

Programma E-Werken

E-Publicatie

Visie



Inhoudsopgave

Inleiding	2
Context en kaders	2
De voorziening E-Publicatie en omnichannel	4
De voorziening E-Publicatie en de communicatie-uiting	5
Van wat naar hoe	8

Versie vastgesteld in Architectuur Board UWV op 20 mei 2021.

[Volg ons](#)



Disclaimer

Vertrouwelijkheid:

De lezer/gebruiker van dit document wordt geacht de inhoud daarvan vertrouwelijk te behandelen, tenzij uit de toelichting of bronvermelding blijkt dat de informatie als openbaar kan worden beschouwd.

UWV © 2021

Inleiding

Dit document beschrijft de context en richting van UWV bij de (door)ontwikkeling van de "Voorziening E-Publicatie". Het geeft een introductie hoe deze voorziening eruit zal zien en beschrijft de eindsituatie. De roadmap om van de huidige situatie naar de eindsituatie te komen valt buiten scope van dit document. Het geeft invulling aan de ondersteunende Bedrijfsfunctie *Externe Communicatie* en is gebaseerd op zowel de doelarchitectuur van E-Dienstverlening als de Visie op outputmanagement. Het is geen vervanging van deze documenten, maar een beschrijving die specifiek ingaat op de totstandkoming van persoonlijke en/of gepersonaliseerde communicatie-uitingen van UWV.

Dit document geeft zicht op het te bereiken doel namelijk multi- en omnichanneldienstverlening¹; de realisatie van de voorziening E-Publicatie is daarvoor een essentiële randvoorwaarde.

Context en kaders

Momenteel gaan alle formele persoonlijke en/of gepersonaliseerde communicatie-uitingen van UWV naar klanten in de vorm van een brief, of de digitale variant daarvan (PDF). UWV wil deze uitingen gaan leveren in een vorm die geoptimaliseerd is voor het door de klant gekozen (digitale) kanaal, in lijn met de digitale strategie van de overheid in het algemeen en UWV in het bijzonder binnen de daarvoor geldende juridische kaders.

Veelal zal dit voorkeurskanaal van de klant een smartphone zijn, soms een PC of tablet, maar in steeds mindere mate (of alleen in specifieke gevallen) een papieren brief die via post wordt afgeleverd.

Om de uiting in die geoptimaliseerde vorm te kunnen leveren is een nieuwe voorziening nodig: de Voorziening E-Publicatie. Die voorziening maakt het mogelijk om zowel volledig automatisch (dus zonder manuele interventie) als manueel op gecontroleerde wijze een communicatie-uiting te creëren en samen te stellen.

Primair ligt de focus op het samenstellen van formele persoonlijke communicatie, maar de op de markt beschikbare standaardoplossingen laten ruimte om op termijn ook andere communicatie-uitingen samen te stellen en te personaliseren.

De voorziening E-Publicatie vervangt de huidige brievenboeksystemen. Het is afhankelijk van de binnen UWV beschikbare verandercapaciteit hoe snel de verschillende brievenboeken en andere communicatietoepassingen kunnen worden geconsolideerd.

De voorziening E-Publicatie wordt geselecteerd op basis van de requirements van formele persoonlijke communicatie-uitingen. De voorziening is echter in meer situaties te gebruiken. Vanuit architectuuroogpunt is dat toegestaan.

De Business doelstelling die met deze voorziening wordt ondersteund is breed. De belangrijkste zijn invulling van de strategie van Digitale Dienstverlening, continuïteit en efficiency, en betere medewerker-ondersteuning.

De voorziening moet alle persoonlijke en/of gepersonaliseerde communicatie-uitingen van UWV gaan genereren in een vorm die het mogelijk maakt om de communicatie-uiting goed leesbaar te presenteren aan de klant via het *kanaal* van zijn keuze. Daar waar dat tot voor kort nog een brief en de desktop-PC waren, zal naar verwachting met name de smartphone een zeer belangrijk kanaal worden. Anno 2021 geldt dit al voor 60% van de bezoekers.

UWV wil graag multi- en omnichannel communiceren met haar klanten, omdat UWV streeft naar persoonlijke en waardevolle dienstverlening: gemakkelijk, goed geholpen en betrouwbaar. Om dat mogelijk te maken is meer nodig dan de Voorziening E-Publicatie en migratie daarnaartoe. Enkele elementen daarbij zijn de doorontwikkelingen van het archief ("EA"), apps, portalen en verschillende softwarecomponenten voor het beheer van klantvoorkeuren. In aanvulling op dit document wordt, een basisarchitectuur gemaakt van bestaande bedrijfs- en applicatie-architectuur, waarin in meer detail wordt ingegaan op de manier waarop de Voorziening E-Publicatie past in de UWV (werk)processen, de UWV dienstverlening en het UWV applicatielandschap.

In de markt gebruiken leveranciers veel verschillende begrippen en soms worden dezelfde begrippen in verschillende betekenis of context gebruikt. In deze paragraaf zijn de veelgebruikte begrippen die UWV hanteert kort geduid.

Boodschap. Het gaat bij een boodschap om het overbrengen van informatie (dus niet alleen gegevens!). De boodschap moet voor de ontvanger *betekenis* hebben of krijgen.

