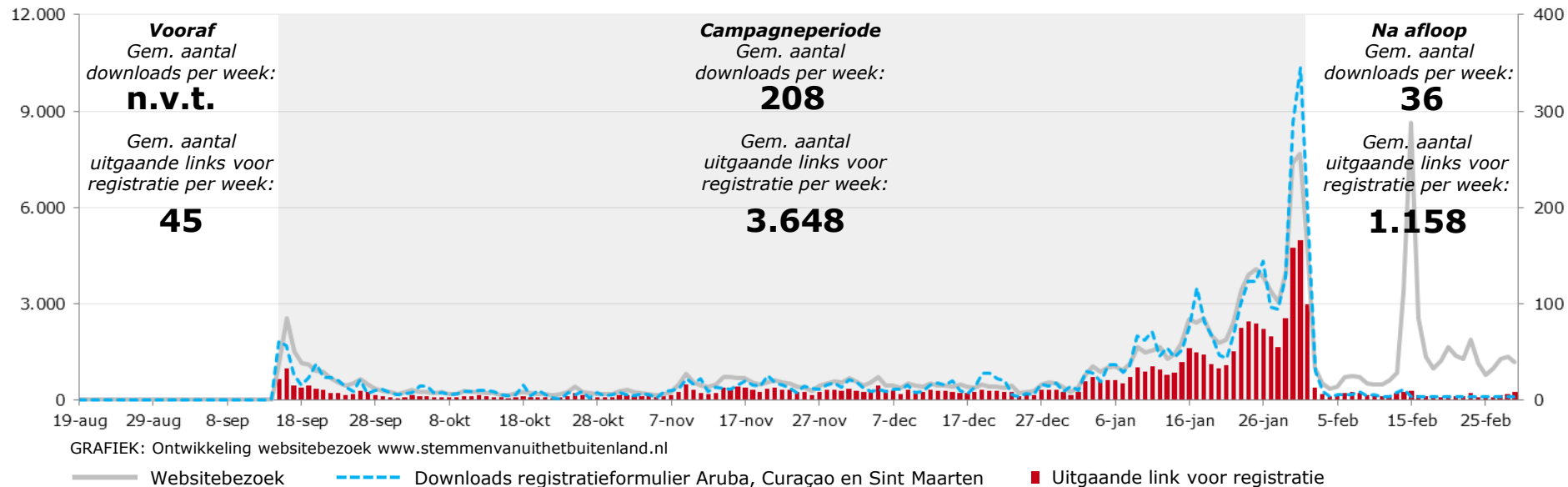
Na afloop van de campagneperiode, en daarmee het verstrijken van de registratiedeadline, daalt het websitebezoek. Opvallend is echter de piek in het websitebezoek op 15 februari (8.621). Verschillende nieuwswebsites, waaronder RTL Nieuws, hebben op die datum een artikel gepubliceerd over wie er mogen stemmen tijdens de verkiezingen, waaronder Nederlanders in het buitenland. Hierdoor is het gemiddeld aantal bezoeken per week in de maand na afloop van de campagne is hoger dan tijdens de campagneperiode.



# 1.3 Piek in aantal downloads en uitgaande links omtrent registratie vlak voor inschrijfdeadline

## Registratieformulier 4.160 gedownload en 72.967 keer doorgelinkt naar de website van gemeente Den Haag

Voor mensen die woonachtig zijn in Aruba, Curaçao of Sint Maarten is er op de website een registratieformulier te downloaden om zich te registreren als kiezer. Mensen die elders in het buitenland wonen kunnen op de website doorklikken naar de website van de gemeente Den Haag om zich te registreren. Tijdens de campagneperiode is het registratieformulier in totaal 4.160 keer gedownload en is de uitgaande link naar [www.denhaag.nl](http://www.denhaag.nl) 72.967 keer gebruikt. Net als het websitebezoek loopt het aantal downloads en het aantal maal dat de uitgaande link voor registratie is gebruikt op naarmate de registratiedeadline van 1 februari 2017 dichterbij komt. Voor beide 'conversies' wordt de hoogste waarde behaald op 31 januari, namelijk 345 downloads en 4.960 uitgaande links naar [denhaag.nl](http://denhaag.nl).



