

# eHerkenning

## Dé digitale sleutel voor ondernemers

Onderzoek naar kennis, houding en gebruik van eHerkenning in opdracht van de Belastingdienst.

mei

'19

blauw

# Inhoudsopgave

1

Management Summary

2

Bekendheid van eHerkenning

3

Kosten van eHerkenning

4

Gebruik van eHerkenning

5

Houding ten opzichte van eHerkenning

6

Alternatieven voor belastingaangifte

7

Verantwoording



# Management summary



## De context

De Belastingdienst heeft begin 2019 een nieuw portaal voor ondernemers geïntroduceerd: Mijn Belastingdienst Zakelijk (MBD-Z). Met de overgang naar het nieuwe portaal, komt de huidige inlogmethode (met gebruikersnaam en wachtwoord) te vervallen. Omdat niet alle ondernemers gebruik kunnen of willen maken van DigiD, moeten zij een eHerkenningmiddel aanschaffen om het online portaal van de Belastingdienst te kunnen gebruiken. Alternatieven zijn uitbesteding aan fiscale dienstverleners of het gebruiken van System-to-System software. Ondernemers zijn nog niet breed geïnformeerd over komende uitrol, overgang en mogelijke impact hiervan.



## De uitdaging

De Belastingdienst wil de overgang van het oude inlogportaal naar Mijn Belastingdienst Zakelijk faciliteren en versnellen met gerichte communicatie. De Belastingdienst wil daarbij zoveel mogelijk voorkomen dat ondernemers negatieve sentimenten ontwikkelen over het MBD-Z of de Belastingdienst. Om deze communicatie in te richten, is er behoefte aan klantenkennis en –inzicht rondom eHerkenning.



## De hoofdvraag

Wat is de kennis, houding en het gedrag van ondernemers ten aanzien van eHerkenning en alternatieven?





## Hoofdconclusie

Ondernemers die nog geen eHerkenning gebruiken, (her)kennen het logo niet goed en vinden het lastig om te beschrijven waar het logo voor staat. De kosten voor aanschaf en het gebrek aan kennis over het (nieuwe) inlogmiddel roepen barrières op, waardoor het lastig lijkt om hen te verleiden tot dit inlogmiddel. Eenmaal verleid, zijn ondernemers over het algemeen wel positief over eHerkenning en over het feit dat de Belastingdienst gebruik gaat maken van dit inlogmiddel.



## Bekendheid beperkt

De helft van de ondernemers herkent (deels) het logo van eHerkenning, maar vindt het lastig te omschrijven waar het voor staat. Onder niet-gebruikers is de kennis rondom eHerkenning laag; de meerderheid weet niet dat dit een digitaal en commercieel inlogmiddel is om zaken te doen met de overheid. Niet-gebruikers zijn ook niet goed op de hoogte van de invoer van eHerkenning bij de Belastingdienst en de komst van het nieuwe inlogportaal.



## Kosten barrière

Ondernemers zijn kritisch over de kosten voor aanschaf van eHerkenning. Bijna de helft geeft aan weinig begrip te hebben om voor beveiligde inlogmethodes te betalen. Eventuele kosten voor eHerkenning zijn dan ook voor de meerderheid (70%) een drempel. Daarnaast is de bereidheid om tijd te steken in het aanschaffen van een eH-middel laag. Ondernemers lijken geen correct beeld te hebben van de kosten die een organisatie jaarlijks kwijt is aan eHerkenning.



## Eénmaal aangeschaft waardevol

Van de ondernemers die eHerkenning al binnen hun organisatie gebruiken, maakt het merendeel hier persoonlijk ook gebruik van. Zij zijn tevreden over het aanvraag- en aanschafproces, het inloggen en het gebruiksgemak. Ze hebben begrip voor het feit dat de overheid een standaard inlogmiddel verplicht stelt voor overheidsorganisaties en vinden het een goede zaak dat de Belastingdienst ook tot dit middel overgaat. Daarnaast is het begrip voor de kosten hoger dan onder de niet-gebruikers. Echter is voor de meeste gebruikers het aangeschafte betrouwbaarheidsniveau nog niet voldoende om ook bij de Belastingdienst te kunnen inloggen.

# Info vooraf: achtergrond doelgroepen en rapportage

## Doelgroepen

Het onderzoek richt zich primair op ondernemers waarvoor eHerkenning een reële en interessante oplossing kan zijn om in te loggen bij het aangifteportaal van de Belastingdienst.

Om verschillen tussen ondernemers te identificeren, doen ook ondernemers met andere criteria mee als controlegroep.

In de blokken hiernaast is omschreven hoe de doelgroepen zijn opgebouwd.



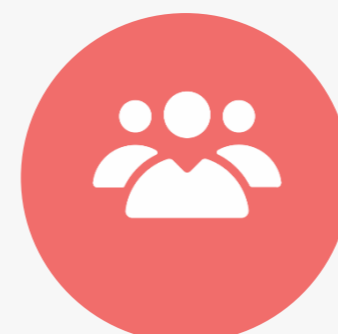
## Primaire doelgroep

Ondernemers die gebruik maken van portalen van de Belastingdienst om hun aangifte te (laten) doen en hierbij géén gebruik kunnen of willen maken van DigiD als inlogmiddel.

Binnen deze groep is aanvullend onderscheid gemaakt tussen ondernemers die al wel of nog geen gebruik maken van eHerkenning.

## Resultaten en rapportage: leeswijzer

- Afhankelijk van de vraagstelling worden de resultaten gepresenteerd op totaalniveau, doelgroep niveau (primaire of controle doelgroep) of op gebruik van eHerkenning (wel of niet).
- Per grafiek wordt vermeld hoeveel respondenten deze vraag hebben beantwoord.
- In hoofdstuk 7 is de opbouw van de netto steeproef weergegeven.



## Controle doelgroep

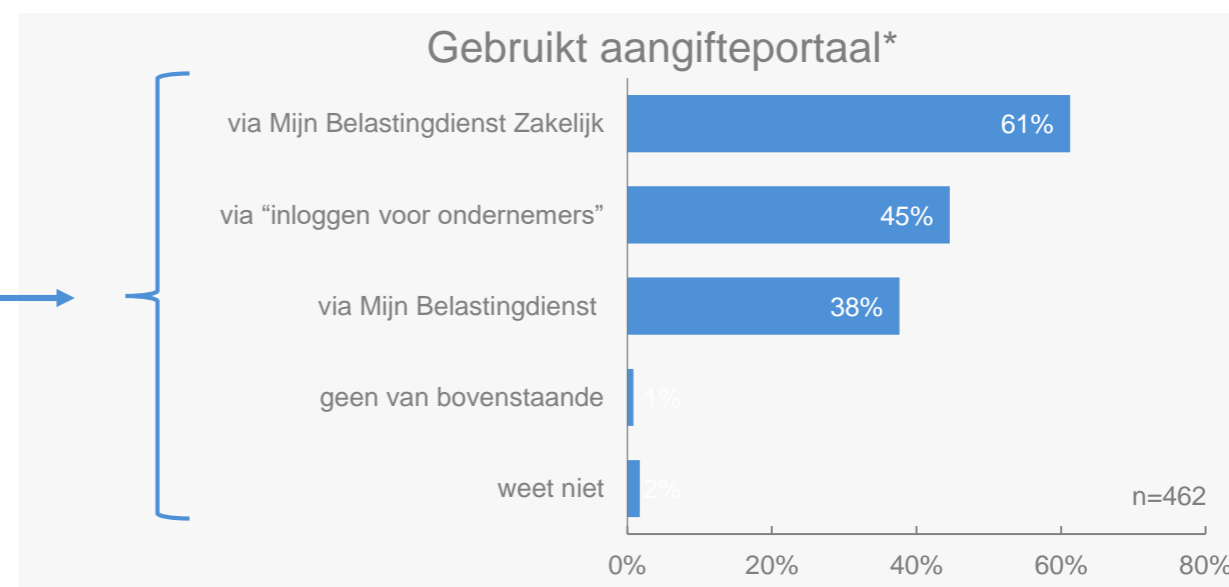
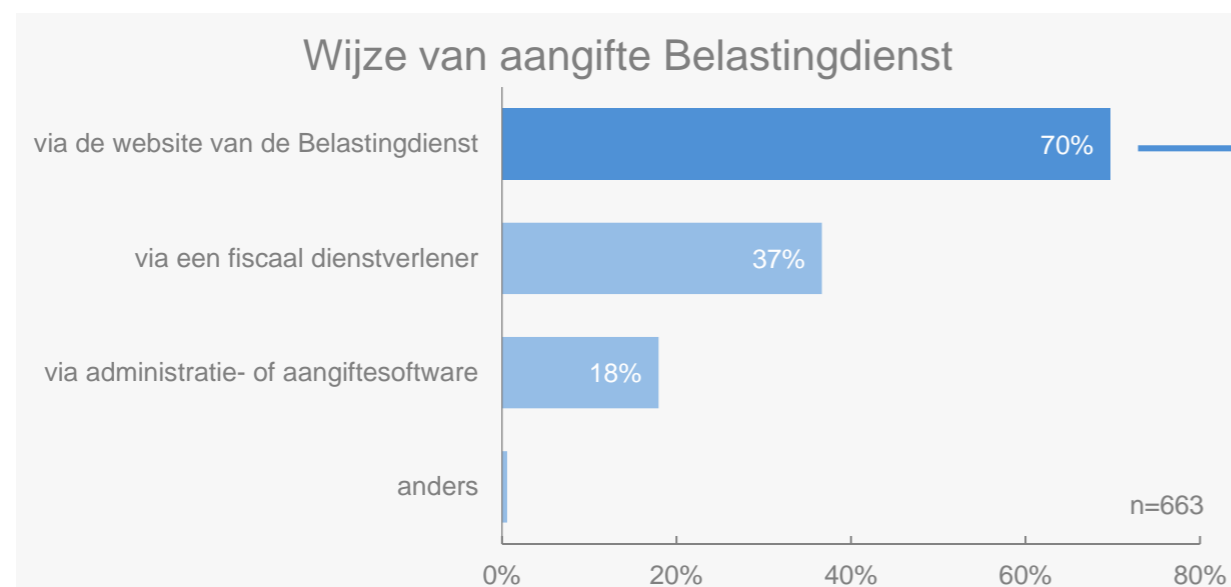
De controle groep bestaat uit twee subgroepen:

