

Anders nog nieuws?

Van wijkkrant naar
crossmediaal nieuws
verspreiden.

Een kwalitatief onderzoek naar het
professionaliseren van het nieuws
door en voor de wijk

Van wijkkrant naar crossmediaal nieuws verspreiden

Een kwalitatief onderzoek naar het professionaliseren van het nieuws door en voor de wijk



Scribent : Simone van der Klooster-de Bart
Studentnummer : 0836819
Klas : COD4

Opdrachtgever : Gemeente Dordrecht
Bedrijfsbegeleider : Peter van der Linden

Opleiding : Communicatie

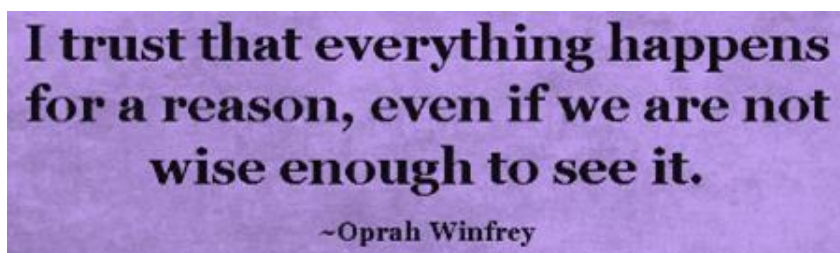
Instituut voor Communicatie, Media en Informatietechnologie
Hogeschool Rotterdam

Dordrecht, september 2016

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie van de afstudeeropdracht voor mijn opleiding Communicatie aan de Hogeschool Rotterdam. Ik ervaar het als een mijlpaal, om de definitieve versie op mijn 50^{ste} in te mogen leveren.

Ik heb mijn opleiding gedurende de afgelopen 6 jaar, inclusief een pauze van 1,5 jaar wegens een burn-out, als een zeer leerzame en enerverende periode ervaren. In deze 6 jaar overleden mijn beide schoonouders, moest onze zoon revalideren van een zware whiplash, werd onze dochter psychisch gemanipuleerd door een vriend, kwam mijn man werkeloos thuis te zitten en dreigde ons huis tot vier keer toe gedwongen geveild te worden. Dit alles als hoofdkostwinner, fulltime managementassistente. Deze mooie quote is hierop wel van toepassing:



Achteraf gezien heeft het leven me met de hulp en nimmer aflatende liefde van God een hoop geleerd en gebracht. Daar ben ik zeer dankbaar voor.

Uit onderzoek blijkt (Van Loon, 2014) dat je IQ gemiddeld 13 punten kan dalen bij een lange periode van schuldenstress. Studeren kost me een hoop energie maar ik ga door om deze opleiding te behalen. Het geeft mij een doel, een positieve stip op de horizon, mooie contacten met medestudenten en docenten en afleiding van de dagelijkse problemen. Dankzij de aanmoedigingen en wijze raad van Leon Goor en Peter van der Linden heb ik me verder kunnen ontwikkelen. Mijn hartelijk dank hiervoor heren!

Het leukste onderdeel vind ik het 'naar buiten' gaan voor mijn kwalitatieve onderzoek – het in gesprek gaan met de wijkredacteuren.

Interne communicatie vind ik de basis van alle andere vormen van communicatie. Daarnaast is alles in het universum onderhevig aan verandering. Deze twee factoren hebben mij altijd gefascineerd. Vandaar dat mijn scriptie gaat over verandercommunicatie.

Ik wens je veel leesplezier toe!

Simone van der Klooster-de Bart
Dordrecht, september 2016

Samenvatting

TIEN Plus werft, ondersteunt en faciliteert redacteuren bij het maken en verspreiden van wijknieuws in Dordrecht. TIEN Plus wil tijdig anticiperen op de externe ontwikkelingen. De wijkkrant kent haar beperkingen. Actuele content brengen is lastig en beperkt voor een wijkkrant die slechts 5-6 keer per jaar wordt uitgegeven. TIEN Plus gaat redacteuren vragen om niet alleen content voor de wijkkrant maar ook voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl te verzorgen. Hierdoor zullen de redacteuren niet meer, maar anders werken. Meer samenwerken met meer andere redacteuren per wijk met meer soorten vaardigheden. Deze verschuiving is een verandertraject. De probleemstelling die daaruit volgt luidt:

Met welke interne communicatiestrategie kan het verandertraject worden uitgevoerd zodat de wijkredacteuren naast de wijkkrant ook voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl en andere online kanalen content verzorgen?

Uit deze probleemstelling zijn acht deelvragen geformuleerd waarop via desk- en fieldresearch antwoord is gezocht. Het deskresearch bestond uit literatuuronderzoek over verandermanagement, interne communicatie bij verandering, veranderstrategieën, gedragsverandering, draagvlak, intern beschikbare informatie en trendonderzoek. Het fieldresearch bestond uit kwalitatief onderzoek waarbij de ervaringen van de wijkredacteuren centraal stonden.

Uit de interviews kwam de wens tot verandering en zo mogelijk verjonging van de redacties naar voren. Door het wijknieuws crossmediaal via alle beschikbare onlinekanalen te verspreiden, wordt het wijkredacteurschap aantrekkelijker voor jongere redacteuren. TIEN Plus zal voor het werven van nieuwe redacteuren op korte termijn een wervingscampagne starten.

De conclusie is dat de meest optimale interne communicatiestrategie gebaseerd moet zijn op motivatie en gelegenheid. Daarom ligt binnen de gekozen strategie de focus op persoonlijke communicatie. Er is volop ruimte voor dialoog, interactie waarbij de focus vooral ligt op het samenwerken en leren van elkaar. Vertrouwen en kennisdeling zijn hierin belangrijke factoren. De respondenten denken de verandering qua capaciteit wel aan te kunnen. Uit het onderzoek blijkt dat de respondenten veelal de urgentie van de verandering inzien, maar de urgentie nog niet beleven.

De ondersteunende communicatiemiddelen zullen zorgvuldig moeten worden gekozen. De digitale nieuwsbrief is populair en wordt positief ervaren door de wijkredacteuren. Deze wordt omgedoopt tot de nieuwsbrief 'Schapetrots op Dordt' en zal frequenter gaan verschijnen gedurende het verandertraject. In werkgroepen zullen allerlei veranderthema's behandeld worden op persoonlijk, groeps- en organisatieniveau. De uitkomsten hiervan worden tijdens de redacteursborrel besproken..

Door meer redacteuren met meer vaardigheden en door de crossmediale verspreiding, het wijknieuws door meer inwoners van Dordt gelezen wordt. Samen met 'Schapetrots op Dordt'!

Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
1 Onderzoeksplan.....	2
1.1 Aanleiding.....	2
1.2 Verantwoording relevantie van het communicatievraagstuk.....	2
1.3 Doelstelling.....	3
1.4 Probleemstelling.....	3
1.5 Deelvragen en methode van onderzoek.....	3
1.6 Onderzoekstype	4
1.7 Onderzoekspopulatie	4
1.8 Operationalisering.....	5
2 Theoretisch kader.....	6
2.1 Wat is verandermanagement.....	6
2.2 Kritieke succesfactoren	7
2.3 Rol van communicatie bij verandermanagement	10
2.4 Samenvatting.....	13
3. De huidige situatie.....	14
3.1 Huidige situatie.....	14
3.2 Relatie TIEN Plus en gemeente Dordrecht	14
3.3 Gewenste situatie.....	15
3.4 Verandering vanwege interne wensen	15
3.5 Verandering vanwege externe ontwikkelingen.....	16
3.6 Toepassing literatuur op de huidige situatie.....	17
4. Resultaten en analyse van kwalitatief onderzoek.....	18
4.1 Verantwoording onderzoek	18
4.2 Resultaten vanuit kwalitatief onderzoek	19
4.3 Betekenis voor beleving	22
5 Conclusies.....	23
5.1 Deelvraag 1a Wat is verandermanagement	23
5.2 Deelvraag 1b Welke rol heeft communicatie bij verandermanagement	23
5.3 Deelvraag 2 Wat zijn de kritieke succesfactoren in een verandertraject.....	23
5.4 Deelvraag 3 Wat is het krachtenveld waarin wijkredacteurs zich begeven.....	24
5.5 Deelvraag 4a Wat is de huidige beleving van wijkredacteurs.....	24

5.6 Deelvraag 4b Welke kansen/wensen en knelpunten zijn er	24
5.7 Deelvraag 5 Wat is de gewenste situatie vanuit TIEN Plus.....	25
5.8 Deelvraag 6 Meest optimale communicatiestrategie	25
5.9 Beantwoording van probleemstelling	26
6 Advies	27
6.1 De meest optimale communicatiestrategie	27
6.2 Aanbevelingen.....	28
6.3 Rol van TIEN Plus	29
6.4 Extra vraag.....	29
6.5 Implementatieplan	29
Bibliografie	31
Bijlage 1 Gesprekspuntenlijst diepte-interview	33
Bijlage 2 Interviewverslagen redacteuren.....	36
Bijlage 3 Matrix van interviewvragen.....	62
Bijlage 4 Data-analyse urgentiebesef.....	65
Bijlage 5 Gebruik van online kanalen	68
Bijlage 6 Data-analyse van de veranderscore	69
Bijlage 7 Data-analyse per groep aantal redactiejaar	72
Bijlage 8 Krachtenveldanalyse.....	74
Bijlage 9 Verslag redactievergadering.....	77
Bijlage 10 Samenvatting gesprekken met gemeente Dordrecht en TIEN Plus	80
Bijlage 11 Implementatieplan	85

Inleiding

Voor de gemeente Dordrecht is communicatie met de inwoners van groot belang. Gemeente Dordrecht wil dat haar inwoners kennis hebben van gemeentelijke informatie en lokaal nieuws. Daartoe zet ze onder andere wijkkranten in die met name door vrijwillige wijkredacteurs al 25 jaar van content worden voorzien. Deze wijkkranten worden uitgegeven door TIEN Plus. Om deze wijkcommunicatie uit te breiden wordt een nieuwspagina per wijk op DordtCentraal.nl ingezet. Sinds kort is TIEN Plus als uitgever ook verantwoordelijk voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl. TIEN Plus wil ook de huidige wijkredacteurs inzetten om content te genereren voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl en andere online kanalen.

In dit rapport wordt advies gegeven aan TIEN Plus om de wijkredacties te professionaliseren van 'product-denken' (wijkkrant) naar content verspreiden via online kanalen. Hierbij staat de volgende probleemstelling centraal:

Met welke interne communicatiestrategie kan het verandertraject worden uitgevoerd zodat de wijkredacteurs naast de wijkkrant ook voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl en andere online kanalen content verzorgen?

Voor het beantwoorden van deze probleemstelling is literatuuronderzoek en een kwalitatief veldonderzoek verricht. Voor het samenstellen van de gesprekspuntenlijst is vooral gebruik gemaakt van de theorieën van Poiesz (1999) en Van Ravenstein & Kok (2014). Aan de hand van de gesprekspuntenlijst zijn wijkredacteurs geïnterviewd op hun thuisadres.

Leeswijzer

Dit rapport is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 1 komt het onderzoeksplan aan de orde. De theorie van verandermanagement en de rol van interne communicatie wordt toegelicht in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 wordt allereerst gekeken naar de huidige en gewenste situatie, om vervolgens de verandering vanwege interne wensen en vanwege externe ontwikkelingen verder toe te lichten. Op basis van deze informatie worden in hoofdstuk 4 de resultaten van het veldonderzoek beschreven en het onderzoek verantwoord. Hierna volgen in hoofdstuk 5 de antwoorden en conclusies op alle deelvragen. Ten slotte wordt het rapport afgesloten met een advies, aanbeveling, een extra onderzoeksvraag en het beknopte implementatieplan in hoofdstuk 6.

1 Onderzoeksplan

Wat is de aanleiding van deze opdracht? En in hoeverre is dit communicatievraagstuk relevant? In dit hoofdstuk wordt op de vragen antwoord op gegeven. Daarna worden de doelstelling en probleemstelling omschreven en uitgewerkt in deelvragen met de bijbehorende methode van onderzoek. Vervolgens volgt de toelichting van de onderzoekspopulatie en de operationalisering van het onderzoek.

1.1 Aanleiding

De gemeente Dordrecht wil een goede basisvoorziening organiseren voor de wijkcommunicatie om bij te kunnen dragen aan de participatiesamenleving en de lokale democratie. Voor beide doelstellingen is communicatie nodig.

De gemeente Dordrecht verleent TIEN Plus subsidie om de wijkcommunicatie te faciliteren. TIEN Plus is de uitgever van de Dordtse wijkkranten en facilitator voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl. TIEN Plus werft, ondersteunt en faciliteert de redacteurs. Redacteurs kunnen deelnemen aan relevante trainingen die TIEN Plus verzorgt. Wijkredacteurs maken de wijkkrant en een enkeling maakt artikelen en/of foto's en/of video's voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl. De wijkredacteurs zijn als geen ander op de hoogte van de ontwikkelingen in hun wijk. Iedere wijkkrant heeft een zelfstandig opererende redactie.

Om de **lokale democratie** te bevorderen is het van belang dat inwoners kennis hebben van de gemeentelijke informatie. Deze informatie moet makkelijk toegankelijk zijn voor de inwoners. Met deze kennis zijn de inwoners beter in staat om achtereenvolgens in gesprek te gaan met de gemeente Dordrecht, zich te verdiepen in en het duiden van de gemeentelijke informatie.

De wijkredacteurs voelen zich onderdeel van TIEN Plus. Hierdoor wordt gefocust op een interne communicatiestrategie om dit verandertraject te laten slagen.

1.2 Verantwoording relevantie van het communicatievraagstuk

TIEN Plus heeft hun strategie gewijzigd en gaat wijkredacteurs van de wijkkranten nu ook inzetten om ook content via het wijknieuws op DordtCentraal.nl en andere webkanalen te verspreiden. De nieuwe strategie van TIEN Plus vloeit voort uit interne wensen, externe ontwikkelingen en vraag vanuit de gemeente Dordrecht. Hierdoor verandert de manier van werken voor de wijkredacteurs:

1. Van wijkkrant naar wijkkrant en online content crossmediaal verspreiden;
2. Snelheid – van wijkkrant 1x per 2 maanden naar real time online plaatsen;
3. Van vooral schrijven naar meer beeld (foto/video) en schrijven.

Dit verandertraject behoeft een gedragsverandering van de wijkredacteurs. Daarom is belangrijk om de kansen, wensen en knelpunten in kaart te brengen en te onderzoeken hoe groot de veranderbereidheid is en welke communicatiestrategie hierbij te hanteren is.

1.3 Doelstelling

Vanuit de aanleiding is de volgende doelstelling geformuleerd:

TIEN Plus wil voor 1 oktober 2016 advies over de interne communicatiestrategie om de wijk-redacteuren mee te krijgen in dit verandertraject.

Het uiteindelijke doel is:

- groei van wijkkrant naar een wijkredactie (die content maakt in vorm van tekst, beeld en video);
- die niet de keuze maakt van één middel maar van meerdere kanalen;
- met behoudt van journalistieke kennis en ervaring.

1.4 Probleemstelling

Om het uitgangspunt van het onderzoek te bepalen is een probleemstelling opgesteld. Deze probleemstelling geeft richting aan het onderzoek en beschrijft de adviesbehoefte van TIEN Plus. Door deze vraag te beantwoorden zal duidelijk worden waarover TIEN Plus geadviseerd wil worden. De probleemstelling luidt:

Met welke interne communicatiestrategie kan het verandertraject worden uitgevoerd zodat de wijkredacteuren naast de wijkkrant ook voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl en andere online kanalen content verzorgen?

1.5 Deelvragen en methode van onderzoek

Om de probleemstelling te kunnen beantwoorden is deze opgesplitst en geformuleerd in onderstaande acht deelvragen:

- 1a. Wat is verandermanagement?
- 1b. Welke rol heeft communicatie bij verandermanagement?
2. Wat zijn de kritieke succesfactoren in een verandertraject?
3. Wat is het krachtenveld waarin de wijkredacteuren zich begeven?
- 4a. Wat is de huidige beleving van de wijkredacteuren?
- 4b. Welke kansen/wensen en knelpunten zijn er?
5. Wat is de gewenste situatie vanuit TIEN Plus?
6. Wat is voor TIEN Plus de meest optimale communicatiestrategie?

Hierna wordt bij iedere deelvraag de methode van onderzoek aangegeven.

Deelvraag	Onderzoeksmethode
1a. Wat is verandermanagement? 1b. Welke rol heeft communicatie bij verandermanagement?	Deskresearch in de vorm van literatuur-onderzoek.
2. Wat zijn de kritieke succesfactoren in een verandertraject?	Deskresearch in de vorm van literatuur-onderzoek.
3. Wat is het krachtenveld waarin de wijkredacteuren zich begeven?	Fieldresearch. Kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews met de wijkredacteuren.
4a. Wat is de huidige beleving van de wijk-redacteuren? 4b. Welke kansen/wensen en knelpunten zijn er?	Fieldresearch. Kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews met de wijkredacteuren.
5. Wat is de gewenste situatie vanuit TIEN Plus?	Fieldresearch. Kwalitatief onderzoek in de vorm van gesprekken met de bedrijfs-begeleider en de coördinator van TIEN Plus.
6. Wat is voor TIEN Plus de meest optimale communicatiestrategie?	Deskresearch in de vorm van literatuur-onderzoek in combinatie met de analyse van de uitkomsten van het kwalitatief onderzoek.

De deelvragen worden zowel binnen het theoretisch kader als in de onderzoeksresultaten beantwoord.

1.6 Onderzoekstype

Er zijn drie onderzoekstypen volgens Baarda (Baarda & De Goede, 2006). Beschrijvend, verkennend en toetsend onderzoek. Voor dit onderzoek wordt een **kwalitatief verkennend** onderzoek toegepast om antwoord te krijgen op de deelvragen. Dit wordt uitgevoerd in de vorm van een interview met diverse wijkredacteuren.

1.7 Onderzoekspopulatie

Er zijn voor de wijkkranten in Dordrecht tien wijkredacties met gemiddeld 4 tot 12 personen. In januari 2016 stonden bij TIEN Plus 77 actieve redacteuren geregistreerd. Voor dit onderzoek is de onderzoekspopulatie 77 personen groot. Deze groep bestaat uit 39 mannen en 38 vrouwen.

De vrijwillige wijkredacteuren vormen geen homogene groep. De wijkredacteuren verschillen onder andere van geslacht, achtergrond, leeftijd, levensfase en opleidingsniveau. Zelfs hun

intrinsieke motivaties om dit vrijwilligerswerk te doen verschillen. Hiermee moet rekening gehouden worden in de communicatie. Er is gekozen om de wijkredacteurs te interviewen omdat voor deze groep de verandering het grootst is.

1.8 Operationalisering

Om de probleemstelling te kunnen beantwoorden wordt het begrip interne communicatie als volgt gedefinieerd:

“Interne communicatie omvat alle wisselwerking in een organisatie waar betekenis ontstaat. Onder wisselwerking verstaan wij het overdragen, verwerken en uitwisselen van informatie. Deze informatie kan expliciet zijn en gesproken en geschreven woorden en beelden omvatten. Zij kan ook impliciet zijn; het gaat dan om signalen die worden afgegeven door persoonlijk handelen, fysieke omgeving enzovoort. Data en signalen zijn pas informatie als er betekenis aan is toegekend. Tot die tijd zijn ze gegevens” (Van Ravenstein & Kok, 2015, p.16).

Met name de betekenisgeving is een belangrijke factor van de zachte kant. In paragraaf 2.1 wordt hier verder op ingegaan.

De wijkredacteurs zijn alle redacteurs die actief zijn binnen een van de tien wijkredacties in Dordrecht. Actief zijn houdt in dat ze een bijdrage leveren aan de productie van een wijkkrant. De wijkkranten worden 5-6 keer per jaar uitgegeven. Gemiddeld wordt eens per twee maanden een wijkkrant geproduceerd en verspreid.

2 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zal het theoretisch kader worden geschetst die het uitgangspunt vormt voor de vragen van de interviews van het kwalitatieve onderzoek. Allereerst wordt uitgelegd wat verandermanagement is en wat de kritieke succesfactoren zijn. Vervolgens wordt de rol van interne communicatie bij verandermanagement toegelicht. Dit hoofdstuk sluit af met een samenvatting.

2.1 Wat is verandermanagement

“There is nothing more constant than change” (Heraclitus, 535 v.Chr.)

De verandering kan een streven vanuit de organisatie zijn (inside-out) of door een verandering van buitenaf (outside-in). Bij een inside-out verandering is er sprake van een gewenste verbetering vanuit de organisatie. Bij een outside-in verandering komt de verandering als dwang vanuit de omgeving (Boer, 2012). De verandering kan invloed hebben op werkprocessen, de manier waarop mensen hun taak uitoefenen. Wat de verandering voor de mensen persoonlijk betekent, zal duidelijk gecommuniceerd moeten worden zodat zij er een betekenis aan kunnen geven.

“Change management enables employees to adopt a change so that business objectives are realized. It is a bridge between solutions and results, and is fundamental about people and our collective role of transforming change into successful outcomes for our organizations” (Hiatt & Creasy, 2012, p.1).

Vrij vertaald komt bovenstaande definitie neer op: Verandermanagement stelt medewerkers in staat een verandering aan te nemen, zodat bedrijfsdoelstellingen gerealiseerd kunnen worden. Het is een brug tussen de oplossingen en de resultaten, en gaat fundamenteel over mensen en onze collectieve rol van de transformerende verandering naar succesvolle resultaten voor organisaties.

Een verandering bestaat uit twee onderdelen: een feitelijke verandering en een gedragsverandering. Respectievelijk worden ze ook wel de harde en de zachte factor genoemd. Deze factoren zijn niet van elkaar los te koppelen en maken beide integraal onderdeel uit van elke verandering (Van Ravenstein & Kok, 2014, p.125).

“Verandering is alles wat afwijkt van het reguliere en impact heeft op de manier van denken en doen bij managers en medewerkers in een organisatie” (Van Ravenstein & Kok, 2014, p.126).

Het belangrijk dat de urgentie van de verandering in de organisatie wordt ervaren (Kotter & Cohen, 2012). Dit bepaalt of de verandering tot stand kan komen. Ook de context waarin de verandering geplaatst wordt binnen de organisatie is van belang. Als deze niet helder is, zal de verandering niet begrepen worden en zal de beleving van urgentie voor deze verandering te laag zijn. Er zijn drie soorten van verandering: optimalisatie, innovatie en transformatie.

Iedere veranderaanpak is uniek. Iedere organisatie, iedere verandering en ieder persoon is weer anders. Daarom vraagt iedere verandering om een andere veranderaanpak. Wat zijn de kritieke succesfactoren bij een veranderaanpak?