Communicatie-uiting. UWV wil een boodschap overbrengen naar een andere partij en wel zodanig dat deze boodschap door de ander begrepen wordt. De *vorm* waarin deze boodschap wordt overgebracht noemen we een communicatie-uiting. In het geval deze communicatie-uiting bestemd is voor een specifieke klant of persoon en dit in de

¹ Multichannel (via meerdere kanalen) en omnichannel (de communicatie moet voor klanten altijd beschikbaar zijn via de verschillende kanalen van zijn/haar keuze en daarbij over die kanalen up to date, gelijk en uniform zijn bij kanaalswitch, waarbij de klant het gevoel behoudt met UWV te communiceren, zonder zich bewust te zijn daarbij een ander kanaal te gebruiken.)

communicatie-uiting duidelijk is, wordt gesproken over een gepersonaliseerde of persoonlijke communicatie-uiting. In het geval de persoonlijke communicatie-uiting een (formeel) besluit of beslissing bevat, wordt gesproken over een "formele persoonlijke communicatie-uiting".

Bericht. Een vorm van een communicatie-uiting is een bericht. Een bericht is een bij elkaar horende hoeveelheid gegevens, die de boodschap aan de ontvanger kan overbrengen. Een bericht kan ook verschillende vormen hebben, denk bijvoorbeeld aan een tekstueel bericht, een gesproken bericht, een videobericht, etc.

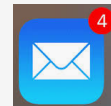
Digitaal bericht. Aan een digitaal bericht wordt binnen de visie op Output Management² een specifieke betekenis toegekend. Een digitaal bericht is een set aan gegevens die zodanig gestructureerd is, dat vanuit dat digitale bericht verschillende verschijningsvormen van berichten kunnen worden samengesteld. Die berichten moeten vervolgens in staat zijn de boodschap eenduidig aan de ontvanger over te brengen.

Melding. Een melding is een (korte) boodschap aan de klant over een voor die klant relevante gebeurtenis. Graag zou UWV deze melding direct aan de klant sturen, maar dat mag alleen binnen de vastgestelde normen van gegevensclassificatie zoals vastgelegd in de AVG. Vandaar dat deze melding door de klant pas geraadpleegd mag worden als de klant zichzelf voldoende heeft geauthentiseerd.

Notificatie. De Notificatie is een korte boodschap die geen specifieke inhoud heeft, maar die verwijst naar een melding.

Het gebruik van deze begrippen wordt hieronder geïllustreerd in een kort voorbeeld.

Een klant heeft WW aangevraagd en op basis van die aanvraag wil UWV de klant een boodschap sturen dat zijn WW-aanvraag is behandeld en dat een uitkering is toegekend. UWV wil de klant dus een communicatie-uiting sturen met de formele toekenning (een beschikking). Deze beschikking is momenteel een bericht in de vorm van een brief, maar in de toekomst wil UWV dit bericht ook op een andere wijze (bv. passend op de smartphone van de klant) kunnen tonen. De Voorziening E-Publicatie moet op basis van de gewenste boodschap een digitaal bericht samenstellen, zodat de klant deze via het medium van zijn keuze kan lezen (Het medium wordt ook wel kanaal genoemd). De klant weet nu echter nog niet dat er een bericht voor hem is. De klant heeft een seintje nodig, zodat hij weet dat hij het bericht kan ophalen (meestal lezen). Dit seintje mogen we niet in combinatie met inhoud versturen, dus wordt er een melding aangemaakt. Die melding kan de klant opvragen via het meldingenoverzicht op het Portaal (na inloggen) of via zijn App (na het ontsluiten via de PIN code). Hoe weet de klant dan dat er een nieuwe melding is? Natuurlijk zorgt UWV voor het attenderen van de nieuwe melding op het portaal (de aandacht van de klant sturen) door bij de tegel van de meldingen een *badge* te zetten (zo'n rood puntje), maar daarnaast stuurt UWV ook een **notificatie** (het seintje), die de klant attendeert op het feit dat er een nieuw bericht voor hem is.



Het stukje hierboven bevat een beschrijving van de context waarbinnen een voorziening E-Publicatie moet werken. De voorziening E-Publicatie levert alleen de functies om het genoemde digitale bericht te kunnen aanmaken, maar niet de melding of notificatie. Ook levert de voorziening E-Publicatie geen communicatiekanalen of omnichannel³ onderdelen. De voorziening E-Publicatie is een voorwaarde om multichannel/omnichannel communiceren te kunnen implementeren, maar levert dat zelf niet.

² Visie op Outputmanagement 1.0, 30-10-2015, Visieteam Robuust OM behoeft revisie.

³ Het verschil tussen Multichannel en Omnichannel: Multichannel geeft aan dat er meerdere kanalen zijn, die niet per se dezelfde producten leveren. Bij Omnichannel is dat wel het geval: de klanten kunnen de kanalen door elkaar heen gebruiken met steeds dezelfde informatie en producten, en met steeds dezelfde UWV-beleving. Daarbij kan de klant zelfs tussentijds wisselen van kanaal.

