

jongeren op
gezond gewicht

Social media en de weg naar online betrokkenheid



Datum: 10 augustus 2018

Plaats: Leiden

Auteur: Esther van Vliet

Studentnummer: 1089302

Opleiding: Communicatie, Hogeschool Leiden

Opdrachtgever: Jongeren Op Gezond Gewicht

Bedrijfsbegeleider: Karin Hendrikse

Afstudeerbegeleider: Martien Schriemer

Eerste beoordelaar: Marieke Kerpershoek

Tweede beoordelaar: Edwin van Rooijen

Inlevermoment: kans 2

Voorwoord

Zes maanden geleden startte ik mijn afstudeeropdracht bij Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG). Ik kwam terecht bij een stichting waar ik nog nooit van had gehoord, maar waar ik nu met alleen nog maar positieve herinneringen aan terugdenk.

Voor mijn onderzoek reisde ik door heel Nederland om mensen te interviewen en heb ik veel kennis opgedaan over social media. Met bloed, zweet en af en toe wat tranen heb ik dit onderzoeksrapport weten neer te zetten, waar ik erg trots op ben.

Graag wil ik een aantal mensen bedanken die mij hierbij geholpen hebben. Allereerst wil ik Martien Schriemer bedanken voor de doorverwijzing naar JOGG toen ik even zonder afstudeeropdracht zat. Daarnaast wil ik JOGG en in het bijzonder Karin Hendrikse bedanken voor het vertrouwen, de hulp en de feedback die ik kreeg tijdens het onderzoek. Verder wil ik Loes, Gillian en Jordi bedanken voor de vele telefoontjes die we hebben gepleegd, waardoor het voelde alsof ik er niet alleen voor stond. Daarnaast wil ik mijn vrienden, familie en vriend bedanken voor de vele peptalks, de steun en de lieve woorden die ik heb gehad. Als laatst wil ik mijn zus bedanken voor haar grafische kunsten en hulp bij het maken van de afbeeldingen.

Ik wens jullie veel leesplezier!

Samenvatting

Een op de zeven kinderen in Nederland is te zwaar (JOGG, z.j.). JOGG is een non-profit organisatie die zich inzet om de omgeving van jongeren gezonder te maken met een integrale aanpak, de JOGG-aanpak (JOGG, z.j.). In 2020 wil JOGG in 75 JOGG-gemeenten een stijging bereiken in het aantal kinderen en jongeren op gezond gewicht. Voor het behalen van deze doelstelling is JOGG afhankelijk van lokale professionals. Zij implementeren binnen gemeenten de JOGG-aanpak. Deze professionals tonen een negatief sentiment en weinig online actie, wat volgens Solis (2013) duidt op een gebrek aan online betrokkenheid. Door het gebrek aan betrokkenheid bij de online communicatiemiddelen hebben lokale professionals te weinig ondersteuning, kennis en vaardigheden om de JOGG-aanpak juist te implementeren. Dit heeft een negatief effect op het behalen van het organisatiedoel van JOGG.

JOGG heeft de onderzoekster gevraagd onderzoek te doen naar hoe JOGG online communicatie kan inzetten om lokale professionals bij de organisatie te betrekken. Het doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de huidige online betrokkenheid van lokale professionals en de wensen en behoeften van lokale professionals en interne medewerkers rondom de inzet van social media, teneinde JOGG van een socialmedia-advies te voorzien. De onderzoeksdoelgroep bestaat uit lokale professionals en interne medewerkers van JOGG. Het onderzoek hanteert het Six Stages of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013) als conceptueel model. Dit model laat zien dat een organisatie online betrokkenheid teweegbrengt door succesvol de interactie aan te gaan op social media. Aan de hand van deze theorie zijn hypothesen opgesteld over het sociale gedrag van de doelgroep, de behoeften van interne medewerkers en het stimuleren van betrokkenheidsinitiatieven. De onderzoekster heeft op basis van het onderzoek alle hypothesen aangenomen.

De onderzoekster voerde kwalitatief onderzoek uit in de vorm van open interviews om de betrokkenheid van lokale professionals en de wensen en behoeften van de onderzoeksdoelgroep in kaart te brengen. De onderzoekster voerde deskresearch uit om te achterhalen welk online platform het best bij de organisatie aansluit.

Uit het onderzoek blijkt dat lokale professionals niet volledig betrokken zijn bij JOGG, waarvan beleidsambtenaren het minst. Dit komt door de weinige contactmomenten met JOGG.

De onderzoeksdoelgroep vindt het interessant om op social media het gesprek aan te gaan door vragen en documenten uit te wisselen. De onderzoekster adviseert JOGG om meer contact te realiseren met lokale professionals door de bestaande wiki als interactief platform in te zetten. Om het platform succesvol te implementeren adviseert de onderzoekster een socialmediastrategie op te stellen. Hiermee is JOGG zichtbaar naar lokale professionals. Ook adviseert de onderzoekster een platformteam op te stellen en dit team te voorzien van kennis. Daarnaast is het advies alle interne medewerkers op het platform te betrekken en een rolverdeling en richtlijnen voor het platformgebruik op te stellen. De laatste aanbeveling is voor het platformteam om berichten te monitoren en socialmediaresultaten in kaart te brengen.

Inhoud

Voorwoord	1
Samenvatting.....	2
1. Probleemformulering	5
1.1 Aanleiding.....	5
1.2 Probleemstelling	6
1.3 Doelstelling	7
1.4 Deelvragen	7
1.5 Onderzoeksdoelgroep	8
1.6 Beperkingen en grenzen	9
2. Situatieschets	11
2.1 Interne analyse	11
2.2 Externe analyse	13
2.3 SWOT-analyse.....	15
3. Theoretisch kader	17
3.1 Relevante onderzoeken, publicaties en theorieën	17
3.2 Centrale theorie en conceptueel model	19
3.3 Hypothesen.....	21
4. Methodologie	23
4.1 Methode van onderzoek.....	23
4.2 Datacollectie	24
4.3 Operationalisatie.....	27
5. Resultaten.....	30
5.1 Betrokkenheid	30
5.2 Wensen en behoeften lokale professionals.....	32
5.3 Wensen en behoeften interne medewerkers	34
5.4 Keuze social medium	36
6. Conclusies.....	38
6.1 Beantwoording deelvragen.....	38
6.2 Aannemen of verwerpen hypothesen	40
6.3 Beantwoording doelstelling en eindconclusie.....	41
7. Aanbevelingen.....	43

7.1	Planning	43
7.2	Aanwezigheid	44
7.3	Betrokkenheid	45
8.	Implementatieplan	47
8.1	Team, kennis en richtlijnen.....	47
8.2	POST-model.....	48
8.3	Continuous Improvement.....	51
8.4	Planning en budget.....	53
	Literatuurlijst.....	55
	Bijlagen	59
	Bijlage A: Persoonlijke communicatie.....	59
	Bijlage B: Resultaten onderzoek Mulier Instituut	63
	Bijlage C: Zoekplan theoretisch kader	66
	Bijlage D: Groundswell.....	70
	Bijlage E: Deskresearch Platform.....	74
	Bijlage F: Zoekplan Deskresearch	78
	Bijlage G: Topic guides	80
	Bijlage H: Contentstrategie	102
	Bijlage I: Verbatims.....	105
	Bijlage J: Analyseschema's	291

1. Probleemformulering

Lokale professionals tonen een gebrek aan online betrokkenheid. Dit is voor JOGG een probleem, omdat zij via online communicatiemiddelen ondersteuning biedt aan lokale professionals. Lokale professionals hebben deze ondersteuning nodig om lokaal resultaat te behalen. Dit hoofdstuk gaat verder in op deze problematiek.

1.1 Aanleiding

Een op de zeven kinderen in Nederland is te zwaar (JOGG, z.j.). De overheid heeft het initiatief genomen om dit probleem aan te pakken, waaruit de stichting Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG) is ontstaan. JOGG zet zich in om de omgeving van jongeren gezonder te maken met een integrale aanpak, de JOGG-aanpak (JOGG, z.j.). In vier jaar tijd hebben 136 gemeenten zich bij JOGG aangesloten, de zogenaamde JOGG-gemeenten. 323 lokale professionals, bestaande uit JOGG-regisseurs en -beleidsambtenaren, zijn actief om de JOGG-aanpak te implementeren (intern document JOGG, 2017). Door deze groei is wekelijkse ondersteuning van JOGG via face-to-face en direct contact met lokale professionals niet meer mogelijk (persoonlijke communicatie, 13 februari 2018). JOGG maakt daarom gebruik van eenzijdige, online communicatiemiddelen om informatie te verspreiden, kennis te delen en trainingen aan te kondigen. Deze communicatiemiddelen bestaan uit nieuwsbrieven en een wiki, een informatiewebsite met handvatten om de JOGG-aanpak uit te voeren (intern document JOGG, 2018).

Lokale professionals tonen echter een gebrek aan betrokkenheid bij deze online middelen. Volgens Paine (2011) is online betrokkenheid te meten uit het aantal terugkerende websitebezoekers. Een derde van de lokale professionals is maandelijks aanwezig op de wiki en leest nieuwsbrieven, wat volgens JOGG onvoldoende is (persoonlijke communicatie, 25 juni 2018). Volgens Solis (2013) tonen een negatief sentiment en het uitblijven van acties na interactie een gebrek aan online betrokkenheid. Lokale professionals tonen dit ook door JOGG *zij in Den Haag* te noemen, weinig interactie te vertonen en zich niet aan te melden voor sessies om de JOGG-aanpak te verbeteren (persoonlijke communicatie, 13 februari 2018) (Mulier Instituut, 2018). Het gebruik van de ondersteuning via de online communicatiemiddelen en de aanmelding voor dergelijke sessies is echter noodzakelijk voor lokale professionals om lokaal resultaat te behalen. Zij hebben zelf onvoldoende tijd, kennis en vaardigheden om de JOGG-aanpak juist te implementeren (persoonlijke communicatie, 25 juni 2018) (bijlage A). Wanneer geen verandering plaats vindt en lokale professionals geen resultaat behalen, haalt JOGG haar organisatiedoel niet. JOGG wil in 2020 in 75 JOGG-gemeenten een stijging bereiken in het aantal kinderen en jongeren op gezond gewicht. Dit aantal staat na vier jaar, in juni 2018, op 19 gemeenten. Als JOGG haar organisatiedoel niet haalt, heeft dit een negatief effect op de Nederlandse volksgezondheid (persoonlijke communicatie, 25 juni 2018).

Solis (2011) toont aan dat online betrokkenheid te verkrijgen is door tweezijdige communicatie in te zetten door te luisteren naar en het gesprek aan te gaan met de doelgroep op social media. JOGG heeft de onderzoekster gevraagd onderzoek te doen naar een manier om online betrokkenheid te bereiken middels een tweezijdig, online communicatiemiddel (persoonlijke communicatie, 13 februari 2018).

1.2 Probleemstelling

Uit de aanleiding blijkt dat er een online betrokkenheidsprobleem is. Dit uit zich in weinig betrokkenheid bij het lezen van de nieuwsbrieven en de wiki, een negatief sentiment en een gebrek aan het ondernemen van activiteiten van lokale professionals. Dit probleem is van invloed op het behalen van het organisatiedoel van JOGG, omdat lokale professionals zonder deze online middelen onvoldoende ondersteuning hebben om de JOGG-aanpak juist te implementeren (persoonlijke communicatie, 25 juni 2018).

Zoals aangegeven in paragraaf 1.1 is sprake van eenzijdige, onlinecommunicatie via nieuwsbrieven en de wiki. Solis (2011) benadrukt dat het voor organisaties van belang is deel te nemen aan een tweezijdige communicatiestroom met de doelgroep door te luisteren en deel te nemen aan gesprekken op social media om online betrokkenheid te creëren. Vanuit deze theoretische bevinding onderzoekt de onderzoekster hoe JOGG online betrokkenheid kan bereiken met de inzet van social media door de interactie aan te gaan met lokale professionals.

Social media maakt gebruik van mobiele en webgebaseerde technologieën om een interactief platform te creëren waarmee individuen en communities door gebruikers gemaakte inhoud delen, creëren, bespreken en wijzigen (Kietzmann et al., 2011). Voorbeelden hiervan zijn externe platformen zoals Facebook, LinkedIn en Twitter, maar ook interne platformen, zoals intranet (Solis, 2013).

De probleemstelling van het onderzoek luidt: *Hoe kan JOGG social media inzetten om lokale professionals online betrokken te maken bij JOGG?*

Het is tijdens het onderzoek van belang te beseffen dat social media op zichzelf geen online betrokkenheid realiseert. De manier waarop JOGG social media inzet is hierin van belang. Zo zegt Solis (2011) dat online conversaties betekenisloos zijn zonder substantie, inzicht, samenwerking of een nuttige uitwisseling die wederzijdse tevredenheid biedt. Het onderzoek richt zich daarom vooral op *hoe* JOGG social media succesvol kan inzetten. Door dit te onderzoeken, achterhaalt de onderzoekster op welke manier JOGG interactie teweeg brengt die wederzijdse tevredenheid biedt bij zowel JOGG als bij lokale professionals.

1.3 Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek luidt als volgt.

Inzicht krijgen in de huidige online betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG en in de wensen en behoeften van de doelgroep, bestaande uit interne medewerkers van JOGG en lokale professionals, voor (de inzet van) social media, teneinde een socialmedia-advies te leveren aan JOGG, waarmee de organisatie online betrokkenheid bereikt bij lokale professionals.

De onderzoekster achterhaalt in welke mate lokale professionals online betrokken zijn bij de stichting om een beeld te schetsen van de huidige situatie. Door inzicht te krijgen in de wensen en behoeften van de doelgroep rondom social media achterhaalt de onderzoekster hoe JOGG social media dient in te zetten en welk platform zij dient te gebruiken om aan te sluiten bij de doelgroep. Daarnaast verzamelt de onderzoekster informatie over de benodigdheden voor interne medewerkers om social media effectief in te zetten en weerstand te voorkomen. Op basis van deze informatie brengt de onderzoekster een advies uit over de inzet van social media.

Dit advies biedt handvatten voor het opstellen van een socialmediastrategie. Hieronder vallen het opstellen van socialmediadoelstellingen, intern beleid, contentstrategie, het in kaart brengen van resultaten en het platformtype (Duursma, 2013). De onderzoekster stelt het socialmedia-advies op basis van de centrale theorie, resultaten en conclusies van het onderzoek op.

Met de uitvoering van het advies dient JOGG online betrokkenheid bij lokale professionals te genereren. Hierdoor kan ze JOGG-gemeenten voldoende ondersteuning geven voor de implementatie en het beleid van de JOGG-aanpak. Deze ondersteuning dient te resulteren in een lokale stijging van het aantal kinderen en jongeren op gezond gewicht. Wanneer de online betrokkenheid is toegenomen heeft JOGG haar doel van dit onderzoek behaald. De onderzoekster heeft het onderzoeksdoel behaald wanneer het advies inzichten biedt die JOGG in staat stellen om lokale professionals online betrokken te maken. De aanbevelingen uit dit onderzoek geven invulling aan het onderzoeksdoel.

1.4 Deelvragen

De probleemstelling splitst zich in vier deelvragen. Het onderzoek beantwoordt deze deelvragen en formuleert daarmee een antwoord op de centrale vraag.

1. In hoeverre zijn lokale professionals online betrokken bij JOGG?

Deze deelvraag brengt de huidige betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG in beeld door lokale professionals te bevragen over hun sentiment bij JOGG en online acties, zoals het lezen van de nieuwsbrief en bezoeken van de wiki, in kaart te brengen. Dit toont volgens Solis

(2013) de mate van betrokkenheid. Deze meting maakt het tevens mogelijk voor de organisatie om na de implementatie van het advies een vervolgonderzoek uit te voeren om te achterhalen of het onderzoek het gewenste effect heeft bereikt.

2. Welke wensen en behoeften hebben lokale professionals voor social media?

De tweede deelvraag onderzoekt zowel de behoefte aan social media als de wensen en behoeften wat betreft de inhoudelijke en technische functies van een socialmediaplatform. Met de uitkomst sluit de onderzoekster het socialmedia-advies aan bij de wensen en behoeften van lokale professionals.

3. Welke wensen en behoeften hebben de interne medewerkers voor de inzet van social media?

De derde deelvraag onderzoekt welke wensen en behoeften interne medewerkers hebben voor de inzet van social media. Li en Solis (2013) stellen dat een organisatie de behoeften van interne medewerkers over het gebruik van social media moet achterhalen om het middel effectief in de organisatie te implementeren en interne weerstand te voorkomen. Om deze reden neemt de onderzoekster de wensen en behoeften van interne medewerkers mee in het onderzoek.

4. Welk social medium sluit aan bij JOGG en lokale professionals?

De vierde deelvraag onderzoekt welke social medium aansluit bij de werkwijze van de organisatie en online betrokkenheid teweegbrengt bij lokale professionals. De onderzoekster brengt in kaart welke social media passen bij de probleemstelling en aansluiten bij de wensen en behoeften van de onderzoeksdoelgroep. Het is hierbij van belang de ervaring van de doelgroep met social media te onderzoeken om de keuze voor het social medium aan te sluiten bij de doelgroep.

1.5 Onderzoeksdoelgroep

De onderzoeksdoelgroep bestaat uit de personen van zowel JOGG-gemeenten als JOGG waartussen communicatie plaatsvindt. Dit zijn JOGG-regisseurs, JOGG-beleidsambtenaren, communicatieadviseurs en JOGG-adviseurs. Lokale professionals horen bij deze doelgroep, omdat JOGG bij hen online betrokkenheid wil realiseren. Volgens Li en Solis (2013) is het van belang de wensen en behoeften van interne medewerkers bij de inzet van social media mee te nemen, zodat de organisatie hierop kan inspelen en weerstand voorkomt. Daarom neemt de onderzoekster de interne medewerkers mee in de onderzoeksdoelgroep.

Lokale professionals

Lokale professionals zijn JOGG-regisseurs en JOGG-beleidsambtenaren. Samen brengen zij een beweging op gang om de gewenste resultaten te bereiken (intern document JOGG, 2017).

Nederland heeft in juni 2018 136 JOGG-gemeenten (JOGG, z.j.). Bij elke JOGG-gemeente werkt minimaal één JOGG-regisseur en één JOGG-beleidsambtenaar en in totaal zijn 323 lokale professionals actief (wiki JOGG, 2017). JOGG wil betrokkenheid creëren bij lokale professionals, zodat ze effectief bijdragen aan het organisatiedoel van JOGG.

JOGG-regisseurs

JOGG-regisseurs voeren de regie en verbinden partijen om op lokaal niveau resultaten te behalen. De regisseurs werken minimaal zestien uur per week aan de JOGG-aanpak. Volgens de door JOGG opgestelde competenties zijn regisseurs onder andere verbindend en inspirerend, niet bang om buiten gebaande paden te treden, proactief, ondernemend en communicatief vaardig (intern document JOGG, 2017).

JOGG-beleidsambtenaren

JOGG-beleidsambtenaren werken bij de gemeente en besteden minimaal vier uur per week aan de JOGG-aanpak. Ze zijn onder andere sparringpartner en vraagbaak voor de JOGG-regisseurs en verzorgen de verantwoording van JOGG richting het college en de raad van de gemeente. Volgens de door JOGG opgestelde competenties hebben beleidsambtenaren kennis van gemeentelijke beleidsprocessen en zijn ze in aanleg gezaghebbend (intern document JOGG, 2017).

Interne medewerkers

JOGG heeft 29 medewerkers in dienst, waarvan vijf communicatieadviseurs en elf JOGG-adviseurs (JOGG, z.j.). JOGG-adviseurs en -communicatieadviseurs communiceren met en ondersteunen lokale professionals. Een verandering in de communicatie is op hen van invloed, waardoor de onderzoekster alleen de genoemde interne medewerkers onderzoekt (persoonlijke communicatie, 1 maart 2018).

JOGG-adviseurs

JOGG-adviseurs ondersteunen lokale professionals met de JOGG-aanpak. Zij hebben het meeste contact met lokale professionals in vergelijking met andere JOGG-medewerkers (persoonlijke communicatie, 1 maart 2018).

Communicatieadviseurs

Naast JOGG-adviseurs communiceren de communicatieadviseurs binnen JOGG het meeste met lokale professionals via online communicatiemiddelen, zoals de wiki en nieuwsbrieven (persoonlijke communicatie, 12 maart 2018).

1.6 Beperkingen en grenzen

De volgende keuzes bakenen het onderzoek af.

- Het onderzoek duurt 26 weken en loopt van 12 februari tot en met 13 augustus 2018. In week 34 van 2018 presenteert de onderzoekster de eindresultaten.
- De onderzoekster is verantwoordelijk voor de opzet en de uitvoering van het onderzoek, en het aanbieden van het onderzoeksrapport inclusief implementatieplan. De onderzoekster is niet verantwoordelijk voor de implementatie van het plan.
- Het onderzoek brengt niet de wensen en behoeften van de gehele interne organisatie in kaart, maar slechts een deel hiervan. De resultaten van deelvraag 3 zijn daarom alleen van toepassing op communicatie- en JOGG-adviseurs binnen de organisatie.
- De onderzoekster neemt de huidige socialmedia-activiteiten van JOGG op Facebook, Twitter, LinkedIn en YouTube niet mee in het onderzoek, omdat de huidige inzet van social media niet specifiek gericht is op lokale professionals (intern document JOGG, 2018).
- Tijdens het onderzoek verzamelt de onderzoekster informatie van derden door persoonlijke gesprekken te voeren. De persoonsgegevens van deze personen blijven anoniem om de personen in kwestie te beschermen. In de resultaten vermeldt de onderzoekster daarom geen specifieke namen van respondenten en gemeenten.
- De onderzoekster interviewt zoveel mogelijk lokale professionals uit verschillende regio's en provincies. Lokale professionals uit Leeuwarden, Groningen en Drenthe maken in verband met tijdsbeperkingen geen deel uit van het onderzoek. De resultaten van deelvraag 2 zijn voor hen mogelijk niet van toepassing, omdat zij andere wensen en behoeften kunnen hebben.
- Het onderzoeksbudget is afhankelijk van het preventieakkoord dat de regering in de loop van 2018 opstelt (Rijksoverheid, z.j.). Om deze reden is het budget niet vast te stellen. De onderzoekster gaat ervan uit dat de stichting wil investeren in het uiteindelijke advies op basis van een persoonlijk gesprek met M. Spaans (persoonlijke communicatie, 24 april 2018). De onderzoekster adviseert op basis van twee financiële niveaus en houdt in de resultaten rekening met de kosten van het socialmediaplatform.
- Het onderzoek gaat inhoudelijk niet in op andere onderwerpen dan het platform of de betrokkenheid, zoals themacampagnes of JOGG-pijlers. Deze gegevens zijn dan ook geen onderdeel van de onderzoeksresultaten. De organisatie kan deze informatie eventueel teruglezen in de verbatims, mits de respondenten dit benoemen.

2. Situatieschets

Dit hoofdstuk gaat in op de werkzaamheden van JOGG en haar doel om jongeren in een gezonde omgeving op te laten groeien. Daarnaast beschrijft de interne analyse de uitvoering van de JOGG-aanpak en de communicatie met lokale professionals. De externe analyse laat factoren zien die van invloed zijn op JOGG, zoals financiën, politiek en de tevredenheid van lokale professionals.

2.1 Interne analyse

Over JOGG

JOGG is sinds 2014 een zelfstandige stichting en streeft naar een samenleving waarin alle kinderen en jongeren wonen, leren, recreëren en werken in een omgeving waarin een gezonde leefstijl de norm is (JOGG, z.j.). Om dit te bereiken biedt JOGG een integrale aanpak, de JOGG-aanpak, aan gemeenten om lokaal overgewicht en obesitas tegen te gaan. JOGG ondersteunt deze gemeenten bij de implementatie van de aanpak. Deze stichting draagt in mei 2018 met 136 gemeenten bij aan een gezond gewicht bij de jeugd (Blokhuys, 2018).

De hoofddoelstellingen van de stichting luiden als volgt.

- In 2020 zijn ten minste 1 miljoen kinderen bereikt met de lokale JOGG-aanpak en de landelijke initiatieven.
- In 2020 hebben 75 JOGG-gemeenten een stijging bereikt van het aantal kinderen en jongeren op gezond gewicht (JOGG, z.j.).

Lokale professionals werken mee aan deze doelstellingen. Zo brengen regisseurs ongeveer zestien uur per week partijen bij elkaar, leggen ze verbindingen en enthousiasmeren ze partijen om een gezondere leefstijl binnen de gemeente na te streven. Beleidsambtenaren ondersteunen de regisseurs ongeveer vier uur per week op beleidsniveau (intern document JOGG, 2017). In juni 2018 hebben 19 van de 75 JOGG-gemeenten resultaat behaald dat aansluit bij de beoogde doelstelling (JOGG, z.j.).

Ondersteuning lokale professionals

Lokale professionals krijgen vanuit JOGG ondersteuning van JOGG-adviseurs. Daarnaast krijgen ze trainingen aangeboden om vaardigheden op te doen en deze in de praktijk te brengen (intern document JOGG, 2018). JOGG heeft sinds 2015 een sterke groei doorgemaakt in het aantal deelnemende gemeenten. Het aantal JOGG-adviseurs maakte een relatief kleinere groei door, waardoor de inmiddels 323 lokale professionals ondersteuning krijgen van elf JOGG-adviseurs (wiki JOGG, z.j.). Hierdoor kan JOGG niet meer met alle lokale professionals een intensieve, persoonlijke communicatie onderhouden zoals voorheen (persoonlijke communicatie, 13 februari 2018). Om lokale professionals te blijven ondersteunen nam het belang van het gebruik van de online communicatiemiddelen door lokale professionals toe. JOGG kondigt via online communicatiemiddelen trainingen aan en biedt algemene informatie

over onder andere nieuwe landelijke samenwerkingspartners, ontwikkelingen op het gebied van jeugd en gezondheid en behaalde resultaten en goede voorbeelden uit JOGG-gemeenten (intern document JOGG, 2018). Met deze informatie en mogelijkheid tot aanmelding voor ondersteuning kunnen lokale professionals de JOGG-aanpak implementeren. Wanneer lokale professionals deze ondersteuning niet krijgen, kunnen zij de JOGG-aanpak niet volledig in de praktijk brengen, omdat zij hiervoor zelf onvoldoende kennis, vaardigheden en tijd hebben (persoonlijke communicatie, 25 juni 2018).

Fasen JOGG-aanpak

JOGG-gemeenten kunnen in drie fasen actief zijn met de JOGG-aanpak. De eerste fase duurt drie jaar, daarna stromen JOGG-gemeenten door naar fase twee. Na zes jaar komt een gemeente in fase drie en gaat zelf actief aan de slag met minimale hulp (intern document JOGG, 2017).

- In de **eerste fase** implementeert de gemeente de JOGG-aanpak. Hierbij kan de gemeente gebruikmaken van een breed ondersteuningsaanbod van advies, begeleiding, trainingen, bijeenkomsten en verschillende tools en materialen.
- In de **tweede fase** ligt de focus op de borging van de aanpak. De gemeente kan gebruik maken van een ondersteuningsaanbod aangepast op deze fase.
- In de **derde fase** is de JOGG-aanpak geïmplementeerd en werkt een gemeente zelfstandig aan de gezonde omgeving. Daarbij kan de gemeente gebruikmaken van advies en informatie vanuit JOGG (intern document JOGG, 2017).

De fase waarin een JOGG-gemeente zit, beïnvloedt de hoeveelheid communicatie tussen een gemeente en JOGG. De organisatie heeft meer contact met gemeenten in fase 1 dan in fase 3 (intern document JOGG, 2017). Dit is van invloed op de online betrokkenheid van lokale professionals, omdat Solis (2013) aantoont dat interactie online betrokkenheid beïnvloedt.

Communicatie met lokale professionals

JOGG communiceert online met lokale professionals via de wiki, nieuwsbrieven en e-mail. Daarnaast is JOGG aanwezig op Facebook, Twitter, YouTube en LinkedIn (intern document JOGG, 2018). Hieronder licht de onderzoekster de wiki, de JOGG-update en het gebrek aan aanmeldingen voor de klankenbordgroep toe.

Wiki

JOGG-gemeenten kunnen gebruik maken van de wiki. Op de wiki staat materiaal dat de implementatie van de JOGG-aanpak ondersteunt. Lokale professionals loggen op de wiki in met hun account. Het is voor hen niet mogelijk om informatie toe te voegen, aan te passen of onder artikelen te reageren (wiki JOGG, z.j.). Lokale professionals bezoeken de wiki in 5 maanden tijd *soms* tot *regelmatig*, waarvan 34 procent van de lokale professionals dit maandelijks doet. Beleidsambtenaren zijn minder actief op de wiki dan regisseurs. Van de 49 ondervraagde

beleidsambtenaren hebben 19 een account waar ze niks mee doen en zijn 6 beleidsambtenaren niet met de wiki bekend. Lokale professionals vinden de JOGG-wiki informatief, inspirerend en gebruiksvriendelijk en geven de wiki het rapportcijfer 7 (Mulier Instituut, 2017). Dit wijst erop dat het gebrek aan online betrokkenheid niet te wijten is aan de inhoud van de wiki.

JOGG-update

JOGG verstuurt eens in de twee weken een JOGG-update. Dit is een online nieuwsbrief met onder andere effectieve voorbeelden van gemeenten en landelijke informatie en updates die van belang zijn voor lokale professionals (intern document JOGG, 2017). 32 procent van lokale professionals leest de nieuwsbrieven. JOGG-regisseurs beoordelen de JOGG-update gemiddeld met het rapportcijfer 7,5 en zijn tevreden over de inhoudelijke informatie (Mulier Instituut, 2018). Dit toont wederom aan dat het gebrek aan online betrokkenheid bij de JOGG-update niet te wijten is aan de inhoudelijke informatie.

Klankenbordgroep

JOGG heeft begin 2017 geprobeerd om meerdere klankbordgroepen op te zetten, waarin lokale professionals in gesprek gaan over thema's die bijdragen aan de ontwikkeling van de JOGG-aanpak (intern document JOGG, 2017). Lokale professionals ontvingen een uitnodiging via de JOGG-update en JOGG-adviseurs, maar gaven geen respons. In het onderzoek van Mulier Instituut (2018) bleek dat zij hier geen tijd voor vrij willen maken.

2.2 Externe analyse

JOGG is als stichting voornamelijk afhankelijk van financiering vanuit de overheid. De onderzoekster brengt daarom de politieke en financiële situatie in kaart. Daarnaast beschrijft de externe analyse de groeimogelijkheid van de organisatie en de tevredenheid van lokale professionals.

Financiën

JOGG is financieel afhankelijk van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en de Rijksoverheid (Rijksoverheid, z.j.). De stichting moet alle uitgaven verantwoorden aan het bestuur en andere financieringsinstellingen. Dit beperkt de organisatie in het maken van zelfstandige en snelle keuzes.

JOGG-gemeenten betalen daarnaast een jaarlijkse bijdrage aan JOGG. Deze bijdrage is afhankelijk van de fase waarin de gemeenten verkeren. In fase één en twee bedraagt de jaarlijkse bijdrage 5.000 euro voor gemeenten tot en met 50.000 inwoners. In fase drie bedraagt de jaarlijkse bijdrage 1.000 euro voor gemeenten tot en met 50.000 inwoners (intern document JOGG, 2017).

Politiek

In het regeerakkoord van 2017 streeft de regering naar een hoger aantal gezonde kinderen. De regering wil hierin investeren en stelt 170 miljoen euro ter beschikking voor preventie en gezondheidsbevordering met een opvolging van twintig miljoen euro per jaar. Daarnaast heeft de regering een preventieakkoord gesloten met onder andere gemeenten, sportverenigingen en -bonden en bedrijven, dat zich erop richt om roken en overgewicht aan te pakken (Parlement & Politiek, 2017). Dit is relevant voor JOGG, omdat de stichting mogelijk meer geld ter beschikking krijgt om het organisatiedoel te behalen.

Daarnaast schrijft staatsecretaris Blokhuis van VWS in een kamerbrief dat er in Nederland inmiddels breed draagvlak is voor JOGG en het van belang is nu de positieve resultaten zichtbaar te maken. JOGG heeft volgens Blokhuis een belangrijke rol binnen het Nationaal Preventieakkoord dat na de zomer van 2018 af moet zijn (Blokhuis, 2018). Als JOGG een grotere rol krijgt in dit preventieakkoord, is het van belang dat JOGG ernaar blijft streven om de organisatiedoelstellingen te behalen. Online betrokkenheid is daarin essentieel, omdat lokale professionals via online middelen ondersteuning krijgen om lokaal de JOGG-aanpak uit te voeren en resultaat te behalen (persoonlijke communicatie, 25 juni 2018).

Financiën JOGG-gemeenten

JOGG is indirect ook afhankelijk van het beschikbare gemeentelijke budget voor de JOGG-aanpak. De helft van de JOGG-regisseurs heeft te weinig budget en onvoldoende capaciteit om resultaat te communiceren naar hun achterban. Met dit financieringstekort kunnen gemeenten geen draagvlak creëren, waardoor inwoners in hun omgeving geen directe effecten zien van de lokale JOGG-aanpak (Mulier Instituut, 2017).

Groeimogelijkheden

In juni 2018 gebruiken 136 gemeenten de JOGG-aanpak (JOGG, z.j.). Op 1 januari 2018 heeft Nederland volgens de cijfers van het CBS (2018) 380 gemeenten. Dit betekent dat de stichting nog 245 andere gemeenten kan verbinden aan de JOGG-aanpak. De groei van het aantal JOGG-gemeenten is de oorzaak van het gebrek aan online betrokkenheid van lokale professionals, zoals paragraaf 1.1 beschrijft. Om die reden is deze bevinding relevant is voor het onderzoek.

Tevreden lokale professionals

Het Mulier Instituut voert sinds 2014 elk jaar voor JOGG een tevredenheidsonderzoek uit onder lokale professionals. Tabellen en grafieken van het onderzoek zijn terug te vinden in bijlage B.

Dienstverlening en ondersteuning

Lokale professionals vinden de ondersteuning vanuit JOGG vaak te algemeen en hebben behoefte aan vraaggerichte ondersteuning (Mulier Instituut, 2018). Dit kan hun behoefte aan tweezijdige communicatie positief beïnvloeden. Ook blijken JOGG-gemeenten die al langer met de JOGG-aanpak werken minder tevreden met de ondersteuning dan gemeenten die net met de aanpak zijn begonnen. De reden hiervoor is dat het ondersteuningsaanbod volgens hen met name is gericht op beginnende gemeenten (Mulier Instituut, 2018). Op basis van deze informatie is het van belang het verschil van online betrokkenheid bij JOGG-gemeenten in fase 1, 2 en 3 in kaart te brengen.

Lokale professionals over waarden en communicatie

JOGG-adviseurs weten wat er landelijk speelt, leveren professionele dienstverleningen en signaleren kansen volgens lokale professionals (Mulier Instituut, 2017). Lokale professionals zijn echter minder tevreden over het feit dat JOGG hen lokaal kan bieden wat ze nodig hebben. Beleidsambtenaren tonen ontevredenheid over de hoeveelheid communicatie over resultaten en nieuws vanuit JOGG. Hier is een verband te zien met het feit dat beleidsambtenaren minder gebruik maken van online communicatiemiddelen. Regisseurs zijn ontevreden over de zichtbaarheid van JOGG binnen het werkveld. Deze informatie toont een positief sentiment van lokale professionals bij JOGG-adviseurs en een negatief sentiment bij JOGG. Dit is duidt, samen met het gegeven dat lokale professionals JOGG *zij in Den Haag* noemen, een lage betrokkenheid aan bij de organisatie.

2.3 SWOT-analyse

De SWOT-analyse (figuur 1) geeft de belangrijkste bevindingen weer uit de interne en externe analyse.

Strengths: o goede beoordeling JOGG-update en wiki.	Weaknesses: - o weinig resultaat organisatiedoelstelling; - o weinig JOGG-adviseurs in dienst, afname persoonlijk contact; - o matig gebruik online communicatiemiddelen; - o matig tot geen betrokkenheid bij sessies om JOGG-aanpak te verbeteren.
Opportunities: - o groeimogelijkheden; - o politieke investering; - o verantwoordelijkheden waarmaken; - o meer behoefte aan persoonlijke ondersteuning; - o positief sentiment lokale professionals bij JOGG-adviseurs.	Threats: - o financieel afhankelijk; - o onvoldoende budget en capaciteiten bij gemeenten; - o minder tevreden over ondersteuning in latere fasen; - o negatief sentiment lokale professionals bij JOGG.

Figuur 1. SWOT-analyse JOGG. Bron: Van Vliet (2018)

Toelichting SWOT-analyse

Een sterk punt is dat lokale professionals de JOGG-update en de wiki positief beoordelen. Een zwakte is dat JOGG een klein team JOGG-adviseurs in dienst heeft om lokale professionals te voorzien van ondersteuning. Dit zorgt voor minder intensieve communicatie met lokale professionals. Daarnaast maken lokale professionals weinig gebruik van de online communicatiemiddelen waarvan beleidsadviseurs het minst. Dit speelt een rol binnen een matig resultaat in de stijging van het aantal kinderen en jongeren op gezond gewicht binnen gemeenten. Kansen zijn onder andere de doorgroeimogelijkheden van JOGG en de behoefte van lokale professionals aan persoonlijke ondersteuning. Dit laatste kan van positieve invloed zijn op hun behoefte aan tweezijdige communicatie. Daarnaast is de intentie van de regering om meer te investeren in de preventie van overgewicht een kans. De stichting ontvangt hierdoor mogelijk meer geld om haar werkzaamheden uit te voeren. Ook heeft Blokhuis (2018) vertrouwen in de rol van JOGG om overgewicht in de maatschappij tegen te gaan en kan JOGG door haar organisatiedoel te behalen verwachtingen waarmaken.

De stichting blijft echter afhankelijk van financiering vanuit de overheid, wat haar beperkt in het maken van snelle keuzes. Ook is er onvoldoende budget en capaciteit bij JOGG-gemeenten. Dit is een bedreiging, omdat lokale professionals geen draagvlak kunnen creëren. Dit beïnvloedt de zichtbaarheid van JOGG in de maatschappij. Een andere bedreiging is dat lokale professionals die al langer werken met de JOGG-aanpak minder tevreden zijn over de ondersteuning, wat van invloed is op hun online betrokkenheid. Lokale professionals zijn positief over de JOGG-adviseurs, maar laten zich negatief uit over JOGG. Dit duidt een negatieve betrokkenheid aan bij JOGG.

3. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk weegt de onderzoekster diverse relevante theorieën, onderzoeken en publicaties af om een centrale theorie te kiezen die aansluit bij de thema's betrokkenheid en social media (bijlage C).

3.1 Relevante onderzoeken, publicaties en theorieën

Social media: de dialoog online

Een dialoog is een vorm van communicatie waarin sprake is van een tweezijdige communicatiestroom. Shannon en Weaver (1949) benoemen als een van de eersten de communicatiestroom tussen zender, boodschap, medium en ontvanger. Volgens Solis (2011) hebben social media de offline monoloog van vroeger getransformeerd in een online dialoog. Hij omschrijft social media als elke tool of service die gebruikmaakt van het internet om het gesprek aan te gaan. Bhanot (2012) omschrijft social media als een mogelijkheid tot interactie met toegankelijke communicatietechnieken die communicatie tot een interactieve dialoog omvormen. Volgens Li en Bernoff (2011) zorgen socialnetworkingsites per definitie voor het onderhouden van relaties via technologieën. De definitie van Bhanot (2012) is vergelijkbaar met die van Solis (2011) en Li en Bernoff (2011). Bhanot signaleert dan ook een zichtbare lijn in de definities van social media en ziet alle definities als een mix van technologie en sociale interactie om co-creatie te realiseren.

Social media en betrokkenheid

Solis (2011) benadrukt dat het van belang is voor organisaties om deel te nemen aan een tweezijdige communicatiestroom met hun stakeholders door te luisteren en deel te nemen aan gesprekken op social media om betrokkenheid te bereiken. Solis (2013) omschrijft betrokkenheid twee jaar later als een invloed op het gedrag van de doelgroep. Bij betrokkenheid gaat een organisatie in zoverre de interactie aan met de doelgroep dat deze van invloed is op hun referentiekader. Dit kan een positief gevolg hebben voor de relevantie van het bedrijf voor de doelgroep (Solis, 2013). Ook volgens Paine (2011) draagt social media bij aan de relatie van de organisatie met de klant. Li en Bernoff (2011) voegen daar aan toe dat een dialoog de doelgroep bij het gesprek moet betrekken en content deelbaar moet zijn om betrokkenheid te creëren. Li en Solis (2013) stellen ook dat een organisatie klanten bij het gesprek moet betrekken en de dialoog het beste kan starten door simpele vragen te stellen om betrokkenheid te bewerkstelligen. Uit deze bevindingen blijkt wederom dat online betrokkenheid te bereiken is door social media effectief in te zetten.

Online betrokkenheid meten

Li en Bernoff (2008) geven aan dat luisteren naar de doelgroep door online enquêtes en focusgroepen en het monitoren van elk socialmediabericht helpen bij het meten van online

betrokkenheid. Distaso en McCorkindale (2013) beschrijven deze twee opties als te gemakkelijk en ongepast voor sommige organisaties. Ook Paine (2011) is het niet eens met deze bevindingen en vindt dat de mogelijkheid om alles te meten niet betekent dat alles relevant is om te meten. Zelf geeft Paine (2011) aan dat betrokkenheid te meten is uit het aantal keer dat bezoekers terugkeren op de website, reageren op een blog en berichten delen. Li (2010) geeft in tegenstelling tot Paine (2011) aan dat online betrokkenheid niet te meten is aan het aantal reacties, likes en gedeelde berichten, maar dat online betrokkenheid gericht is op het geven van aandacht aan de doelgroep. Solis' (2013) interpretatie van het meten van betrokkenheid omvat alle eerder benoemde inzichten. Om deze reden hanteert de onderzoekster de volgende bewering: een organisatie kan online betrokkenheid meten door waarden, het sentiment en de acties die volgen na online interactie te meten (Solis, 2013).

Online betrokkenheid en strategie

Een strategie richt zich vaak op de lange termijn, groeit met de organisatie mee en laat de organisatie ergens naar toewerken om interne doelen te behalen (Solis, 2011).

Li en Bernoff (2011) stellen dat de socialmediastrategie makkelijker te bepalen is door de deelnemers aan de interactie te categoriseren met de Social Technographics Ladder. Het model categoriseert deelnemers op basis van hun participatielevel om het online gedrag van de doelgroep vast te stellen (Li & Bernoff, 2011). Dit model brengt echter alleen de doelgroep in kaart en biedt weinig handvatten om de juiste strategie toe te passen om online betrokkenheid te creëren.

Owyang (2010) ontwikkelde het ROI-model om inzichtelijk te maken hoe de inzet van social media kan bijdragen aan het behalen van de organisatiedoelen, maar biedt verder geen inzichten om online betrokkenheid te bereiken. Het Engagement Pyramid-model van Li (2010) doet dit wel en suggereert dat een organisatie de online community moet modereren en beheren en effectief moet deelnemen om online betrokkenheid te creëren. Het Honeycomb-model van Kietzmann et al. (2011) is vergelijkbaar met het model van Li (2011), maar richt zich meer op het controleren van de reputatie.

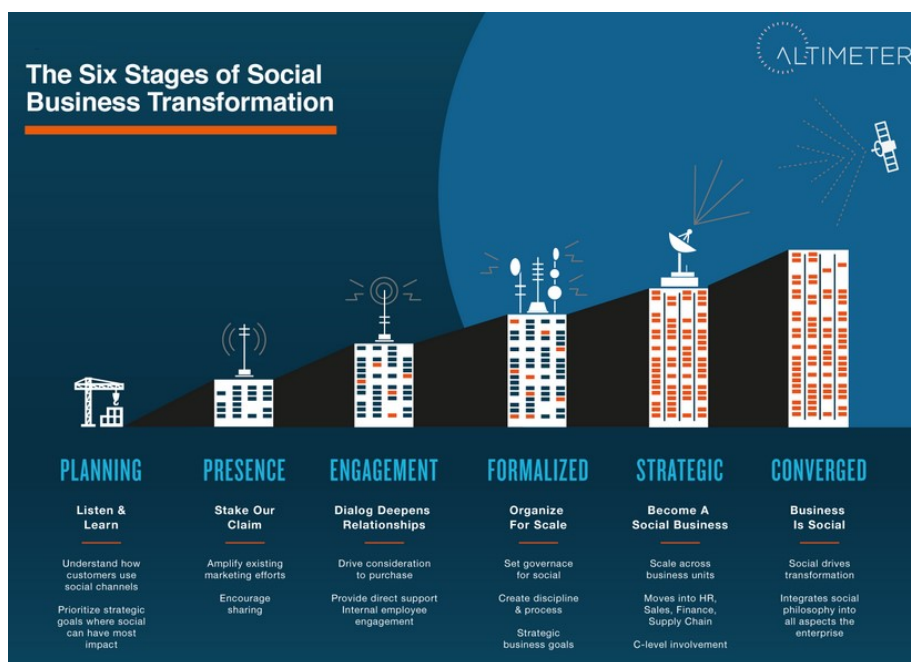
In tegenstelling tot eerder benoemde modellen betreft Owyang et al. (2011) in het Social Business Hierarchy of Needs-model voornamelijk interne medewerkers bij de socialmediastrategie. Een organisatie moet doelen stellen, een beleid vormen en interne opleidingen organiseren om succesvol te zijn (Owyang, et al., 2011). Het model van de auteur heeft niet als uitgangspunt om betrokkenheid bij de doelgroep te bereiken, waardoor het niet van toepassing is op de probleemstelling van het onderzoek.

Ook Li en Solis (2013) vinden het relevant dat een organisatie haar online strategie intern verweeft. Zij vinden dat een online strategie begint bij de organisatiedoelen en de langetermijnvisie en geven dit weer in het Six Stages of Social Business Transformation-model (2013). De derde stap van het model richt zich ook op het verkrijgen van online betrokkenheid bij de doelgroep. Dit model houdt niet alleen rekening met de online deelname en de doelgroep,

zoals eerder genoemde modellen, maar ook met interne medewerkers. Hierdoor sluit het aan op de probleemstelling en de deelvragen. Coebergh en Trompenaars (2014) noemen het model van Li en Solis (2013) niet het meest academische model dat de informatierevolutie en de voortdurende digitalisering in kaart brengt. Het model baseert zich echter wel op onderzoek en biedt nieuwe praktische en aantrekkelijke benaderingen om digitale marketing te definiëren, waardoor het geschikt is als socialmediamodel (Coebergh & Trompenaars, 2014).

3.2 Centrale theorie en conceptueel model

Solis (2013) omschrijft betrokkenheid als een positieve invloed op het gedrag van de doelgroep. Om dit te bereiken maakt het onderzoek gebruik van het Six Stages of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013). Dit model biedt handvatten om online betrokkenheid te creëren via social media, waardoor het model aansluit bij de probleemstelling. De theorie brengt zes fasen in kaart om uit te groeien tot een volwassen socialmediabedrijf. In fase 3 van het model kan een organisatie betrokkenheid bereiken bij de doelgroep, waardoor de onderzoekster het model in zet tot en met deze fase. Middels de interactie aan te gaan in fase 3 aan de hand van een socialmediastrategie kan een organisatie volgens Li en Solis (2013) online betrokkenheid genereren. Hiervoor moet de organisatie wel eerst fase 1 en 2 succesvol doorlopen.



Figuur 2. *The Six Stages of Social Business Transformation*. Bron: Li & Solis (2013)

Conceptueel model

De eerste drie stappen van het model zien er als volgt uit.

**jongeren op
gezond gewicht**

1. Planning – luisteren en leren. In de eerste fase legt de organisatie de basis om een succesvolle strategie te ontwikkelen. Drie doelen domineren de eerste fase: luister naar de doelgroep, probeer social media uit met proefprojecten en voer controles uit om de interne gereedheid te bepalen. Het vastleggen van deze gereedheid is van belang om inzicht te krijgen in de capaciteiten van interne medewerkers omtrent de inzet van social media. Op basis van de drie doelen kan de organisatie een socialmediastrategie ontwikkelen en overgaan naar fase 2 (Li & Solis, 2013).

2. Aanwezigheid – wees zichtbaar. In de tweede fase laat de organisatie zich zien op een socialmediakanaal dat aansluit bij de doelgroep. De gedeelde content moet de marketingdoelen ondersteunen, welke de organisatie moet verweven in een contentstrategie. Ook moet de organisatie service bieden aan de doelgroep om betrokkenheid te stimuleren en de socialmediadoelen aansluiten op de organisatiedoelen. Zo voorkomt een organisatie te snelle tevredenheid, wanneer likes, followers en reacties binnen stromen, en kan zij toewerken naar online betrokkenheid. Wanneer de organisatie zichtbaarheid heeft verkregen en intern voorbereid is op het verkrijgen van betrokkenheid kan de organisatie over naar fase 3 (Li & Solis, 2013).

3. Betrokkenheid – dialoog zorgt voor relaties. Een organisatie zet in fase 3 socialmediakanalen in om de relatie met de doelgroep te verrijken. Hiervoor moet de organisatie actief deelnemen in online gesprekken, zodat zij een community op kan zetten. Ook moet de organisatie een een-op-een service bieden aan de doelgroep voor het beantwoorden van vragen. Daarnaast moet deze aan risicomangement voldoen en interne medewerkers betrekken op het socialmediakanaal om betrokkenheid bij de doelgroep te genereren. De eerste tekenen van betrokkenheid zijn terug te zien in ondernomen acties door de doelgroep na online interactie met de organisatie (Li & Solis, 2013).