2.2 Kritieke succesfactoren

Kritieke succesfactoren zijn factoren die beslissend zijn voor het al dan niet behalen van een vooraf gesteld doel. Om dit doel te behalen is het een noodzakelijke voorwaarde om de kritieke succesfactoren te benoemen. Voor het doorlopen van het veranderproces benoemen Kotter en Cohen (2012) onderstaande acht succesfactoren als stappenplan:

Een klimaat voor verandering scheppen

1. Urgentiebesef vestigen
2. Een leidende coalitie vormen
3. Een visie en strategie ontwikkelen

Een hele organisatie bij het proces betrekken en ervoor toerusten

4. De veranderingsvisie communiceren
5. Een breed draagvlak creëren
6. Korte termijnresultaten realiseren

Implementeren en volhouden

7. Bestendigen en meer verandering realiseren
8. Nieuwe benaderingen verankeren in de cultuur



Uit bovenstaand achtfasenmodel voor verandering is in de beginfase naast het urgentiebesef vestigen, een **leidende coalitie** vormen een belangrijke succesfactor. Deze fase komt eveneens terug bij Van Ravenstein en Kok (2012, p.136). De aandachtspunten bij het samenstellen van de leidende coalitie verschillen deels. De aandachtspunten van Kotter en Cohen (2012) zijn:

- de mensen met (vele) contacten, leiderschaps- en communicatievermogen, managementvaardigheden en een grote **geloofwaardigheid**;
- **vertrouwen** kweken door zorgvuldig geplande bijeenkomsten en door veel persoonlijke gesprekken en gezamenlijke activiteiten. De groep moet hierbij ook samen kunnen werken. Vertrouwen is hierbij essentieel. Help de mensen tijdens alle stappen geloven en voelen dat verandering mogelijk is, dat ze kunnen samenwerken en dat een grootse organisatie kan worden opgebouwd;
- ontwikkel een **gezamenlijk doel** dat het hoofd aanspreekt en het hart raakt. Door mensen het belang van de verandering te laten zien, worden ze betrokken en voelen ze zich vereerd om de voortrekkersrol te krijgen.

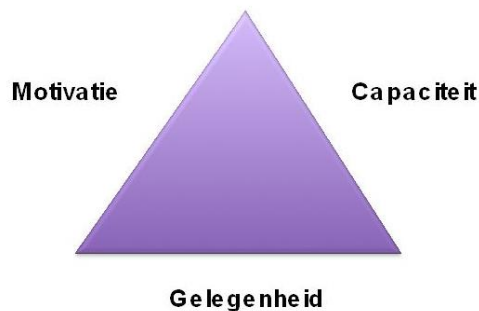
Tevens zijn de fasen 'een breed draagvlak creëren' en 'de nieuwe visie accepteren' belangrijk. Bovenstaande stappen lijken elkaar netjes op te volgen. In de praktijk overlappen de stappen elkaar en begint de ene stap voordat de andere stap is afgelopen. Bij succesvolle veranderingen ligt de nadruk op emotie ('see-feel-change' principe) in plaats van op ratio ('analyse-think-change' principe). Zowel het 'denken' en 'voelen' is belangrijk en essentieel bij

succesvolle veranderaanpak, maar het hart van de verandering moet bij 'voelen' liggen (Kotter & Cohen, 2002).

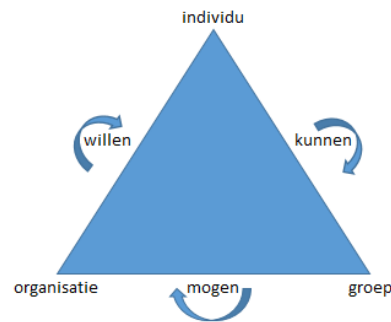
Draagvlak

Veranderingen worden door medewerkers niet altijd als positief ervaren. Toch hangt het succesvol doorlopen van de verandering af van het draagvlak van diezelfde medewerkers. Zonder draagvlak is er geen medewerking. Een luisterend oor werkt dan beter dan een advies.

Om draagvlak te creëren kan er volgens het Triade-model van Poiesz (1999) gestuurd worden op motivatie, capaciteit en gelegenheid (zie figuur 1). Van Ravenstein en Kok (2014) hebben een soortgelijk model (zie figuur 2). Hierbij moeten de drie criteria willen, mogen en kunnen tegelijkertijd vanuit drie perspectieven worden bekeken. Vanuit het individu, de groep en de organisatie. Beide modellen zijn zeer geschikt om een momentopname te genereren, om een communicatieadvies uit te brengen en om de voortgang te controleren ten opzichte van de verandering. De overeenkomst tussen de modellen: capaciteit= kunnen; motivatie= willen; gelegenheid= mogen.



Figuur 1 Triade-model Theo Poiesz (1999)



Figuur 2 Van Ravenstein & Kok (2014)

Deze factoren zijn noodzakelijk om een verandering te realiseren. Daarbij moet de verhouding van deze factoren goed zijn. Als ze uit balans zijn is de kans van slagen gering. De respondenten worden gevraagd of ze kunnen veranderen, of ze willen veranderen en of ze mogen veranderen. Des te hoger de respondenten scoren des te groter de waarschijnlijkheid is dat ze dat ook gaan doen. De waarschijnlijkheid van het succes van de verandering wordt berekend door alle drie de factoren te vermenigvuldigen.

Veranderscore= capaciteit x motivatie x gelegenheid. Deze anderscore is een momentopname en kan maximaal $10 \times 10 \times 10 = 1000$ zijn. Omdat ieder factor een even grote weging heeft in de berekening, wordt geadviseerd om een interventie te doen op de factor met de laagste score (Van Ravenstein & Kok, 2014, p.170).

Tijdens het veranderproces kan op een bepaald moment nogmaals de vragen gesteld worden aan dezelfde respondenten. Hiermee kan gemeten worden in welke mate de veranderaanpak succesvol is en op welke vlakken bijgestuurd moet worden. Dit geeft eveneens zicht op de accountability van de communicatieprofessional.

Bij de **capaciteit/kunnen** wordt gekeken naar de fysieke kenmerken, cognitief (snappen/kunnen), financieel, materiaal. Hierbij kan gedacht worden aan de kennis en kunde van de mensen en een gebruikersvriendelijk programma om mee te werken.

Bij de **motivatie/willen** wordt een onderscheid gemaakt tussen intrinsieke en extrinsieke motivatie. Bij intrinsieke motivatie gaat het om de normen en waarden, plezier, het belang inzien, de voldoening die het geeft en de waardering/erkenning die voor de inspanning is. Hierbij kan gedacht worden aan een goede interne communicatie (mens en cultuur) en erkenning van en waardering voor de medewerkers. Bij de extrinsieke motivatie is er sprake van beïnvloeding van buitenaf als een eventuele groepsdynamiek of invloed vanuit de organisatie.

Bij **gelegenheid/mogen** zijn de bepalende factoren de hoeveelheid beschikbare tijd, beschikbare faciliteiten en de fysieke eigenschappen van de omgeving. Hierbij kan gedacht worden aan een goede ondersteuning en voldoende opleidingsaanbod en voldoende mensen (Poeisz, 1999).

Het creëren van draagvlak en acceptatie van de nieuwe visie is het belangrijkste doel van stap 5 van het verandermodel van Kotter en Cohen (2012). Dat wordt alleen bereikt door veel met medewerkers over de nieuwe visie te praten en hun meningen, zorgen en angsten serieus te nemen. De nieuwe visie moet in zijn geheel in de organisatie worden toegepast.

De gedragsverandering is het hart van een verandering of zoals Kotter & Cohen het verwoorden *“De centrale uitdaging in al deze acht fasen is het veranderen van het gedrag van mensen”* (2002, p.16).

Naast draagvlak creëren is het eveneens belangrijk om de soorten weerstand en de adoptie-categorie te kunnen signaleren. Hierdoor kan zo nodig strategisch worden bijgestuurd.

Soorten weerstand en adoptie-categorieën

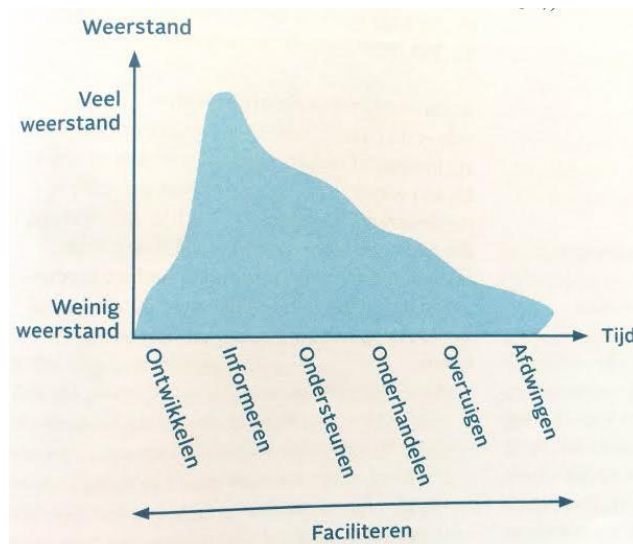
Er zijn vier vormen van individuele weerstand (Van Gils, 2015):

- angst om waardevolle zaken te verliezen;
- wantrouwen of misverstanden;
- andere inschatting van de gevolgen van de verandering;
- lage veranderingstolerantie.

Ezerman (1987) onderscheidt zeven strategieën om de weerstand bij mensen te verminderen of beheersbaar te houden. In het weerstandsstrategie-model (figuur 3) wordt de relatie weerstand en de keuze van de verandingsstrategie in de loop van de tijd (Van Gils, 2015, p.43).

Uit dit model kan worden opgemaakt dat aan het begin van een veranderingsproces de weerstand het hoogst is.

Aan het eind van het proces zijn nog maar enkele mensen over, waarbij dwang een geschikte



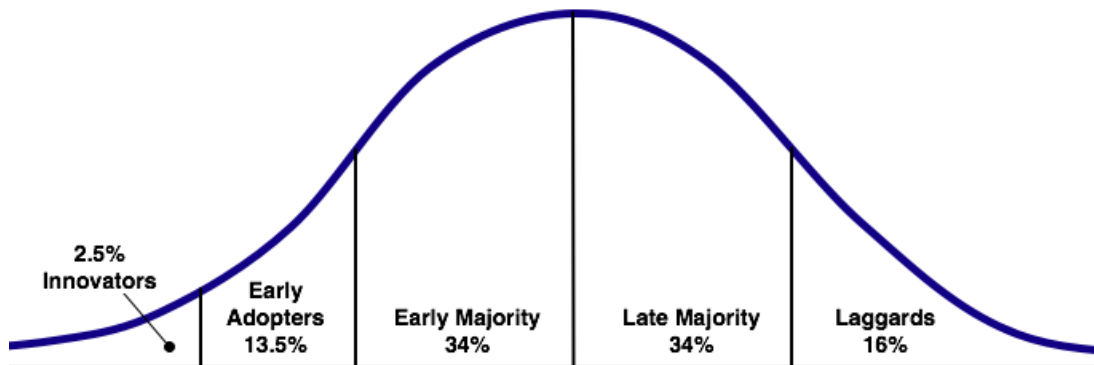
strategie is. Met dit model kan gekeken worden in welke fase een organisatie zit tijdens het veranderingsproces aan de hand van de hoeveelheid weerstand.

Bij het faciliteren in de vorm van informeren en ondersteunen wordt uitgegaan van veranderingsbereidheid.

Er wordt begrip getoond en wordt erop

vertrouwd dat mensen meegaan in de verandering. Actieve vormen van weerstand terugdringen zijn onderhandelen, overtuigen en afdwingen.

Niet iedereen verandert even graag en even snel. Mensen bevinden zich bij een verandering in een van de vijf adoptie categorieën (zie figuur 4).



Figuur 4 Adoptiemodel Rogers (1983)

De mensen die meteen enthousiast en vol ideeën een verandering omarmen zijn de innovators, gevolgd door de early adopters. De horizontale lijn is een tijdslijn. Naarmate het veranderproces meer betekenis krijgt zullen ook de andere adoptie categorieën meegaan in het proces. Als laatsten sluiten de laggards de rij. Dit zijn sceptische mensen die veel tijd nodig hebben om een verandering te accepteren.

Om te kijken in hoeverre mensen mee willen gaan in de verandering, kan een **krachtenveldanalyse** naar daadkracht (Factor C) worden gedaan. Hierin worden de daadkracht voor wat betreft meedenken, meedoen en meebeslissen onderzocht. Respectievelijk neemt in deze volgorde de daadkracht toe.

Factor C is een methode die ontwikkeld is door de Academie voor Overheidscommunicatie om overheidsinstellingen hun beleid communicatiever te maken.



Figuur 5 Ringen van invloed – Krachtenveldanalyse naar daadkracht (Factor C)

2.3 Rol van communicatie bij verandermanagement

Als organisaties een verandering tot stand willen brengen, moeten mensen kunnen organiseren en samenwerken. Hiervoor is goede interne communicatie noodzakelijk. Iedere organisatie is uniek qua technologie, organisatie(structuur) en de mensen. Deze factoren hebben in-

vloed op de communicatiestructuur. *“De bijdrage van interne communicatie aan de organisatiedoelen zal dan ook in elke organisatie anders zijn”* (Ravenstein & Kok, 2014, p.26).

Verandermanagement wordt steeds meer gezien als een integraal proces waarin op hetzelfde moment aandacht is voor de factoren technologie, organisatie(structuur) en de mens. De ‘zachte’ kant van organisaties krijgen nu vaker de aandacht die het verdient.

Voor de medewerkers die niet bij de besluitvorming betrokken zijn geweest, kunnen de veranderingen als onverwachts en onduidelijk overkomen. *“Het is daarom goed als hierbij communicatie wordt ingezet om mensen mee te nemen in het hoe en waarom van de verandering en ze waar mogelijk een rol te geven in het vormgeven ervan”* (Van Gils, 2015, p.10).

Een organisatieverandering vraagt ook om een gedragsverandering. Van Ravenstein en Kok (2014) stellen *“Interne communicatie is in onze visie een integraal onderdeel van die verandering en kan dus niet geïsoleerd worden benaderd”* (p.124).

Kotter (2008) zegt *“if I think that there are exciting opportunities and great hazards out there, that belief can produce more true urgency”* (p.46). Oftewel vrij vertaald: de gedachte dat er opwindende mogelijkheden en grote risico's zijn, kan aanzetten tot meer echt urgent gedrag. Aangezien bij verandermanagement een gedragsverandering gewenst is, is het in het hart raken van de mensen door middel van communicatie van essentieel belang. Het helpt mensen bij de betekenisgeving van de verandering.

De betekenisgeving aan het veranderingsproces is hierbij de trigger voor het verdere verloop van het veranderproces. Dit kan van persoonlijk niveau zijn uitwerking hebben op het groepsniveau en vervolgens organisatieniveau (Van Ravenstein & Kok, 2012, p.134).

Interne communicatie is noodzakelijk omdat een veranderproces vier hoofdfuncties heeft (Koeleman, 2006):

- faciliteren van het werkproces;
- optimaal gebruik maken van de aanwezige kennis;
- motiveren en (ver)binden van mensen in de organisatie;
- als beleidscommunicatie voor het richten van de organisatie.

De veranderingsfactoren motivatie, capaciteit en gelegenheid uit het Triade-model van Poiesz (1999) zijn bepalend of de verandering tot stand komt. De mensen waarbij de gedragsverandering gewenst is, zullen over voldoende motivatie, capaciteit en gelegenheid moeten beschikken. Is dit niet het geval, dan is interne communicatie noodzakelijk om dit te verbeteren.

Motivatie

Iemand moet gemotiveerd zijn om te willen veranderen. Het gaat met name om de intrinsieke motivatie, waarmee de mensen zichzelf kunnen overtuigen. Vaak willen de mensen wel veranderen maar de groep of organisatie weerhoudt hen hiervan. *“Het is daarom belangrijk om in een groep een aantal (prominente) mensen mee te krijgen in het beoogde gedrag en hen tegen de groepsdruk in bepaald gedrag te laten vertonen”* (Van Ravenstein & Kok, 2012, p.135).

Deze mensen worden ook wel ambassadeurs genoemd. Interne communicatie kan ter verhoging van de motivatie:

- voorbeeldgedrag van ambassadeurs organiseren;
- organiseren en vieren van (kleine) successen;
- sturen/belonen;
- herhalen;
- samen betekenis geven;
- koppelen aan dagelijkse actualiteit.

Capaciteit

Iemand moet de capaciteit hebben om te kunnen veranderen. Hierbij gaat het om de mate waarin de medewerker beschikt over capaciteiten/vaardigheden én hulpmiddelen om het gewenste gedrag te vertonen. Interne communicatie kan ter verhoging van de capaciteit:

- gedrag ondersteunen;
- blokkades wegnemen (niet-werkende systemen aanpassen of vervangen, training van kennis en vaardigheden aanbieden).

Door gedrag te ondersteunen en blokkades weg te nemen, voelt de medewerker zich competent om te veranderen.

Gelegenheid

Iemand moet in de gelegenheid zijn om te mogen veranderen. Als een ander persoon of groep het gewenste gedrag niet accepteert, zal de medewerker het nieuwe gedrag niet (blijvend) vertonen. Interne communicatie kan ter verhoging van de gelegenheid:

- praktische werk- en gedragsregels voor handelen afspreken (wat is sociaal acceptabel);
- urgentie, tijd en aandacht bieden (prioriteiten stellen, andere dingen mogelijk laten vervallen).

Durven is een belangrijk onderdeel bij veranderen en is nauw verbonden aan de mate van gelegenheid. Wat sociaal acceptabel is, is van invloed op de hoeveelheid durf die een medewerker heeft.

Verbindende coalitie

De factoren motivatie, capaciteit en gelegenheid hebben gelijkwaardig invloed op de kans van slagen van de verandering. Aan alle factoren wordt gewerkt, waarbij de meeste energie gestopt wordt in de factor waar het meeste effect te behalen is. Wat Kotter (2007) al omschreef als een leidende coalitie, vinden Van Ravenstein & Kok (2012) dat er een verbindende coalitie nodig is. *“Een leidende coalitie is alleen niet per se een goede verbindende coalitie. En wij denken dat juist die nodig is”* (Van Ravenstein & Kok, 2012, p.136-137). Deze verbindende coalitie neemt de voortrekkersrol en stuurt/begeleidt de verandering, is noodzakelijk voor het slagen van de verandering.

Weerstand

Iedere verandering heeft te maken met weerstand. Door tijdens een persoonlijk dialoog te onderzoeken wat de onderliggende oorzaak van de weerstand is, kan de behoefte in kaart worden gebracht. Interne communicatie kan de weerstand terugdringen met de actieve vormen: onderhandelen, overtuigen en afdwingen (Ezerman, 1987). Daarnaast is het mogelijk dat de medewerker met weerstand onvolledige informatie heeft gekregen of deze onjuist heeft geïnterpreteerd. Door te luisteren naar de medewerker, zijn of haar woorden samen te vatten en vervolgens door te vragen, wordt de oorzaak van de weerstand duidelijk.

2.4 Samenvatting

Wat is een verandering

Een verandering is alles wat afwijkt van het reguliere en impact heeft op de manier van denken en doen van de organisatie. Een verandering binnen een organisatie behoeft gedragsverandering bij de medewerkers.

Kritieke succesfactoren voor het slagen van een verandertraject zijn (Kotter en Cohen, 2012):

Een klimaat voor verandering scheppen

1. Urgentiebesef vestigen
2. Een leidende coalitie vormen
3. Een visie en strategie ontwikkelen

Een hele organisatie bij het proces betrekken en ervoor toerusten

4. De veranderingsvisie communiceren
5. Een breed draagvlak creëren
6. Korte termijnresultaten realiseren

Implementeren en volhouden

7. Bestendigen en meer verandering realiseren
8. Nieuwe benaderingen verankeren in de cultuur

Daarnaast zijn de essentiële succesfactoren: motivatie, capaciteit en gelegenheid. Deze factoren hebben gelijkwaardig invloed op de kans van slagen van de verandering. Zodra één factor te laag scoort, zal dit afbreuk doen aan de slagingskans. Aan alle factoren wordt gewerkt, waarbij de meeste energie gestoken wordt in de factor waar relatief het meeste effect te behalen is.

Van belang is een goede interne communicatiestrategie die de feitelijk en gedragsverandering integraal aanpakt. Interne communicatie is noodzakelijk bij veranderprocessen omdat het de volgende vier hoofdfuncties heeft (Koeleman, 2006):

- faciliteren van het werkproces;
- optimaal gebruik maken van de aanwezige kennis;
- motiveren en (ver)binden van mensen in de organisatie;
- als beleidscommunicatie voor het richten van de organisatie.

3. De huidige situatie

In dit hoofdstuk wordt de huidige situatie geschetst. De relatie tussen TIEN Plus en de gemeente Dordrecht wordt toegelicht. Vervolgens wordt de gewenste situatie beschreven, uitgesplitst in veranderingen vanwege interne wensen en vanwege externe ontwikkelingen.

3.1 Huidige situatie

De tien wijkredacties tellen in totaal 77 redacteuren. Iedere wijkredactie werkt autonoom aan hun eigen wijkkrant. Per wijkredactie zijn er tussen de vier en twaalf redacteuren. Op dit moment is er nog weinig contact tussen de wijkredacties. Hierdoor kunnen de kennis en kunde van de ene wijkredactie verschillen ten opzichte van een andere wijkredactie.

In het krachtenveld van de redacteuren bevinden zich de wijkredactieleden van de 'eigen' wijk, de wijkredactieleden van andere wijken, TIEN Plus en de gemeente Dordrecht een plaats. Andere 'eigen' redactieleden en TIEN Plus hebben hierbij de grootste directe invloed.

De wijkwebsites waren te vinden via de website wijkendordrecht.nl en werden beheerd met het CMS WaxxTrap. Dit wijknieuws is per 9 maart 2016 verhuisd naar de website van Dordt Centraal (huis-aan-huisblad). Het wijknieuws is per wijk via de button 'wijknieuws' bereikbaar en wordt beheerd met het CMS WordPress.

Vanuit de gemeente Dordrecht heeft Wijken Dordrecht accounts op:

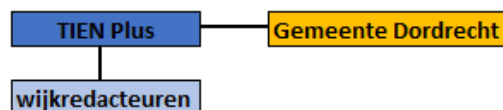
- Facebook (sinds november 2015) met 981 vind-ik-leuks;
- Twitter (sinds februari 2016) met 1192 volgers;
- Pinterest (sinds oktober 2015) met 41 volgers;
- Instagram (sinds oktober 2015) met 287 volgers.

Vanaf de nieuwspagina's met wijknieuws op DordtCentraal.nl zit een automatische doorzending naar Twitter als er een bericht geplaatst is. Op het wijknieuws op DordtCentraal.nl is doorzending naar Facebook, LinkedIn, Google+, Twitter en mail als optie aangeboden.

3.2 Relatie TIEN Plus en gemeente Dordrecht

TIEN Plus is de uitgeverij van de wijkkranten en is sinds kort ook verantwoordelijk voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl. TIEN Plus is een zelfstandig opererende organisatie die redacteuren werft, ondersteunt en faciliteert. De gemeente Dordrecht geeft TIEN Plus subsidie voor het bevorderen van de burgerparticipatie in de vorm van wijkkranten/wijkwebsites.

Hieronder is de structuuropbouw in een organigram weergegeven.



Figuur 6 Organigram

De coördinator van TIEN Plus en een senior communicatieadviseur van de gemeente Dordrecht hebben minimaal wekelijks afstemming over de ontwikkeling van de wijkcommunicatie.

In de huidige situatie worden de redacteurs eenmaal per 3-4 weken geïnformeerd via een digitale nieuwsbrief vanuit TIEN Plus.

3.3 Gewenste situatie

In de gewenste situatie vanuit TIEN Plus zijn de volgende partijen partners in de wijkcommunicatie: scholen, politie, ondernemers, zorginstellingen, woningbouwcorporaties en dergelijke. Daarbij is de wijkredacteur het aanspreekpunt en spil in het web. De wijkredacties bestaan uit redacteurs met meer soorten vaardigheden en door diversiteit een goede afspiegeling geeft van de wijkbewoners. Alle relevante informatie voor een wijk of aantal wijken wordt crossmediaal verspreid. Bij ieder potentieel artikel wordt niet alleen aan het wel of niet plaatsen in de wijkkrant gedacht, maar via welke kanalen het artikel verspreid wordt. De journalistieke kennis en ervaring van de wijkredacteurs worden geborgd door meer samen te werken en te leren van elkaar.