De voorziening E-Publicatie en omnichannel

Uit onderzoek van Klant Expertise blijkt bij de doelgroep “werknemers” een verschuiving bij het gebruik van digitale communicatiekanalen door klanten van UWV. Het aantal klanten dat MijnUWV raadpleegt met een mobiel apparaat, zoals een smartphone is in twee jaar tijd bijna verdubbeld. Het aantal klanten dat een smartphone gebruikt als belangrijkste communicatiekanaal is daarmee nu zelfs hoger dan het aantal klanten dat een desktop of laptop gebruikt (50% t.o. 40%). Deze tendens blijft ook aanhouden. Uit onderzoek blijkt ook dat steeds minder mensen een desktop, laptop of tablet kopen en hun digitale zaken volledig afhandelen op hun smartphone. Bij de doelgroep “werkgevers” is het gebruik van digitale communicatiekanalen daarentegen vrijwel volledig desktop georiënteerd.

Daarnaast is er ook een trend dat steeds minder huishoudens zelf over een desktop of laptop met printer beschikken. Gezien deze ontwikkelingen is het beleid van UWV om het uiterlijk van de websites *Mobile First* te ontwikkelen. Dat wil zeggen dat het uiterlijk van de (werknemers)sites eerst wordt geoptimaliseerd voor een klein beeldscherm (van een smartphone) en van daaruit verder ontwikkeld naar andere schermgroottes (het zogenaamde responsive design). Door deze marktontwikkeling ziet UWV een groeiende behoefte naar “digitale berichten”, die momenteel door de huidige brievenboeksystemen niet worden geproduceerd.

Naast de *Mobile First* benadering zet UWV ook in op een omnichannel benadering. Bij deze benadering moet het voor de klant niet uitmaken op welke manier hij communiceert met UWV. Hij krijgt in alle gevallen eenzelfde ervaring, ook als hij overgaat van de ene naar de andere manier van communiceren. Onderstaand voorbeeld illustreert beide benaderingen van UWV en de relatie met de voorziening E-Publicatie:

De klantreis van Toos

In dit voorbeeld zien we Toos in haar klantreis *Aanvraag WW* naadloos door een aantal digitale en fysieke kanalen navigeren, waarbij zij continu het gevoel houdt met UWV te communiceren. Ze is zich daarbij niet bewust van het feit dat ze steeds wisselt van techniek en methode van communiceren.

Toos wordt werkloos en wil een uitkering aanvragen. Ze surft met haar smartphone naar de site van UWV. Met behulp van onze geautomatiseerde analysetools op klantgedrag detecteert UWV dat ze waarschijnlijk op zoek is naar informatie over werkloos worden. Betreffende informatie wordt haar direct via de open site aangeboden. Toos ziet de knop voor het doen van de aanvraag en drukt erop.

Via DigiD inloggen komt ze op de Mijn omgeving. Toos krijgt automatisch de vraag of ze naar het aanvraagformulier wil. Dat wil Toos en ze drukt op Ja. Ze komt op de pagina met het aanvraagformulier, waarop eerst nog een aantal zaken staan die voor iemand die een uitkering wil aanvragen van belang zijn. Allemaal goed leesbaar, want UWV weet dat Toos met een smartphone werkt en door het *Mobile First Design* zijn alle teksten daarvoor geoptimaliseerd en is het aanvraagformulier eenvoudig in te vullen.

Bij één van de vragen aarzelt Toos wat langer en de geautomatiseerde analyse-omgeving van UWV vraagt haar of er een probleem is. De Chatbot schuift in beeld met de vraag “Hallo! Ik ben de chatbot van UWV. Kan ik u helpen?” Toos geeft in een paar woorden haar vraag en de chatbot kan hieruit opmaken dat Toos graag iemand wil spreken. Daarom wordt haar gevraagd of ze teruggebeld wil worden op het nummer van haar smartphone. Uiteraard antwoordt Toos met Ja en nog geen minuut later gaat haar telefoon en spreekt ze met een Klantadviseur van UWV, die haar verder op weg helpt met invullen.

Nadat Toos alle gegevens heeft ingevuld in het aanvraagformulier en op Indienen drukt, krijgt ze op haar smartphone een voorlopige beschikking en de toezegging dat de definitieve beschikking nog komt. Kort daarop krijgt ze via het communicatiekanaal van haar voorkeur (die ze heeft opgegeven in de Klant Contact Voorkeur) een notificatie dat er een bericht voor haar is op Mijn UWV.

Na het ontvangen van de voorlopige beschikking gaat het ‘mis’. De definitieve beschikking die Toos gaat krijgen is geoptimaliseerd voor Papier (PDF). Als Toos die wil inzien moet ze plotseling op haar smartphone een zogenaamde “PDF Viewer” installeren. De beschikking moet ook eerst gedownload worden naar haar smartphone en als ze die wil lezen moet ze inzoomen en haar smartphone landscape houden om de boodschap goed te kunnen lezen.

Bij een *Mobile First* benadering houdt dit in dat ook de definitieve beschikking geoptimaliseerd is voor de beeldschermgrootte van de klant.