- Ondernemers die gebruik maken van een portaal van de Belastingdienst én kunnen inloggen met DigiD
- Ondernemers die voor het doen van aangifte geen gebruik maken van aangiftemiddelen van de Belastingdienst.

Ook deze ondernemers kunnen wel of geen gebruik maken van eHerkenning.

# Meerderheid doet belastingaangifte online

Inloggen op een Belastingdienst-portaal gebeurt vooral met gebruikersnaam en wachtwoord



\*Ten tijde van het veldwerk was inloggen bij genoemde portalen mogelijk middels de volgende inlogmethoden: met Digid bij Mijn Belastingdienst Zakelijk en bij Mijn Belastingdienst, met gebruikersnaam en wachtwoord inloggen voor ondernemers.

## Hoe doen ondernemers aangifte?

De meerderheid van de ondernemers doet de aangifte voor hun bedrijf onder andere via de website van de Belastingdienst en maakt daarmee gebruik van één van de aangifteportalen. 'Mijn Belastingdienst Zakelijk' wordt het meest gebruikt om in te loggen bij de Belastingdienst zakelijk.

Ondernemers loggen bij de Belastingdienst voornamelijk in met een gebruikersnaam en wachtwoord.







2

Bekendheid van eHerkenning

# Ruim de helft van de ondernemers herkent het logo

Het blijkt echter lastig om een juiste beschrijving te geven van waar eHerkenning voor staat

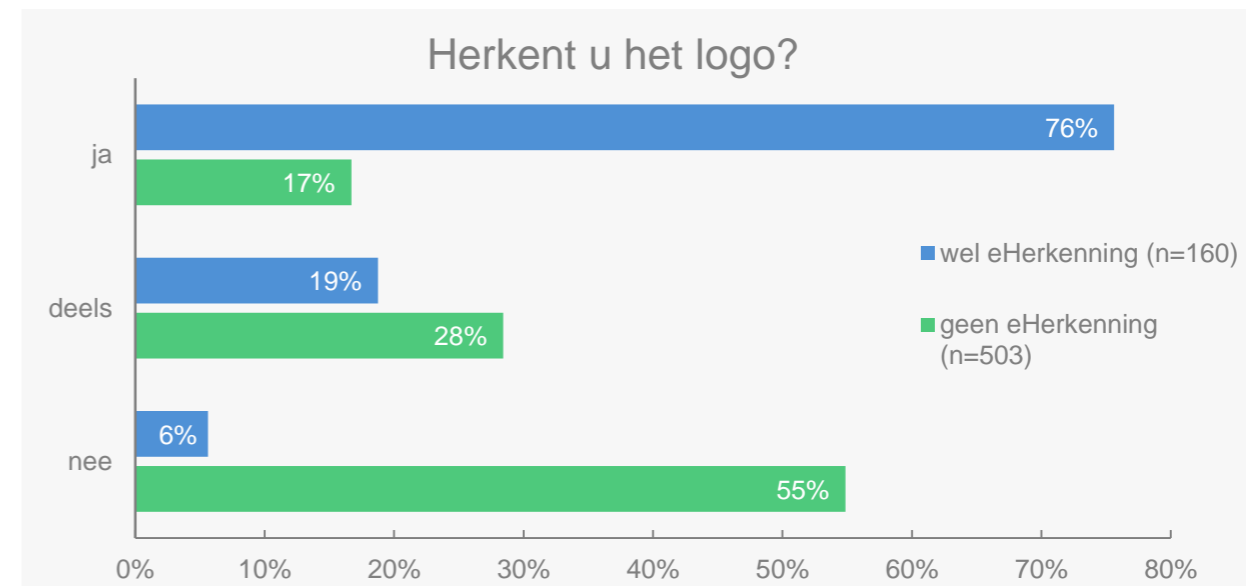
# eHerkenning

## Meerderheid herkent het eH-logo

Van alle ondernemers geeft meer dan de helft aan dat zij het logo van eHerkenning kennen of herkennen. Onder gebruikers is de herkenbaarheid fors groter dan onder niet gebruikers: 76% geeft aan dit logo te herkennen en te weten waar dit voor staat.

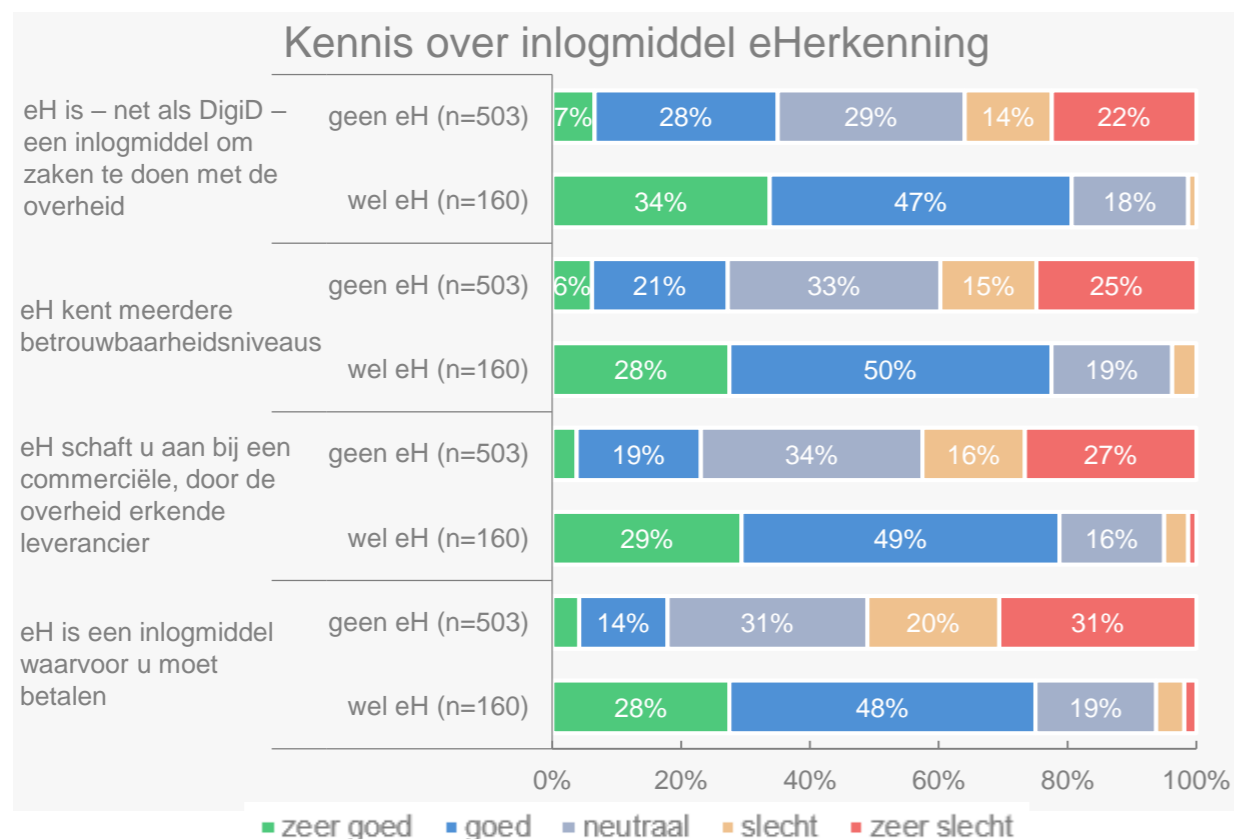
Als wordt gevraagd om te beschrijven waar dit logo voor staat, lopen de reacties uiteen van opmerkingen die aantonen dat ondernemers geen idee hebben tot omschrijvingen die goed in de buurt van de werkelijkheid komen. Vaker genoemd zijn “een soort DigiD”, “een inlogmethode” en “een manier om overheidsprocedures te beëindigen”.