De wijkkrantredacties heten voortaan wijkredacties. Zodoende is het ook duidelijk dat iedere wijkredactie breder communiceert dan alleen via de wijkkrant. Iedere wijkredactie plaatst minstens eenmaal per week content in de vorm van tekst met één of meerdere foto's en/of video's als wijknieuws op DordtCentraal.nl. Daarnaast worden alle vormen van content ook via alle beschikbare online kanalen (inclusief BUURbook) verspreid. Via de diverse kanalen worden linkjes geplaatst van content op andere online kanalen.

3.4 Verandering vanwege interne wensen

De gemeente Dordrecht wil om een aantal redenen de wijkredacties professionaliseren:

- Ten eerste om te zorgen voor **continuïteit** in de wijkredacties en daarmee het voortbestaan van de wijkjournalistiek. Hiertoe is behoud of uitbreiding van journalistieke kennis en ervaring binnen de wijkredacties noodzakelijk. Dit is mogelijk door de ervaren wijkredacteurs zelf content als wijknieuws op DordtCentraal.nl te laten plaatsen met behulp van WordPress, nieuwe redacteurs te werven en/of door hun kennis en ervaring te delen met wijkredacteurs.
- Ten tweede om het **bestaansrecht** van de wijkkrant en wijkwebsite versterken door het **bereik te vergroten**. Door uit te breiden van print naar crossmediaal om zodoende meer 'leesmomenten' en loyaliteit te creëren. Met dit grotere bereik wil ze meer jongere lezers bereiken en meer actuele en frequente content verspreiden. Ieder medium heeft zijn eigen specifieke eigenschap, een eigen specificiteit. Ieder medium is anders en doet waar het goed in is. Reynaert en Dijkerman (2009) zeggen dat bij een "*mediumspecificiteit gaat het niet alleen over techniek, maar het heeft ook een emotionele betekenis.*" De gemeente Dordrecht wil een groter bereik en emotionele impact creëren door de crossmediale aanpak van print (wijkkrant) en website (wijkwebsite) in combinatie met diverse online kanalen als BUURbook en sociale media als Facebook, Twitter, Instagram en Pinterest. De sociale media zullen voornamelijk indexicaal gebruikt worden, om door te verwijzen naar het wijknieuws op DordtCentraal.nl. De gemeente Dordrecht wil graag weten wat de perceptie is van een jongere op ontwikkelingen in hun wijk of stad. Een

verjonging van de wijkredacties wordt niet als doel maar als een gevolg van deze verandering gezien.

3.5 Verandering vanwege externe ontwikkelingen

Facebook

De stads- en/of wijkkrant is voor veel gemeenten in Nederland het meest gebruikte communicatiekanaal. Toch neemt het gebruik van Facebook toe om wijkbewoners te informeren, te mobiliseren en te laten participeren. Tegelijkertijd wordt vanuit de praktijk bemerkt dat veel gemeenten ook via Facebook willen communiceren over diverse thema's (Fiets & Van de Schee & De Boer, 2016). Zo heeft de gemeente Rotterdam Binnenstad de meest favoriete Facebookpagina van alle gemeenten. Na een stevige campagne is deze Facebookpagina de afgelopen twee jaar gegroeid van 4.000 naar meer dan 20.000 volgers. Daarnaast daalde de gemiddelde leeftijd van de volgers met tien jaar. Een aanzienlijke verjonging en vergroting van het bereik.

*“De combinatie van print en digitaal
is steeds meer van belang”*

Edwin Bax van marketingcommunicatiebedrijf Only the Brave.

Digitaal lezen

Digitaal lezen is in opkomst, met een dagelijks aandeel van 20% van de Nederlanders. Gemiddeld genomen leest 39% van papier en 20% digitaal. Mannen (58%) en vooral hoger opgeleiden (40%) en respondenten in de leeftijd 20-49 jaar (56%) lezen meer digitaal dan van papier. Bij de vrouwen, 50-plussers en lager opgeleiden is de voorkeur andersom (Sonck & De Haan, 2015, p.35).

"Het zal dan misschien niemand verbazen dat 65-plussers televisie kijken tot ze erbij neervallen en jongeren elke dag uren met elkaar communiceren via hun mobiel, toch is het onderzoek (Sonck & De Haan, 2015) van grote waarde voor het voortbestaan van een gezonde journalistiek" (Kik, 2016).

Manier van communiceren

Met communiceren (bellen, e-mailen, SMS-en, appen, chatten en sociale media gebruik) is de gemiddelde Nederlander 1 uur en 6 minuten per dag bezig. Bijna de helft (48%) van deze communicatietijd gaat via de smartphone. De jeugd communiceert met 2 uur en 12 minuten per dag het meeste van alle leeftijdsgroepen.

De online informatie is ten opzichte van de (wijk)krant actueler en biedt de mogelijkheid om video's te plaatsen. Ook is het statische beeldmateriaal van hogere kwaliteit en er kan op ingezoomd worden.

Om de informatie van de inwoners over de stad en de daarmee samenhangende participatie door te laten gaan, is de crossmediale verspreiding van het wijknieuws noodzakelijk. Op deze manier zullen de gedrukte wijkkranten en het wijknieuws op DordtCentraal.nl naast elkaar blijven bestaan om elkaar te versterken.

“Internet wordt steeds belangrijker. Op internet kan het nieuws veel sneller gebracht worden, maar het is minder geschikt voor verdieping. Internet-berichten moeten tegenwoordig naadloos opgaan in de papieren krant. Het één kan niet zonder het andere” Bram Verbruggen, redacteur AD, februari 2016

3.6 Toepassing literatuur op de huidige situatie

De verschuiving van de wijkkrant naar de wijkkrant en het wijknieuws op DordtCentraal.nl is een verandertraject voor de wijkredacteurs door:

- uitbreiding van hun takenpakket;
- tijdsaspect (van eens per twee maanden een wijkkrant naar real time online content plaatsen);
- van taal naar taal en beeld (ook foto's en video's worden erbij geplaatst).

In een verandertraject gaat het om:

- creëren van draagvlak;
- gelegenheid;
- motivatie;
- capaciteit.

Deze vier punten worden meegenomen in het kwalitatieve onderzoek, in de vorm van een gesprekspuntenlijst voor interviews.

4. Resultaten en analyse van kwalitatief onderzoek

In dit hoofdstuk worden de resultaten en analyse van het kwalitatief onderzoek beschreven. Allereerst wordt beschreven hoe de gesprekspuntenlijst tot stand is gekomen. Daarna wordt de onderzoeksaanpak verantwoord. Vervolgens zijn de resultaten vanuit het kwalitatief onderzoek weergegeven en geanalyseerd. Ten slotte wordt weergegeven wat de betekenis is voor de beleving.

4.1 Verantwoording onderzoek

Voor de diepte-interviews worden zoveel mogelijk open vragen gesteld. Als er relevante informatie uit een vraag voortkomt, wordt er van de gesprekspuntenlijst (zie bijlage 1) afgeweken. De gesprekspuntenlijst is als checklist gebruikt en bestaat uit:

- persoonlijke vragen;
- onderlinge samenwerking in de wijkredactie;
- samenwerking met andere wijkredacties;
- communicatie en ondersteuning vanuit TIEN Plus;
- toekomstvisie (o.a. meedenken, meedoen, meebeslissen);
- motivatie/capaciteit/gelegenheid.

De interviews zijn gericht op het achterhalen van de motivaties en gedachten en vinden in afstemming met elkaar op een locatie waar de respondent zich prettig voelt. Door gebruik te maken van een gesprekspuntenlijst wordt gezorgd dat alle aspecten van het onderzoek aan de orde komen. De gemiddelde duur van de diepte-interviews was twee uur. Alle twaalf uitgewerkte gespreksverslagen zijn na te lezen in bijlage 2. Nu volgt de verantwoording van de onderzoeksaanpak.

Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid bij dit kwalitatieve onderzoek houdt in 'de mate waarin een meting onafhankelijk is aan toeval.' Dit betekent dat bij herhaling van het onderzoek, eenzelfde uitkomst geeft. Aangezien er vele toevalsbronnen zijn, is een volledige betrouwbaarheid niet te garanderen. Wel kunnen de gemaakte keuzen verantwoord worden (Baarda en De Goede, 2006).

In totaal zijn 12 van de 77 wijkredacteuren geïnterviewd verspreid over 9 van de 10 wijkredacties om een zo betrouwbaar mogelijk beeld te krijgen. Hiervan zijn 8 interviews individueel en 2 als duo-interview afgenomen. Na het afnemen van alle interviews werd een tendens in de antwoorden waargenomen. Hiermee was het **verzadigingspunt** bereikt.

Bij dit kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews werden deze afgenomen op het thuisadres van de geïnterviewde bij de 8 individuele interviews. Bij 2 duo-interviews werd dit op het thuisadres van één van beide afgenomen. Hierbij was de aangeschoven geïnterviewde bekend met het thuisadres en de andere geïnterviewde. Tevens waren beide geïnterviewden al aanwezig voor mijn aankomst op het adres. Hierdoor was een veilige omgeving. Vooraf werden alle geïnterviewden verteld dat er bij onduidelijkheden tussendoor vragen gesteld mochten worden. In de rol van interviewer, observator is ook op de lichaamstaal gelet of de vragen

die gesteld werden, begrepen werden. Was dit niet het geval, dan werd de onduidelijkheid verder toegelicht. Op die manier zijn alle gestelde vragen begrepen. Ook werden ze vooraf geïnformeerd dat het interview ongeveer anderhalf uur zou gaan duren, maar dat dit bij interessante informatie mogelijk langer kon worden. Zodoende was er voldoende tijd voor het interview, waardoor ze geen tijdsdruk ervaarden.

Validiteit

Een valide onderzoek meet wat het moet meten. Dit kwalitatieve onderzoek is valide op basis van **ecologische validiteit** omdat de onderzoeksresultaten overeenkomen met de praktijk van alledag. Bij kwalitatief onderzoek speelt de validiteit een veel grotere rol dan de betrouwbaarheid. Dit komt doordat bij het verzamelen van gegevens, de onderzoeker als het ware meegaat met de respondenten, de neutraliteit onder druk komt te staan. Door gebruik te maken van **triangulatie** – iets vanuit diverse invalshoeken bekijken – wordt de geldigheid van de onderzoeksresultaten versterkt (Baarda en De Goede, 2006). In dit onderzoek is naast de interviews met wijkredacteuren, ook een wijkredactievergadering bijgewoond. Daarnaast hebben er diverse gesprekken gevoerd met de communicatieadviseur van de gemeente Dordrecht en de coördinator van TIEN Plus. Hierdoor worden de onderwerpen vanuit diverse invalshoeken belicht.

4.2 Resultaten vanuit kwalitatief onderzoek

Persoonlijke vragen

De gemiddelde leeftijd van de wijkredacties is hoog (61 jaar). Maar liefst 8 van de 12 wijkredacteuren vallen in de leeftijdscategorie 61 tot en met 70 jaar. Unaniem wordt aangegeven dat er sprake is van verloop van redactieleden. Daarnaast blijkt uit de interviews dat het lastig is om een enkele jongere redacteur voor langere tijd aan een wijkredactie te binden. Slechts bij een wijkredactie zijn twee jongeren van 18 jaar actief.

Conclusie: De combinatie van hoge gemiddelde leeftijd, de beleving van een flink verloop binnen de redacties en weinig jongere redactieleden maken het lastig om de kennis en ervaring te kunnen borgen.

Gemiddeld is een wijkredacteur bijna 11 jaar actief binnen de wijkredacties.

Conclusie: Het hoge aantal jaren is een teken van loyaliteit. Anderzijds heeft het een negatief effect op de veranderbereidheid. De redacteuren ervaren dat ze al vele jaren succesvol op dezelfde wijze werken. Anderzijds is er al een hoop veranderd in de afgelopen 25 jaar, en deze doorgevoerde veranderingen worden al snel weer vergeten.

De wijkredacteuren mensen interviewen het leukst vanwege het persoonlijk contact, het enthousiasme zien en de bijzondere verhalen aanhoren. Vervolgens wordt het schrijven van teksten het opmaken en redigeren van teksten, mensen hun zelfvertrouwen teruggeven en andere mensen begeleiden als het leukste bestempeld.

Uit dit onderzoek blijkt dat alle ondervraagde redacteuren trots zijn op hun eigen wijkkrant en van mening zijn dat hun wijkkrant de mooiste is van heel Dordrecht.

Conclusie: Dit kan als kracht gezien worden, maar ook als een bedreiging om niet mee te gaan in de verandering.

Onderlinge samenwerking in de wijkredactie

De sfeer binnen de wijkredacties is over het algemeen goed, open en informeel. Wel ervaren de respondenten een flink verloop binnen de wijkredactie.

Noot: Bij navraag bij TIEN Plus wordt dit niet herkend. Dit doet echter niets af van de beleving van de respondenten.

De gemiddelde leeftijd wordt ook als hoog ervaren.

Conclusie: Data uit dit onderzoek bevestigen deze beleving. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 61 jaar.

Samenwerking met andere wijkredacties

Er wordt door de ondervraagde respondenten niet samengewerkt met andere wijkredacties. De behoefte aan samenwerking ontbreekt.

Conclusie: De behoefte hieraan ontbreekt, omdat de noodzaak tot samenwerking zich nog niet heeft voorgedaan. Er kan immers altijd in nood een beroep gedaan worden op TIEN Plus.

Communicatie en ondersteuning vanuit TIEN Plus

De helft van de respondenten heeft regelmatig contact met TIEN Plus. De nieuwsbrief wordt goed gelezen. De respondenten zijn tevreden over de inhoud en de frequentie van de verschijning. Vooral de aankondiging van trainingen worden gewaardeerd. Trainingen worden er voldoende gegeven, al mag het voor een enkele redacteur iets langzamer uitgelegd worden. Na mondelinge aankondiging hebben alle respondenten zeer veel belangstelling voor de vervolgbijeenkomst (redacteursborrel) waar de resultaten van dit onderzoek gepresenteerd zullen worden.

Conclusie: De resultaten geven een positieve beleving van de communicatie en ondersteuning vanuit TIEN Plus. Een enkele respondent uitte dat de uitleg tijdens een training haar te snel ging. Iets om rekening mee te houden. TIEN Plus kan dit doorgeven als aandachtspunt aan de trainers.

Toekomst: meedenken/meedoen/meebeslissen

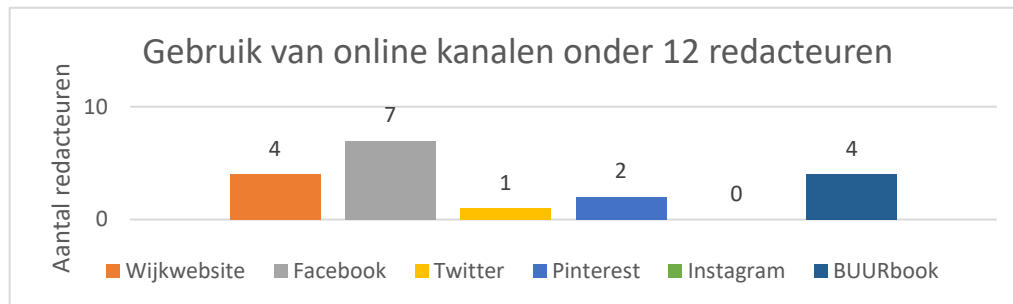
Vanuit de antwoorden van deze vragen van de factor C-aanpak¹ kan bekeken worden in hoeverre de respondenten willen meedenken, meedoen of meebeslissen.

Conclusie: Uit de interviews blijkt dat alle vrouwen willen meedenken over deze verandering. Dit is bij de mannen ook hoog (4 van de 5). Bij het meedoen in deze verandering scoren de vrouwen wederom hoger (5 van de 7) dan de mannen (3 van de 5). Opmerkelijk is dat de mannen op de vraag over meebeslissen over deze verandering hoger scoren (3 van de 5) dan de vrouwen (3 van de 7). Dit lijkt een bevestiging van het rolpatroon van man en vrouw.

¹ <http://www.communicatierijk.nl/vakkennis/f/factor-c>

In figuur 7 wordt het gebruik van een aantal online kanalen weergegeven.

Conclusie: Facebook, het wijknieuws op DordtCentraal.nl (Wijkwebsite) en BUURbook worden het meest gebruikt door de wijkredacteuren. Opvallend is dat mannen meer gebruik maken van het wijknieuws op DordtCentraal.nl (4 van de 5) dan de vrouwen (5 van de 7).



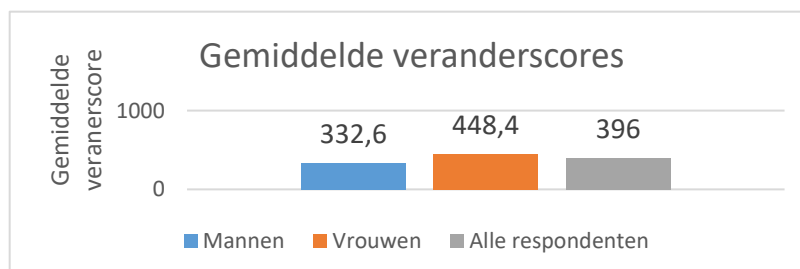
Figuur 7 Gebruik van online kanalen

BUURbook.nl is een onafhankelijk, sociaal online platform voor je wijk. Daar informeer je elkaar over wat er in je buurt gebeurt op sociaal, ruimtelijk en economisch gebied. De missie van BUURbook is: bewoners meer invloed laten krijgen op hun eigen buurt, door bewoners en professionals met elkaar te verbinden. Hier kunnen de redacteuren ook hun content plaatsen, polls uitzetten, oproepen plaatsen en activiteiten in de kalender plaatsen.

Motivatie/capaciteit/gelegenheid

Er zijn 12 gespreksverslagen van 7 vrouwen en 5 mannen uitgewerkt. Zoals eerder vermeld is de berekening van de veranderscore = capaciteit x motivatie x gelegenheid. Aan ieder onderdeel wordt minimaal 1 punt en maximaal 10 punten toegekend, waardoor de veranderscore tussen 1 en 1000 ligt. Voor de berekening van de gemiddelde veranderscore van de vrouwen, zijn de veranderscores van de vrouwen opgeteld en vervolgens gedeeld door het aantal vrouwen. De vrouwen hebben gemiddeld een hogere veranderscore (448,4) dan de mannen (322,6) (zie figuur 8).

Conclusie: De kans van slagen van de veranderaanpak is bij de vrouwen hoger. De gemiddelde veranderscore van alle respondenten is met 396 aan de lage kant, wat impliceert dat deze verandering op dit moment een lage kans van slagen heeft. De redacteuren snappen de verandering wel, denken de kennis en kunde in huis te hebben om in deze verandering mee te gaan, maar motivatie en gelegenheid scoren lager. Op de laatste onderdelen is het meeste effect te behalen en zal dus de meeste energie in gestoken worden.



Figuur 8 Gemiddelde veranderscores

Knelpunten

Er is unaniem angst voor de **vergrijzing** van de redacties en de verdwijning van de papieren krant. Dit kan als gevolg hebben dat er te **weinig (digitale) vaardigheden** onder de wijkredacteurs aanwezig is. De kwartaaluitgaven per wijk of twee wijken bij de krant van Dordt Centraal wordt als bedreiging ervaren bij 2 van de 12 redacteurs. Hierbij wordt de verwachting uitgesproken dat deze kwartaaluitgaven de wijkkranten gaan vervangen. Op termijn is de algemene verwachting onder de respondenten dat de **wijkkranten gaan verdwijnen**.

Conclusie: Bovenstaande angsten kunnen ingezet worden als 'worst case scenario' om het gevoel van urgentie te verhogen.

Een ander knelpunt is dat de wijkredacteurs **vrijwilligers** zijn die het werk doen omdat ze het leuk vinden om te doen. Zodra ze het niet meer leuk vinden, is de kans groot dat ze vertrekken. Dit zou een leegloop op de wijkredacties als gevolg kunnen hebben.

4.3 Betekenis voor beleving

Vanuit de resultaten wordt hier beschreven wat de verandering betekent voor de beleving bij de redacteurs. De vrijwillige redacteurs:

- zijn enorm **trots** op hun eigen wijkkrant en zijn **bang** dat deze zal gaan **verdwijnen** en zal verdrongen worden door de kwartaaluitgaven van de krant Dordt Centraal;
- zijn **bang** voor **vergrijzing** en ervaren het **verloop** van redacteurs **te groot**;
- hebben het gevoel **meer tijd achter de computer** door te gaan brengen;
- hebben tot nu toe **geen behoefte** en verwachten dit ook niet om met andere redactieleden van andere redacties **samen te werken**;
- **houden op** met hun redacteurschap als ze het **niet meer leuk** vinden;
- ervaren de **communicatie** vanuit TIEN Plus **positief** en **trainingen** moeten op individueel **tempo** afgestemd worden;
- **meedenken**: allemaal, op 1 man na; **meedoen**: 5 van de 7 vrouwen en 3 van de 5 mannen; **meebeslissen**: 3 van de 5 mannen en 3 van de 7 vrouwen;
- **capaciteit/kunnen**: op 1 man na, vinden ze zich **zeer capabel**;
motivatie/willen: op 2 mannen en 1 vrouw na, voelen ze zich **redelijk gemotiveerd**;
gelegenheid/mogen: op 2 mannen en 1 vrouw na, voelen ze zich **redelijk in de gelegenheid** om mee te gaan in de verandering;
- de **urgentie** van de verandering wordt ingezien maar nog niet ervaren.

Kansen/wensen

- ✓ meer diversiteit in redacties: cultuur, leeftijd, vaardigheden;
- ✓ minder werkdruk door toename van het aantal redactieleden;
- ✓ hoge loyaliteit van de vrijwillige redacteurs, lang redacteurschap;
- ✓ beleving van veel verloop lijkt niet realistisch te zijn; juiste informatie delen;
- ✓ knelpunten als 'worst case scenario' gebruiken om gevoel van urgentie te verhogen.

5 Conclusies

In dit hoofdstuk wordt per deelvraag een antwoord en een korte conclusie gegeven. Deelvragen 1a tot en met 2 worden vanuit eerdere informatie samengevat. Deelvragen 3 tot en met 6 worden hier voor het eerst beantwoord. Als laatste wordt de probleemstelling beantwoord.

5.1 Deelvraag 1a Wat is verandermanagement

Verandermanagement stelt medewerkers in staat om mee te gaan in een veranderproces, zodat organisatiedoelstellingen gerealiseerd kunnen worden. Het is een brug tussen de oplossingen en de resultaten, en gaat fundamenteel over mensen en onze collectieve rol van de transformerende verandering naar succesvolle resultaten voor organisaties (Hiatt & Creasy, 2012, p.1).

Een verandering bestaat uit twee onderdelen: een feitelijke verandering en een gedragsverandering. Deze factoren zijn niet van elkaar los te koppelen en maken beide integraal onderdeel uit van elk verandertraject (Van Ravenstein & Kok, 2014, p.133).

5.2 Deelvraag 1b Welke rol heeft communicatie bij verandermanagement

Het onderstaande model bestaande uit vier pijlers, gaat verder dan alleen communicatie over de verandering. Het maakt communicatie een integraal onderdeel van de veranderaanpak (Van Ravenstein & Kok, 2014, p.132). De vier pijlers zijn:

1. feitelijke en gedragsverandering integraal aanpakken;
2. rekening houden met individueel-, groeps- en organisatieperspectief;
3. aandacht geven aan willen, kunnen en mogen;
4. inrichten van een krachtige, verbindende coalitie.

De betekenisgeving aan het veranderingsproces is hierbij de trigger voor het verdere verloop van het veranderproces.

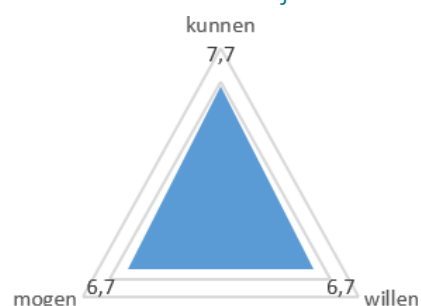
Voor de medewerkers die niet bij de besluitvorming betrokken zijn geweest, kunnen de veranderingen als onverwachts en onduidelijk overkomen. *“Het is daarom goed als hierbij communicatie wordt ingezet om mensen mee te nemen in het hoe en waarom van de verandering en ze waar mogelijk een rol te geven in het vormgeven ervan”* (Van Gils, 2015, p.10).