# 1.4 Hoogste kwaliteit bezoeken wordt gegenereerd door onbetaalde en betaalde zoekresultaten

## Tijdens campagneperiode zijn 20% van de bezoeken afkomstig vanuit kliks op campagne-inzet

In totaal zijn er 127.238 bezoeken aan de website gemeten tijdens de campagneperiode. Hiervan zijn 24.210 bezoeken (20%) afkomstig van kliks op de betaalde campagne-inzet. Hier vallen zowel de online display, social media als betaalde zoekresultaten onder.

Bezoeken die binnenkomen via betaalde of onbetaalde zoekresultaten blijven het langst op de website en bekijken het meeste aantal pagina's. Daarnaast is het bouncepercentage (percentage bezoeken waarbij de website direct weer wordt verlaten na de eerste pagina, zonder verder te klikken) het laagst, wat positief is. Hierdoor zou gesteld kunnen worden dat de hoogste kwaliteit bezoeken vanuit zoekresultaten komt.

| Herkomst van bezoek<br>15-09-2016 t/m 01-02-2017 | Totaal aantal bezoeken | Aandeel van het totaal bezoek | Bouncepercentage | Gemiddeld aantal pagina's per bezoek | Gemiddelde bezoekduur |
|--|------------------------|-------------------------------|------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| Zoekmachines – onbetaald                         | 17.356                 | 13%                           | 6%               | 3,6                                  | 0:02:40               |
| Zoekmachines – betaald                           | 7.073                  | 6%                            | 7%               | 3,6                                  | 0:02:53               |
| Online display – IAB                             | 810                    | 1%                            | 9%               | 3,0                                  | 0:01:33               |
| Online display – Rich media                      | 1.382                  | 1%                            | 8%               | 3,0                                  | 0:01:21               |
| Social media – Facebook                          | 12.388                 | 10%                           | 19%              | 3,3                                  | 0:01:19               |
| Social media – Twitter                           | 1.431                  | 1%                            | 13%              | 2,8                                  | 0:01:08               |
| Social media - LinkedIn                          | 1.036                  | 1%                            | 7%               | 3,0                                  | 0:01:05               |
| Verwijzende websites                             | 17.104                 | 13%                           | 9%               | 3,1                                  | 0:01:55               |
| Direct / overig                                  | 68.588                 | 53%                           | 33%              | 2,5                                  | 0:01:59               |
| <b>Totaal</b>                                    | <b>127.238</b>         | <b>100%</b>                   | <b>22%</b>       | <b>2,9</b>                           | <b>0:02:02</b>        |

TABEL: Herkomst van bezoek [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) tijdens de campagneperiode

■ : Opvallend positief ten opzichte van het gemiddelde  
■ : Opvallend negatief ten opzichte van het gemiddelde

# 1.5 Bijna tweederde van het bezoek bekijkt de pagina 'ik woon elders in het buitenland'

Op de website stemmenvanuithetbuitenland.nl kan een bezoeker via het tabblad 'stemmen' de pagina's bekijken in het geval men in Aruba, Curaçao of Sint Maarten woont of elders in het buitenland. Tijdens de campagneperiode zijn deze twee pagina's bij respectievelijk 7% en 63% van de bezoeken bezocht. Bij bezoeken vanuit LinkedIn en verwijzende websites wordt relatief vaker informatie gezocht naar stemmen vanuit 'elders in het buitenland'.

Daarnaast kan bij een bezoek ook het stembiljet worden bekeken. Als iemand vanuit het buitenland stemt wordt namelijk gebruik gemaakt van een ander stembiljet dan in Nederland in het stemlokaal. Tijdens de campagneperiode is deze pagina bij 2% van de bezoeken bekeken.