Om ook die laatste stap van het tonen van de definitieve beschikking *omnichannel* te kunnen afronden met de klant moet UWV beschikken over de gegevens van de beschikking in een formaat dat afhankelijk van de beeldschermgrootte van de klant optimaal gepresenteerd kan worden. Dit is bij UWV niet het geval. Alle formele documentatie (communicatie-uitingen) naar de klant worden primair geoptimaliseerd voor het papieren kanaal en als zodanig digitaal bewaard en beschikbaar gesteld voor alle kanalen (in PDF vorm). Het is dus de functie van een *voorziening E-Publicatie* om te zorgen dat het geproduceerde *digitale bericht* geschikt is om optimaal getoond te worden op zowel digitale als fysieke media.

UWV stelt momenteel alleen documenten in (digitale) vorm beschikbaar en niet de boodschap in (digitale) vorm. Om over te gaan naar een volledige *mobile first* omgeving voor de klant, is het van belang om ook de laatste stap in het klantproces van UWV (de beschikking) te migreren naar een digitaal georiënteerd aanpak. Bij deze aanpak is in de toekomst (waarbij een voorziening E-Publicatie een digitaal bericht genereert) de boodschap voor de klant altijd leesbaar, ongeacht via welk kanaal de klant de boodschap ontvangt.

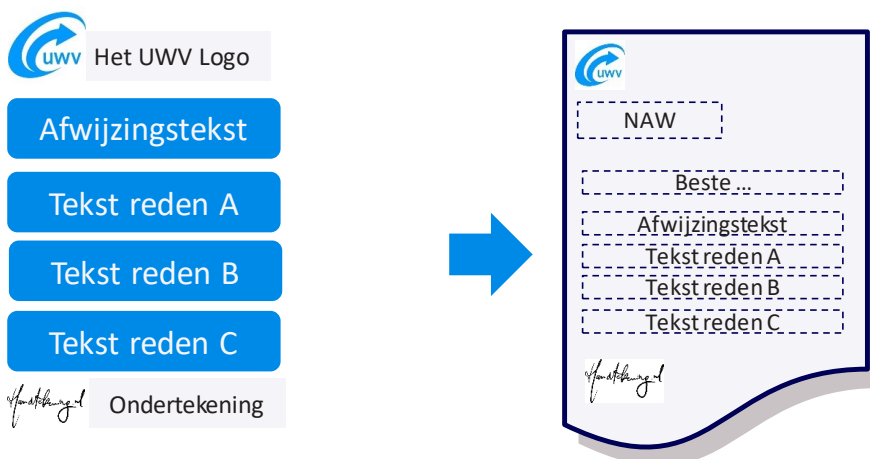
Hierboven is beschreven wat nodig is om de klant vanuit een digitale strategie goed te kunnen bedienen. In het volgende onderdeel wordt beschreven wat nodig is om dit proces beter te kunnen doen.

De voorziening E-Publicatie en de communicatie-uiting

Tijdens een bedrijfsproces van UWV ontstaat de behoefte om een boodschap naar de klant te sturen. We noemen dit een communicatie-uiting. Een voorbeeld hiervan is het communiceren van een uitspraak op een aanvraag, oftewel het sturen van een beschikking. Die beschikking is voor UWV een standaard boodschap, waarbij voor de klant duidelijk moet zijn dat hij wel of niet een uitkering gaat ontvangen en waarom wel of niet.

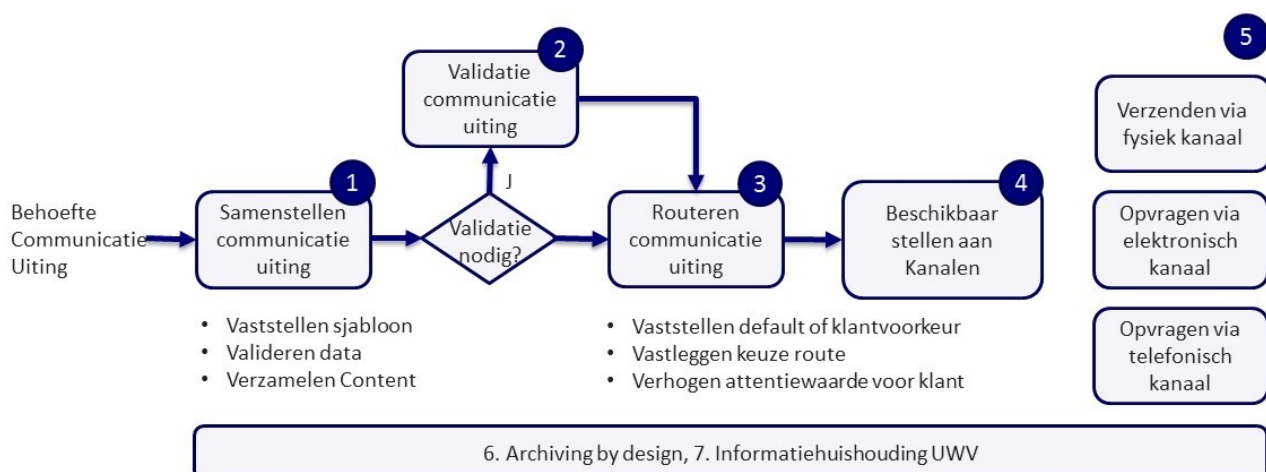
Vanuit het bedrijfsproces wordt daarom gevraagd aan de *voorziening E-Publicatie* om deze beschikking te maken voorzien van de (eveneens standaard) redenen waarom wel of niet een recht is op een uitkering. In het voorbeeld: "U heeft geen recht op uitkering om reden: A, B en C". Het is dus een communicatie-uiting van het type 'Beschikking afwijzing aanvraag' en de redenen (A, B en C) worden eveneens meegegeven. Het aanvullen met de benodigde data kan manueel worden gedaan door de medewerker indien het werkproces (en het template) dit vereist.