5.3 Deelvraag 2 Wat zijn de kritieke succesfactoren in een verandertraject

Het draagvlakmodel van Van Ravenstein en Kok (2014) maakt inzichtelijk in hoeverre er draagvlak is op het gebied van kunnen, willen en mogen veranderen.

Volgens Kotter en Cohen (2012) zijn de drie hoofdfasen:

- klimaat voor verandering scheppen;
- hele organisatie bij het proces betrekken;
- implementeren en volhouden.



Figuur 9 Draagvlakmeting
(Van Ravenstein & Kok, 2014)

Daarbij is het vertrekpunt van een verandertraject:

A. feitelijk en gedragsverandering integraal aanpakken;

B. rekening houden met individueel-, groeps- en organisatieperspectief.

5.4 Deelvraag 3 Wat is het krachtenveld waarin wijkredacteurs zich begeven

De wijkredacteurs bevinden zich in het krachtenveld met diverse stakeholders: de wijkredactie, TIEN Plus, de gemeente Dordrecht, een ondernemer of burger in de wijk. Deze stakeholders hebben er belang bij dat hun wijknieuws en -verhalen verspreid wordt.

De wijkredactie: de ene redacteur is bescheiden en kan het gevoel hebben van weinig zeggenschap; de andere redacteur pakt zijn rol met veel enthousiasme. TIEN Plus en de gemeente Dordrecht zijn ook onderdeel van het krachtenveld. TIEN Plus is in de rol van opdrachtnemer verantwoordelijk voor de uitvoering, de communicatie, het werven, faciliteren en begeleiden van de redacteurs. De gemeente Dordrecht is als subsidieverstrekker de opdrachtgever en heeft uiteindelijk de meeste invloed. Zonder subsidie kunnen de wijkredacties niet voortbestaan.

5.5 Deelvraag 4a Wat is de huidige beleving van wijkredacteurs

Uit het kwalitatief onderzoek onder de wijkredacteurs komt naar voren dat in de huidige beleving de urgentie van de verandering wel duidelijk is. Toch wordt de urgentie nog niet als een opwindende kans of als een groot risico ervaren, zoals Kotter (2008) dit zo treffende verwoordt. Bij 9 van de 12 redacteurs wordt enige vorm van urgentie gevonden, maar heeft nog niet bij alle 9 een emotionele betekenis gekregen. Intrinsiek leeft er meer het gevoel van 'de organisatie mag veranderen, als ik maar niet hoeft te veranderen'.

5.6 Deelvraag 4b Welke kansen/wensen en knelpunten zijn er

Kansen/wensen

Meer samenwerken met meer redactieleden met meer soorten vaardigheden. TIEN Plus zal meer redacteurs gaan werven hiertoe. De redacteurs kunnen ervoor kiezen om het online werken zelf te doen of door een collega te laten doen. Hierdoor ontstaat meer betrokkenheid/discipline binnen redacties.

Redactieleden met meer diversiteit qua leeftijd en achtergrond. Hierdoor wordt het nieuws vanuit een ander perspectief geschreven. Bijvoorbeeld: basisscholen in de wijk uitnodigen om zelf of leerlingen interessante content online te laten plaatsen.

Er kan veel meer en actueler content met nieuws waarde online gepubliceerd worden.

Meer respons van wijkbewoners. Door gebruik van sociale media kunnen lezers reageren.

Betere bezorging wijkkrant; ook bij wijkcentra en niet in papieren Dordt Centraal gevouwen.

Knelpunten

Weinig (digitale) vaardigheden als gevolg van de unanieme angst voor de **vergrijzing** van de redacties.

De kwartaaluitgaven per wijk of twee wijken bij de krant van Dordt Centraal wordt als bedreiging ervaren bij 2 van de 12 redacteuren. Hierbij wordt de verwachting uitgesproken dat deze kwartaaluitgaven de wijkkranten gaan vervangen.

Conclusie: Bovenstaande angsten kunnen leiden tot weerstand, maar kunnen ook ingezet worden als ‘worst case scenario’ om het gevoel van urgentie te verhogen.

Een ander knelpunt is dat de wijkredacteuren **vrijwilligers** zijn die het werk doen omdat ze het leuk vinden om te doen. Zodra ze het niet meer leuk vinden, is de kans groot dat ze vertrekken. Dit zou een leegloop op de wijkredacties als gevolg kunnen hebben.

5.7 Deelvraag 5 Wat is de gewenste situatie vanuit TIEN Plus

In de gewenste situatie vanuit TIEN Plus zijn de volgende partijen partners in de wijkcommunicatie: scholen, politie, ondernemers, zorginstellingen, woningbouwcorporaties en dergelijke. Daarbij is de wijkredacteur het aanspreekpunt en spil in het web. De wijkredacties bestaan uit redacteuren met meer soorten vaardigheden en door diversiteit een goede afspiegeling geeft van de wijkbewoners. Alle relevante informatie voor een wijk of aantal wijken wordt crossmediaal verspreid. Bij ieder potentieel artikel wordt niet alleen aan het wel of niet plaatsen in de wijkkrant gedacht, maar via welke kanalen het artikel verspreid wordt. De journalistieke kennis en ervaring van de wijkredacteuren worden geborgd door meer samen te werken en te leren van elkaar.

5.8 Deelvraag 6 Meest optimale communicatiestrategie

Bij dit verandertraject bestaat de meeste optimale communicatiestrategie uit de drie hoofdfasen van het achtstappenplan van Kotter en Cohen (2012), innovatief gecombineerd met de vier pijlers (A, B, a, b) van Van Ravenstein en Kok (2014, p.132). Deze twee pijlers zijn het vertrekpunt van dit verandertraject:

- A. feitelijke en gedragsverandering integraal aanpakken;
- B. rekening houden met individueel-, groeps- en organisatieperspectief.

De gecombineerde strategie ziet er als volgt uit:

1. een klimaat voor verandering scheppen:
 - a. aandacht geven aan willen, kunnen en mogen;
 - b. inrichten van een krachtige, verbindende coalitie.
2. een hele organisatie bij het proces betrekken;
3. implementeren en volhouden.

Verdere uitwerking van deze strategie is in hoofdstuk 6 te vinden.

Persoonlijk contact is een zeer communicatierijk middel. Het is hierdoor uitermate geschikt als communicatiemiddel in een communicatiestrategie bij een verandering. Om het groepsgevoel en het samenwerken te bevorderen is een groepsbijeenkomst met meedenkopdrachten geschikt. Daarnaast is het aanwijzen van ambassadeurs voor het bevorderen van de medewerking een goede communicatiestrategie.

5.9 Beantwoording van probleemstelling

Probleemstelling: *Met welke interne communicatiestrategie kan het verandertraject worden uitgevoerd zodat de wijkredacteuren naast de wijkkrant ook voor het wijknieuws op Dordt-Centraal.nl en andere online kanalen content verzorgen?*

Deze twee pijlers zijn het vertrekpunt van dit verandertraject:

- A. feitelijke en gedragsverandering integraal aanpakken;
- B. rekening houden met individueel-, groeps- en organisatieperspectief.

De interne communicatiestrategie ziet er als volgt uit:

1. een klimaat voor verandering scheppen:
 - a. aandacht geven aan willen, kunnen en mogen;
 - b. inrichten van een krachtige, verbindende coalitie.
2. een hele organisatie bij het proces betrekken;
3. implementeren en volhouden.

6 Advies

In dit hoofdstuk wordt het advies gegeven voor de meest optimale communicatiestrategie. Daarna volgen de aanbevelingen, de rol van TIEN Plus en een nader te onderzoeken extra vraag. Het implementatieplan geeft afsluitend een indruk van de geschatte benodigde middelen, tijd en kosten.

6.1 De meest optimale communicatiestrategie

Vanuit literatuurstudie en kwalitatief onderzoek wordt de volgende interne 3-trapscommunicatiestrategie geadviseerd voor dit verandertraject. Dit hele traject wordt gecommuniceerd onder de naam 'Schapetrots op Dordt'. Dordtenaren zijn schapekoppen en het woord schapetrots werd in 2014 tot het leukste Dordtse woord gekozen. Het is een samenvoeging van schapekop en apetrots.



Deze twee pijlers zijn het vertrekpunt van dit verandertraject:

- A. feitelijke en gedragsverandering integraal aanpakken;
- B. rekening houden met individueel-, groeps- en organisatieperspectief.

1. Een klimaat voor verandering scheppen

- Urgentiebesef vestigen, aandacht geven aan willen, kunnen en mogen:
 - * tijdens Jubileumbijeenkomst eind januari 2016 gestart;
 - * via de reguliere digitale Nieuwsbrief van TIEN Plus;
 - * in de afgenomen en toekomstige interviews ter monitoring van het draagvlak in de faciliterende rol van communicatieadviseur;
 - * tijdens interactieve redacteursborrel reacties op stellingen/vragen ophalen.
- Coalitie vormen:
 - * vooroverleg met ambassadeurs, Schapetrotse redacteurs;
 - * ambassadeurs een Schapetrotse rol geven door hun ervaringen te delen bij redacteursborrel en binnen eigen wijkredactie;
 - * redacteurs laten reageren of reacties van redacteurs vragen;
 - * luisteren, samenvatten en doorvragen op de redacteursborrel;
 - * werkgroepen per thema organiseren.

2. De hele organisatie bij het veranderproces betrekken

- Communicatie:
 - * iedere dinsdagochtend (10.00-11.00) en donderdagavond (19.00-20.00) inloopuur bij TIEN Plus voor persoonlijke Schapetrotse vragen;
 - * frequentere digitale Nieuwsbrief met thema 'Schapetrots op Dordt';
 - * besloten Facebookpagina 'Schapetrots op Dordt' voor vragen, kennisdeling en interactie tussen wijkredacteurs.

- Draagvlak creëren:
 - * korte termijnsuccessen realiseren en vieren met Schapetrots koffie met taart;
 - * tussentijds monitoren door respondenten kort te interviewen.
- 3. Implementeren en volhouden
 - Verankeren van de verandering:
 - * trainingen organiseren die aansluiten op de thema's van de werkgroepen: 'Wat wil jij schapetrots bereiken?', 'Groepsbereik schapetrots versterken', 'Naar een schapetrots Dordts bereik';
 - * excursies naar de redactie van het Algemeen Dagblad, RTV Dordrecht, Fotografencafé: Schapetrots in gesprek, Schapetrots filmen, Schapetrots in beeld;
 - * online monitoren van het crossmediaal plaatsen van content;
 - * monitoren of verandering aanslaat - respondenten kort interviewen in de eindfase.

Om het verandertraject succesvol te doorlopen, krijgen de innovators en early adopters een **ambassadeurs**rol te geven. De innovators en early adopters hebben een hoge veranderscore (zie bijlage 3). De ambassadeurs worden door het wijkcommunicatieteam (senior communicatieadviseur van de gemeente Dordrecht, coördinator van TIEN Plus en ondergetekende) aangewezen. Hierbij wordt gekeken naar de veranderscore en de geplaatste content van de wijkredacteurs op het online wijknieuws en andere interactieve online kanalen. In oktober zal als vervolg op de jubileumbijeenkomst van afgelopen januari, een wijkredacteursborrel gehouden worden.

6.2 Aanbevelingen

Er zal door TIEN Plus zo snel mogelijk een wervingscampagne opgezet moeten worden voor het werven van nieuwe redacteurs. Zonder nieuwe redacteurs wordt het verandertraject een trager proces. Er zijn meer redacteurs met meer vaardigheden nodig.

Vanwege de gewenste gedragsverandering, ligt de focus op het persoonlijke communicatie en interactie met andere redacteurs. Hiervoor worden onder andere de redacteursborrel, de inloopuren bij TIEN Plus en de werkgroepen georganiseerd. Tijdens deze redacteursborrel hebben de ambassadeurs een belangrijke rol. Zij krijgen de ruimte en gelegenheid om aan alle aanwezigen hun ervaringen te vertellen over het verandertraject. Op dit soort informele momenten waarbij de redacteurs samenzijn is het goed om de bevindingen van de werkgroepen te bespreken. Zodoende wordt er extra aandacht besteed aan de factoren motivatie en gelegenheid. De persoonlijke communicatie wordt ondersteund door het frequenter verspreiden van de digitale nieuwsbrief met het thema 'Schapetrots op Dordt' tijdens het verandertraject.

Binnen dit traject worden op diverse momenten een aantal factoren gemonitord. De respondenten worden geïnterviewd om een nieuwe draagvlakmeting te berekenen. Daarnaast wordt ook gevraagd of er nog ergens behoefte aan is, hoe het verandertraject 'Schapetrots op Dordt' ervaren wordt. Dit om te voortgang van het verandertraject te monitoren en om zo nodig de communicatieaanpak aan te passen.

6.3 Rol van TIEN Plus

De gemeente Dordrecht is als subsidieverstrekker de opdrachtgever van dit verandertraject. TIEN Plus is in de rol van opdrachtnemer verantwoordelijk voor de uitvoering en de communicatie. Om dit verandertraject succesvol te doorlopen zal TIEN Plus zich inzetten om:

- op korte termijn een wervingscampagne te beginnen voor nieuwe redacteurs;
- trainingen, excursies en bijeenkomsten organiseren;
- informatie over het verandertraject te verspreiden in de nieuwsbrief voor redacteurs;
- hun kantoorruimte beschikbaar stellen voor onderlinge ontmoetingen of samenwerking;
- redacteurs te blijven werven, faciliteren en ondersteunen;
- signalen vanuit de redacties in het wijkcommunicatieteam bespreken;
- de opgestelde 'huisregels' aan te passen en te communiceren.

6.4 Extra vraag

Een aanvullend advies is om onderzoek te doen of er in het CMS WordPress een chatfunctie kan komen. Dit om makkelijker tot meer interactie en onderlinge samenwerking tussen de redacteurs mogelijk te maken. Door een ander redactielid te chatten of deze het artikel offline nog even door wil doorlezen en van feedback wil voorzien. Zo kan eventuele schroom om een artikel meteen online te zetten, weggenomen worden. Hierdoor stijgt de waarde 'gelegenheid' voor de redacteur om in deze verandering mee te gaan.

6.5 Implementatieplan

De invulling van de strategie ziet er in hoofdfasen als volgt uit:

Fase 1 – Klimaat van verandering scheppen

Deze fase is vanaf januari 2016 al gestart maar is nu nog noodzakelijk omdat de redacteurs de urgentie wel inzien maar nog niet ervaren.

Periode: september t/m november 2016

Fase 2 – Hele organisatie betrekken

Via allerlei communicatiemiddelen als de nieuwsbrief, redacteursborrel, trainingen wordt de hele organisatie betrokken bij het verandertraject 'Schapetrots op Dordt'.

Periode: oktober 2016 t/m mei 2017

Fase 3 – Implementeren en volhouden

Periode: april 2017 t/m juli 2017

In oktober wordt er een redactieborrel voor alle wijkredacteurs, potentiële wijkredacteurs en geïnteresseerden georganiseerd. Deze wordt breed aangekondigd via de digitale nieuwsbrief, de wijkenwebsite en andere online kanalen, via advertenties in de wijkkranten en de Dordt Centraal-krant. De wijkredacteurs zelf krijgen de uitnodiging per post thuis gestuurd voor een hogere attentiewaarde dan een uitnodiging per email.

Deze redacteursborrel is een vervolg van de jubileumbijeenkomst van januari 2016 waarin de gewenste verandering besproken is. Tijdens de redacteursborrel zullen de uitkomsten

van dit onderzoek aan de aanwezigen gepresenteerd worden. Tevens worden de genodigde ambassadeurs gevraagd om hun ervaringen te vertellen over de nieuwe manier van werken. Vervolgens zal op een interactieve manier de redacteuren gevraagd om mee te denken en mee te doen. In de zaal zal op diverse plekken op de muur een aantal vragen of stellingen worden geplakt. Hier mogen de redacteuren met memoblaadjes hun antwoord of reactie erbij plakken. De antwoorden worden geclusterd en plenair besproken. Zodoende hebben alle redacteuren alle betekenisgevingen van andere redacteuren ook gezien en gehoord. Door actief mee te denken en mee te doen, voelen de redacteuren zich meer betrokken bij dit verandertraject.

Er zal geregeld worden gemonitord wat de veranderscore en de (opleidings-)behoefte is van de respondenten. Ook zal gemonitord worden wat er online geplaatst wordt aan content. Tussentijdse successen zullen het liefst persoonlijk, maar ook via de nieuwsbrief worden gedeeld.

Een bondig implementatieplan is te vinden in bijlage 11.

Bibliografie

Boeken

Baarda, D.B. & de Goede M.P. (2006). *Basisboek methoden en technieken: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwantitatief onderzoek*.

Boer, M. (2012). *Handboek voor de interne communicatiespecialist*. Groningen/Houten: Noordhoff uitgevers.

Van Gils, V. (2015). *Veranderen. Zo communiceer je dat!* Amsterdam: Adfo Groep.

Hiatt, J.F. & Creasy T.J. (2012). *Change management. The People Side of Change*. Loveland, Colorado, USA: Prosci Inc.

Koeleman, H. (2006). *Interne communicatie bij verandering*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Kotter, J.P. (2008). *A sense of urgency*. Boston: Harvard Business Press.

Kotter, J.P. & Cohen, D.S. (2002). *The heart of change - Real life stories of how people change their organizations*. Boston: Harvard Business Press.

Pater, L. & Schuurman M. (2010). *Communicatie en implementatie*. Den Haag: Boom uitgevers.

Van Ravenstein, I. & Kok, G. (2014). *IC in 3D*. Amsterdam: Adfo Groep.

Reynaert, I. & Dijkerman, D. (2009). *Basisboek crossmedia concepting*. Den Haag: Boom onderwijs.

Stoter, A. (1997). *De communicerende organisatie*. Utrecht: Uitgeverij Lemma BV.

Vogelaar, G. (2014). *De enthousiasme trilogie*. Amsterdam: Adfo Groep.

Digitale bronnen

Fiets, I. & Schee, S. van de & Boer, H. de (2016). *Gemeenten, zo betrek je met Facebook inwoners bij je project [cases]*. Opgehaald op 3 december 2016 van https://www.frankwating.com/archive/2016/04/13/gemeenten-zo-betrek-je-met-facebook-inwoners-bij-je-project-cases/?utm_source=Measuremail&utm_medium=wekelijkse-nb&utm_campaign=

Kasem, A. & Waes, M.J.F. van & Wannet, K.C.M.E. (2015). *Anders nog nieuws? Scenario's voor de toekomst van de journalistiek* Opgehaald op 9 juni 2016 van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2015/06/01/scenario-s-voor-de-toekomst-van-de-journalistiek>

Kik, Q. (2016). *Het wonder van het SCP-onderzoek* Opgehaald op 23 december 2016 van <https://www.svdj.nl/nieuws/het-wonder-van-het-scp-onderzoek/>

Loon, W. van (2014). 'Door stress die langdurige schulden opleveren, daalt je IQ gemiddeld met 13 punten'. Opgehaald op 7 oktober 2015 van <http://www.nrc.nl/next/2014/11/15/door-stress-die-langdurige-schulden-opleveren-da-1437996>

Sonck, N. & Haan, J. de (2015). *Media:tijd in beeld*. Opgehaald op 22 december 2016 van http://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2015/Media_tijd_in_beeld

Factor C, communicatie in het hart van beleid (n.d.). Opgehaald op 3 juni 2016 van <http://www.communicatierijk.nl/vakkennis/f/factor-c>

Artikelen

Warmstecker, A. & Vuuren, M. van (2011). *Impliciete en expliciete communicatiestrategieën tijdens organisatieveranderingen: een casestudie naar de implementatie van een Shared Service Center binnen de publieke sector* Opgehaald op 16 juni 2016 van <http://purl.utwente.nl/publications/83696>. Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, 39 (4). pp. 42-57.

Bijlage 1 Gesprekspuntenlijst diepte-interview

Gesprekspuntenlijst diepte-interview

Introductie: Ik zal mezelf eerst even voorstellen. Ik studeer af voor mijn opleiding Communicatie aan de Hogeschool Rotterdam over het professionaliseren van de wijkcommunicatie. Hierbij is het borgen van de aanwezige journalistieke kennis en ervaring noodzakelijk. De vraag is: Hoe kan de wijkcommunicatie worden geprofessionaliseerd zodat het zoveel mogelijk lezers bereikt en over 10 jaar nog bestaat. De subsidie voor de wijkcommunicatie is immers onzeker in tijden van bezuinigingen. Alle gegevens zullen anoniem verwerkt worden. Alles wat tussen ons besproken wordt, zal vertrouwelijk behandeld worden. Als je tussendoor iets te binnen schiet of ergens op terug wilt komen, doe dat dan vooral. Als iets je niet duidelijk is, geef dit dan gerust aan. Neem de rust en de tijd om over de vragen na te denken. Het gaat om jouw persoonlijke beleving.

Verandering: van product-denken (wijkkrant) naar content verspreiden via allerlei kanalen.

Persoonlijk

- naam, leeftijd, opleiding/ervaring
- hoelang redactielid, reden aanmelding
- wat doe je zoals, wat vind je het leukste, wat zou je willen veranderen/verbeteren en hoe

Onderling in de wijkredactie

- taak in wijkredactie, sfeer onderling, op welke manier contact onderling, gewenste manier contact
- een artikel/foto/video plaatsen - wie bepaalt wat wel/wat niet, waar, hoe, welke inhoud
- verloop in redactie, continuïteit

Samenwerking met andere wijkredacties

- contact met andere redactieleden van andere wijkredacties, op welke manier contact, zou je meer samen willen werken

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

- veel contact met TIEN Plus, op welke manier, voldoende
- via welke weg ontvang je het liefst je informatie
- ga je naar trainingen, hoe vaak, tevreden over, training WordPress gevolgd
- lees je de nieuwsbrief, wat verwacht je van de nieuwsbrief, tevreden over
- woon je bijeenkomsten bij, was je bij jubileumbijeenkomst 27 jan., waarom niet/wat is je bijgebleven, zou je naar een vervolgbijeenkomst gaan

Toekomst

- wat weet je van de verandering (kunnen), heb je een beeld bij wat dat betekent voor de wijkkrant, meedoen of hakken in het zand, waarom/in hoeverre: meedenken, meedoen, meebeslissen
- snap je de urgentie
- stel je voor dat de subsidie stopt of het aantal lezers van de wijkkrant neemt enorm af ...

- samenwerken met anderen/lokale journalisten, van (alleen) papier naar alle digitale wegen (gebruik van wijkwebsite Dordt Centraal, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, BUURbook)
- wat gebruik je wel en wat niet van de genoemde digitale wegen
- hoe blijf je aantrekkelijk, vernieuwing/continuïteit/open staan voor ...