Groundswell

Het model van Li en Solis (2013) is gebaseerd op het Social Technographics Ladder-model van Li en Bernoff (2008). Via dit laatste genoemde model kunnen organisaties meten hoe betrokken de doelgroep is. Het model classificeert mensen op basis van hun online gedrag. De onderzoekster zet het model in om het algemene gedrag op social media van lokale professionals in kaart te brengen en een basis te leggen voor een socialmediastrategie. Het model biedt echter geen inzicht in het bereiken van betrokkenheid bij de doelgroep. Ook biedt het model geen inzicht in de huidige betrokkenheid, omdat er momenteel nog geen interactief platform is waaruit het online gedrag van lokale professionals naar JOGG toe is te meten. Daarnaast raden Li en Bernoff (2008) aan bij veranderingen op social media het POST-model te gebruiken (Coebergh & Trompenaars, 2014). Het POST-model bevat de stappen voor een organisatie om een socialmediastrategie op te zetten (Li & Bernoff, 2011). De onderzoekster hanteert het POST-model om het advies te implementeren. Bijlage D geeft een uitleg van beide modellen.

3.3 Hypothesen

De onderstaande hypothesen komen voort uit de centrale theorie van Li en Solis (2013). Hoofdstuk 4 gaat in op de operationalisatie en de toetsbaarheid van de hypothesen en de connectie met de deelvragen.

Hypothese 1: Als een organisatie luistert naar de wensen en behoeften van de doelgroep, dan leert het bedrijf over het sociale gedrag van de doelgroep.

“Listen to customers to learn about their social behavior (...) At GE, many business units begin their social business journey with a voice of the customer or insight study, conducted through a combination of digital market research, online surveys, and focus groups” (Li & Solis, 2013).

Toelichting: Het is van belang in fase 1 te onderzoeken hoe lokale professionals gebruik maken van social media en wat hun wensen en behoeften zijn om dit te verwerken in een socialmediastrategie. Door de inzet van social media hierop aan te sluiten, kan JOGG toewerken naar online betrokkenheid volgens Li en Solis (2013). Dit maakt de hypothese relevant voor dit onderzoek. Deze hypothese geeft aan inzicht te krijgen in het sociale gedrag van lokale professionals door te luisteren. Wanneer de onderzoekster aan de hand van het luisteren naar de doelgroep inzicht krijgt in het socialmediagedrag van de doelgroep is de hypothese bewezen.

Hypothese 2: Als een organisatie met kleine, overzichtelijke stappen overgaat van de aanwezigheidsfase naar de betrokkenheidsfase door vertrouwen op te bouwen, intern effectieve voorbeelden van andere bedrijven te delen, rollen te verdelen en risicobeheersing te ontwikkelen, dan is de overstap van aanwezigheid naar het bereiken van online betrokkenheid toegankelijker voor interne medewerkers.

“Take baby steps to engagement. For many companies, moving from Presence to Engagement is a very scary step, so take it slowly to develop confidence, establish best practices, assign roles and responsibilities, and initiate risk mitigation” (Li & Solis, 2013).

Toelichting: Het is van belang te onderzoeken of de organisatie met kleine en overzichtelijke stappen over moet gaan van de aanwezigheidsfase naar de betrokkenheidsfase om de stap voor interne medewerkers toegankelijker te maken. Met deze stap bedoelen de socialmediaonderzoekers (2013) de overgang van het posten van berichten naar het effectief aangaan van het gesprek op social media om bij te dragen aan de online betrokkenheid. Deze hypothese geeft inzicht in het belang voor interne medewerkers van het opbouwen van vertrouwen, het delen van effectieve voorbeelden, het maken van een rolverdeling en

risicobeheersing om het gesprek aan te gaan en betrokkenheid te creëren. Dit is van invloed op het advies van de onderzoekster aan JOGG over *hoe* interne medewerkers social media in kunnen zetten om betrokkenheid te stimuleren en daarmee van invloed op de beantwoording van de probleemstelling. De onderzoekster neemt de hypothese aan als interne medewerkers belang hechten aan de benoemde onderdelen om het gesprek aan te gaan met lokale professionals.

Hypothese 3: Als de organisatie creatieve, informatieve of deelbare content post, dan vergroot de organisatie betrokkenheidsinitiatieven bij de doelgroep.

“As time progresses, engagement initiatives expand through the use of creative, informative, or shareable content (blog posts, infographics, videos, et. al.)” (Li & Solis, 2013).

Toelichting: Het is van belang te onderzoeken of het delen van creatieve, informatieve en deelbare content de betrokkenheidsinitiatieven op social media vergroot om te achterhalen of JOGG deze typen content dient in te zetten om betrokkenheidsinitiatieven te stimuleren. Betrokkenheidsinitiatieven zijn het delen en liken van berichten en het plaatsen van reacties (Li & Solis, 2013). Het aantal betrokkenheidsinitiatieven duiden volgens de socialmediaonderzoekers de mate van online betrokkenheid aan. De uitkomst van de hypothese is van invloed op de manier waarop JOGG social media in kan zetten om betrokkenheid te bereiken. De onderzoekster neemt de hypothese aan wanneer lokale professionals aangeven eerder creatieve, informatieve en deelbare berichten te delen, te liken of onder deze berichten te reageren, dan berichten die niet creatief, informatief of deelbaar zijn.

4. Methodologie

Dit hoofdstuk beschrijft de methodologie die de onderzoekster heeft gebruikt om inzicht te krijgen in de manier waarop JOGG een online platform kan inzetten om betrokkenheid te creëren bij lokale professionals. Daarnaast biedt het hoofdstuk inzicht in de manier waarop de onderzoekster lokale professionals en interne medewerkers heeft geselecteerd en benaderd om aan het onderzoek deel te nemen.

4.1 Methode van onderzoek

De onderzoekster voert zowel kwalitatief onderzoek als deskresearch uit om de deelvragen te beantwoorden.

Kwalitatief onderzoek

Kwalitatief onderzoek helpt de betekenis te achterhalen die mensen aan bepaalde situaties en gedragingen verlenen en leent zich ervoor te luisteren naar, te leren van en door te vragen aan de doelgroep (Verhoeven, 2014). Om deelvragen 2 en 3 te beantwoorden is het van belang dieper in te gaan op het sentiment van lokale professionals bij JOGG, de wensen en behoeften van de onderzoeksdoelgroep en hun mening ten opzichte van social media. De onderzoekster heeft daarom gekozen voor kwalitatief onderzoek in de vorm van open interviews. Deze neemt de onderzoekster een-op-een af. Bij dit type interview bespreekt de interviewer met de respondenten een lijst met onderwerpen, een zogeheten topic guide (Verhoeven, 2014). Voor lokale professionals en interne medewerkers heeft de onderzoekster aparte topic guides opgesteld (bijlage G). De interviews met lokale professionals hebben als doel deelvraag 2 en deels deelvragen 1 en 4 te beantwoorden. Het antwoord op deelvraag 3 en deels deelvraag 4 vormt de onderzoekster door interviews af te nemen met interne medewerkers. De onderzoekster kiest de respondenten samen met JOGG-medewerkers op basis van bepaalde kenmerken, die paragraaf 4.2 toelicht. Deze selectievorm heet een quotasteekproef (Verhoeven, 2014).

Deskresearch

Deskresearch is het doorzoeken van bestaande data (Baarda et al., 2013). Met deskresearch bestaande uit de situatieschets, hoofdstuk 2, brengt de onderzoekster de vertoonde online betrokkenheid op de wiki en bij het lezen van de nieuwsbrieven in kaart. Ook formuleert de onderzoekster deels een antwoord op deelvraag 1. Daarnaast zet de onderzoekster deskresearch in door met bestaande informatie kennis op te halen over socialmediaplatformen. Op basis van deskresearch maakt de onderzoekster een afweging welk platform het beste aansluit bij de organisatie en doelgroep om deels antwoord te geven op deelvraag 4. De onderzoekster doet deskresearch aan de hand van een zoekplan (bijlage F).

Verloop interview

De interviews verlopen op een ethische manier, wat onder andere betekent dat de respondenten vrijwillig meewerken en de identiteit van de respondenten anoniem blijft (Baarda et al., 2013). De interviewster begint het interview met een introductie, waarin zij het doel en de werkwijze van het onderzoek uitlegt en bespreekt wat de onderzoekster van de respondent verwacht (Baarda et al., 2013). Daarnaast is het noodzakelijk de anonimiteit van de respondenten te benoemen om de respondent op zijn gemak te stellen (Brinkman, 2014). De onderzoekster neemt de gesprekken op wanneer de respondenten dit goedkeuren. Zo neemt de onderzoekster de verkregen informatie zo compleet mogelijk mee in het onderzoek. JOGG krijgt deze opnames niet in handen. Als afsluiting van het interview bedankt de interviewster de respondent voor de deelname en vraagt hoe de respondent het interview heeft beleefd.

Verwerking van gegevens

De onderzoekster typt de afgenomen interviews uit in verbatims en verwerkt de gegevens in analyseschema's. Het onderzoek vervangt de namen van de respondenten door respondentnummers en gemeentenamen door provincienamen, zodat de persoonlijke gegevens van de respondenten niet uit onderzoeksgegevens te herleiden zijn.

4.2 Datacollectie

Selectie en benadering lokale professionals

De onderzoekster interviewt lokale professionals om deelvraag 2 en deels deelvragen 1 en 4 te beantwoorden. In overleg met JOGG-medewerkers kiest de interviewster de potentiële gemeenten op basis van: de functie, de JOGG-fase, de regio en de leeftijd van respondenten.

- Lokale professionals zijn onderverdeeld in regisseurs en beleidsambtenaren, vanwege hun verschil in functie en online betrokkenheid. Zo is een regisseur meer uur per week bezig met de JOGG-aanpak dan een beleidsambtenaar, wat van invloed kan zijn op de betrokkenheid (intern document JOGG, 2017). Daarnaast tonen beleidsambtenaren minder online betrokkenheid dan lokale professionals in hun wiki-gebruik, zoals blijkt uit de situatieschets.
- Het onderzoek maakt onderscheid in fasen, omdat de hoeveelheid communicatie met gemeenten per fase verschilt en dit van invloed is op de online betrokkenheid. De uitleg over de verschillende JOGG-fasen is terug te vinden in paragraaf 2.1.
- JOGG-gemeenten zijn verspreid door alle twaalf provincies van Nederland. Om een reëel beeld te schetsen van de wensen en behoeften van lokale professionals is het van belang deze professionals in verschillende regio's te ondervragen. Welke gemeenten dat precies zijn blijft anoniem om privacy te waarborgen.

- Li (2007) toont aan dat leeftijd van invloed is op het socialmediagebruik van een persoon en de plek van een persoon op de Social Technographics Ladder (bijlage E), waardoor de onderzoekster onderscheid maakt in de leeftijd van lokale professionals.

De onderzoekster stelt met JOGG-medewerkers aan de hand van de kenmerken een lijst met kandidaten op. De JOGG-adviseur van de potentiële respondent neemt contact op met lokale professional om te vragen of hij of zij wil deelnemen aan het onderzoek. Bij toestemming stuurt de onderzoekster de respondenten een mail met informatie en datumvoorstellen. De interviews vinden plaats in april op locatie van de respondenten om onnodige reiskosten en tijdverlies te beperken.

Selectie en benadering interne medewerkers

Om deelvraag 3 te beantwoorden bevraagt de onderzoekster interne medewerkers. De onderzoekster selecteert deze respondenten samen met de afstudeerbegeleider. De functie, het geslacht en het aantal jaren werkervaring bepalen deze keuze, omdat deze kenmerken het beeld van de samenwerking en de wensen en behoeften kunnen beïnvloeden. De interne medewerkers uit het communicatieteam en JOGG-adviseursteam zijn bijna allemaal tussen de twintig en veertig jaar oud, waardoor de onderzoekster geen onderscheid maakt in leeftijd. Het respondentenschema neemt de leeftijd wel mee (tabel 3).

De onderzoekster benadert de interne medewerkers persoonlijk met de vraag om deel te nemen aan het onderzoek. De afspraken vinden plaats in april of mei op het hoofdkantoor van JOGG. Dit is voor beide partijen het meest efficiënt.

Aantal respondenten

Volgens Verhoeven (2014) is het bij kwalitatieve interviews van belang een verzadigingspunt te bereiken, wat betekent dat er voldoende informatie is verzameld. Wanneer tien respondenten meewerken aan een interview, kan dit voldoende zijn om de informatiebehoefte te vervullen. De interviewster interviewt zes beleidsmedewerkers en zes regisseurs. De meeste JOGG-gemeenten zitten in fase 2, waardoor zes respondenten in deze fase verkeren (wiki JOGG, z.j.). Er is onderscheid gemaakt in regio's door Nederland te verdelen in Oost, Zuid, West en Midden (tabel 2). Het noorden van Nederland, te weten Leeuwarden, Groningen en Drenthe, valt wegens tijdsbeperkingen buiten het onderzoek. Om een tekort aan respondenten te voorkomen, nodigt de onderzoekster in totaal twintig respondenten uit om deel te nemen aan het onderzoek. Daarnaast bevraagt de interviewster een communicatieadviseur en twee JOGG-adviseurs. Dit is in verhouding voldoende, omdat de organisatie in totaal elf JOGG-adviseurs en vijf communicatieadviseurs in dienst heeft (JOGG, z.j.). Tabel 1 en 3 geven de onderzoeksdoelgroep weer.

Functie	Respondenten	F.1	F. 2	F. 3	Zuid	Oost	West	Midden	20 - 40	40 +	Totaal
Beleids-medewerker	6	1	3	2	2	1	1	2	3	3	6
Regisseur	6	2	3	1	2	1	2	1	3	3	6
Totaal											12

Tabel 1. Respondentschema lokale professionals. Bron: Van Vliet (2018)

Zuid	Noord-Brabant, Limburg, Zeeland
Oost	Overijssel, Gelderland
West	Noord-Holland, Zuid-Holland
Midden	Utrecht, Flevoland

Tabel 2. Verdeling regio's. Bron: Van Vliet (2018)

Functie	Respondenten	Man	Vrouw	0-2 jaar ervaring	2+ jaar ervaring	20-40	Totaal
Communicatieadviseur	1	0	1	0	1	1	1
JOGG-adviseur	2	1	1	1	1	2	3
Totaal							3

Tabel 3. Respondentschema interne medewerkers. Bron: Van Vliet (2018)

Interviewtechnieken

Card Sorting-test

De onderzoekster zet de Card Sorting-test in om de wensen en behoeften van lokale professionals te achterhalen wat betreft de inhoudelijke communicatie op het platform. Bij deze techniek legt de respondent kaartjes met onderwerpen op volgorde van meest naar minst relevant (Verhoeven, 2014). De kaartjes 1 tot en met 6 en 9 gaan over informatievoorziening en werkgerelateerde onderwerpen en de kaartjes 7 en 8 gaan over niet-werkgerelateerde onderwerpen (bijlage G). De keuze is hierop gebaseerd om te achterhalen of lokale professionals naast behoefte aan inhoudelijke en werkgerelateerde gesprekken ook behoefte hebben aan niet-werkgerelateerde gesprekken om een relatie op te bouwen. De interviewster gebruikt de Card Sorting-test alleen bij lokale professionals, omdat de kaartjes zijn gericht op inhoudelijke functies van het platform.

A/B-test

De A/B-test vergelijkt twee versies van hetzelfde ontwerp om te zien welke statistisch geschikter is voor het beoogde doel (Martin & Hanington, 2012). De A/B-test biedt in dit kwalitatieve onderzoek echter een opening voor de respondenten om een mening te geven over het

weergegeven platform en de functies ervan. De onderzoekster test twee platformtypes. De respondenten geven hun mening over het platform dat ze te zien krijgen. De A/B-test voert de onderzoekster uit bij zowel lokale professionals als bij de interne medewerkers, omdat medewerkers ook reacties kunnen geven over vereiste functies en gebruiksvriendelijkheid van het platform. De test bestaat uit een voorbeeld van Yammer en de wiki om te achterhalen of er een voorkeur is voor een platform dat al in gebruik is (bijlage G).

Voorbeeldberichten

Om te achterhalen wat lokale professionals creatieve, informatieve en deelbare content vinden, laat de onderzoekster potentiële voorbeeldberichten zien (bijlage G). Daarnaast achterhaalt de onderzoekster of lokale professionals bij deze berichten eerder betrokkenheidsinitiatieven tonen. Met de antwoorden neemt de onderzoekster hypothese 3 aan of verwierpt deze. De onderzoekster heeft dit toonmateriaal in een later stadium toegevoegd aan het onderzoek en benadert de respondenten telefonisch om antwoord te krijgen op vraag 35 tot en met 37. De voorbeeldberichten verstuurt de onderzoekster per e-mail vóór het telefonische interview. De antwoorden verwerkt de onderzoekster in verbatims (bijlage I) en analyseschema's (bijlage J).

4.3 Operationalisatie

De operationalisatie brengt in beeld welke opgestelde vragen in de topic guide (bijlage G) de deelvragen beantwoorden en de hypothesen toetsen.

Betrokkenheid

Deelvraag 1 richt zich op de vraag in hoeverre lokale professionals online betrokken zijn bij JOGG. De onderzoekster achterhaalt in hoeverre lokale professionals betrokken zijn door onder andere het sentiment dat de professionals tonen in kaart te brengen (Solis, 2013). Li en Solis (2013) geven aan dat een organisatie dit kan meten door middel van geplaatste reacties of via interviews. Er is momenteel nog geen soortgelijk platform waar JOGG dit kan testen. Om deze reden is het van belang het sentiment van de doelgroep tijdens interviews te achterhalen. De onderzoekster vraagt lokale professionals naar *het contact, het sentiment, de relatie met JOGG* en de mening over en het gebruik van *de huidige communicatiemiddelen* aan de hand van de vragen 3 tot en met 14. Het sentiment dat lokale professionals tonen bij deze onderwerpen is van invloed op de mate van betrokkenheid volgens Solis (2013). Daarnaast kan een organisatie online betrokkenheid meten door acties weer te geven (Solis, 2013). De onderzoekster brengt deze acties in kaart in de situatieschets.

Wensen en behoeften lokale professionals

De onderzoekster onderzoekt deelvraag 2 door vragen te stellen over de onderwerpen: *wensen en behoeften voor de communicatie, het huidige socialmediagebruik en de wensen voor de inzet, technische en inhoudelijke functies, van het online platform* (tabel 4). Volgens fase 1 van

de centrale theorie is het van belang dat de organisatie de wensen en behoeften van de doelgroep in kaart brengt om een socialmediastrategie op te stellen (Li & Solis, 2013). Dit doet de onderzoekster door te vragen naar de wensen en behoeften van lokale professionals over onder andere de functie van het platform, het platformtype, het type content en (de toon van de) berichtgeving. Met de Card Sorting-test analyseert de onderzoekster welke gesprekken lokale professionals op het platform willen voeren. Met de A/B-test zoekt de onderzoekster uit welk platform voorkeur heeft en welke functies een vereiste zijn.

Hypothese 3 staat in verband met deelvraag 2, omdat de hypothese de wensen en behoeften van de doelgroep behandelt. De onderzoekster vraagt of creatieve, informatieve en deelbare content van invloed is op de respondenten door voorbeeldberichten te laten zien. Wanneer de respondenten aangeven meer betrokkenheidsinitiatieven te tonen bij het zien van dit type content is de hypothese bewezen. Met de vragen 20 tot en met 23, 26, 30 en vraag 35 tot en met 37 toetst de onderzoekster deze hypothese.

Wensen en behoeften interne medewerkers

Deelvraag 3 onderzoekt welke wensen en behoeften interne medewerkers hebben voor de kennisvoorziening en de inhoudelijke en technische functies van het platform. Volgens Li en Solis (2013) is het van belang de interne gereedheid te onderzoeken om kansen te benutten in de manier waarop de organisatie social media inzet. Daarbij moet de organisatie achterhalen welke educatie en trainingen nodig zijn om vroegtijdig ondersteuning en begrip te verkrijgen van interne medewerkers bij de inzet van social media (Li & Solis, 2013). Volgens de socialmediaonderzoekers (2013) is het van belang interne medewerkers te voorzien van informatie, te investeren in een monitoringsplatform, doelen op te stellen en te meten, deelbare content te ontwikkelen en conversaties aan te gaan om de stap van zichtbaarheid naar betrokkenheid toegankelijker te maken, zoals hypothese 2 luidt. De onderzoekster vraagt interne medewerkers naar hun huidige kennis en kennisbehoefte ten opzichte van deze elementen. Als interne medewerkers behoeften hebben aan de genoemde onderdelen om de interactie aan te gaan, toont de onderzoekster de hypothese aan als bewezen. Daarnaast vraagt de onderzoekster naar de wensen en behoeften ten opzichte van het platform om deelvraag 3 verder te kunnen beantwoorden. Bijbehorende vragen zijn in tabel 4 en 5 genoemd.

Platformkeuze

De deskresearch en interviews voorzien deelvraag 4 van een antwoord. De deskresearch onderzoekt welk socialmediaplatform het meest geschikt is voor JOGG en de situatieschets brengt in beeld over welke communicatiemiddelen JOGG al beschikt. Daarnaast vraagt de onderzoekster in de interviews naar het socialmediagebruik en de voorkeur wat betreft de platformkeuze. Dit sluit aan op fase 1 van het Six Stages of Social Business Transformation-model (2013), doordat de onderzoekster luistert naar de doelgroep om hun sociale gedrag te achterhalen. Aan de hand van de A/B-test peilt de onderzoekster wat de respondenten van

Yammer en de wiki vinden als interactief platform voor lokale professionals en JOGG. Deze meningen en eventueel ervaringen neemt de onderzoekster mee in de afweging van het platform.

Deze deelvraag sluit tevens aan op hypothese 1 die toetst of luisteren naar de doelgroep een inzicht brengt in het sociale gedrag van de doelgroep. De onderzoekster test de hypothese door vast te stellen of er een lijn in het sociale gedrag van de doelgroep is te trekken naar aanleiding van de interviews. De onderzoekster achterhaalt het sociale gedrag van de doelgroep door onder andere de vragen 24 tot en met 37 (tabel 5) te stellen. In deze vragen heeft de onderzoekster ook de Social Technographics Ladder van Li en Bernoff (2011) gebruikt door te vragen welke socialmediakanalen de respondenten gebruiken en wat voor gedrag zij online vertonen. Deze vragen bevatten kenmerken van de verschillende socialmediagebruikers die zijn opgesteld door Li en Bernoff (2011).

Deelvragen	Topic Guide	Vraag
1. <i>In hoeverre zijn lokale professionals online betrokken bij JOGG?</i>	Lokale professionals	3 tot en met 14
2. <i>Welke wensen en behoeften hebben lokale professionals voor social media?</i>	Lokale professional	15 tot en met 37
3. <i>Welke wensen en behoeften hebben de interne medewerkers voor de inzet van social media?</i>	Interne medewerkers	10 tot en met 32
4. <i>Welk social medium sluit aan bij JOGG en lokale professionals?</i>	Lokale professionals & interne medewerkers	>29 van beide topic guides > 8 & 9 topic guide interne medewerkers > 24 tot en met 26 topic guide lokale professionals

Tabel 4. Operationalisatie deelvragen. Bron: Van Vliet (2018)

Hypothesen	Deelvraag	Topic Guide	Vraag
1. <i>Als een organisatie luistert naar de wensen en behoeften van de doelgroep, dan leert het bedrijf over het sociale gedrag van de doelgroep.</i>	4	Lokale professionals	24 tot en met 37
2. <i>Als een organisatie met kleine, overzichtelijke stappen overgaat van de aanwezigheidsfase naar de betrokkenheidsfase door vertrouwen op te bouwen, intern effectieve voorbeelden van andere bedrijven te delen, rollen te verdelen en risicobeheersing te ontwikkelen, dan is de overstap van aanwezigheid naar het bereiken van online betrokkenheid toegankelijker voor interne medewerkers.</i>	3	Interne medewerkers	19, 22 tot en met 28
3. <i>Als de organisatie creatieve, informatieve of deelbare content post, dan vergroot de organisatie betrokkenheidsinitiatieven bij de doelgroep.</i>	2	Lokale professionals	20 tot en met 23, 26, 30 en 35 tot en met 37

Tabel 5. Operationalisatie hypothesen en verband deelvragen. Bron: Van Vliet (2018)

5. Resultaten

In dit hoofdstuk beschrijft de onderzoekster de betrokkenheid en wensen en behoeften van lokale professionals rondom het platform. Ook laat het hoofdstuk zien welke wensen en (kennis)behoeften interne medewerkers hebben voor het platform. Daarnaast laat het hoofdstuk zien welke socialmediaplatformen geschikt zijn voor JOGG om intensiever en directer in contact te komen met lokale professionals. Deze gegevens zijn gebaseerd op de verbatims (bijlage I), analyseschema's (bijlage J) en deskresearch (bijlage E).

Onderzoeksdoelgroep

Om te achterhalen of lokale professionals betrokken zijn bij JOGG en wat zij van een socialmediaplatform vinden, heeft de onderzoekster kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder twaalf lokale professionals, waarvan acht regisseurs en vier beleidsambtenaren. De respondenten komen uit Limburg, Noord-Brabant, Utrecht, Gelderland, Overijssel, Noord-Holland en Zuid-Holland en verkeren in JOGG-fase 1, 2 of 3. De onderzoekster heeft twee JOGG-adviseurs en een communicatieprofessional geïnterviewd om te achterhalen wat de wensen en behoeften van de interne medewerkers zijn. Deze respondenten zijn tussen de 35 en 40 jaar oud en werken anderhalf tot vier jaar bij de organisatie (analyseschema 0).

5.1 Betrokkenheid

De antwoorden op het eerste onderwerp van de topic guide voor lokale professionals (bijlage G) beantwoordt samen met de verzamelde informatie in de situatieschets deelvraag 1. De resultaten zijn ingedeeld in de sub-topics contact met JOGG, sentiment bij JOGG en relatie met JOGG en de huidige communicatiemiddelen.

Contact met JOGG

Lokale professionals hebben weinig tot regelmatig contact met JOGG, waarvan de beleidsambtenaren het minst. De respondenten uit Limburg, Noord-Brabant en Gelderland hebben weinig contact met medewerkers van JOGG, terwijl de respondenten in Noord- en Zuid-Holland meer contact hebben. Lokale professionals hebben voornamelijk contact met eigen adviseurs en experts en minder met andere JOGG-medewerkers (analyseschema 2).

Sentiment bij JOGG

Lokale professionals zijn tevreden over de kennis en professionaliteit van de organisatie, wat aansluit bij de bevindingen in paragraaf 2.2. Een respondent geeft echter aan dat de groei van de organisatie zorgt voor afstand tussen lokale professionals en JOGG, waardoor deze minder gebruikmaken van de functionaliteiten van de organisatie. Daarnaast hebben lokale professionals geen beeld bij de interne organisatie, wat betekent dat lokale professionals niet

weten wie er bij JOGG werken en wat de dagelijkse werkzaamheden van JOGG-medewerkers zijn (analyseschema 3).

Verder zijn lokale professionals voornamelijk trots op hun eigen werkzaamheden, maar ook om onderdeel te zijn van de grote beweging JOGG. Deze trots heeft onder andere te maken met de naamsbekendheid van de organisatie en de vele JOGG-gemeenten die samen een algemeen doel nastreven (analyseschema 4). Verder blijkt dat lokale professionals JOGG-medewerkers niet als collega zien. Lokale professionals zien hun eigen adviseur vaak wel als collega, omdat ze met hen het meeste contact en een kort lijntje hebben (analyseschema 5).

Tot slot kunnen lokale professionals zich vinden in de profilering van JOGG. Ze vinden dat de profilering hen lokaal op weg helpt en inspireert. Daarnaast hebben ze er profijt van dat JOGG de route voor hen uitstippelt (analyseschema 6).

Relatie met JOGG

Relatie

Lokale professionals vinden dat JOGG voornamelijk een ondersteunende en sturende rol heeft. Daarnaast voelen zij dat er bij JOGG altijd iemand is om hun vragen te beantwoorden. Degene die verder van het hoofdkantoor zijn gevestigd dan andere lokale professionals geven aan letterlijk en figuurlijk een afstand te voelen door de weinige contactmomenten (analyseschema 7).

Betrokkenheid

Lokale professionals geven aan niet betrokken te zijn bij de organisatie, maar zich wel verbonden te voelen met het doel van JOGG. Dit komt doordat er weinig contactmomenten zijn en lokale professionals het gevoel hebben dat JOGG niet alle informatie met hun deelt. Regisseurs die aangeven al langer of intensiever werkzaam te zijn, voelen zich meer betrokken bij de organisatie dan andere respondenten. Alle bevraagde beleidsambtenaren geven daarentegen aan niet betrokken te zijn bij JOGG (analyseschema 8), wat verband houdt met het feit dat beleidsambtenaren minder contact hebben met JOGG dan regisseurs (analyseschema 2).

Ook geven lokale professionals aan geen behoefte te hebben aan meer betrokkenheid, omdat ze geen tijd hebben om meer contacten te onderhouden (analyseschema 9).

Volgens lokale professionals neemt de persoonlijke communicatie en betrokkenheid toe wanneer zij de medewerkers van JOGG en hun werkzaamheden leren kennen en een beeld van het kantoor krijgen. Een lokale professional die deze inzichten al heeft, geeft aan dat dit het makkelijker maakt om de weg te bewandelen en het lokale professionals helpt om de werkzaamheden uit te voeren (analyseschema 10).

Huidige communicatiemiddelen

Lokale professionals scrollen door de JOGG-update heen en maken weinig gebruik van de wiki. Deze bevinding is evenredig met de bevindingen van het Mulier Instituut (2018), waaruit blijkt dat niet alle lokale professionals maandelijks op de wiki komen (zie paragraaf 2.1). Ook blijkt dat respondenten uit fase 1 vaker gebruikmaken van de wiki dan respondenten uit andere fasen.

Uit de situatieschets blijkt dat 34 procent van de 323 lokale professionals elke maand aanwezig is op de wiki. Opvallend is dat 39 procent van de ondervraagde beleidsambtenaren het wiki-account niet gebruikt en 14 procent niet met de wiki bekend is.

32 procent van lokale professionals leest de nieuwsbrieven altijd. JOGG-regisseurs beoordelen de JOGG-update gemiddeld met een rapportcijfer van 7,5 en zijn tevreden over de inhoudelijke informatie die JOGG hen geeft (Mulier Instituut, 2018).

5.2 Wensen en behoeften lokale professionals

De resultaten uit de interviews met lokale professionals dienen om de tweede deelvraag te beantwoorden. De antwoorden volgen uit de topics *wensen en behoeften rondom communicatie* en *wensen en behoeften online communicatieplatform*.

Wensen en behoeften communicatie

Lokale professionals vinden het van belang in contact te komen met andere lokale professionals om van andere gemeenten te leren. Zij vinden het daarbij van toegevoegde waarde om knelpunten en valkuilen te bespreken (analyseschema 19). Ze ontvangen het liefst inspiratie in de vorm van een concreet plan afkomstig uit een andere gemeente, waarin staat wat wel en wat niet werkt (analyseschema 22). Ze maken verder geen onderscheid in de regio waar voorbeelden, inspiratie en andere bestanden vandaan komen (analyseschema 20).

Lokale professionals vinden het van belang dat communicatie vanuit JOGG inhoudelijk dieper op werkgerelateerde onderwerpen ingaat en informatief is. Daarnaast geven lokale professionals aan dat creatief, kort en bondig geschreven koppen helpen en vinden ze creatief geschreven teksten gemakkelijker te lezen dan zakelijke teksten. Deze factoren zorgen ervoor dat lokale professionals teksten eerder lezen (analyseschema 23). De toon van communicatie-uitingen mag informeel zijn; lokale professionals vinden dit persoonlijker, makkelijker te lezen en aansluiten bij de organisatie (analyseschema 25). Lokale professionals lezen op social media het liefst werkgerelateerde berichten die te maken hebben met jeugd, sport en gezondheid (analyseschema 27).

Wensen inzet platform

Mening en relatie

Lokale professionals en interne medewerkers vinden het interessant om deel te nemen aan een online platform met JOGG. Lokale professionals denken dat het positief bijdraagt aan de relatie

tussen beiden, mits andere lokale professionals ook actief zijn op het platform. Via het platform ontstaat er volgens de respondenten directer contact en medewerkers van JOGG kunnen er meer zichtbaar zijn (analyseschema 28 en 29). Deze bevinding staat in lijn met fase 2 van de theorie van Li en Solis (2013), waarin online zichtbaar zijn de stap is voor het creëren van betrokkenheid.

Wensen en behoeften platform

Lokale professionals willen op het platform onder andere informatie en bestanden delen en eenvoudig contact leggen met medewerkers van JOGG en andere lokale professionals. Voor lokale professionals is het van belang dat JOGG het platform goed managet door het platform bijvoorbeeld onder te verdelen in groepen. Zo blijft het platform overzichtelijk. Daarnaast wensen ze snel antwoord op hun vragen, omdat het platform levendig moet zijn (analyseschema 28).

Lokale professionals vinden dat JOGG de leiding moet nemen op het platform en duidelijke richtlijnen moet opstellen voor het gebruik van het platform, zodat de gedeelde informatie op het platform altijd relevant is en klopt (analyseschema 30).

Respondenten geven aan een voorkeur te hebben voor persoonlijk en telefonisch contact, maar geven wel specifieke voorbeelden waarin ze de vraag- en chatfunctie hadden willen gebruiken, bijvoorbeeld voor vragen over de privacywet en het coalitieakkoord (analyseschema 32). Lokale professionals willen dus wel gebruikmaken van de functie. Daarnaast geven ze aan vragen te willen stellen op het platform om van andere gemeenten meer voorbeelden te krijgen dan ze nu van hun adviseurs krijgen. Ook kan het platform een Skypefunctie krijgen om het persoonlijke contact te ondersteunen, zodat lokale professionals beeld hebben bij het gesprek (analyseschema 33).

Bij openstaande berichten willen lokale professionals best een melding ontvangen, maar geen extra e-mail, omdat ze al veel e-mailberichten krijgen. Wel zijn ze enthousiast om via de JOGG-update actuele onderwerpen aan te kaarten, omdat dit middel al bestaat. Daarnaast willen de respondenten een melding op het platform zelf krijgen als ze berichten hebben (analyseschema 34).

Type berichten op het platform

Lokale professionals uit het zuiden van Nederland hebben meer behoefte aan communicatie in de vorm van filmpjes en beeld dan aan tekst. Andere lokale professionals hebben geen voorkeur voor tekst of beeld, maar geven wel aan dat een combinatie van tekst en beeld elkaar versterkt (analyseschema 36). De respondenten vinden berichten over partners en samenwerkingen interessant en geven aan actie te ondernemen na het zien van informatieve berichten (analyseschema 65). Daarbij geven ze aan dat voorbeelden uit andere gemeenten concreet moeten zijn, omdat zij anders langs het bericht scrollen, ondanks dat het bericht creatief is. Dit spreekt de bevinding uit analyseschema 23 tegen, waarin lokale professionals

aangaven creatieve teksten eerder te lezen. Bij het zien van creatief geschreven berichten, die tevens concreet zijn, geven lokale professionals aan wel betrokkenheidsinitiatieven te tonen (analyseschema 66). Bij het zien van een deelbaar bericht geven lokale professionals aan dit te willen delen binnen de gemeente om draagvlak te creëren. Ook geven ze aan het bericht te liken (analyseschema 67).

Interviewtechnieken

Uit de Card Sorting-test blijkt dat lokale professionals geen amusement of vrijetijdsbesteding op het platform willen bespreken om privé en zakelijk gescheiden te houden. Wel willen ze graag vragen stellen, inspiratie krijgen en chatten. Chatten is een meerwaarde, omdat lokale professionals dan direct in contact komen met andere lokale professionals en JOGG-medewerkers. Lokale professionals die al langer werken als JOGG-regisseur of -beleidsambtenaar, vinden informatie over de JOGG-aanpak geen vereiste (analyseschema 37). Uit de A/B-test blijkt dat de respondenten over het algemeen meer enthousiast zijn over een platform op de wiki dan over Yammer. Lokale professionals zien Yammer als weer een nieuw middel en een van hen ziet het als een belemmering om een Office-account aan te maken. Het platform moet georganiseerd alle informatie aanbieden, zodat alles te vinden is. Ook vinden de respondenten webinars een prettige manier om informatie te verkrijgen. Webinars moeten niet wekelijks, maar maandelijks terugkomen (analyseschema 38).

5.3 Wensen en behoeften interne medewerkers

De interne medewerkers hebben meegewerkt aan interviews over onder andere hun wensen en behoeften voor de communicatie, hun mening over het platform, hun kennis en socialmediagebruik, de wensen en behoeften rondom kennisvoorziening en de wensen en behoeften wat betreft sturing. Deze resultaten dienen als basis om de derde deelvraag te beantwoorden.

Wensen en behoeften rondom communicatie

De communicatieadviseur wil dat non-verbale communicatie een rol krijgt in telefoongesprekken om de communicatie met lokale professionals te verbeteren (analyseschema 41). Dit relateert aan de bevinding dat het gebruik van Skype volgens lokale professionals de communicatie persoonlijker maakt (analyseschema 33). De relatie tussen lokale professionals en JOGG verbetert volgens medewerkers door maatwerk te leveren, contact te houden en in te spelen op de behoeften van lokale professionals (analyseschema 42).

Mening platform

Lokale professionals en interne medewerkers vinden het beide interessant om deel te nemen aan een online platform met de JOGG-community. Interne medewerkers denken ook dat het platform effectief bijdraagt aan de relatie, omdat het platform laagdrempelig is en de interactie

bespoedigt. Wel moet de organisatie duidelijke doelen stellen en weten wat de behoefte is van de doelgroep (analyseschema 28 en 29). Dit sluit aan bij de theorie van Li en Solis (2013), waarin staat dat de organisatie socialmediadoelen moet stellen en in fase 1 de socialmediastrategie moet aansluiten op de doelgroep. Interne medewerkers willen met het platform interactie tussen JOGG en lokale professionals mogelijk maken. Daarnaast moeten lokale professionals vragen kunnen stellen, antwoorden kunnen krijgen en eenvoudig met elkaar op het platform in contact kunnen komen (analyseschema 45).

Wensen en behoeften wat betreft kennisvoorziening

Kennis

De JOGG-adviseurs denken voldoende kennis te hebben om op het platform actief te zijn (analyseschema 46), maar hebben nog niet voldoende ervaring met en kennis over het monitoren van berichten (analyseschema 47). Zowel de communicatieadviseurs als de JOGG-adviseurs hebben behoefte aan meer kennis over dit onderwerp.

De medewerkers geven aan dat het een taak voor het communicatieteam is om de resultaten van het platform te meten en de communicatieadviseur wil hier meer informatie over krijgen (analyseschema 48).

Het communicatieteam heeft voldoende kennis in huis om een contentstrategie te maken. De communicatieafdeling moet de contentstrategie delen met de organisatie, zodat iedereen op de hoogte is (analyseschema 49). JOGG-adviseurs hebben voldoende kennis om te prikkelen, maar niet om creatieve content te posten. Zij geven aan dat het communicatieteam hen hierin moet ondersteunen. Het communicatieteam geeft aan hierover eerst meer kennis te willen opdoen (analyseschema 50). De interne medewerkers hebben allemaal voldoende kennis om te reageren op negatieve berichten en hoeven hier geen nieuwe informatie over te krijgen (analyseschema 51). Het communicatieteam heeft er behoefte aan om voor te bereiden op een eventuele crisis, maar er hoeft geen risicoplan klaar te liggen. Daarnaast is het bij een crisis van belang dat JOGG een externe specialist inhuurt (analyseschema 53 en 54).

Richtlijnen

De medewerkers vinden het van belang dat er richtlijnen komen voor het gebruik van het platform, zodat lokale professionals weten wat ze van het platform kunnen verwachten. Dit verwachtingsmanagement moet onder andere de tijdsduur aangeven waarbinnen lokale professionals antwoord kunnen verwachten op hun vraag (analyseschema 52). Ook lokale professionals geven aan dat het van belang is richtlijnen op te stellen (analyseschema 30).

Overige informatie en vormkennis

Verder hebben interne medewerkers behoefte aan informatie over de werking van het platform (analyseschema 55). De kennis en informatie over en voor het platform willen de medewerkers

het liefst verkrijgen via online masterclasses, e-learning of vlogs, zodat de medewerkers zelf kunnen bepalen wanneer ze deze kennis tot zich nemen (analyseschema 56).

Wensen en behoeften sturing

De interne werknemers willen vertrouwd raken met het platform, de wensen en behoeften van de doelgroep in kaart brengen, regels en uitgangspunten opstellen en rollen duidelijk verdelen, voordat de organisatie overgaat naar fase 3 *betrokkenheid* van de centrale theorie en de interactie aangaat met de doelgroep (analyseschema 58).

Daarnaast voelen het programmateam van adviseurs en het communicatieteam zich beide verantwoordelijk om sturing te geven aan het platform. Het communicatieteam ziet zichzelf daarentegen niet als verantwoordelijk voor de uitvoer van het platform (analyseschema 59). Zoals eerder aangegeven willen interne medewerkers een duidelijke rolverdeling om het overzicht te bewaren (analyseschema 60). Ook moeten interne medewerkers vanuit de organisatie vertrouwen krijgen om actief te zijn op het platform. Dit vertrouwen is er momenteel al in andere werkzaamheden, doordat de organisatie gelooft in de kennis en expertise van medewerkers en hen de ruimte geeft voor vernieuwing (analyseschema 62). Het platform moet voor interne medewerkers laagdrempelig zijn, zo min mogelijk tijd kosten en aansluiten bij de primaire behoeften van lokale professionals. Daarnaast moet het platform gecategoriseerd zijn, zodat alles vindbaar is (analyseschema 64).

5.4 Keuze social medium

Analyseschema 31 beantwoordt voor een deel deelvraag vier met antwoorden over de platformkeuze. Daarnaast geven zowel lokale professionals als interne medewerkers aan hoe ze actief zijn op social media en geeft deskresearch inzicht in de mogelijkheden van bestaande platformen (bijlage E).

Kennis en socialmediagebruik

Lokale professionals en interne medewerkers zijn actief op Twitter, Facebook en LinkedIn en kijken meer dan dat ze plaatsen om op de hoogte te blijven. Volgens het model van Li en Bernoff (2011) zijn lokale professionals joiners en spectators. Joiners zijn geneigd betrokken te raken bij sociale gegevensverwerkingsplatformen, zoals Facebook, en blogs. Spectators lezen, luisteren en kijken naar content van anderen zonder zelf content te maken (bijlage D).

Interne medewerkers zijn meer conversationalists dan joiners en plaatsen vaker berichten en reacties (analyseschema 25 en 26). Conversationalists nemen deel aan veelvoorkomende dialogen onder statusupdates op Facebook en Twitter. Zij plaatsen wekelijks content (bijlage D). De leeftijd van de respondenten toont geen verband met hoe actief ze zijn op social media, terwijl het model hier wel onderscheid in maakt.

Voorkeur platform

Zowel de interne medewerkers als lokale professionals geven de voorkeur aan de wiki als basis voor het platform, omdat ze bij voorkeur geen nieuw account aanmaken. De respondenten vinden LinkedIn geen geschikt platform, omdat het meer een een-op-een platform is en groepen op het platform traag en instabiel zijn. Ook raden de respondenten Facebook af, omdat niet iedereen een Facebookaccount heeft en het platform gericht is op amusement (analyseschema 31).

Deskresearch

JOGG beschikt al over een wiki waar alle lokale professionals en interne medewerkers toegang tot hebben. De kosten om de wiki met een interactiefunctie uit te breiden bedragen tussen de 20.000 en 30.000 euro (bijlage E).

Yammer is een platform waarop een organisatie een nieuw netwerk kan starten om te communiceren. Yammer rangschikt informatie, antwoorden en vragen. De respondenten vinden het van belang dat het platform georganiseerd is, waardoor Yammer aansluit bij de wensen van de respondenten (analyseschema 38 en 64). Yammer brengt geen kosten met zich mee, omdat JOGG al een licentie heeft. Het nadeel is dat deelnemers een Office-account moeten hebben om te kunnen deelnemen aan het platform (bijlage E).

Facebook is minder geschikt voor zakelijke relaties, zoals ook lokale professionals en interne medewerkers aangeven (analyseschema 31). Daarnaast kan Facebook mogelijk niet de privacy van gebruikers van het platform waarborgen (bijlage E).

LinkedIn richt zich op professionele informatie en moedigt gebruikers aan een verkort cv op het platform te maken. Voor Facebook en LinkedIn moeten lokale professionals en medewerkers eerst een account aanmaken op het platform en beide platformen zijn gratis.

Slack is voornamelijk bedoeld om te chatten, waardoor het platform niet voorziet in alle bovenstaande wensen en behoeften van de doelgroep (bijlage E)

Vergelijkingen

Zowel lokale professionals als interne medewerkers vinden het van belang om meer interactie te realiseren (analyseschema 28). Daarnaast benoemen interne medewerkers het belang om doelen vast te stellen. Dit sluit aan bij fase drie van de centrale theorie, waarin de Li en Solis (2013) duidelijk maken dat het essentieel is om de doelen van social media vast te stellen.

Verder hebben lokale professionals en interne medewerkers beide een voorkeur voor de wiki en vinden ze dat het platform gestructureerd en levendig moet zijn (analyseschema 28 en 31).

6. Conclusies

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag hoe JOGG een online platform kan inzetten om lokale professionals betrokken te maken. De onderzoekster concludeert of lokale professionals betrokken zijn, wat de wensen en behoeften zijn van de doelgroep en ze stelt vast welk platform het beste aansluit bij de onderzoeksdoelgroep.

6.1 Beantwoording deelvragen

Betrokkenheid

Volgens Solis (2013) is online betrokkenheid onder andere te meten door het sentiment en de acties die voortkomen uit interacties in kaart te brengen. Uit de resultaten blijkt dat niet alle lokale professionals de JOGG-update lezen en als zij deze wel lezen, geven zij aan dit niet grondig te doen. Ook komen ze minder vaak dan maandelijks op de wiki. De beleidsambtenaren zijn het minst betrokken. Zij maken weinig tot geen gebruik van de communicatiemiddelen en hebben het minst contact met JOGG.

Daarbij voelen lokale professionals zich niet betrokken bij JOGG door de weinige contactmomenten tussen lokale professionals en JOGG-medewerkers. Dit gegeven komt overeen met de theorie van Solis (2011), die aangeeft dat interactie de betrokkenheid beïnvloedt. Ook de afstand speelt hierin een rol. Lokale professionals geven ook aan geen behoefte te hebben aan meer contactmomenten, omdat ze hier geen tijd voor hebben. Dit toont wederom een negatief sentiment aan.

Echter, lokale professionals geven aan trots te zijn om onderdeel uit te maken van de landelijke beweging, positief te zijn over de kennis en professionaliteit van JOGG en blij te zijn met de naamsbekendheid van JOGG. Ook voelen ze zich betrokken bij het na te streven doel. Lokale professionals hebben dus zowel een positief als een negatief sentiment bij JOGG. Te concluderen is dat de betrokkenheid niet geheel afwezig is, maar niet alle lokale professionals volledig bij JOGG betrokken zijn.

Wensen en behoeften lokale professionals

Uit de resultaten blijkt dat lokale professionals het interessant vinden om deel te nemen aan het platform, mits het duidelijke richtlijnen heeft, het overzichtelijk is en er eenvoudig en snel contact te leggen is via het platform. Lokale professionals willen het platform inzetten om vragen te stellen, te chatten en inspiratie en voorbeelden te krijgen van andere gemeenten. Ze willen een melding krijgen via de JOGG-update over lang openstaande vragen en wensen snel antwoord op gestelde vragen, zodat het platform levendig blijft. Het platform moet volgens lokale professionals op de wiki komen en JOGG-medewerkers moeten het platform controleren en actief vragen beantwoorden. De content op het platform moet volgens lokale professionals bestaan uit een combinatie van tekst en beeld. De uitkomsten geven aan dat lokale

professionals het platform willen gebruiken, mits bovenstaande wensen en behoeften zijn doorgevoerd.

Wensen en behoeften interne medewerkers

Interne medewerkers vinden dat een platform effectief bijdraagt aan de relatie met lokale professionals, omdat het interactie bespoedigt. Het platform moet voor hen laagdrempelig zijn en op de wiki komen. Daarnaast moet het aansluiten bij de wensen en behoeften van de doelgroep en gecategoriseerd zijn. Het platform moet een duidelijk doel hebben volgens interne medewerkers, wat aansluit bij de bevindingen van Li en Solis (2013). Er is behoefte aan kennis bij interne medewerkers over het monitoren van berichten, het schrijven van creatieve content, de werking van het platform en het meten van de resultaten van het platform. Er is verder geen directe behoefte aan een crisisplan, maar wel aan een voorbereiding op of basiskennis voor een mogelijke crisis. Interne medewerkers willen deze kennis in online videovorm krijgen, zodat zij het bekijken van deze kennis qua tijd zelf kunnen indelen. Om aanwezig te zijn op het platform is het voor interne medewerkers van belang dat zij vertrouwen krijgen van de organisatie, wat ze nu ook hebben. Het programmteam en het communicatieteam zien zich als eindverantwoordelijke en willen sturing geven aan het platform.

Social medium

Lokale professionals zijn spectators en joiners. Dit houdt in dat zij content lezen van anderen en geneigd zijn betrokken te raken bij gegevensverwerkingssites en blogs. Het platform moet hiervoor de mogelijkheid bieden om aan te sluiten bij de doelgroep. Daarbij moet JOGG hen stimuleren interactief te zijn op het platform, omdat zij uit zichzelf niet het initiatief nemen.

Lokale professionals en interne medewerkers geven voorkeur aan de wiki als interactieplatform, omdat lokale professionals hiervoor al inloggegevens hebben. De organisatie beschikt ook over een Office-account voor Yammer en dit platform biedt de mogelijkheid om berichten te ordenen, wat aansluit bij de wensen en behoeften van de respondenten. Dit maakt het platform een goedkoper en geschikt alternatief voor de wiki, al is het een nadeel dat lokale professionals ook een Office-account moeten hebben om deel te nemen aan het platform. Facebook en LinkedIn zijn minder geschikte keuzes voor de organisatie, omdat Facebook meer een platform is voor vrienden en familie en de respondenten LinkedIn als traag, instabiel en als een-op-een platform zien. Slack richt zich te veel op chatten en sluit daarom niet aan bij de wensen en behoeften van de doelgroep. Deze informatie leidt tot de conclusie dat de wiki een geschikt platform is voor JOGG en Yammer een minder geschikt, maar goedkoper alternatief is.

6.2 Aannemen of verwerpen hypothesen

In deze paragraaf verklaart de onderzoekster of de hypothesen zijn aangenomen of verworpen.