Vier op de tien ondernemers hebben dit logo nog nooit gezien. In de beschrijving van niet-gebruikers komen variaties voor op ‘inloggen’, ‘veiligheid’ en ‘identificatie’. De meeste ondernemers geven aan niet te weten waar het logo voor staat en blijft het gissen naar de echte betekenis.



# Bekendheid met eHerkenning is beperkt

Ondernemers die eH niet gebruiken niet goed op de hoogte van dit commerciële inlogmiddel

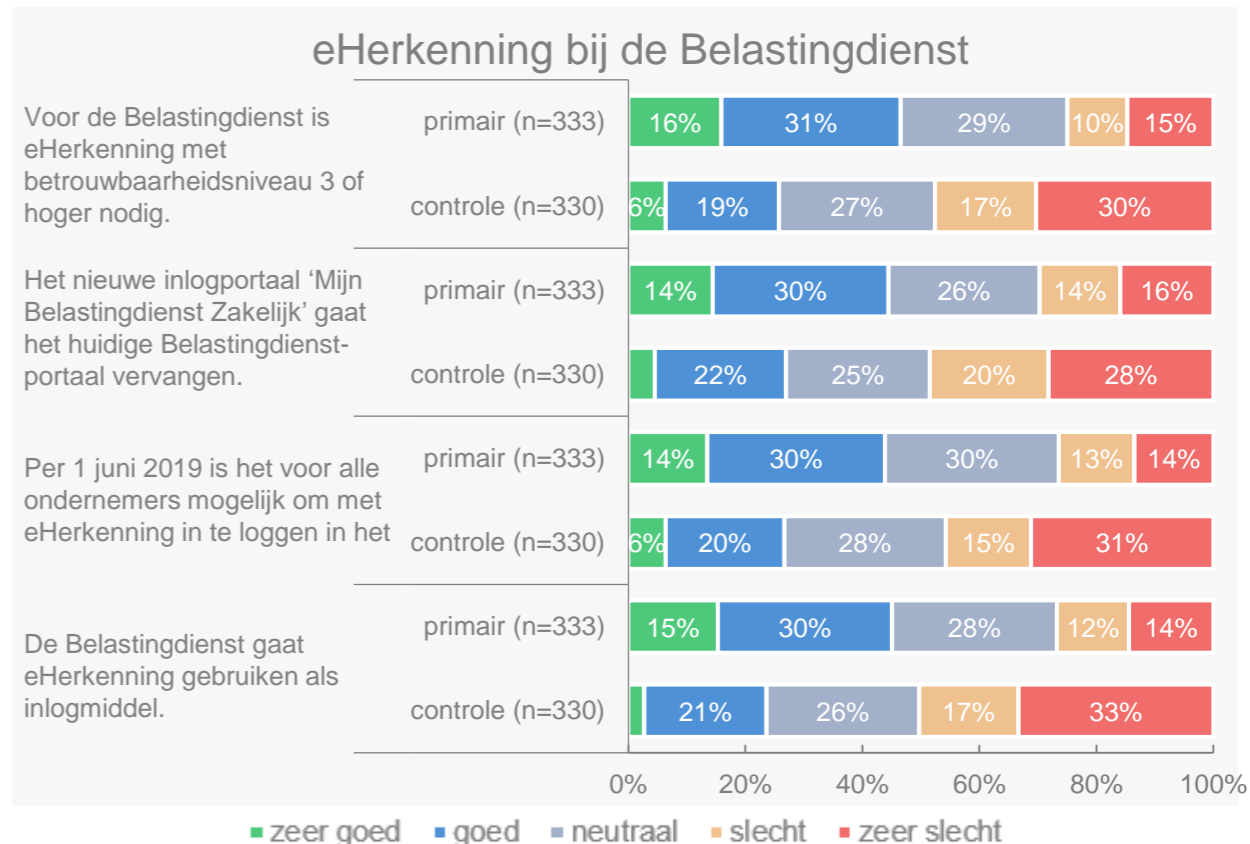


## Kennis over inlogmiddel eHerkenning

Zoals kan worden verwacht, zijn de meeste gebruikers van eHerkenning goed op de hoogte van dit commerciële inlogmiddel. Ondernemers die nog geen gebruik maken van eHerkenning hebben ook minder kennis hierover: 40% weet niet dat dit een inlogmiddel is om zaken te doen met overheidsinstanties, noch dat dit wordt aangeboden door commerciële aanbieders op verschillende betrouwbaarheidsniveaus. Meer dan de helft weet ook niet dat je voor dit inlogmiddel moet betalen.

## eHerkenning bij de Belastingdienst

Over het algemeen is de kennis over (de invoer van) eHerkenning bij de Belastingdienst vrij laag. Wel zijn er verschillen te zien tussen de doelgroepen. Driekwart van de ondernemers die eHerkenning al gebruikt, geeft aan op de hoogte te zijn. Daartegenover is de kennis van ondernemers die géén gebruik maken van een Belastingdienst portaal laag: meer dan de helft is niet op de hoogte van deze informatie.