Heb je zin in deze verandering? (willen/motivatie) Met een rapportcijfer tussen de 1-10 te waarderen. (leuk vinden, belang ervan inzien, (verwachte) voldoening, waardering/erkenning)

Kun je in deze verandering meegaan? (kunnen/capaciteit) Met een rapportcijfer tussen de 1-10 te waarderen. (fysiek, intelligentie, verandering/hoe/waar snappen, goede hulpmiddelen)

Zie je jezelf meewerken (mogen/gelegenheid) aan deze verandering? Met een rapportcijfer tussen de 1-10 te waarderen. (voldoende tijd, omgeving: temperatuur, weer, hoeveel licht, werkplek)

Bijlage 2 Interviewverslagen redacteurs

Interviewverslag respondent 1

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Wijkredactie: De Polderkrant

Locatie: thuisadres van respondent 1

Datum: 21 april 2016

Aanvang: 16.00 uur

Duur: 2:15 uur

Datum verslag: 21 april 2016

Persoonlijk

Zij is een vrouw van 51 jaar. Ze heeft zich ongeveer 4-5 jaar geleden aangemeld als redactielid bij de Polderkrant. Ze is gevraagd door een vrouw bij de loopgroep, omdat ze redactieleden tekort hadden. Ze interviewt mensen of bedrijven. Via de mail ontvangt ze suggesties voor artikelen. Ze maakt zelf de foto's. Interviews afnemen vindt ze het leukste om te doen vanwege het persoonlijke contact en het enthousiasme van de mensen. Ze zou het lettertype van de wijkkrant willen veranderen, maar de opmaker van de krant wil dit niet veranderen. Op bijeenkomst van het 15 jarig bestaan van TIEN Plus heeft de redactie als feedback gekregen dat het lettertype niet goed is.

Onderling in de wijkredactie

Henk is de hoofdredacteur. Jan is penningmeester en doet de opmaak. Het contact onderling goed en is vaak per mail, messenger of ze gaat even persoonlijk langs bij redactielid. Foto's worden beoordeeld door Jan. Henk leest de artikelen door en bepaalt op welke bladzijde het geplaatst wordt. Via de mail ontvangt Henk berichten waaruit hij de persberichten filtert. Via Henk ontvangt ze onderwerpen. Een aantal oudere redactieleden zijn de afgelopen afgevalen. Via oproepje in de Polderkrant komen er dan weer nieuwe leden bij. Ze vindt het verloop van de redactie flink.

Samenwerking met andere wijkredacties

Ze heeft geen contact met andere redacties en heeft hier tot nu toe ook geen behoefte aan.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Ze heeft geen contact met TIEN Plus, maar ontvangt af en toe mail voor trainingen. Ze heeft cursus Journalistiek voor beginners en gevorderden gevolgd bij Frits Baarda, training WordPress. Ze ontvangt de nieuwsbrief van SSKW met diverse cursussen. De nieuwsbrief van TIEN Plus leest ze, vindt ze heel interessant, verschijnt frequent genoeg en is ze tevreden over. Ze is naar de bijeenkomst bij de Prinsemarij geweest over het samengaan met Dordt Centraal en de bijeenkomst 25 jaar journalistiek. Ze vond het erg gezellig en heeft workshop Interviewen gevolgd. Ze heeft interesse in vervolgbijeenkomst.

Toekomst

Ze weet van de verandering dat het samengaan met Dordt Centraal kostendrukkend is. Dordt Centraal regelt 1 pagina advertenties in de krant i.p.v. TIEN Plus. Ze wil meedenken en meedoen, niet meebeslissen. Aantrekkelijk blijven vindt ze lastig, ze weet niet wat andere mensen interessant vinden. Ze denkt dat door het werven van redactieleden voor de website er een verjonging zal plaatsvinden. Ze denkt dat jongeren dingen vanuit een ander perspectief zien dan ouderen. Ze heeft nog een idee: de gemeente schrijft scholen aan om kinderen uit groep 8 over een bepaald onderwerp/thema een opstel te laten schrijven dat op de website geplaatst kan worden. Ze vindt dat jongeren meer open staan voor digitale toepassingen. Ze heeft een duidelijk urgentiebesef en wil er met veel plezier aan meewerken. Ze gebruikt het wijknieuws op DordtCentraal.nl, Facebook en Pinterest. Ze maakt geen gebruik van Twitter, Instagram en BUURbook.

Ze geeft zin in deze verandering een 9. Daardoor komt het nieuws sneller bij de mensen en wordt het wijknieuws op DordtCentraal.nl gelezen door andere mensen dan de lezers van de wijkkrant. Misschien een groter bereik te behalen, wat ze belangrijk vindt en leuk. Het nieuws kan nu sneller verspreid worden.

Ze geeft meegaan in deze verandering een 9. Ze heeft een goede begeleiding gehad en zeervaart het als niet heel erg ingewikkeld. Als ze iets ziet of meemaakt in de wijk, kan ze het thuis meteen op de wijkweb-site zetten.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 9. Bij voldoende tijd, wil ze graag meewerken. Iets op de website plaatsen kost haar niet veel tijd en is zo gedaan.

Het gesprek verliep heel ongedwongen en spontaan. Ze voelde zich duidelijk op haar gemak. Ze is heel benieuwd naar de uitslag van dit onderzoek. We waren samen in haar huis, dus de rust en ruimte om een goed 1-op-1-gesprek te kunnen hebben.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteurs gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 2

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Wijkredactie: De Polderkrant

Locatie: thuisadres van respondent 2

Datum: 21 april 2016

Aanvang: 20.00 uur

Duur: 2.15 uur

Datum verslag: 22 april 2016

Persoonlijk

Hij is 58 jaar en is 19 jaar geleden via een flyer in de brievenbus bij de redactie gekomen. Op de folder werden redacteuren gevraagd voor de als laatste op te richten wijkredactie van de wijkkrant voor de wijk Stadspolders. Nu zijn er in totaal 10 wijkkranten in Dordrecht. Eind 1995 kwam hij vanuit Botswana naar Nederland. In eerste instantie was hij tijdelijk in Nederland. Hij had geen baan en ging solliciteren voor ontwikkelingswerk. Hier vond hij geen werk in en besloot om in Nederland te blijven. Dat was het moment dat hij de flyer in de brievenbus kreeg. Hij dacht op deze manier de wijk en de mensen in de wijk te leren kennen. Hij is werkzaam bij de gemeente Rotterdam.

Hij is de hoofdredacteur van de wijkkrant. Interviewen vindt hij het leukst om te doen. Hij is van mening dat De Polderkrant moet gaan over de wijk en moet geen kookrubriek worden. Hij mist respons, ingekomen brieven en mails van wijkbewoners en ondernemers. Hij heeft als enige een fulltime baan binnen de redactie, waardoor hij weinig tijd heeft voor zijn hoofdredacteurschap. Hij is trots op De Polderkrant en vindt het heel leuk om er aan mee te werken.

Onderling in de wijkredactie

Hij ervaart de sfeer in de wijkredactie als open en informeel. Soms komen uit persoonlijke gesprekken leuke onderwerpen voor de wijkkrant. Eenmaal per drie weken vergadert de wijkredactie. Het onderling contact verloopt hoofdzakelijk via de mail. Hij bewaakt de kwaliteit en beslist wat wel en niet geplaatst wordt. Alle artikelen moeten over de Stadspolders gaan is hij stellig van mening. Hij plaatst bijvoorbeeld geen kinderactiviteiten in een andere wijk. Hij ervaart een flink verloop in de redactie. Gemiddeld blijft een redactielid 5 tot 10 jaar. Bij te weinig redactieleden kan TIEN Plus artikelen aanleveren om eventuele gaten op te vullen. Of hij laat een oproepje plaatsen in De Polderkrant. Hij denkt dat De Polderkrant vooral door ouderen goed gelezen wordt en weinig door jongeren. Wel zegt hij stellig dat De Polderkrant in ieder geval beter gelezen wordt dan Dordt Centraal.

Samenwerking met andere wijkredacties

Hij heeft geen contact met andere redactieleden van andere wijkredacties. Hij heeft hier geen behoefte aan.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Hij heeft weinig contact met TIEN Plus. Hij ontvangt de nieuwsbrief en leest de interessante stukken ervan. Hij gaat naar bijeenkomsten als het hem interessant lijkt en als hij er tijd voor heeft. Hij heeft cursussen Journalistiek voor beginners en gevorderden gevolgd. Ook was hij aanwezig bij de jubileumbijeenkomst, waar hij de workshop Interviewen bij Frits Baarda heeft gevolgd. Training WordPress heeft hij niet gevolgd. Recentelijk heeft hij geen trainingen meer gevolgd maar hij adviseert nieuwe redactieleden de trainingen wel aan. Hij leest de nieuwsbrief van TIEN Plus en is tevreden over de inhoud en de frequentie van de verschijning. Voor hem moet een vervolgbijeenkomst op de jubileumbijeenkomst iets opleveren om er naartoe te gaan, want het kost hem tijd en energie.

Toekomst

Hij ziet de verandering vooral in de samenwerking met Dordt Centraal. Deze samenwerking ziet hij als een win-win-situatie. De wijkenwebsite ziet hij als een toevoeging op De Polderkrant en daarmee een groter bereik.

Hij wil wel meedenken, maar niet meedoen of meebeslissen. Hij ziet zichzelf niet als voorbeeldfunctie. Wel wijst hij nieuwe wijkredacteuren op het feit dat ze een trainingen WordPress kunnen volgen. Hakken in het zand zet hij niet, want dat is tegenwerken. Hij heeft vooral geen zin om thuis nog veel op de computer te gaan werken. Hij kiest duidelijk voor de papieren wijkkrant.

Hij heeft wel het urgentiebesef voor de verandering, maar laat dit aan anderen over.

Hij gebruikt geen van alle online kanalen: wijkwebsite, Facebook, Pinterest, Twitter, Instagram en BUURbook.

Hij geeft zin in deze verandering een 3. Hij ziet het belang in van de verandering. Het is goedkoper, geen druk- en bezorgkosten en een groter (maar ook ander) bereik/doelgroep. Hij heeft er geen zin in als de wijkkrant door deze verandering verdwijnt. Hij leest zelf de papieren krant en is trots op het fysieke product waaraan hij meegewerkt heeft. Hij voelt die trots minder bij een digitale krant.

Hij geeft meegaan in deze verandering een 9. Als hij zou willen, kan hij meegaan in de verandering. Maar hij heeft niet veel met computers, dus laat hij het liever door iemand anders doen.

Hij geeft meewerken aan deze verandering een 2. Hij heeft er wel de tijd voor, maar geen zin in. Hij voelt totaal geen emotie/trots bij een digitale krant. Hij besteedt dan liever zijn tijd aan dingen die hem wel een trots gevoel geven.

Het gesprek begon goed met de algemene vragen. Hij komt als persoon open over, maar bij het doorvragen op zijn gegeven antwoorden bleef hij vaak in herhaling vallen en kwam ik niet verder. Alsof hij het niet anders wist te verwoorden of nooit verder nagedacht had over de beweegredenen die aan zijn antwoorden ten grondslag liggen. Door hem rust en ruimte te

geven kwam ik bij het afsluiten van het interview tot de eindconclusie dat 'hij het doen belangrijker vindt dan het doel'. Hierop reageerde hij opgelucht en bevestigend. Zo is het! Hij is benieuwd naar de uitslag van dit onderzoek.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteurs gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 3

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Wijkredactie: Wielwijk Ahoy!

Locatie: thuisadres van respondent 3

Datum: 29 april 2016

Aanvang: 14.30 uur

Duur: 2.20 uur

Datum verslag: 1 mei 2016

Persoonlijk

Hij is 63 jaar oud en is DTP'er bij de OAD. Hij zoekt nu naarstig naar een betaalde baan en hoopt door het wijkredacteurschap veel contacten te leggen en zodoende makkelijker aan betaald werk te komen.

Hij heeft eerst in de redactie van Dubbeldam gezeten, maar had het daar niet zo naar zijn zin. Toen naar redactie van Wielwijk gegaan. Hij ziet de kwartaaluitgaven per wijk of twee wijken bij de krant Dordt Centraal als de grootste bedreiging voor de wijkkranten. Hij doet de opmaak, neemt interviews af en maakt zelf foto's. Opmaken vindt hij het leukst om te doen. Qua redactie kijken ze vooruit in plaats van een terugblik te geven. Hij heeft de cursussen Journalistiek voor beginners en gevorderden gedaan bij Frits Baarda en kreeg daar veel praktijkopdracht.

Onderling in de wijkredactie

De sfeer op de redactieleden onderling is echt heel leuk. Officieel zijn er vijf redactieleden. Karel bepaalt op welke pagina het stuk komt te staan; de voorpagina bepaalt de redactie samen. Hij maakt vooral de verbinding met de verschillende partijen en mensen. Hij en Cees maken vaak de foto's voor de artikelen. Hij vindt mensen hun zelfvertrouwen teruggeven het allerleukst. Jonge mensen aantrekken is lastig. Ze blijven niet. Hij wil wel een verjonging in de redactie(s).

Samenwerking met andere wijkredacties

Er is geen samenwerking met andere redacties. Ze komen nooit mensen tekort. Wel baart de gemiddeld hoge leeftijd hem zorgen.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Contact met TIEN Plus is sinds de verhuizing naar hun tijdelijk onderkomen moeilijker. Er is in zijn beleving een magere bezetting. Hij heeft alle mobiele telefoonnummers opgevraagd om beter en makkelijker contact te kunnen maken. Alle tekenaars van andere redacties heeft hij gebruikt voor zijn stripalbum.

Toekomst

Hij denkt dat over twee jaar de wijkkranten niet meer bestaan en overgegaan zijn in de kwartaaluitgaven bij de Dordt Centraal krant.

Hij maakt gebruik van het wijknieuws op DordtCentraal.nl en Facebook. Hij maakt geen gebruik van Twitter, Pinterest, Instagram en BUURbook. BUURbook gebruikt hij niet, want hij kan er niet voor in staan dat hij alle berichten kan beantwoorden. Hij stelt zichzelf als doel om iedere week een stukje op het wijknieuws op DordtCentraal.nl plaatsen.

Hij wil meedenken, meedoen en meebeslissen.

Hij geeft zin in deze verandering een 8. Hij plaatst al volop artikelen en foto's op het wijknieuws op DordtCentraal.nl. Hij is enthousiast.

Hij geeft meegaan in deze verandering een 8. Lichamelijk en geestelijk kan hij met de media-veranderingen meegaan.

Hij geeft meewerken aan deze verandering een 8. Hij werkt al volop mee aan het wijknieuws op DordtCentraal.nl. Hij heeft het liefst een werkplek bij Dordt Centraal, om beter tot zijn recht te kunnen komen.

Het gesprek verliep heel open en gemoedelijk. In het begin zat zijn vrouw schuin achter mij een kopje koffie te drinken om te horen hoe dit interview zou verlopen. Later vertelde hij dat ze aanwijzingen had gegeven als dit nodig had geweest. Blijkbaar vond ze dat het interview in haar beleving goed verliep en vertrok ze toen haar koffie op was. Hij heeft zijn werkplek na het interview nog laten zien en het werk wat hij als DTP'er verricht.

Hij bevestigde na het interview dat zijn grootste drijfveer is: veel contacten leggen om betaald werk te krijgen.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 4

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 4

Datum: 2 mei 2016

Aanvang: 15.30 uur

Duur: 2.10 uur

Datum verslag: 3 mei 2016

Persoonlijk

Ze is 60 jaar en is vanaf 2008 (8 jaar dus nu) wijkredacteur bij de Staartenaar. Ze heeft gereageerd via een oproepkaartje dat bij de wijkkrant zat. Ze is eindredacteur en doet de opmaak in Indesign. Dit programma wordt verstrekt via TIEN Plus. Ze is histologisch analiste bij het Erasmus Ziekenhuis en is daarnaast ook vertaler/tolk. Door het redactiewerk heeft ze de wijk en de mensen leren kennen. Het leukst vindt ze om een nieuwe, mooie volledige krant te maken. De Staart heeft al een eigen Facebookpagina. Actuele informatie of als er teveel content is voor in de wijkkrant, wordt dit op de Facebookpagina geplaatst.

Onderling in de wijkredactie

De redactie bestaat uit enthousiaste mensen. Ze zijn allemaal 55 jaar of ouder. Informatie over activiteiten van andere groeperingen zijn moeilijk te krijgen. Ze wil hiervoor meer diversiteit in de redactie. Onderling hebben ze veel contact via een WhatsApp-groep, redactievergadering, mail en telefoon. De redactie bestaat nu uit 4 actieve leden. Iedereen mag op Facebook plaatsen van de redactie. Hoe de wijkkrant eruit komt te zien wordt samen bepaald tijdens de redactievergadering. Ze hoopt binnenkort bij een evenement jongere redactieleden te kunnen werven. Reacties op de wijkkrant krijgt ze vooral persoonlijk op straat. Men weet dat zij van de wijkkrant is. Turkse pubers herkennen haar en roep Catweazle naar haar op straat. Hierdoor weet ze dat ze haar column over Catweazle (haar kat) lezen in de Staartenaar.

Samenwerking met andere wijkredacties

Ze heeft nauwelijks samenwerking met andere redacties. Via TIEN Plus kan ze een beroep doen op een stadsjournalist. Foto's van Jeroen Niemeijer en Sander van Kempen mag ze van hun Facebookpagina's afhalen en gebruiken onder vermelding van hun naam.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

TIEN Plus verspreidt berichten via Twitter. Met TIEN Plus heeft ze vooral contact met Rinus de Regt via mail, telefoon. Ook is Rinus altijd bij de laatste checkavond met de hele redactie. Ze ontvangt de nieuwsbrief en leest die ook. Trainingen volgt ze volop. Bij de jubileumbijeenkomst in januari 2016 kon ze niet bij aanwezig zijn omdat ze griep had. Zelf ontvangt ze bij voorkeur informatie via mail, tv en internet.

Toekomst

Ze is voor BUURbook ook vanwege de interactie. Zolang de ontwikkeling de communicatie verbetert, doet ze er graag aan mee. Ze is bang voor afbraak door bezuiniging. WordPress vindt ze niet gebruiksvriendelijk om mee te werken. WordPress heeft een te klein kader om in te werken. Het programma vindt ze moeilijk, zeker als je het niet regelmatig gebruikt. Ze gebruikt wel de wijkenwebsite, Facebook en BUURbook. Ze gebruikt niet Twitter, Pinterest en Instagram. Ze denkt dat met deze verandering alle doelgroepen bereikt kunnen worden. De wijkkrant wordt bezorgd ingestoken in de Dordt Centraal. Als de bewoner een NEE/NEE sticker heeft krijgt dit adres geen wijkkrant. Ze vindt dat de wijkkrant weer huis-aan-huis bezorgd moet worden.

Ze wil meedenken, meedoen en meebeslissen.

Ze geeft zin in deze verandering een 8.

Ze geeft meegaan in deze verandering een 10.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 10.

Het gesprek verliep gezellig. Ik zat op de bank waar af en toe de twee katten even kwamen kijken. Na zo'n 2 uur komt haar man weer thuis. Hij heeft sinds enige tijd gelukkig weer betaald werk. Het huis met overal spullen en verjaard bruin interieur een armoedige indruk op mij. Tijdens de ruim 2 uur heeft zij niets gedronken en ook mij niets aangeboden.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteurs gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 5

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 5

Datum: 2 mei 2016

Aanvang: 19.00 uur

Duur: 2.00 uur

Datum verslag: 3 mei 2016

Persoonlijk

Hij is 67 jaar en al 15 jaar redactielid bij De nieuwe Dubbeldammer. Hij schreef al stukjes over het voetballen. Toen vroegen ze om redactieleden. Mensen ontmoeten en interviewen over voetbal bijvoorbeeld vindt hij leuk. Maar niet over politiek. Hij zou graag willen dat er meer mensen naar hem toe zouden stappen voor ideeën voor een verhaal. Meer mensen moeten eigenlijk weten dat ik stukjes schrijf, zegt hij. Hij vindt het in deze wijk maar saai. Over het algemeen gebeurt te weinig in Dubbeldam. Hij vindt er daardoor lastig om aan onderwerpen te komen om over te schrijven.

Onderling in de wijkredactie

De wijkredactie heeft nu geen hoofdredacteur. Hij vindt het een saaie redactie waarin hij precies volgens de regels moet werken. De redactie van Dubbeldam werkt volgens een stringent format. Hij wordt wel achter zijn vossen aangezet om zijn artikelen op tijd aan te leveren. Het contact loopt vooral via de mail. De wijkredactie heeft ook een eigen website, waarvan zijn zoon de beheerder was, maar dat ligt nu stil wegens persoonlijke omstandigheden. Marian is de vaste fotograaf. Nol doet de opmaak. Er is weinig verloop in de redactie. Al jaren is er dezelfde redactie.

Samenwerking met andere wijkredacties

Er is geen contact met andere redacties.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Hij ontvangt informatie en de nieuwsbrief via de mail. Hij is tevreden over de inhoud en de frequentie van de nieuwsbrief. Hij heeft de cursussen Journalistiek voor beginners en gevorderden gevolgd. Hij heeft nog geen training WordPress gedaan. Bij de jubileumbijeenkomst in januari 2016 was hij aanwezig. Daar volgde hij de workshop Interviewen bij Frits Baarda.

Toekomst

Hij wil meedenken, meedoen en meebeslissen. Het meebeslissen wil hij niet in redactieverband doen. Dan vindt hij de onderbouwing van ja en nee moeilijk. Hij behoudt liever de harmonie.

Hij moet niet gedwongen worden om iets te doen. Zoon heeft autisme en hij denkt het zelf ook te hebben. Als ze teveel aan de krant veranderen of er mee stoppen, dan stopt hij er ook mee.

Hij gebruikt geen van de online kanalen: wijkwebsite, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram en BUURbook.

Hij geeft zin in deze verandering een 7.

Hij geeft meegaan in deze verandering een 6.

Hij geeft meewerken aan deze verandering een 7. Soms heeft hij te weinig tijd. Soms ontbreekt hem de motivatie. Maar als hij het leuk vindt, maakt hij er wel tijd voor. Naast de redactie doet hij namelijk ook nog ander vrijwilligerswerk.

Het gesprek verliep gemoedelijk. Zijn vrouw zette aan het begin van het interview een bakje koffie en ging toen naar boven toe. Hij is een gemoedelijke man met een zeer bescheiden karakter. Hij staat graag klaar voor anderen, maar kan moeilijk voor zichzelf opkomen.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 6

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 7

Datum: 3 mei 2016

Aanvang: 16.00 uur

Duur: 2.45 uur (duo-interview met respondent 7)

Datum verslag: 4 mei 2016

Persoonlijk

Nadat respondent 7 was gevraagd voor een interview, werd hij door haar gevraagd hierbij aanwezig te zijn omdat hij historisch gezien zoveel kan vertellen. Hij is 63 jaar. Hij was opbouwwerker in een buurthuis. Hij heeft buurtkrant de Driesprongkrant opgezet. In Wielwijk was er nog een buurtkrant vanuit Buurtbeheer. De buurtkranten waren toen alleen bedoeld voor achterstandswijken. Hij mocht gebruik maken van allerlei cursussen. Hij vindt het erg leuk om iets nieuws op te starten en uit te bouwen. Hij doet nu de vormgeving en het opmaken van De Reelander. Hij schrijft graag over de geschiedenis van de wijk.

Onderling in de wijkredactie

Hij bepaalt binnen de redactie wat er op de voorpagina komt. Vaak is er teveel kopij. Dan zorgt hij voor kleinere foto's of korte artikelen zonder knip (bijvoorbeeld: vervolg op pagina 3). Er is weinig verloop in de redactie. De meesten blijven 3-5 jaar, zelfs 8 jaar of langer. In 2006 was de redactie tijdelijk maar 3 personen groot. Toen heeft hij een A5-flyer ontworpen met een luchtfoto op de achtergrond, full color. Hiermee heeft de redactie toen leden gewonnen. Niet met de advertentie in de wijkkrant zelf; hierop kreeg hij geen reacties. De redactiestukken moeten volgens de statuten van TIEN Plus divers en veelzijdig zijn. Dus niet 75% over kunst bijvoorbeeld.

Uit een onderzoek in 2013 kwam als resultaat:

- 3 wijkwebsites werden 10-20% bezocht;
- De Reelander heeft een lezersbereik van 60%.

De wijkredactievergadering zijn zonder beroepskrachten.