Een andere behoefte vanuit UWV bedrijfsprocessen is om een zelfde boodschap aan een grote groep klanten te sturen (denk aan mailings en betaalspecificaties), waarbij een bestand met de klantdata wordt aangeleverd die gezamenlijk in een bulkverwerking door de voorziening E-Publicatie worden verwerkt tot individuele communicatie-uitingen.



De omschrijving die hoort bij (standaard) redenen A, B en C zijn al eerder tot stand gekomen tijdens een redactieproces en het resultaat daarvan is reeds gepubliceerd. Dit wordt gedaan via een Content Management proces en beschikbaar gesteld aan de *voorziening E-Publicatie*. De *voorziening E-Publicatie* heeft dus wel de beschikking over deze teksten, maar hoeft de ondersteuning voor het redactieproces niet te leveren.⁴

Hieronder een procesmodel hoe het proces er hoog over uit zou komen te zien.



⁴ Omdat bestaande brievenboeksystemen deze redactiefunctie wel kennen, en we ook 1:1 ("rip&replace") willen kunnen migreren, zal de te verwerven Voorziening E-Publicatie deze functionaliteit wel moeten hebben. In de doelsituatie ligt het proces echter *buiten* de voorziening, in een separaat Content Management Systeem (CMS).

1. Samenstellen communicatie-uiting

De *voorziening E-Publicatie* bepaalt eerst wat in de communicatie-uiting moet staan. Daarbij wil UWV graag dat de uiting er "consistent" uitziet en volgens vaste regels wordt samengesteld (logica). Dit wordt beschreven in een zogenaamd 'Sjabloon' of 'Template'. Vanuit het primaire systeem komen de gegevens die in het sjabloon moet worden gezet alsook de gegevens die bepalen hoe het sjabloon tot de communicatie-uiting kan worden samengesteld (dynamische sjablonen); businessrules bepalen hoe de communicatie-uiting wordt samengesteld obv de gegevens en het sjabloon.. Op deze manier zorgen we ervoor dat de opmaak en de inhoud van elkaar gescheiden blijven. In dit sjabloon staat dus welke "soorten" omschrijvingen moeten worden geselecteerd uit vaste content (en welke versies) en welke informatie nog verder nodig is. Zo zal de *voorziening E-Publicatie* ervoor moeten zorgen dat er een adres (Postadres van de klant) bij de communicatie-uiting wordt gevoegd. Welke (post)adres dat is zal het bedrijfsproces moeten aangeven (GBA, Postadres, Verblijfsadres etc.), want de *voorziening E-Publicatie* heeft daar geen weet van. Wel 'weet' de *voorziening E-Publicatie* of het een 'goed' adres is en of die 'past' in de communicatie-uiting.

De *voorziening E-Publicatie* haalt dus alle stukjes 'Content' op zoals de tekst "U heeft geen recht op uitkering" en de teksten die horen bij redenen A, B en C en voegt deze samen tot een geheel. Dit moet naar de klant gestuurd worden, maar de *voorziening E-Publicatie* weet dan nog niet hoe dit naar de klant gestuurd moet worden. Het kan op papier gestuurd moeten worden (Post-kanaal) of misschien alleen digitaal geleverd worden (bijvoorbeeld via een Website, een App of een e-mail). Misschien is het zelfs nodig om de boodschap via een gesproken kanaal (Telefoon of via Persoonlijk contact) naar de klant te communiceren. Zodoende moet de inhoud gescheiden blijven van de vorm, want ongeacht het communicatiekanaal moet de boodschap qua inhoud eenduidig over komen. Sommige communicatie-uitingen kennen meerdere ontvangers; die dan elk volgens hun eigen kanaalvoorkeur de communicatie-uiting opgemaakt krijgen (klant en belanghebbende).

2. Valideren communicatie-uiting

In bepaalde gevallen moet deze samengestelde communicatie-uiting eerst worden beoordeeld of gevalideerd door een medewerker. Pas daarna kan die dan aan de klant beschikbaar kan worden gesteld, of hij moet mogelijk eerst worden aangepast. In welke werkprocessen dit wel of niet nodig is wordt door de *voorziening E-Publicatie* bepaald op basis van het gebruikte Sjabloon.

3. Routeren communicatie-uiting

Deze samengestelde boodschap of communicatie-uiting moet, na validatie, naar de klant worden gebracht. Er zijn verschillende manieren om de boodschap naar de klant te krijgen. Via een website of app op elk gewenst moment van de dag en als de boodschap via de post verstuurd moet worden, wordt deze eerst op papier afgedrukt en daarna verzonden. Als de klant de boodschap moet ophalen op de Website (of via de App), sturen we de klant een notificatie.