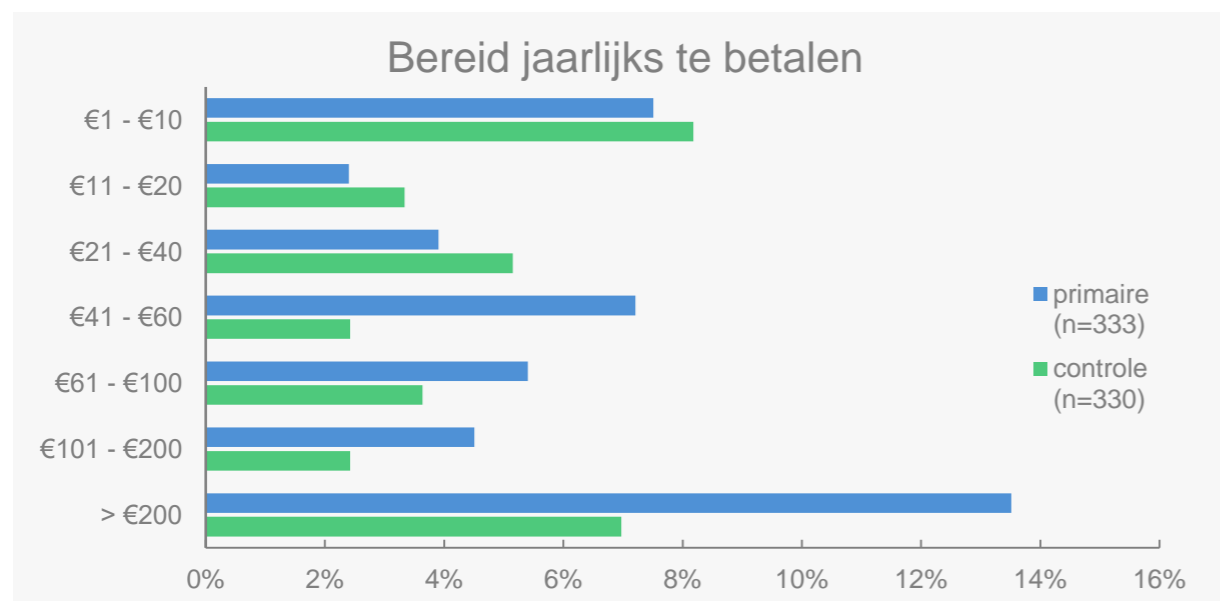
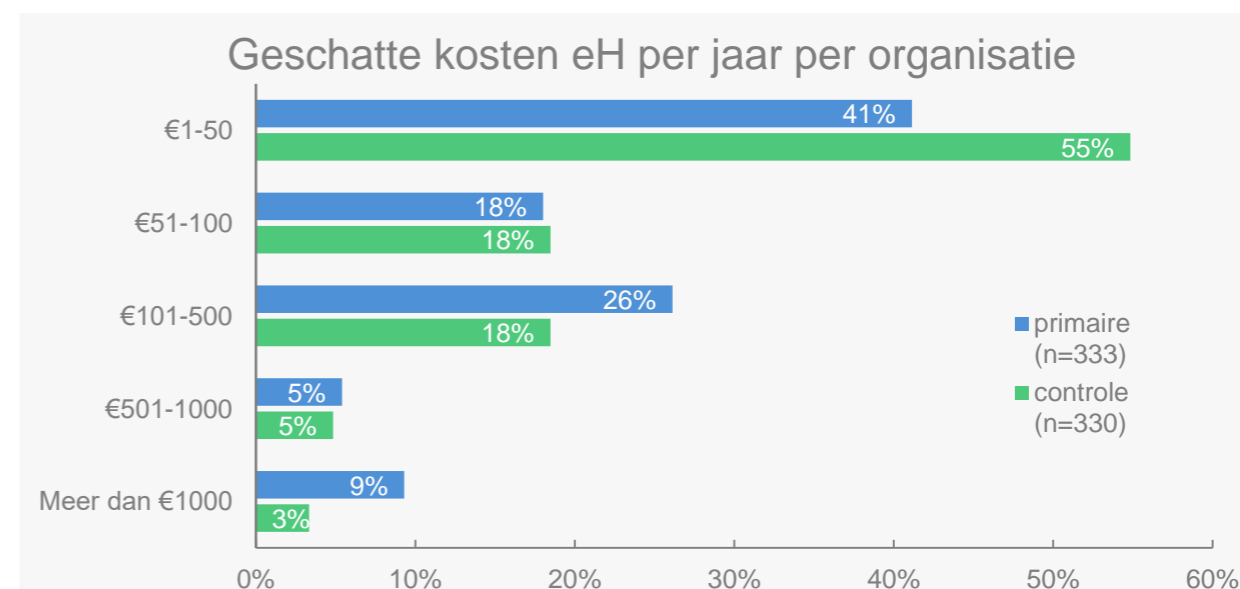
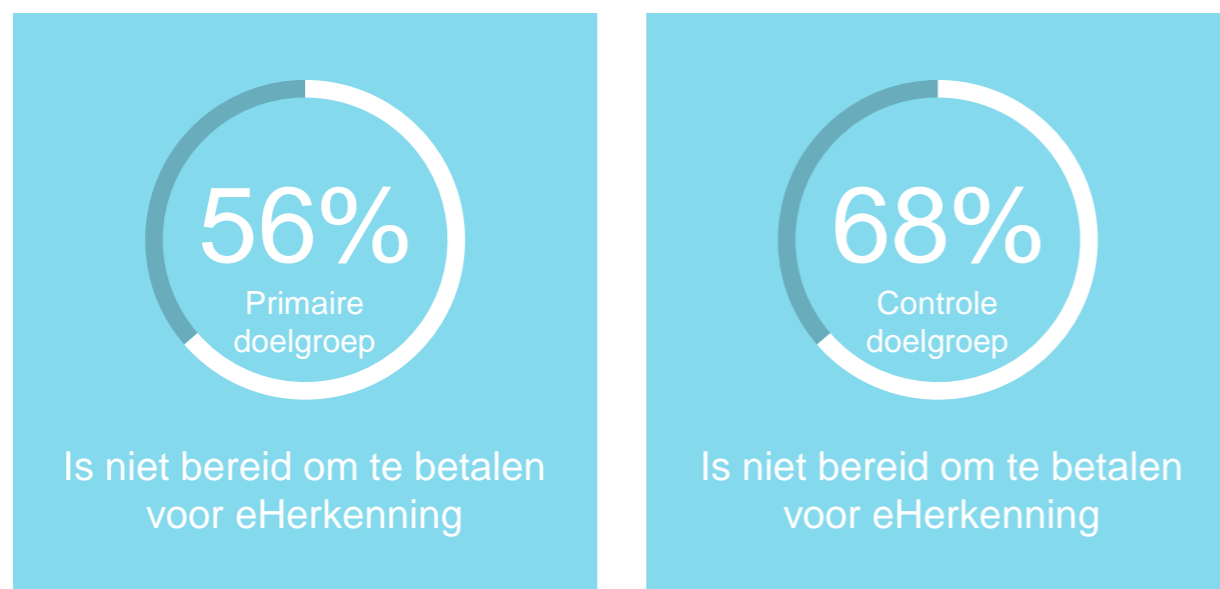




# Kosten van eHerkenning

# Bereidheid om te betalen voor eHerkenning is laag

Vooraf onder ondernemers die DigiD gebruiken, de aangifte uitbesteden of software inzetten



## Wat mag eHerkenning kosten?

Zes op de tien ondernemers zijn niet bereid om te betalen voor eHerkenning. Als men iets wil betalen, is de helft van de ondernemers bereid om een bedrag tot €60,- neer te leggen.

Ondernemers uit de controle doelgroep, die óf DigiD óf geen portaal gebruiken, zijn minder bereid te betalen dan de primaire doelgroep die geen DigiD gebruikt (68% vs 56%).

Ondernemers die al gebruik maken van eHerkenning zijn vaker bereid om te betalen dan niet gebruikers. Ook zijn zij eerder geneigd om een hoger bedrag te betalen.



4

Gebruik van eHerkenning

# eHerkenning is nog geen veelgebruikt inlogmiddel

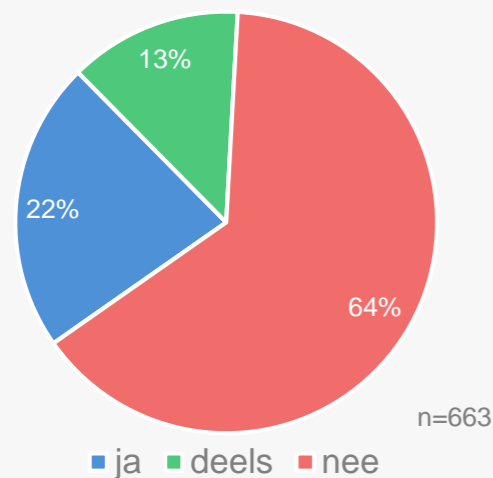
Van de gebruikers logt een derde van de ondernemers in met betrouwbaarheidsniveau 3 of 4

## Gebruik eHerkenning

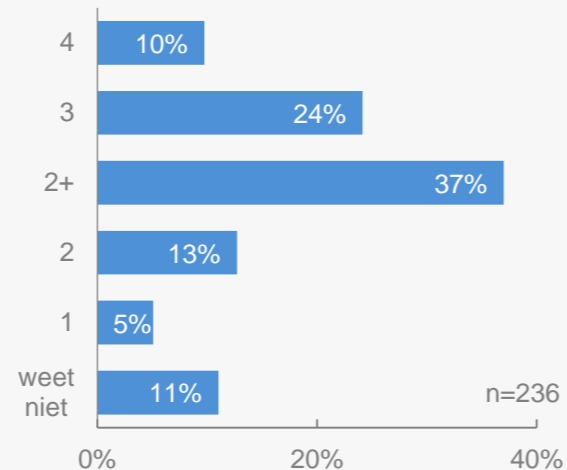
Bijna twee derde van de ondernemers geeft aan dat hun organisatie geen gebruik maakt van eHerkenning. Enkele ondernemers hebben het inlogmiddel weliswaar aangeschaft, maar maken hier nog nauwelijks gebruik van.

Van de ondernemers die eHerkenning wél gebruikt, logt 34% in op betrouwbaarheidsniveau 3 of 4. Zij loggen bij diverse organisaties in met eHerkenning, ook bij de Belastingdienst (wat momenteel mogelijk is op betrouwbaarheidsniveau 2).