Samenwerking met andere wijkredacties

Hij heeft geen contact met andere wijkredacties.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Bij TIEN Plus ontmoet hij andere redacties. De nieuwsbrief wordt door hem gelezen. Soms worden items besproken op de redactievergadering en soms komt er een stuk voor in de wijkkrant uit voort. Hij vindt dat TIEN Plus meer corrigerend moet werken als een krant niet veelzijdig en gevarieerd wordt gemaakt. Bij andere kranten zouden de opmaak beter uitgelegd moeten worden. Wellicht gecombineerd met een Indesign-training. Hij heeft de training Indesign gehad. Hij heeft geen training WordPress gevolgd. Hij heeft totaal geen interesse in

het wijknieuws op DordtCentraal.nl. Hij is geen internetfan. Hij heeft meer met boeken en kranten. Op internet staat kwaliteit tussen bagger en de informatie is niet altijd betrouwbaar.

Toekomst

Hij gaat niet zelf meedoen, maar gaat ook niet tegenwerken.

Hij wil niet meedenken, niet meedoen en niet meebeslissen.

Zonder subsidie houdt de wijkkrant op of wordt een advertentiekraant. Nu is maximaal 1/3^e deel advertenties. Het leesbereikonderzoek zou herhaald moeten worden vindt hij. Een kraant waar een redactie achter staat die de kwaliteit bewaakt heeft zijns inziens meerwaarde in vergelijking met andere kanalen. Hij gebruikt geen van de online kanalen: wijkwebsite, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram en BUURbook.

Hij geeft zin in deze verandering een 3. Hij heeft er weinig zin in. Zolang de wijkkranten goed gelezen worden ziet hij de noodzaak niet in om zich voor deze verandering in te zetten.

Hij geeft meegaan in deze verandering een 4. Hij zou het wel kunnen, maar heeft er (voorlopig) weinig behoefte aan.

Hij geeft meewerken aan deze verandering een 2. Tijd en werkplek zijn geen probleem, maar waarom zou hij?!

Het gesprek vond plaats als duo-interview met respondent 7. Zij had een andere omschrijving gegevens van het interview. Hij dacht dat het meer over zijn interessevlak geschiedenis zou gaan. Na afloop maakte hij een ietwat teleurgestelde indruk. Als hij geweten had dat het over de verandering van de wijkcommunicatie ging, had hij er wellicht niet eens aan meegewerkt. Toch benadrukte ik mijn dank voor alle informatie die hij mij hiermee gegeven had.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 7

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 7

Datum: 3 mei 2016

Aanvang: 16.00 uur

Duur: 2.45 uur (duo-interview met respondent 6)

Datum verslag: 4 mei 2016

Persoonlijk

Ze is 47 jaar. Ze is ZZP'er en doet de communicatiebegeleiding van ondernemers. In 2013 heeft ze gereageerd op een oproep voor nieuwe redactieleden op een flyer. Ze vond het prettig laagdrempelig en ze kon cursussen volgen als fotografie. Ze is de voorzitter van de wijkredactie en doet samen met een andere redacteur de eindredactie. Ze redigeert teksten en begeleidt mensen en doet dat met veel plezier.

Onderling in de wijkredactie

Ze zou de vergaderduur graag willen inkorten. Aan de andere kant is het ook wel weer gezellig. Iedere krant wordt met een redactieborrel gevierd. Op dit moment is er een zeer diverse redactie qua leeftijd en achtergrond. De redactie bestaat op dit moment uit 11 personen, waaronder 2 studenten van 18 jaar. Iedere 2 weken is er redactievergadering. Contact onderling vindt vooral via de mail plaats. Er is weinig verloop in de redactie. Over het algemeen bestaat deze uit 10-15 personen. De Reelander heeft geen Facebookpagina.

Samenwerking met andere wijkredacties

Ze heeft geen contact met andere wijkredacties. Ze zou wel uitleg willen geven aan andere redacties.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Haar contact met TIEN Plus is telefonisch of per mail. Ze heeft de trainingen Journalistiek voor beginners en gevorderden gedaan. Ze heeft behoefte aan meer training in het opmaken, taalkundige training en hoe een artikel opgebouwd moet worden. Ze heeft de training WordPress niet gedaan omdat ze er zelf al volop mee werkt voor zichzelf. Vanuit de redactie is er totaal geen interesse voor het wijknieuws op DordtCentraal.nl. De krant is persoonlijker, de website is vluchtiger. BUURbook is in Reeland. Ze ziet nu nog geen toegevoegde waarde in BUURbook. Het programma moet doorontwikkeld worden om succesvol te worden; jatten van Facebook.

Toekomst

Ze vraagt zich af wat er met het wijknieuws op DordtCentraal.nl bereikt wil worden. Wat is de toegevoegde waarde. Ze zet niet de hakken in het zand tegen deze verandering. Ze wil verbinding. Ze zal niet meedoen, maar mogelijk wel promoten binnen de wijkredactie. Ze wil wel meedenken, maar niet meebeslissen. Ze zou de intentie van de wijkkrant graag willen behouden.

Ze gebruikt Facebook en Twitter. Ze gebruikt niet het wijknieuws op DordtCentraal.nl, Pinterest, Instagram en BUURbook.

Ze geeft zin in deze verandering een 5. Ze heeft er persoonlijk niet persé zin in maar natuurlijk zie ze als geen ander dat het belangrijk is om mee te gaan in de verandering. Nieuws en verhalen verspreiden vindt ze leuk en schrijven voor de krant vind ik het allerleukst. Maar zoals geldt voor alle vormen van communicatie: kies je doelgroep en zoek daar het beste kanaal bij. Voor haar is dat wat betreft het vrijwilligerswerk de krant. En voor haar werk het internet. (Stel je de vraag zakelijk dan schiet ik door naar een 9, zei ze aan het einde van het interview)

Ze geeft meegaan in deze verandering een 8. Ze kan heel prima in de veranderingen meegaan en ziet het ook als een uitdaging om erop in te spelen. Maar ze vindt werken aan een krant te leuk om in te ruilen voor het internet. En voor de krant is een heel team (wijkredactie) nodig die er in mee gaat. In haar geval denkt ze dat dit lastig wordt. Wel gaat ze aan de redactie “voorzichtig” voorstellen om social media kanalen in te zetten, om te beginnen ter promotie van het lezen van de offline krant.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 7. Ze ziet zichzelf wel meewerken, het is een geleidelijk proces. Op dit moment heeft ze niet voldoende tijd en dus vindt ze het niet interessant genoeg om zich er helemaal op te storten. Want als ze iets graag wil, is er altijd wel tijd voor vrij te maken.

Luister naar je doelgroep! Daar doe je het voor.

Het gesprek met haar verliep goed. Toch had ik het idee dat in dit duo-interview ze in een heel enkel antwoord meeding met het antwoord van respondent 6. Als zij zelf eerst had geantwoord ging dat beter. Zij heeft zich als enige respondent zelf aangegeven om andere redacteuren te willen begeleiden, te helpen. Hierdoor is zij zeer geschikt als ambassadeur.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 8

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 8

Datum: 3 mei 2016

Aanvang: 19.45 uur

Duur: 2.30 uur

Datum verslag: 5 mei 2016

Persoonlijk

Ze is 63 jaar en is afgestudeerd aan de Kunstacademie, vormgever. Ze las 20 jaar geleden een advertentie in de wijkkrant met de oproep voor nieuwe wijkredacteurs. Ondertussen werkt ze ook al 30 jaar als vrijwilliger bij RTV Dordt. Ze maakt veel filmpjes met Jock de aap, die ook op YouTube te vinden zijn. Ze is de voorzitter van de wijkredactie van Oud-Krispijn. Ze fotografeert, doet de opmaak en schrijft verhalen over de ondernemers in de wijk en maakt een dierenverhaal.

Onderling in de wijkredactie

Op dit moment bestaat de wijkredactie maar uit 4 redactieleden. Jeroen is de fotograaf. Ad helpt met opmaken. Er is onderling een goede sfeer. Het contact onderling is tijdens de vergadering en soms via de mail. In onderling overleg wordt bepaald wat op de voorpagina komt. Tijdens de laatste vergadering is Diana H. er bij. De continuïteit is moeilijk; weinig reactie op oproep. Ze klaagt over een slechte bezorging en er worden geen kranten bij het buurtcentrum De Koloriet en in De Buitenwacht bezorgd. Een wijkredacteur plaatst berichten op het wijknieuws op DordtCentraal.nl.

Samenwerking met andere wijkredacties

Ja er is samenwerking met andere journalisten, maar niet met andere wijkredacties. De samenwerking is met een vrouw bij TIEN Plus. Zij zet zich in voor alle wijkkranten om een stukje te schrijven als de nood hoog is. Verder werkt ze samen met journalisten van RTV Dordt. Ze tipt ze als ze iets voor een filmpje weet.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Ze ontvangt informatie en de nieuwsbrief via de mail. Diana zit bij de laatste redactievergadering voor het drukken van de krant. Training WordPress heeft ze gedaan, maar het ging haar te snel. En er was maar één computer op het stadskantoor tijdens deze training. Verder heeft ze training Journalistiek voor beginners en gevorderden gevolgd bij Frits Baarda en een training fotografie.

Toekomst

Ze hoopt dat de papieren krant kan blijven bestaan. Ze is bang dat iedereen in de wijk gaat communiceren met foto's, filmpjes en artikelen via het wijknieuws op DordtCentraal.nl. De

extra kwartaalbijlage in Dordt Centraal (met enorm veel advertenties) ziet ze als een concurrent voor de wijkkrant. Ze heeft het gevoel dat onderwerpen van haar afgepikt worden. Voor belangrijk actueel nieuws wil ze graag meedoen. Ze wil meedenken, meedoen en meebeslissen. Ze wil graag een enquête onder de inwoners, hoe ze informatie willen ontvangen. Ze heeft het idee dat het AD en Dordt Centraal redactieleden tekort heeft. Bram Verbruggen deed laatst een oproepje.

Ze gebruikt wel Facebook. Het wijknieuws op DordtCentraal.nl, Twitter, Pinterest, Instagram en BUURbook gebruikt ze niet.

Ze geeft zin in deze verandering een 7. Ze stuurt al jaren berichten door naar RTV Dordt.

Ze geeft meegaan in deze verandering een 8. Ze had foto's gemaakt van een ongeluk benedendijks, maar geen verslag erbij. Dat is iets voor de politie vindt ze. De training WordPress ging haar te snel. Bepaalde informatie gaat online sneller naar soms belangrijke doelgroepen.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 8. Ze heeft weinig tijd om dit elke dag achter haar computer te gaan doen. Ze gaat al jaren mee met allerlei ontwikkelingen. Ze heeft weinig tijd omdat ze naast vrijwillig redactielid te zijn ook vrijwilliger is bij RTV Dordt.

Haar gevoelens wat online betreft zijn niet zo positief. Ze vindt en blijft het toch beter vinden dat wijkbewoners het nieuws uit hun wijk via de papieren krant kunnen blijven lezen. In deze wijk heeft niet iedereen een computer.

Het gesprek werd in de keuken gevoerd. Haar man bleef in de woonkamer. Ze vertelde me veel, maar was vaak niet de informatie die ik wilde ontvangen. Als ik haar verhaal wilde onderbreken verhief ze haar stem en vervolgde haar verhaal. Dit is de reden waarom dit interview zolang duurde. Ze gaf mij het indruk meer hart te hebben voor haar werk bij RTV Dordt dan voor de wijkkrant/wijkcommunicatie. Ze bleef maar herhalen zo super trots te zijn op haar filmpjes van Jock de aap. Ik moest ze beslist eens opzoeken op YouTube. Jock de aap is heel beroemd in Dordrecht zei ze. Ik moest zelf diep in mijn geheugen graven.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 9

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 9

Datum: 6 mei 2016

Aanvang: 09.30 uur

Duur: 4.00 uur (duo-interview met respondent 10)

Datum verslag: 8 mei 2016

Persoonlijk

Ze is 70 jaar oud en loopt met een rollator in huis. Ze heeft op de HBS gezeten. Ze heeft gewerkt bij het Vrije Volk zonder journalistieke opleiding, want zo ging dat toen. Ze heeft stukjes geschreven voor de Margriet en de Libelle. Ze werkt sinds 1994 bij de wijkkrant, al 22 jaar dus. Via een advertentie in een huis-aan-huisblad is ze redactielid geworden bij de Sterrenburger. Naast redactielid is ze ook vrijwilligster bij het Cultureel Centrum Sterrenburg voor MEE Drechtsteden. Voor de wijkkrant is ze hoofdredacteur en verzorgt ze interviews en schrijft ze columns.

Onderling in de wijkredactie

Ze heeft iedere maandagavond redactievergadering behalve de eerste week na de verschijning van de wijkkrant. Daarnaast hebben de redactieleden contact via de mail. Er is veel verloop in de redactie. De redactie is 12 personen sterk geweest, nu nog maar 5 personen sterk. Eens per twee jaar plaatsen ze een oproepje in de wijkkrant voor nieuwe redacteurs. Ze zou het een verbetering vinden als er meer dan twee artikelen op de voorpagina zouden staan.

Samenwerking met andere wijkredacties

Er is geen contact of samenwerking met andere wijkredacties.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

TIEN Plus heette vroeger Procom. Contact met TIEN Plus verloopt per mail. Ze leest de nieuwsbrief en is er tevreden over. Cursussen worden besproken in de redactievergadering. Ze vindt dat er voldoende cursussen gegeven worden. Ze heeft een training interviewen gedaan. Ze was bij de jubileumbijeenkomst 25 jaar journalistiek in de wijk. Ze heeft de training WordPress nog niet gevolgd, maar heeft er wel belangstelling voor.

Toekomst

Ze denkt dat de papieren krant over circa 5 jaar gaat verdwijnen en alles digitaal gaat worden.

Ze ziet de digitale krant als concurrentie. Ze wil geen artikelen op het wijknieuws op Dordt-Centraal.nl plaatsen die in de wijkkrant verschijnen.

Ze gebruikt Facebook, LinkedIn, BUURbook en Pinterest. Ze gebruikt niet het wijknieuws op DordtCentraal.nl, Twitter en Instagram. Jongeren willen zich niet zo makkelijk meer binden. Er komen nog te weinig reacties via BUURbook vindt ze. Ook het plaatsen van berichten op BUURbook vindt ze niet eenvoudig.

Ze wil meedenken, maar niet meedoen en niet meebeslissen.

Ze geeft zin in deze verandering een 7.

Ze geeft meegaan in deze verandering een 7.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 5. Nee ze heeft er geen vertrouwen in. Ze vindt het niet leuk. Ze is bang dat het een eendagsvlieg is.

Het gesprek verliep in dit duo-interview bijna te gezellig. Er werd volop gepraat als een soort Libelle- of Margrietvrouwen onder elkaar. Hierdoor werd het beantwoorden van mijn gesprekspuntenlijst behoorlijk door elkaar gegooid en moest ik echt mijn hoofd erbij houden om op alle vragen een antwoord te krijgen. Het is een heel lang duo-interview geworden, waarbij in het eerste deel vooral respondent 10 alle ruimte gaf aan haar. In het tweede deel werd respondent 9 wat ongeduldiger en begon steeds antwoorden uit beider naam te geven, waarna ik moest doorvragen of dit antwoord ook haar antwoord was. Een een-op-een-interview is toch rustiger en zonder eventuele beïnvloeding van de andere respondent.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 10

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 9

Datum: 6 mei 2016

Aanvang: 09.30 uur

Duur: 4.00 uur (duo-interview met respondent 9)

Datum verslag: 8 mei 2016

Persoonlijk

Ze is 62 jaar en heeft na de Mulo, de Havo en Pabo gedaan. Ze heeft tot vorig jaar op een Montessorischool gewerkt. Sinds 1995 is ze redactielid bij de wijkkrant De Sterrenburger. Ze doet de eindredactie en schrijft columns. Ze werd voor de wijkkrant gevraagd toen haar dochter 4 jaar werd. Ze zou minder advertenties in de wijkkrant willen dan de 2,5 van de 8 pagina's.

Onderling in de wijkredactie

Ze heeft iedere maandagavond redactievergadering behalve de eerste week na de verschijning van de wijkkrant. Daarnaast hebben de redactieleden contact via de mail. Ze vindt het een hele hechte redactie. Er is veel verloop in de redactie. Vanuit de wijkredactie zijn twee leden naar betaalde journalistiek doorgestroomd. Eens per twee jaar plaatsen ze een oproepje in de wijkkrant voor nieuwe redacteuren.

Samenwerking met andere wijkredacties

Er is geen contact/samenwerking met andere wijkredacties.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Contact met TIEN Plus verloopt per mail. Ze leest de nieuwsbrief en is er tevreden over. Cursussen worden besproken in de redactievergadering. Ze vindt dat er voldoende cursussen gegeven worden. Ze heeft een training interviewen gedaan. Ze was bij de jubileumbijeenkomst 25 jaar journalistiek in de wijk. Ze heeft de training WordPress nog niet gevolgd, maar heeft er wel belangstelling voor.

Toekomst

Ze denkt dat de papieren krant over circa 5 jaar gaat verdwijnen en alles digitaal gaat worden. Jongeren willen zich niet zo makkelijk meer laten binden. Ze zou het fijn vinden als er onderzoek zou plaatsvinden wie de digitale krant leest ten opzichte van de lezers van de papieren wijkkrant.

Ze wil wel meedenken en meedoen, maar niet meebeslissen.

Ze gebruikt Facebook, WordPress en BUURbook. Ze gebruikt niet het wijknieuws op Dordt-Centraal.nl, Twitter, Pinterest en Instagram.

Ze geeft zin in deze verandering een 7. Haar hart ligt bij de fysieke krant, maar ze gaat wel mee in de veranderingen in de tijd. Dus bijvoorbeeld de krant online.

Ze geeft meegaan in deze verandering een 7. Fysiek kan ze meegaan. Ze zou nog wat scholing kunnen gebruiken voor wat betreft de Nieuwe Media. Daar is ze niet echt handig in.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 6. Ze ziet zich niet zo meedoen vanwege haar verregaande verhuisplannen naar een ander deel van het land. Ze heeft er tijd genoeg voor.

Het gesprek verliep in dit duo-interview bijna te gezellig. Er werd volop gepraat als een soort Libelle- of Margrietvrouwen onder elkaar. Hierdoor werd het beantwoorden van mijn gesprekspuntenlijst behoorlijk door elkaar gegooid en moest ik echt mijn hoofd erbij houden om op alle vragen een antwoord te krijgen. Het is een heel lang duo-interview geworden, waarbij in het eerste deel ze respondent 9 gaf. In het tweede deel werd ze wat ongeduldiger en begon ze steeds antwoorden uit beider naam te geven, waarna ik moest doorvragen of dit antwoord ook het antwoord voor respondent 9 was. Een een-op-een-interview is toch rustiger en zonder eventuele beïnvloeding van de andere respondent.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteuren gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 11

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 11

Datum: 11 mei 2016

Aanvang: 12.00 uur

Duur: 1.50 uur

Datum verslag: 13 mei 2016

Persoonlijk

Hij is 63 jaar en woont in de binnenstad. Hij is nu 1 jaar redacteur bij de wijkredactie van Nieuw Krispijn. Hij was naar het SSKW gegaan om het gat na zijn pensioen op te vullen. Vorig jaar is hij vervroegd gepensioneerd na een werkzaam leven bij de politie Amsterdam. Bij de Poorter waren geen vacatures en toen werd hem een redactieplaats bij Nieuw Krispijn aangeboden. Hij schrijft stukjes, interviews en maakt foto's. Hij doet ook vrijwilligerswerk bij VVN en is technisch beheerder van hun VVE. Hij vindt het schrijven van het artikel na een interview het leukst. Na het schrijven laat hij de tekst door de geïnterviewde redigeren. De wijkkrant zou als verbeterpuntje meer nieuwswaarde kunnen hebben.

Onderling in de wijkredactie

De sfeer onderling is goed. De redactie is als los zand, weinig betrokkenheid. Het onderling contact is vooral via de mail en op de redactievergaderingen. Er is veel verloop binnen de redactie en er is te weinig discipline. Er zijn veel afzeggers voor vergaderingen, waardoor het werk met nog minder mensen gedaan moet worden. Een medewerker van TIEN Plus doet de opmaak van de krant. Daarnaast bestaat de redactie maar uit 3 personen. De medewerker van TIEN Plus bepaalt waar het artikel geplaatst wordt. Tijdens de deadlinevergadering wordt dit bepaald.

Samenwerking met andere wijkredacties

Hij heeft geen contact met andere wijkredacties. Fotograaf Sander van Kempen is voor alle wijkkranten inzetbaar.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Hij heeft veel contact met TIEN Plus, met Rinus, Diana en ook over cursussen. Hij ontvangt informatie het liefst via de mail. De nieuwsbrief leest hij, vooral als het over cursussen gaat. De begeleiding vanuit TIEN Plus vindt hij mager. Hij werd te snel aan het werk gezet. Hij heeft de training Journalistiek voor beginners gevolgd, BUURbook, WordPress en Fotografie. Bij de jubileumbijeenkomst januari 2016 was hij niet aanwezig omdat hij in Parijs was.

Toekomst

Hij gebruikt BUURbook en het wijknieuws op DordtCentraal.nl. Hij gebruikt niet Facebook, Twitter, Pinterest en Instagram.

Hij wil meedoen aan deze verandering, zeker geen hakken in het zand. Het is er nog niet van gekomen. Hij zegt zich verder te moeten ontwikkelen. Hij ziet de urgentie van deze ontwikkeling ook wel in.

Hij wil meedenken, meedoen en meebeslissen.

Hij geeft zin in deze verandering een 9. Hij ziet het belang er zeker van in. Er wordt een groter en breder publiek bereikt.

Hij geeft meegaan in deze verandering een 9. De wil is er wel, soms ontbreekt de tijd (en rust) hem. Fysiek en qua intelligentie snapt hij de verandering. Voor hem zijn goede hulpmiddelen geen probleem. Het vrijwilligerswerk moet wel leuk blijven vindt hij.

Hij geeft meewerken aan deze verandering een 9. Soms ontbreekt hem de tijd. Zijn werkplek thuis is in orde. Hij gaat er vanuit dat hij hieraan mee kan werken.

Het gesprek verliep aan de eettafel zodat ik goed kon schrijven. Hij was alleen thuis. Tussen de middag kwam zijn vriendin wat eten klaarmaken in de keuken maar at dit zelfs in een andere ruimte op. Hierdoor hadden we een goed 1-op1-gesprek.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteurs gepresenteerd worden.

Interviewverslag respondent 12

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: thuisadres van respondent 12

Datum: 20 mei 2016

Aanvang: 12.00 uur

Duur: 1.45 uur

Datum verslag: 22 mei 2016

Persoonlijk

Ze is 65 jaar en is ongeveer 5 jaar redactielid bij De Galerij. Ze woont in Sterrenburg, maar ziet dit niet als een belemmering om in de redactie van de wijkkrant in Crabbehof te zitten. Ze is tevreden over de wijkkrant De Galerij, maar ze vindt de stukken vaak te kort. Ze zou er graag nog een vrijwilliger bij willen hebben in de redactie. Het liefst iemand die gelijkgestemd is met haar. Ze doet interviews, schrijft artikelen en begeleidt andere redacteurs. Ze maakt geen foto's. Daar vraagt ze dit aan twee andere wijkredactieleden voor.

Onderling in de wijkredactie

Drie wijkredactieleden hebben dit vrijwilligerswerk met behoud van hun bijstandsuitkering. Het contact met voornamelijk met Karel en dit verloopt telefonisch. Karel bepaalt waar een artikel komt te staan. De redactie is redelijk stabiel. Vorig jaar is een redacteur weggegaan naar een andere wijkredactie.

Samenwerking met andere wijkredacties

Ze heeft geen contact met andere wijkredacties. Het lijkt haar wel leuk om contact te hebben met andere wijkredacties om van elkaar te leren, ervaringen uit te wisselen.