Hypothese 1: Als een organisatie luistert naar de wensen en behoeften van de doelgroep, dan leert het bedrijf over het sociale gedrag van de doelgroep.

Door in gesprek te gaan met lokale professionals en te vragen naar hun wensen en behoeften op het gebied van communicatie en het online platform, heeft de onderzoekster informatie ingewonnen over welk online gedrag lokale professionals vertonen. Zo is uit paragraaf 5.2 gebleken dat lokale professionals graag inspiratie van JOGG ontvangen, door de JOGG-update scrollen, alleen gebruikmaken van de wiki voor informatie, een voorkeur hebben voor content bestaande uit tekst en beeld en graag over werkgerelateerde onderwerpen lezen, zoals jeugd, sport en gezondheid. Daarnaast laat paragraaf 5.4 zien dat lokale professionals in hun sociale gedrag op social media meer kijken dan posten en daarmee in de categorieën joiners en spectators vallen volgens het model van Li en Bernoff (2011). Met deze bevindingen is een lijn te trekken in het sociale gedrag van de doelgroep en is de hypothese aangenomen.

Hypothese 2: Als een organisatie met kleine, overzichtelijke stappen overgaat van de aanwezigheidsfase naar de betrokkenheidsfase door vertrouwen op te bouwen, intern effectieve voorbeelden van andere bedrijven te delen, rollen te verdelen en risicobeheersing te ontwikkelen, dan is de overstap van aanwezigheid naar het bereiken van online betrokkenheid toegankelijker voor interne medewerkers.

Uit paragraaf 5.3 blijkt dat de interne medewerkers het relevant vinden om vertrouwd te raken met het platform, de wensen en behoeften van de doelgroep in kaart willen hebben, regels en uitgangspunten op willen stellen en de rollen willen verdelen, voordat ze actief op het platform aan de slag gaan. Interne medewerkers geven aan dat de gestelde onderwerpen in zoverre van belang zijn dat de beschikbaarheid van de gestelde onderwerpen noodzakelijk is om online het gesprek aan te gaan met lokale professionals. Het gesprek aangaan is volgens Li en Solis (2013) de basis van het bereiken van betrokkenheid. Dit toont aan dat de elementen voor de interne medewerkers van belang zijn voor de overgang naar fase 3 *betrokkenheid*. Op basis van deze informatie is de hypothese aangenomen.

Hypothese 3: Als de organisatie creatieve, informatieve of deelbare content post, dan vergroot de organisatie betrokkenheidsinitiatieven bij de doelgroep.

Uit de resultaten in paragraaf 5.2 blijkt dat lokale professionals eerder creatief geschreven content met korte en bondige koppen lezen. Daarnaast blijkt dat de respondenten creatief geschreven berichten of content met een informatieve lading meer waarderen en dit type bericht sneller lezen dan andere berichten.

Ook geven lokale professionals aan bij berichten die ze als informatief bestempelen een *like* te geven. Lokale professionals belonen creatieve berichten ook met een *like* of *reactie*, mits het

bericht concreet en inhoudelijk van toegevoegde waarde is. Lokale professionals geven aan een informatief bericht, dat mogelijk voor anderen ook van belang is, te delen binnen hun eigen netwerk.

Hieruit is te concluderen dat informatieve en deelbare berichten de betrokkenheidsinitiatieven vergroten, maar creatieve berichten op zichzelf niet. Wel lezen lokale professionals deze berichten eerder dan andere berichten en tonen betrokkenheidsinitiatieven als creatieve berichten concreet en inhoudelijk zijn. Daarom is de hypothese aangenomen.

6.3 Beantwoording doelstelling en eindconclusie

Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is:

Inzicht krijgen in de huidige online betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG en in de wensen en behoeften van de doelgroep, bestaande uit interne medewerkers van JOGG en lokale professionals, voor (de inzet van) social media, teneinde een socialmedia-advies te leveren aan JOGG, waarmee de organisatie online betrokkenheid bereikt bij lokale professionals.

Paragraaf 5.1 toont aan dat lokale professionals niet volledig betrokken zijn bij JOGG, waarvan de beleidsambtenaren het minst. Ook stimuleert meer interactie de betrokkenheid van lokale professionals. Paragraaf 5.2 en 5.3 lichten de behoeften van de doelgroep rondom de inzet van een online platform toe. Kort gezegd moet het platform gestructureerd zijn, willen lokale professionals vragen kunnen stellen en inspiratie op het platform krijgen. Ook willen ze dat de JOGG-update en JOGG-adviseurs hen op een eenvoudige manier stimuleren om gebruik te maken van het platform. De interne medewerkers willen ook meer interactie creëren via het platform. JOGG dient hen van informatie te voorzien over de inzet van het platform. In hoofdstuk 7 geeft de onderzoekster op basis van deze inzichten een socialmedia-advies aan de organisatie.

Eindconclusie

De probleemstelling van het onderzoek luidt:

Hoe kan JOGG social media inzetten om lokale professionals online betrokken te maken bij JOGG?

Lokale professionals zijn niet volledig betrokken bij JOGG, waarvan de beleidsambtenaren het minst. Dit is te wijten aan het gebrek aan contactmomenten met de organisatie. De theorie van Solis (2013) en de bevindingen van lokale professionals en interne medewerkers tonen aan dat interactie bijdraagt aan de relatie tussen lokale professionals en JOGG. Deze interactie kan online plaatsvinden. Het platform draagt specifiek bij aan de betrokkenheid door de

werkzaamheden van de interne medewerkers en de organisatie voor lokale professionals zichtbaarder te maken. Lokale professionals hebben voornamelijk behoefte aan een platform op de wiki om inspiratie en voorbeelden te kunnen delen en vragen te stellen.

JOGG dient voor de inzet van het platform de interne medewerkers van kennis te voorzien over het monitoren van berichten, het meten van socialmediaresultaten, de werking van het platform en het maken van creatieve content. Daarnaast dient JOGG een duidelijke rolverdeling en richtlijnen op te stellen, zodat interne medewerkers en lokale professionals weten hoe het platform functioneert. Ten slotte is het van belang dat de organisatie het platform gestructureerd houdt en de wiki inzet om het platform laagdrempelig te houden. Op basis van deze bevindingen kan JOGG social media inzetten om de online betrokkenheid van lokale professionals te vergroten.

7. Aanbevelingen

Dit hoofdstuk bespreekt de aanbevelingen op basis van de verkregen resultaten, conclusies en de centrale theorie. De aanbevelingen zijn verdeeld in de eerste drie fasen van de centrale theorie van Li en Solis (2013): *planning, aanwezigheid en betrokkenheid*.

Dit hoofdstuk biedt een invulling op de doelstelling en handvatten voor het opstellen van een socialmediastrategie. Hierin adviseert de onderzoekster onder meer over doelstellingen, intern beleid, content, het monitoren van resultaten en het platformtype.

7.1 Planning

In de fase *planning* onderzoekt de organisatie de doelgroep om op basis van deze informatie een socialmediastrategie op te zetten (Li & Solis, 2013). Daarnaast stelt de organisatie de interne gereedheid vast voor de inzet van social media. De onderzoekster heeft dit onderzocht, waaruit de volgende aanbevelingen zijn ontstaan.

Aanbeveling 1: creëer relevante contactmomenten via een interactief, online platform

De eerste aanbeveling is om contactmomenten te realiseren om de interactie aan te gaan met lokale professionals via social media. Het is voor JOGG noodzakelijk online betrokkenheid te stimuleren, wat volgens Li en Solis (2013) mogelijk is door de interactie aan te gaan via social media. Om deze interactie relevant te maken voor lokale professionals adviseert de onderzoekster een socialmediastrategie op te zetten. De onderzoekster adviseert JOGG daarom structuur, het posten van werkgerelateerde berichten, het gebruik van een informele toon, content in de vorm van tekst en beeld en de toegankelijkheid van het platform mee te nemen in de strategie.

Lokale professionals zijn joiners en spectators, wat betekent dat ze vaker berichten lezen dan posten. JOGG kan hierop inspelen in de strategie door lokale professionals uit te nodigen het gesprek aan te gaan. Daarbij adviseert de onderzoekster JOGG het sociale gedrag van de doelgroep te blijven monitoren om te kijken of deze verschuift op de ladder van Li en Bernoff (2011).

Aanbeveling 2: de wiki als interactief platform

De tweede aanbeveling omvat het advies om de wiki in te zetten als interactief platform, omdat het laagdrempelig is. Het platform dient gestructureerd te zijn en snel contact te bieden volgens lokale professionals. Hiervoor moet het mogelijk zijn om verschillende groepen te maken, een-op-een en in groepsverband te chatten en verschillende soorten bestanden te delen.

Wanneer het door een tegenvallend preventieakkoord niet mogelijk is een interactief platform te bouwen, adviseert de onderzoekster Yammer als alternatief. Dit platform beschikt over de eerder genoemde functies, maar vereist een Office-account voor het aanmaken van een

account. Een platform buiten de wiki moet een duidelijke connectie hebben met de wiki voor lokale professionals, wat de onderzoekster tevens adviseert.

Aanbeveling 3: stel een platformteam op en voorzie het team van kennis

De onderzoekster adviseert een platformteam op te stellen, dat het platform realiseert en vanuit eigen expertise verder invulling geeft. Dit team moet minimaal uit een communicatieadviseur en twee JOGG-adviseurs bestaan, zodat beide teams inspraak hebben in het platform.

Volgen Li en Solis (2013) is het van belang medewerkers te voorzien van kennis en vaardigheden omtrent social media om weerstand bij de inzet ervan te voorkomen en interactie op het platform en daarmee betrokkenheid bij de doelgroep te stimuleren. Om deze reden adviseert de onderzoekster het platformteam van voldoende kennis te voorzien over het monitoren van berichten, het meten van de resultaten, de werking van het platform, het schrijven van creatieve berichten en de basis van crisiscommunicatie. Bij een crisis adviseert de onderzoekster een externe specialist in te huren, omdat hier de voorkeur ligt van interne medewerkers. De onderzoekster adviseert kennis aan te bieden in een online vorm, zodat het team de informatie onderweg kan bekijken.

7.2 Aanwezigheid

In fase 2 gaat de organisatie over naar zichtbaarheid op het platform. Dit dient JOGG te doen door content te delen die aansluit bij de doelgroep middels de opgestelde socialmediastrategie. Daarnaast dient JOGG haar marketingdoelen te verweven en organisatiedoelen te koppelen (Li & Solis, 2013). In de volgende aanbevelingen licht de onderzoekster toe hoe JOGG dit kan doen.

Aanbeveling 4: wees zichtbaarder voor lokale professionals

Uit de resultaten en conclusies blijkt dat lokale professionals geen beeld hebben van JOGG-medewerkers en hun werkzaamheden, wat de betrokkenheid beïnvloedt. Aanbeveling vier adviseert om via online communicatie de organisatie zichtbaarder te maken door bijvoorbeeld gebeurtenissen op kantoor of werknemers en hun werkzaamheden uit te lichten. Daarnaast moet het platform de mogelijkheid bieden om een persoonlijk profiel aan te maken, zodat de communicatie persoonlijk is en de interne medewerkers zichtbaar kunnen communiceren met lokale professionals. Ook moet het platform een homepage hebben waar JOGG algemene berichten post om de zichtbaarheid te vergroten.

Aanbeveling 5: specificeer doelen voor het platform

De onderzoekster adviseert doelen op te stellen om te snelle tevredenheid bij de vertoning van online betrokkenheidsinitiatieven te voorkomen (Li & Solis, 2013). Daarnaast adviseert de

onderzoekster JOGG in deze fase marketingdoelen te verweven met de socialmediastrategie. Volgens Li en Solis (2013) ondersteunt social media zo de marketinginitiatieven.

Aanbeveling 6: stel richtlijnen op voor het platformgebruik

Aanbeveling zes is om richtlijnen op te stellen voor lokale professionals en interne medewerkers voor het gebruik en de verwachtingen van het platform. Het is van belang in deze richtlijnen op te nemen hoe snel lokale professionals een reactie op hun vragen kunnen verwachten, welke informatie zij op het platform kunnen delen en welke documenten zij wel en niet kunnen uploaden. Daarnaast is het relevant om richtlijnen op te stellen voor interne medewerkers. In deze richtlijnen dient de organisatie onder andere op te nemen hoe de medewerkers kunnen reageren op negatieve berichten en welk soort berichten ze kunnen posten.

7.3 Betrokkenheid

Zoals eerder aangegeven moet JOGG online het gesprek aangaan met lokale professionals in fase 3 om online betrokkenheid te bereiken. Het is hierin van belang dat de organisatie interactie stimuleert, service verleent door vragen te beantwoorden en interne medewerkers betreft (Li & Solis, 2013).

Aanbeveling 7: geef alle interne medewerkers een actieve rol door middel van een rolverdeling

Li en Solis (2013) adviseren alle medewerkers bij het platform te betrekken om in fase 3 betrokkenheid bij de doelgroep te bereiken. De medewerkers moeten onder meer een dienstverlenende functie hebben door vragen te beantwoorden om betrokkenheid te bereiken bij lokale professionals (Li & Solis, 2013). De onderzoekster adviseert hiervoor een rolverdeling te maken.

Aanbeveling 8: gebruik bestaande communicatiemiddelen om interactie te stimuleren

Het is van belang om interactie op het platform te stimuleren, omdat interactie de kans op betrokkenheid vergroot (Li & Solis, 2013). De onderzoekster adviseert om lokale professionals via bestaande communicatiemiddelen naar het platform te laten bewegen, omdat zij hier de voorkeur aan geven. Lokale professionals hebben voornamelijk contact met hun adviseur en hebben de voorkeur om meldingen te krijgen via de JOGG-update. Het advies luidt om JOGG-adviseurs en de JOGG-update in te zetten om lokale professionals actief te laten zijn op het platform.

Aanbeveling 9: ga het gesprek aan, monitor berichten en meet resultaten

Volgens Li en Solis (2013) moeten alle medewerkers van JOGG in fase 3 het gesprek aan gaan door actief te reageren op vragen en berichten. De onderzoekster adviseert alleen externe socialmediaspecialisten in te huren bij gebrek aan kennis en niet voor de inzet van het platform.

Het is van belang dat interne medewerkers zelf in contact komen met lokale professionals. De onderzoekster adviseert de berichtgeving op het platform creatief, informatief of deelbaar te maken, omdat lokale professionals dan meer betrokkenheidsinitiatieven gaan vertonen volgens Li en Solis (2013).

Daarnaast is het van belang te investeren in een monitoringsplatform en berichten te monitoren, waarmee de organisatie bijhoudt of er een verschuiving is in de betrokkenheid, inhaakt op actuele onderwerpen en crises voorkomt. De onderzoekster adviseert om het platform te monitoren aan de hand van de in fase 2 opgestelde doelen. Bij deze taak past het platformteam de kennis over het monitoren van berichten toe.

8. Implementatieplan

Dit hoofdstuk beschrijft hoe JOGG de aanbevelingen voor het online platform kan implementeren. Hiervoor maakt de onderzoekster gebruik van het POST-model van Li en Bernoff (2011), waarin ook de eerste drie fasen van het Six Stages of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013) zijn verwerkt. Met het Continuous Improvement-model van Edwards Deming (1948) brengt de onderzoekster onder andere de planning in beeld.

8.1 Team, kennis en richtlijnen

Onderstaande stappen zijn gebaseerd op aanbevelingen 3, 6 en 7.

Platformteam

Paragraaf 7.1 adviseert de organisatie om een platformteam op te stellen, bestaande uit één persoon van het communicatieteam en twee personen uit het programmateam van JOGG-adviseurs. Dit team komt in het eerste jaar wekelijks één uur per week bijeen om over het platform te overleggen. Dit komt neer op 52 uur per persoon per jaar.

Kennis

De organisatie dient het platformteam te voorzien van informatie over het monitoren van berichten, het maken van creatieve, het meten van socialmediaresultaten en de werking van het platform. Deze informatie is deels afhankelijk van het platform dat de organisatie kiest.

- Bij Yammer kan het team op YouTube instructiefilmpjes kijken en op de website van Microsoft informatie lezen over de werking van het platform en het monitoren en meten van de resultaten (Microsoft, z.j.).
- Voor het interactieve platform op de wiki geeft Just, het communicatiebureau dat het platform bouwt, informatie over resultaten meten, berichten monitoren en hoe het platform werkt.

De organisatie kan een account aanmaken op Lynda.com voor algemene informatie over het schrijven van creatieve content, socialmediaresultaten meten en berichten monitoren. Een premiumaccount biedt de mogelijkheid om onderweg en offline cursussen te bekijken. Een premiumaccount kost 24,95 euro per persoon per maand, wat in totaal uitkomt op 74,85 euro per maand. Op jaarbasis kost de kennisvoorziening van drie werknemers dan 898,20 euro. De teamleden van het platformteam kunnen zoveel kennis tot zich nemen als gewenst. Om basiskennis op te doen, kan het team de leerweg *Become a Content Strategist* bekijken. Deze leerweg biedt onder meer kennis over creatieve content schrijven, resultaten meten en berichten monitoren, en duurt 23 uur (Lynda, 2017). Alle leden van het platformteam moeten

deze leerweg volgen om de basiskennis in huis te hebben. Daarnaast kan het team meer filmpjes bekijken als daar behoefte aan is. Dit betekent een tijdsbesteding van ongeveer twee uur per maand, naast de 23 uur van de eerste, verplichte leerweg. Op jaarbasis komt dit neer op 47 uur per persoon.

Richtlijnen en rolverdeling

Om duidelijkheid te scheppen over de rol van de interne medewerkers en lokale professionals moet het platformteam richtlijnen opstellen over:

- het soort berichten dat lokale professionals en interne medewerkers kunnen delen op het platform;
- de tijdsduur waarbinnen lokale professionals antwoord krijgen op hun vragen;
- de eisen waaraan gedeelde documenten moeten voldoen.

Voor de interne medewerkers moet het platformteam richtlijnen opstellen voor de manier waarop zij kunnen reageren op negatieve berichten. Ook moet het team een duidelijke rolverdeling maken van de functie die interne medewerkers op het platform hebben. Het platformteam stelt deze richtlijn en de rolverdeling tijdens een vergadering op, waardoor dit geen extra tijd kost.

8.2 POST-model

Het POST-model licht de doelgroep, doelen, strategie en techniek uit die de basis vormt van een socialmediastrategie. In de uitwerking van het POST-model heeft de onderzoekster de implementatie van aanbevelingen 1, 2, 4, 5, 8 en 9 verwerkt.

People

Lokale professionals zijn op social media joiners en spectators zijn. Het is van belang om te beseffen dat de doelgroep kan veranderen en een andere plek kan aannemen in het Social Technographics Ladder-model van Li en Bernoff (2011). De organisatie dient dan ook de overige stappen van het POST-model hierop aan te passen. De organisatie moet daarom het gedrag van lokale professionals op het platform monitoren om aan de hand van de Social Technographics Ladder van Li en Bernoff (2011) om veranderingen in kaart te brengen en hierop in te spelen. Dit is voor de communicatieadviseur een taak om twee keer per maand uit te voeren en kost samen met het monitoren van berichten op jaarbasis 26 uur.

Objectives

Het doel is om lokale professionals betrokken te maken bij JOGG. Dit past bij fase drie van het Six Stages of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013). De organisatie moet zich realiseren dat het een langdurig proces kan zijn om betrokkenheid te stimuleren. Fase 1 *planning* en fase 2 *participeren* zijn echter wel in een kortere tijd te verwezenlijken. De

onderzoekster heeft daarom de volgende doelen opgesteld, waarbij zij ervan uitgaat dat het platform per 15 december 2018 in werking treedt.

- Zes maanden na de inzet van het platform (op 15 juni 2019) is de organisatie zichtbaar aanwezig op het platform door creatieve, informatieve en deelbare berichten te posten die aansluiten bij de wensen en behoeften van de doelgroep (bijlage H). Dit zijn onder meer werkgerelateerde berichten.
- Een jaar na de inzet van het platform (op 15 december 2019) zijn de eerste verschijnselen van betrokkenheid zichtbaar in het sentiment, de waarden en de activiteiten die lokale professionals op het platform vertonen.
- Anderhalf jaar na de inzet van het platform (op 15 juni 2020) is iedereen binnen de organisatie in staat online effectief het gesprek aan te gaan met lokale professionals, door draagvlak te creëren.
- Drie jaar na de inzet van het platform (op 15 december 2022) is de betrokkenheid duidelijk zichtbaar in het sentiment, de waarden en de activiteiten die lokale professionals op het platform tonen.

Het meten van de socialmediaresultaten vindt twee keer in het jaar plaats en kost ongeveer 5 uur op jaarbasis.

Strategy

De strategie is lokale professionals via het platform te betrekken bij de organisatie. Om deze betrokkenheid te bereiken, maakt de organisatie een contentstrategie. Aanbeveling 1 en 4 geeft aan dat de organisatie moet zorgen voor meer contactmomenten, meer zichtbaarheid en dat het platform moet aansluiten op de wensen en behoeften van lokale professionals. Dit kan de organisatie realiseren door deze punten mee te nemen in de contentstrategie. De onderzoekster heeft een eerste opzet gemaakt voor de contentstrategie op basis van de zeven stappen uit het Content Circle-model van Michels (2017) (bijlage H).

Het communicatieteam heeft de vaardigheden en kennis om een contentstrategie te maken.

Het maken van een contentstrategie kost een communicatiemedewerker ongeveer vijf uur, inclusief het maken van een contentkalender. Het kost de communicatieadviseur ongeveer acht uur per maand om de contentkalender maandelijks aan te vullen en in te plannen. Op jaarbasis is dat 96 uur.

Technology

Wiki

De aanbevelingen in paragraaf 7.1 adviseren om bij een gunstig preventieakkoord een interactief platform te laten bouwen. Lokale professionals en interne medewerkers moeten op het platform:

- verschillende groepen kunnen aanmaken;
- deze groepen kunnen volgen en niet meer volgen, zodat het platform relevant blijft;

- een-op-een en in groepsverband kunnen chatten;
- een profiel met profielfoto kunnen aanmaken;
- op een algemene homepagina berichten kunnen plaatsen en vragen kunnen stellen;
- deze berichten kunnen leuk-vinden via een button;
- verschillende documenten kunnen delen.

Het is nodig om verschillende groepen aan te maken om overzicht te behouden. Het platformteam kan deze groepen vormen op basis van de JOGG-pijlers, campagnes en de regio's van lokale professionals. Lokale professionals moeten kunnen aanhaken bij de onderwerpen die hen aanspreken, zodat het platform voor hen relevant blijft. Ook moeten ze een eigen profiel kunnen aanmaken om de zichtbaarheid van medewerkers te vergroten en contact persoonlijker te maken. Ten slotte is het van belang dat de deelnemers kunnen chatten, algemene berichten kunnen plaatsen, via een vind-ik-leuk-button kunnen reageren op berichten en documenten kunnen delen om betrokkenheidsinitiatieven bij de doelgroep te stimuleren.

Daarnaast moet het platform een ingebouwd monitoringssysteem krijgen, waarmee de organisatie onder andere het aantal bezoekers, reacties en vind-ik-leuks monitort. Deze opdracht kan de organisatie uitzetten bij communicatiebureau Just. Het bureau krijgt dertien weken de tijd voor het bouwen van het platform, wat tussen de 20.000 en 30.000 euro kost (bijlage E). Voor dit project moet een communicatieadviseur uit het communicatieteam samenwerken met Just. Dit kost de communicatieadviseur ongeveer 25 uur.

Yammer

Yammer is een geschikt alternatief wanneer de organisatie geen budget heeft om zelf een platform te bouwen. Wanneer de keuze op dit platform valt, moet de organisatie een monitoringsfunctie voor het platform zoeken. Dit platform moet aan dezelfde voorwaarden voldoen als gesteld onder het kopje wiki. Een communicatieadviseur heeft ongeveer 10 uur nodig om het platform in te richten en alle deelnemers uit te nodigen.

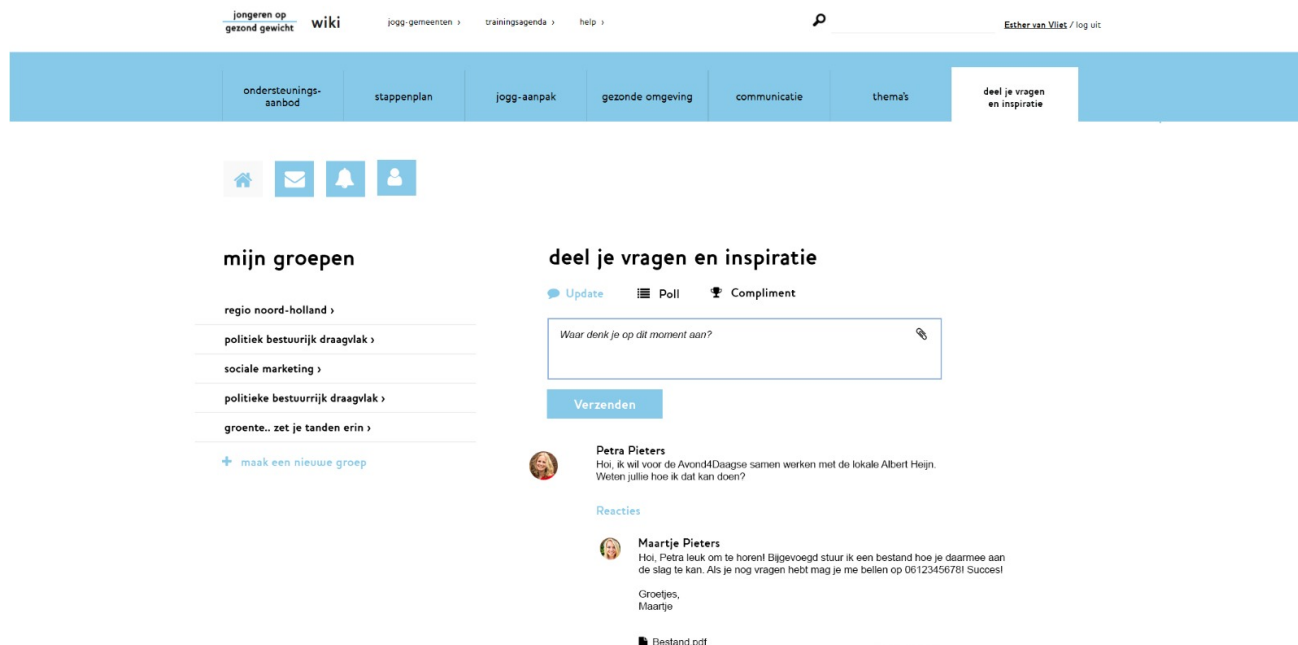
Om lokale professionals naar het platform te laten bewegen, moet de organisatie:

- adviseurs inzetten;
- in het overzicht van actuele onderwerpen in de JOGG-update een link plaatsen naar het platform.

Dummy

Figuur 3 is een voorbeeld van het platform op de wiki. Te zien is dat het platform is doorgevoerd in de stijl van de huidige wiki, lokale professionals kunnen deelnemen aan groepen, vragen kunnen stellen, reacties en berichten kunnen plaatsen en polls kunnen maken. De iconen van

het huisje, de brief, de bel en het poppetje zijn een link naar de homepage, persoonlijke mailbox, notificaties en persoonlijke pagina van de wiki-gebruiker.



Figuur 3. Dummy platform op de JOGG-wiki. Bron: Van Vliet (2018)

8.3 Continuous Improvement

Om alle aanbevelingen te kunnen uitvoeren, maakt het onderzoek gebruik van het Continuous Improvement-model van Edwards Deming (1948). Dit model beschrijven Coebergh en Trompenaars (2014) in hun boek *100+ Management Models* als een model dat bestaat uit vier stappen om de organisatie te blijven verbeteren. De onderzoekster gebruikt het model, zodat de organisatie het platform kan implementeren en blijven verbeteren. De vier stappen zijn doelen opstellen, uitvoeren, controleren en de aanpak verbeteren (Coebergh & Trompenaars, 2014).

Plannen: de doelen stellen voor het project

De doelstellingen voor het project tot en met een jaar na de inzet van het platform zijn de volgende.

- In dezelfde maand na de oplevering van het onderzoek, 30 augustus 2018, heeft de organisatie een platformteam opgesteld.
- 30 november 2018 heeft het platformteam de leerweg *Become a Content Strategist* op Lynda.com gezien.
- 30 november 2018 heeft het platformteam de socialmediastrategie, contentstrategie, richtlijnen en rolverdeling af.

- 30 november 2018 heeft Just het online platform af. In het andere geval is eind november 2018 Yammer ingericht.
- Uiterlijk 15 december 2018 nemen lokale professionals en interne medewerkers het platform (wiki of Yammer) voor het eerst in gebruik. Vanaf dat moment bevat elke JOGG-update een link naar het platform in het overzicht van actuele onderwerpen.
- Uiterlijk 15 december weten interne medewerkers en lokale professionals hoe het platform werkt door kennisvoorziening van het platformteam.
- 15 maart 2019 heeft minstens dertig procent van de lezers wel eens doorgeklikt naar het platform via de JOGG-update.
- Op 15 juni 2019 is de organisatie zichtbaar aanwezig op het platform door berichten te posten die aansluiten bij wensen en behoeften van de doelgroep.
- Op 15 juni 2019 gebruikt minstens vijftig procent van lokale professionals minimaal één keer per maand het platform om te kijken, vragen te stellen of deel te nemen in een chatgroep.
- Op 15 december 2019 zijn de eerste verschijnselen van betrokkenheid zichtbaar in het sentiment, de waarden en de activiteiten die lokale professionals vertonen op het platform.

Doen: het plan uitvoeren en resultaten meten

In deze fase voert de organisatie het plan uit en meet het de resultaten. Onderstaand is omschreven hoe de organisatie de resultaten van het project kan meten.

In deze fase voert de organisatie het plan uit en meet de resultaten. De manieren waarop de organisatie de resultaten van het project kan meten zijn de volgende.

- Voor 15 maart 2019 meet de organisatie de resultaten van de koppeling tussen de JOGG-update en het platform door te kijken hoe vaak lokale professionals via de nieuwsbrief op het platform zijn beland. Deze informatie kan de organisatie achterhalen uit de analytics van Mailchimp (Mailchimp, z.j.).
- Voor 15 juni 2019 meet het platformteam hoeveel vind-ik-leuks en reacties berichten op het platform krijgen en hoeveel bezoekers het platform maandelijks heeft door de socialmediaresultaten te verzamelen aan de hand van de opgedane kennis.
- Voor 15 december 2019 meet de organisatie of de doelgroep is veranderd en de betrokkenheid is toegenomen door het platform te monitoren op het sentiment, de uitgevoerde acties en de hoeveelheid reacties van lokale professionals aan de hand van de Social Technographics Ladder van Li en Bernoff (2011).

Controleren: de resultaten analyseren en vergelijken met het plan

Nadat de organisatie de resultaten heeft gemeten aan de hand van de voorgaande stap, kan zij deze vergelijken met de bij stap 1 opgestelde doelstellingen. Wanneer de doelstellingen overeenkomen met de resultaten zijn de doelen behaald.

Handelen of aanpassen: het plan verbeteren op basis van de uitvoering en de geanalyseerde resultaten

In stap 3 heeft de organisatie vastgesteld of de doelen wel of niet zijn behaald. Wanneer de doelen wel behaald zijn, kan de organisatie nieuwe doelen stellen voor de komende periode. Wanneer de doelen niet zijn behaald, moet de organisatie het plan herzien en de doelen realistischer stellen.

8.4 Planning en budget

In tabel 6 staan de planning en kosten tot en met 15 december 2019, één jaar na de inzet van het platform. JOGG is met name geïnteresseerd in de verhoging van de werkdruk (persoonlijke communicatie, 27 april 2018). Tabel 7 geeft dit weer. JOGG werkt met de salarisschaal van burgerlijke rijksambtenaren (JOGG, z.j.). Het salaris verschilt per persoon en functie. Om deze reden kiest de onderzoekster ervoor om de cijfers van de middelste schaal te gebruiken, schaal negen. Een medewerker van JOGG verdient in schaal negen 40 euro per uur inclusief btw (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2018).

Wie	Wat	Werkdruk	Wanneer	Kosten
Communicatieteam en programmteam	Platformteam opstellen en opstart platform bespreken	2 uur x 3 = 6 uur	Voor 30 augustus 2018	6 x 40 euro = 240 euro
Platformteam	Leerweg bekijken: <i>Become a Content Strategist</i>	23 uur x 3 personen = 69 uur	Voor 3 november 2018	898,20 euro voor het platform + 69 x 40 euro = 3.658,20 euro
Communicatieadviseur	Contentstrategie maken	5 uur	Voor 30 november 2018	5 x 40 euro = 200 euro
Just	Platform wiki bouwen	13 weken	30 augustus 2018 - 30 november 2018	Bedrag tussen 20.000 en 30.000 euro**
Communicatieadviseur*	Advies geven bouw platform wiki	25 uur in 13 weken	30 augustus 2018 - 30 november 2018	25 x 40 euro = 1.000 euro

Communicatieadviseur*	Inrichten Yammer	10 uur	Voor 30 november 2018	10 x 40 euro = 400 euro
Platformteam	Opstellen richtlijnen + rolverdeling	Deze uren zijn ergens anders inbegrepen	Voor 30 november 2018	Deze kosten zijn ergens ander inbegrepen
Platformteam	Uitleg platform interne medewerkers	1 uur x 3 = 3 uur	Voor 15 december 2018	3 x 40 euro = 120 euro
Communicatieadviseur	Meten socialmediaresultaten	5 uur	Voor 15 juni 2019	5 x 40 euro = 200 euro
Communicatieadviseur	Monitoren doelgroep	26 uur	Voor 31 december 2019	26 x 40 euro = 1.040 euro
Communicatieadviseur	Content maken + inplannen	8 uur per maand x 12 = 96 uur	Maandelijks	96 x 40 euro = 3.840 euro
Platformteam	Andere leerwegen en courses bekijken	2 x 12 x 3 = 72 uur	Maandelijks	72 x 40 euro = 2.880 euro
Platformteam	Wekelijks overleg	1 x 52 x 3 = 156 uur	Wekelijks	156 x 40 euro = 6.240 euro
Totaal wiki		463 uur		39.218,20 / 49.218,20 euro **
Totaal Yammer		448 uur		18.618,20 euro

Tabel 6. *Planning en budget platform*. Bron: Van Vliet (2018)

* Dit punt is afhankelijk van de platformkeuze.

** Het bedrag van Just is een schatting (bijlage E).

Afgezien van het uurloon bedragen de kosten voor de organisatie bij keuze voor de wiki tussen de 20.898,20 en 30.898,20 euro en voor Yammer 898,20 euro.

Interne medewerkers	Uren wiki in anderhalf jaar	Uren Yammer in anderhalf jaar
Communicatieadviseur (platformteam)	259	244
Per JOGG-professional (platformteam)	102	102

Tabel 7. *Verhoging werkdruk interne medewerkers op jaarbasis*. Bron: Van Vliet (2018)

Literatuurlijst

- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., De Goede, M., Peters, V. & Van der Velden, T. (2013). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek (3^e druk)*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Bhanot, S. (03-2012). Use of Social Media by Companies to Reach their Customers. *SIES Journal of Management*, 8 (1).
- Blokhuis, P. (14-05-2018). *Kamerbrief over Evaluatie stichting Jongeren Op Gezond Gewicht* [Kamerbrief]. Geraadpleegd op 15-05-2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2018/05/14/kamerbrief-over-evaluatie-stichting-jongeren-op-gezond-gewicht/kamerbrief-over-evaluatie-stichting-jongeren-op-gezond-gewicht.pdf>
- Brinkman, J. (2014). *De Vragenlijst: Een goed meetinstrument voor toepasbaar onderzoek (3^e druk)*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Coebergh, P. H. & Trompenaars, F. (2014). *100+ Management Models: How to understand and apply the world's most powerful business tools*. Oxford: Infinite Ideas limited.
- Centraal Bureau voor de statistiek (CBS). (2018). Gemeentelijke indeling op 1 januari 2018. Geraadpleegd op 25-02-2018, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/classificaties/overig/gemeentelijke-indelingen-per-jaar/indeling%20per%20jaar/gemeentelijke-indeling-op-1-januari-2018>
- Distaso, M. W. & McCorkindale, T. (2012). Social Media: Uses and Opportunities in Public Relations. *Global Media Journal – Canadian Edition*, 5(2).
- Duursma, J. (2013). *Sociale media strategie: in 60 minuten*. Amsterdam: Uitgeverij Haystack.
- Gummerus, J., Liljander, V., Weman, E. & Pihlström, M. (2012). Customer engagement in a Facebook brand community. *Management Research Review*, 35(9).
- Hoisl, B., Aigner, W. & Miksch, S. (2007). Social Rewarding in Wiki Systems – Motivating the Community. Geraadpleegd op 25-04-2018, van <https://pdfs.semanticscholar.org/2bff/ecfffe25450906afb7fa36ce1ac85ed5c61f.pdf>
- JOGG. (24-01-2017). *Bijlage 1 – De JOGG-aanpak*. [intern document JOGG]. Geraadpleegd op 25-04-2018, van <https://jongerenopgezondgewicht.sharepoint.com/Watwedoet/joggaanpak/Formats/Samenwerkingsovereenkomst%20-%20Modellen/2017/Samenwerkingsovereenkomst%20fase%201/Bijlage%201%20De%20JOGG-aanpak.pdf>
- JOGG (13-03-2017). *JOGG-ondersteuningsaanbod per fase*. [intern document JOGG].

- Geraadpleegd op 26-04-2018, van
<https://jongerenopgezondgewicht.sharepoint.com/Watweden/joggaanpak/Relatiebeheer/JOGG-ondersteuningsaanbod%20per%20fase.pdf#search=ondersteuningsaanbod%20per%20fase>
- JOGG. (23-11-2017). Bijlage 4 – *Competentieprofiel JOGG-regisseur en -programmamanager*. [intern document JOGG]. Geraadpleegd op 25-04-2018, van
https://jongerenopgezondgewicht.sharepoint.com/:w:/r/Watweden/joggaanpak/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BA19B2207-865B-485C-B391-DAE6CCB7133B%7D&file=Bijlage%20%20E2%80%93%20Competentieprofiel%20JOGG-regisseur%20en%20programmamanager%20maart%202017.docx&action=default&mobileredirect=true
- JOGG. (25-04-2018). *Strategisch communicatieplan 2018*. [intern document JOGG]. Geraadpleegd op 29-04-2018, van
https://jongerenopgezondgewicht.sharepoint.com/:w:/r/Watweden/communicatie/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BDBF2B97F-CDD4-4295-9803-FF924F4CB272%7D&file=Strategisch%20communicatieplan%202018.docx&action=default&mobileredirect=true&DefaultItemOpen=1
- JOGG. (2018). In *Facebook* [communitypagina]. Geraadpleegd op 25-07-2018, van
https://www.facebook.com/JOGGNL/?hc_ref=ARScYAqHJiwEoy81vA7131c9l-F8wDxLoscCerRwNv6vrk7AzTyZAFdXf6rTtcEpRaU&fref=nf
- JOGG. (z.j.). Ambitieakkoord stichting jongeren op gezond gewicht. Geraadpleegd op 24-02-2018, van
<https://jongerenopgezondgewicht.nl/media/images/JOGG-Ambitieverklaring-A4-4.pdf>
- JOGG. (z.j.). *JOGG-gemeenten*. [wiki JOGG]. Geraadpleegd op 26-06-2018, van
<https://jongerenopgezondgewicht.nl/wiki/jogg-gemeenten>
- JOGG. (z.j.). *Ondersteuningsaanbod*. [wiki JOGG]. Geraadpleegd op 30-04-2018, van
<https://jongerenopgezondgewicht.nl/wiki/ondersteuningsaanbod>
- JOGG. (z.j.). *Over JOGG*. Geraadpleegd op 26-02-2018, van
<https://jongerenopgezondgewicht.nl/over-jogg>
- Johnson, A. (2018). Slack. *Journal of the Medical Library Association*, 106(1).
- Joinson, A. N. (2008). Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Uses of Facebook. *CHI 2008 Proceedings – Online social networks*.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (03-11-2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3).
- Li, C. (2007). *Social Technographics: Mapping Participation In Activities Forms The Foundation Of A Social Strategy*. Geraadpleegd op 25-03-2018, van
http://miami.lgrace.com/documents/Li_Web_Demographics.pdf

- Li, C. (2010). *Open Leadership. How social technology can transform the way you lead*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Li, C. & Bernoff, J. (2008). *Groundswell*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Li, C. & Bernoff, J. (2011). *Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies*. United States: Harvard Business School Publishing.
- Li, C. & Solis, B. (2013). *The Evolution of Social business: Six Stages of Social Business Transformation*. Geraadpleegd op 20-02-2018, van <https://www.slideshare.net/Altimeter/the-evolution-of-social-business-six-stages-of-social-media-transformation>
- Lynda. (2017). *Become a Content Strategist*. Geraadpleegd op 20-05-2018, van <https://www.lynda.com/learning-paths/Marketing/become-a-content-strategist>
- Mailchimp. (z.j.). *Reports*. Geraadpleegd op 22-05-2018, van <https://mailchimp.com/features/reports/>
- Martin, B. & Hanington, B. (2012). *Universele ontwerpmethoden*. Amsterdam: BIS Publishers.
- Michels, W. (07-08-2017). *Hoe maak je een contentmanagementplan in 7 stappen* [blog]. Geraadpleegd op 08-05-2018, van <https://blog.opleidingen.wolterskluyer.be/hoe-maak-je-een-contentmanagementplan-in-7-stappen/>
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2018). *Handleiding: Overheidstarieven 2018*. Geraadpleegd op 25-04-2018, van https://kennisopenbaarbestuur.nl/media/255290/handleiding_overheidstarieven_2018.pdf
- Microsoft. (z.j.). *Wat is Yammer?*. Geraadpleegd op 22-05-2018, van <https://support.office.com/nl-nl/article/video-wat-is-yammer-1b0f3b3e-89ee-4b66-aac5-30def12f287c>
- Mulier Instituut. (2017). *Monitor Jongeren Op Gezond Gewicht 2016*. Geraadpleegd op 08-03-2018, van https://jongerenopgezondgewicht.nl/media/uploads/resultreports/monitor-jogg-2016-definitief_5a85b4e7bf7d3.pdf
- Mulier Instituut. (2018). *Monitor Jongeren Op Gezond Gewicht 2017*. Geraadpleegd op 08-03-2018, van https://jongerenopgezondgewicht.nl/media/uploads/resultreports/monitor-jogg-2017-definitief_5a9d200c93cde.pdf
- Owyang, J. (13-12-2010). *Framework: The Social Media ROI Pyramid* [blog]. Geraadpleegd op 08-03-2018, van <http://www.web-strategist.com/blog/2010/12/13/framework-the-social-media-roi-pyramid/>
- Owyang, J., Jones, A., Tran, C. & Nguyen, A. (2011). *Social Business Readiness: How Advanced Companies Prepare Internally: Social media crises are on rise, yet many can be avoided through preparation*. Geraadpleegd op 26-03-2018, van http://www.socialmediathinklab.com/wp-content/uploads/2012/06/3Owyang_Jones_Tran_Nguyen_2011_Social-Business-Readiness-How-Advanced-Companies-Prepare-Internally.pdf

- Paine, K. D. (2011). *Measure What Matters: Outline Tools for Understanding Customers, Social Media, Engagement, and Key Relationships*. United States: John Wiley & Sons, Inc.
- Parlement & politiek (10-10-2017). Vertrouwen in de toekomst [Regeerakkoord]. Geraadpleegd op 14-02-2018, van <https://www.parlement.com/9291000/d/pdfs/Regeerakkoord20172021.pdf>
- Riemer, K., Scifleet, P. & Reddig, R. (2012). *Powercrowd: Enterprise Social Networking in Professional Service Work: A Case Study of Yammer at Deloitte Australia*. Geraadpleegd op 25-04-2018, van <https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/8352/6/BIS%20WP2012%20-%2002%20-%20RIEMER.pdf>
- Rijksoverheid. (z.j.). Nationaal Preventieakkoord. Geraadpleegd op 26-04-2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gezondheid-en-preventie/nationaal-preventieakkoord>
- Rijksoverheid. (z.j.). Overgewicht terugdringen. Geraadpleegd op 23-02-2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overgewicht/overgewicht-terugdringen>
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication (1^e druk)*. United States of Amerika: the Board of Trustees of the university of Illinois Press.
- Skeels, M. M., & Grudin, J. (2009). When Social Networks Cross Boundaries: A Case Study of Workplace Use of Facebook and LinkedIn. *Group'09*.
- Solis, B. (2011). *Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. United States of Amerika: John Wiley & Sons, Inc.
- Solis, B. (2013). *What's the future of business? Changing the way businesses create experiences*. United States of Amerika: John Wiley & Sons, Inc.
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken (5^e druk)*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.

Bijlagen

Bijlage A: Persoonlijke communicatie

Naar aanleiding van twee gesprekken met de afstudeerbegeleider over het doel van het onderzoek heeft de onderzoekster onderstaand de rode draad van het gesprek vastgelegd. Overige gesprekken waren bedoeld voor de onderzoekster om de organisatie te leren kennen en zijn minder relevant voor het onderzoek. Sommige gesprekken zijn relevant voor de situatieschets. Om aan te tonen wanneer de gesprekken hebben plaatsgevonden, heeft de onderzoekster alle gespreksmomenten vastgelegd in tabel 8.

Persoonlijk gesprek afstudeerbegeleider 13-02-2018

“In 2014 is het Convenant Gezond Gewicht verdergegaan als Stichting. Sinds die tijd is het aantal aangesloten gemeenten enorm gegroeid. Momenteel zijn 136 JOGG-gemeenten aangesloten. Deze gemeenten implementeren de JOGG-aanpak. Vroeger konden adviseurs vaker persoonlijk contact hebben met JOGG-regisseurs en JOGG-beleidsambtenaren. Maar met de groei van het aantal gemeenten en het gelijk gebleven het aantal lokale professionals is dit niet meer mogelijk. Er is zeker nog direct contact tussen mensen van het landelijk bureau en de lokale JOGG-professionals, maar wel minder vaak dan vroeger. Dit is onder andere te wijten aan het feit dat het aantal JOGG-adviseurs niet even hard is mee gegroeid met het aantal JOGG-gemeenten. Dit maakt het lastiger voor JOGG om met alle lokale professionals intensieve communicatie te onderhouden. Om lokale professionals toch te kunnen voorzien van ondersteuning schakelde de organisatie externe coaches, experts en regiocoördinatoren in. Dit is samen met een relatief klein team van JOGG-adviseurs van invloed op de figuurlijke afstand die is ontstaan tussen JOGG en lokale professionals.

Hierdoor merken we binnen de organisatie dat de betrokkenheid bij de landelijke organisatie verminderd is. We horen wel vaker dat lokale JOGG-professionals naar het landelijk bureau verwijzen met *zij in Den Haag* en dat ze het niet altijd eens zijn met onze werkzaamheden en uitspraken, bijvoorbeeld over onze samenwerking met bedrijven. Zij koppelen dit echter niet altijd direct naar ons terug. We krijgen zelden reactie op een JOGG-update en krijgen dan veel later te horen dat ze het ergens niet mee eens zijn. Als lokale professionals het idee hebben dat wij op een grote afstand zitten en ons niet respecteren of weten wat wij doen en denken dat wij vooral bestaan om hen te vertellen wat ze moeten doen, dan is dat natuurlijk niet goed. Lokale professionals zijn van groot belang voor het behalen van de organisatiedoelstellingen. Zij doen het werk lokaal en kunnen echt het verschil maken. Zonder hen kunnen we kinderen niet op een gezond gewicht brengen. Om te zorgen dat ze hier goed aan bijdragen, moeten lokale professionals op de hoogte zijn van ontwikkelingen en open staan voor de ondersteuning van JOGG. Meer en directere communicatie zou dan ook goed zijn. Het zou mooi zijn als de link tussen de landelijke organisatie en lokale professionals versterkt wordt. Met het onderzoek zouden we graag de online betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG in Den Haag

willen laten toenemen. Al zie ik dit niet zo snel gebeuren via face-to-face communicatie, omdat we daar niet de mogelijkheden voor hebben. Dit zie ik eerder gebeuren met een online communicatiemiddel, waarmee we het gesprek aan kunnen.”

Persoonlijk gesprek afstudeerbegeleider 25-06-2018

“Via de JOGG-update en de wiki bieden we ondersteuning aan lokale professionals. Deze ondersteuning is noodzakelijk, omdat lokale professionals zelfstandig niet voldoende tijd, kennis en vaardigheden hebben om de JOGG-aanpak juist te implementeren. Zoals je kan zien uit de cijfers van het Mulier Instituut lezen lang niet alle regisseurs en beleidsambtenaren de JOGG-updates en komen ze ook niet regelmatig op de wiki. Dit is nu slechts een derde, dat is volgens ons te weinig om resultaat te behalen. Wanneer zij onze informatie niet lezen en zich niet aanmelden voor bijvoorbeeld aangekondigde trainingen en sessies, is dit van invloed op de manier waarop zij de JOGG-aanpak in de praktijk brengen. Lokale professionals hebben namelijk weinig tijd. Een regisseur is gemiddeld zestien uur actief met zijn werkzaamheden en een beleidsambtenaar vier uur met het ondersteunen van de regisseur op beleidsniveau. Daarbij komt al meerdere keren uit onderzoek van het Mulier Instituut dat regisseurs en beleidsambtenaren te weinig tijd hebben om al hun JOGG-werkzaamheden uit te voeren binnen de gemeente. Het is dan van belang dat wij als het landelijk JOGG lokale professionals voorzien van alle informatie en vaardigheden die zij nodig hebben om hun werkzaamheden uit te voeren, omdat zij daar zelf geen tijd voor hebben. Zo hoeven zij zelf niet op zoek naar prijzige trainingen en informatie over jeugd en gezondheid of bijvoorbeeld het beleid. Het is aannemelijk dat wanneer wij dit niet aanbieden zij het zelf ook niet opzoeken door tijdsgebrek. Zonder deze informatie en vaardigheden kunnen lokale professionals de JOGG-aanpak niet voldoende in de praktijk brengen. Dat merken we nu ook al aan het tot nu toe behaalde resultaat. In vier jaar tijd hebben nog maar negentien gemeenten een daling in het aantal kinderen en jongeren met overgewicht bereikt. Over twee jaar staat het doel om bij 75 gemeenten dit resultaat te bereiken, maar als we op dit tempo doorgaan, gaan we dat niet halen. Het is voor JOGG van belang om het doel te halen, omdat we afhankelijk zijn van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. Wanneer wij niet voldoende presteren, krijgen we minder financiering voor de uitvoering van onze werkzaamheden. Ook is het natuurlijk van belang voor de volksgezondheid. Wij willen dat elk kind gezond kan opgroeien en denken daarbij dat de betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG een grote rol speelt.”