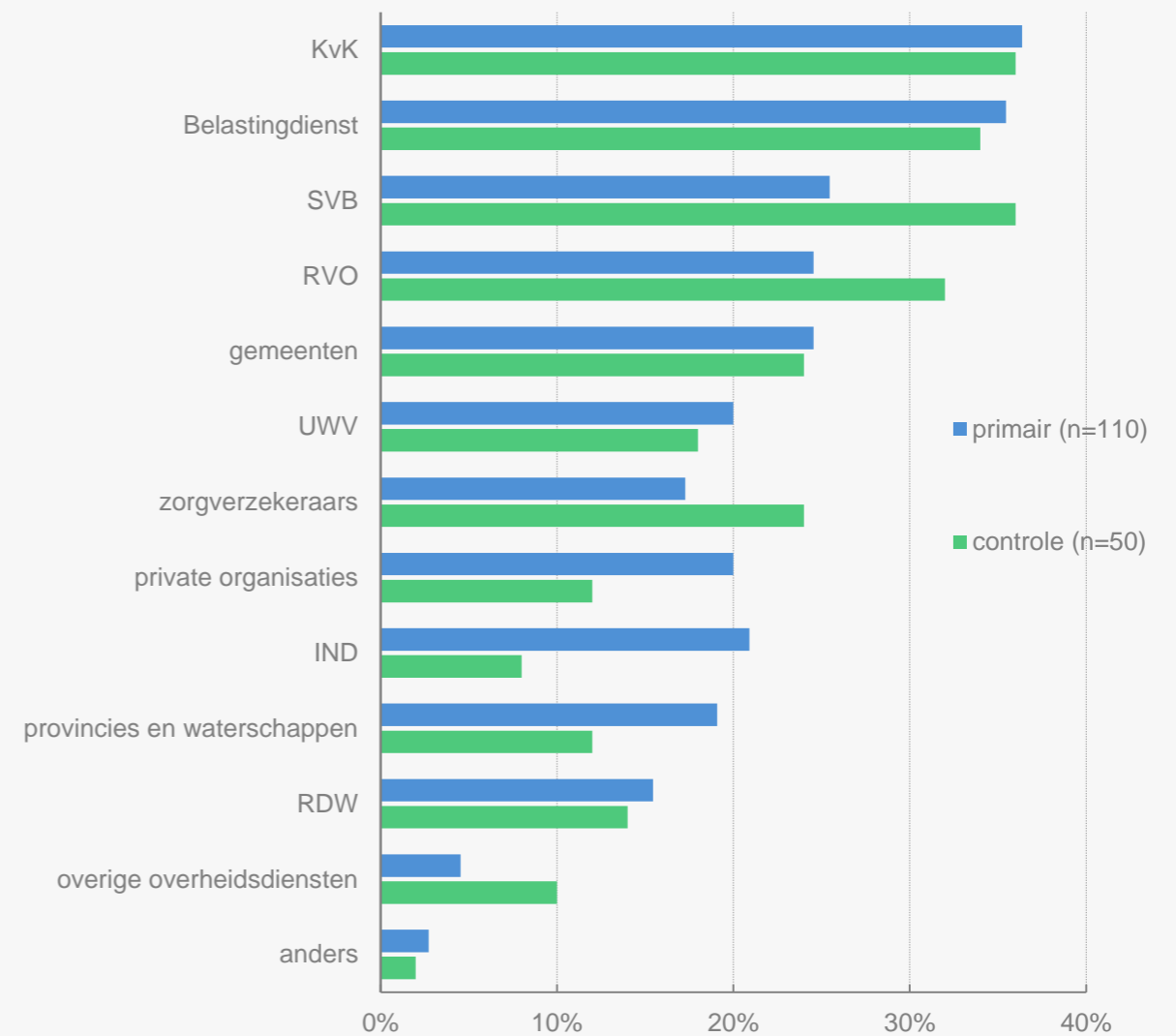
Gebruik eHerkenning in organisatie



Gebruikt betrouwbaarheidsniveau eHerkenning in organisatie

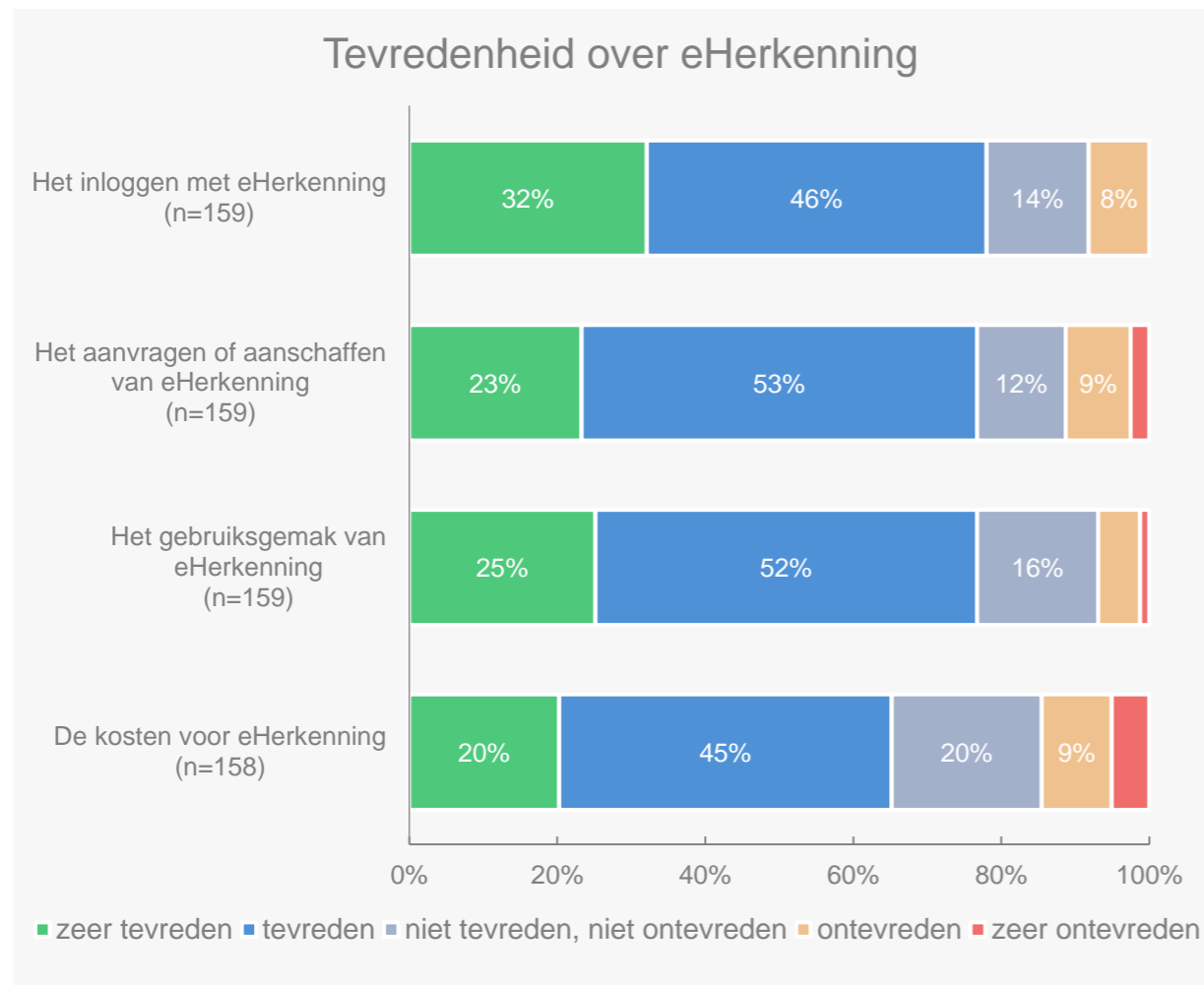


Instanties/organisaties waar gebruik gemaakt wordt van eHerkenning als inlogmiddel



# Tevreden over aanvragen, inloggen en gebruik eH

Wel zijn ondernemers kritischer over de kosten die gepaard gaan met eHerkenning



## Gebruikers zijn tevreden

Driekwart van de ondernemers die al gebruik maken van eHerkenning is tevreden over het aanvragen en aanschaffen van dit middel. Ook over het inloggen en het gebruiksgemak zijn zij tevreden.

Kritischer zijn de gebruikers van eHerkenning over de kosten die hiermee gepaard gaan. Deze onvrede is het grootst onder ondernemers die nu geen gebruik maken van DigiD (9% ontevreden) en/of van een portaal van de Belastingdienst (19% ontevreden).