TIEN Plus/training/nieuwsbrief/bijeenkomsten

Niet veel contact met TIEN Plus. Ali had haar gebeld of ze een stuk over het mantelzorgcompliment kon schrijven. Ze is tevreden over het contact met TIEN Plus. Ze heeft het liefst persoonlijk contact. Ze heeft de training Journalistiek voor gevorderden gevolgd maar verder niet. Ze krijgt nog geen nieuwsbrief omdat ze een nieuw mailadres heeft en nog niet doorgegeven heeft aan TIEN Plus. Ze is niet naar de jubileumbijeenkomst geweest omdat ze geen zin heeft in grootschalige bijeenkomsten. Naar een vervolgbijeenkomst gaat ze misschien wel, omdat ze het wel interessant vindt.

Toekomst

Ze snapt de urgentie van de verandering. Ze hoopt ieder jaar opnieuw dat de wijkkrant nog blijft bestaan. Ieder jaar is ze bang dat de wijkkranten verdwijnen als een soort van bezuiniging. Als het voorstaan van de wijkkrant gegarandeerd wordt, wil ze wel aan de verandering meedoen. Als de wijkkrant zou verdwijnen zou ze ook wel online artikelen/columns willen plaatsen. Hiervoor zou ze de workshop WordPress willen volgen.

Ze wil meedenken, meedoen en meebeslissen.

Ze gebruikt niets van de online kanalen (wijkwebsite, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram en BUURbook). Naar BUURbook is ze wel nieuwsgierig.

Ze hoopt de wijkkrant aantrekkelijk te houden door eens in de zoveel tijd qua kleur en lettertype te veranderen. Ze zou een verfrissing binnen de wijkredactie willen zien, het liefst door een man.

Ze geeft zin in deze verandering een 7. Ze heeft zin in de verandering als het een verbetering is, een vernieuwing is.

Ze geeft meegaan in deze verandering een 7. Ze wil meegaan in de verandering omdat de verandering nodig is. Hiervoor moet ze wel de juiste hulpmiddelen (laptop) hebben. Zonder een goede laptop gaat het niet.

Ze geeft meewerken aan deze verandering een 7. Ze wil hieraan meewerken maar de angst blijft bestaan dat de papieren wijkkrant gaat verdwijnen. Ze ziet zichzelf best wel samenwerken met journalisten om van hen te leren en om haar netwerk uit te breiden.

Het gesprek begon heel schuchter. Al bij het binnenlaten vertelde ze dat ze helemaal niet zo van dit soort dingen houdt. Maar omdat ik aan de telefoon zo aan bleef houden, heeft ze er maar ja op gezegd. Na afloop vond ze het toch wel een heel leuk gesprek geworden en had ze er een goed gevoel bij. Ze was alleen thuis, waardoor een goed 1-op-1-gesprek mogelijk was.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van dit interview wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden. Wel wordt de uitkomst van dit onderzoek in een bijeenkomst voor de wijkredacteurs gepresenteerd worden.

Bijlage 3 Matrix van interviewvragen

Resp	M/V	leeftijd	jaren wijkred.	verloop wijkred.	samenw. andere red.	Nieuwsbr. TIEN Plus	liefst info ontvangen	volgt trainingen	kunnen	willen	mogen	verander- score
1	V	51	5	ja	nee	tevreden	mail	ja	9	9	9	729
2	M	58	19	ja	nee	tevreden	mail	ja	9	3	2	54
3	M	63	2	ja	nee	tevreden	mail	ja	8	8	8	512
4	V	60	8	ja	nee	tevreden	mail	ja	10	8	10	800
5	M	67	15	ja	nee	tevreden	mail	ja	6	7	7	294
6	M	63	20	ja	nee	tevreden	mail	ja	4	3	2	24
7	V	47	3	Ja	nee	tevreden	mail	ja	8	5	7	280
8	V	63	20	ja	nee	tevreden	mail	ja	8	7	8	448
9	V	70	22	ja	nee	tevreden	mail	ja	7	7	5	245
10	V	62	11	ja	nee	tevreden	mail	ja	7	7	6	294
11	M	63	1	ja	nee	tevreden	mail	ja	9	9	9	729
12	V	65	5	ja	nee	geen	persoonlijk	ja	7	7	7	343
tot.		732	131						92	80	80	4752
gem.		61	10,9						7,7	6,7	6,7	396,0
V	7/12	58,3%	10,3						8,0	7,1	7,4	448,4
M	5/12	41,7%	11,4						7,2	6	5,6	322,6

mee-denken	mee-doen	mee-beslissen	urgentie-besef	wijk-website	Fb	Tw	P	I	Bb	Resp
ja	ja	nee	ja	ja	ja	nee	ja	nee	nee	1 potentieel ambassadeur
ja	nee	nee	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	2 weerstand=heeft niets met computer
ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	3 potentieel ambassadeur
ja	ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	ja	4 potentieel ambassadeur
ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	5 bescheiden, druk met div. vrijw.werk
nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	nee	6 weerstand=wilt meerwaarde bewezen zien
ja	nee	nee	ja	nee	ja	ja	nee	nee	nee	7 ambassadeur voor alle wijkredacties
ja	ja	ja	ja	nee	ja	nee	nee	nee	nee	8 druk met RTV Dordrecht + wijkkrant
ja	ja	nee	nee	nee	ja	nee	ja	nee	ja	9 veel journ. kennis, geen krachtige ambas.
ja	nee	nee	nee	nee	ja	nee	nee	nee	ja	10 weerstand=gaat binnenkort verhuizen
ja	ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	ja	11 potentieel ambassadeur, vrijw. VVN+VVE
ja	ja	ja	ja	nee	nee	nee	nee	nee	nee	12 bescheiden, niet stabiel

91,7%	66,7%	50,0%	75,0%	33,3%	58,3%	8,3%	16,7%	0,0%	33,3%
11/12	8/12	6/12	9/12	4/12	7/12	1/12	2/12	0/12	4/12

100,0%	71,4%	42,9%	71,4%	28,6%	85,7%	14,3%	28,6%	0,0%	42,9%
7/7	5/7	3/7	5/7	2/7	6/7	1/7	2/7	0/7	3/7
80,0%	60,0%	60,0%	80,0%	40,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
4/5	3/5	3/5	4/5	2/5	1/5	0/5	0/5	0/5	1/5

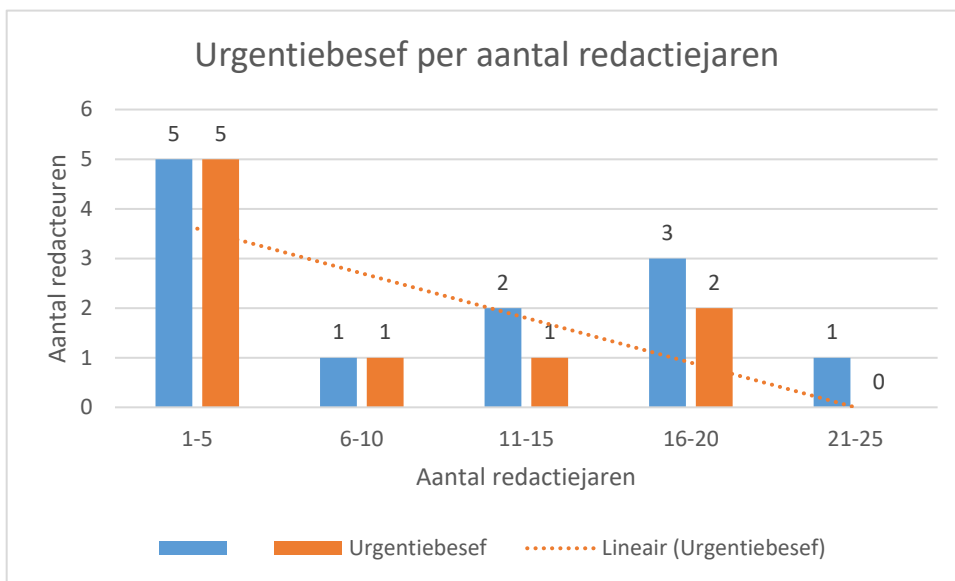
Gebruik BUURbook in wijken met eigen BUURbook

37,5% 3/8

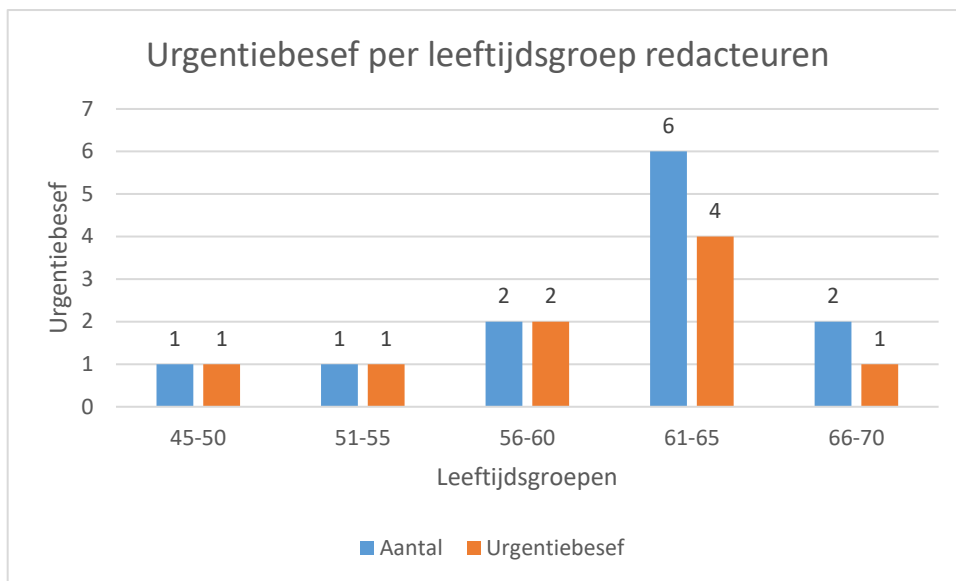
Bijlage 4 Data-analyse urgentiebesef



Van de 12 wijkredacteuren is bij 9 een urgentiebesef en bij 3 redacteuren is deze afwezig.

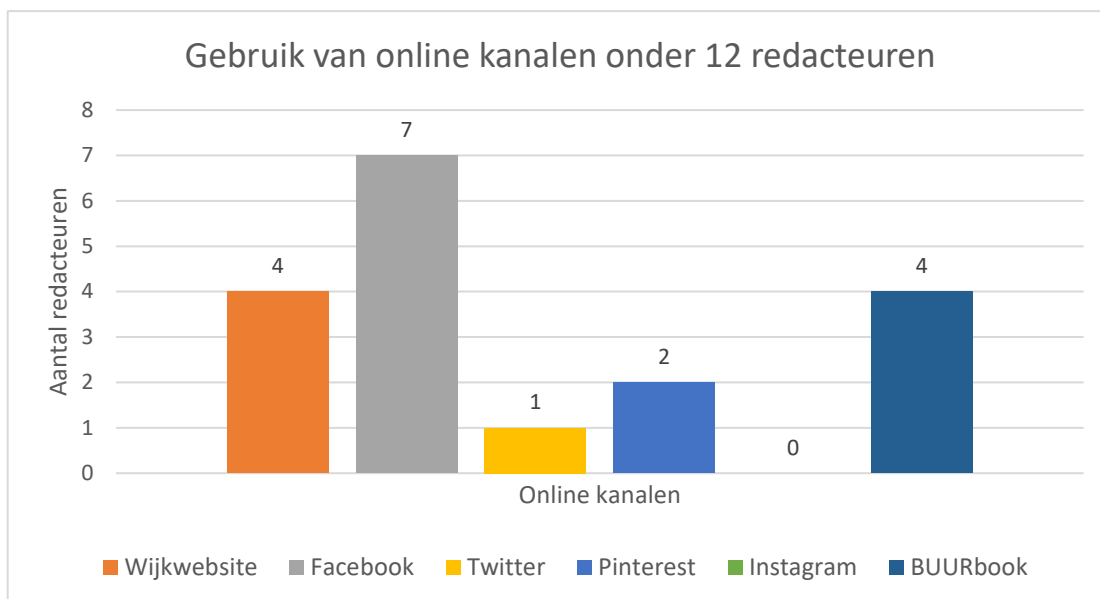


Het urgentiebesef heeft de tendens om af te nemen naarmate het redactielid meerdere jaren actief is in een wijkredactie.



Het urgentiebesef neemt ook af naarmate de leeftijd van de redacteur stijgt. Tussen de 45 en 60 jaar is het urgentiebesef het hoogst.

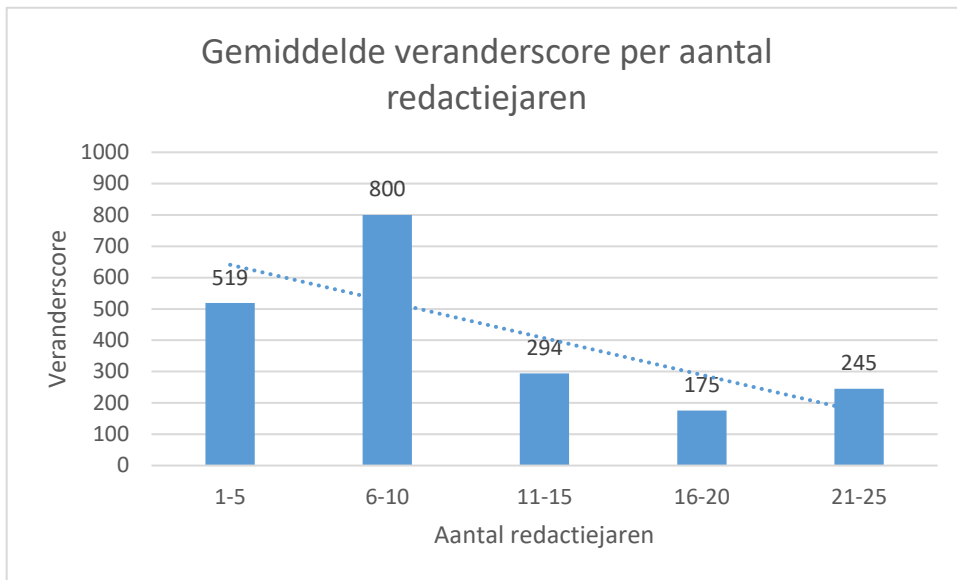
Bijlage 5 Gebruik van online kanalen



Opvallend is dat Facebook maar liefst bijna tweemaal zoveel keer gebruikt wordt dan het wijknieuws op DordtCentraal.nl en BUURbook.

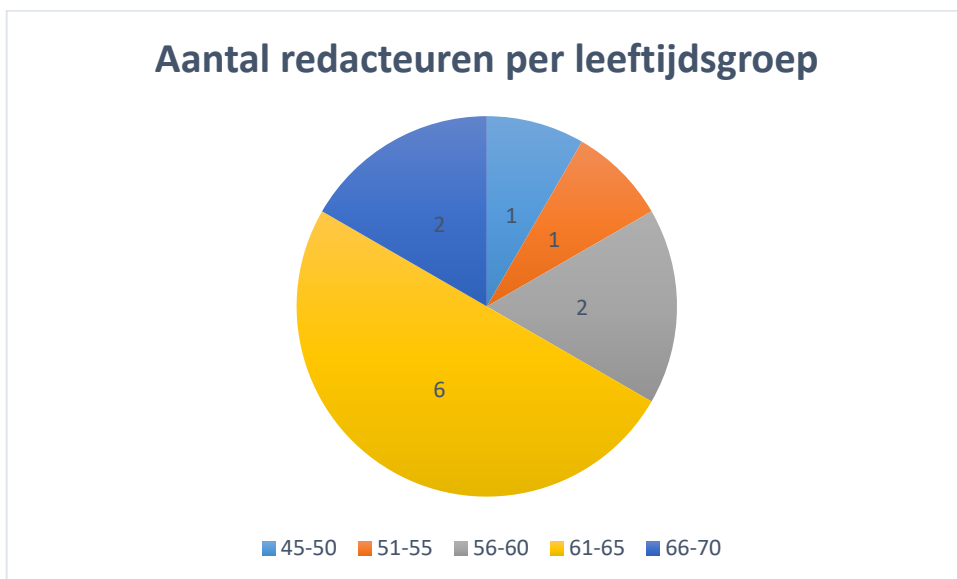
Zowel het wijknieuws op DordtCentraal.nl, Facebook en BUURbook wordt het meest gebruikt door redacteuren in de leeftijdscategorie 61-65 jaar.

Bijlage 6 Data-analyse van de veranderscore

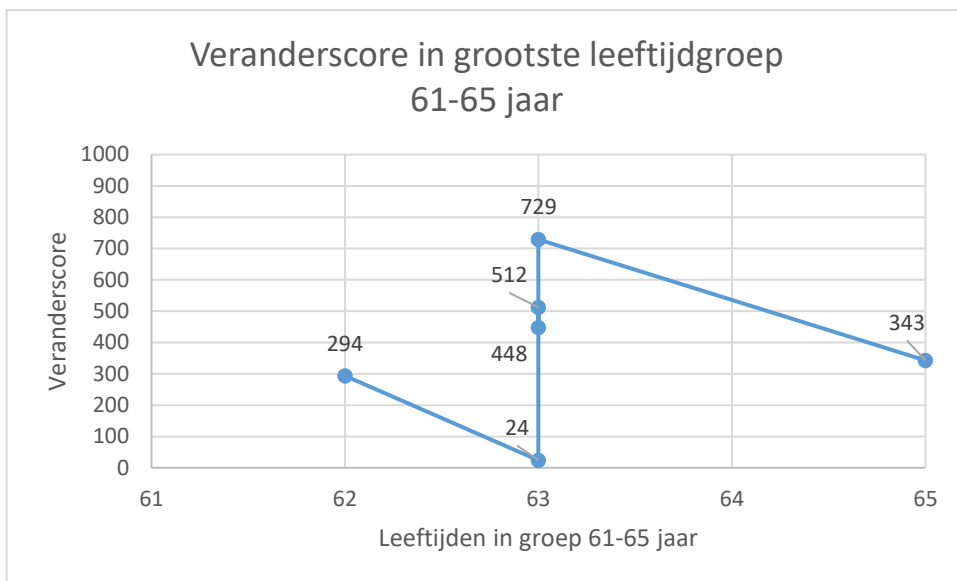


Des te langer redacteuren redactielid zijn, des te lager de veranderscore is.

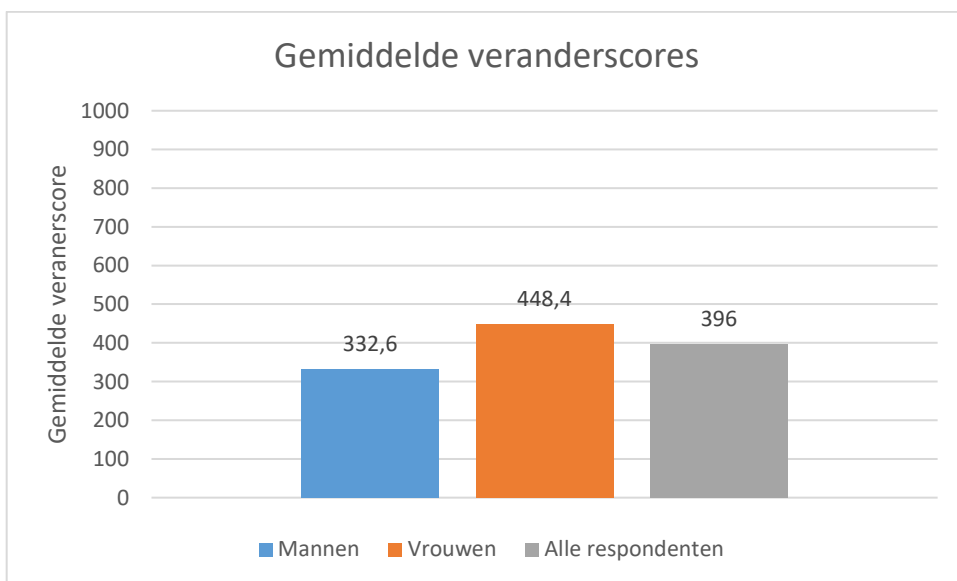
De gemiddelde veranderscore heeft de tendens om af te nemen bij het stijgen van de leeftijd van de redacteuren. De groep van 61-65 jaar bestaat uit zes personen dat de helft van de ondervraagde redacteuren is.



Hier is goed zichtbaar dat de redacteuren in de leeftijdsgroep 61-65 jaar de helft is van de ondervraagde redacteuren. Dit vraagt om verdere analyse.

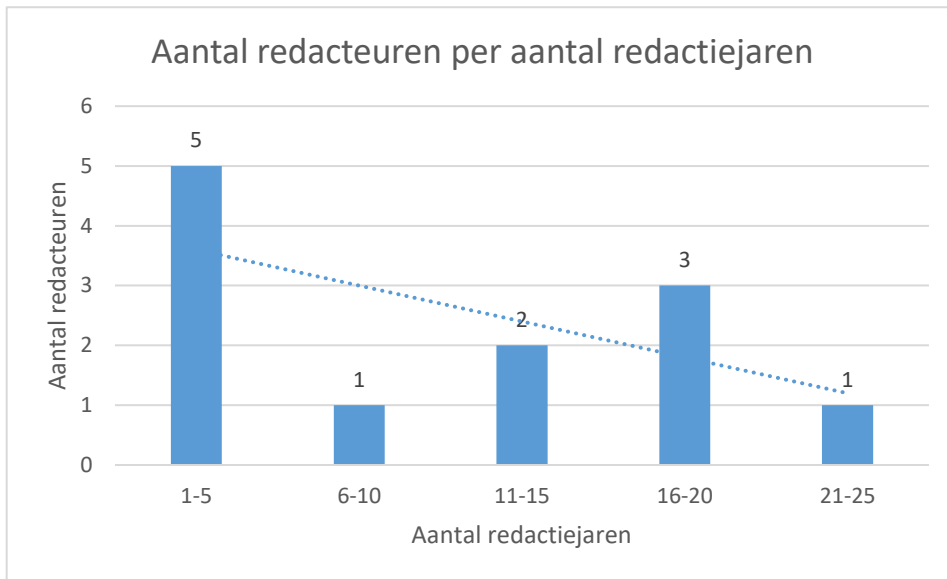


De gemiddelde veranderscore in deze leeftijdsgroep is 392. Bij het weglaten van de laagste en de hoogste score wijkt het gemiddeld slechts met 7 punten af tot 399.

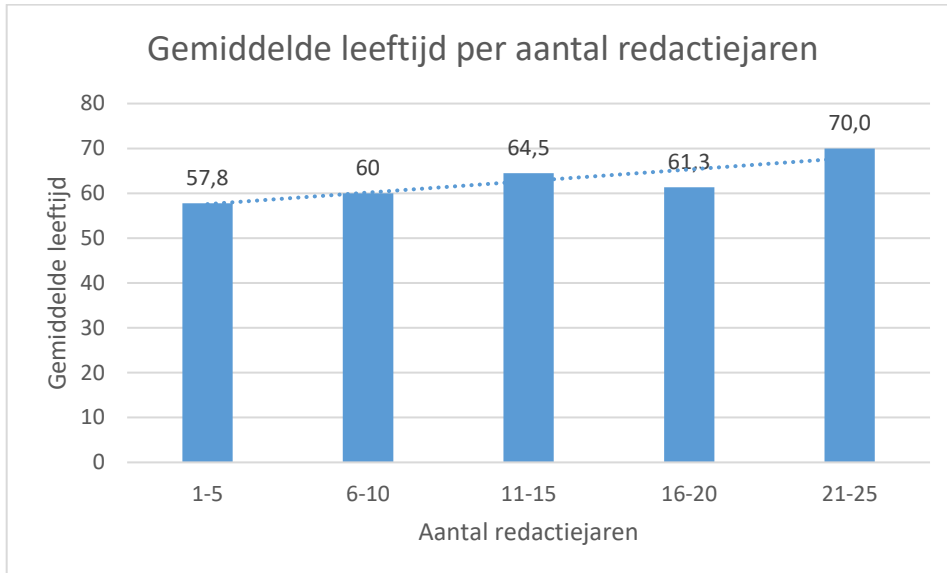


De gemiddelde veranderscore is voor de gehele groep respondenten 396. Opmerkelijk is dat de vrouwen een hogere veranderscore hebben dan de mannen.