Gespreksmomenten

Datum	Locatie	Naam	Functie	Onderwerp	Duur
13-02-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Doel onderzoek	60 minuten

14-02-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	M. Blankwater	JOGG-adviseur	Werkzaamheden JOGG-adviseur	30 minuten
15-02-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	A. Hagens	Relatiemanager	Werkzaamheden relatiemanager en opbouw organisatie JOGG	55 minuten
20-02-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Opbouw situatieschets	30 minuten
26-02-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Richting van het onderzoek	30 minuten
27-02-2018	Mail	S. Van Wechem	Senior JOGG-adviseur	Fase gemeenten en ondersteuning JOGG-adviseurs	-
12-03-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Voortgang onderzoek	15 minuten
01-03-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	L. Van Antwerpen	JOGG-adviseur	Opbouw organisatie en inhoud situatieschets	60 minuten
26-03-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Sparren onderzoeksdoelgroep	20 minuten
23-04-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Voortgang onderzoek	15 minuten
24-04-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	M. Spaans	Manager communicatie & strategie	Budget en uren medewerkers	15 minuten
14-04-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider	Beoordeling onderzoek	60 minuten
15-04-2018	Kantoor JOGG in Den Haag	K. Hendrikse en N. Verdoes	Communicatieadviseur & afstudeerbegeleider + andere communicatieadviseur	Beoordeling onderzoek	60 minuten

25-06-18	Telefonisch	N. Verdoes	Afstudeerbegeleider + communicatieadviseur	Aanleiding	40 minuten
----------	-------------	---------------	---	------------	---------------

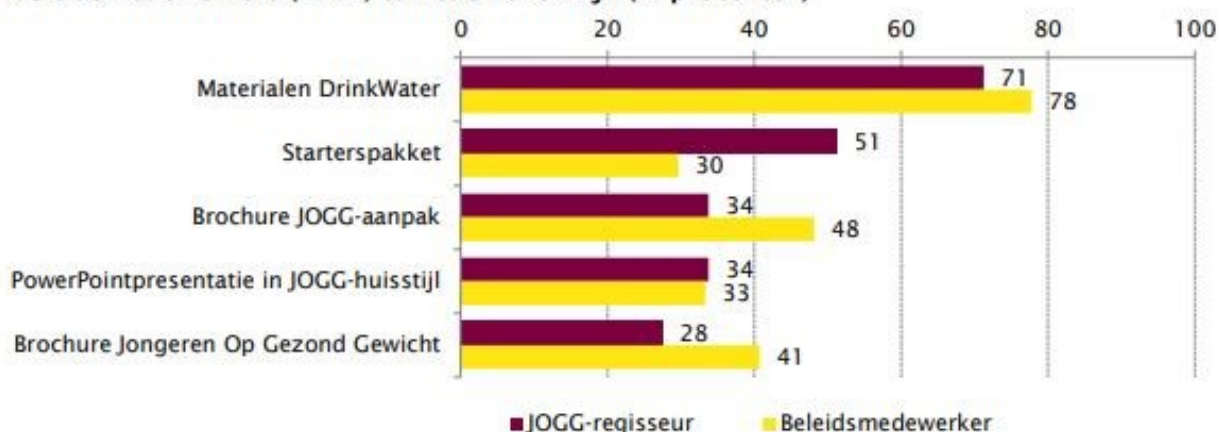
Tabel 8: *Persoonlijke contactmomenten JOGG-medewerkers*. Bron: Van Vliet (2018)

Bijlage B: Resultaten onderzoek Mulier Instituut

Vanaf 2015 monitort en beschrijft Mulier Instituut jaarlijks ontwikkelingen over JOGG en lokale professionals. De rapportages hebben tot doel bouwstenen aan te dragen aan derden en JOGG om het gevoerde beleid te evalueren en bij te stellen.

Elk jaar onderzoekt het Mulier Instituut de tevredenheid van regisseurs en beleidsambtenaren. De tevredenheid op het gebied van ondersteuning, communicatie en materialen zijn in 2016 en 2017 afgenomen door middel van een online vragenlijst. In beide jaren beantwoordden 85 regisseurs en 57 beleidsmedewerkers de vragenlijst (Mulier Instituut, 2017 en 2016). De onderzoeksresultaten zijn interessant voor het in kaart brengen van het probleem in hoofdstuk 3. Daarin neemt de onderzoekster onder andere de volgende resultaten mee:

Figuur 6.3 Top 5 ondersteuningsmaterialen waar JOGG-regisseurs (n=80) en beleidsmedewerkers (n=27) tevreden over zijn (in procenten)

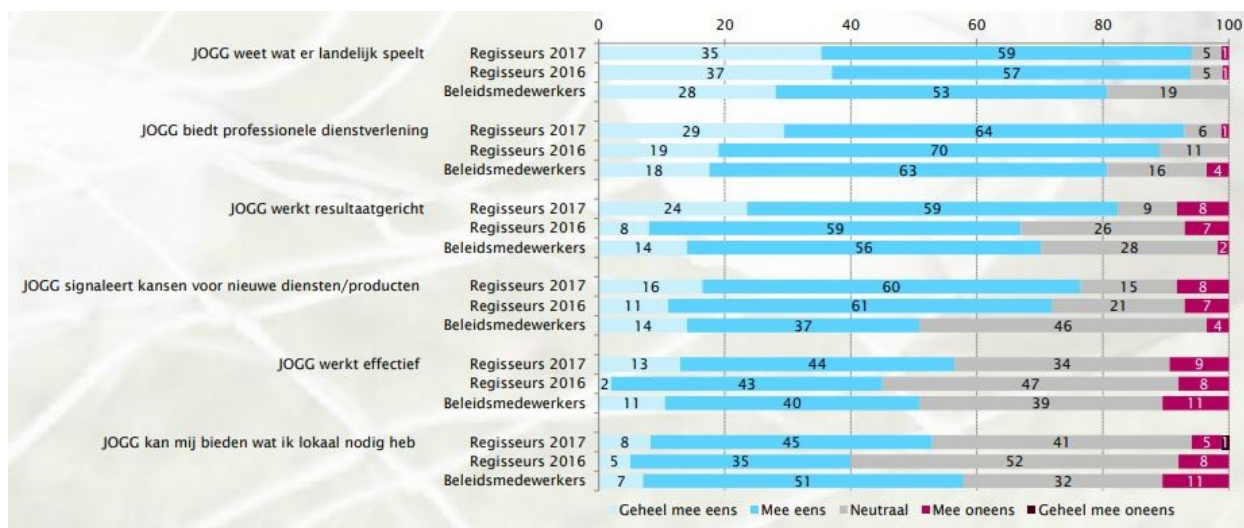


Figuur 4. Top vijf ondersteuningsmaterialen waar lokale professionals tevreden over zijn in 2017 (in procenten). Bron: Mulier Instituut (2018)

Tabel 6.7 Beoordeling dienstverlening en ondersteuning Jongeren Op Gezond Gewicht in 2014-2017 volgens JOGG-regisseurs en in 2017 volgens beleidsmedewerkers (gemiddeld rapportcijfer 1-10)⁸⁶

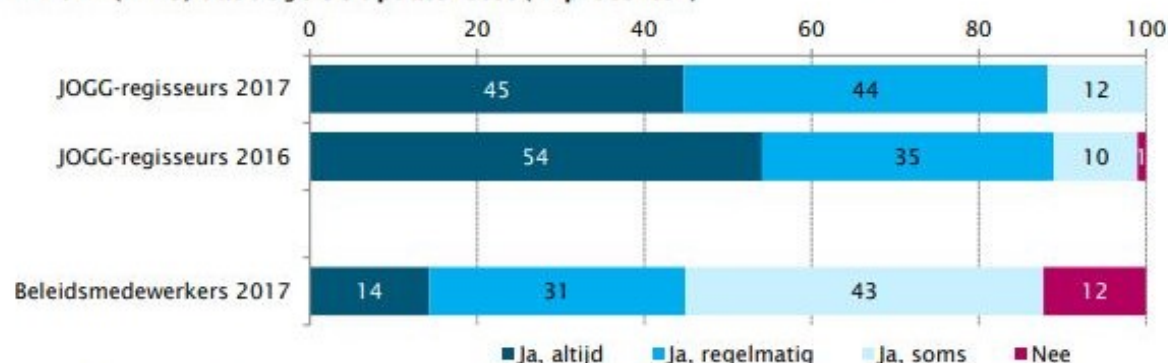
	JOGG-regisseur				Beleidsmedewerker
	2014	2015	2016	2017	2017
Dienstverlening en ondersteuning	7,1	7,4	7,4	7,5	7,1
Ondersteuning JOGG-adviseur	7,2	7,5	7,5	7,5	7,3
Ondersteuning JOGG-coach	7,4	8,6 ⁸⁷	8,0	7,8	7,6
Ondersteuning regiocoördinator	-	-	7,4	6,4	6,9

Figuur 5. Beoordeling ondersteuning en dienstverlening JOGG van 2014 tot en met 2017 in rapportcijfers. Bron: Mulier Instituut (2018).



Figuur 6. JOGG-professionals over waarden van de organisatie en communicatie met JOGG in 2016 (in procenten). Bron: Mulier Instituut (2017)

Figuur 6.4 Aandeel JOGG-regisseurs in 2017 (n=85) en 2016 (n=73) en beleidsmedewerkers in 2017 (n=49) dat de JOGG-update leest (in procenten)



Figuur 7. Aandeel lokale professionals dat de JOGG-update leest in 2017. Bron: Mulier Instituut (2018)



Figuur 8. Aandeel JOGG-professionals dat de JOGG-update leest in 2016. Bron: Mulier Instituut (2017)

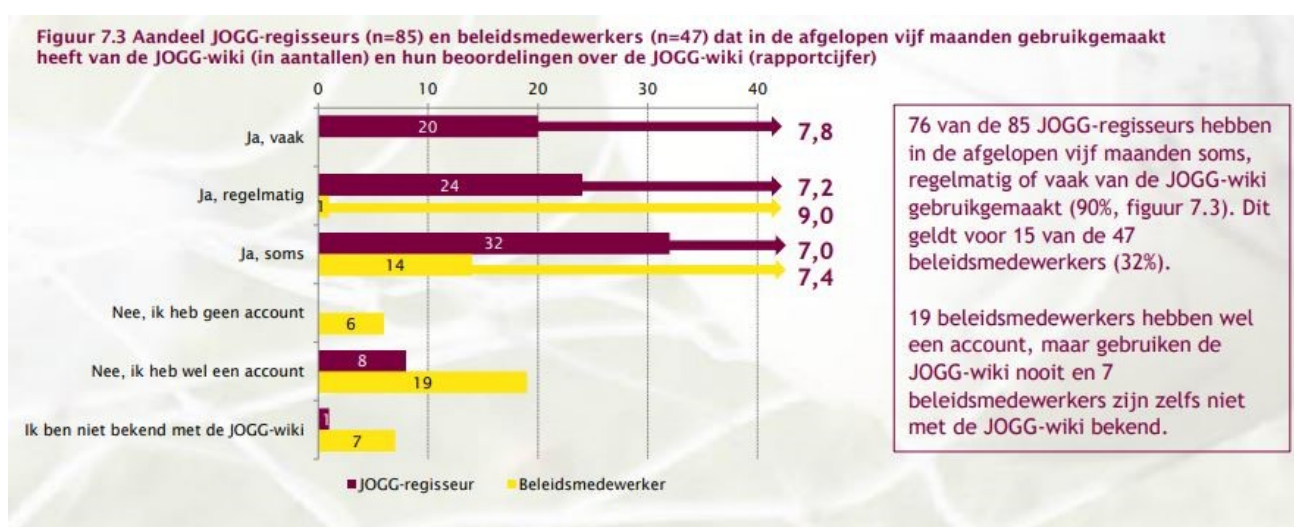
Tabel 5.3 Gebruik van het informatieplatform (JOGG-wiki) van Jongeren Op Gezond Gewicht in 2016 en 2017 (peildatum 01-12-2017)

	2016	2017
Gebruikers	445	682
Aantal unieke bezoeken per maand	260	284
Gemiddeld aantal minuten per bezoek	00:01:12	00:01:32

Bron: Jongeren Op Gezond Gewicht. Bewerking: Mulier Instituut, 2017.

Figuur 9. Aandeel JOGG-professionals dat gebruikmaakt van de JOGG-wiki in 2016 en 2017.

Bron: Mulier Instituut (2018)



Figuur 10. Aandeel lokale professionals dat gebruikmaakt van de JOGG-wiki in 2016. Bron:

Mulier Instituut (2017)

Bijlage C: Zoekplan theoretisch kader

Door middel van het onderstaande zoekplan is de onderzoekster op zoek gegaan naar verschillende, relevante bronnen voor het onderzoek.

Zoekwoord	Thema	Datum	Bron	Auteur	Titel	Bron
Communication	Communicatiestroom	15-03-2018	Google Scholar	Shannon, C. E. & Weaver, W.	The mathematical theory of communication	Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). <i>The mathematical theory of communication</i> (1 ^e druk). United States of Amerika: the Board of Trustees of the university of Illinois Press.
Social media	Het begrijpen van social media	15-03-2018	Google Scholar	Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S.	Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media	Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (03-11-2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. <i>Business Horizons</i> , 54(3).
Social media	Social media gebruik door bedrijven	15-03-2018	Google Scholar	Bhanot, S.	Use of Social Media by Companies to Reach their Customers	Bhanot, S. (03-2012). Use of Social Media by Companies to Reach their Customers. <i>SIES Journal of Management</i> . Vol. 8. Issue 1.
Groundswell	Social media	15-03-2018	Google Scholar	Li, C. & Bernoff, J.	<i>Groundswell</i>	Li, C. & Bernoff, J. (2008). <i>Groundswell</i> . Boston, MA: Harvard Business School Press.
Li & Bernoff, Groundswell	Social media en het gedrag van socialmediagebruikers	20-04-2018	Mediatheek HS Leiden	Li, C. & Bernoff, J.	Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies	Li, C. & Bernoff, J. (2011). <i>Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies</i> . United States: Harvard Business School Publishing.
Li & Solis	Social media	15-03-2018	Google Scholar	Li, C. & Solis, B.	The Evolution of Social business.	Li, C. & Solis, B. (2013). <i>The Evolution of Social</i>

	inzetten in bedrijven				Six Stages of Social Business Transformation	<i>business: Six Stages of Social Business Transformation.</i> Geraadpleegd op 20-02- 2018, van https://www.slideshare.net/ Altimeter/the-evolution-of- social-business-six-stages- of-social-media- transformation
Social media meten	Social media meten	18-03- 2018	Google Scholar	Paine, K. D.	Measure What Matters: Outline Tools for Understanding Customers, Social Media, Engagement, and Key Relationships	Paine, K. D. (2011). <i>Measure What Matters: Outline Tools for Understanding Customers, Social Media, Engagement, and Key Relationships.</i> United States: John Wiley & Sons, Inc.
Social media	Social media in bedrijven	18-03- 2018	Google Scholar	Owyang, J., Jones, A., Tran, C. & Nguyen, A..	Social Business Readiness: How Advanced Companies Prepare Internally. Social media crises are on rise, yet many can be avoided through preparation.	Owyang, J., Jones, A., Tran, C. & Nguyen, A. (2011). <i>Social Business Readiness: How Advanced Companies Prepare Internally: Social media crises are on rise, yet many can be avoided through preparation.</i> Geraadpleegd op 26-03- 2018, van http://www.socialmediathin klab.com/wp- content/uploads/2012/06/3 Owyang_Jones_ Tran_Nguyen_2011_Social -Business-Readiness-How- Advanced-Companies- Prepare-Internally.pdf
-	The Six Stages of Social Business	20-03- 2018	Boek in eigen bezit	Coebergh, P. H. & Trompenaars, F.	100+ Management Models: How to understand and apply the world's	Coebergh, P. H. & Trompenaars, F. (2014). <i>100+ Management Models: How to understand and</i>

	Transfor mation				most powerful business tools	<i>apply the world's most powerful business tools.</i> Oxford: Infinite Ideas limited.
Social media	Social media in relaties	20-03- 2018	Google Scholar	Distaso, M. W. & McCorkindale, T.	Social Media: Uses and Opportunities in Public Relations	Distaso, M. W. & McCorkindale, T. (2012). Social Media: Uses and Opportunities in Public Relations. <i>Global Media Journal – Canadian Edition</i> , 5(2).
ROI	Social media meten	20-03- 2018	Google Scholar	Owyang, J.	The Social Media ROI Pyramid	Owyang, J. (13-12-2010). Framework: The Social Media ROI Pyramid [blog]. Geraadpleegd op 08-03-2018, van http://www.web- strategist.com/blog/2010/1 2/13/framework-the-social- media-roi-pyramid/
Solis	Social media voor bedrijven	20-03- 2018	Mediathe ek HS Leiden	Solis, B.	What's the future of business?. Changing the way businesses create experiences.	Solis, B. (2013). <i>What's the future of business?: Changing the way businesses create experiences</i> . United States of Amerika: John Wiley & Sons, Inc.
social technographics	Socialme diagebrui kers	20-03- 2018	Google Scholar	Li, C.	Social Technographics. Mapping Participation In Activities Forms The Foundation Of A Social Strategy.	Li, C. (2007). <i>Social Technographics: Mapping Participation In Activities Forms The Foundation Of A Social Strategy</i> . Geraadpleegd op 25-03- 2018, van http://miami.lgrace.com/do cuments/Li_Web_Demogra phics.pdf
Solis, Engage	Social media	20-03- 2018	Mediathe ek HS leiden	Solis, B.	Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate,	Solis, B. (2011). <i>Engage! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web</i> . United States of

					and Measure Success in the New Web	Amerika: John Wiley & Sons, Inc.
Li, Open Leadership	Social media in bedrijven	20-03-2018	Mediatheek HS Leiden	Li, C.	Open Leadership – How social technology can transform the way you lead	Li, C. (2010). <i>Open Leadership. How social technology can transform the way you lead</i> . San Francisco: Jossey-Bass.

Tabel 9. *Zoekplan theoretisch kader*. Bron: Van Vliet (2018)

Zoekwoorden

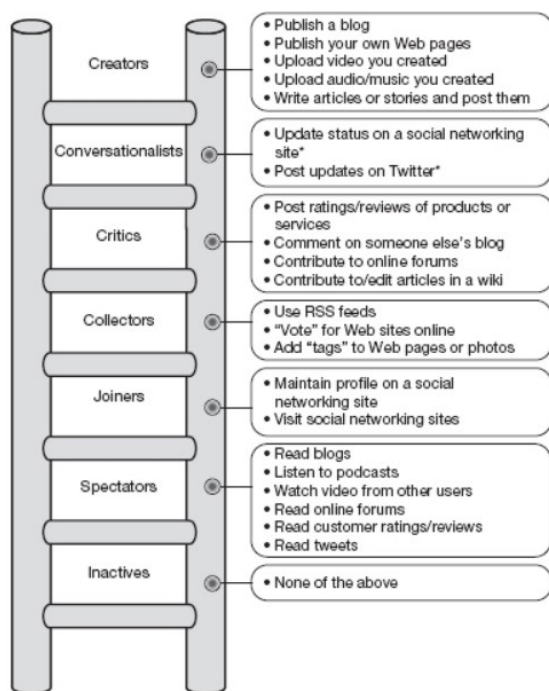
- Social media
- Communication
- Communications
- Communicatie
- Communicatie en social media
- Social media voor bedrijven
- Li en Bernoff Groundswell
- Li en Solis
- The Six Stages of Social Business Transformation
- Solis, Engage
- Li, Open Leadership
- Social media metingen
- Social media for business
- Social Technographics
- ROI

Bijlage D: Groundswell

De onderstaande informatie is verkregen uit het boek *Groundswell* van Li en Bernoff (2011) of indien anders vermeld.

The Social Technographics Ladder

Li en Bernoff (2011) richten het Social Technographics Ladder-model in op basis van de online participatie van de doelgroep. 'The groundswell is a social trend in which people use technologies to get the things they need from each other, rather than from traditional institutions like corporations'. Li en Bernoff (2011) doelen met the groundswell op het gebruik van social media. Deze methode kijkt naar de huidige sociale technologieën, zoals blogs en sociale netwerken, maar is ook flexibel genoeg om toe te passen op nieuwe technologieën. Het doel van het model is om te begrijpen hoe consumenten social media gebruiken en niet alleen welke middelen ze gebruiken. Volgens de social mediaspecialisten moeten marketeers bedenken hoe ze de doelgroep willen betrekken. Daarnaast moeten ze content, kenmerken en functionaliteiten creëren die een pad naar participatie maken. De zeven trappen op de ladder zijn gebaseerd op de participatie van de persoon en bestaan uit:



* Conversationalists participate in at least one of the indicated activities at least weekly.

Source: Forrester Research, Inc.

Figuur 11. *The Social Technographics Ladder*. Bron: Li & Bernoff (2011)

Type socialmediagebruikers:

- **Creators:** online consumenten die minimaal een keer per maand blogs publiceren, webpagina's onderhouden of video's uploaden op bijvoorbeeld YouTube.

- **Conversationalists:** deze groep is als laatst toegevoegd in 2009. Conversationalists nemen deel aan veelvoorkomende dialogen onder statusupdates op Facebook en Twitter. In tegenstelling tot andere groepen plaatst deze groep wekelijks updates in plaats van maandelijks.
- **Critics:** online gebruikers die participeren door te reageren op blogs of video's, wiki's aanpassen of recensies schrijven op sites. De critici kiezen zelf op welke plek ze hun kennis delen en gebruiken een blogpost of een product als basis voor hun online contributie.
- **Collectors:** deze groep slaat linkjes op van blogsites en serviceplatformen. Op deze manier creëert een collector metadata voor de gehele community. Het opslaan van deze bronnen speelt een rol bij het organiseren van de enorme hoeveelheid content die creators en critics produceren.
- **Joiners:** deze groep maakt gebruik van een socialmediakanaal, zoals Facebook of MySpace.com. Joiners zijn geneigd betrokken te raken bij sociale gegevensverwerkingsplatformen en blogs.
- **Spectators:** deze groep leest blogs, kijkt video's of luistert naar podcasts. Spectators vormen het publiek voor de door anderen gecreëerde content.
- **Inactives:** deze groep participeert niet in sociale activiteiten online. Inactives zijn minder geneigd zichzelf te zien als leiders of een vriend te vertellen over een product of dienst. Wanneer het nieuws op de televisie of in de krant blogs of onlinevideo's uitlicht, beïnvloedt dit alsnog deze groep.

Leeftijd

Volgens Li (2007) is de plek van de doelgroep op de ladder te verklaren door leeftijd. Van de tieners creëert volgens de socialmediaspecialist een derde content en valt daarmee onder de groep makers (creators). Generatie Y, geboren tussen 1980 en 2000, is minder geneigd om passief te lezen, luisteren of kijken op social media en meer geneigd actief deel te nemen aan de platformen. Bij generatie X, geboren tussen 1960 en 1980, is het aannemelijk volgens de onderzoekster dat de groep langzaam van spectators naar joiners verschuift (Li, 2007).

Strategie

Volgens Li (2007) is het van belang te achterhalen met welke groep een organisatie te maken heeft, voordat de organisatie een strategie bedenkt. Zo kan de organisatie in kaart brengen welke technologieën de doelgroep gebruikt. Daarnaast is het van belang te achterhalen hoe de doelgroep op het platform gaat participeren, zodat een organisatie kan plannen hoe de doelgroep betrokken raakt en blijft. Het kan voorkomen dat de doelgroep verschuift van spectators naar joiners. Het is van belang voor een organisatie om hierop voor te bereiden door content mee te laten groeien. Daarnaast moet de organisatie momenten creëren, waarin de doelgroep kan meepraten in de online dialoog op het platform. Dit kan bijvoorbeeld door content

deelbaar te maken, op te slaan en de mogelijkheid te bieden om reacties te plaatsen. Het is daarnaast belangrijk dat de organisatie de drempel voor creators zo laag mogelijk maakt om content te plaatsen. Ook voor toeschouwers moet het makkelijk zijn om relevante content snel te kunnen vinden. Als laatste tip moet de organisatie zich voorbereiden op de participatie en mogelijke kritieken van de doelgroep geven. Het is dan van belang negatieve reacties om te zetten in positieve reacties.

POST-model

Het is voor een organisatie van belang te weten hoe social media is ingericht. Dit kan de organisatie achterhalen door middel van het POST-model. Ook kan het model handvatten bieden om verandering aan te brengen in de activiteiten op social media. Elke letter van het POST-model staat voor een centraal begrip in de theorie.

People

De 'P' staat voor people en brengt de doelgroep in kaart. Door middel van people kan de organisatie achterhalen wat voor soort doelgroep de organisatie heeft. Li en Bernoff (2011) hebben het Social Technographics Ladder-model ontwikkeld om het onlinegedrag van de doelgroep te analyseren en people van het POST-model in te vullen. Het is van belang voor een organisatie te weten of de doelgroep online actief is, alleen in besloten groepen actief is of helemaal non-actief is. De doelgroep kan veranderen, waardoor het van belang is de doelgroep te blijven analyseren.

Objectives

De 'O' staat voor objectives, doelen, van de organisatie. Bij deze stap brengt de organisatie de doelen in kaart voor social media. De auteurs noemen hier vijf punten waar organisaties op kunnen focussen:

- **luisteren** naar de doelgroep via het platform,
- **praten** door het gesprek aan te gaan met de doelgroep,
- **activeren** door de doelgroep aan te sporen actie te ondernemen,
- **ondersteunen** door hulp te bieden en
- **omarmen** door samen te werken met de doelgroep.

Strategy

De 'S' staat voor strategie. De organisatie denkt bij het vormen van de strategie na hoe zij de relatie met de doelgroep kan veranderen door gebruik te maken van social media. De organisatie kan social media inzetten om co-creatie met de doelgroep te bewerkstelligen, om de doelgroep in te zetten als ambassadeurs of om een betere relatie met de doelgroep te bevorderen.

Techniek

De 'T' staat voor technologieën, bestaande uit tools, technieken en socialmedianetwerken die een organisatie kan gebruiken om zich te profileren. Technieken zijn bijvoorbeeld blogs of wiki-platformen. Ook kan de organisatie met technieken achterhalen hoe de klant social media ingericht wil zien.

Bijlage E: Deskresearch Platform

Volgens Li en Solis (2013) is het als organisatie van belang in platformen te investeren die zich ontwikkelen. Er zijn verschillende platformen om met groepen in contact te komen, onder andere Facebook en LinkedIn. De leden van dit soort platformen maken connecties met elkaar en houden interactief contact. Bedrijven met enthousiaste communities kunnen een eigen platform creëren om contact te houden met de doelgroep (Li & Bernoff, 2011). Onderstaand vergelijkt de onderzoekster vijf verschillende platformen, waarvan er één zelf ontwikkeld kan worden.

Wiki

De meeste activiteiten in de groundswell zijn ongecoördineerd. De groundswell ontstaat door mensen die hun eigen interesses en connecties kiezen op een platform. Wanneer leden van een platform besluiten samen te werken zijn de resultaten krachtig. Dit komt door de samenwerkingstools die tegenwoordig beschikbaar zijn, zoals wiki's (Li & Bernoff, 2011). Wiki's ondersteunen deelnemers met eenzelfde verantwoordelijkheid met content in de vorm van tekst en foto's. Wiki's zijn informatieplatformen waarop iedereen informatie kan aanpassen. De meest bekende wiki is Wikipedia.

Wiki's bevatten pagina's waar deelnemers in dialoog kunnen de informatie op de pagina's. Bijdragers kunnen ook elkaars profielen bekijken. Degenen die het meest bijdragen, krijgen meer respect van anderen in de community. Een wiki is relevant voor organisaties, want hiermee kunnen medewerkers bijvoorbeeld samen aan documenten werken (Li & Bernoff, 2011).

Op wiki's kunnen mensen elkaars werk beoordelen om betrokkenheid op het platform te stimuleren. Dit kan bijvoorbeeld door het aantal referenties dat een artikel heeft, de hoogste waardering voor een artikel of de meest bekeken artikelen van elkaar te onderscheiden (Hoisl et al., z.j.).

JOGG heeft een wiki waar alleen medewerkers de bevoegdheid hebben om aanpassingen te maken. Dit platform kan de organisatie uitbreiden met een interactieve functie. Het uitbreiden van de wiki met een platformfunctie bedraagt volgens communicatiebureau Just (het bureau waarmee JOGG samenwerkt) tussen de 20.000 en 30.000 euro, blijkt uit de onderstaande mail.



Frank van den Berg <frank.vandenberg@wearejust.com>

wo 9-5, 16:33

Hi Esther,

Ik zou vandaag nog even terugkomen op de functionaliteiten die je graag in de wiki terug zou zien.

Het is wat lastig te schatten of dat heel gedetailleerd te doen. Het is ook de vraag of je dat geheel custom zou moeten gaan bouwen of dat je hier bijvoorbeeld de API van Slack niet voor zou kunnen gebruiken.

Wij schatten dat je hiervoor rekening moet houden met iets tussen € 20.000,- en € 30.000,-

Kun je hier iets mee?

Best regards,

Frank van den Berg - Project / Account

Figuur 12. *Mailwisseling Just*. Bron: Van Vliet (2018)

Yammer

Yammer is een socialnetwerkservice dat officieel is gelanceerd in september 2008. In het systeem kan een organisatie een nieuw netwerk starten. Binnen dit netwerk kan iedereen zich aanmelden om deel te nemen, wanneer hij of zij een e-mailadres aanmaakt met een wachtwoord. Het is voor nieuwe gebruikers ook mogelijk met een werkmail in te loggen, wanneer de server dat toe laat. Dit houdt in dat de werkmail verbonden is aan Office. Op het platform is het mogelijk te communiceren via privéberichten, gedeelde werkruimten te creëren en applicaties van derden te installeren. Tegen een maandelijkse vergoeding zijn geavanceerde beheerhulpmiddelen en beveiligingsfuncties beschikbaar (Riemer et al., 2012). De berichtenstroom op het netwerk is het centrale element op het platform. Het platform maakt gebruik van een lay-out met drie kolommen met een navigatiemenu. De berichten op Yammer hebben geen maximum, waardoor gebruikers zoveel tekst kunnen typen als gewenst. Wanneer een gebruiker zich aanmeldt voor Yammer, volgt hij of zij automatisch alle andere leden en berichtstromen binnen het netwerk. De gebruiker kan berichtstromen, groepen en mensen niet meer volgen. Het platform biedt tevens de mogelijkheid om groepen aan te maken. Groepen bestaan uit verschillende leden binnen een netwerk en kunnen bieden als hulpmiddel binnen een bepaald project of onderwerp. Er zijn twee soorten groepen: openbare groepen en gesloten groepen. Openbare groepen zijn voor iedereen te bekijken en iedereen kan zich ervoor aanmelden. De communicatie via privégroepen is alleen zichtbaar voor de personen die voor deze groep zijn uitgenodigd (Riemer et al., 2012). Yammer rangschikt de antwoorden onder de berichten op chronologische volgorde. Er zijn verschillende manieren om onderwerpen te rangschikken. Yammer rangschikt automatisch de *top conversaties* door middel van algoritmes. De gebruiker kan het menu laten zakken om alle

gesprekken te bekijken, alleen de gesprekken te bekijken die de persoon volgt of de geselecteerde gesprekken te bekijken (Riemer et al., 2012).

Yammer is naast de desktopversie ook te gebruiken op mobiele apparaten. In Yammer is het mogelijk externen toe te voegen aan een netwerk, waardoor het geen vereiste is dat elke deelnemer binnen de community eenzelfde mailadres nodig heeft. Mensen met een Gmailaccount of Hotmailadres kunnen alleen deelnemen als gast (Riemer et al., 2012). JOGG beschikt over een Officeaccount, waardoor het voor alle interne medewerkers mogelijk is met het bestaande mailadres in te loggen op het netwerk. Daarnaast brengt Yammer geen extra kosten met zich mee. Lokale professionals hebben daarentegen niet alleen een officeaccount, wat hen verplicht er een aan te schaffen als zij op het platform als *gebruiker* willen deelnemen.

Facebook

Facebook is een social medium dat oorspronkelijk is ontwikkeld door Mark Zuckerberg in 2004 met het doel studenten in contact te brengen. Sinds 2006 is het ook voor anderen mogelijk om deel te nemen aan het platform (Joinson, 2008). Facebook geeft de mogelijkheid om vrienden toe te voegen, berichten te sturen en profielen te updaten om vrienden en bekenden op de hoogte te houden. Facebookgebruikers kunnen ook virtuele groepen aanmaken, applicaties ontwikkelen, content versturen en leren over elkaars interesses, hobby's, verjaardag, religie, politieke mening en relatiestatus. Daarnaast kunnen Facebookgebruikers personen en evenementen zoeken. Facebook is beschikbaar voor desktopgebruik en als mobiele app. (Joinson, 2008).

Facebook is met name een platform voor vrienden, familie en (oud)bekenden om in contact te komen en te blijven. Het platform is niet per se geschikt voor zakelijke relaties. Wel kan het platform van positieve invloed zijn op de relatie tussen collega's. Het biedt voor collega's de mogelijkheid meer te weten te komen over de persoonlijke interesses van een ander, waardoor collega's onderling beter het gesprek aan kunnen gaan. Tegelijkertijd is niet iedereen het erover eens dat dezelfde informatie voor zowel vrienden als voor collega's beschikbaar moet zijn (Skeels & Grudin, 2009).

Volgens Gummerus et al. (2012) moeten communities voordelen hebben voor alle deelnemende partijen. Dit zijn voor organisaties en individuen voordelen op het gebied van socialiteit, economie en entertainment. Een community op een platform kan een kanaal zijn voor klanten om feedback te geven en vragen te stellen, wat onder andere kan leiden tot persoonlijke voorkeur bij de consument.

Hoewel mensen Facebook wereldwijd gebruiken, zijn er twijfels over de waarborging van de privacy van Facebookgebruikers. Het platform biedt echter wel de mogelijkheid om een profiel onzichtbaar te maken voor niet-vrienden, waardoor de gebruiker zelf een kleine invloed heeft op zijn privacy. Het aanmaken van een Facebookgroep is kosteloos. De enige voorwaarde is dat een persoon een Facebookaccount moet hebben om deel te kunnen nemen aan de community (Joinson, 2008).

LinkedIn

LinkedIn focust op professionele informatie en moedigt gebruikers aan een verkort cv op het platform te plaatsen en connecties te maken. De profielen zijn professioneel, waardoor er weinig tot geen informatie te vinden is over de interesses en hobby's van een persoon. Op het platform kunnen mensen vragen om een aanbeveling en zelf aanbevelingen schrijven op andere profielen. Het kernidee van het platform is dat leden directe connecties kunnen maken en personen aan elkaar kunnen verbinden. Betalende leden van LinkedIn kunnen zoeken op beroepsmatige kenmerken (of andere kenmerken) wat met name voordelig is voor recruiters (Skeels & Grudin, 2009).

Op LinkedIn kunnen leden in contact blijven, zelf status-updates schrijven en connecties en vacatures bekijken en delen. LinkedIn ondersteunt de vorming van groepen door een formeel aanvraag- en acceptatieproces. Als oprichter van een groep kan de persoon ervoor kiezen om een standaardgroep aan te maken of een verborgen groep. Een standaardgroep biedt de mogelijkheid voor leden om andere leden uit te nodigen en maakt de groep zichtbaar in ieders zoekresultaten. Bij een verborgen groep kunnen alleen de eigenaar, beheerders en moderators leden uitnodigen. De groep is tevens verborgen in de zoekresultaten van anderen. Als LinkedIngebruiker is het alleen mogelijk om bestaande connecties toe te voegen. Het is wel mogelijk voor LinkedIngebruikers om een open groep te zoeken en een verzoek tot lidmaatschap in te dienen (Skeels & Grudin, 2009).

Mensen ervaren LinkedIn als de brug tussen online- en offline netwerken. LinkedIn is te gebruiken via een computer en op mobiele apparaten. Daarnaast is het gratis om zowel een account als groep aan te maken. Iedereen die wil deelnemen aan een groep moet eerst een LinkedInaccount aanmaken (Skeels & Grudin, 2009).

Slack

Slack is een online werkplek voor organisaties om productiviteit te managen en het werk binnen een team zo efficiënt mogelijk in te delen. Uit onderzoek van Slack blijkt dat het online platform productiviteit positief beïnvloedt en het platform verbondenheid stimuleert (Johnson, 2018).

Slack is te gebruiken via het web en als applicatie op mobiele apparaten en computers. Het platform heeft als doel interactie teweeg te brengen doormiddel van chatgroepen en privé chats. Het platform slaat alle berichten automatisch op in een archief, wat het makkelijk maakt om gegevens terug te vinden. Het is ook mogelijk om verschillende applicaties toe te voegen aan het platform, zoals Trello, SurveyMonkey, Skype en Google Drive. Op de betaalde versie is het ook mogelijk elkaar te bellen. Slack biedt verschillende manieren om in teams te werken in de vorm van een Slack Enterprise Grid. Dit type biedt ook de mogelijkheid om oneindig veel documenten te delen. Daarnaast kan lid van het netwerk 1 tb aan informatie opslaan. Slack heeft een gratis variant en een variant voor bedrijven en organisaties. De Enterprise Grid is het meest geschikt voor grotere organisaties. Binnen dit abonnement is het aan de organisatie en Slack om een prijs af te spreken (Johnson, 2018).

Bijlage F: Zoekplan Deskresearch

Door middel van het onderstaande zoekplan is de onderzoekster op zoek gegaan naar verschillende, relevante bronnen voor de deskresearch.

Zoek-woord	Thema	Datum	Bron	Auteur	Titel	Bron
Yammer	Yammer gebruiken en voordelen	15-04-2018	Google Scholar	Riemer, K., Scifleet, P. & Reddig, R.	Enterprise Social Networking in Professional Service Work: A Case Study of Yammer at Deloitte Australia	Riemer, K., Scifleet, P. & Reddig, R. (2012). <i>Powercrowd: Enterprise Social Networking in Professional Service Work: A Case Study of Yammer at Deloitte Australia</i> . Geraadpleegd op 25-04-2018, van https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/8352/6/BIS%20WP2012%20-%202002%20-%20RIEMER.pdf
Social Technologies	Social media platform	15-04-2018	Mediatheek HS Leiden	Li, C. & Bernoff, J.	Groundswell, Winning in a World Transformed by Social Technologies	Li, C. & Bernoff, J. (2011). <i>Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies</i> . United States: Harvard Business School Publishing.
Facebook	Social media platform	30-04-2018	Google Scholar	Gummerus, J., Liljander, V., Weman, E. & Pihlström, M.	Customer engagement in a Facebook brand community	Gummerus, J., Liljander, V., Weman, E. & Pihlström, M. (2012). Customer engagement in a Facebook brand community. <i>Management Research Review</i> , 35(9).
Facebook Privacy	Social media platform en privacy	30-04-2018	Google Scholar	Joinson, A. N.	Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Uses of Facebook	Joinson, A. N. (2008). Looking at, Looking up or Keeping up with People? Motives and Uses of Facebook. <i>CHI 2008 Proceedings – Online social networks</i> .
LinkedIn	Social media platform	30-04-2018	Google Scholar	Skeels, M. M. & Grudin, J.	When Social Networks Cross Boundaries: A Case Study of Workplace Use of Facebook and LinkedIn	Skeels, M. M. & Grudin, J. (2009). When Social Networks Cross Boundaries: A Case Study of Workplace Use of Facebook and LinkedIn. <i>Group'09</i> .

Wiki	Social media platform	30-04-2018	Google Scholar	Hoisl, B., Aigner, W. & Miksch, S.	Social Rewarding in Wiki Systems – Motivating the Community	Hoisl, B., Aigner, W. & Miksch, S. (2007). Social Rewarding in Wiki Systems – Motivating the Community. Geraadpleegd op 25-04-2018, van https://pdfs.semanticscholar.org/2bff/ecffe25450906afb7fa36ce1ac85ed5c61f.pdf
Slack	Social media platform	30-04-2018	EBSCOhost	Johnson, A.	Slack	Johnson, A. (2018). Slack. <i>Journal of the Medical Library Association</i> , 106(1).

Tabel 10. Zoekplan deskresearch. Bron: Van Vliet (2018)

Zoekwoorden

- Communities
- Online community
- Online community engagement
- Social technologies
- Yammer
- Facebook
- Facebook Community
- LinkedIn
- Slack

Bijlage G: Topic guides

Topic guide voor lokale professionals

Deze topic guide is een richtlijn voor de interviews met lokale professionals. Deze is ontwikkeld om alle te bespreken onderwerpen in een logische volgorde te plaatsen. De topic guide is slechts een richtlijn en bepaalt niet het definitieve verloop van de sessies. De onderzoekster bespreekt elk onderwerp om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden. De respondenten hebben tijdens de gesprekken de ruimte om eigen inbreng te geven. Het is aan de interviewster om daar al dan niet verder op in te gaan.

Centrale vraag

Hoe kan JOGG een online platform inzetten om lokale professionals betrokken te maken bij JOGG?

Onderzoeksvragen

1. Hoe betrokken zijn lokale professionals bij JOGG?
2. Welke wensen en behoeften hebben lokale professionals voor een online platform?
3. Welke wensen en behoeften hebben de interne medewerkers voor de inzet van een online platform?
4. Welk social medium sluit aan bij JOGG en lokale professionals?

Theorie

Deze topic guide is gebaseerd op de eerste fase van het Six Stages Of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013): luisteren en leren, door de wensen en behoeften van de doelgroep over het platform te bevragen. Om te achterhalen welk gedrag lokale professionals online vertonen, achterhaalt de interviewster hoe de doelgroep actief is op social media aan de hand van het Social Technographics Ladder-model van Li en Bernoff (2011) en de 'P' van het POST-model (bijlage D).

Methode

Tijdsduur:	55 minuten
Type interview:	een-op-een, open interview
Respondenten:	JOGG-regisseurs en beleidsambtenaren uit fase 1, 2 of 3
Locatie:	Locatie van de respondenten
Onderzoekster:	Esther van Vliet
Benodigdheden:	Kaartjes, pen, papier, camera, laptop en opnameapparatuur

Aandachtspunten onderzoeker

- Bouw het interview tactisch op: de interviewer begint met eenvoudige vragen (feiten), vraagt daarna naar meningen, om gevoelige vragen te kunnen stellen. Aan het eind van het onderzoek bouwt de onderzoeker het niveau ook weer af met eenvoudige vragen om de respondenten op hun gemak te stellen (Verhoeven, 2014).
- Doorvragen waar nodig om tot relevante antwoorden te komen, die bruikbaar zijn voor het onderzoek (Verhoeven, 2014).
- Respondenten ruimte geven om eigen verhaal te delen en zelf als interviewer niet te veel te sturen (Verhoeven, 2014).
- Na elk topic de antwoorden van de respondenten samenvatten om te checken of de interpretatie van de onderzoeker overeenkomt met de antwoorden van de respondenten (Verhoeven, 2014).

Verloop interview

1. Introductie

0:00 – 0:05

- Onderzoekster stelt zich voor
- Onderzoekster legt doel, thema en procedure interview uit
- Onderzoekster legt uit dat de interviewster anoniem blijft en verklaart audio-opname
- Respondent stelt zich voor (leeftijd, functie, gemeente, JOGG-fase)

De geïnterviewde voert een persoonlijk gesprek met de interviewster, waarbij het van belang is dat de bevroegde vertrouwen heeft in de onderzoeker. Tijdens de introductie stelt de interviewster de respondenten op hun gemak door het onderzoek toe te lichten. Ook geeft de interviewster informatie over de anonimiteit, zodat de respondenten zich geen zorgen maken over de verspreiding van persoonlijke informatie. Het is van belang dat de onderzoeker het onderzoek langzaam inleidt met brede vragen, die de respondenten kunnen beantwoorden met feiten. De onderzoeker kan vervolgens dieper in gaan op het onderwerp door te vragen naar ervaringen en de meningen van de respondenten. De onderzoeker sluit af met eenvoudige vragen om de respondenten op hun gemak te stellen (Verhoeven, 2014). In de topic guide geeft de onderzoeker aan hoe deze verhouding terugkomt in het interview.

2. Betrokkenheid lokale professionals bij JOGG

0:05 – 0:20

Voor het onderzoek is het van belang de betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG in kaart te brengen. Er is voldoende informatie verkregen over het onderwerp wanneer duidelijk is of de respondenten zich wel of niet betrokken voelen bij de stichting en de redenatie hierbij helder is voor de onderzoeker. Daarnaast moet duidelijk zijn welk sentiment lokale professionals hebben tegenover JOGG. Dit houdt in dat de interviewster na het gesprek kort kan herhalen *waarom* de respondenten zich wel of niet betrokken voelen en wel of niet een positief zijn over de organisatie. Door middel van de volgende sub-onderwerpen kan de onderzoeker de benodigde informatie verzamelen:

➤ Contact met JOGG tijdens werkzaamheden

De interviewster start het vraaggesprek door te vragen naar de werkzaamheden van lokale professionals. De onderzoeker start tevens met deze brede en eenvoudige vraag om de respondenten op hun gemak te stellen en het interview langzaam op gang te brengen. Dit geeft de mogelijkheid langzaam in te zoomen op het onderwerp (Brinkman, 2014).

➤ Sentiment bij JOGG

Het is van belang een beeld te schetsen van het sentiment van de respondenten bij JOGG. De onderzoeker vraagt onder andere of de respondenten zich kunnen vinden in uitspraken van JOGG in de media om te achterhalen of de partijen op een lijn zitten. Het is van belang voor de

onderzoekster te weten wat de respondenten van de stichting vinden en welk gevoel zij bij de stichting hebben. Volgens Li en Solis (2013) is het bij stap 1 van de centrale theorie van belang om te begrijpen hoe doelgroep gebruik maakt van social media. Dit kan de onderzoekster onder andere testen door het sentiment dat de professionals online tonen in kaart te brengen. Er is momenteel nog geen soortgelijk platform waar JOGG dit kan testen. Om deze reden is het van belang het sentiment van de doelgroep te achterhalen tijdens de interviews.

➤ **Relatie JOGG**

Met dit sub-onderwerp gaat de interviewster dieper in op de relatie tussen JOGG en lokale professionals. Het is van belang te achterhalen hoe de relationele verhouding is tussen JOGG en lokale professionals. Daarnaast is het van belang in kaart te brengen of lokale professionals zich betrokken voelen bij de organisatie en waarom zij dit als wel of niet betrokken bestempelen. Naast de huidige situatie is het van belang te ondervragen of lokale professionals wel of niet behoeften hebben aan een andere relatie, waarbij eventueel meer betrokkenheid een rol speelt.

➤ **Huidige communicatie**

Het is van belang de huidige communicatie met JOGG in kaart te brengen, om te achterhalen waar lokale professionals tevreden over zijn en hoe ze van de middelen gebruik maken. Deze gegevens kan de onderzoekster meenemen in het advies aan de organisatie.

3. Wensen en behoeften rondom communicatie

0:20 – 0:35

Dit onderwerp licht de wensen en behoeften van lokale professionals uit rondom de communicatie met JOGG. Er is voldoende informatie vergaart wanneer de onderzoekster inzicht heeft aan welk soort communicatie de doelgroep wel of niet behoefte heeft.

Daarnaast is het van belang in kaart te brengen hoe de respondenten gebruik willen maken van de communicatie met JOGG. Dit onderwerp sluit tevens aan bij stap 1 van het model van Li en Solis (2013). De socialmediaonderzoekers stellen dat wanneer een organisatie de behoeften van de doelgroep in kaart brengt, zij een bodem legt voor een succesvol sociale organisatie. Door middel van de volgende sub-onderwerpen kan de onderzoekster de bovenstaande, benodigde informatie verzamelen:

➤ **Wensen en behoeften communicatie**

Vervolgens is het van belang in kaart te brengen wat de wensen en behoeften van de respondenten zijn over het starten van de dialoog. Willen de respondenten in de dialoog inhoudelijk informatie over de JOGG-aanpak of een band creëren door leuke plaatjes, video's of weekendverhalen te delen? Ook is het van belang informatie te vergaren over de manier waarop de respondenten met andere lokale professionals en JOGG in contact willen komen.

Bij dit onderwerp wil de interviewster informatie verzamelen over de wensen en behoeften van de doelgroep voor het platform. Er is voldoende informatie verkregen wanneer de onderzoekster weet welk gedrag de respondenten online vertonen en de wensen en behoeften voor het communicatieplatform duidelijk zijn. Dit onderdeel sluit wederom aan bij fase één, luisteren en leren, van het model van Li en Solis (2013). De onderzoekster kan aan de hand van het Social Technographics Ladder-model van Li en Bernoff (2011) de plek van lokale professionals op de ladder indelen door te luisteren naar de doelgroep. Om de wensen en behoeften in kaart te brengen maakt de onderzoekster gebruik van: Card Sorting-test en A/B-testing. Verdere toelichtingen over de interviewtechnieken is terug te vinden in het hoofdstuk methodologie. Door toonmateriaal te laten zien kan de onderzoekster achterhalen wanneer lokale professionals berichten delen, liken en eronder reageren. Door middel van de volgende sub-onderwerpen kan de onderzoekster de bovenstaande, benodigde informatie verzamelen:

➤ **Huidig gebruik social media**

Lokale professionals vertellen over hun socialmediagebruik en hoe vaak ze actief zijn op de wiki. Hieruit moet de onderzoekster op kunnen maken wat voor socialmediagebruikers de respondenten zijn aan de hand van het Social Technographics Ladder-model van Li en Bernoff (2011). Met dit onderwerp speelt de interviewster in op de term *people* van het POST-model. Het is hierbij van belang naar de leeftijd van de respondenten, de frequentie van het gebruik van social media en de online activiteiten van de respondenten te vragen. Dit topic hoort oorspronkelijk bij people van het POST-model en brengt de betrokkenheid in kaart. De doelgroep heeft nog niet de mogelijkheid online actief te zijn op het platform, waardoor er niet te meten is wat het online gedrag van lokale professionals is ten opzichte van JOGG. Wel kan de interviewster achterhalen welk gedrag de respondenten normaliter op social media vertonen om de respondenten in te delen op de ladder. Vanaf de vastgestelde plaats kan de organisatie inspelen op dit gedrag en werken aan een verschuiving op de ladder om meer interactie en betrokkenheid teweeg te brengen, als dat er niet al is. Door te vragen welk gedrag de respondenten zouden vertonen bij de getoonde voorbeeldberichten kan de organisatie een basis leggen voor de socialmediastrategie.