| Herkomst van bezoek<br>15-09-2016 t/m 01-02-2017 | Totaal aantal bezoeken | Aandeel van het totaal bezoek | Pagina "ik woon in Aruba, Curaçao of Sint Maarten" | Pagina "ik woon elders in het buitenland" | Stembiljet bekeken |
|--|------------------------|-------------------------------|--|---|--------------------|
| Zoekmachines – onbetaald                         | 17.356                 | 13%                           | 11%  | 75%                                       | 4%                 |
| Zoekmachines – betaald                           | 7.073                  | 6%                            | 6%   | 72%                                       | 4%                 |
| Online display – IAB                             | 810                    | 1%                            | 4%   | 58%                                       | 3%                 |
| Online display – Rich media                      | 1.382                  | 1%                            | 5%   | 57%                                       | 4%                 |
| Social media – Facebook                          | 12.388                 | 10%                           | 5%   | 57%                                       | 2%                 |
| Social media – Twitter                           | 1.431                  | 1%                            | 3%   | 68%                                       | 1%                 |
| Social media - LinkedIn                          | 1.036                  | 1%                            | 4%   | 78%                                       | 1%                 |
| Verwijzende websites                             | 17.104                 | 13%                           | 7%   | 82%                                       | 3%                 |
| Direct / overig                                  | 68.658                 | 53%                           | 7%   | 54%                                       | 2%                 |
| <b>Totaal</b>                                    | <b>127.238</b>         | <b>100%</b>                   | <b>7%</b>  | <b>63%</b>                                | <b>2%</b>          |

TABEL: Conversies per herkomsttype www.stemmenvanuithetbuitenland.nl tijdens de campagneperiode

■ : Opvallend positief ten opzichte van het gemiddelde  
■ : Opvallend negatief ten opzichte van het gemiddelde



# 1.6 Ruim 51 miljoen impressies behaald met betaalde online media

## Social media levert de meeste kliks op naar de website [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl)

De online advertenties hebben in totaal 51.508.790 impressies opgeleverd. Daarvan is het grootste deel door advertenties op social media gerealiseerd (44.385.496). Om een vergelijking te kunnen maken met de inzet van betaalde online media bij andere campagnes van de Rijksoverheid wordt de DPC Benchmark als geheel gebruikt. Voor de campagne 'Stemmen vanuit het Buitenland' betekent dit dat de click-through-rate van social media (0,3% vs benchmark 0,2%) en betaalde zoekresultaten (11,5% vs benchmark 9,0%) boven benchmark scores. Ze leveren daarmee relatief meer kliks op dan een zelfde inzet bij andere campagnes. Voor online display geldt het omgekeerde (0,1% vs benchmark 0,3%); deze uitingen leveren een lager aantal kliks op dan de benchmark.

| Online media<br>15-09-2016 t/m 01-02-2017 | Impressies        | Totaal aantal<br>kliks | Click-through-<br>rate | Cost-per-click | Cost per 1.000<br>views | Totale kosten   |
|---|-------------------|------------------------|------------------------|----------------|-------------------------|-----------------|
| Online display                            | 7.018.815         | 8.594                  | 0,1%                   | € 2,70         | € 3,30                  | € 23.189        |
| Zoekmachines - betaald                    | 104.479           | 12.047                 | 11,5%                  | € 0,23         | n.v.t.                  | € 2.767         |
| Social media                              | 44.385.496        | 115.272                | 0,3%                   | € 0,37         | € 0,96                  | € 42.417        |
| <b>Totaal</b>                             | <b>51.508.790</b> | <b>135.913</b>         | <b>0,3%</b>            | <b>€ 0,50</b>  | <b>n.v.t.</b>           | <b>€ 68.373</b> |