Bijlage 7 Data-analyse per groep aantal redactie jaren

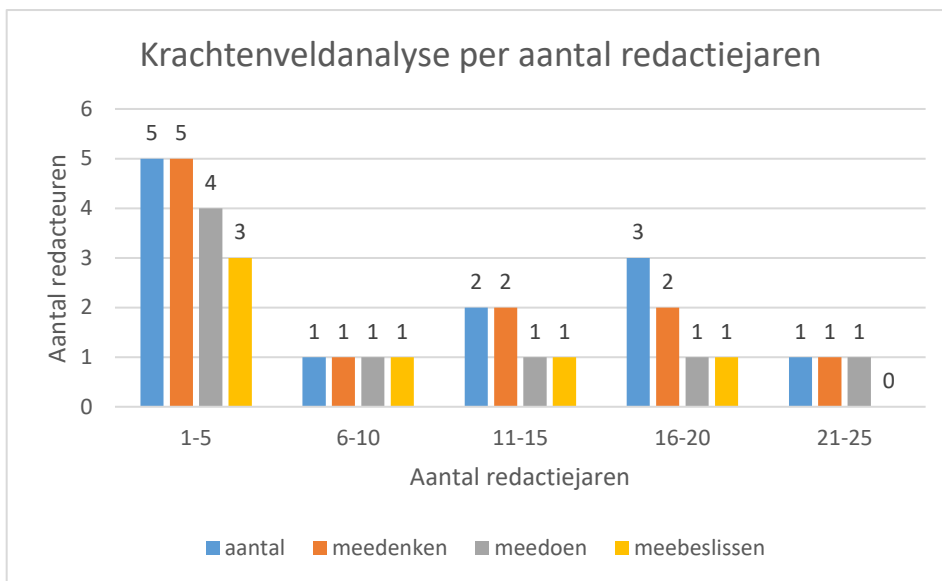


Het aantal redacteuren heeft de tendens om af te nemen met het stijgen van het aantal redactiejaar. Onder deze groep van 12 redacteuren zijn er 5 redacteuren die zich sinds 1 tot 5 jaar hebben aangemeld. Een behoorlijk grote aanwas.

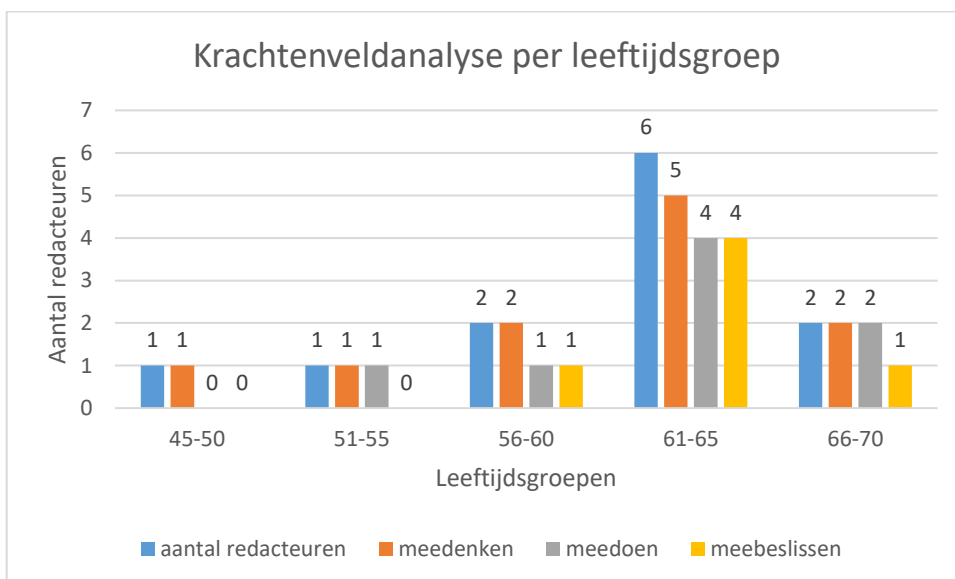


Bovenstaande grafiek laat zien dat de gemiddelde leeftijd de tendens heeft om langzaam te groeien naarmate het aantal redactiejaar toeneemt.

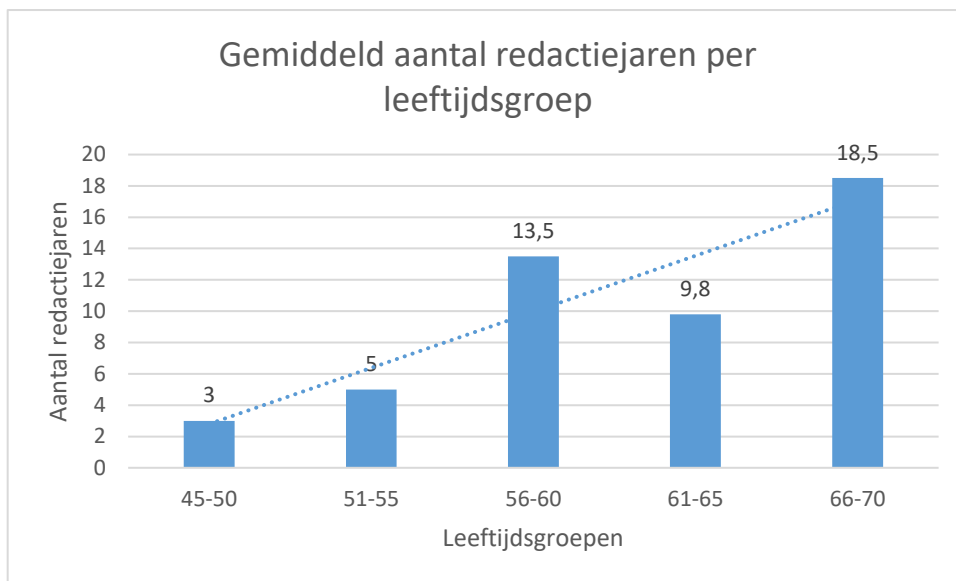
Bijlage 8 Krachtenveldanalyse



De daadkracht in meedenken, meedoen en meebeslissen, heeft de tendens om af te nemen naarmate het aantal redactiejaar stijgt.



De daadkracht in meedenken, meedoen en meebeslissen, heeft de tendens om toe te nemen naarmate het aantal leeftijdsjaar stijgt. Nu wordt het gemiddeld aantal redactiejaar per leeftijdsgroep nog onderzocht.



Uit bovenstaand onderzoek blijkt de tendens dat naarmate de leeftijd toeneemt het aantal redactiejaar stijgt. Een uitzondering binnen de onderzochte wijkredacteuren is de leeftijdsgroep 61-65 jaar. Deze groep heeft een lager gemiddeld aantal redactiejaar.

Bijlage 9 Verslag redactievergadering

Samenvatting bijwonen van redactievergadering

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locatie: Speeltuinvereniging Stadspolders

Datum: 19 april 2016

Aanvang: 20.00 uur

Duur: 1.30 uur

Datum verslag: 20 april 2016

Aanwezig zijn de mannelijke voorzitter en drie vrouwelijke redactieleden. De opmaker van de krant is afwezig. Hij wordt nog gebeld door de voorzitter, omdat hij zich niet had afgemeld. Onder het genot van een kopje koffie of thee wordt de vergadering gestart.

Voor de eerstvolgende krant is een overzicht gemaakt van mogelijke agendapunten, wie de foto maakt en wie schrijft het stukje. Het is een gemoedelijke vergadering waarin veel ruimte is om over persoonlijke omstandigheden te praten door de redactieleden.

Er wordt actief gereageerd door de redactieleden als de voorzitter of iemand anders een vraag stelt. Eenmaal per drie weken wordt er een redactievergadering gehouden.

Een redacteur zit ook in een klankbordgroep met o.a. iemand van Trivire, de Minimagroep en Family Factory. Het onderwerp is eenzaamheid. De groep wil inventariseren waar de wijkproduct-denken behoefte aan hebben.

Als er teveel stukken zijn, kunnen sommige stukken doorschuiven naar een volgende krant. De voorzitter bepaalt waar een stuk geplaatst wordt. "Met een leuke foto erbij maak je meer kans om op pagina 1 te komen", zegt hij. Per pagina kunnen 1200-1500 woorden geplaatst worden.

Een ander redactielid kent een redactielid van een andere wijkredactie die voorheen de coördinator van TIEN Plus (wat toen nog Procom, professionele communicatie heette) was.

Er mogen maximaal 2,5 pagina's van de 8 door advertenties in beslag worden genomen. Dordt Centraal verzorgt 1 pagina aan advertenties voor in de wijkkrant in afstemming met TIEN Plus.

Slechts een aanwezig redactielid heeft de training WordPress gevolgd en kan stukken op het wijknieuws op DordtCentraal.nl op DordtCentraal.nl plaatsen. De voorzitter zelf wil niet digitaal gaan.

De redactievergadering verliep aan de grote tafel in de grote zaal van speeltuinvereniging Stadspolders. Ik had pen en papier en een laptopje meegenomen om zodoende te ervaren hoe ik het beste notities kon maken. Het bijwonen van deze redactievergadering was meteen het aftasten van een redactievergadering, van de redacteuren, wat hier zoal besproken wordt

en hoe onderling gereageerd wordt. Ook kon ik hier voor het eerst een aantal vragen stellen na afloop van de vergadering. Ik wilde zo min mogelijk de vergadering zelf onderbreken met mijn vragen. Er was een gemoedelijke sfeer en iedereen kreeg de tijd en ruimte om op elkaar te reageren.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van deze redactievergadering wordt niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondent verzonden.

Bijlage 10 Samenvatting gesprekken met gemeente Dordrecht en TIEN Plus

Samenvatting van gesprekken met coördinator TIEN Plus D en senior communicatieadviseur P van de gemeente Dordrecht

Onderwerp: professionaliseren van de wijkcommunicatie (vertrouwelijk)

Locaties: TIEN Plus en op diverse vergaderlocaties in het Stads kantoor Datum: februari tot en met begin juni 2016

Gemiddelde duur per gesprek: 1.00 uur

Datum verslag: 8 juni 2016

Datum: 10 februari 2016

P: Sinds ongeveer anderhalf jaar krijgen nieuwe redacteuren standaard de cursus webredactie aangeboden. Ongeveer vier jaar geleden is bij de bestaande redacteuren gevraagd wat ze vonden van een digitale krant. De reacties waren divers. Een deel reageerde neutraal, een deel reageerde met “leuk” en een deel reageerde met “daar trappen we niet in”, “dan pakken jullie onze wijkkrant af.” De visie voor een digitale krant is 1) meer lezers; 2) meer actualiteit en 3) meer ruimte voor wijkcommunicatie.

Op dit moment zijn de ‘oude’ redacteuren:

- oudere personen;
- kennis/ervaring (journalistiek, beeldmateriaal, interviewen) behouden en meebuigen
- > zelf de digitale krant gebruiken en/of
- > andere vrijwilligers te ondersteunen met hun kennis/kunde.

De wijkredacties zouden meer samen kunnen gaan werken met de lokale pers, RTV Dordrecht, wijk TV, Dordt Centraal.

Om nieuwe redacteuren te kunnen werven willen we meer dan het oude kanaal aanbieden.

TIEN Plus is onderdeel van MEE Drechtsteden. Het is een partner van de gemeente Dordrecht. De gemeente Dordrecht verstrekt aan MEE Drechtsteden o.a. subsidie voor de wijkcommunicatie, wat TIEN Plus uitvoert. TIEN Plus bestaat uit drie personen, die begeleiden vrijwillige wijkredacteuren en verzorgen de communicatie van MEE Drechtsteden.

Datum: 17 februari 2016

D: Het wijknieuws op DordtCentraal.nl gaat begin maart 2016 over naar de website van DordtCentraal.nl. Alle wijkredacteuren krijgen een training WordPress aangeboden, het contentmanagementsysteem waarmee content op het wijknieuws op DordtCentraal.nl geplaatst wordt. De wijkredacteuren krijgen een eigen wachtwoord hiervoor.

Er zijn ongeveer 80 redacteuren die aan de krant werken en ongeveer 50 daarvan werken voor de krant en het wijknieuws op DordtCentraal.nl. Een lijst met contactgegevens van de wijkredacteuren wordt mij gemaaild.

De trainingen die redacteuren o.a. kunnen volgen zijn: WordPress, BUURbook, InDesign, Journalistiek voor beginners en gevorderden, Fotografie, columns schrijven. Trainingen Journalistiek worden tweemaal per jaar gehouden en worden altijd druk bezocht.

Sommige wijkkranten hebben ook een eigen Facebookpagina. De Facebookpagina's MEE Centrum en MEE Oost lopen naast de Facebookpagina van de wijkkrant.

Iedere wijkredactie is weer anders. De Poorter schrijft meer over cultuur. De Wielwijk Ahoy! is wat eenvoudiger in stukken en foto's. De Polderkrant is van een hoger niveau. De gemiddelde leeftijd schat Diana op 35 jaar.

Dit jaar vieren we 25 jaar wijkkranten. De eerste wijkkrant was die van Wielwijk, de Wielwijk Ahoy!

De wijkkranten worden gedrukt door DKZ-drukkerij. Dordt Centraal wordt bij dezelfde drukkerij gedrukt. Voorheen werden de wijkkranten bij Morks gedrukt, maar die besteedde het uit. De bezorging van de wijkkranten is nu samen met de krant van Dordt Centraal.

Diverse data

P: De urgentie van de verandering is:

- jongere doelgroep wordt gemist;
- kennis/ervaring met grote groep gedeeld worden.

Er zijn nu diverse trends, zoek maar op internet, o.a.:

- vrijwilligers zijn moeilijker te vinden;
- beeldmateriaal in kranten is zeer klein/beperkt.

Voordelen van digitaal:

- beter beeldmateriaal;
- actueel;
- interactie.

In 2017 krijgen we een nieuwe zendmachtiging. Wellicht kan de wijkredactie en de bibliotheek hierin samen gaan werken.

Wens is ook om een smoelenboek per wijkredactie te hebben. Hierin kan naast een foto ook vermeld staan wat iemands expertise is, werkt aan krant/web, is actief of niet actief. Iedere wijkredactie kan dan bijvoorbeeld kans maken om als 'Fantastische wijkredactie' benoemd te worden. Ook kan via het smoelenboek het aanspreekpunt makkelijker gevonden worden om meer aandacht voor iets te vragen als het laten drukken van een poster of voor publicaties in de krant/op het web.

Binnen de gemeente wordt vaak Factor C toegepast. Dit werkt aan de hand van 3 K's: krachteveldanalyse (meedenken, meedoen, meebeslissen), kernboodschappen en kalender.

Bij de gemeente Tilburg wordt ook gewerkt met een handig kwadrant:

	WIL WEL	WIL NIET
DOET WEL	wil wel/doet wel	wil niet/doet wel
DOET NIET	wil wel/doet niet	wil niet/doet niet

D: Voor de missie en visie van de wijkcommunicatie moet op de website van MEE Drechtsteden gekeken worden. TIEN Plus hanteert dezelfde missie en visie. Het is in ieder geval zo iets als: Het ondersteunen van kwetsbare mensen ter bevordering van hun zelfredzaamheid en participatie.

Vanuit de interviews is vernomen dat TIEN Plus slecht telefonisch bereikbaar is. Dit klopt, TIEN Plus is tijdelijk (zolang ze nog in hun tijdelijke huisvesting aan de Singel zitten) bereikbaar via MEE, maar daar weten sommige medewerkers niet dat ze de wijkredacteuren kunnen doorverbinden met TIEN Plus.

De kernwaarden van TIEN Plus zijn ook dezelfde als MEE:

- ondernemerschap;
- signaleren;
- vinden.

Gewenste wijkcommunicatie vanuit TIEN Plus:

Dat scholen, politie, ondernemers, zorg, woningbouw e.d. partners in wijkcommunicatie zijn en de wijkredacteur is het aanspreekpunt en spil in het web.

Het contact met Dordt Centraal is goed. TIEN Plus kon meedoen met het drukken van de wijkkrant. Per wijk is er een wijkredactie. Tien wijkredacties in het totaal. Vandaar onze naam TIEN Plus.

Urgentie van de verandering zit in het feit dat het wijknieuws op DordtCentraal.nl op de cms van de gemeente Dordrecht niet meer mocht. Op hetzelfde cms wordt ook ingelogd met DigiD. De veiligheid van was hierdoor niet meer gewaarborgd DigiD. Vandaar dat het wijknieuws op DordtCentraal.nl moesten verhuizen. Naar de website van Dordt Centraal was een logische vervolgstap.

P: De wijkredacties werken vanuit de thema's participatie en lokale democratie.

Er wordt gedacht om in de toekomst een coöperatie op te richten. Via het Persinnovatiefonds kan wellicht een subsidie verkregen worden op het thema van wijkcommunicatie waarmee deze coöperatie opgericht kan worden.

In deze coöperatie zitten dan o.a. mensen met netwerken en mensen van het Da Vinci college/Hogeschool Rotterdam. De coöperatie maakt leerwerkstages mogelijk en hebben een gezamenlijke database.

De gesprekken verliepen altijd op een gelijkwaardige ontspannen en open manier. Een enkele keer vroeg ik door om per mail extra informatie te ontvangen. De gegevens van de wijkredacteurs blijken maar ten dele vastgelegd te zijn. De datum van aanmelding en dergelijke is bijvoorbeeld niet bekend bij TIEN Plus.

Afspraken

Alle verslagen zullen vertrouwelijk behandeld worden en anoniem verwerkt worden. Het verslag van deze gesprekken worden niet ter correctie en/of goedkeuring naar de respondenten verzonden.

Bijlage 11 Implementatieplan

Wanneer	Middel	Boodschap	Voor wie	Door wie	Kosten
sept.-dec. 2016	Advertenties in wijkkranten, DC-krant en wijknieuws	Nieuwe wijkredacteuren gezocht om het wijknieuws breder te verspreiden	Potentiële redacteuren	Diana, Peter, Simone	€ -
sept.-dec. 2016	Nieuwsbrief	Aankondiging redacteurenborrel in oktober	Wijkredacteuren	Diana, Peter, Simone	€ -
sept. 2016	Fb., Tw., I., P. van WijkenDordrecht	Prikkelende berichten ter uitnodiging voor redacteurenborrel	Wijkredacteuren	Peter, Simone	€ -
sept. 2016	BUURbook	Prikkelende berichten ter uitnodiging voor redacteurenborrel	Potentiële redacteuren	Diana, Peter, Simone	€ -
sept. 2016	Post	Uitnodiging redacteurenborrel in oktober	Wijkredacteuren	Diana, Peter, Simone	€ 150,-
okt.-dec. 2016	Nieuwsbrief iedere 2 weken	Verandertraject, successen, trainingen e.d.	Wijkredacteuren	Diana, Peter, Simone	
okt. 2016	Redacteurenborrel	Het nieuwsbereik vergroten	Wijkredacteuren, potentiële redacteuren, geïnteresseerden	Diana, Peter, Simone	€ 350,-
okt. 2016	Facebookpagina voor wijkredacteuren lanceren	'Schapetrots op Dordt' belevenissen delen, reageren, vragen stellen aan elkaar e.d.	Wijkredacteuren	Diana, Peter, Simone	
okt.-dec. 2016	Wekelijks inloopuur bij TIEN Plus op dinsdag 10-11u. en donderdag 19-20u.	Stel je vragen, deel je ervaringen, geef je behoefte aan	Wijkredacteuren	Diana	
okt.-dec. 2016	Trainingen en excursies	Verruim je vaardigheden en kennis	Wijkredacteuren	Diana	€ 250,-
okt.-dec. 2016		Monitoren gebruik van wijkwebsites en andere online kanalen		Simone	€ -

dec. 2016	Nieuwsbrief + presentje	Vieren van tussentijdse successen	Wijkredacteurs	Diana, Peter, Simone	€ 500,-
kosten 2016					€ 1.250,-
Wanneer	Middel	Boodschap	Voor wie	Door wie	Kosten
jan.-mei 2017	Advertenties in wijkkranten, DC-krant en wijknieuws	Nieuwe wijkredacteurs gezocht om het wijknieuws breder te verspreiden	Potentiële redacteurs	Diana, Peter, Simone	€ -
jan.-mei 2017		Monitoren gebruik van wijkwebsites en andere online kanalen		Simone	€ -
jan.-juli 2017	Nieuwsbrief iedere 2 weken	Verandertraject, successen, trainingen e.d.	Wijkredacteurs	Diana, Peter, Simone	
jan.-juli 2017	Wekelijks inloopuur bij TIEN Plus op dinsdag 10-11u. en donderdag 19-20u.	Stel je vragen, deel je ervaringen, geef je behoefte aan	Wijkredacteurs	Diana	
jan.-juli 2017	Trainingen en excursies	Verruim je vaardigheden en kennis	Wijkredacteurs	Diana	€ 600,-
jan. 2017	Interview	Monitoren van veranderscore, opleidingsbehoefte en samenwerking bij respondenten		Simone	€ -
jan. 2017	Nieuwsbrief	Aankondiging redacteursborrel eind februari	Wijkredacteurs	Diana, Peter, Simone	€ -
jan. 2017	Fb., Tw., I., P. van WijkenDordrecht	Prikkelende berichten ter uitnodiging voor redacteursborrel	Wijkredacteurs	Peter, Simone	€ -
jan. 2017	BUURbook	Prikkelende berichten ter uitnodiging voor redacteursborrel	Potentiële redacteurs	Diana, Peter, Simone	€ -

febr. 2017	Advertenties wijkkranten, Dordt Centraal-krant en op wijkwebsites	Nieuwe wijkredacteurs gezocht om het wijknieuws breder te verspreiden	Potentiële redacteurs	Diana, Peter, Simone	€ -
febr. 2017	Post	Uitnodiging redacteursborrel eind februari	Wijkredacteurs, potentiële redacteurs, geïnteresseerden	Diana, Peter, Simone	€ 150,-
febr. 2017	Redacteursborrel	Terugkoppelen van vooruitgang en evalueren	Wijkredacteurs, potentiële redacteurs, geïnteresseerden	Diana, Peter, Simone	€ 350,-
juni 2017	Interview	Monitoren van veranderscore, opleidingsbehoefte en samenwerking bij respondenten		Simone	€ -
juni/juli 2017	Nieuwsbrief	Aankondiging redacteursborrel begin september	Wijkredacteurs	Diana, Peter, Simone	€ -
juli/aug. 2017	Fb., Tw., I., P. van WijkenDordrecht	Prikkelende berichten ter uitnodiging voor redacteursborrel	Wijkredacteurs	Peter, Simone	€ -
juli/aug. 2017	BUURbook	Prikkelende berichten ter uitnodiging voor redacteursborrel	Potentiële redacteurs	Diana, Peter, Simone	€ -
juli 2017	Post	Uitnodiging redacteursborrel begin september	Wijkredacteurs, potentiële redacteurs, geïnteresseerden	Diana, Peter, Simone	€ 150,-
sept. 2017	Redacteursborrel	Terugkoppelen van vooruitgang en evalueren	Wijkredacteurs, potentiële redacteurs, geïnteresseerden	Diana, Peter, Simone	€ 350,-
kosten 2017					€ 1.600,-