➤ **Mening over en wensen voor de inzet van een platform**

Vervolgens Li en Solis (2013) is het van belang in kaart te brengen hoe de doelgroep gebruik wil maken van het platform. De interviewster maakt bij dit onderwerp gebruik van de Card Sorting-test. De respondenten leggen kaartjes met bepaalde onderwerpen op volgorde van minst naar meest van belang (Verhoeven, 2014).

De vraag die de interviewster stelt is: *Als JOGG een platform biedt, waarmee u direct met de stichting en andere lokale JOGG-professionals in contact kan komen. Hoe wilt u het platform benutten?*

De kaartjes bestaan uit de onderwerpen:

1. vragen stellen;
2. informatie krijgen over de aanpak;
3. lokale voorbeelden en informatie delen en krijgen;
4. op de hoogte blijven van de werkzaamheden van JOGG;
5. direct contact met andere lokale professionals via chatfunctie;
6. direct contact met de landelijke stichting via chatfunctie;
7. vrijetijdsbesteding bespreken;
8. amusement kijken en delen en
9. inspireren en geïnspireerd worden.

Er zijn ook twee lege kaartjes die de respondenten zelf kunnen invullen. Bij elk kaartje is het van belang dat de respondenten de gemaakte keuzes toelichten. De respondenten baseren de volgorde op hetgeen waar zij het meest behoefte aan hebben.

Na de Card Sorting-test geeft de interviewster een uitleg over de A/B-test. De A/B-test bestaat uit twee voorbeelden van mogelijke platformen. De helft van de respondenten krijgt, willekeurig, type A uitgelegd en de andere helft krijgt type B. De respondenten leggen uit wat zij wel en niet goed vinden aan het idee (Martin & Hanington, 2012).

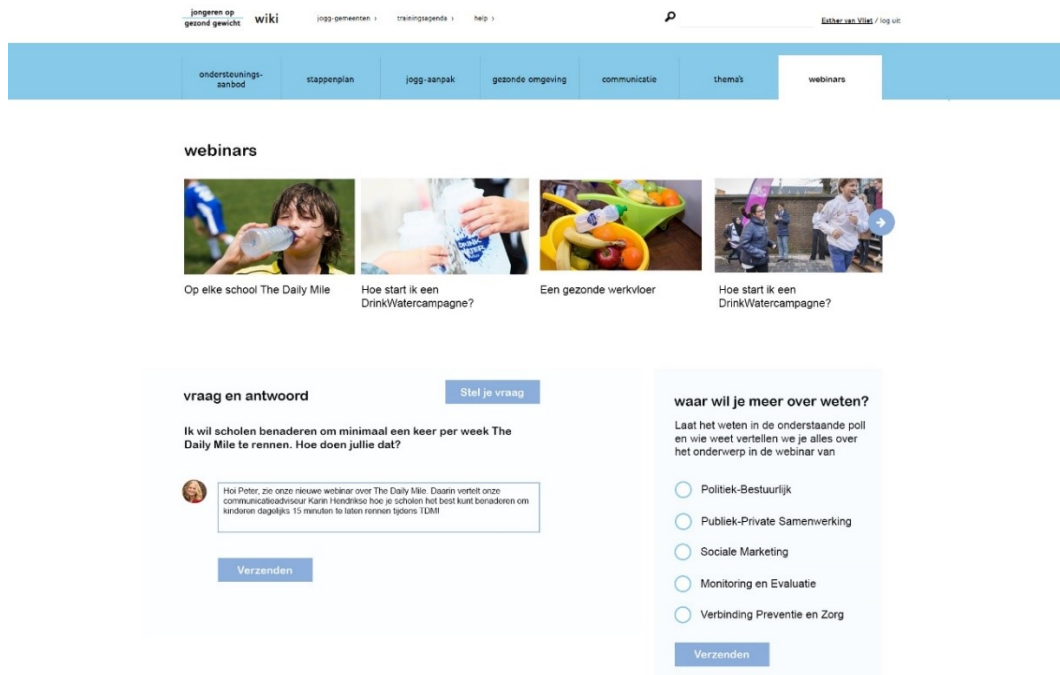
Platform A:

Platform A is een platform op de bestaande wiki en is gericht op de informatievoorziening. Lokale professionals kunnen wekelijks via een poll aangeven welke informatiebehoeften zij hebben. Op basis van de uitkomst van deze poll maken JOGG-medewerkers een informerende en inspirerende webinar. De webinars zijn wekelijks live te bekijken, waar lokale professionals direct vragen kunnen stellen. JOGG post de webinars online, zodat deze altijd terug te kijken zijn. Daarnaast kunnen lokale professionals met één tot vijf sterren aangeven wat zij van de kwaliteit vinden. Een ster is onvoldoende en vijf sterren is ruim voldoende. Lokale professionals hebben ook de mogelijkheid op het platform vragen te stellen en bestanden te delen, zodat ze elkaar kunnen helpen.

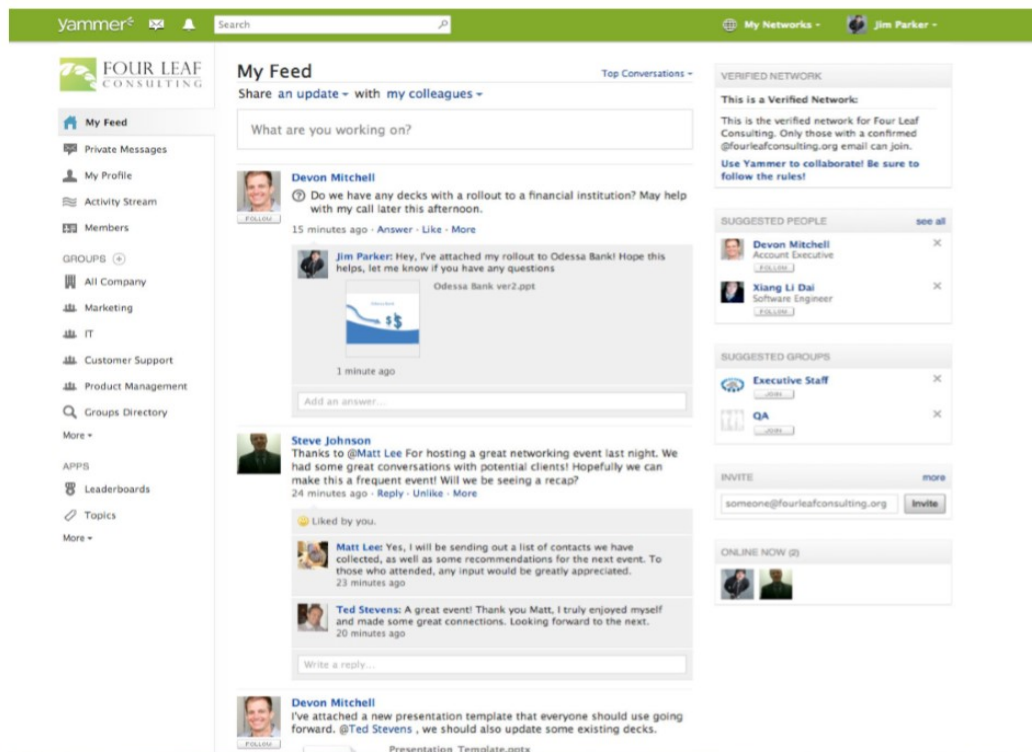
Platform B:

Platform B is een voorbeeld van Yammer. Dit platform biedt de mogelijkheid voor deelnemers om video's, tekstuele content en afbeeldingen te delen. Elke lid kan op deze berichten reageren. Zo kunnen deelnemers elkaar inspireren en informeren. Tevens kunnen mensen groepen aanmaken om binnen bepaalde thema's en onderwerpen met elkaar in contact te

komen. Daarnaast is er de optie om individueel of in groepsverband te chatten (Riemer et al., 2012).



Figuur 13. Voorbeeld A: wikiplatform. Bron: Van Vliet (2018)



Figuur 14. Voorbeeld B: Yammer. Bron: Riemer et al. (2012)

Voorbeeldberichten:

Volgens Li en Solis (2013) vergroot het posten van creatieve, informatieve en deelbare berichten betrokkenheidsinitiatieven bij de doelgroep. De onderzoekster achterhaalt met het toonmateriaal welke berichten de respondenten creatief, informatief en deelbaar vinden en of zij het bericht delen, liken en eronder gaan reageren. Figuur 15 is een bericht met een informatieve insteek en een bijhorend artikel. Figuur 16 en 17 zijn twee berichten met dezelfde inhoud maar andere schrijfwijze, waarbij de onderzoekster aan de respondenten vraagt welke zij het meest creatief vinden en bij welke ze betrokkenheidsinitiatieven tonen. Figuur 18 is een bericht over de volksgezondheid met een informatief filmpje.

Coca-Cola heeft het Akkoord Gezonde Voeding op Scholen ondertekend. 'De voorstellen die wij doen aan cateraars in het voortgezet onderwijs voldoen altijd aan de akkoordafspraken'. 'We plaatsen relatief veel water, zoals Chaudfontaine, in de automaat en op ooghoogte. Ook hangen we stickers op de automaten, waarop leerlingen kunnen zien hoeveel calorieën een drankje bevat.' <http://bit.ly/2IGHIV3>

jongeren op gezond gewicht

JONGERENOPGEZONDGEWICHT.NL

"Het Akkoord fungeert voor ons als een kader"

Ook Coca-Cola, wereldwijd bekend als producent van dranken, heeft het...

Figuur 15. Voorbeeldbericht informatief. Bron: JOGG (2018)

Ambassadeur Juvat Westendorp was zondag in JOGG-gemeente Roosendaal voor de eerste editie van de KPO Kidsrun. Met maar liefst 1200 kinderen was het een geslaagd event, en wat een gave aftermovie!



jongeren op gezond gewicht

Figuur 16. *Voorbeeldbericht creatief (A)*. Bron: JOGG (2018)

Van 'start' tot 'finish' liepen 1200 kinderen samen met JOGG-ambassadeur Juvat Westendorp de eerste editie van de KPO Kidsrun. Tijdens de wedstrijd in JOGG-gemeente Roosendaal stonden ouders, broertjes, zusjes, opa's en oma's juichend aan de kant om de fanatieke sporters aan te moedigen voor hun laatste stappen over de finishlijn.

Met lachende kinderen met rode hoofdjes, trotse ouders en een tevreden organisatie sloot KPO deze geslaagde dag af. Gelukkig hebben we deze gave aftermovie nog!



Figuur 17. *Voorbeeldbericht creatief (B)*. Bron: Van Vliet (2018)

"Voor een gezonde toekomst zijn een gezonde omgeving, school en werkplek van groot belang." @VTV2018. Bekijk de video en lees de belangrijkste boodschappen op <https://www.vtv2018.nl/synthese#volksgezondheid#toekomst>



Figuur 18. *Voorbeeldbericht deelbaar en informatief*. Bron: JOGG (2018)

5. Afronden

0:50 – 0:55

- Respondenten vertellen over hun bevindingen van het interview
- Respondenten hebben de mogelijkheid tot het stellen van vragen
- Onderzoekster vertelt de vervolg stappen van het onderzoek
- Onderzoekster bedankt respondenten voor het interview

Tijdens de afronding is het van belang dat de interviewster het gesprek afsluit door te vragen hoe de respondenten het interview hebben bevonden. Daarnaast is het van belang de respondenten te bedanken, zodat zij met een fijn gevoel het interview verlaten (Verhoeven, 2014).

Vragenlijst

Deze vragenlijst is opgesteld aan de hand van de topic guide. Deze vragenlijst biedt de interviewer houvast, maar is geen vereiste. Het is wel van belang dat de interviewer alle topics uit de topic guide bespreekt. De vragenlijst is slechts een hulpmiddel.

1. Introductie

0:00 – 0:05

-
- Onderzoekster stelt zich voor
 - Onderzoekster legt doel, thema en procedure interview uit
 - Onderzoekster legt uit dat de interviewer anoniem blijft en verklaart audio-opname
 - Respondenten stellen zich voor (leeftijd, functie, gemeente, JOGG-fase)

2. Betrokkenheid lokale professionals bij JOGG

0:05 – 0:20

Contact met JOGG tijdens werkzaamheden

1. Wat zijn uw werkzaamheden?
2. Heeft u tijdens uw werkzaamheden veel contact met JOGG? Hoe communiceert u met JOGG?

Sentiment bij JOGG

3. Welk beeld heeft u bij de stichting?
4. Bent u trots om onderdeel te zijn van het landelijk netwerk?
5. Ziet u de medewerkers van de stichting als collega's?
6. Kunt u zich vinden in de profilering van JOGG? *Voorbeeld noemen quote website: 'Wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken'.*

Relatie JOGG

7. Omschrijf de verhouding met JOGG, wat vindt u daarvan?
8. Voelt u zich betrokken bij de organisatie?
9. In hoeverre vindt u dat JOGG wel of niet betrokken is bij u als lokale professional?
10. In hoeverre vindt u dat de stichting naar u luistert?

Huidige communicatie

11. Wat verstaat u onder goede communicatie?
12. Wat vindt u van de communicatie met JOGG?
13. Leest u de JOGG-update en de wiki regelmatig?
14. Welke berichten vindt u interessant op de wiki en in de JOGG-update?

Wensen en behoeften communicatie

15. In hoeverre vindt u dat u voldoende informatie krijgt vanuit de stichting? Welke informatie zou u graag nog willen krijgen?
16. Wat wilt u bespreken in de dialoog met JOGG?
17. In hoeverre vindt u het van belang om in contact te komen met andere lokale professionals?
18. Maakt het voor u uit of informatie en voorbeelden uit de regio of ergens anders vandaan komen?
19. In hoeverre vindt u het van belang om geïnspireerd te worden vanuit JOGG?
20. In hoeverre vindt u het van belang dat de communicatie vanuit JOGG gericht is op het voorzien van informatie?
21. Vindt u het van belang dat communicatie-uitingen creatief zijn geschreven? Lees, kijkt of deelt u het dan eerder?
22. Vindt u het van belang dat de communicatie-uitingen pakkende koppen hebben? Lees, kijkt of deelt u het dan eerder?
23. Prefereert u een formele of een informele toon?

4. Wensen en behoeften online socialmediaplatform**0:50 – 0:55****Huidig gebruik social media**

24. Kunt u vertellen op welke platformen u gebruik maakt van social media?
25. Hoe zou u uzelf omschrijven als socialmediagebruiker?
Bent u iemand die veel post, reageert op berichten, mensen tagt, veel gebruik maakt van de content, online aanwezig is door te luisteren en te kijken maar verder niks onderneemt of iemand die wel een account heeft maar er niet veel mee doet?
26. *Toonmateriaal:* Wat voor berichten spreken u het meest aan op social media?

Mening over en wensen voor de inzet van een platform

27. Wat zou u ervan vinden om via een online communicatieplatform te communiceren met JOGG en andere lokale professionals?
28. Denkt u dat een platform kan bijdragen aan de relatie met JOGG?
29. Heeft u een voorkeur voor een platform als basis voor het platform?
30. Wanneer zou u gebruik maken van het platform? Wat voor soort berichten wilt u zien?
31. Welke communicatiefunctie op het platform heeft uw voorkeur? Informeren, amuseren, overtuigen of activeren?
32. Heeft u een voorkeur voor content in de vorm van tekst, video of beeld?
33. Welke functies van het platform vindt u een vereiste?

Card Sorting-test: (Vraag de respondenten de kaartjes van meest naar minst van belang te sorteren en de twee lege kaartjes in te vullen als eigen inbreng)

34. *A/B-test:* laat keuze A of B zien en vraag naar mening van respondenten.
35. *Toonmateriaal:* Wat vindt u van bericht 1? Vindt u dit bericht informatief, creatief en/of deelbaar? Zou u onder dit bericht reageren, het bericht liken of delen?
36. *Toonmateriaal:* Wat vindt u van berichten 2 en 3? Welk bericht heeft uw voorkeur? Zou u onder deze berichten reageren, de berichten liken of delen?
37. *Toonmateriaal:* Wat vindt u van bericht 4? Vindt u dit bericht informatief, creatief en/of deelbaar? Zou u onder dit bericht reageren, het bericht liken of delen?

5. Afronden

0:50 – 0:55

-
- Respondenten vertellen over hun bevindingen van het interview
 - Respondenten hebben de mogelijkheid tot het stellen van vragen
 - Onderzoekster vertelt de vervolg stappen van het onderzoek
 - Onderzoekster bedankt respondenten voor het interview

Topic guide voor interne medewerkers

Deze topic guide is een richtlijn voor de interviews met de interne medewerkers van JOGG. Deze is ontwikkeld om alle te bespreken onderwerpen in een logische volgorde te plaatsen. De topic guide is slechts een richtlijn en bepaalt niet het definitieve verloop van de sessies. De onderzoekster bespreekt elk onderwerp om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden. De respondenten kunnen tijdens de gesprekken eigen inbreng geven. Het is aan de interviewster om daar al dan niet verder op in te gaan.

Centrale vraag

Hoe kan JOGG een online platform inzetten om lokale professionals betrokken te maken bij JOGG?

Onderzoeksvragen

1. Hoe betrokken zijn lokale professionals bij JOGG?
2. Welke wensen en behoeften hebben lokale professionals voor een online platform?
3. Welke wensen en behoeften hebben de interne medewerkers voor de inzet van een online platform?
4. Welk social medium sluit aan bij JOGG en lokale professionals?

Theorie

Deze topic guide is gebaseerd op de eerste drie fasen van het Six Stages of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013): listen & learn, presence en engagement. De onderzoekster vraagt onder andere naar welke kennis de respondenten al hebben en welke vaardigheden en middelen de respondenten nodig hebben om de drie fasen succesvol te doorlopen. Daarnaast verweeft de onderzoekster het POST-model van Li en Bernoff (2011) daar waar van toepassing in de topic guide.

Methode

Tijdsduur:	55 minuten
Type interview:	een-op-een, open interview
Respondenten:	JOGG-adviseurs en communicatieadviseur binnen JOGG
Locatie:	Hoofdkantoor JOGG
Onderzoekster:	Esther van Vliet
Benodigdheden:	Kaartjes, pen, papier, camera en opnameapparatuur

Aandachtspunten onderzoeker

- Bouw het interview tactisch op: begin met eenvoudige vragen (feiten), vervolgens gaat het onderzoek in op de achtergrond (meningen), om daarna meer gevoelige vragen te stellen. Aan het eind van het onderzoek bouwt de onderzoeker het niveau ook weer af met eenvoudige vragen om de respondenten op hun gemak te stellen (Verhoeven, 2014).
- Doorvragen waar nodig om tot relevante antwoorden te komen, bruikbaar voor het onderzoek (Verhoeven, 2014).
- Respondenten de ruimte geven om eigen verhaal te delen en niet te veel te sturen (Verhoeven, 2014).
- Na elk topic de antwoorden van de respondenten samenvatten, om te checken of de interpretatie van de onderzoeker overeenkomt met de antwoorden van de respondenten (Verhoeven, 2014).

- Onderzoekster stelt zich voor
- Onderzoekster legt doel, thema en procedure interview uit
- Onderzoekster legt uit dat de interviewster anoniem blijft en verklaart audio-opname
- Respondenten stellen zich voor (leeftijd, functie)

De interviewster voert een persoonlijk gesprek met de respondenten, waarbij het van belang is dat de bevraagden vertrouwen hebben in de onderzoekster. Tijdens de introductie stelt de interviewster de respondenten op hun gemak door het onderzoek toe te lichten, zodat de verwachtingen duidelijk zijn. Ook geeft de interviewster informatie over de anonimiteit, zodat de respondenten zich geen zorgen hoeven te maken over de verspreiding van persoonlijke informatie. Het is van belang dat de onderzoekster het onderzoek langzaam inleidt met brede vragen die de respondenten kunnen beantwoorden met feiten. Om vervolgens dieper op het onderwerp in te gaan door te vragen naar ervaringen en meningen van de respondenten en het onderzoek af te sluiten met eenvoudige vragen. Zo stelt de onderzoekster de respondenten op hun gemak (Verhoeven, 2014). In de topic guide geeft de onderzoekster aan hoe deze verhouding terugkomt in het interview.

2. Wensen en behoeften rondom inzet communicatie

0:05 – 0:20

Dit onderwerp licht de wensen en behoeften van lokale professionals uit, rondom de communicatie met JOGG. Er is voldoende informatie vergaart wanneer de onderzoekster inzicht heeft in welk soort communicatie interne medewerkers behoefte hebben met de doelgroep en welke doelen interne medewerkers hiermee willen behalen. Door middel van de volgende sub-onderwerpen kan de onderzoekster de bovenstaande, benodigde informatie verzamelen:

➤ **Huidige communicatie(doel)**

Het is van belang in kaart te brengen wat de huidige communicatieactiviteiten van de communicatieprofessional en JOGG-adviseur zijn om het onderzoek eenvoudig te starten. Daarnaast vraagt de onderzoekster wat lokale professionals vinden van de communicatie met lokale professionals. Tevens is het van belang te vragen wat het communicatiedoel is van JOGG volgens de interne medewerkers.

➤ **Wensen en behoefte communicatie**

Het onderzoek brengt in kaart of interne medewerkers behoeften hebben aan een verandering in communicatie. De onderzoekster vraagt hierbij of de respondenten behoeften hebben aan een andere vorm van communicatie of een andere communicatiestijl. De opdrachtgever suggereerde dat interne medewerkers behoeften hebben aan een online platform. Door het onderwerp communicatie aan te snijden en tevens nog niks te vermelden over een online

platform toetst de onderzoekster of de respondenten echt behoefte hebben aan een online platform door te kijken of ze dit zelfstandig aan geven.

3. Wensen en behoeften online communicatieplatform

0:20 – 0:50

Bij dit onderwerp wil de interviewster informatie verzamelen over de wensen en behoeften van de interne medewerkers bij het platform. Er is voldoende informatie verkregen wanneer de onderzoekster weet hoe veel kennis de respondenten hebben van social media en hoeveel hulp de medewerkers van de organisatie moeten krijgen om in de toekomst aan de slag te gaan met het platform. Daarnaast moet de onderzoekster achterhalen wat de wensen en behoeften van de respondenten zijn rondom het platform. Om dit te achterhalen maakt de onderzoekster gebruik van de interviewtechniek A/B-test. Door middel van de volgende sub-onderwerpen kan de onderzoekster de bovenstaande, benodigde informatie verzamelen:

➤ Kennis en gebruik social media

In dit sub-onderwerp vraagt de interviewster naar het gedrag van de respondenten op social media. Dit kan van invloed zijn op de mening van de respondenten over een online platform en de kennisvoorziening die de respondenten wensen te krijgen. Aan de hand van het model van Li en Bernoff (2011) achterhaalt de interviewster hoe actief de respondenten zijn om de respondenten vervolgens in te delen in het model The Social Technographics Ladder van Li en Bernoff (2011). De interviewster vraagt onder andere naar de platformen waarop de respondenten actief zijn, hoe vaak de respondenten actief zijn en hoe vaak ze reageren op berichten.

➤ Mening platform

Als eerst is het een prioriteit om de mening van de respondenten over het platform te verkrijgen. Hierop kan de interviewster het interview voortzetten. Daarnaast bevraagt de interviewster hoe het platform volgens de respondenten bij kan dragen aan de relatie met lokale professionals en welk doel zij willen bereiken. Hier onderzoekt de interviewster de doelen van de organisatie door middel van de 'O' van het POST-model (bijlage D).

➤ Wensen en behoeften rondom kennisvoorziening

Het is van belang in kaart te brengen of de interne medewerkers van JOGG weten hoe zij het contact met de doelgroep kunnen onderhouden. Daarom vraagt de onderzoekster aan de hand van de eerste drie stappen van het Six Stages of Social Business Transformation-model van Li en Solis (2013) welke vaardigheden de respondenten al in huis hebben en welke vaardigheden zij nog willen leren. De interviewster stelt vragen over de onderwerpen:

- Kennis social media (stap 1)
- Monitoring (stap 1)
- Resultaten social media meten (stap 1)

- Opstellen van een contentstrategie (stap 2)
- Contentcreatie van deelbare, creatieve en informatieve content (stap 3)
- Reageren op berichten (stap 3)

Naast inhoudelijk kennis is het van belang te achterhalen in welke vorm interne medewerkers de kennis wensen te verkrijgen.

➤ **Wensen en behoeften sturing**

De interviewster vraagt naar de wensen en behoeften over de sturing van het management op het platform. Hieronder valt onder andere: in hoeverre de gehele organisatie mee genomen moet worden in het onderhouden van het platform, hoe strak zij de rolverdeling op papier willen hebben, hoe de organisatie vertrouwen kan creëren en of zij behoefte hebben aan risicobeheersing. Met deze kennis kan de interviewster constateren of deze elementen zorgen dat interne medewerkers makkelijker van stap 2 naar stap 3 in het model bewegen. De interviewster licht hiervoor de stappen van het model van Li en Solis (2013) toe.

➤ **Wensen en behoeften online dialoog**

Vervolgens is het van belang in kaart te brengen wat de wensen en behoeften van de respondenten zijn rondom de dialoog. Willen de respondenten in de dialoog inhoudelijk praten over de JOGG-aanpak of een band creëren door leuke plaatjes, video's en weekendverhalen te delen.

➤ **Wensen opbouw platform**

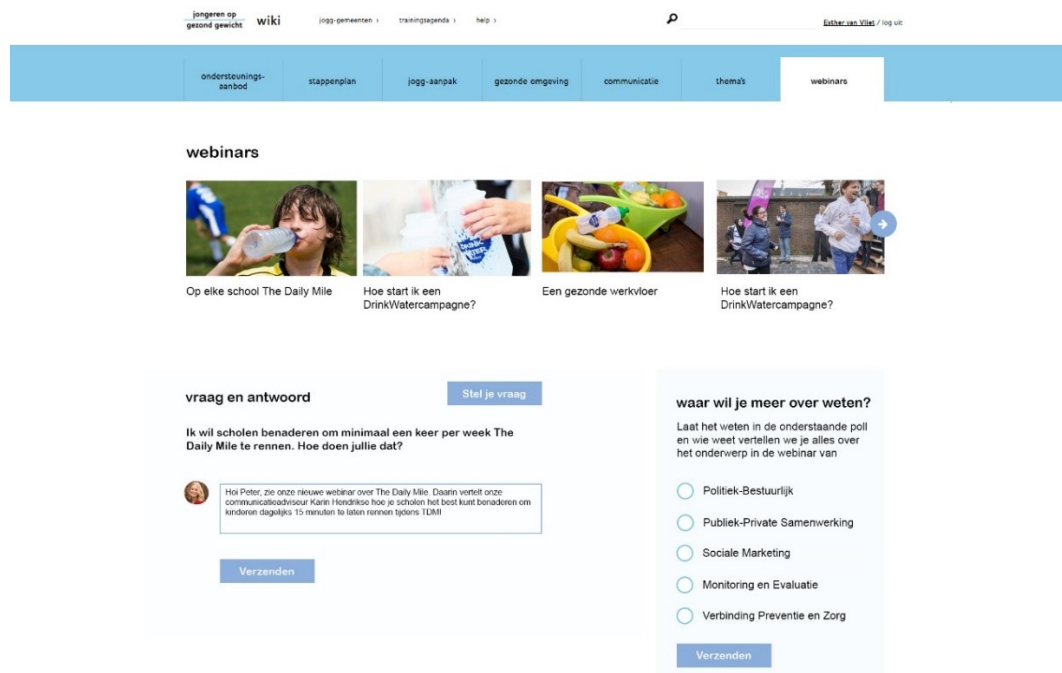
Ook is het van belang in kaart te brengen hoe de doelgroep het platform wil en kan inzetten. De interviewster maakt hier gebruik van de A/B-test. De A/B-test bestaat uit twee voorbeelden van mogelijke platformen. De helft van de respondenten krijgen, willekeurig, type A uitgelegd en de andere helft krijgt type B. De respondenten leggen dan uit wat zij wel en wat zij niet goed vinden aan het idee en welke informatie zij nodig hebben om dit te kunnen uitvoeren.

Platform A:

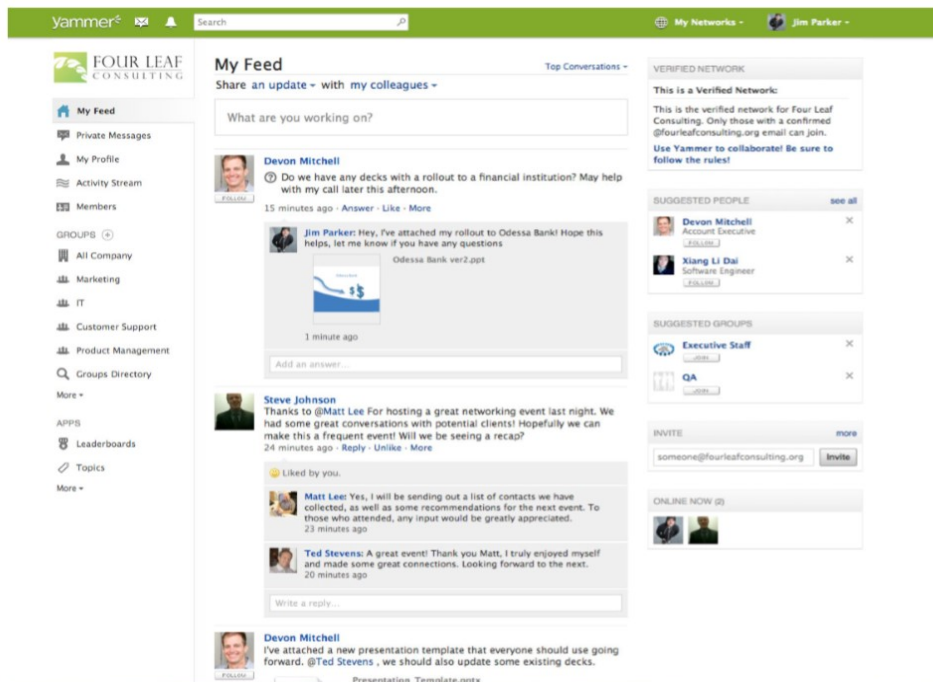
Platform A is een platform op de bestaande wiki en is gericht op de informatievoorziening. Lokale professionals kunnen wekelijks via een poll aangeven welke informatiebehoeften zij hebben. Op basis van de uitkomst van deze poll maken JOGG-medewerkers een informerende en inspirerende webinar. De webinars zijn wekelijks live te bekijken, waar lokale professionals direct vragen kunnen stellen. JOGG post de webinars online, zodat deze altijd terug te kijken zijn. Daarnaast kunnen lokale professionals met één tot vijf sterren aangeven wat zij van de kwaliteit vinden. Een ster is onvoldoende en vijf sterren is ruim voldoende. Lokale professionals hebben ook de mogelijkheid op het platform vragen te stellen en bestanden te delen, zodat ze elkaar kunnen helpen.

Platform B:

Platform B is een voorbeeld van Yammer. Dit platform biedt de mogelijkheid voor deelnemers om video's, tekstuele content en afbeeldingen te delen. Elke lid kan op deze berichten reageren. Zo kunnen deelnemers elkaar inspireren en informeren. Tevens kunnen mensen groepen aanmaken om binnen bepaalde thema's en onderwerpen met elkaar in contact te komen. Daarnaast is er de optie om individueel of in groepsverband te chatten (Riemer et al., 2012).



Figuur 13. Voorbeeld A: wikiplatform. Bron: Van Vliet (2018)



Figuur 14. Voorbeeld B: Yammer. Bron: Riemer et al. (2012)

5. Afronden

0:50 – 0:55

- Respondenten vertellen over hun bevindingen van het interview
- Respondenten hebben de mogelijkheid tot het stellen van vragen
- Onderzoekster vertelt de vervolg stappen van het onderzoek
- Onderzoekster bedankt respondenten voor het interview

Tijdens de afronding is het van belang dat de interviewster het gesprek afsluit door te vragen hoe de respondenten het interview hebben bevonden. Daarnaast is het van belang de respondenten te bedanken, zodat zij met een fijn gevoel het interview verlaten (Verhoeven, 2014).

Verloop interview

1. Introductie

0:00 – 0:05

- Onderzoekster stelt zich voor
- Onderzoekster legt doel, thema en procedure interview uit
- Onderzoekster legt uit dat de interviewster anoniem blijft en verklaart audio-opname
- Respondenten stellen zich voor (leeftijd, functie, aantal jaar in dienst)

2. Wensen en behoeften rondom inzet communicatie

0:05 – 0:20

Huidige communicatie(doel)

1. Hoe communiceert u momenteel met lokale professionals?
2. Wat verstaat u onder goede communicatie?
3. Wat vindt u van de communicatie met lokale professionals?
4. Wat is uw (organisatie)doel met communicatie?

Wensen en behoefte communicatie

5. Hoe zou u indien nodig de communicatie willen verbeteren?
6. Hoe kan JOGG volgens u communicatie inzetten om een relatie op te bouwen met lokale professionals?

Wensen en behoeften online dialoog

7. In hoeverre vindt u het van belang om de dialoog aan te gaan met lokale professionals?

3. Wensen en behoeften online communicatieplatform

0:20 – 0:50

Kennis en gebruik social media

8. Maakt u privé of zakelijk gebruik van social media?
9. Hoe zou u uzelf omschrijven als socialmediagebruiker?
Bent u iemand die veel post, reageert op berichten, mensen tagt, veel gebruik maakt van de content, online aanwezig is door te luisteren en te kijken maar verder niks onderneemt of iemand die wel een account heeft maar er niet veel mee doet?

Mening platform

10. Wat zou u ervan vinden om via een online platform te communiceren met lokale professionals?
11. Hoe denkt u dat een platform kan bijdragen aan de relatie met lokale professionals?
12. Welk doel wilt u met het platform bereiken?

Wensen en behoeften rondom kennisvoorziening

13. Heeft u op dit moment voldoende kennis om deel te nemen aan een platform en/of een platform te beheren?
14. Heeft u ervaring met het monitoren van berichten?
15. Weet u hoe u socialmediaresultaten moet meten?
16. Weet u hoe u een contentstrategie moet opstellen?

17. Weet u hoe u content moet creëren op een deelbare, creatieve en informatieve manier?
18. Weet u hoe u op (negatieve) berichten moet reageren?
19. Weet u hoe u moet omgaan met een mogelijke crisis?
20. Heeft u behoefte aan verdere informatie over het onderhouden van een platform?
21. In welke vorm zou u informatie willen vergaren? Webinars, colleges, workshops, etc.

Wensen en behoeften sturing

22. Vindt u het van belang dat fase twee op fase drie langzaam verloopt binnen de organisatie?
23. In hoeverre vindt u dat u verantwoordelijk bent voor het onderhouden van het platform?
24. Hoe zou u de rolverdeling willen indelen? Hoe strak moet deze zijn?
25. Heeft u behoefte aan informatie van bovenaf om dit goed te kunnen uitvoeren?
26. Vindt u het van belang om vertrouwen te krijgen van de organisatie?
27. Hoe wilt u dit vertrouwen krijgen?
28. Vindt u risicobeheersing de verantwoordelijkheid van het management?

Wensen opbouw platform

29. Heeft u een voorkeur voor de wiki als basis voor het online platform of prefereert u een ander social medium?
30. Welke functies van het platform vindt u een vereiste?
31. Welke vorm van communicatie heeft uw voorkeur op platform? Informeren, amuseren, overtuigen of activeren?
32. *A/B-test*: laat keuze A of B zien en vraag naar mening respondenten.

4. Afronden

0:50 – 0:55

-
- Respondenten vertellen over hun bevindingen van het interview
 - Respondenten hebben de mogelijkheid tot het stellen van vragen
 - Onderzoekster vertelt de vervolgstappen van het onderzoek
 - Onderzoekster bedankt respondenten voor het interview

Bijlage H: Contentstrategie

De onderstaande opzet voor de contentstrategie is gebaseerd op de zeven stappen van de Content Circle van Michels (2017) en de aanbevelingen in hoofdstuk 7. In de contentstrategie neemt de onderzoekster onder andere het communicatiedoel, de doelgroep, kernthema's, de platformkeuze en berichttype mee.

Stap 1: Het communicatiedoel: het bereiken van betrokkenheid (zie objectives van het POST-model in hoofdstuk 8 Implementatieplan).

Stap 2: De social persona's: een beschrijving van een fictieve lokale professional. Hier kan de organisatie onder andere de wensen en behoeften van lokale professionals meenemen. Zo moet content volgens de resultaten van het onderzoek onder andere bestaan uit een combinatie van beeld en tekst en informeel geschreven zijn. Daarnaast willen lokale professionals voorbeelden en inspiratie zien die ze kunnen inbrengen in de praktijk.

Stap 3. Kernthema's en topics: bedenk welke onderwerpen relevant zijn voor de doelgroep en bedenk daarbij enkele sub-thema's die hierop aansluiten. Bij dit onderdeel is het van belang dat de organisatie de zichtbaarheid van de organisatie als één van de kernthema's aanschouwt. Daarnaast kan de organisatie de volgende onderwerpen meenemen:

- *Do's en Dont's van JOGG-gemeenten:* lokale professionals zien graag plannen van geslaagde projecten met de valkuilen en misstappen, zodat ze daarvan kunnen leren.
- *Hoe werk je lokaal samen met landelijke partners:* lokale professionals hebben behoeften aan meer informatie om landelijke samenwerkingen lokaal in te zetten, zie resultaten.

Stap 4: Creëer een mediaplatform: maak een interactief platform op de wiki of deel het Yammeraccount van JOGG in op basis van de wensen en behoeften van de doelgroep (zie technology van het POST-model in hoofdstuk 8).

Stap 5: Maak een contentkalender: geef aan wanneer JOGG op het platform wat post. De content is gekoppeld aan de thema's van stap 3. Bij het kernthema zichtbaarheid kan de organisatie denken aan de volgende type content:

- Wekelijks een vlog posten '*Op stap met...*'. Via een vlog laat een JOGG-medewerkers elke week zien wat hij of zij voor werkzaamheden doet.
- Wekelijks een blog posten '*De visie van...*'. In deze blok laat elke week andere JOGG-medewerkers zien wat zijn of haar visie is over een relevant of actueel onderwerp.

- Elke maand een interne medewerker uitlichten op het platform 'In de spotlights...' In dit item kan de medewerker vertellen over zijn of haar studie en expertise, werkachtergrond en werkzaamheden.

Stap 6: Stimuleer interactie: maak aantrekkelijke content die de doelgroep boeit. Zorg ervoor dat de content leuk is om te delen. Zie figuur 19 tot en met 21.



jongeren op gezond gewicht

JONGERENOPGEZONDGEWICHT.NL

Figuur 19. Voorbeeldbericht 1. Bron: Van Vliet (2018)



Figuur 20. Voorbeeldbericht 2. Bron: Van Vliet (2018)



Jongeren Op Gezond Gewicht

29 juni om 15:07 · ⚙

...

In de spotlights | Kennen jullie [Peter Legters](#) al? Peter is dagelijks actief voor JOGG als manager van de gezonde school omgeving. In zijn activiteiten maakt hij afspraken met scholen, houdt hij zich bezig met gezonde school vignetten en is hij actief bezig The Daily Mile op de kaart te zetten bij scholen. Nieuwsgierig wat Peter nog meer doet? Bekijk zijn profiel eens of neem contact op!



Figuur 21. Voorbeeldbericht 3. Bron: Van Vliet (2018)

Stap 7: Monitor de activiteiten: meet en analyseer de effecten van de communicatie. Denk hierbij aan het aantal websitebezoeken, de tijd die een bezoeker spendeert op de website, het aantal reacties en gedeelde berichten, etc. (Michels, 2017).

Bijlage I: Verbatims

Respondent 1

Datum: 05-04-2018

Gemeente: Limburg

Functie: Beleidsambtenaar

Fase: 2

Leeftijd: 24

Duur: 55 minuten

Gesprek

Interviewster: Ik doe onderzoek naar de communicatie tussen landelijk en lokaal JOGG. We gaan het hebben over de betrokkenheid, jouw wensen en behoeften rondom communicatie en een over een mogelijk online communicatieplatform. Het interview zal ongeveer een uurtje duren. Het kan iets korter of iets langer zijn. Ik neem het gesprek op met een videorecorder en maak eventueel wat foto's van de keuzes die je maakt. Verder wordt de opnameband verwijderd en zijn jouw persoonlijke gegevens nergens terug te vinden.

Respondent 1: Dat maakt mij verder niet uit. Ik ben niet zo moeilijk.

Interviewster: Oké, dan is dat duidelijk. Kun je mij misschien vertellen wat je leeftijd is, je functie, hoelang je al regisseur bent, de gemeente waarin je werkt en de JOGG-Fase.

Respondent 1: Ik ben 24 jaar, ik ben beleidsadviseur op het gebied sport en gezondheid in Noord-Brabant en ik ben afgelopen oktober begonnen. Wij zitten nu in de tweede fase denk ik.

Interviewster: Wat doe jij concreet op een dag. Wat zijn je werkzaamheden?

Respondent 1: Omdat ik veel met gezondheid te maken heb, kan ik dat vaak koppelen aan sport en bewegen. Gezondheid en sport proberen we op te zetten, het beweeggedrag verbeteren, maar ook gewoon de leefstijl verbeteren. Hoe meer kinderen bewegen hoe beter. Ik probeer bewegen ook steeds meer in projecten te krijgen. Het is van belang beweegles te kunnen geven. Er lopen al projecten van een jaar of 3 á 4.

Interviewster: mooi. Heb je tijdens je werkzaamheden veel contact met de stichting in Den Haag?

Respondent 1: Redelijk weinig. In het begin wel meer. Al voor dat Simone er was eigenlijk. Zij begon ongeveer dezelfde periode als ik.

Interviewster: Is zij de regisseur?

Respondent 1: Nee, Simone is de regionale coördinator. Alles wat ik nu met JOGG doe koppel ik eerst aan haar en koppelt zij weer terug naar Lisa. Af en toe, ja daarom zeg ik we zijn een beetje een rare eend in de bijt. We doen best wel veel ons eigen ding, omdat we al best wel veel deden. En we doen een beetje de light versie van JOGG. Als ik zie dat iets van toepassing kan zijn op ons, dan schakel ik de coördinator JOGG wel in. Net als wat ik al zei, die hele ketenaanpak is voor mij wel van belang. Dan schakel ik JOGG wel in. Verder doe ik gewoon een beetje mijn eigen ding.

Interviewster: Ja, en je kent de stichting wel, want je hebt er ook wel contact mee. Heb je een bepaald beeld bij de stichting?

Respondent 1: Het doel erachter vind ik wel mooi. Ik vind het goed dat er eindelijk een stichting is die er werk van maakt en de expertise heeft die nodig is om het probleem aan te pakken.

Interviewster: Ja, en hoe vind je dan de verhouding tussen landelijk en lokaal JOGG? Vind je dat ze je genoeg ondersteunen? Vind je dat je genoeg aandacht van ze krijgt?

Respondent 1: Ja, het klinkt raar maar het is een beetje een ver-van-mijn-bed-show. Het beeld dat ik heb, en dat wel meerder hebben denk ik, dat spreken we onderling wel uit, dat voor projecten en campagnes de tools die je krijgt en de materialen die je krijgt niet echt betrekking hebben op ons, maar meer op de Randstad. We hebben het hier over Zuid-Limburg, wij zijn wel echt specifiek en een heel ander geval als de Randstad en daar werken andere dingen. Onderwerpen en ander dingen. We krijgen uit de Randstad dan tools en plannen, maar ze leveren niet echt maatwerk. Vooral de ketenaanpak. Dan krijg je heel leuk een reading en leuk een voorbeeldje, maar dan denk ik ja maar wat nu. Ik ben wel zo iemand, ik neem gewoon de telefoon en dan zeg ik: ik wil dit gewoon geregeld hebben en ik wil weten hoe ik moet beginnen punt.

Interviewster: Ja

Respondent 1: En daarom hebben we nu ook dadelijk die bijeenkomst, omdat ik kan zeggen ik wil weten hoe ik hier lokaal mee aan de slag kan en dan doen we het samen met meerdere gemeentes, dan zie je wel echt dat je echt maatwerk krijgt geleverd en gaan ze ook meer meedenken. In plaats van jongens we hebben hier dit en we komen er niet helemaal uit, help.

Interviewster: Vind je dat als je dat aangeeft, dat het erg gericht is op de Randstad en niet zozeer op ons, vind je dat ze daar dan goed op reageren?

Respondent 1: Nee juist wel goed, zeker nu Simone er is. Dan merk ik dat de feeling in die zin wel is verbeterd. Sinds Simone er is vooral. Zij heeft meer feeling met der regio en weet waar wij behoefte aan hebben. Ze is een aanspreekpunt voor alles wat ik nodig heb. Zij is echt een hele grote aanwinst geweest.

Interviewster: Oké. Voel je jezelf verbonden bij de stichting in Den Haag?

Respondent 1: Niet bij de stichting wel met waar ze achter staan. En dat klinkt raar, maar ik heb niet zoveel met... ja met wat ik zeg het is een beetje een ver-van-mijn-bed-show. Ik heb er niet heel veel mee, maar ik denk dat we allemaal wel een beetje hetzelfde willen. En we zitten ons allemaal voor hetzelfde in. De stichting waar ze voorstaan is het super goed en fijn dat de mogelijkheden er zijn, mochten we er gebruik van willen maken, maar ja met wat er daar allemaal gebeurt dan denk ik ja...

Interviewster: Zou je je wel meer verbonden willen voelen met de stichting?

Respondent 1: Nee want ik denk dat het dan te democratisch gaat worden. En dat klinkt heel raar, maar ik bedoel ik vind het al fijn dat ik hier een coördinator heb zitten die ik kan aanspreken en die wel hele goede contacten heeft met Den Haag. Als ik zelf ook nog eens die verbondenheid moet onderhouden, ja dat kost me ook allemaal weer tijd. Dat zijn ook weer een

heleboel contacten die je moet onderhouden en die je eigenlijk redelijk weinig gebruikt. Ik vind wat we nu hebben meer waarde hebben.

Interviewster: Oké en als je het dan heb over JOGG, JOGG omschrijft zichzelf als een landelijk netwerk. Ben je trots om onderdeel te zijn van dat netwerk?

Respondent 1: (Respondent knikt ja)

Interviewster: Ja, waarom dan?

Respondent 1: Het is toch het gezicht van waar zijn we nou met zijn alle mee bezig. Als je aan een initiatief denk om kinderen gezonder te maken, het eerste waar iedereen aan denkt is JOGG. Wat ik dan van mijn gemeente wil zeggen van joh wij zijn een JOGG-gemeente en wij zetten ons in om te zorgen dat het beter wordt en we werken er met zijn alle keihard aan dan is het wel van ja... ik ben dan denk ik toch wel redelijk trots dat we daar zo hard aan werken en dat we er zoveel tijd en zoveel moeite insteken. We zien ook het echte resultaat en dat is voor mij het meest belangrijk.

Interviewster: En je zegt dan we werken samen, zie je de landelijke stichting ook echt als collega's?

Respondent 1: (Twijfelt) Nee. Je bent wel verbonden. Maar voor collega's is denk ik de afstand te groot. Ik zei laatst tegen iemand ik vergelijk het met een restaurant en een menukaart. De menukaart is het idee. Ik vergelijk de landelijke stichting in Den Haag dan ook met typische ouderwetse ambtenaars. Als het nieuw is dan gaan we er niet aan beginnen. Ik ben juist zo van, mij interesseert het niet, ik ga gewoon beginnen. En dan maakt het mij niet uit wat ik daarvoor nodig bij heb. En ik heb liever dat ik vast ergens aan begin, en dan heb ik die menukaart en dan zeg ik, ik wil dit, dit en dit, en dan ga ik daar gewoon voor. En dit heb ik niet alleen met JOGG, maar ook met andere organisaties. Uiteindelijk maak ik daar mijn eigen aanpak van en dat werkt, gelukkig.

Interviewster: Interessant om te horen hoe dat lokaal bevonden wordt.

Respondent 1: Ja dat ligt denk ook wel een beetje aan de regio. Hier onder de rivieren. In het Oosten is er denk meer feeling voor dan hier. Onder de rivieren is het toch wel een beetje een eigen cultuurtje denk ik, ik denk dat veel Brabanders dat wel hebben. Dat weet ik eigenlijk wel zeker, ik kom namelijk zelf ook uit Brabant. Ik denk dat iedereen wel zoiets heeft van dat is een ver-van-mijn-bed-show. Dat denk ik echt. En als je daarboven zit dan voel je echt wel meer betrokkenheid met Den Haag. Zeker hier, hier zit je in het uiterste puntje van Nederland.

Interviewster: Dus eigenlijk zeg jij het ligt aan de fysieke afstand, maar ook wel aan de cultuur en de mind set?

Respondent 1: Ja de cultuur en ook vooral de mind set. Ik merk dat de mind set bij veel dingen is, van nou laat maar gaan. Het is per zoveel kilometer hier ook zo anders van elkaar. Daarom moet je ook echt maatwerk leveren. Anders werkt het niet. Je moet de mindset van de mensen die hier wonen begrijpen en daarop moet je inspelen. En wat weer bij mij werkt, werkt ergens anders niet en andersom ook. Het is ook wel een hele grote kliek. Dat klinkt heel oneerbiedig om te zeggen, maar zo heb je als zuiderling wel altijd een beetje het gevoel zeg maar. Ik was

ook laatst ook bij een training met JOGG, wij zeggen trouwen ook JOGG (nadruk op de g), dat is ook wel een verschil. Wij vinden het is met een 'g' en niet met een 'k' achteraan. Maar ik was dus op die training en daar was iemand en die volgde zo erg het stappenplan van JOGG en was vol lof over de organisatie.