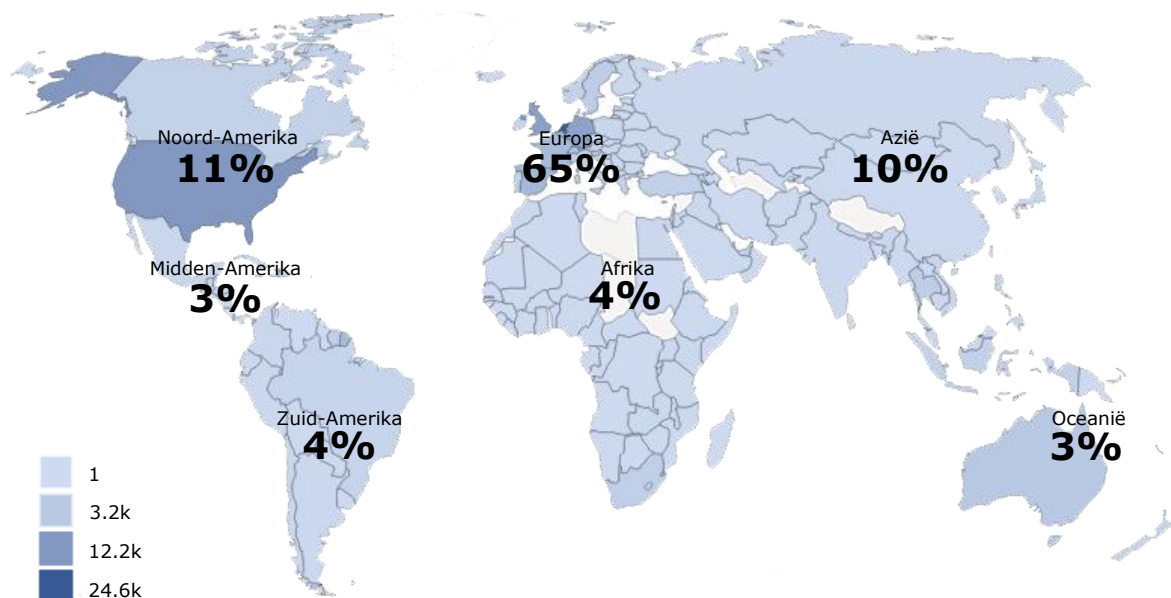
TABEL: Kwaliteit betaalde online media

\* Cijfers t/m 31 december 2016 afkomstig van OMD, cijfers vanaf 1-1-2017 afkomstig van Initiative

# 1.7 65% van de bezoeken aan de website zijn afkomstig uit Europa

## Meeste bezoeken aan stemmenvanuithetbuitenland.nl vanuit Europa, gevolgd door Noord-Amerika en Azië

Tijdens de campagneperiode zijn in totaal 127.238 bezoeken aan de website gemeten. Hiervan zijn 82.306 bezoeken (65%) afkomstig uit Europa, 14.334 bezoeken (11%) uit Noord-Amerika en 12.276 bezoeken (10%) uit Azië. Zoals uit onderstaande tabel blijkt komen de meeste bezoeken qua land van herkomst uit Nederland, gevolgd door de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk.



| Herkomst bezoek – Land | Totaal aantal bezoeken |
|------------------------|------------------------|
| Nederland              | 24.571                 |
| Verenigde Staten       | 12.221                 |
| Verenigd Koninkrijk    | 10.519                 |
| Duitsland              | 10.192                 |
| Spanje                 | 6.164                  |
| Frankrijk              | 5.684                  |
| België                 | 5.338                  |
| Australië              | 3.193                  |
| Overig                 | 49.356                 |
| <b>Totaal</b>          | <b>127.238</b>         |

TABEL: Herkomst bezoek [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) per land



# Toelichting webanalyse

## Leeswijzer

**Bezoek:** Aantal bezoeken per week aan [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl).

**Bouncepercentage:** Percentage bezoeken waarbij na één pagina de website weer wordt verlaten.



**Gemiddeld:** Gemiddelde gedurende de campagne.

**Herkomst van bezoek:** Wijze waarop de bezoeken op de website zijn beland gedurende de campagne.

**Aantal bezoeken:** Gemiddeld aantal bezoeken per week aan [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl) gedurende de campagne.

**Gemiddeld aantal pagina's per bezoek:** Het gemiddelde aantal acties op de website per bezoek gedurende de campagne.

**Gemiddelde bezoekduur:** De gemiddelde tijd dat een bezoek spendeert op de website gedurende de campagne.

-  : Opvallend positief ten opzichte van het gemiddelde.
-  : Opvallend negatief ten opzichte van het gemiddelde.

### Vragen over dit onderzoek kunt u richten aan:

Eva van Kruchten  
Johan Walda

## Onderzoekopzet

In opdracht van Dienst Publiek en Communicatie heeft MeMo<sup>2</sup> de Webanalyse verricht ten behoeve van de 'Stemmen vanuit het Buitenland' campagne.

Dit rapport richt zich op het bezoek aan de website [www.stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl).

Het website bezoek is gemeten over de periode van 19 augustus 2016 tot en met 1 maart 2017. Middels Piwik zijn paginabezoek, en de kwaliteit en herkomst van de website gemeten.

## Bronnen

**Websitebezoek [stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl):** Piwik

**Kwaliteit en herkomst website [stemmenvanuithetbuitenland.nl](http://www.stemmenvanuithetbuitenland.nl):** Piwik

**Kwaliteit betaalde online media:** Initiative, OMD