Hoe een boodschap naar de klant gestuurd wordt, kan de klant deels zelf aangeven binnen de door UWV geboden mogelijkheden. We noemen dit de *Klant Contact Voorkeur*. Zo kan de klant aangeven of hij graag de boodschap per post krijgt, maar ook kan de klant aangeven dat hij graag een bericht ontvangt via e-mail of sms dat er een boodschap voor hem klaar staat en dat hij die leest via de website of de app op het moment dat het hem uitkomt. Hebben we van de klant geen gegevens over zijn voorkeur, dan gebruiken we een standaard (of default) manier om de boodschap bij de klant te krijgen.

In bepaalde specifieke gevallen is UWV wettelijk verplicht om een boodschap op papier te sturen. Dit zou onderdeel kunnen zijn van het standaard te gebruiken sjabloon, maar ook zou dit door de *Klant Contact Voorkeur* component kunnen worden aangestuurd. Omdat de *Klant Contact Voorkeur* ook de door UWV gebruikte standaardwaarden (defaults) aan de klant moet kunnen laten zien, is het onderbrengen van (verplichte) default waarden in *Klant Contact Voorkeur* een voor de hand liggende keuze.

4. Beschikbaar stellen aan kanalen.

Als laatste stap in dit werkproces zal de communicatie-uiting beschikbaar moeten worden gesteld aan de kanalen. In het fysieke kanaal wordt een document geproduceerd, dat via de post naar de klant wordt verzonden. Voor het elektronische kanaal wordt het *digitale bericht* beschikbaar gesteld, dat door de klant op elk gewenst moment kan worden opgevraagd en leesbaar getoond op het gebruikte beeldscherm. In andere vormen (zoals telefonisch) zal het *digitale bericht* voldoende informatie moeten bevatten om de boodschap aan de klant over te brengen.

5. Kanalen.

De kanalen en op welke wijze de boodschap daar kan worden geleverd staat buiten het kader van dit document. Als context is dit wel toegevoegd om niet uit het oog te verliezen dat de *voorziening E-Publicatie* voorwaardenscheppend is voor deze kanalen. Als de *voorziening E-Publicatie* niet het digitale bericht aanmaakt, maar een reeds voor een bepaald kanaal (momenteel fysiek document / PDF) opmaakt, kunnen die kanalen ook alleen maar die fysieke vorm tonen.

-
6. Archiving by Design (van meet af aan);
Bij het (her)ontwerpen van processen en daarbij gebruikte informatiesystemen worden ook de maatregelen bepaald én geïmplementeerd waardoor de binnen processen ontvangen en gemaakte informatie 'duurzaam toegankelijk'⁵ is en blijft. Voorbeelden van (her)ontwerp-vraagstukken zijn: Welke metagegevens zijn minimaal nodig? Hoe richten we vernietiging in? Welke mate van automatisering kiezen we?
Het uitgangspunt bij deze methodiek is dat er een bredere verandercontext is, waarvan het inrichten van duurzame toegankelijkheid van informatie slechts één onderdeel uitmaakt. Andere onderdelen kunnen bijvoorbeeld zijn: werkafspraken, governance, architectuur, privacy, informatiebeveiliging, ethiek en/of contract- en licentiebeheer.
 7. UWV informatiehuishouding;
De live-cycle van de informatiehuishouding bestaat op hoofdlijn uit een gebruikperiode en bewaarperiode, gedurende de live-cycle wordt de informatie in duurzame, geordende en toegankelijke staat vastgelegd. Betrouwbaarheid en openbaarheid gedurende deze live-cycle vormen een belangrijk fundament voor de informatiehuishouding van UWV en dient in samenhang gezien te worden met de AVG, Archiefwet en overige informatie gerelateerde wet- en regelgeving zoals Wet Open Overheid (WOO).

⁵ Met 'duurzaam toegankelijk' wordt bedoeld: Vindbaar, Beschikbaar, Leesbaar, Interpreteerbaar, Betrouwbaar (Bestand tegen veranderingen), voor zolang als nodig.