Interviewster: Was je het daar dan niet mee eens?

Respondent 1: Nee, niet dat ik het er niet mee eens was, maar ik zie dat dat hier niet werkt. Die persoon zei ook 'ik heb het eerste half jaar alleen maar koffiedronken', dat zou ik zelf gewoon echt zonde vinden van mijn tijd. Wij zijn hier wat meer van gewoon de handen uit de mouwen en gewoon gaan. Zo zijn we ook begonnen als JOGG-gemeente vier jaar geleden, toen was ik er nog niet. En niet eerst al die contacten leggen of andere mensen dingen laten doen. Nee we beginnen zelf wel, we gaan het gewoon doen en niet te veel praten. Maar dat ligt denk ik dan echt aan de cultuur.

Interviewster: Oké. Je hebt wel iets van communicatie met JOGG. Hoe communiceer je op dit moment via de stichting in Den Haag?

Respondent 1: Via Simone. We hebben een paar weken geleden ook weer een meeting gehad. En dan laten we aan Lisa weten dat dit ons focuspunt is. Echt direct contact vindt plaats met Lisa of Kyra. Dat wel regelmatig nog hoor. Vaak is het wel zoals ik een vraag heb dat Kyra of Lisa mij dan bellen en ik ken ze ook allebei erg goed, dus je weet wel met wie je te maken hebt. Maar wat er verder achter JOGG schuilt, ik heb echt geen idee.

Interviewster: Heb je daar behoefte aan?

Respondent 1: Ik vraag me meer af, wat heb ik eraan? Wat zou het voor mij toevoegen als ik het wist. Daar zie ik niet echt de toegevoegde waarde van in. Anders moet ik met iedereen de hele week koffie gaan drinken, daar heb ik ook niet zo'n behoefte aan. En geen tijd voor.

Interviewster: Dan meer een vraagje over de communicatie. Wat versta jezelf onder goede communicatie?

Respondent 1: Dat de een weet wat de ander doet. Eigenlijk wil ik het aanvullen, maar ik weet even niet zo goed hoe ik het aan moet vullen. Ik moet gewoon helder hebben dat ik weet wat de ander doet en andersom. Als iemand mij helder kan uitleggen wat hij doet en ik snap het, dat is voor mij heldere communicatie. Dat ik weet wat hij bedoeld, waar hij mee bezig is en andersom.

Interviewster: Heb je dat gevoel dat de goede communicatie vanuit de stichting naar jullie er is?

Respondent 1: Jawel, je hebt natuurlijk JOGG-pijlers en ik weet hoe alles in elkaar zit en wie waar mee bezig is. Het is wel helder. Mocht ik echt een vraag hebben waar ik moet zijn en wie waar mee bezig is, dan kijk ik even op de Wiki. Voor mij is dat op dat niveau wel helder.

Interviewster: Heb je ook het idee dat zij weten waar jij mee bezig bent?

Respondent 1: (twijfel) ja. Zeker met Simone, die weet alles waar we mee bezig zijn in de regio. En we hebben ook sessies samen met alle lokale regisseurs en ambtenaren eens in de paar maanden. Dan gaan we met zijn alle zitten en bespreken we waar we met zijn alle mee bezig zijn. Simone schrijft alles op en die koppelt dat weer terug naar Lisa. Dus ze weten het

wel en geregeld vraag Lisa lukt dit en lukt dat en dan vertellen we het wel. Dus er is wel goede communicatie. We waren ook een van de eerdere JOGG-gemeenten uit Limburg en de contacten waren er dan ook al wat langer. We zijn ook wel helder in de stappen die we nemen en het werk wat we doen. Want ik heb meerdere projecten lopen nu.

Interviewster: Je had het net al even over de pijlers en dat je weet wat het allemaal inhoud. Vind je dat je voldoende informatie krijgt?

Respondent 1: Meer dan genoeg. Informatie genoeg en ook bijeenkomsten genoeg en mijn collega die wordt er soms zelfs een beetje gek van. Hij is een sportcoach en hij heeft het al behoorlijk druk. Ik ben er al de hele dag mee bezig en voor hem is dat nog erbij. Maar ik vind het fijner om liever meer te weten dan een keer in de vier/vijf maanden een mailtje te krijgen met nieuwsbrieven.

Interviewster: Dus de JOGG-update, die lees je volgens mij eens in de twee weken.

Respondent 1: Ja, die lees ik nooit.

Interviewster: Die lees je nooit?

Respondent 1: Als ik zie dat interessant is dan lees ik het wel, maar meestal niet. Puur als het een boeiend onderwerp is dan lees ik dat wel.

Interviewster: Is er informatie die je nog zou willen krijgen?

Respondent 1: Hoe het allemaal werkt en wat de regie erachter is, ja dat weet ik, maar af en toe mis ik wel een beetje hoe begin ik. En ik heb ook altijd gezegd, dan heeft JOGG een project waar ze mee komen en dat is dan op de lange termijn, maar dan denk ik: ik heb geen tien jaar en een team mensen die daar mee bezig zijn. Ik werk alleen en ik wil dit nu gewoon binnen een jaar hebben staan. Ik weet dat dat niet lukt, maar doe mij dan maar een makkelijkere variant, dan een perfecte aanpak dat pas over tien jaar werkt. En ik wil gewoon beginnen nu en niet heel tijd met die theorie bezig zijn. Daarom had ik ook gezegd, hoe begin je nu als gemeente met de Keten-aanpak. Wat is het eerste wat je doet? En daarmee aan de slag gaan, daar kan je mee beginnen.

Interviewster: En zou je dan behoefte hebben aan echte stappenplannen om te beginnen met projecten en campagnes?

Respondent 1: Niet per se stappenplannen. Meer tools. Je hebt dan bijvoorbeeld een projectaanpak en dat zit best wel strak in elkaar. En dan kan ik op de wiki kijken van deze tools hebben we en dan kan ik het bestellen en komt het eraan. Dat is niet zo spannend. Die tools pluk ik er gewoon uit en dan zet ik die in.

Interviewster: Een hele andere vraag. JOGG komt ook wel eens in het nieuws. En dan hebben ze bijvoorbeeld uitspraken als: Wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken. Ze hebben ook wel eens uitspraken over kindermarketing. Ik weet niet of je JOGG wel eens gezien hebt in de media?

Respondent 1: Ik heb dat stuk van Arjen Lubach gezien. Dat is wel echt hoe de werkzaamheden van JOGG slecht in het nieuws komen.

Interviewster: Wat vind je dan van hoe JOGG zich profileert in de media en hoe ze geprofileerd worden door de media?

Respondent 1: De profilering vind ik goed, dan denk ik ja daar sta ik wel echt achter. En je hebt dan bijvoorbeeld het filmpje van de gezonde week. En ik vind dat dan heel boeiend hoe dat dan werkt. Maar dan ga ik kijken en dan zie ik dat het filmpje maar 30 keer bekeken is. Blijkbaar vinden andere mensen dat dan niet interessant. En dan denk ik hoe zou je dat dan aan de man kunnen krijgen? Het is wel een heel mooi filmpje dat toch wel echt de boodschap uitdraagt. En dan vind ik het jammer, dat dan zo weinig mensen dat zien en een Arjen Lubach die 100.000 kijkers per week heeft die boort JOGG de grond in omdat de samenwerkingen met JOGG en Coca-Cola niet goed zijn. En dat snap ik ook wel maar dan denk ik, hoe JOGG profileert want ik begrijp dat die samenwerking belangrijk zijn, maar anderzijds steek je er wel een hoop geld in en ben je je juist aan het richten op die gezondere keuze en je ziet dat al die bedrijven, Coca-Cola McDonalds en al die andere bedrijven, ook steeds meer gezonder gaan werken. Maar dat is een proces van jaren en al die bedrijven die een omzet van miljoenen maken en die kunnen niet opeens zeggen van nou we kappen ermee, want als dat niet werkt dan valt de hele business in elkaar. Als gemeente kun je zeggen we gaan dit doen en dat doen en als mensen het er niet mee eens zijn dan kan je zeggen ja sorry, maar ik heb een doel en daar gaan we naar toe. En dat is een beetje hard gezegd en natuurlijk is het wel belangrijk dat mensen erachter staan, anders werkt het niet. Maar ik kan nu gewoon naar een sportkantine gaan met we gaan nu beginnen en that's it. Er zit best wel wat weerstand in die verenigingen, maar in de toekomst wordt iedereen gewoon gezonder. Daar kun je niet omheen. Maar ik vind het dus jammer dat mensen dan dat van Lubach zien en denken oh dat JOGG werkt niet.

Interviewster: Denk je dat JOGG meer de nadruk moet opleggen met McDonalds? Nou werken ze daar niet mee samen, maar bijvoorbeeld wel Nestlé?

Respondent 1: Moet je dat doen? Dat denk ik niet. Je kunt mensen steeds je standpunt blijven verdedigen met communicatie, maar op een gegeven moment worden mensen dat zat. Ik denk zelf laat gewoon echt zien waar je mee bezig bent. Geen woorden maar daden. Laat zien dat je bezig bent met het gezonder maken van de omgeving. Ik vind niet dat als iemand jouw standpunt niet begrijpt, dat je dan maar moet blijven praten en communiceren met diegene.

Interviewster: Je zegt geen woorden maar daden, vind je dat het filmpje van de week voor de gezonde jeugd...

Respondent 1: Dat werkt aanvullend vind ik.

Interviewster: Vind je dat JOGG daar meer aandacht aan moet besteden om dat landelijk te verspreiden?

Respondent 1: Dat weet ik niet. Als je steeds maar filmpjes gaat verspreiden wordt iedereen uiteindelijk ook maar gek van al die filmpjes, nieuwtjes en weet ik het. Het moet op een bepaalde manier viral gaan. Eerder dat je een of twee goede filmpjes kan maken, dan heel veel.

Interviewster: Denk je dat JOGG communicatie kan inzetten om de relatie met de lokale en de landelijke stichting te verbeteren?

Respondent 1: Nee dat denk ik niet. Mijn netwerk weet wat ik doe. En ik denk niet dat lokale professionals erop zitten te wachten dat ook de landelijke stichting komt kijken wat ze doen. Dat werkt hier niet, laten we het zo zeggen. Hoe het boven de rivieren werkt, ik heb geen idee. Maar hier werkt dat niet. Iedereen is met zijn eigen bezig en ja dat stukje opleggen werkt niet zo.

Interviewster: En als je het iets minder bekijkt van het stukje opleggen en meer de dialoog aan gaan?

Respondent 1: Nee.

Interviewster: Nee, waarom niet?

Respondent 1: Ik bel liever op als ik iets wil weten en dan ga ik erna weer door zeg maar. En hier in de regio wil ik ook wel de dialoog aan gaan. Maar daarbuiten zie ik gewoon dat dat niet werkt. Het gaat om wat er lokaal werkt en in meer zijn we niet geïnteresseerd.

Interviewster: Mijn volgende vraag is wat zou je in de dialoog met JOGG willen bespreken? Is er iets dat je een-op-een met de stichting zou willen bespreken? Of je sta je er gewoon achter van nou dat hoeft niet?

Respondent 1: Nee dat hoeft niet.

Interviewster: Oké. Heb je wel de behoefte om met andere lokale professionals in contact te komen?

Respondent 1: Ja, maar dat doen we al.

Interviewster: En buiten Limburg? Of buiten Brabant?

Respondent 1: Nee, ik kom dan wel eens mensen tegen bij de trainingen. En ja, ik kan dat niet koppelen aan iets waar ik mee bezig ben. De mensen uit nabije gemeenten zien wel allemaal dezelfde problematieken. Het politieke landschap is hier heel anders. We doen veel op eigen kracht en als je er niet uit komt dan kunnen andere Limburgers je helpen. Maar we hebben wel dezelfde problematiek en we kunnen leren van elkaar. We zitten ook best vaak bij elkaar. En dan zie je o, die is daar mee bezig en die daarmee. En dan weet ik dat. Dat vind ik wel heel fijn om te weten.

Interviewster: Denk je ondanks het cultuurverschil, dat je niet van iemand uit Groning bij iemand die een leuk project heeft opgezet, dat je daar inspiratie uit kan halen? Of heb je bij voorbaat al zoiets van nou dat werkt niet.

Respondent 1: Ik sta wel overal voor open. Maar als je gewoon drie keer al iets uit een andere regio geprobeerd hebt en je ziet dat dat niet werkt, dan werkt dat niet. Dan ga je dat niet meer proberen. Dan kom ik terug op dat maatwerk, niet alles werkt overal. Wat bij hen werkt, werkt bij mijn niet en andersom. En als ik ergens interesse in heb en dat werkt niet, dan vind ik dat zonde van mijn tijd. Ik heb liever iets waarvan ik denk ja dat werkt wel, dan dat ik mijn geld weggooi. Ik bespaar liever iets meer geld en dat ik het in een keer aan iets goeds uitgeef, dan dat ik het uitgeef om maar van alles te proberen. Daar ligt wel het verschil met andere gemeenten.

Interviewster: Vind je het wel belangrijk om geïnspireerd te worden door de landelijke stichting?

Respondent 1: Hoe bedoel je?

Interviewster: Dat ze met leuke creatieve ideeën komen en dat jij denkt daar heb ik wat aan.

Respondent 1: Ja die campagnes zijn ook erg leuk. Daar zit echt een goed idee achter. Bijvoorbeeld de campagne DrinkWater, dat is iets van de stichting, dat werkt gewoon echt. En sommige scholen zijn volledig met de campagne, de een weer voor de helft, de ander een kwart en de ander weer drie kwart. En dat maakt ook verder niet uit, maar het idee erachter is echt wel een hele stevige basis.

Interviewster: Zou je meer van dat soort projecten willen?

Respondent 1: Ja en nee. Ik zou het persoonlijk heel leuk vinden om meerdere ideeën te hebben, maar niet te veel, dat vind ik zonde van de tijd en het geld dat erin zit. Dan gebruiken misschien maar een of twee gemeenten het. Ik zou het wel leuk vinden om meerder ideeën te hebben, maar of ik het zonde van de tijd vind, ja.

Interviewster: Even terug naar de wiki en de JOGG-update. De onderwerpen in deze communicatie-uitingen moeten voor jou informatief zijn. Vind je het ook belangrijk dat deze uitingen een creatieve rand hebben, of dat er iets nieuws in zit of dat het creatief is geschreven, zodat je het eerder zou lezen?

Respondent 1: Ik ben niet zo van het lezen, ik ben meer van het kijken. Ik ben iemand die graag iets visualiseert. Ik zie liever een leuk filmpje dan dat ik iets lees in de nieuwsbrief. Dan kan ik het veel meer voor me zien. Als ik lees ja 20 procent van de kinderen heeft minder overgewicht, dan denk ik leuk dat is een getal. Ik moet het echt voor me zien en die filmpjes hebben dan echt veel invloed op me. Ook de filmpjes moeten dan wel een toegevoegde waarde hebben.

Interviewster: Goed om te weten. Filmpjes kunnen natuurlijk ook creatief zijn?

Respondent 1: Ja, van mij mogen filmpjes wel lekker creatief zijn. Maar de boodschap en de inhoud van een filmpje moet ook interessant zijn. Het gaat mij voornamelijk om de inhoud wel. Het goed in beeld brengen van hoe je als gemeente iets moet doen en zien hoe het werkt, dat vind ik heel belangrijk. Dat wil ik graag zien in filmpjes. Hoe een project is verlopen, dat kun je lezen, maar ik wil zien hoe ik iets zelf in de praktijk moet brengen. Ik moet iets kunnen visualiseren voor dat ik het zelf ga doen.

Interviewster: Oké, dan ga ik door naar het social media gedeelte. Zit je zelf veel op social media?

Respondent 1: Niet meer.

Interviewster: Niet meer, hoezo niet?

Respondent 1: Ik zit af en toe nog wel op Twitter en daardoor weet ik wel een beetje wat de waarde is van social media. En ik zie tegenwoordig dat ik beter niet te veel op social media kan zetten dan te veel, want je wordt er heel snel op afgerekend. En aan de andere kant denk ik: wat interesseert iemand het wat ik van het weekend heb gedaan. Ik kijk wel, maar ik zet er zelf bijna niks op.

Interviewster: Reageer je wel op anderen?

Respondent 1: Nee, ook niet. Ik kijk vooral een beetje op de achtergrond en verder niks. Voor mij hoeft je niet alles te delen wat je doet. Het is helemaal niet interessant dat je gister naar de stad bent geweest.

Interviewster: Jij zei net al dat je niet gek veel gebruik maakt van de wiki. Kun je mij een situatie vertellen wanneer je wel gebruik maakt van de wiki?

Respondent 1: Ja, als ik iets wil weten. Laatst had ik iets van DrinkWater. Een buurtsportcoach zei dat ze een nieuwe leefstijl hadden ontwikkeld en daar zat ook drinkwater in. En toen zeiden ze heb je nog iets voor die kinderen. Dus toen ben ik de wiki op gegaan. Dan haal ik daar dingen vanaf. Daar gebruik ik dat voor. Vooral als ik informatie of materialen nodig. Dat doe ik niet heel vaak. Maar dat komt omdat het bij ons loopt. Wij zijn geen startende gemeente, we weten het allemaal al. Bijvoorbeeld Landgraaf is net al gestart, dus die zullen wel meer op de wiki zitten. Dus alleen als ik het nodig heb.

Interviewster: Zat je er in het begin meer op?

Respondent 1: Nee, ik ben geen lezer. Ik pas me zelf snel aan en ik lees me zelf snel in. En in de eerste week ben ik heel veel mee geweest naar afspraken, waardoor ik al snel veel over JOGG te weten kwam. En eerder schreef ik al mee aan het plan van aanpak voor JOGG, toen ik nog niet deze functie had. Dus voor mij was het toen wel al duidelijk. Maar als je mij 5 minuten achter tekst zet, dan ben ik al naar buiten aan het kijken. Ik moet het visualiseren.

Interviewster: Welke toon mogen berichten van jou hebben? Formeel of informeel?

Respondent 1: Oh, dat maakt mij niet uit. Maar als ik moet kiezen denk ik wel informeel. Dat sluit misschien meer aan. Dat zakelijke hoeft niet zo van mij.

Interviewster: En maken pakkende koppen voor jou nog een verschil? Of is het al goed als een bericht een interessant onderwerp heeft?

Respondent 1: Het onderwerp moet interessant zijn, maar pakkende koppen spreken natuurlijk aan. Zo werkt dat gewoon. Maar wat ik als zei, ik ben niet echt een lezer. Ik visualiseer liever.

Interviewster: Wat zijn dan interessante berichten?

Respondent 1: Ja berichten die te maken hebben met de organisatie of met Limburg. Een boeiend onderwerp wat past bij gezond en jeugd.

Interviewster: Oké. Stel JOGG ontwikkelt een online platform waarop je met lokale professionals en JOGG in contact kan komen. Zou je daar gebruik van maken?

Respondent 1: Nee, daar zie ik de waarde niet van in.

Interviewster: En waarom niet?

Respondent 1: Het is niet dat ik zeg: het is nu perfect, zoals het nu gaat. Maar als ik denk wat het op zou kunnen leveren, dan denk ik: ik heb al hele korte lijnen nu en of het nog korter moet, voor mij niet. Misschien zullen alle gemeenten zeggen van wel, maar ik ken mijn collega's heel goed en ik weet waar ik moet zijn. Dus voor mij zou het niet hoeven. We blijven een beetje een rare eend in de bijt, Limburg. Maar de behoefte is er niet denk ik.

Interviewster: En denk je dat als het initiatief vanuit Den Haag komt om jullie te benaderen, zou dat dan wel werken?

Respondent 1: Nee, daar zit niemand op te wachten. Dat is ook omdat het allemaal zo ver weg is. Hier zit niemand te wachten op iets dat uit Den Haag komt. Ik vind het wel leuk om even met iemand te sparren, maar ik merk wel dat iedereen het hier dichtbij wil houden en kijkt naar elkaar.

Interviewster: Zou je zelf als je een dringende vraag hebt, die daarop stellen?

Respondent 1: Ik bel dan wel. Ik heb liever nu antwoord dan dat ik daarop moet wachten. Maar dat ben ik. Maar soms zie ik collega's, die hebben 200 ongelezen mails en dan denk ik waar ben je mee bezig. Ik ben iemand die alles direct wegwerkt, dus ik wil alles graag direct geregeld hebben. Ik pak het liever zo aan.

Interviewster: Stel het platform komt er toch. Welke communicatiefunctie moet het dan voornamelijk hebben? Informeren, amuseren of juist overtuigen of activeren?

Respondent 1: Ik denk informeren en activeren. Dat is het wel het belangrijkste. Kijk, informatie krijgen we wel al genoeg, maar dat kan geen kwaad. En activeren, het is belangrijk dat je genoeg nieuwe ideeën krijgt en aangezet wordt om je werk zo goed mogelijk te doen.

Interviewster: Ik heb nog kaartjes met onderwerpen. En je kunt kijken van stel er komt echt een platform. Ik zou dan eigenlijk willen weten, wanneer zou je het, het meest gebruiken. Ik heb 9 kaartjes. Lees ze maar even door en wil je ze van meest naar minst belangrijk leggen.

Respondent 1: Oké... dit is het dan.

Interviewster: Zou je ze voor me willen toelichten?

Respondent 1: Voorbeelden en informatie krijgen van lokaal is voor mij het meest van toepassing, want ik moet ermee aan de slag. Dat is voor mij het belangrijkste. De rest is voor mij minder interessant, omdat ik dat niet direct nodig heb. Dit heb ik echt nodig. De landelijke informatie is voor mij daarna het meest interessant en de aanpak is voor mij dan twee. Geïnspireerd worden en inspireren is voor mij daarna het belangrijkste, maar dat hangt er dan ook weer een beetje aan. Lokaal contact komt daarna, dan kan ik vragen stellen. Dan kan voor mij via internetfunctie of ik bel. En amusement kijken en delen, daar zie ik de waarde wel voor in, maar ik weet hoe het werkt en ik weet wat het is. En vrijetijdsbesteding daar heb ik geen behoefte aan.

Interviewster: Oké, dankjewel. Ik maak er even snel een foto van. Dan wil ik nog een ander voorbeeld met je delen. Ik heb een opzetje gemaakt van een platform om te communiceren met JOGG. Dat zou eventueel kunnen op de wiki en de bedoeling van het platform is dat je er webinars kan kijken en dat je zelf een onderwerp kan aanklikken die je interessant vindt om een te zien. Dit kan bijvoorbeeld een keer per week of een keer per maand. En hier kun je nog vragen stellen. Zou je dat wat vinden?

Respondent 1: Dit vind ik wel boeiend. Een keer per week vind ik veel. Ik denk dat mensen het leuk vinden, omdat ze inspiratie krijgen en leuke voorbeelden. En ik kan veel beter mijn aandacht erbij houden als ik iemand zie vertellen dan als ik moet lezen. Maar voor mij heeft dit wel toegevoegde waarde. Maar wat ik zeg, als je het iedere week doet is het wat veel, dan denk

ik dat ik niet meer kijk. Maar als je maandelijks een thema hebt dat je echt uitgebreid uitlicht, dan denk ik dat mensen er wel echt even voor gaan zitten.

Interviewster: Zou je het live kijken?

Respondent 1: Ja, ik wel. Ik heb er een nog niet gezien, die moet ik nog terugkijken, maar daar heb ik nog geen tijd voor gehad. Maar ik heb er pas één voorbij zien komen en dat vind ik best wel jammer, want dat vind ik wel leuk om te zien. En dat interactieve vind ik heel boeiend, want je kunt je vraag stellen en je krijgt meteen antwoord. Dat vind ik wel echt een toegevoegde waarde hebben. Dat komt omdat het dan interactief is en dat vind ik interessanter. Ik heb bij beeld gewoon veel meer gevoel dan bij tekst lezen. Ik zou het wel interessant vinden. Als je zegt ik wil puur een vraag stellen via een chatfunctie, dan bel ik wel. Maar de webinars vind ik wel echt boeiend.

Interviewster: Maakt het voor jou uit of het platform echt op de wiki staat of op een ander kanaal? Bijvoorbeeld social media?

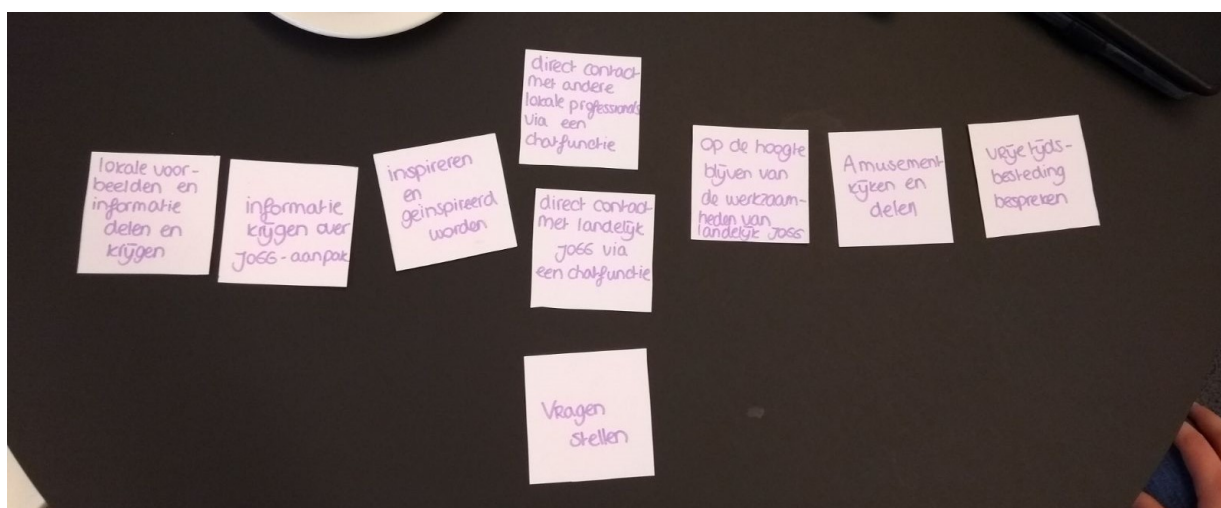
Respondent 1: Ik denk dan toch wel de wiki. Dat lijkt mij het meest logisch, die heb je al en iedereen weet waar die naar toe moet. Anders moet je misschien weer een account aanmaken voor iets anders. Dus dit lijkt mij het meest handig.

Interviewster: Zou je dan voor het platform vaker naar de wiki gaan of alleen voor de webinars?

Respondent 1: Ja, alleen voor dit stuk. Het loopt bij ons al, dus ik hoef er niet veel op te zitten. Maar ik zou dit wel heel interessant vinden ja. Hier heb ik ook wel echt wat aan.

Interviewster: Dat is fijn om te horen. Dan wil ik je graag bedanken voor het interview.

Respondent 1: Ja, graag gedaan. Ik vond het een leuk interview.



Figuur 22. Card Sorting-test respondent 1. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 19-07-2018

Duur: 6 minuten

Interviewster: Wat leuk dat je nog wat vragen voor me wilde beantwoorden!

Respondent 1: Tuurlijk wil ik dat. Ik wil je natuurlijk helpen slagen. Ik weet zelf nog hoe dat was, dat was geen pretje.

Interviewster: Ja, dat hoop ik zo ook. Zullen we gelijk maar beginnen? Ik heb je vorige week een mailtje gestuurd met wat voorbeeldberichten. Heb je daarnaar gekeken?

Respondent 1: Ja, die heb ik gezien ja.

Interviewster: Oké. Heb je die nu ook voor je?

Respondent 1: Ja, die heb ik voor me.

Interviewster: Dat is mooi. Wat vind je van de berichten. Vind je ze creatief, informatief of deelbaar op social media?

Respondent 1: Wat versta je onder deelbaar?

Interviewster: Dat je een bericht zou delen op social media. Dan is het bericht deelbaar.

Respondent 1: Oké. Nou ik vind alle berichten wel interessant. Ik denk dat ik bericht 1 wel informatief vind. Het is voor ons wel belangrijk te weten wat voor rol grote commerciële bedrijven hebben binnen JOGG. Wij moeten dat toch weer door communiceren naar het draagvlak binnen de gemeente. Anders krijg je allerlei vragen van mensen die niet snappen dat Coca-Cola helpt bij het tegengaan van overgewicht bij jongeren. Wat ook logisch is. Dat moet je goed uitleggen. Bericht 2 vind ik ook wel leuk. Een bericht over wat er gebeurt in een JOGG-gemeente. Maar toch zou dit mij niet zo interesseren. Ja leuk dat ze dat daar doen. Maar ik wil concrete informatie, iets waar ik hier in Limburg ook wat aan heb.

Interviewster: Vind je de berichten creatief geschreven? Het zijn er natuurlijk 2.

Respondent 1: Ja, ik denk het wel. Even kijken. Ja ik zie twee berichten. Maar ik denk dat ik ze allebei wel leuk geschreven vind. Ik heb wel de voorkeur naar die eerste. Die is wat korter. Leuk al die details, maar die hoef ik allemaal niet te weten.

Interviewster: Oké! Zou je de berichten delen, liken of eronder reageren? Eventueel op het toekomstige platform?

Respondent 1: Ik denk bericht 1 wel. Dat vind ik wel een interessante. Als ik na het lezen van het artikel nog vragen heb, zou ik die er misschien wel onder stellen. Of Lisa opbellen. Onder bericht 2 denk ik niet. Dat is zoiets algemeen. Dan denk ik ja leuk en scrol ik weer door.

Interviewster: Dank je. Heb je het filmpje van het derde berichtje bekeken?

Respondent 1: Nee, dat zal ik nu wel even doen.

Interviewster: Ja, ik hoor dat die is afgelopen. Wat vind je ervan?

Respondent 1: Ja, interessant. Kijk, misschien is dit meer iets voor de buitenwereld. Ik weet natuurlijk dat de omgeving een belangrijke rol speelt in de gezondheid van kinderen. Ik bedoel daar ben ik een groot gedeelte van de week mee bezig. Qua beleidsniveau dan. Maar ik denk dat dit filmpje van belang is voor mensen binnen de gemeente. Die het nog niet helemaal snappen dat het zo werkt. Misschien ook om scholen over te halen zo'n vignet te halen.

Interviewster: Kan ik daaruit opmaken dat je het bericht wel zou delen?

Respondent 1: Ja, ik zou het wel delen binnen de gemeente ja.

Interviewster: Oké, super dankjewel. Dat waren al mijn vragen. Bedankt dat je even de tijd wilde nemen!

Respondent 1: Geen probleem. Veel succes nog.

Interviewster: Dankjewel.

Respondent 2

Datum: 05-04-2018

Gemeente: Limburg

Functie: Regisseur

Fase: 2

Leeftijd: 30

Duur: 36 minuten

Gesprek

Interviewster: Als eerst, mijn naam is dus Esther. Ik doe onderzoek naar de communicatie tussen lokale professionals en JOGG. Daarbij wil ik onder andere kijken hoe betrokken lokale professionals zijn en hoe we de relatie kunnen versterken. Het interview wordt opgenomen. Jouw identiteit blijft verder anoniem. De gegevens worden verwijderd. Mag ik je als eerst vragen om je leeftijd te noemen, je functie, de gemeente waarin je werkt, de JOGG-fase en hoelang je er al werkt.

Respondent 2: Oké. Ik ben JOGG-regisseur in Limburg. Mijn leeftijd is dertig jaar. Nog iets?

Interviewster: En in welke fase zit de JOGG-gemeente?

Respondent 2: We hebben de eerste drie jaar afgerond en we hebben met drie jaar verlengd. Dus we zitten in de tweede fase.

Interviewster: Oké. Dan wil ik graag beginnen met de betrokkenheid. Wat doe je zo al voor werkzaamheden?

Respondent 2: Ik heb meerdere functies, waarvan ik onder andere JOGG-regisseur ben. Ik doe ook het programmamanagement van alle sport- en beweegactiviteiten en programma's in de gemeente. En sinds kort ben ik ook programmamanager in een andere gemeente. Maar wel veel verschillende activiteiten.

Interviewster: Oké. Je bent dus programmamanager van twee gemeenten. Heb je binnen je werkzaamheden veel contact met JOGG in Den Haag.

Respondent 2: Ja, wat is de definitie van veel? Ik denk een keer per maand. Meestal met Lisa in dit geval.

Interviewster: Wat bespreek je dan zoal?

Respondent 2: Nou bijvoorbeeld vorige week over de inzet van een ambassadeur en vragen waar ik ondersteuning denk nodig te hebben. Lisa is mijn spanningspartner, maar ik heb ook contact met andere experts.

Interviewster: Wat vind je van de landelijke stichting?

Respondent 2: Ik heb niet echt een beeld bij hoe de organisatie werkt en hoe de verdeling intern is. Maar ik heb natuurlijk wel een beeld over de landelijke organisatie, de aanpak en de uitvoer.

Interviewster: Wat vind je daarvan?

Respondent 2: Positief. Maar je ziet ook wel dat JOGG soms bij het betrekken van partners, bijvoorbeeld Coca-Cola, wat gedachten deelt. Maar over het algemeen denk ik als je ziet dat steeds meer gemeenten aanhaken bij JOGG, dat dat wel een positieve ontwikkeling is. Je ziet dat het blijft groeien. Ook hier in deze regio. In januari is Landsgraaf erbij gekomen, dus je ziet dat het groeit. Dus dan moet je er ergens wel een positief beeld zien.

Interviewster: Je zegt al de samenwerking met commerciële partners. Daar ontstaat wel eens discussie over, maar wat vind je daarvan. Hoe vind je dat JOGG dat aanpakt en sta je daar achter?

Respondent 2: Nou, ik vind dat het vooral een discussie is in de maatschappij. Een paar jaar geleden kan ik me het filmpje van Lubach herinneren. Ja dat is allemaal wat minder, maar dan denk ik: moet JOGG daar wat mee. Ik denk het niet. Ik weet er niet echt een antwoord op.

Interviewster: Vind je wel dat ze goed reageren op bepaalde discussies en bijvoorbeeld het filmpje van Lubach?

Respondent 2: Ja, over het algemeen doen ze dat wel goed. Ik sta er altijd wel achter en ik ben blij dat we dat zelf niet hoeven te doen, maar ze doen dat heel goed.

Interviewster: Hoe zou je de verhouding tussen JOGG en jou als lokale professional omschrijven?

Respondent 2: Toch wel op afstand. Letterlijk en figuurlijk. Limburg is een uithoek. We hebben niet heel vaak contact. Alleen op aanvraag van mij als professional of vanuit JOGG. Dan is het op afstand in verhouding.

Interviewster: Zou je die afstand kleiner willen maken?

Respondent 2: Bij mij ligt er niet echt een noodzaak. Vooral met de komst van Simone, onze regionale- en provinciale coördinator. Zij heeft de regio wat meer in beeld en dat is voor ons makkelijker schakelen. Dus op die manier hebben ze de afstand wel weten te verkleinen en dat werkt voor mij wel prima.

Interviewster: Voel je je verbonden bij de stichting?

Respondent 2: Voel ik me verbonden met de stichting? Ja. Ik voel me wel meer verbonden met de gedachte, dan met de stichting. Hetgeen dat we willen bewerkstelligen, daar voel ik me mee verbonden. Ik voel me niet direct verbonden met JOGG.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 2: Dat is een hele goede vraag. Kijk bij een voetbalclub, waar ik dagelijks kom, daar voel ik me verbonden. Met vrienden voel ik me verbonden, met familie voel ik me verbonden. Kun je je met een stichting als deze verbonden voelen? Dat weet ik niet.

Interviewster: Voel je je dan wel verbonden met andere lokale professionals?

Respondent 2: Ja, dat wel. Omdat je samen werkt aan hetzelfde doel. Je hebt de neuzen dezelfde kant op. Dat heeft JOGG natuurlijk ook wel, maar daar is niet echt direct een connectie. Dat vind ik lastig om dat concreet te maken. Maar ik voel me meer verbonden bij partners waar ik dagelijks mee bezig ben, dat we samen werken aan een aanpak. Daar heb ik wel wat meer verbondenheid mee.

Interviewster: Heb je de behoefte om je meer verbonden te voelen bij de stichting?

Respondent 2: Nee, er moet ergens een noodzaak liggen om je verbonden te willen voelen. En die noodzaak die heb ik niet. Je moet je verbonden voelen met de aanpak en de visie die JOGG wil aandragen en het doel wat ze willen nadragen en die verbondenheid is er wel.

Interviewster: Je voelt je wel verbonden met lokale professionals en niet met de stichting. Zou je de mensen op het landelijk kantoor omschrijven als je collega's?

Respondent 2: Nee, dat zou ik niet zo zeggen.

Interviewster: Hoe zou je ze dan noemen?

Respondent 2: Ja, dat vind ik lastig. Daar heb ik nooit over nagedacht. Ja, hoe zou ik ze noemen? Collega's zeker niet, maar. Ja, medewerkers van een bepaalde organisatie. Kijk als ik bijvoorbeeld met de GGZ om tafel zit of een school bestuur, dan zijn dat ook geen collega's. Dat zijn dan partners, maar dat is meer op hoofdlijnen. Lisa, bijvoorbeeld, zie ik niet als een collega. Haar zie ik meer als een sparringpartner en iemand waar ik op terug kan vallen. Ik zou niet direct de term collega's zien of Lisa zien als een vergelijkbare collega.

Interviewster: Heb je het idee dat de stichting betrokken is bij jou?

Respondent 2: Misschien niet de hele stichting, maar Lisa zeker wel. Ze weet wat er speelt en Simone ook. Dus in die zin zijn ze zeker betrokken en staan ze altijd voor je klaar.

Interviewster: Zou je wel zeggen dat je trots bent om onderdeel te zijn van JOGG?

Respondent 2: Trots om onderdeel te zijn misschien niet direct. Ben ik trots? Ik denk dat ik vooral trots ben op wat ik hier lokaal doe en wat er gebeurt in de regio. Niet zozeer om onderdeel te zijn van, maar echt meer op de resultaten, omdat dat iets is waar je dagelijks mee bezig bent. En als je dan resultaat ziet, dan is dat mooi.

Interviewster: Hoe communiceer je met het hoofdkantoor?

Respondent 2: Ja alleen via Lisa eigenlijk. Dat gaat per telefoon en e-mail eigenlijk.

Interviewster: Heb je ooit wel eens contact gehad met iemand anders van kantoor?

Respondent 2: Nee, wel met experts, daar heb ik wel contact mee gehad. Bijvoorbeeld van het Mulier Instituut. Maar ook dat gaat telefonisch of per mail.

Interviewster: Zou je behoefte hebben om andere mensen te spreken dan Lisa?

Respondent 2: Nee, wederom daar ligt geen noodzaak, dus dan heb ik daar ook geen behoefte aan. Ik zou niet weten waarom, als ik vragen heb dan val ik terug op mijn contactpersoon.

Interviewster: Wat versta jij onder goede communicatie?

Respondent 2: Snel en direct. Dat zijn eigenlijk wel de twee kernwoorden. Als ik snel met iemand kan schakelen is dat wel fijn. Daar heb ik wel behoefte aan. Snel reactie, zeker als daar een bepaalde urgentie is. Dat zijn wel de twee kernwoorden.

Interviewster: Heb jij het idee dat die manier van communiceren met JOGG er is?

Respondent 2: Ja, dat is prima. We kunnen terugvallen op de wiki en de nieuwsbrieven die we toe krijgen gestuurd. Er zijn regelmatig bijeenkomsten, zowel landelijk, waar ik zelf wat minder naar toe ga, als regionaal. Ook met de komst van Simone, dat regionale contact, dat is wel heel

fijn. Dan is de drempel om ergens naar toe te gaan veel lager. Er is regelmatig, als er nieuwe ontwikkelingen zijn, krijg je die per mail toegestuurd. Dan kan je er zelf uitpikken wat voor jou relevant is.

Interviewster: Je zegt je gaat wat minder naar landelijke evenementen. Waarom is dat?

Respondent 2: Ja, de afstand. De reisafstand. Het plannen van die bijeenkomsten is gewoon lastig. Ik heb meerdere functies en dan wordt dan heel erg lastig. En dan ga je prioriteiten stellen. En als ik dan bijvoorbeeld naar Utrecht moet, dan ben je gewoon twee uur onderweg. Ik zei al, Limburg is een redelijke uithoek van Nederland, dus dan wordt het gewoon lastig.

Interviewster: Je had het net ook al even over de wiki. Ben je daar veel actief?

Respondent 2: In het begin wel, nu minder.

Interviewster: Hoe komt dat?

Respondent 2: In het begin wil je gewoon veel informatie hebben. Wat doen andere gemeenten ook, goede voorbeelden, good practices, noem het allemaal maar op. Op een gegeven moment land dat en probeer je je eigen lokale weg te vinden. En nu heb ik daar wat minder behoefte aan.

Interviewster: Heb je voldoende informatie? Mis je nog informatie of is er iets wat je graag zou willen krijgen?

Respondent 2: Nee, niet zo één, twee, drie, dat ik denk dat mis ik nog. Ik denk dat de informatievoorziening op zich prima is.

Interviewster: Heb je ook het idee dat als je met iets komt van hé dat moet anders of ik wil graag wat vragen of opmerken, heb je dan het idee dat de stichting naar je luistert?

Respondent 2: Ja, of het echt op stichtingsniveau gebeurt, dat weet ik niet. Maar als ik met bepaalde vragen zit of wat dan ook, dan heb ik wel het idee dat er iemand voor mij klaar staat om vragen aan te horen. En dan is het aan diegene, in dit geval aan Lisa of Simone, om daar iets mee te doen. Ik heb wel het idee dat die zaken worden opgepikt.

Interviewster: Vind je dat de relatie versterkt moet worden met de stichting?

Respondent 2: Het is voor mij de vraag, wat levert dat op. Nogmaals ik heb niet de noodzaak om dat te verbeteren of mij heel verbonden te voelen met JOGG Nederland.

Interviewster: Nee, zou je er behoefte aan hebben om de dialoog aan te gaan met de stichting. Stel je ziet iets in het nieuws of bijvoorbeeld het filmpje van Arjen Lubach. Dat je kan vragen van goh dit zie ik, waar staan jullie voor en hoe ga ik dit verdedigen?

Respondent 2: Dat zou ik wel doen en als ik daar behoefte aan heb, destijds is dat ook vanuit JOGG prima opgepakt. Er is gewoon een mooi statement vanuit JOGG gekomen om daarop te reageren. Dus als ik de noodzaak voel om daarop te reageren of daar mijn mening over te geven, dan zal ik dat wel doen.

Interviewster: In hoeverre vind je het belangrijk om vragen te kunnen stellen en ideeën te delen met lokale professionals?

Respondent 2: Ja, heel belangrijk, maar dat doen we ook veel mee hier in de regio. Je kunt daar goede voorbeelden uit halen en je merkt dat hier in de regio ook iedereen bijna met

hetzelfde bezig is, dus dat we bij elkaar kunnen aanhaken en bij elkaar inspiratie en goede voorbeelden kunnen halen. Dus daar hecht ik wel veel waarde aan.

Interviewster: Vind je het ook belangrijk dat JOGG je inspireert?

Respondent 2: Ja, maar dat doen ze ook zeker. Als ik een vraag heb of even niet weet hoe ik iets moet doen dan kan ik altijd bij Simone of Lisa aankloppen en dan zegt zij van goh ga het is hier vragen of kijk is daarnaar. Dus op die manier krijg ik wel voldoende inspiratie. Maar ook via de JOGG-update en op de wiki.

Interviewster: Wat vind jij dan het meest inspirerend?

Respondent 2: Niet echt van kijk hoe leuk ze het doen in die gemeente, maar meer echt concrete plannen. Wat succesvol liep en waarom dan, zodat je er echt uit kan halen hoe je dat zelf toe zou kunnen passen. Ik weet heus wel dat ze overal The Daily Mile lopen, maar hoe zorg je dat scholen dit blijven doen en strategische plannen hiervoor, dat vind ik wel interessant.

Interviewster: Je leest ook wel eens de JOGG-update zei je net. Zit je ook wel eens op Facebook dat je dingen van JOGG leest?

Respondent 2: Ik zit niet op Facebook. Ik zit wel op Twitter, daar hou ik de zaakjes wel redelijk goed in de gaten. De nieuwsbrief lees ik ook heel regelmatig, maar wel heel selectief. Dat ik denk: ik scrol er even doorheen. Ik lees niet standaard alle artikelen.

Interviewster: Denk je dat de inhoud of dat iets creatief geschreven is, van belang is voor jou om een bericht te lezen?

Respondent 2: Voor mij staat inhoud voorop. Inhoud staat voorop en of er leuke foto's bij zitten, dat vind ik minder interessant. Ik kijk meer of er leuke stukjes zijn met voorbeelden die ook toepasbaar zijn in mijn gebied. Daar kijk ik meer naar en ben ik meer naar op zoek. Vaak vind ik feiten en cijfers van andere gemeenten ook wel interessant.

Interviewster: Waarom vind je dat interessant dan?

Respondent 2: We zijn heel erg bezig met het in kaart brengen van resultaten. Dan kijken we naar wat bereiken we zelf en hoe doen andere gemeenten dat. Dus dan is het voor mij wel interessant om te kijken van wat is er en hoe doen andere gemeenten dat.

Interviewster: Kan je vaak voorbeelden van andere gemeenten toepassen in jouw eigen gemeente?

Respondent 2: Het zet je soms aan het denken en dat is al voldoende. Het is niet zo dat ik elke keer als ik de nieuwsbrief lees, dat ik direct dingen ga kopiëren en nieuwe dingen ga doen. Maar het zet je wel aan het denken en het geeft je wellicht nieuwe inzichten hoe je iets kunt doen. Je denkt dan ook van hé wacht, ik ben niet de enige. Wat ik zeg, het zet je aan het denken. Het is niet zo dat als ik de nieuwsbrief lees dat ik direct al die voorbeelden in de praktijk breng. Dat niet.

Interviewster: Dus je ziet dan leuke voorbeelden van andere gemeenten. Heb je dan ook de behoefte ook om met andere lokale professionals in contact te komen?

Respondent 2: Nee, niet direct de behoefte. We hebben hier in de regio ook al veel contact. Omdat je dan ook met gemeenten zit die iets meer op elkaar lijken, dan bijvoorbeeld een

Amsterdam of een Den Haag. Dan heb je meer de behoefte om hier in lokale setting bij elkaar te zitten.

Interviewster: Waarom is dat dan denk je?

Respondent 2: Onze gemeente lijkt gewoon erg veel op omliggende gemeenten, maar niet in andere provincies. Hier in de provincie lijken gemeenten meer op elkaar, in andere gemeenten ken ik de lokale setting veel minder. Hier in de gemeente hebben we ook hetzelfde beleid, maar ook het provinciale beleid. Je hebt meer verbondenheid dan met gemeenten in het land. Dus in die zin ga je daar eerder mee om tafel zitten.

Interviewster: En als er een goed voorbeeld komt uit Amsterdam, hoe kijk je daar dan tegenaan?

Respondent 2: Ja, wel positief. Als het iets is wat hier ook zou kunnen landen, dan denken we daar wel intern over na, van hé kunnen we er iets mee. En als je daadwerkelijk met iets intern aan de slag gaat, dan zoek je wel contact met diegene of via JOGG. Dat kan natuurlijk ook altijd.

Interviewster: Je zei net ook dat je geen gebruik maakt van Facebook, maar wel van Twitter. Hoe maakt je daar dan gebruik van? Zou je zeggen dat je heel veel post of reageert of kijk je vooral? Of zit je er eens per maand op.

Respondent 2: Op Twitter zit ik er een keer per dag. Ik ben meer een lezer. Als ik iets heel interessant vind, dan deel ik het wel. Ik ben meer aan het halen, maar minder brengen.

Interviewster: Waarom doe je dat denk je?

Respondent 2: Dat is een goede vraag. Ik vind mezelf misschien niet zo heel interessant. Ik denk dan ook waarom gebruik je een middel. Voor mij is het meer informatie halen, dan informatie brengen. Bijvoorbeeld Twitter.

Interviewster: Zit je verder ook nog op andere platformen?

Respondent 2: LinkedIn, ja. Maar daar doe ik relatief weinig mee. Maar daar is het met name kijken en informatie halen in plaats van brengen.

Interviewster: Je zei net ook al even dat je niet gek veel gebruik maakt van de wiki. Is dat vooral om materialen eraf te halen of informatie?

Respondent 2: Met name informatie. Maar dat komt omdat we een bewuste keuze hebben gemaakt om JOGG niet als beeldmerk te gebruiken. Dat is ook een bewuste keuze. Dan heb ik ook niet zo de behoefte om posters daar vandaan te halen, omdat we daar onze eigen huisstijl voor hebben. Dus het is met name ook weer informatie halen. En ook kijken naar bijvoorbeeld DrinkWater van hoe doen zij het en welke leuke dingen kunnen we daarvoor in onze lokale setting nog gebruiken?

Interviewster: Stel, de wiki zou worden uitgebreid met een soort platform waar je informatie kan delen en informatie kan halen samen met andere lokale professionals en de landelijke stichting. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 2: Weet ik niet, daar moet ik een beeld en gevoel bij krijgen.

Interviewster: Ik heb hier een voorbeeld voor je. Wacht even. Op dit platform, een uitgebreide van de wiki, kun je vragen stellen. Daar kun je het gesprek aan met anderen. Daarnaast kun je webinars kijken met bepaalde onderwerpen. Die onderwerpen kun je via de poll aanklikken, welke jij interessant vindt. Dat kan bijvoorbeeld een keer per week of een keer per maand. De webinars zijn overigens live, zodat je gelijk in contact bent met JOGG. Zou je daar gebruik van maken denk je?