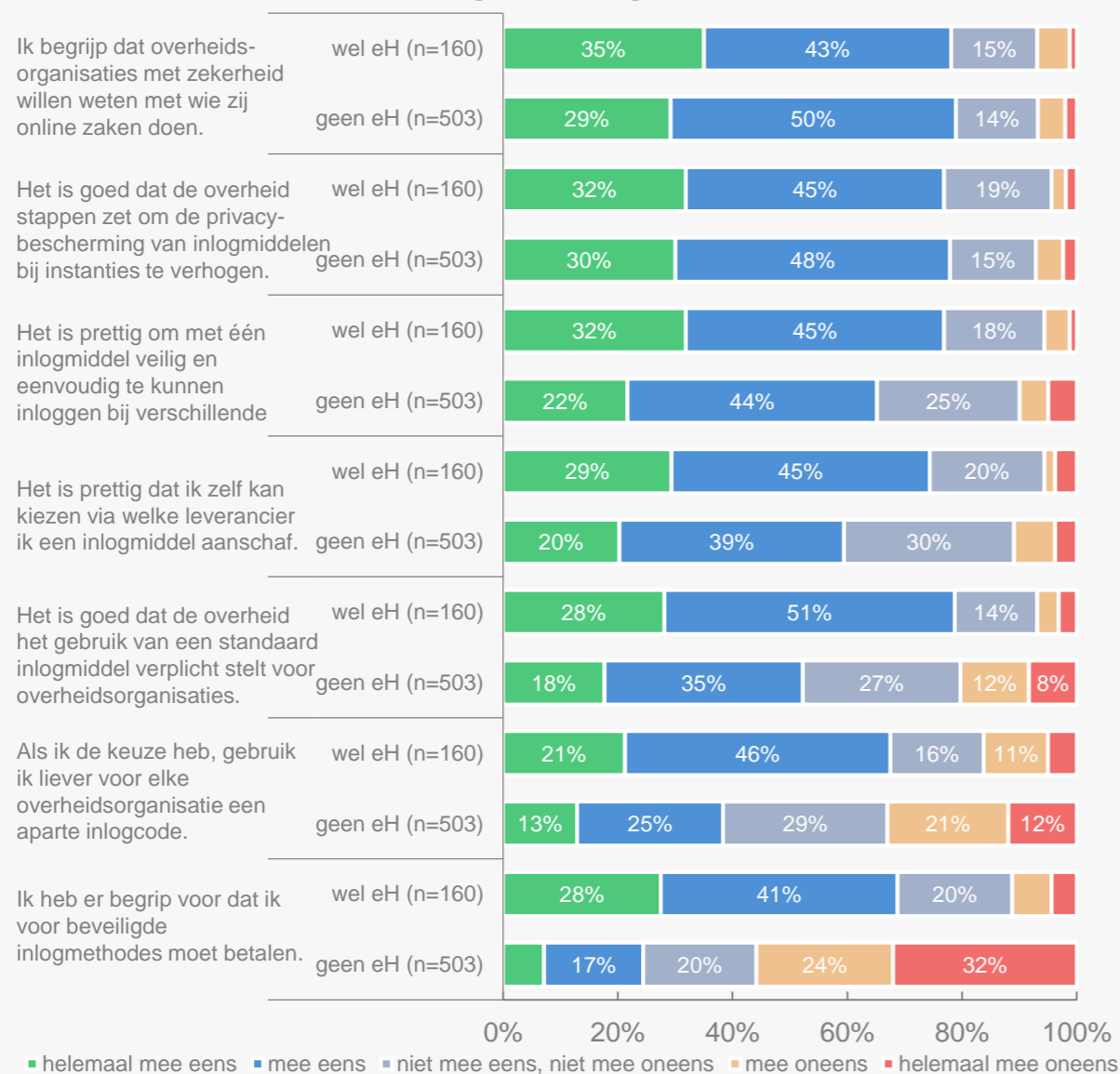
5

Houding ten opzichte van  
eHerkenning

# Begrip voor privacybescherming van inlogmiddelen

Betalen voor beveiligde inlogmethodes stuit onder ondernemers op kritiek

## Stellingen inlogmiddel



## Inloggen bij de overheid

Ondernemers waarderen het dat de overheid stappen zet ter bescherming van de privacy van inlogmiddelen en begrijpen ook dat overheden zekerheden vragen (driekwart tevreden). Kritisch is men over het kostenplaatje: 45% is hierover (zeer) ontevreden.

## Verskil gebruikers en niet-gebruikers eHerkenning

Gebruikers van eHerkenning zijn positiever dan de groep niet gebruikers over het feit dat overheden gebruik maken van dit middel. Zo vinden zij het beter dat de overheid een standaard inlogmiddel verplicht stelt (79% vs 52%) en prettiger om met één inlogmiddel bij diverse organisaties te kunnen inloggen (77% vs 65%). Desgevraagd geven gebruikers ook vaker aan dat zij toch liever voor elke overheid een aparte inlogcode gebruiken (68% vs 38%).

Het begrip om voor beveiligde inlogopties te betalen is onder gebruikers groter (69% vs 25%); ook vinden zij het prettiger dat er keuzevrijheid is in de leverancier (74% vs 59%).

Niet-gebruikers van eHerkenning hebben significant minder begrip voor betaling (56% vs 11% is het oneens). Dit onbegrip is vooral te zien bij ondernemers die momenteel niet inloggen met DigiD voor het doen van aangifte.

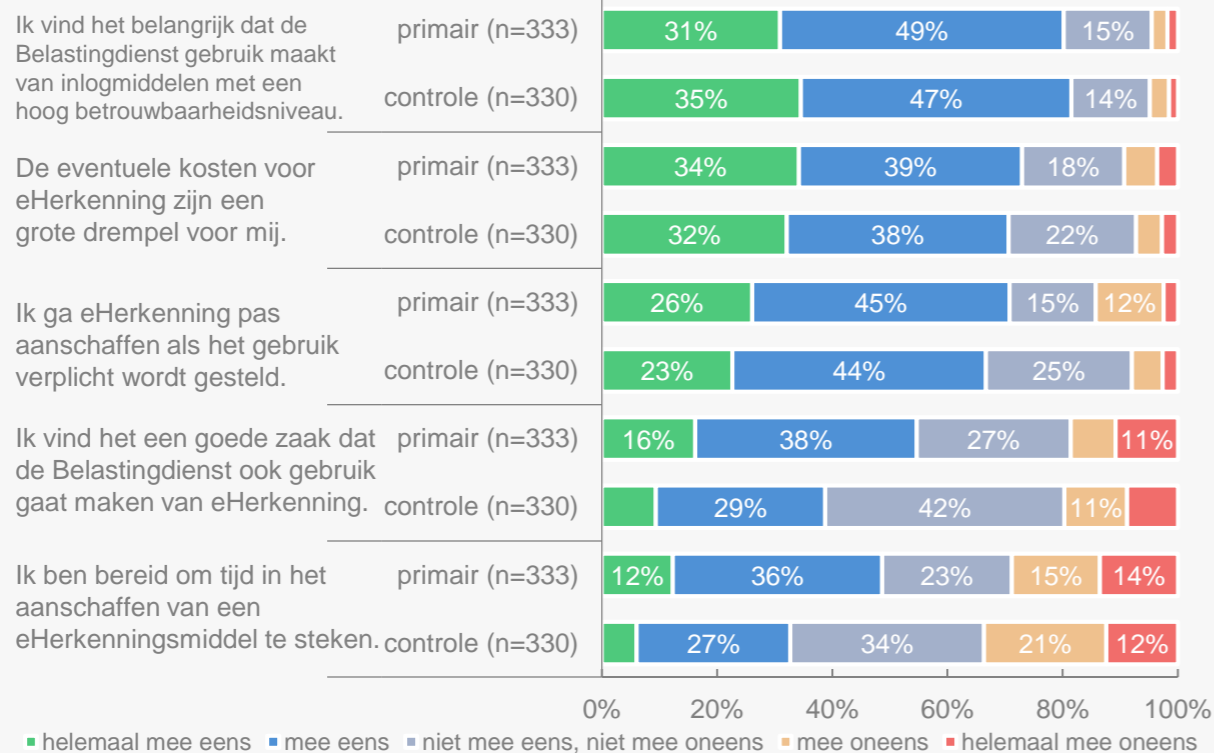
# Gebruikers eH positiever over gebruik bij Belastingdienst

Niet gebruikers minder overtuigd en kritischer; kosten en benodigde tijdsinvestering zijn barrières

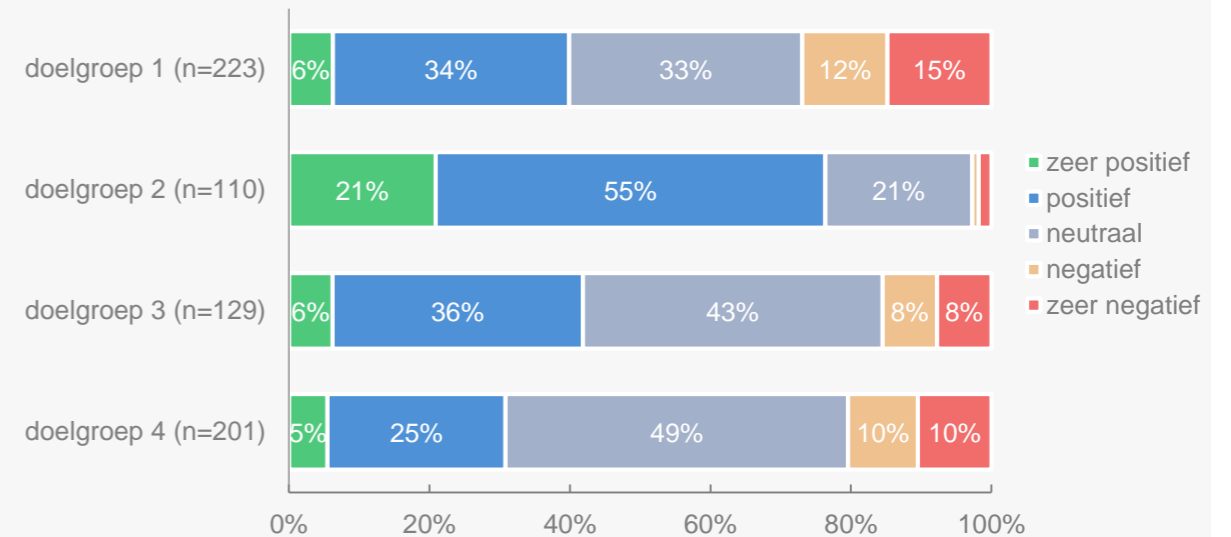
## Gebruik eHerkenning bij de Belastingdienst

De meerderheid van de ondernemers die eHerkenning al gebruikt, is positief over het feit dat de Belastingdienst hiervan ook gebruik gaat maken. Niet gebruikers zijn kritischer, vooral degenen die wel het portaal gebruiken maar op dit moment geen DigiD en/of eHerkenning gebruiken.