Van wat naar hoe

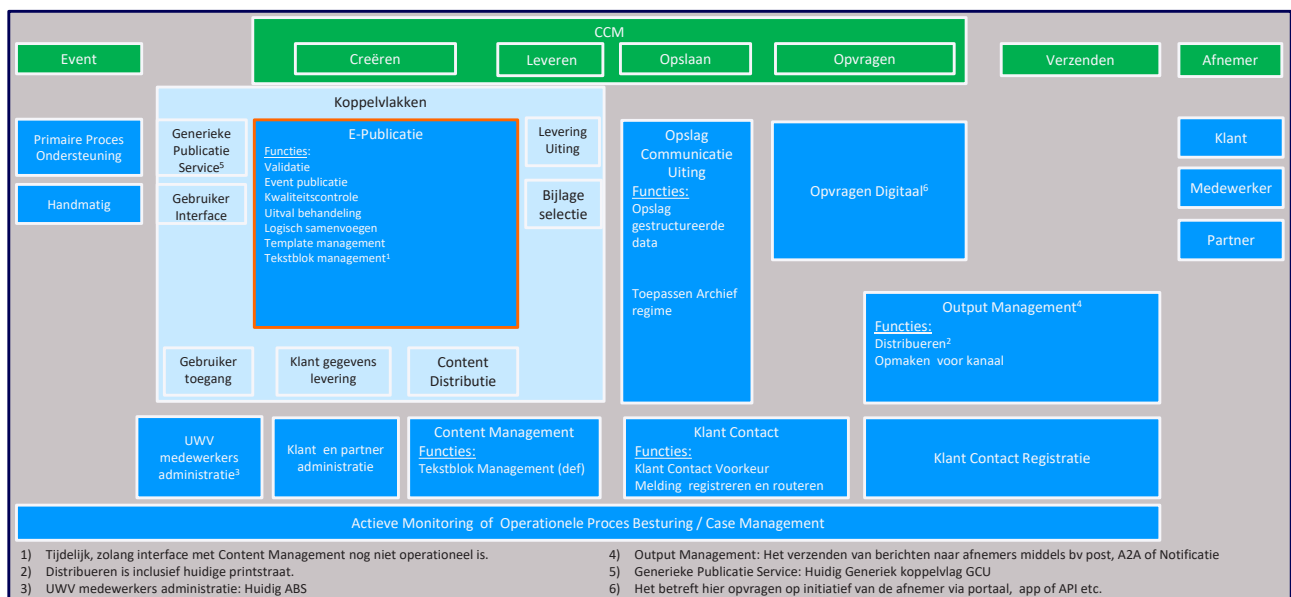
Niet alleen UWV maar veel andere bedrijven en overheidsinstellingen hebben met bovenstaand proces te maken. Het is dus niet vreemd dat er softwareleveranciers zijn die zich hebben gespecialiseerd in oplossingen voor dit soort processen. Die leveranciers hebben dit soort processen ook een naam gegeven: CCM of te wel *Customer Communication Management* of CCX (*Customer Communication eXperience*). Bij die laatste richten de leveranciers zich nog verder op de kanalenomgeving en leveren daarvoor ook geïntegreerde diensten, met name gericht op klantinteractie.

Partijen als Gartner en Forrester hebben bovengenoemd CCM inhoudelijk beschreven (uiteraard met Engelse termen) en gaan uit van 4 standaardprocesstappen te weten: Creation, Delivery, Storage en Retrieval.⁶

Binnen UWV hebben veel processen (en systemen) te maken met de productie van communicatie-uitingen. Zo heeft UWV een aantal "Brievenboekensystemen". Dit zijn oplossingen voor het creëren van rapporten en applicaties die zelf (een deel van een) publicatiefunctie in zich hebben. Deze reeds bestaande en ingerichte "Brievenboekensystemen" migreren naar de nieuwe voorziening E-Publicatie.

Omdat UWV graag op een consistente manier naar buiten wil communiceren, waarbij de wettelijke grondslag op een juridisch juiste wijze verwoord moet worden, worden de te gebruiken teksten bij voorkeur door een redacteur geschreven en afgestemd. Er zijn echter ook publicatieprocessen binnen UWV die minder geschikt zijn om met strikte standaard tekstblokken uit te voeren. Een voorbeeld hiervan is het zogenaamde *Medische Rapport*, dat door een verzekeringsarts wordt opgesteld na vaststelling van de medische toestand van een klant. Dit zijn rapporten die anders van aard zijn en daarmee veel minder eenvoudig kunnen worden voorzien van vooraf geredigeerde standaard teksten. Hetzelfde komt uiteraard ook bij andere divisies voor, zoals bij Handhaving, Bezwaar en Beroep etc. Die maken regelmatig brieven die deels handmatig worden geproduceerd of aangevuld. Per communicatie-uiting zal dus vooraf goed moeten worden nagedacht of deze wel of niet geschikt wordt gemaakt voor het zelfstandig kunnen produceren van teksten daarin. Deze teksten kunnen worden geleverd aan de *voorziening E-Publicatie* om daar alleen de uiting op te maken.

Ter ondersteuning heeft reeds een afbakening in "Architectuur BouwBlokken" plaats gehad in 2018. UWV wil waar mogelijk gebruik maken van standaardpakketen en marktconforme oplossingen. Daarbij wordt expliciet gekeken of de geboden oplossing verschillende functionele onderdelen (volgens bedrijfsfuncties) onderscheidt. Daarbij moeten de onderdelen samenwerken volgens marktstandaarden, zodat deze los van elkaar kunnen worden geïmplementeerd en te zijner tijd ook weer beheerst kunnen worden vervangen. (Alles tegelijk vervangen is een stuk ingewikkelder dan stukje voor stukje.). Ook voor migraties van bestaande oplossingen is een dergelijke modulariteit en openheid vereist.



De figuur hierboven weergeeft de voorziening E-publicatie in context. Het roodomrande deel is het onderdeel dat het creatie proces van formele communicatie uitingen ondersteunt. In het lichtblauwe gebied zijn de zogenaamde koppelvlakken gevisualiseerd. Deze zullen door UWV worden ontwikkeld (zover zij nog niet bestaan) en vallen buiten de standaardoplossing voor creatie.