Respondent 2: Ja, als het interessante thema's zijn dan kan dat inderdaad heel erg leuk zijn. Niet alleen voor mij, maar ook juist voor andere mensen die meer uitvoerend zitten. Die bijvoorbeeld The Daily Mile en de DrinkWatercampagne uitvoeren in de praktijk. Dus dan zou mijn advies gelijk zijn: zorg ook dat niet alleen regisseurs, maar ook buurtsportcoaches en scholen hier gebruik van kunnen maken. Wellicht als gast. Daar zit nog weinig in, maar het kunnen wel heel interessante dingen zijn. Het kan heel waardevol zijn.

Interviewster: Heb je dan nog een voorkeur voor de wiki als basis voor het platform of zeg je doe maar social media?

Respondent 2: Nee, de wiki kan wel een goede basis zijn. Wellicht is het makkelijker of eerlijker dan Facebook, omdat er altijd toch nog wel een aantal mensen zijn die geen Facebook hebben. Waaronder ik dus. Maar het kan heel waardevol zijn. Maar dan moet je ook goed rekening houden in welke fase sommige gemeenten zitten. Wij zijn relatief verder. Je hebt ook collega Anouk die in Landgraaf pas net is begonnen. Ja, je hebt ook gemeenten die al vier jaar bezig zijn, dat zou je wel goed moeten differentiëren in je filmpjes en informatie die je daarop gaat zetten.

Interviewster: Denk je dat dat kan botsen? Als er een filmpje op staat dat niet past bij de fase waarin je zit, zou je dat dan gelijk ook niet kijken?

Respondent 2: Ja, want deze zou ik al niet snel gaan kijken, The Daily Mile. Daar zijn we al twee jaar mee bezig.

Interviewster: Wat zou je dan bijvoorbeeld wel kijken?

Respondent 2: Hoe kan ik een DrinkWatercampagne blijven aanbieden. Ik noem maar even wat. Of wij doen bijvoorbeeld op een school, wij hebben een interactieve week waar wij op een school elke dag The Daily Mile doen. Maar als wij weg gaan, geen idee. Dan gebeurt het waarschijnlijk niet. Hoe kunnen we dan die scholen motiveren. Dat we zeggen hé scholen, hier heb je een webinar en een inlog, kijk eens goed naar dat filmpje. Hoe kan je nou The Daily Mile blijven aanbieden en welke varianten zijn er.

Interviewster: Heb je zelf dan ook de voorkeur voor webinars. Of zou je denken, als ik elke week een blog lees of een andere variant, dan is het ook goed?

Respondent 2: Het ligt wel een beetje aan wat de inhoud is natuurlijk. Ja, de vorm is voor mij niet zo heel interessant. Ik weet niet hoe lang een webinar duurt. Stel het gaat om een webinar van drie kwartier en ik kan een blog lezen van tien minuutjes, dan weet ik wel waar mijn voorkeur ligt. Het is lastig aan te geven wat het juiste middel is.

Interviewster: Heb je normaal een voorkeur?

Respondent 2: Nee, dat durf ik niet zozeer uit te spreken. Ik moet eerlijk zijn, ik heb nog niet heel veel webinars gevolgd. Maar de basis van de vraag was, kan het interessant zijn om dit middel in te zetten. Ja, dat denk ik wel en ik denk wel met name voor echt beginnende gemeenten. Die zijn vaak nog zoekende van hoe dit en hoe dat. Dus kijk daarom goed naar wat de toegevoegde waarde is voor gemeenten die al langer bezig zijn. Welke informatie ga je daarvoor verstrekken. Wat we vandaag hebben gedaan, een training, dat kan eventueel ook op het platform. Dat betekent dan ook dat ik bijvoorbeeld niet meer naar Utrecht zou moeten om een training te volgen. Dan zit ik misschien de hele dag voor de laptop, maar het is wel een optie. Je kan het opknippen in een aantal uren, dat je niet de hele dag zit. Maar het kan wel interessant zijn.

Interviewster: Heb je daar de voorkeur voor?

Respondent 2: Ja, ik zou sneller zoiets volgen dan naar Utrecht gaan.

Interviewster: Denk je dan ook dat dit kan mee werken aan jouw betrokkenheid richting de landelijke stichting?

Respondent 2: Ja, ik denk wel dat het kan bijdragen, maar het gaat mij vooral om de inhoud van een bericht.

Interviewster: Maakt het nog uit wat voor toon het bericht of de webinar heeft? Formeel of informeel?

Respondent 2: Informeel kan altijd wel. Maar het maakt mij niet zoveel uit. Maar ik denk dat informeel wat persoonlijker voelt, dus dat is wel goed.

Interviewster: En zou je zelf ook gebruik maken van de functie om vragen te stellen?

Respondent 2: Ja, als het echt relevant voor mij is, zou dat kunnen. Maar de vraag is dan hoe actief andere mensen dat gebruiken en reageren. Dan is de vraag, of ik mijn vraag hier op het platform stel of dat ik gewoon even naar Lisa bel en mijn vraag stel. En of ze dan zelf reageert of een expert laat reageren. Ja, ik weet niet wat ik dan zou doen. Het gaat mij erom wat handiger is en wat sneller zou werken. Dus net hoe actief het gebruikt wordt.

Interviewster: Dus als je al snel antwoord krijgt van iemand anders...

Respondent 2: Ja, dan kan het wel heel interessant zijn, ja.

Interviewster: Zou je dit dan eerder inzetten dan een belletje naar Lisa?

Respondent 2: Weet ik niet, dit is dan toch wel weer iets op afstand en waar we het net ook al over hadden, die afstand is al groot. Weet ik niet.

Interviewster: Denk je dat het platform de afstand kan vergroten?

Respondent 2: Kan, maar het kan ook betrokkenheid creëren. Dat weet ik niet. Daarom vind ik het lastig hoe dit dadelijk in de praktijk gaat leven. Dat weet ik niet. Hoe hou je ook iets levends. Het kan misschien in het begin veel gebruikt worden, want iedereen vindt het leuk en nieuw, maar misschien zakt het daarna helemaal in. Dat weet ik niet.

Interviewster: Stel er komt een platform, is er iets wat jij van toegevoegde waarde vindt? Ik heb hier nog kaartjes met elementen die van toegevoegde waarde kunnen zijn op het platform. Mijn vraag aan jou is of je deze op volgorde zou willen leggen met wat je het meest tot het minst

belangrijk vindt. Stel je vindt ze allemaal niet belangrijk, dan heb ik hier nog lege kaartjes waar je zelf wat op kunt zetten. Zou je dat willen doen?

Respondent 2: Ja, natuurlijk. Oké dit zijn ze.

Interviewster: Ja, zou je ze willen toelichten?

Respondent 2: Ja. Nou heel relevant, wat zijn leuke voorbeelden. Good practice voorbeelden in andere gemeenten, die we wellicht hier kunnen toepassen. Vragen stellen, dat weet ik niet. Wat we hiervoor hebben liggen, dan denk ik ja, dan past hij hier wel. Maar dan vraag ik me af of dat het juiste platform is, maar goed het zou kunnen. Lokale voorbeelden en informatie delen en krijgen en daardoor geïnspireerd worden, dus die zijn enigszins aan elkaar te koppelen. Direct contact met lokale professionals via een chatfunctie, datzelfde geldt voor JOGG.

Interviewster: Zou je daar gebruik van maken?

Respondent 2: Dat weet ik niet. Als de nood heel hoog is dan bel ik wel. Dus ik denk niet dat ik er veel gebruik van maak. Maar vragen stellen in zijn algemeenheid, dat zou ik dan eerder doen dan direct contact via een chatfunctie. Dan bel of mail ik gewoon. Dat is net zo makkelijk. Oké, dan op de hoogte blijven over JOGG landelijk en informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Ja de JOGG-aanpak ken ik, dus die vind ik wat minder relevant. Amusement kijken en delen en vrijetijdsbesteding bespreken vind ik helemaal niet relevant. Dat vind ik meer voor privé, dat is niet iets wat ik met andere JOGG-regisseurs zou delen.

Interviewster: Oké. Dan maak ik even een foto. En dan denk ik dat we hem zo wel hebben. Heel erg bedankt voor je deelname. Heb je zelf nog vragen?

Respondent 2: Nee.

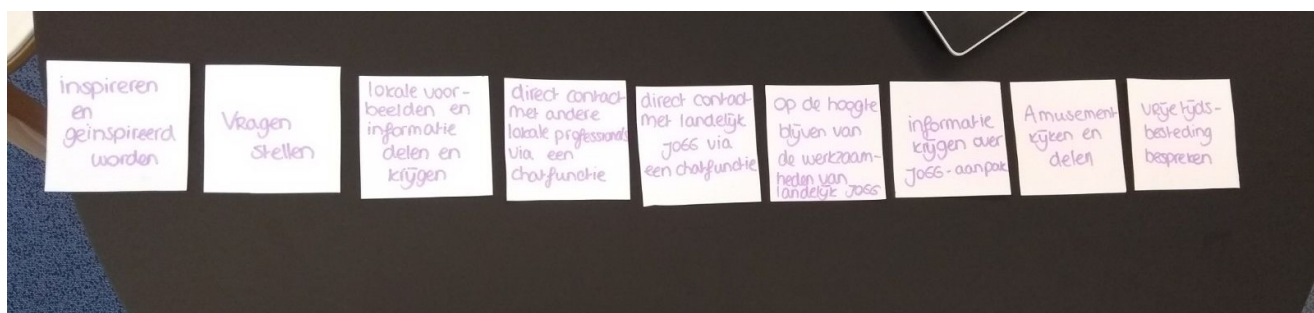
Interviewster: Wat vond je van het interview?

Respondent 2: Ja, goed.

Interviewster: Heb je nog opmerkingen, aanmerkingen? Tips of tops?

Respondent 2: Nee, het ging lekker snel en ik probeer zo concreet mogelijk te zijn, hopelijk. Nee ging wel lekker vlot.

Interviewster: Dat is mooi. Nogmaals bedankt.



Figuur 23. Card Sorting-test respondent 2. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 16-07-2018

Duur: 8 minuten

Interviewster: Hoi, met Esther van JOGG. We hadden elkaar al even gesproken via de mail. Ik had je die berichtjes toegestuurd. Wat fijn dat je nog even bereikbaar bent voor wat vragen.

Respondent 2: Ja. Ik heb niet heel lang de tijd, maar ik kan wel even wat vragen beantwoorden.

Interviewster: Heb je de berichten voor je?

Respondent 2: Ja, ik zit nu achter mijn computer.

Interviewster: Wat vind je van de berichten?

Respondent 2: Ja, wat vind ik ervan. Niet heel interessant. Niet per se voor mij bedoel ik dan. Bericht 1 is wel goed om te weten, maar ook denk ik meer voor de buitenwereld. Dat JOGG kan verantwoorden waarom ze samen werken met Coca-Cola. Dat is ook wel goed. Maar niet zozeer op mij gericht. Ik weet dat allemaal wel. Bericht 2 en 3 zijn bijna hetzelfde zie ik.

Interviewster: Ja, ze zijn op verschillende manieren geschreven. Wat vind je daarvan?

Respondent 2: Ja dat tweede bericht hiervan is met wat meer details. Is denk ik wel leuk voor op social media. Maar mijn voorkeur gaat uit naar korte berichten. Ik wil altijd gewoon de kern van het verhaal weten.

Interviewster: Zou je iets met deze twee berichten doen? Delen, liken of eronder reageren?

Respondent 2: Nee, ik denk het niet. Ik denk dat ik de berichten daarvoor niet interessant genoeg vind.

Interviewster: Welke berichten op social media vind je wel interessant? En dan gericht op JOGG. Dus berichten die je op het platform zou willen zien?

Respondent 2: Ja, dan denk ik berichten waar ik echt wat aan heb. Dus gemeente Groningen, ik zeg maar wat, heeft een drinkwaterspel opgezet voorop basisscholen met goed resultaat. Hier is het stappenplan en als je vragen hebt neem contact met hem op. Ik denk iets meer iets concreets.

Interviewster: Oké. Wat meer informatiever dan?

Respondent 2: Ja, ik denk het wel.

Interviewster: Zou je dan het bericht liken, delen of iets anders?

Respondent 2: Ja, dat zou ik wel liken denk ik. Als ik het zie dan. Ik hou dat waarschijnlijk niet de hele dag in de gaten. Maar als ik het zie en ik vind het een leuk plan, dan zou ik denk ik die persoon ook wel een bericht sturen. Of even bellen. Dat is dan nog sneller denk ik.

Interviewster: Oké. Wat vind je van het derde bericht? Heb je het filmpje gezien?

Respondent 2: Ja, die had ik gezien ja. Ja leuk, denk ik dan. Maar ook weer niet heel gericht op mij. Wel handig om te weten denk ik. Ik zou het misschien wel weer doorsturen naar mensen met vragen of delen op social media zelf.

Interviewster: Waarom dat wel?

Respondent 2: Omdat ik denk dat ik er niet heel erg de doelgroep van ben, maar mijn doelgroep dat wel is. Dus scholen en commerciële bedrijven binnen de gemeente. Is ook weer

een mooie manier om met ze in contact te komen. Dat ik dan zeg, goh heb je dit al gezien en wie weet komt daar weer wat moois uit voort.

Interviewster: Oké, duidelijk. Dankjewel. Dat waren alweer mijn vragen.

Respondent 2: Dat ging lekker snel.

Interviewster: Ja, zeker. Bedankt voor je tijd!

Respondent 3**Datum:** 10-04-2018**Gemeente:** Noord-Brabant**Fase:** 1**Functie:** Regisseur**Leeftijd:** 40**Duur:** 58 minuten**Gesprek****Interviewster:** Ik ben er klaar voor.**Respondent 3:** Ik ook. Shoot.

Interviewster: Ik ga dus een interview met je afnemen over de communicatie tussen landelijk en lokaal JOGG. Daarbij wil ik het graag hebben over jouw betrokkenheid bij de landelijke organisatie. De communicatie tussen landelijk en lokaal en de invoer van een online communicatieplatform.

Respondent 3: Een andere wiki?

Interviewster: Nee geen andere wiki, maar wel een eventuele uitbreiding van de wiki. Vorige week heb ik het interview voor het eerst getest en het duurt ongeveer een uur. Het kan iets korter zijn. Zou je willen beginnen met het vertellen van je leeftijd, je functie, de JOGG-gemeente waarin je jouw functie uitvoert en de fase waarin de gemeente zit?

Respondent 3: Oké, ik ben 40 jaar. In een gemeente in Noord-Brabant ben ik JOGG-regisseur. Sinds april 2016 JOGG-gemeente. Ze zitten dus zeg maar in de eerste fase. En daarnaast heb ik dan ook nog een andere pet op en dat is degene van JOGG-coach en dat ben ik nu voor de gemeente Oosterhout. Die zitten dus ook echt in de eerste fase, sinds zes maanden, waar we de ondersteuning bieden. Dus op die manier ben ik voor JOGG actief.

Interviewster: Oké, dankjewel. Zou je me nu eerst willen vertellen wat precies je werkzaamheden zijn?

Respondent 3: Wat mijn werkzaamheden zijn? Hier als regisseurs regisseer ik op alle programma's die er zijn in de gemeente om te zorgen dat alles wat er al eigenlijk gebeurt, als je het hebt over voeding of bewegen, daar bepaalde regie in te voeren om ook overal de gezonde omgeving op de kaart te krijgen. Dat betekent dat ik met de buurtsportcoaches bezig ben om beweegactiviteiten te organiseren en te kijken hoe we daar versterking en verbinding in kunnen krijgen met bijvoorbeeld het opbouwen van werk in de wijk en daar over gezondheid praten. Dus hoe kunnen we bijvoorbeeld met de gezinnen aan de slag gaan? Daar echt de regie op voeren. Ik ben niet degene die met de ouders of de kinderen in gesprek gaat of echt activiteiten uitvoert, maar ik ben tussen alle partijen in bezig met het creëren van een gezonde omgeving. Ik heb daarbij veel contact met private en publieke partijen, zoals een Rabobank. Dan ben ik bezig met: hoe kunnen we middelen realiseren, hoe kunnen we activiteiten ontwikkelen die te maken hebben met een gezonde samenleving. Dus echt het regisseren van een programma.

Eigenlijk denk ik dat niemand mij kent als JOGG-regisseur of weet dat er een JOGG-regisseurs is. Dus ik ben echt op de achtergrond aan het werk om hetgeen dat op de werkvloer gebeurt te versterken. Dus dat is een beetje wat ik uitvoer.

Interviewster: Oké. Je bent dus voornamelijk bezig met de regie. Dat komt natuurlijk ook ergens vandaan. Er is een aanpak vanuit JOGG. Heb je binnen het uitvoeren van je werkzaamheden veel contact of veel communicatie met de landelijke stichting?

Respondent 3: Echt heel veel contact niet. Ik heb wel veel afstemming met de regioaccountant, Mark Blankwater, met hem bespreek ik altijd wat er gebeurt. Maar ik merk wel dat als ik echt iets nodig heb, dat ik dan wel contact opneem met het landelijk bureau. Dan gaat het bijvoorbeeld over het thema DrinkWater, van ik heb bidons nodig. Of we willen een training en dan bespreek ik wat we nodig hebben om daarvoor een afspraak te maken. Maar verder inhoudelijk over de werkzaamheden, dan zijn het de momenten met Mark waarop ik met het landelijk bureau contact heb, maar verder heb ik niet heel erg veel contact met het landelijk bureau.

Interviewster: En als je dan bidons aanvraagt of materialen? Vind je dan dat je goed geholpen wordt?

Respondent 3: Ja, dat is altijd redelijk snel en ik ken de weg. Ik heb het voordeel dat ik de meeste mensen op het kantoor van JOGG wel ken, omdat ik ook voor JOGG landelijk veel doe als coach. Dus dat maakt het voor mij wel makkelijk, dat ik de weg makkelijk kan bewandelen. Maar het is voor mij altijd erg snel en in kunnen en kruiken. Dus dat gaat wel tactisch ja.

Interviewster: Je kent best veel mensen op kantoor. Denk jij dat dat jouw relatie met de landelijke stichting beïnvloedt?

Respondent 3: Dat maakt het wel makkelijker denk ik. Ja, dat denk ik wel. Ik weet niet, mocht ik nou niet de mensen kennen, dat ik dan moeilijker in contact kom met ze, dat idee heb ik ook niet. Omdat het gewoon een hele open organisatie is, die echt wel klaar staat voor iedereen die lokaal bezig is. Het is natuurlijk een landelijk succes, op lokaal niveau. Maar voor mij maakt dat het uiteraard makkelijker, dat ik weet wie er zit en dat ik meteen weet wie ik aan de telefoon moet hebben.

Interviewster: Maakt dat voor jou de drempel lager om landelijk te benaderen?

Respondent 3: Ja, maar die drempel zou ik sowieso niet hebben. Ik ben assertief genoeg om met het landelijk bureau contact op te nemen of vragen te stellen. Dus ik denk dat ik daar persoonlijk niet zoveel last van zou hebben, dat er dan een hele grote drempel tussen het landelijk bureau en lokaal zit.

Interviewster: Nee, oké. Wat is jouw beeld van de stichting. Wat vind jij van JOGG?

Respondent 3: Wat ik van JOGG vind? Nou ik vind JOGG dus echt een fantastisch initiatief. Het is niet voor niks dat ik er al jaren mee bezig ben om het ook op te pakken. Omdat ik denk dat ze vanuit een bepaalde methodiek echt aan het verder helpen zijn. Dus het is geen kennisinstituut, die maar allemaal kennis het land instuurt over hoe kan je kinderen op gezond gewicht krijgen. Nee, het is echt een methodiek die ondersteund en onderbouwd wordt vanuit

heel veel invalshoeken om lokaal het verschil te maken. Dus dat beeld heb ik wel van JOGG. Je merkt wel dat het ook heel erg aan het groeien is en de afstand tussen lokaal en landelijk ontstaat uiteindelijk wel. Ze zijn meer mensen aan gaan nemen, je moet met een hele boel mensen contact hebben, omdat wij een netwerk zijn. Dus ik snap wel dat daar een bepaalde kanteling in zit, van oké hoe dicht blijf je nog bij lokaal als je zo ontzettend groot aan het worden bent.

Interviewster: En hoe voel jij zelf die afstand?

Respondent 3: Nou zelf voel ik de afstand niet zo. Maar als ik dan merk hoe ik als regisseur werk, dat ik denk van ja. Het is niet dat ik continue met het JOGG-bureau bezig ben. Een x-aantal jaren ben ik al coach. Eerder was de schakeling heel makkelijk en heel snel, dat ik daar veel mee bezig was. Ik heb nu het idee dat ik nu als regisseur wel de afstand wat verder heb naar het landelijk, dat ik ze minder gebruik en minder nodig heb naar mijn idee, dan dat ik dat eerder had, doordat het groeit.

Interviewster: Ja. Heb je ook het idee dat jouw ervaring daarbij een rol speelt?

Respondent 3: Ja dat denk ik wel. En ook wel een beetje mijn eigenwijsheid. Soms denk ik dat ik iets op lokaal niveau kan laten slagen als ik iets op mijn eigen manier doe. Dat verschilt misschien met andere regisseurs. Ik coach andere regisseurs om te helpen met oppakken, dus daar zit ook wel een beetje eigenwijsheid en mijn visie om dat op die manier in te richten. En uiteindelijk doe ik alles wel via de pijlers en de visie van JOGG, omdat ik daar volledig achter sta omdat het een manier is om dingen op te pakken.

Interviewster: Zou je verhouding tussen landelijk en lokaal JOGG willen omschrijven?

Respondent 3: Heel praktisch gezien bedoel je? Nou landelijk ondersteunen ze door kennis en experts en door de JOGG-methodiek te blijven ontwikkelen. Dus echt wel continue blijven kijken we hebben die pijlers en daar hebben we wat over gezegd. Je ziet wel dat dat zich door de loop van de jaren ontwikkeld hebben. Als je kijkt naar de trainingen, daar ga ik veel heen. Die worden goed bekeken om te kijken van is dit nog de juiste vorm om gemeenten op te starten. Maar heel praktisch heb je gewoon hulp. Ik kan trainingen organiseren waar soms vragen komen uit de gemeente dat ik weet dat ik dat via JOGG kan regelen in plaats van dat ik opzoek moet naar particulieren die zo'n verbinding kunnen verzorgen. De kennis ligt allemaal bij JOGG in het netwerk. Dat is één heel praktisch en twee, door met de regioaccountant te werken heb je wel redelijk snel contact. We appen en bellen en hij beantwoordt mijn vragen en hij regelt alles. Er is dus veel kennis die ik hier kan inzetten. Ook de thema's. Bijvoorbeeld DrinkWater, maar ook groente en bewegen kan ik zo in de praktijk brengen. En dat geeft mij heel praktisch een tool om alles op gang te brengen. Dus dat maakt het heel praktisch.

Respondent 3: Was dat een antwoord op je vraag?

Interviewster: Ja zeker. Kun je mij vertellen hoe en of je je verbonden voelt bij de stichting?

Respondent 3: Ja ik voel me wel nauw betrokken. JOGG is mijn volledige werk. Ik ben zelfstandig ondernemer, maar al mijn opdrachten zijn JOGG gerelateerd. Ik voel mij zeker verbonden bij JOGG omdat ik ook wel betrokken word bij de ontwikkeling van JOGG. Ik word

wel geïnformeerd door JOGG over de ontwikkelingen. Er blijft altijd wel een manier als je JOGG-regisseur bent, dan ben je wel echt onderdeel van de landelijke beweging JOGG. Door het Kennisfestival te organiseren en regionale bijeenkomst. Zo blijf je betrokken. Het had ook kunnen zijn van nou hier is de methodiek en voer dat lokaal uit en zie maar hoe je dat doet. Maar dat is het dus niet. Je krijgt gewoon het gevoel van hé ik hoor erbij. Het is iets landelijks en iets groots en het groeit. Voor mij is het relevant omdat ik ook als coach betrokken ben, dus dat maakt de verbinding nog dichterbij dan als je alleen als regisseur werkzaam bent.

Interviewster: Ja precies. Zie jij de mensen op het kantoor in Den Haag als jouw collega's?

Respondent 3: Nee niet echt als collega's.

Interviewster: Hoe zou je ze dan omschrijven?

Respondent 3: Partners in crime? Als zijnde onderdeel van een beweging waar je mee bezig bent zijn zij partners in het totaal. Mijn collega's zijn hier alle medewerkers van de gemeente Waalwijk. Dat zijn collega's waar ik dagelijks mee opereer en in Den Haag zitten mijn partners om het lokaal een succes te maken. Dus het zijn niet echt collega's. Bijvoorbeeld met coaches is dat hetzelfde. We komen met coaches bij elkaar, dus we komen vaak bij elkaar. Daar heb je best wel een band mee. Maar het zijn medecoaches, geen collega's.

Interviewster: Denk je dat je zo ooit als collega's zou kunnen zien? Of denk je dat daar de afstand voor te groot is?

Respondent 3: Nee collega's hebben voor mij te maken met mensen waar je dagelijks mee werkt. Ik heb niet het idee van nee. Ja of ik moet ooit in Den Haag gaan werken, dan worden het collega's. Ik vind collega's mensen waar ik dagelijks mee aan de slag ga. En natuurlijk zijn ze in Den Haag ook bezig met dingen te realiseren voor mij hier in Waalwijk, maar dat zie ik niet als collega's.

Interviewster: Nee. En heb je wel het idee als je dingen terugkoppelt naar de organisatie dat ze goed naar je luisteren?

Respondent 3: Ja, dat wel. Ze stellen ook wel echt veel vragen. Ze betrekken je ook bij de beweging van het hele JOGG. Ik heb niet het idee dat ze iets in Den Haag verzinnen dan maar verspreiden door het hele land. Ze ontwikkelen het wel echt met de mensen van de werkvloer. Ook als ik zelf input heb of iets niet of wel goed gaat, dat dat ook wel echt wordt opgepakt en serieus mee wordt genomen.

Interviewster: Heb je daar een voorbeeld van dat ze dat goed oppakken?

Respondent 3: Bijvoorbeeld bij regionale bijeenkomsten waar je echt het gesprek met elkaar aangaat. Dan kan je dingen terugkoppelen vanuit de werkvloer naar de praktijk. Dat is wel wat ik ook meenemen, dat je ziet van hé. Dat zagen we bij trainingen, dat je zegt van ja heel praktisch je moest een training volgen voordat je een expert kon inzetten. Dan denk ik ja sorry ik kan niet zomaar alle trainingen volgen. Soms ligt de prioriteit niet voor mij, maar heb ik wel een expert nodig omdat opgang te krijgen. Dat is toen wel meegenomen van oh misschien moeten we daar misschien wat anders naar gaan kijken. Ze luisteren dan toch echt wel naar de werkvloer. Hoe moeten we onze trainingen inrichten, wat is de wens van regisseurs? In plaats

van continue naar Utrecht gaan met elkaar, dat ze zeggen hé we gaan het in het land organiseren. Dat hoor je wel van regisseurs dat ze dat landelijk goed oppakken.

Interviewster: Ben je trots om onderdeel te zijn van het landelijk netwerk?

Respondent 3: Ja, zeker. Als je ziet hoe erg JOGG is gegroeid en in hoeveel gemeenten we de aanpak uitvoeren en wat we allemaal bereiken, dan ben ik daar echt wel trots op. Het leukst is om de resultaten te zien. Dan ben je wel trots. Want daar heb je zelf aan bijgedragen.

Interviewster: JOGG komt niet wekelijks, maar wel eens in de landelijke media. Net als tijdens de Week voor de Gezonde Jeugd. Heb je dat gezien?

Respondent 3: Ja.

Interviewster: Ze doen daarnaast ook wel eens uitspraken zoals 'Wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken'. Dat is bijvoorbeeld een quote op de nieuwe website. Kan je je altijd vinden in de uitspraken die ze in de landelijke media doen? Of heb je wel eens gehad dat je dacht, nou daar sta ik niet helemaal achter.

Respondent 3: Nee, ik heb nog nooit gehad dat ik dacht ik sta er niet achter. Nee, dan kan ik niet zeggen van goh wat roepen jullie nu weer. In de landelijke media. Ik denk dat ze alles heel goed afwegen. Ik kan wel discussie hebben over als je het voorbeeld neemt van het bedrijfsleven. In hoeverre ben je het ergens mee eens of ze met iemand samenwerken of niet. Ik heb wel het idee dat ze over het algemeen een overwogen uiting hebben. Je kan het niet eens zijn met de uiting, maar ik ben het er wel mee eens hoe ze zich over het algemeen profileren. Bijvoorbeeld als ze zeggen wij werken absoluut niet met McDonalds. Dan kan ik wel met mensen discussiëren waarom je het wel of niet zou doen. Dus nee.

Interviewster: Staan ze open voor die discussie?

Respondent 3: Ja daar staan ze zeker voor open. Dat gevoel heb ik wel. Voor dat geval gaan ze wel open vizier het land in. Dat ze laten zien wat ze doen en hun eigen valkuilen en eigenaardigheden te onderkennen. Dat schromen ze ook niet. In dat geval hebben ze wel een goede media-afdeling zitten die dat ook wel monitoren en filteren om dat normaal te doen.

Interviewster: En hoe zou jij de discussie aan gaan met JOGG om je mening kwijt te willen?

Respondent 3: De grote vraag is of het dan een landelijke discussie wordt. Ik heb een hekel aan social media. Dus stel dat ik hier lokaal er mee te maken zou krijgen. Dat ik dat hier bijvoorbeeld, stel landelijk doet een uitspraak, maar de raad van Waalwijk spreekt mij hierop aan, dan zal ik hier in Waalwijk wel aan de slag moeten. En de discussie aangaan en bepaalde standpunten innemen. Maar dan schroom ik ook niet om even het landelijk bureau op te bellen en te vragen van hé waarom is dit statement en wat is jullie visie. Dan kan dat nog niet stromen met mijn visie, maar dan kan ik het wel verifiëren.

Interviewster: Zou je dan eerder Mark bellen of het landelijk bureau?

Respondent 3: in eerste instantie bel je dan Mark even. En als Mark daar dan antwoord op kan geven, dan kan hij daar een antwoord opgeven, maar anders bel ik even het landelijk bureau met een medewerker communicatie. Maar ik weet wel dat wanneer die uitspraken gedaan worden, ik wel het idee heb dat de regioaccountants weten wat er gebeurt.

Interviewster: Denk je dat de organisatie betrokken bij je is?

Respondent 3: Ja, ik denk wel dat ze alles weten wat ze moeten weten. Wat ik zei ik heb wel eens contact met Mark en als hij iets wil weten dat belt hij mij gewoon. En ik ken mensen uit de organisatie. Dus ja, ze zijn wel betrokken.

Interviewster: Dan wil ik even door naar de communicatie. Wat vind je zelf, wat zou jezelf omschrijven als goede communicatie?

Respondent 3: Ik denk dat je goede communicatie hebt als je met elkaar alles kan bespreken wat je moet bespreken, dat het snel gaat, dat is heel belangrijk en dat alles duidelijk is wat je moet doen en wat je wilt weten.

Interviewster: Waarom is snelheid zo belangrijk?

Respondent 3: Ja, op een dag moet je zoveel doen en je hebt maar een bepaald aantal uren, dus als je dan snel reactie hebt is dat altijd wel heel fijn. Je moet snel kunnen schakelen als JOGG-regisseur.

Interviewster: Oké. Heb je het idee dat die 'goede' communicatie er is met landelijk?

Respondent 3: Ja, ja zeker wel. Met Mark sowieso. Die bel ik altijd op als er iets is en hij belt mij altijd direct terug. Maar ook wel met de organisatie. Ik heb het idee dat ik wel weet wat ik moet weten. En eigenlijk weet ik nog wel meer dan andere regisseurs, omdat ik natuurlijk ook coach ben.

Interviewster: Ik heb je al even gevraagd hoe je communiceert met JOGG. Lees je ook wel eens de JOGG-update?

Respondent 3: Ja, jawel.

Interviewster: In hoeverre doe je dat?

Respondent 3: Matig. Als ik hem binnen krijg kijk ik er even met een schuin oog naar of ik een goed artikel vindt waar van ik denk ja dat vind ik interessant en dat slaat op wat ik mee bezig ben. Want niet alles is wat ik leuk vind en wat ik kan toepassen. En de wiki ja die gebruik ik eens in de zoveel tijd. Omdat het bijvoorbeeld noodzakelijk is in een programma die ik aan het opzetten ben. Ik zit niet wekelijks op de wiki. Hij gaat bij mijn niet standaard aan. Ik denk dat ik een keer per maand op de wiki kom.

Interviewster: Waarom doe je dan niet 's ochtends gelijk de wiki aan?

Respondent 3: Vanuit het idee dat ik daar niet de informatie vind die ik die dag nodig heb. En misschien dat het er wel opstaat. Maar het is een mega log apparaat.

Interviewster: Wat bedoel je daarmee?

Respondent 3: Er staat gewoon echt heel veel op en dan moet ik heel erg zoeken. We hebben het er al jaren over dat de wiki vol staat en moeilijk is om alles te achterhalen. Beetje bij beetje heb ik de logica dan wel gevonden. Maar dan zie je toch veel dat ik op thema's zoek. Het is niet dat ik daar alle onderzoeken zoek. Dat haal ik niet van de wiki af.

Interviewster: Zou je het fijn vinden om de mogelijkheid vinden op de wiki, van goh ik zoek dit en dit, maar ik kan het niet direct vinden weet jij waar dat staat?

Respondent 3: Dan bel ik meestal wel even.

Interviewster: Dan bel je?

Respondent 3: Ja, dan bel ik met het landelijk bureau van goh ik ben op zoek, kan je me even helpen. Dan verwijzen ze me wel door. Ik ben meer van het bellen, dat ik zeg stuur me dat even per mail door, dan dat ik zelf door een wiki ga zoeken of dat ik daar vragen ga zitten stellen. Soms vind ik het wel. Je hebt tegenwoordig bij websites als banken dat je een chat kan starten. Dan heb ik echt een hele specifieke vraag, dat iemand mij op chat kan helpen. Dat vind ik nog wel handig.

Interviewster: Zou je dat willen op de wiki?

Respondent 3: Nou ik denk dat ik er nog best wel eens gebruik van zou willen maken ja. Als ik heb van ja ik loop nu echt even tegen een vraag aan. En dat ik denk nou landelijk bureau help mij even. Dan ga ik even op de chat en dan zit er ook iemand die mij gelijk kan helpen. Dus dan is het wel handig. In plaats van dat ik een vraag drop en hopen wanneer het antwoord komt. Ik ben eerder nog wel geneigd om te bellen, maar dan zou zo'n chat wel handig zijn.

Interviewster: En wat versta je onder wel handig? Wat vind je er handig aan?

Respondent 3: Omdat het heel snel is, heel dynamisch. Ik hoef niet te wachten en ja je kan redelijk makkelijk. En op het moment dat blijkt dat het gesprek niet verder komt, dan zeg je ik bel je wel even. Dat maakt het dan ook wel handig. Helemaal als je kijkt dat je op je werkplek zit en je hebt duizend mensen om je heen. Als je dan moet bellen stoor je toch ook weer iedereen als het een lang gesprek wordt. Helemaal als je je computer erbij moet hebben. Dan is een chatfunctie toch wel heel handig. Ik heb van mezelf dan ook best wel een harde stem. Ik weet zo nu ook niet wat voor vragen ik zou stellen. Maar ik vind het wel praktisch. Ik maak erbij andere dingen wel gebruik van.

Interviewster: Wat lees je voornamelijk op de wiki en in de JOGG-update?

Respondent 3: Onderwerpen die hier spelen pik ik er altijd uit. Op de wiki lees ik graag altijd voorbeelden van anderen. Maar niet hoe ze een The Daily Mile gerend hebben, maar meer hoe de processen zijn verlopen of wat ze ondernomen hebben om iets te bereiken. Dat vind ik heel interessant.

Interviewster: En vind je het dan belangrijk dat een tekst creatief geschreven is?

Respondent 3: Tja, het leest wel fijner natuurlijk. Maar voor mij is het niet per se een vereiste. Het gaat mij vooral om de inhoud van een bericht. Als de onderwerpen aanspreken en ik er hier wat in de regio mee kan, mag het van mij ook zakelijker geschreven zijn. Maar mijn voorkeur gaat uit naar creatief hoor.

Interviewster: En de koppen? Hoe lees je die het liefst?

Respondent 3: Kort en bondig, denk ik? Als het onderwerp er maar uit spreekt, zodat ik weet wat ik kan verwachten.

Interviewster: Vind je dat teksten formeel en zakelijk geschreven moeten zijn of informeel?

Respondent 3: Dat maakt me niet zoveel uit. Maar als ik echt moet kiezen, dan denk ik informeel. Je gaat toch allemaal een beetje informeel met elkaar om, dus dat hoeft van mij dan niet zo zakelijk en formeel.

Interviewster: Vind je dat je verder voldoende informatie krijgt van de stichting?

Respondent 3: Ja.

Interviewster: Zijn er nog dingen die je zou willen weten?

Respondent 3: Nee. Ja ik krijg stiekem als JOGG-coach ook best veel informatie door. Ik zit daar een keer in de zoveel tijd. Dan komen we bijeen als JOGG-coaches en dan krijg ik de input van het landelijk bureau over wat er allemaal gebeurt en wat er allemaal gaande is. Dus dan denk ik dat ik wel meer weet dan andere regisseurs. Dus nee ik ben wel aardig op de hoogte.

Interviewster: Zou je naast vragenstellen op de chatfunctie het ook belangrijk vinden op andere momenten de dialoog aan te gaan? Bijvoorbeeld als je een leuk voorbeeld hebt dat je dat wil delen.

Respondent 3: Nee. Ik niet nee.

Interviewster: Deel je zelf veel met het landelijk bureau?

Respondent 3: Nee, omdat mijn manier van werken is dat alles op de achtergrond gebeurt. Ik zie vaak dat JOGG zegt van hé we hebben weer een leuke activiteit, of er zijn watertappunten geopend of we hebben weer een Daily Mile gerend. Dus dat is niet hoe ik werk. En dat gebeurt allemaal wel, maar het is niet dat daar een mega JOGG-stempel op zit. Dus ik wil dat niet perse delen. En als ik echt wat wil delen hebben we een Whatsappgroep met JOGG-regisseurs uit Brabant. Het is wel nog eens wel dat als er wat in Brabant gebeurt dat we dat delen met elkaar en samen daar een groter succes van maken. Ik weet niet of ik dat echt op een platform zou zetten?

Interviewster: Merk je dat je dagelijks veel behoefte hebt aan contact met andere lokale professionals?

Respondent 3: Nee niet dagelijks. Nee maar wel regelmatig. Maar we hebben hier sowieso een regionaal overleg tussen drie gemeenten. Dan komen we samen om het kwartaal om te kijken wat gebeurt er in de regio en waar kunnen we in samen optrekken. Dat is wel heel erg praktisch. En heel prettig, omdat je dan dichtbij een sparringpartner hebt. Daar deel je sneller wat mee en dan heb je wel een gesprek.

Interviewster: Zou je het zelf interessant vinden om met lokale professionals uit het hele land in contact te komen?

Respondent 3: Ja, maar dat realiseer ik dan wel door eerst een telefoontje te plegen. Dan bel ik Mark van Goh ik heb een voorbeeld gezien van hier uit Harderwijk. Wie moet ik dan bellen, dan kan ik kijken hoe ze dat opgepakt hebben. Ik denk dan niet dat ik op een platform ga zoeken. Dan zet ik gewoon Mark aan het werk.

Interviewster: Is het voor jou een meerwaarde om met andere lokale professionals uit de regio contact op te nemen? Of hou je het liever binnen je eigen regio?

Respondent 3: Dat is zeker wel een meerwaarde. Hier weten we precies wat iedereen doet en ben je van elkaar op de hoogte. Maar ik kan me voorstellen dat ze ook leuke ideeën verzinnen in andere gebieden van Nederland. Dus daar zou ik wel over willen weten, maar of je dat hier

ook kan toepassen dat is dan de volgende vraag. Maar het contact op zich en de voorbeelden die je krijgt van andere vind ik zeker niet verkeerd.

Interviewster: Stel er is een platform waar jullie inspiratie kunnen delen, dan zou het kunnen dat je daar de informatie vandaan haalt. Zou je dat wel doen?

Respondent 3: Ja, oké. Dat zou misschien wel interessant zijn. Het is dan wel het gevaar dat het vol staat met van alles. Dan heb ik het idee dat het onoverzichtelijk wordt met goh wat is het allemaal fantastisch. En dat kan ik ook kopiëren naar mij toe. Dat hebben we al te veel in het land en dat werkt over het algemeen niet. Maar het is wel interessant om te zeggen van hé we hebben 136 regisseurs, die zitten op een platform om vraagjes te kunnen stellen of dingetjes te kunnen delen. Als het maar geen platform wordt waar iedereen zijn good practises op zet met een grote menukaart en allerlei activiteiten die ik ook zou kunnen doen. Omdat ik 9 van de 10 keer denk iets wat in Harderwijk werkt, werkt niet in Waalwijk. Het is al zelfs zo dat iets wat is Oost-Brabant werkt, werkt in West-Brabant niet. Een beetje het idee meenemen vind ik wel leuk. Maar ik zou het meer houden met contact met alle regisseurs waar ze wel leuke dingen kunnen delen, waar je makkelijk contact kan leggen. Dus dan misschien wel van goh er komt iets uit Harderwijk, wie is Harderwijk, nou ik ga hem is bellen.

Interviewster: Zou je concrete voorbeelden hebben van wat je dan wel echt zou willen zien op het platform? Of wat je zelf zou delen?

Respondent 3: Nou zoals nu bijvoorbeeld. Goh hoe wordt JOGG opgenomen in de coalitieakkoorden. Wat is nu de positie van JOGG regionaal in de politiek. Waar loopt men tegen aan en hoe ontwikkeld zich dat. Waarom lukt het bij de ene gemeente wel en bij de andere gemeente niet. Mocht je met dat vraagstuk lopen, dat je dat dan kan vragen. Komt het door de politieke partij of iets anders. Dus niet we hebben een fantastische Daily Mile gerent in Vlissingen. Dan denk ik ja hartstikke leuk voor je, maar ik vind het niet boeiend.

Interviewster: Vind je wel dat er voldoende inspiratie op dit moment is?

Respondent 3: Ja, ze doen zeker wel hun best om voldoende inspiratie te leveren. Maar als ik er nu over nadenk zijn dat wel dingen die ik nog wel zou willen zien.

Interviewster: Dus je zegt eigenlijk als het er zou komen moeten er goede richtlijnen komen van wat wel en wat niet gedeeld mag worden.

Respondent 3: Ja, dat het geen nieuwe Twitter wordt. Je ziet op Twitter iedereen alles delen. Maar je zou het platform wel kunnen delen op de pijlers. Dat zijn wel belangrijke organisatorische dingen in plaats van leuke activiteitjes. Die zou ik erop zoeken.

Interviewster: Heb je verder ook behoefte om met lokale professionals wat minder zakelijke gesprekken te voeren, maar meer een sociale band op te bouwen?

Respondent 3: Een informele samenwerking. Je bedoelt in Waalwijk?

Interviewster: Nee met andere lokale professionals.

Respondent 3: Ja, maar dat hebben we al. Dat gaat lekker in een WhatsApp, dat gaat allemaal heel amicaal. We kennen elkaar, we weten elkaar te vinden en dat gaat al redelijk informeel.

Interviewster: Wat bespreek je dan bijvoorbeeld?

Respondent 3: De laatste vraag was: werkt iemand samen met de Laco-zwembaden? En dan komt daar reactie op. En bijvoorbeeld dat de provincie zich bezig houdt met groene speeltuinen. Een melding vanuit Tilburg dat er 15 gratis watertappunten komen. Eigenlijk heel amicaal van goh waar ben je mee bezig of je hebt een vraagje. Pasgeleden kwam er een vraag van iemand uit Graven van goh ik ga met zwangerschapsverlof, weet iemand een vervanger om dat te doen. Het is wel vooral regionaal. Maar dat is een beetje de Brabantse gezelligheid onder de rivieren.

Interviewster: Hecht je veel aan de WhatsAppgroep?

Respondent 3: Nee als ik eruit ben, ben ik eruit. Maar het is wel praktisch.

Interviewster: Maar dan zou je het misschien wel missen?

Respondent 3: Ja af en toe een vraagje stellen is wel erg handig.

Interviewster: Ben je ook naar het Kennisfestival geweest?

Respondent 3: Ja.

Interviewster: We hadden daar ook een app voor, had je die ook?

Respondent 3: Ja.

Interviewster: Je had op de app de mogelijkheid om vragen te stellen. Dat werd ook door sommige mensen wel gedaan. Wat vond je daarvan?

Respondent 3: Ja, ik heb daar verder niks mee. Ik heb de app gedownload zodat ik niet te laat kwam en zag waar ik moest zijn. Ik moest zelf ook een workshop verzorgen. Dus ik het is wel even om te weten van hé wat is het programma. Maar zo'n chatfunctie gebruik ik dan niet. Nee, waarom weet ik eigenlijk ook niet.

Interviewster: Nee?

Respondent 3: Nee het is niet dat ik zeg dat vind ik stom. Maar ik gebruik het gewoon niet. Op het festival zelf klets ik wel met veel mensen. Ik ken ook best veel mensen. Voor mij is zo'n Kennisfestival ook meer een bijkletsmomentje. Maar ik gebruik het dus niet, maar ik kan me wel voorstellen dat anderen het wel gebruiken. Ik zou zo'n app ook nog wel interactiever willen maken op het festival zelf.

Interviewster: Hoe bedoel je dat?

Respondent 3: Dat als er een vraag is in de app dat dat bijvoorbeeld op het festival op een scherm komt te staan. Die vragen komen dan voorbij en er is dan een presentator die de vragen omriep. Dat zag ik eerder ook op een festival binnen de regio. Dat is heel interactief. Normaal kijken mensen totaal niet naar de vragen, maar dan wel. Nu is het binnen een heel klein groepje dat mensen reageren.

Interviewster: Stel we maken dan dus een platform. Daar staat een vraag op. Zou je dan een melding willen krijgen in bijvoorbeeld je mail?

Respondent 3: Nee. Ik hoef geen meldingen in mijn mail.

Interviewster: Zou je dan op een andere manier een melding willen krijgen?

Respondent 3: Weet ik eigenlijk niet. Meestal met meldingen in mijn mail, die neem ik voor lieve. Ik krijg al genoeg mail, dus dan hecht ik aan de mails niet zoveel belang. Eigenlijk zou je

dagelijks op dat platform moeten zitten om vragen te beantwoorden. Maar ik weet niet of ik dat zou doen. Maar ik zou het ook heel irritant vinden als ik elke keer meldingen krijg van goh er is weer een vraag. Ik denk dat er al heel veel open blijft staan. Er zijn 136 gemeenten, dus dan denk ik dat het heel irritant gaat worden. Dan haak ik af.

Interviewster: Stel je komt op de wiki en dan krijg je een melding met de laatste vraag. Dan hoef je nog niet eens op het platform te zitten. Dit bedenk ik even ter plekke, doorgaand op wat jij vertelt. Zou je dat wat vinden?

Respondent 3: Ja, wel als ik er al ben. En ik dan een melding zie van goh deze vraag staat al heel lang open. Ik ga er dan ook echt bewust naar toe, omdat ik dan informatie zoek of iets anders op de wiki wil vinden. Wie weet vind ik dat platform wel zo leuk dat ik dagelijks ga kijken wat er online gebeurt. Dat zou ik nog wel kunnen waarderen denk ik. En als je dan zo'n pop-up op het scherm krijgt met open vragen, dan zou dat wel interessant kunnen zijn. Het zou ook interessant kunnen zijn, als je ingelogd blijft, dat iemand redelijk makkelijk met jou in contact komt. In een soort chatbericht. Dat is dan heel irritant, want dan moet je ingelogd zijn. En dat doe je dan niet?

Interviewster: Nee?

Respondent 3: Nee, ik denk niet dat ik mij iedere morgen als ik op mijn werk kom ga inloggen op het platform.

Interviewster: Denk je ook niet dat je veel informatie uit het platform kan halen?

Respondent 3: Ja, als ik er heel veel uit haal, dan zit ik er wel iedere dag op.

Interviewster: Wanneer haal je er heel veel uit?

Respondent 3: Geen idee.

Interviewster: Dat weet je niet?

Respondent 3: Nee daar heb ik even geen voorbeelden van. Maar het moet in ieder geval wel iets toevoegen aan mijn werk.

Interviewster: Denk je dat een platform kan bijdragen aan de relatie met JOGG?

Respondent 3: Ja, mijn relatie met JOGG is al goed. Maar ik kan me voorstellen dat anderen zoiets hebben dat ze sneller in contact kunnen komen met professionals op een bepaald gebied. Maar voor mij zelf, ik weet bij wie ik moet zijn voor wat, dus ik denk voor mezelf niet zoveel.

Interviewster: Moet JOGG dan vooral actief zijn op het platform of moeten ze meer op de achtergrond blijven?

Respondent 3: Ik denk dat ze in het begin wel het gesprek moeten aanzetten, zodat het gaat leven en dat de rest volgt. Dus in het begin moeten ze denk actiever zijn dan erna. Maar het is wel goed als ze de regie houden op het platform, zodat ook niet alles er zomaar op komt te staan. Dus daar ligt wel een duidelijke rol voor hen.

Interviewster: Oké. Je vertelde net al dat je een hekel hebt aan social media.

Respondent 3: Nou ja, hekel is een groot woord. Maar ik ben niet iemand die er heel actief op zit.

Interviewster: Zit je zelf wel op social media?

Respondent 3: Ja, ik heb wel een Facebookpagina, maar ik post eigenlijk zelden wat. Ik zit ook op LinkedIn zakelijk, maar dat is gewoon een grote bende, daar doe ik eigenlijk vrij weinig mee. Ja WhatsApp gebruik ik dan wel. Dat is voor mij een heel handig communicatiemiddel, met vrienden en met JOGG in zo'n appgroep. Dat vind ik wel praktisch. Twitter gebruik ik echt zakelijk gebruik ik als regisseur uit Waalwijk. Dat gebruik ik dan wel regelmatig, ook niet dagelijks.

Interviewster: Als je kijkt naar jezelf persoonlijk, zou je dan zeggen dat je dagelijks op Facebook en LinkedIn zit, of een keer per week of een keer per maand?

Respondent 3: Dagelijks 5 minuten. Zoiets?

Interviewster: Ben je dan vooral aan het kijken of aan het reageren of posten?