### Stellingen Belastingdienst



### Mening over gebruik eHerkenning bij Belastingdienst

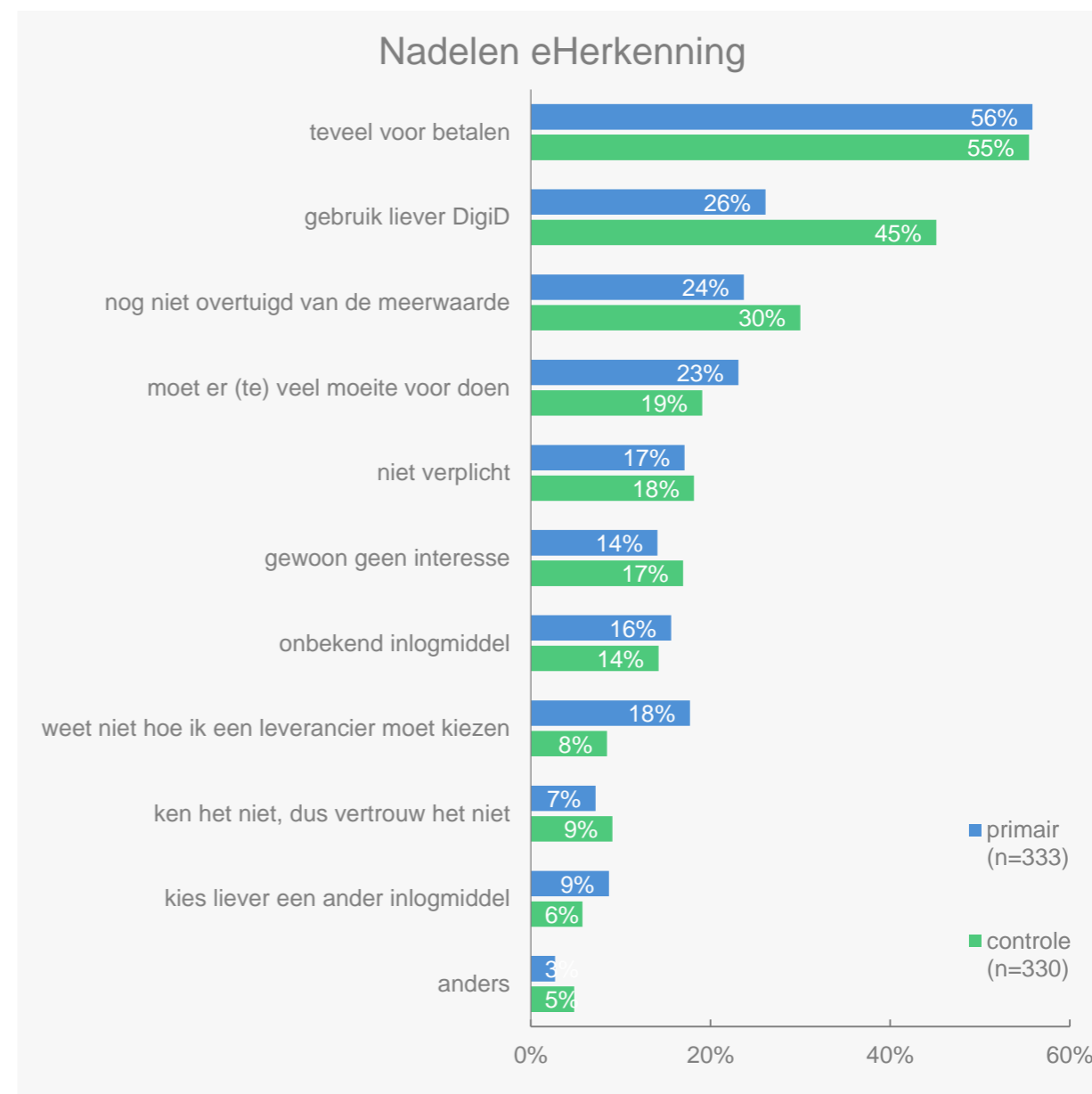
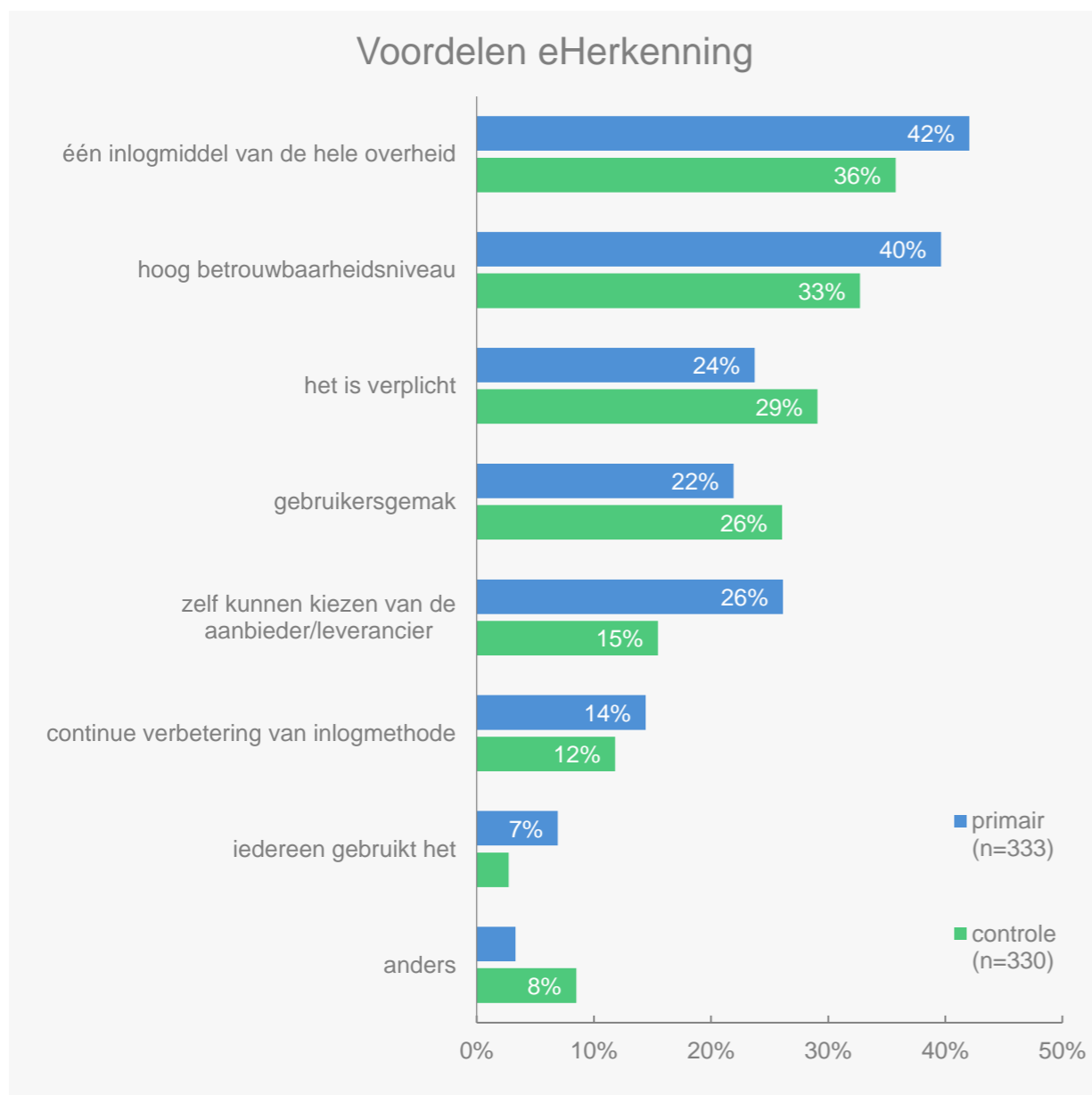


## Houding ten opzichte van eH bij Belastingdienst

Ondernemers waarderen het gebruik van inlogmiddelen met een hoog betrouwbaarheidsniveau (81%), maar zij tonen weerstand tegen de kosten (72%) en willen weinig tijd investeren in de aanschaf van eHerkenning (31% is hiertoe niet bereid).