⁶ CCM volgens Gartner: Customer communications management (CCM) is defined as the strategy to improve the creation, delivery, storage and retrieval of outbound communications, including those for marketing, new product introductions, renewal notifications, claims correspondence and documentation, and bill and payment notifications. These interactions can happen through a widespread range of media and output, including documents, email, Short Message Service (SMS) and Web pages. CCM solutions support these objectives, providing companies with an application to improve outbound communications with their distributors, partners, regulatory bodies and customers. (uit: <https://www.gartner.com/it-glossary/customer-communications-management-ccm>)

Content management

Bij de leveranciers van CCM oplossingen wordt het deel dat hierboven wordt aangemerkt met *Content Management* vaak deels opgenomen in de totale oplossing⁷. Daarmee kan zo'n leverancier de performance en foutloze werking van zijn systeem garanderen. Bij UWV is vanuit architectuur de wens om *Content Management*⁸ los van de afnemende functies, zoals een *voorziening E-Publicatie*, uit te voeren.

Waarom Content Management niet uitvoeren binnen voorziening E-Publicatie?

Voor de *voorziening E-Publicatie* is het inderdaad zo dat de teksten voor publicatie eenvoudig in de oplossing kunnen worden onderhouden, maar de *voorziening E-Publicatie* is niet de enige afnemer van Content binnen UWV.

Een (E)CMS ((Enterprise) Content Management Systeem) is bij uitstek een middel om alle Content Managementprocessen maximaal te ondersteunen en het middel te ontkoppelen van alle systemen die content nodig hebben (Content Distributie). Als we in alle afnemende systemen de benodigde content laten beheren, zouden de redacteurs met al die verschillende systemen moeten kunnen werken en dat is voor hen dan weer niet handig. Daarbij kent UWV als proces binnen *Content Management* de zogenaamde *integraliteitscheck* over alle communicatie-uitingen van UWV heen. Die kan veel eenvoudiger worden uitgevoerd als alle content gecentraliseerd is opgeslagen en *gemetadateerd*⁹. Ook voor een CMS oplossing gelden de Archiving by Design principes. Het moet dus expliciet in beeld zijn als principe bij aanbesteding en implementatie dat *Content Management* als apart proces wordt gemodelleerd en niet in de scope is van aanbesteding van de *voorziening E-Publicatie* (geaccordeerde eis van Digitale Dienstverlening). Wel is het zo dat vanuit de bestaande processen een tijdelijke ondersteuning van (Content Management) tekstbeheer en sjablonen gewenst is, zolang dit nog niet door een generieke UWV Content Managementoplossing ingevuld wordt. De nieuwe oplossing moet dus in staat zijn om Content (teksten en andere content) te kunnen importeren vanuit een standaard *Content Managementoplossing* (zoals nu bij UWV in gebruik: Tridion). Voor dit soort uitwisseling tussen systemen zijn ook Internationale standaarden ontwikkeld, zoals CMIS¹⁰, waar UWV graag op aansluit.

Voorziening E-Publicatie en (multichannel) output management (MOM)

In de visie op output management, bevat Output Management een deel van de functionaliteit die met de Voorziening E-Publicatie wordt ingevuld. MOM is een voorziening met een aantal functies. Er wordt een visie ontwikkeld om deze functies te herpositioneren.

Opslag Communicatie-Uiting en archief

Het onderdeel Opslag Communicatie-Uiting wordt onderdeel van de UWV informatiehuishouding en kent twee karakters.

- Opslag om te voldoen aan de archief- en informatie gerelateerde wet- en regelgeving.
- Operationele informatie ten behoeve van de dienstverlening richting klant. Denk hierbij aan "gelezen" status, klantvriendelijke omschrijvingen van de uiting, mogelijkheden om filters toe te passen, performance, etc.

Beide requirements (opslag en operationele informatie) zijn binnen scope van het project.

Ter afbakening: alleen "onderhanden" communicatie-uitingen binnen de *Voorziening E-Publicatie* worden tijdelijk binnen de voorziening E-Publicatie opgeslagen. Nadat de *communicatie-uiting* gereed en gevalideerd is moet deze buiten de *voorziening E-Publicatie* worden bewaard, om vervolgens de distributie te starten of deze beschikbaar te stellen aan online kanalen. Als deze communicatie-uiting beschikbaar moet worden gesteld aan een interactief kanaal (zoals MijnUWV of de UWV App) waar de klant de uiting kan ophalen (na het ontvangen van een notificatie hierover), dan worden de hiervoor genoemde requirements gesteld.

De *Opslag Communicatie-Uiting* is dus geen onderdeel van de *Voorziening E-Publicatie*, maar moet conform requirements worden ingericht om te kunnen voldoen aan de eisen uit de doelarchitectuur E-dienstverlening (de KIA KOA richtlijnen).

⁷ De leveranciers geven aan een simpele WYSIWYG editor en content storage te hebben in hun oplossing.

⁸ Zie Bedrijfsfunctie Content Management ([Confluence](#)). Deze bedrijfsfunctie beschrijft het proces van "tot standkoming van Content" tot en met "Publicatie" daarvan in bijvoorbeeld een Website (Web Content) of een voorziening E-Publicatie (Externe Communicatie)

⁹ Metadaten: Het voorzien van zogenaamde Meta Data, waardoor het zoeken in teksten en andere Content eenvoudiger wordt.

¹⁰ CMIS: Content Management Interoperability Services (https://en.wikipedia.org/wiki/Content_Management_Interoperability_Services)