Ondernemers die eHerkenning al gebruiken zijn positiever over de invoer hiervan bij de Belastingdienst dan andere ondernemers (80% tevreden; de andere groepen <50%).

# Meest genoemde voor- en nadelen van eHerkenning





6

Alternatieven voor belastingaangifte

# Overstappen? Geen keus, goedkoopst én in eigen hand

Ondernemers hebben verschillende redenen om een overstap naar eHerkenning te overwegen

”

Ik ga ervan uit dat dit goedkoper is dan een commercieel pakket of uitbesteden. Maar ik vind het vreemd dat een dienst die altijd gratis was en de overheid geld oplevert nu opeens wat moet kosten.

”

Omdat ik mijn aangiftes in eigen hand wil houden en niet uit wil besteden.

”

Als dat de nieuwe methode wordt, is het beter om dat zsm te leren gebruiken.

”

Belastingdienst en commercieel, je bent verdomme verplicht aangifte te doen, en nu moet je ook nog verplicht betalen om je verplichte aangifte te doen? van de pot gerukt!!

”

Voor andere overheidsinstellingen moet ik het toch al aanschaffen.

”

Alle expertise is in huis, waarom uitbesteden? Dat is ook verre van gratis.

”

De goedkoopste manier zal mijn uiteindelijke keuze worden.

”

Omdat ik zelf aangifte wil blijven doen ben ik helaas gedwongen om eHerkenning aan te schaffen. Ik vind dat ik deze kosten niet moet betalen!

# Naast verlaging kosten, is ook informatie gewenst

Ondernemers zijn eenduidig in hun omschrijving wat er nodig is om over te stappen naar eH

”

Gratis maken. Er is genoeg waar ondernemers voor moeten betalen. Voor aangifte zouden geen verplichte kosten gemaakt moeten worden. Het is zaak van de overheid dat dit veilig gebeurt, al dan niet via eHerkenning, en zonder verdere kosten.

”

- Goede handleiding en uitleg.
- Ik moet me er meer in verdiepen. Ik weet er nu te weinig van.
- Meer informatie.

”

- Enige methode maken .
- Dat het verplicht wordt gesteld en de kosten lager worden.

”

Gratis aanbieden, duidelijkheid dat het voor andere overheidsinstanties ook ingezet kan worden, eventueel ook bruikbaar voor private applicaties.

”

Duidelijker de voordelen naar voren brengen; ik heb nu niet veel met de overheid te maken. Als het alleen over belasting gaat, dan wil de overheid iets van mij; maak het dan gratis of laat het tegen een laag bedrag aanschaffen.

”

Iets meer duidelijk maken waar ik op dit moment kan inloggen met eHerkenning.

”

Als het gratis is of niet al te duur. Ik heb een opstartend bedrijf dus heb nog niet bepaald veel inkomen.

”

Ik moet eerst meer weten om te beoordelen of het voor mij van toepassing zal zijn en wat de meerwaarde ervan is.

# Alternatieve wijzen voor aangifte, tips & tricks

## Alternatieve aangiftemiddelen

Er is aan ondernemers gevraagd of het waarschijnlijk is dat zij overstappen naar alternatieve middelen (software of uitbestedingen aan een financiële dienstverlener), als zij moeten betalen voor eHerkenning. Aanvullend is gevraagd waarom zij dan willen overstappen of wat er moet gebeuren om toch eHerkenning te gaan gebruiken.

Op basis van de antwoorden is echter gebleken dat respondenten deze vraag niet goed hebben begrepen en/of gelezen. De antwoorden zijn daarom niet volledig te duiden en zijn indicatief.

Als ondernemers uit de primaire doelgroep (portal, géén DigiD) willen overstappen, lijken ze voornamelijk een overstap op commercieel administratie- en aangiftesoftware te overwegen. Een aantal geeft aan gebruik te willen (gaan) maken van DigiD.

Ondernemers uit de controlegroep, die al DigiD gebruiken of géén gebruik maken van een portaal, zullen bij een overstap eerder overgaan tot uitbesteding van de aangifte aan een fiscaal dienstverlener.

## Tips en suggesties

Ter afsluiting van het onderzoek is gevraagd of ondernemers suggesties/tips hebben voor de Belastingdienst bij de invoer van eHerkenning. Hieronder volgt een opsomming van veel voorkomende opmerkingen (aanvullend op vorige slides):

- *“Niet te veel poespas, maak het gewoon zo makkelijk dat iedereen het wilt gebruiken.”*
- *“Meer reclame zodat het duidelijker is.”*
- *“Website-ontwikkeling om meer procedures tegemoet te komen.”*
- *“Ontwikkel een beter logo en vermijd bizarre interne afkortingen.”*
- *“Aantrekkelijker maken.”*
- *“Makkelijk en efficiënt houden svp.”*
- *“Bereid mensen voor zodat ze het zelfstandig kunnen.”*
- *“Duidelijke uitleg waarbij alle facetten worden belicht!”*
- *“Geef goede informatie waarin duidelijk wordt waarom dit beter is, waarom het geld kost, wat de voordelen zijn. Niet verplicht om mensen op kosten te jagen.”*
- *“Goed informeren. Pas lanceren als alles getest is en de kinderziektes eruit zijn. Er verandert al zoveel.. het moet geen ergernis opleveren dat schaadt het vertrouwen.”*
- *“Maak het bekender onder de ondernemers en verstrek informatie erover zodat we weten waar we aan beginnen.”*





Verantwoording

# Verantwoording



## METHODE

KWANTITATIEF

gegevensverzameling  
d.m.v. online enquête

NETTO STEEKPROEF

n=663

PRIMAIRE DOELGROEP

n=333 (50%)

SECUNDAIRE DOELGROEP

n=330 (50%)



De doelgroep van dit onderzoek bestaat uit ondernemers. De primaire doelgroep zijn ondernemers die online aangifte doen bij de Belastingdienst en geen gebruik maken van DigiD. De controlegroep kan ofwel inloggen met DigiD en/of maakt geen gebruik van een online aangiftemiddel van de Belastingdienst.



Als steekproefkader is het online access panel van Dynata gebruikt.

Blauw Research en Dynata onderschrijven de ESOMAR/ICC richtlijnen.



Veldwerkperiode

18-4-2019 t/m 06-05-2019

6,7  
minuten

Gemiddelde  
invulduur



Bij start van het veldwerk is eerst een kleine batch verstuurd. De data van deze eerste groep is gecontroleerd op routing en consistentie. Bij de controle zijn geen bijzonderheden geconstateerd.

# Verantwoording

- **Geen incentive**

Respondenten ontvingen voor hun deelname geen incentive.

- **Vragenlijst en opbouw**

De vragenlijst is in nauwe samenwerking met de Belastingdienst opgesteld. De vragenlijst bestaat uit de volgende onderdelen: kennis, ervaring en houding.

Waar mogelijk zijn de vragen gerandomiseerd en gerouleerd om eventuele volgorde effecten te voorkomen.

- **Dataverwerking**

Na afloop van het veldwerk is het opgebouwde databestand gecontroleerd op volledigheid en consistentie en geschikt gemaakt voor statistische analyse.

- **Rapportage**

Waar in dit rapport wordt gesproken over een verschil gaat het om een significant verschil bij een alfa van 0,05. Dit houdt in dat de kans kleiner is dan 1 op 20 dat het gevonden verschil op toeval berust.



De opbouw van de netto steekproef is hiernaast weergegeven

Doelgroep	n	%
Primaire groep	333	50%
<i>Geen DigiD, geen eH</i>	223	34%
<i>Geen DigiD, wel eH</i>	110	16%
Controle groep	330	50%
<i>Wel DigiD</i>	129	20%
<i>Geen portaal</i>	201	30%



**Blauw Research bv**

Coolsingel 55  
3012 AB Rotterdam

[010-4000900](tel:010-4000900)  
[www.blauw.com](http://www.blauw.com)  
[welcome@blauw.com](mailto:welcome@blauw.com)

KvK nummer: 24282859



**Copyright 2019 Blauw Research bv**

Alle rechten voorbehouden.  
Niets uit dit document mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Blauw Research.