Respondent 3: Nee aan het kijken. Het is eigenlijk best wel nutteloos. Ik ben veel aan het scrollen. Het is niet dat ik heel veel actieve vrienden heb die daar ook veel mee bezig zijn. Dus nee.

Interviewster: Was lees of volg je dan vooral? Informatieve berichten of leuke filmpjes of iets anders?

Respondent 3: Ja wel leuke filmpjes, daar kan ik soms wel bij blijven hangen. Ja een stukje informatief in waar mijn interesses liggen. Als er iets voorbijkomt dan kijk ik daar wel even naar. Maar zowel in een filmpje of een artikeltje dat kijk of lees ik dan wel even. Maar ik kijk echt heel kort, ik heb betere dingen te doen. Dus nee Facebook echt 5 minuten. Twitter kijk ik vaak wel even wat vaker, maar dat is echt vooruit werk.

Interviewster: Reageer je op Twitter ook op anderen?

Respondent 3: Ja, ik reageer dan wel op anderen vanuit mijn werk. Ik kijk dan ook nog wel eens van wat gebeurt in JOGG Waalwijk, wat voor leuke activiteiten hebben we. Dat wordt dan ook wel gepost.

Interviewster: En is er een reden dat je Twitter wel zakelijk gebruikt maar niet privé?

Respondent 3: Ik zou niet weten hoe ik dat privé zou moeten gebruiken. Persoonlijk zou ik zeggen WhatsApp en bellen en afspreken, maar niet van ik stuur even een Twitterbericht. Dat heb ik helemaal niet. En ook niet als ik op zoek ben dat ik op Twitter zoek. Dat doe ik dan wel op Google, maar nee. Ik ben eigenlijk heel inactief. En morgen is Bye Bye Facebook eh, van Arjan Lubach. Maar ik denk niet dat heel veel mensen hun Facebook gaan verwijderen.

Interviewster: Nee?

Respondent 3: Nee, dat zijn alleen maar praatjes. Mensen blijven toch wel.

Interviewster: We hebben net al even over een platform gehad. Heb jij een voorkeur voor een platform site. Dus bijvoorbeeld op Facebook of LinkedIn of op de wiki?

Respondent 3: Jawel als het een forum is. De wiki zie ik echt als kennisportaal. Daar is de wiki voor. Wikipedia is ook nooit bedoelt om met elkaar te kletsen. Ik zou ook geen Facebook gebruiken. Ik ben niet heel actief, dus dat zou ik dan ook niet heel actief volgen. Op het moment

dat het een platform is wat wordt door gelinkt vanuit de wiki, dan zou ik het wel naar een ander portaal sturen. En dan is het aan jou om daar een forum voor te verzinnen.

Interviewster: Ja, dat klopt haha. Is er een functie aan het platform wat je echt een vereiste vindt?

Respondent 3: Dat ik redelijk makkelijk in contact kan komen met de andere regisseurs. Dat ik wel weet van oké daar kan ik even heel snel terecht komen bij degene die in Groningen zit.

Interviewster: En dan via een chatfunctie. Of zou je dan gewoon contactgegevens willen zien?

Respondent 3: Mag van mij beiden. Op het ene moment is het ene ideaal en op het andere moment is het andere ideaal.

Interviewster: Ik heb dan nog een vraag met 9 kaartjes. Daar staat overal wat anders op. Eigenlijk zou ik je willen vragen of je ze van meest naar minst belangrijk wil leggen en dat je dan wil toelichten waarom je dat dan het meest of minst belangrijk vindt op het eventuele platform.

Respondent 3: Bedoel je met vrijetijdsbesteding een soort Tinder?

Interviewster: Nee Tinder is wel heel wat anders. Maar het is wel om een persoonlijke band op privégebied op te bouwen.

Respondent 3: Oké, nee daar heb ik niet echt behoefte aan nee... oké dit is hem.

Interviewster: Wil je toelichten waarom je wat als eerste hebt gekozen enzovoort.

Respondent 3: Ja direct contact met JOGG-bureau via een chatfunctie. Ik vind dat wel heel erg praktisch. Buiten het feit dat ik heel makkelijk met de regio-accountant kan bellen en dergelijke. Het maakt het wel even heel snel en handig, waarin je direct kan sparren, waaruit weer het een en ander voort kan ontstaan. Dat zou ik wel heel fijn vinden als dat er is. Als ik dan kijk, met de andere professionals praten via een chatfunctie of een andere vorm, dat maakt mij niet uit, maar dat zou ik wel fijn vinden. Dat je makkelijk in contact komt met de andere regisseurs en kennis kan delen. Want er gebeurt wel erg veel, maar ze zitten allemaal ver weg. Ik ken de regio Brabant, dus als je daardoor nog meer contact krijgt landelijk, dan is dat wel interessant. Ik zou het ook wel fijn vinden als ik op het platform een vraag kan dropen en dat daar dan uit verschillende hoeken op gereageerd kan worden. Ik weet niet welke vraag dat zo is, maar vragen stellen vind ik altijd wel prettig. Plek vier is lokale voorbeelden en informatie delen en krijgen. Dat vind ik gewoon hartstikke leuk om te zien, wat er gebeurt en het is niet dat ik denk van o god alle voorbeelden zijn ook meteen toe te passen hier. Maar ik heb wel dat ik niet alle voorbeelden te zien hoe mensen iedere dag The Daily Mile rennen. Echt inhoudelijk, wat ik net ook zei op die vijf pijlers. Van oké hoe heb je dat gedaan met politiek bestuurlijk draagvlak.

Interviewster: Zou je bijvoorbeeld dan communicatieplannen willen delen?

Respondent 3: Ja, dat is echt organisatorisch. Van goh heeft iemand daar een voorbeeld van en kan iemand mij hier mee verder hebben. Dus echt de organisatorische kant. Dit zijn allemaal leuke activiteitjes, maar dat heb ik niet nodig. Inspireren en geïnspireerd worden, dat bedoel ik ook op het organisatorische. Stel dat ik in een keer iemand zie van goh er komt een coalitieakkoord voorbij en op punt twee staat JOGG. Dat ik dan denk van goh hoe krijg je dat voor elkaar, dus dat je elkaar zo inspireert.

Interviewster: En hoe zou jij andere inspireren?

Respondent 3: Door een plan van aanpak neer te zetten. Iets waarvan ik achter sta, welke stappen ik heb ondernomen om daadwerkelijk een breed draagvlak te krijgen binnen het gemeentehuis bijvoorbeeld. Dus daar zit mijn succes. Zoiets. Maar misschien ook wel iets van goh dit is totaal misgegaan, ik waarschuw even de rest van het land. Ik heb hier een deal gesloten met McDonalds, maar McDonalds doet toch een andere weg bij wijzen van spreken. Dat je mensen kan inspireren van denk goed na over. Op de hoogte blijven van de werkzaamheden van JOGG-bureau. Ja dat word ik toch wel. Hartstikke leuk, maar het moet niet een grote zendpartij worden. We krijgen al veel informatie door JOGG-updates etc.

Interviewster: Vind je dan vooral de interactie belangrijk?

Respondent 3: Ja, daar zit voor mij wel echt het begin. En dan vooral het informatie krijgen over de JOGG-aanpak, ja die ken ik onder tussen wel. Maar net startende JOGG-regisseurs kunnen dat best interessant vinden. Maar voor mij is dat dan dus minder interessant, omdat ik al lang bezig ben met JOGG. Amusement hoeft van mij niet en vrijetijdsbesteding bespreken ook niet hoor. Bel me maar even op als je iets wilt weten over bezienswaardigheden Waalwijk, maar op een platform ga ik daar niet op reageren.

Interviewster: Ik maak even een foto. Ik heb nog een vraag. Ik heb een idee voor het platform uitgewerkt. Je kan er vragen op stellen als lokale regisseur en daarop reageren. En ook JOGG kan reageren. Daarnaast kun je webinars kijken. Stel je hebt een vraag over politiek bestuurlijk draagvlak, dat je dan op de poll invult dat je over die pijler meer zou willen weten. En dan nemen de medewerkers van JOGG een webinar live op, die je live kunt kijken, zodat je direct vragen kan stellen. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 3: Ik denk dat het heel goed is. Het is heel makkelijk informatie krijgen, ik vind webinars een hele fijne manier om informatie te vergaren zeg maar. Ik zou dat wel heel goed vinden en ook dat je vraagt waarom organiseren we een webinar, wat moet het thema zijn. Je kunt van alles zelf verzinnen, maar de mening van anderen vragen vind ik wel interessant. Dan sluit het ook echt aan op mijn informatiebehoefte. Ik denk dat je met de webinars wel lekker divers mee aan de slag gaan. De poll zou ik ook wel invullen.

Interviewster: Zou je ook zelf naar de webinars kijken?

Respondent 3: Ligt aan het onderwerp.

Interviewster: En als het een onderwerp is wat je aanspreekt?

Respondent 3: Ja, dan ga ik er wel voor zitten. Maar op die poll moeten wel genoeg mensen reageren, anders kun je het webinar beter uitstellen. Dus niet dat er maar 15 mensen gereageerd hebben. Anders is het onderwerp misschien alsnog niet interessant genoeg en is het een beetje zonde om een webinar te maken. Ik zou zeggen dat Mark moet zorgen dat wij de nieuwe poll invullen. Dat hij dat even in onze WhatsApp meldt. Een persoonlijke uitnodiging. Dat zou ik dan doen via in deze Mark. Want ik moet eerlijk zeggen, op het moment dat ik een mailtje van Mark binnen krijg, dan lees ik hem eerder dan dat ik een mailtje krijg van JOGG-bureau.

Interviewster: Waarom is dat dan?

Respondent 3: Omdat ik dan minder snel denk dat het zenden van informatie is en meer een gerichte vraag op mij. Anders wordt het weer veel zending vanuit JOGG-bureau. Dus ik zou de adviseurs inzetten.

Interviewster: Heb je eigenlijk een voorkeur voor beeld of tekst?

Respondent 3: Ja, plaatjes.

Interviewster: Afbeeldingen dan of filmpjes.

Respondent 3: Ja, mag beiden. Er mag van mij best wel wat tekst bij staan. Maar ik ben er wel van overtuigd dat beelden inspireren en teksten niet.

Interviewster: Wil je dan animaties zien of een filmpje zien dat er door mensen iets wordt uitgelegd?

Respondent 3: Ik denk dat het belangrijk is afhankelijk van het onderwerp wat voor middel je inzet en op welke manier. Als het een heel serieus onderwerp is zou ik een webinar organiseren. Maar als je even wilt laten zien wat er mogelijk is met fruit om te inspireren, dan zou ik daar een animatiefilmpje van maken. Of het nou een filmpje is of een animatie of een audio. Het kan ook nog een audio zijn. Een tekst kun je wel aantrekkelijk maken door er een mooi beeld bij te zetten.

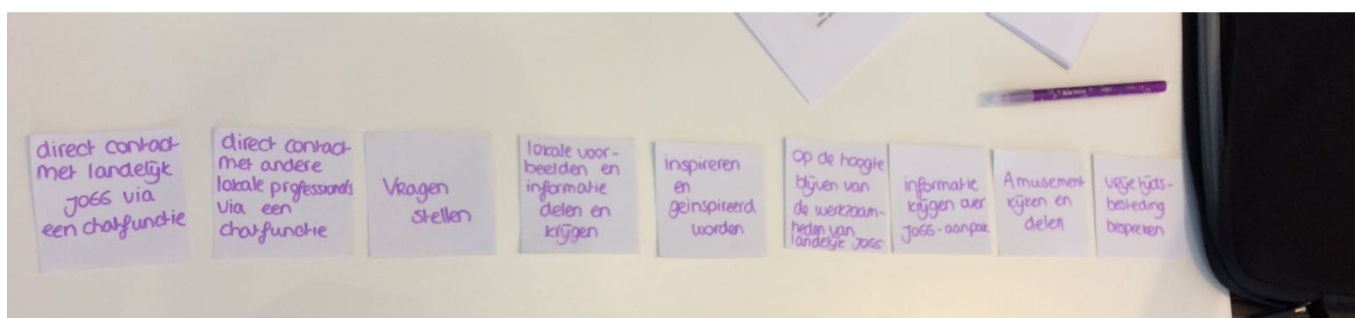
Interviewster: Oké. En het vraag-antwoordschema hebben we het al even over gehad. Dat je graag wilde dat het goed gecategoriseerd wordt.

Respondent 3: Ja en dat mensen er ook echt goed naar toe geleid worden. Wat ik ook net in mijn rijtje neerlegde, ik vind het wel interessant om met anderen in contact te komen. Maar ja, dan echt wel zorgen dat het op de organisatorische kant blijft. Dat het niet een vergaarbak wordt van leuke filmpjes van kinderen die om een school heen rennen.

Interviewster: Oké, dat snap; ik. Dat was ook mijn laatste vraag.

Respondent 3: Oh oké, nou ja ik vond het leuk om mee te doen.

Interviewster: Ja, heel erg bedankt voor je deelname. Ik ga de opname even stopzetten.



Figuur 24. Card Sorting-test respondent 3. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 25-07-2018

Duur: 4 minuten.

Interviewster: Hoi, Wat leuk dat je nog even tijd voor me vrijmaakt.

Respondent 3: Hoi Esther. Ik doe het graag. Ben net terug van vakantie, dus had wel weer tijd. Had ik ook gezegd natuurlijk, als je nog meer informatie nodig hebt mag je me gewoon bellen of mailen. Dus voor mij geen probleem.

Interviewster: Ja, helemaal super. Had je mijn mailtje nog gelezen?

Respondent 3: Nee nog niet. Ik pak hem er nu even bij.

Interviewster: Oké, zoals ik in de mail heb geschreven ben ik dus nog niet geslaagd voor mijn onderzoek en ik wilde even een hypothesen wat sterker testen met wat extra vragen. Het gaat om voorbeeldberichten die JOGG eventueel op het platform met alle lokale professionals kan plaatsen. En mijn vraag is er dan bij vind je dit interessant, creatief of deelbaar. Met deelbaar bedoel ik dan dat je het bericht misschien zou delen. En zou je er iets mee doen? Bijvoorbeeld liken of reageren?

Respondent 3: Oké, duidelijk. Even kijken. Bericht 1 gaat over Coca-Cola zie ik. Ja, dat vind ik altijd wel interessant. Mensen blijven kritisch over dit soort samenwerkingen. Dat is ook juist heel goed, maar hiervoor moeten we wel op scherp staan. Dus ik denk dat dit soort berichten wel goed zijn om te delen. Maar ja, of ik het dan zou liken of delen? Ik zou het artikel wel lezen, maar dan moet het geen heel lang artikel zijn. En als dat aanspreekt, ja dan zou ik het misschien wel delen of liken. Ik zou het wel delen als ik denk hé, dit is voor die van belang of die had daar pas een vraag over. Dan zou ik dat zeker doen.

Interviewster: Oké, en wat vind je van de berichten 2 en 3? Je ziet daar steeds hetzelfde berichtje. Maar dan net even anders geschreven. Zou je dit creatief noemen?

Respondent 3: Ja, dit vind ik wel creatief ja. Die tweede is leuk geschreven, ik zie het gelijk helemaal voor me. Maar of het echt veel meer toegevoegde waarde heeft. Misschien ook wel, het maakt het wel leuker om te lezen.

Interviewster: Zou je dit bericht eerder liken dan het 'minder creatieve' bericht.

Respondent 3: Ja, ik denk het wel. Dit spreekt meer tot de verbeelding, dus dat zou ik wel liken.

Interviewster: En wat vind je van bericht drie?

Respondent 3: Bericht drie vind ik goed om te delen binnen de gemeente. Dit laat eigenlijk zien dat wat ik doe ook goed is. Het bericht is dus een goede onderbouwing dat JOGG werkt en belangrijk is voor de volksgezondheid. Dus dit bericht vind ik wel goed. Ik zou dit ook wel liken. Ik vind het trouwens ook wel leuk dat het een animatiefilmpje is. Dat vind ik altijd wel pakkend.

Interviewster: Leuk om te horen. Dan wil ik je graag nog een keer bedanken voor je deelname.

Respondent 3: Geen probleem. Succes nog!

Interviewster: Dankjewel!

Respondent 4

Datum: 12-04-2018

Gemeente: Gelderland

Fase: 2

Functie: Beleidsambtenaar

Leeftijd: 34

Duur: 34 minuten

Gesprek

Interviewster: Zou je voor mij eerst even willen zeggen hoe oud je bent, voor welke JOGG-gemeente je werkzaam bent, in welke fase de gemeente zit en welke functie je hebt.

Respondent 4: Ik ben 34 jaar, ik werk voor een gemeente in Gelderland als beleidsmedewerker Sport en we zitten nu in het zesde jaar, dus we zitten nu aan het einde van de tweede fase.

Interviewster: Kan je wat vertellen over je werkzaamheden?

Respondent 4: Voor JOGG?

Interviewster: Ja voor JOGG.

Respondent 4: Oké, nou die zijn minimaal. We hebben hier buurtsportcoaches. Zij voeren heel veel van JOGG uit. Ik heb nu sport bijna een jaar in mijn pakket. En daarvoor merkte ik dat daar niet zoveel mee gebeurde. Ik heb wel geprobeerd daar iets meer grip op te krijgen. Met zijn drieën proberen we steeds meer grip te krijgen over wat er in de gemeente gebeurt op het gebied van sport en gezondheid. En door middel van factsheets etc. hoor ik van de buurtsportcoaches wat er allemaal gebeurt en houden ze mij op de hoogte. Zelf behalve de buurtsportcoaches regel ik het inkomen en monitor ik of er genoeg gebeurt aan JOGG en heb ik verder niet heel veel werkzaamheden aan JOGG.

Interviewster: Oké. Je zegt dus dat je er niet heel veel werkzaamheden hebt aan JOGG. Heb je wel contact met JOGG?

Respondent 4: Eigenlijk niet veel. Af en toe wel een overleg of een voortgangsgesprek. Verder rest maak ik daar niet veel gebruik van.

Interviewster: Mis je dat?

Respondent 4: Nee, ik weet niet wat ik moet missen dus nee. Ik vind ook dat omdat wij daar de buurtsportcoaches daar verantwoordelijk voor hebben gemaakt, dat ik dat niet hoeft te doen. Ik vind dat zij daar in eerste plaats verantwoordelijk voor zijn. Ja natuurlijk ben ik er zelf ook wel verantwoordelijk voor. Maar ik heb hun ingekocht om de vijf pijlers goed uit te voeren. Dus zij zijn daar in eerste instantie verantwoordelijk voor. En ik ben ervoor dat het ook gebeurt op de achtergrond.

Interviewster: Heb je ook een beeld bij JOGG?

Respondent 4: Jazeker. Ik volg ook gewoon de nieuwsbrieven en ook JOGG in het nieuws. Dus in dat opzicht heb ik wel een beeld van ze ja. En Ellis, de regioadviseur, heb ik al een aantal keer gesproken. Dus daar heb ik wel een beeld bij ja.

Interviewster: En wat vind je van ze?

Respondent 4: Ja goed, landelijk zou, ik kreeg net een folder, maar daar stond alleen JOGG op bijvoorbeeld met een telefoonnummer van alleen Den Haag. Dat soort dingen zouden wat meer regionaal georganiseerd mogen worden. Dat bijvoorbeeld de regisseurs naam op de folder staat of gemeente sportief en gezond. Iets meer nadruk op het lokale. De verbinding tussen lokaal en landelijk zou in mijn optiek wat beter gemaakt mogen worden. Als mensen een folder lokaal in handen krijgen met alleen een nummer van Den Haag, dan kan dat drempelverhogend werken. En als je altijd iemand ziet in zijn buurtsportcoachjas en je ziet de naam van deze persoon ook op een flyer staan met het logo, dan werkt dat drempelverlagend.

Interviewster: Oké. Wat vind je van de werkverhouding tussen landelijk en lokaal JOGG.

Respondent 4: Dat heb ik vanaf de hele verre zijlijn meegemaakt. Maar volgens mij is daar regelmatig contact. Ze helpen regisseurs op allerlei gebieden. We hebben een monitor ingevuld met dingen die we zouden willen verbeteren. En nu gaan ze ons helpen die dingen te realiseren, dus volgens mij is dat wel heel goed.

Interviewster: Oké. Voel je je verbonden bij de stichting?

Respondent 4: Nee, omdat het JOGG bij ons meer onder de noemer valt van Nijkerk sportief en gezond. En daar voel ik me wel verbonden bij. Dan sta ik daar natuurlijk wel helemaal volledig achter. Ik vind het ook belangrijk dat jongeren gezond opgroeien. Maar om nou te zeggen dat ik me verbonden voel met JOGG, nou nee. De uitgangspunten die zij ook willen, daar streef ik ook wel. Ik denk ook wel dat het komt door de afstand, omdat ze in Den Haag zitten. En daarnaast zie ik ze maar twee keer per jaar. Dus ja, nee ik ben niet echt betrokken bij ze.

Interviewster: Zou je je wel meer betrokken willen voelen bij de stichting?

Respondent 4: Nee, omdat wij het op een andere manier georganiseerd hebben. Nee, ik denk het niet.

Interviewster: Heb je het idee dat de stichting betrokken bij jou is?

Respondent 4: Bij mij persoonlijk niet zoveel, dat komt omdat ik een beetje op de achtergrond sta. Maar ik heb het idee bij de gemeente wel en bij de regisseur wel. Maar gewoon puur omdat hij er echt dagelijks mee bezig is. En ze weten wel wat hier speelt. Dus in die zin, ja.

Interviewster: Je bent wel onderdeel van een landelijk netwerk. Als je dan ergens iets ziet van JOGG of je ziet ze in de media, ben je er dan trots op om onderdeel van het landelijk netwerk te zijn?

Respondent 4: Ja, als je dan ziet wat we bereikt hebben, dan ben ik daar wel trots op ja. Dat denk ik soms al als ik alleen kijk naar de nieuwsbrieven. Dan denk ik wel eens van goh waarom staat Nijkerk er niet op. Soms ben ik daar dan wel jaloers op dat andere gemeenten wel dingen

lukken. Maar over het algemeen is het wel heel tof dat je met zoveel gemeenten dit kan bereiken. Dat is wel leuk ja.

Interviewster: Je zegt ook, ik ben soms wat jaloers op andere gemeenten. Zou je dan ook de behoefte hebben om met die gemeenten in contact te komen en te vragen hoe zij bepaalde dingen doen?

Respondent 4: Ja zeker, in de regio wel. Het hoeft van mij niet alleen op JOGG. Je komt ze wel tegen en ik weet ongeveer wel welke gemeenten er bij JOGG zitten. Dus dat hoeft niet per se. Het maakt dat echt uit hoe hoog iets op de beleidsagenda staat. En de vraag is dan ook heeft het echt met geld te maken. Dus ja, dan ben ik soms wel eens jaloers. Maar goed dan kan ik soms ook wel weer mooie voorbeelden laten zien van anderen, van hé dit kan ook.

Interviewster: Je zegt in de regio wel? Daarbuiten niet?

Respondent 4: Nee, dat hoeft van mij niet per se. Als ik voldoende informatie hier uit de regio kan halen, dan is dat prima. Maar stel er komen leuke voorbeelden of goede plannen ergens anders vandaan, dan is dat natuurlijk ook prima. Maar ik hoef er niet echt contact mee te onderhouden.

Interviewster: Dus op zich zou je zeggen dat de inspiratie er vanuit JOGG wel is?

Respondent 4: Ja, natuurlijk.

Interviewster: Wat vind jij inspirerend?

Respondent 4: Ik denk met name hoe andere gemeenten dingen hebben gefinancierd en hoe ze bepaalde samenwerkingen aan zijn gegaan, maar ook de lokale borging hoe ze dat in iedere gemeenten doen. Dat vind ik wel interessant en inspirerend.

Interviewster: Je hebt al gezegd dat je eigenlijk niet heel betrokken bent bij de stichting. Zou je ze wel kunnen omschrijven als collega's?

Respondent 4: Nee, maar dat komt echt omdat zij gewoon niet bij een gemeente werken.

Interviewster: Zie je medewerkers van andere gemeenten wel als collega's?

Respondent 4: Ja, degene die met sport bezig zijn noem ik dan wel collega's.

Interviewster: En zou je denken dat als JOGG zelf wat meer met sport bezig zou zijn of meer betrokken raakt, zou je ze dan wel als collega's kunnen zien?

Respondent 4: Ja, is dat belangrijk? Zou het moeten?

Interviewster: Nee, dat hoeft zeker niet. Maar ik denk dat het iets zegt over de samenwerking en de betrokkenheid.

Respondent 4: Ja, maar ik kan prima samenwerken met iemand die geen collega is. Maar al zou ik wat meer contact hebben met ze, dan zou ik ze wel meer als partner gaan zien. Dat zie ik nu niet. Maar dat kan ook omdat ik meer op de achtergrond ben. En dat de regisseur misschien wel veel meer contact heeft en ze wel als collega's ziet. Dat weet ik niet.

Interviewster: Oké. Nou JOGG komt ook wel eens in de landelijke media. Een paar weken geleden ook tijdens de week voor de gezonde jeugd. Ze hebben dan wel eens uitspraken als: wij denken wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken. Sta achter deze uitspraken.

Respondent 4: Ja tuurlijk.

Interviewster: Ben je het ook eens met hoe JOGG het profileert in de landelijk media?

Respondent 4: Ja maar volgens mij gaat dat ook wel goed. We werken hier bijvoorbeeld ook heel goed samen met de Albert Heijn. Maar met andere partijen begrijp ik is het moeilijk binnen komen. Maar anders denk ik ja, misschien dat er daar nog een hoop winst te behalen valt. Als we veel meer kunnen samenwerken met het bedrijfsleven. Dan heb ik het niet over geld, maar over bepaalde doelen. Om kinderen gewoon gezond te laten zijn of te laten eten. Dan denk ik wel dat we veel winst kunnen behalen. Dus ja ik ben het wel eens met hoe ze zich profileren en ik kan me daar zeker wel in vinden.

Interviewster: en vind je verder ook dat de stichting naar je luistert als je opmerkingen hebt?

Respondent 4: Dat heb ik nog nooit echt gehad, maar ik denk wel dat ze zouden luisteren als ik iets heb en antwoord geven of helpen. Dus ja.

Interviewster: Lees je wel eens de JOGG-update of de wiki?

Respondent 4: Nee heel weinig.

Interviewster: En waarom is dat?

Respondent 4: Ja, geen tijd. Dat is een slecht excuus, maar het is wel zo. Ik denk er niet aan. Of nee. Ik denk ook niet dat het voor mij bedoeld is. Ik heb niet de behoefte om het te kijken. Ik begrijp dat de regisseur er wel af en toe op zit. Dus dat is eigenlijk wel hoe het gaat.

Interviewster: Zou je kunnen zeggen dat jouw communicatie eerst via de regisseur gaat?

Respondent 4: Ja.

Interviewster: Heb je verder veel communicatie met de JOGG-adviseur van de regio?

Respondent 4: Nee weinig.

Interviewster: Heb je daar wel behoefte aan?

Respondent 4: Nee, ik denk dat ze samen goed kunnen optrekken en als ik daar dan buiten blijf heb ik wel het idee dat ze dat samen goed doen.

Interviewster: Hoe vind je dat de communicatie gaat?

Respondent 4: Ja, het is dus niet veel, maar ik denk verder wel goed. Er is geen miscommunicatie volgens mij, dus dan gaat het goed. En ik hoor ook wel dingen van de regisseur en dan dus een of twee keer per jaar met het landelijk bureau.

Interviewster: Wat zou je zelf omschrijven als goede communicatie?

Respondent 4: Als je voldoende weet van wat je moet weten. Dus voldoende informatie krijgt. Meer hoeft ook niet.

Interviewster: Vind je zelf dat je wel voldoende informatie krijgt over hoe je je werkzaamheden kan uitvoeren?

Respondent 4: Ja hoor.

Interviewster: Hoe vind je dat dan. Welke informatie vind je bijvoorbeeld heel relevant?

Respondent 4: Nee, ik vind die gesprekken die we twee of drie keer per jaar hebben. Die vind ik wel interessant en relevant. Dan hoor ik een update en hoe het gaat en dat vind ik wel relevant. En andere achtergrondinformatie krijg ik wel. Maar er hebben voor mij nog geen

kwesties voorgedaan, waarbij die zou kunnen raadplegen. Maar ik vind hoe het nu gaat wel fijn. Dus dit werkt wel het beste.

Interviewster: Vind je dat als je een probleem hebt, of dat je het ergen oneens mee bent. Heb je dat wel eens gehad?

Respondent 4: Nee, niet wat betreft JOGG.

Interviewster: Oh oké. Heb je dan wel eens de behoefte om de dialoog aan te gaan met de organisatie?

Respondent 4: (twijfelt) Ja, maar dat heeft er meer mee te maken dat het contract nu afloopt. Dus dan ben ik wel benieuwd hoe we de volgende periode kunnen vormgeven. We lopen nu 5 en half jaar bij JOGG. Het laatste jaar, driekwartjaar, ben ik dan betrokken geweest. Ik zou nog meer lokale borging willen hebben en hoe we dat dan zouden kunnen doen. Dus daar zou ik wel voor om de tafel willen zitten. Maar dat zullen we ongetwijfeld binnen kort een keer doen.

Interviewster: Ja en zou je dan ook benieuwd zijn hoe dat bij andere gemeenten is gegaan. Van goh hoe zijn jullie van fase 1 naar fase 2 of 3 gegaan?

Respondent 4: Naja, wat ik nu heb is dat fase 3 nog niet heel veel is voorgekomen. Dat is ook al veel maatwerk. Dus ja als het maatwerk wordt, dan heeft het volgens mij niet echt nut om een andere gemeenten aan te horen. Dus dan ga ik wel vanuit dat die expertise bij JOGG zelf zit. Dat ze mij dat kunnen geven en dat ik niet per se bij andere gemeenten hoeft te zijn dan.

Interviewster: Zou je wel eens vragen willen stellen?

Respondent 4: Nee, niet per se.

Interviewster: En als je informatie krijgt, bijvoorbeeld in de JOGG-update, en er staan stukjes tussen die voor jou wel interessant zijn. Zou je ze dan wel lezen?

Respondent 4: Ja, natuurlijk dat hoort ook wel bij mijn vak. Ik krijg allemaal nieuwsbrieven en die scan ik allemaal. Als ik iets interessant vind dan lees ik dat. Als ik dan iets lees check ik dat bij de regisseur of bij iemand anders. Bijvoorbeeld over sportief en gezond van hoe doen we dat en gaan we dat ook doen. Of hoe fietsen we zo'n activiteit hierin.

Interviewster: Wat voor onderwerpen zouden voor jou interessant zijn?

Respondent 4: Ik vond het wel interessant om ook binnen het gemeentehuis ook wat gezonder te gaan eten en drinken. Net had iemand een smoothie en die had er een gehaktbal bij. Dat werkt dan gewoon niet. En er komen wel eens kinderen voor een rondleiding ofzo. Maar die zitten om elf uur al aan een cola. En dat soort dingen vind ik dan gewoon slecht als je wel buiten probeert JOGG-pijlers uit te dragen, dat je dat hierbinnen niet doet. Dat soort dingen vind ik wel belangrijk. Cijfers als ondergewicht en dat soort dingen. We gaan nu een nieuw jeugdprogramma doen, waar niet alleen jeugdzorg of jeugdhulp gaan leveren, maar kinderen die nog niks hebben en gewoon gezond zijn, hoe we die dan gezond gaan houden. En dat probeer ik steeds meer op de agenda te krijgen. En hoe je dat dan kan doen is met sporten, bewegen en goed eten. Dus dat zijn wel onderwerpen waar ik wat meer over zou willen weten. De collega's hebben er bijvoorbeeld nog nooit aan gedacht. Die moeten er wel aan wennen. Dus kleine stapjes. Maar dat soort dingen doen we nu.

Interviewster: Dus als je een nieuwsbrief zou lezen met die onderwerpen, dan zou je dat wel lezen?

Respondent 4: Ja, dat is hoe je het meer integreert in het dagelijks leven. Hoe je onderdeel laat zijn van het sociale domein. Dus dat soort dingen.

Interviewster: Maakt het voor jou nog uit hoe die onderwerpen geschreven zijn? Creatief en met pakkende koppen of?

Respondent 4: Nee, dat maakt me niet zoveel uit. Het mag van mij prima zakelijk geschreven zijn, dat is het hier in de gemeente meestal ook. Niks mis mee. Het gaat me ook vooral om de inhoud en niet zo zeer hoe creatief iets is geschreven. Voor de koppen geldt hetzelfde. Als het onderwerp me aanspreekt dan lees ik het.

Interviewster: En de toon van berichten? Heeft u een voorkeur voor formeel of informeel?

Respondent 4: Informeel, dat is toch persoonlijker.

Interviewster: Heb je wel eens het idee van ik neem contact op met JOGG om te vragen of ze daar wat over willen posten?

Respondent 4: Zou kunnen. Dat zit niet in mijn gedachtegang, omdat meteen te doen. Maar het zou wel kunnen.

Interviewster: Waarom zit dat niet in je gedachtegang?

Respondent 4: Het zit gewoon niet in mijn systeem om JOGG te bellen als ik vraag heb.

Interviewster: Waarom is dat denk je?

Respondent 4: Ja, dat weet ik niet. Gewoon niet. Niet aan gedacht. Ik sta ook meer op de achtergrond, dus ik denk dat dat er ook mee te maken heeft.

Interviewster: Even iets anders. Gebruik je social media?

Respondent 4: Ja.

Interviewster: Op welke manier, welke platformen?

Respondent 4: Facebook, meestal alleen Facebook.

Interviewster: Dat heb je niet verwijderd na de aflevering van Lubach?

Respondent 4: Nee, ze weten toch al alles van me. Dus of ik nou wel of niet alles op Facebook zet. Dat weten ze toch wel. Dus vooral Facebook.

Interviewster: Ben je iemand die vooral veel kijkt, of?

Respondent 4: Ja zeker (lacht).

Interviewster: Waarom post je dan zeker niet vaak wat?

Respondent 4: Moet ik dan nu eigenlijk zeggen dat mijn leven heel saai is? Maar ja ik maak eigenlijk nooit echt wat mee. Het zou ook heel saai zijn als er niemand wat op zet. Maar, om nou te zeggen dat ik hier nu met jou zit en dat te posten. Het is gezellig, daar niet van. Maar dat doe ik niet.

Interviewster: Ben je wel iemand die reageert onder Facebookberichten?

Respondent 4: Ja, als ik wat leuk vind dan doe ik wel een like. Maar hele discussies ga ik ook niet aan. Het is meer dat je op de hoogte bent van wat een ander gedaan heeft. Ik probeer er nog wel scheiding aan te brengen, dat het wel echt voor privé is. Maar ik like wel dingen voor

mijn werk, maar ik zet geen dingen voor mijn werk op Facebook. Ik gebruik nu je het zegt ook LinkedIn. Maar dat is puur zakelijk.

Interviewster: Hoe actief ben je op LinkedIn?

Respondent 4: Ja, om connecties te onderhouden. En niet echt om te posten.

Interviewster: Dus vooral kijken en connecties maken?

Respondent 4: Ja, precies. Of even op zoeken wat iemand doet voor werk. Dat soort dingen.

Interviewster: Oké. En ben je wel iemand die een review schrijft van producten?

Respondent 4: Nee, dat doe ik echt zelden.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 4: Ja dat weet ik niet, dat doe ik eigenlijk gewoon niet.

Interviewster: Je zegt ook je maakt niet heel gek veel gebruik van de wiki. Wanneer maak je wel gebruik van de wiki?

Respondent 4: Ik heb er nog geen gebruik van gemaakt. Ik heb er wel eens opgekeken. Maar nee dat doe ik niet. Ik weet dat de regisseur er af en toe gebruik van maakt. Maar verder ik niet.

Interviewster: Heb je nooit de behoefte gehad om daar informatie vandaan te halen?

Respondent 4: Nee, echt nog nooit. Misschien wel moeten maken, maar niet gedaan.

Interviewster: Spreekt de wiki voor jou wel voldoende aan?

Respondent 4: Ja, er staat volgens mij best wel een hoop op. Dus wat dat betreft wel.

Interviewster: Oké.

Respondent 4: Nee, sorry.

Interviewster: Nee dat geeft niet, dat is ook een antwoord. Maar stel even terug naar social media. Je ziet een post, spreekt tekst of beeld je dan meer aan?

Respondent 4: Foto's. En als het wel of niet pakt dan kun je erna lezen of doorklikken. Nee foto's spreken wel het meest aan.

Interviewster: Kunnen dat ook animaties zijn of in stappenplannen?

Respondent 4: Ja, als dat bijvoorbeeld animaties zijn, vind ik het prima. Ik heb verder geen zin om hele lange filmpjes te kijken. Een paar minuten is goed. 2 minuutjes ofzo.

Interviewster: Ik ben aan het onderzoeken of een online platform eventueel kan werken, waarin lokale professionals met elkaar in gesprek kunnen. Maar ook met JOGG. Zodat ze echt direct die connectie hebben. Zou je dat zien zitten?

Respondent 4: Ja, dat zou beter kunnen werken. Omdat JOGG toch wel op afstand zit. We hebben eigenlijk overal geen tijd voor overleg. Dus dan zou dit wel kunnen werken. Voor een bepaald type beleidsadviseur. Sommigen zullen het niet gebruiken. Sommigen wel. Ik zie er wel de voordelen van in. Dus ja ik zou het wel gebruiken.

Interviewster: Waarvoor zou je het platform specifiek willen gebruiken?

Respondent 4: Je kunt heel makkelijk je vragen stellen of door andermans vragen heen kunnen scrollen. Je zou dan misschien iets makkelijker en iets sneller in contact kunnen komen. Dus ik denk dat het dan iets laagdrempeliger werkt.

Interviewster: Stel iemand anders stelt een vraag. Zou je dan in je mail willen krijgen waarin je kan zien welke vragen er gesteld zijn.

Respondent 4: Ja dat zou ik wel fijn vinden ja. Even in een nieuwsbrief een update krijgen van welke vragen er zijn gesteld. Dat werkt wat mij betreft prima.

Interviewster: Zou dat je meer motiveren om naar de wiki te gaan?

Respondent 4: Ja, dan heb ik meer een beeld bij waar ik naar toe ga. Nu staat er zoveel op de wiki. Dus dan kan ik specifiek naar de wiki voor onderwerpen die mij aanspreken om te kijken wat ook anderen aan het doen zijn.

Interviewster: Zou je via het platform de gelegenheid pakken om in contact te komen met lokaal JOGG of andere beleidsmedewerkers?

Respondent 4: Nou via chat niet.

Interviewster: Hoezo niet?

Respondent 4: Ja, ik ben niet zo'n chatter. Dus nee ik zou eerder bellen of een afspraak maken als ik iets wil weten. Dat vind ik fijner dan chatten.

Interviewster: Waarom vind je dat fijner?

Respondent 4: Ja toch een beetje dat persoonlijke contact. Je kunt dan makkelijker ook even doorvragen. Met typen kun je het vaak ook nog verkeerd interpreteren. Met gesprekken kan dat niet. Met chatten heb ik altijd het idee dat ik met een robot zit te kletsen. Dat zal vast niet het geval zijn. Maar ik weet dus niet of ik dat meteen zou doen.

Interviewster: Zou je het uitproberen denk je?

Respondent 4: Ja waarom niet. Maar mijn ervaring nu als ik ergens op een site zit dan druk ik dat vaak weg. Dan ga ik liever zelf zoeken. Of een vraag per mail stellen.

Interviewster: Vind je het dan misschien zelfs vervelend als er een poppetje komt die vraag: hoi, kan ik je helpen.

Respondent 4: Ja.

Interviewster: Waarom dan?

Respondent 4: Ja, dat vind ik opdringerig. Maar komt zo'n ding oppoppen als ze iets willen verkopen. Dus misschien is dat dan nu ook wel anders. Zijn ze misschien iets minder opdringerig. Nee ik zou eerder een mailtje sturen of een belletje.

Interviewster: Als er een platform zou komen, zou je dan een voorkeur hebben om het op de wiki te doen of zou je dan een ander platform willen?

Respondent 4: Ja, wat betreft informatie is het wel heel handig. Het is dan wel handig als het een verbinding is.

Interviewster: Waarom wil je graag die verbinding?

Respondent 4: Dat lijkt mij gebruiksvriendelijker. En als je twee keer moet inloggen of naar een aparte website, dat is niet handig.

Interviewster: Maakt dat voor jou de drempel ook wel hoger?

Respondent 4: Ja, dan moet je het weer opzoeken. Dus ja. Het is wel handig als je op een forum zit dat iemand kan doorverwijzen. Ja, ik denk dat het handiger is.

Interviewster: Denk je dat een platform jouw relatie met landelijk kan versterken?

Respondent 4: Ik denk dat het wel kan. Je kan makkelijk in contact komen, dus dat doe je dan misschien ook wat sneller dan nu en misschien ook met anderen dan alleen je eigen adviseur. Dus dat zou wel kunnen ja.

Interviewster: Moet landelijk dan heel actief zijn op het platform of juist meer lokale professionals?

Respondent 4: Ik denk dat ze wel de leiding moeten nemen op het platform en mensen moeten aanzetten om dingen te delen en te doen. Anders gebeurt er misschien ook weinig.

Interviewster: Ik pak er even mijn kaartjes bij. Ik heb negen verschillende kaartjes gemaakt. Met functies die het platform eventueel zou kunnen hebben. Ik zou jou willen vragen of je ze van meest naar minst belangrijk wil leggen. Er zijn ook lege, voor als je zelf nog toevoegingen hebt.

Respondent 4: Oké...Vrijtijdsbesteding bespreken? Waarvan?

Interviewster: Van jezelf. Eigenlijk wat je ook op Facebook privé zou kunnen plaatsen.

Respondent 4: Oké.

Interviewster: Zou je voor mij willen uitleggen waarom je welk kaartje kiest.

Respondent 4: Dit omdat het werk is. (Amusement en vrijetijdsbesteding) Dit doe ik meestal privé dus dit wil ik gewoon gescheiden houden. Dat chatten daar voel ik niet zo veel voor. De lokale informatie vind ik belangrijker dan landelijke informatie. Vragen kunnen stellen is handig. Maar ook inspiratie en nieuwe dingen dat is altijd leuk. Dus dat is wel een beetje wat ik vind.

Interviewster: Waarom vind je landelijke informatie belangrijker dan lokale informatie?

Respondent 4: Omdat het uiteindelijk toch lokaal moet gebeuren. Dus dat is mooi, maar ja ik kan er niet zoveel mee als er iets vanuit landelijk komt in een relatief kleine gemeente als Nijkerk, dus daarvoor zou ik meer lokale informatie willen. Dus als het verbonden is dan is het wel belangrijk. Ik vind landelijke dingen minder relevant, omdat ik dat niet hier uitvoer. Dus als er een vertaalslag gemaakt wordt vind ik het wel interessant. Maar zo'n kleine gemeente als dit, dan vind ik het niet relevant.

Interviewster: Heb je het idee dat JOGG genoeg rekening houdt met lokale gemeenten? Ik maak ondertussen even snel een foto.

Respondent 4: Ja. Ik denk dat ze dat wel doen. Maar dan nog zijn sommige gemeenten groter dan anderen en daar wordt niet altijd onderscheidt in gemaakt. En je ziet op sociale media wel dat er een aantal gemeenten voorbijkomen. En een aantal gemeenten niet. Dus dat zou zo zijn redenen hebben.

Interviewster: Vind je dat storend?

Respondent 4: Soms wel.

Interviewster: Waarom?

Respondent 4: Omdat wij wel JOGG-gemeenten zijn. Maar het niet zozeer echt uitdragen. Dat zie je eigenlijk niet zoveel terug. Dus misschien zijn de combinaties veel minder tussen buurtsportcoaches en JOGG-gemeenten. Maar dat JOGG staat wel heel erg vooraan. Dat mag

van mij wel wat meer naar achteren. In plaats van hetgeen wat ze doen. Dat wat ze doen, daar is iedereen het over eens, dat is fantastisch. Maar JOGG staat wel altijd erg groot op flyers en banners. Het lijkt soms wel dat JOGG-activiteiten meer om JOGG draaien, dan om het resultaat of de activiteit zelf. Maar als ze zo realiseren wat ze voor ogen hebben, dan is dat prima.

Interviewster: Ja, zou je dan willen dat ze wat meer op de achtergrond treden?

Respondent 4: Ja, voor mij is de aanpak belangrijker dan JOGG. En ik kan me voorstellen dat als je iets op je eigen social media plaatst, dat je goed in beeld wilt. Maar dat mag van mij wel wat minder.

Interviewster: En zou je dan activiteiten in gemeenten meer centraler zetten?

Respondent 4: Ja.

Interviewster: Ik heb nog een laatste vraag. Ik heb een soort voorbeeld gemaakt van een eventueel platform. En hoe de wiki eruit zou komen te zien als er een platform op zou staan. Het kan natuurlijk nog van alles worden als het gerealiseerd wordt. Maar ik had bedacht, webinars, en dat zijn dan informatie vanuit JOGG. En die webinars worden gegeven door de experts van JOGG en de professionals die op kantoor zitten. Dan zou je via een poll maandelijks of wekelijks kunnen aangeven welk onderwerp je interessant vindt. Dat webinar wordt live uitgezonden op de website. Dus je zou live kunnen kijken en tegelijkertijd vragen kunnen stellen. Daarnaast heb je de mogelijkheid om vragen te stellen. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 4: Heel veel informatie. Dit is wel wat. Het ziet er wel fris uit. Ik heb wel dat ik laatst was er ook een webinar. Dat heb ik wel zitten kijken. Dat vond ik er een beetje amateuristisch eruitzien. Ik was ook na twintig minuten afgehaakt.

Interviewster: Waarom was je afgehaakt?

Respondent 4: Ja, ik had wel genoeg gehoord. En ik zat hier op een grote zaal. Dus ik werd ook afgeleid. Op een gegeven moment had ik het wel gehoord.

Interviewster: Vond je de informatie niet interessant genoeg.

Respondent 4: Nee, het boeide me niet. Dus dan haak ik af. Misschien was het dan ook wel te lang.

Interviewster: Wat is voor jou de max?

Respondent 4: Ja, dat hangt van het onderwerp af. Een half uur is wel gauw maximaal. Het is ook wel de manier waarop het gepresenteerd af. Maar zoals The Daily Mile en iemand vertelt wat je dan zou kunnen doen. Dan zou dat prima zijn.

Interviewster: Zou je dan vooral inspiratie willen zien. Van nou zo kan het. Of zou je eerder willen zien hoe je zoiets aanpakt stap voor stap.

Respondent 4: Ja, stap voor stap. Dan heb ik er ook meteen wat aan. Ik hoef niet te horen hoe goed anderen het gedaan hebben. Daar geloof ik wel in. Maar praktisch stap 1, stap 2, stap 3 zou ik wel willen.

Interviewster: Stel het onderwerp spreekt je echt aan. Zou je het dan ook live kijken?

Respondent 4: Ja, als het uitkomt dan wel. Tegenwoordig kijk ik tv ook niet meer live, dan kijk ik ook heel veel terug. Dus alles nu online zou kunnen staan. Moet je het dan live kunnen kijken?

Interviewster: Ja, misschien voor de live vragen?

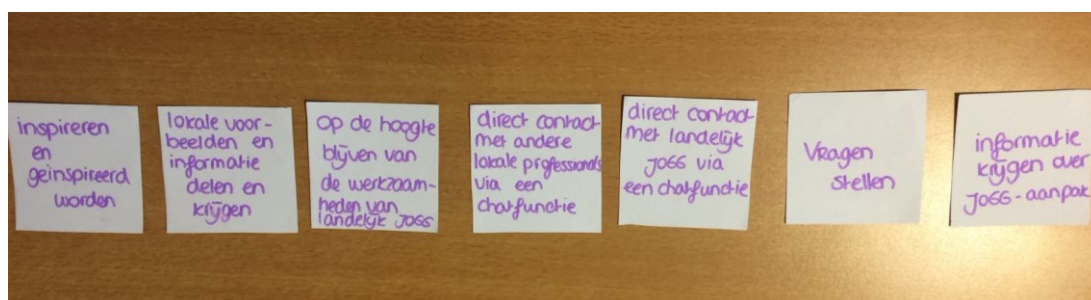
Respondent 4: Ja, maar goed als er een forumfunctie is, dan hoeft dat misschien ook niet. Misschien heeft iemand anders er al een vraag over gesteld, dan zou je ook mee kunnen lezen. Maar goed soms komt het wel uit en soms komt het niet uit.

Interviewster: Maar zou dit je triggeren om wel of niet naar de wiki te gaan?

Respondent 4: Dit maakt het wat concreter. Nu zie ik wat plaatjes en dan denk ik ja. Misschien als ik dan denk dat het over de gezonde sportkantine gaat, dan is dat wel goed ja. Dan zie je meteen hoe anderen dat hebben gedaan. Dit spreekt wel meer aan.

Interviewster: Oké dan. Nou dat was mijn laatste vraag! Heel erg bedankt voor je deelname!

Respondent 4: Ja natuurlijk, graag gedaan.



Figuur 25. Card Sorting-test respondent 4. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 18-07-2018

Duur: 8 minuten

Interviewster: Hoi. Bedankt dat je me nogmaals wilt helpen.

Respondent 4: Ja geen probleem.

Interviewster: Ik ga gelijk beginnen. Voor mijn onderzoek heb ik natuurlijk gekeken of een socialmediaplatform eventueel kan werken voor het bereiken van betrokkenheid en hoe regisseurs en beleidsambtenaren daar dan tegen over stonden. Nu heb ik je gemaaild met wat voorbeeldvragen om te kijken of dat berichten zijn die jij leuk zou vinden. Heb je mijn mailtje gezien?

Respondent 4: Ja, die heb ik gezien ja.

Interviewster: Wat vind je van bericht 1?

Respondent 4: Oh een moment, ik pak ze er even bij. Ja wel interessant. Partners zijn heel belangrijk, dus dit is goed om te weten. Ik denk dat ik het artikel niet zou lezen, dat duurt me te lang.

Interviewster: En als je het bericht zou zien. Zou je het dan delen of liken? Of er misschien onder reageren?

Respondent 4: Nee, ik denk het niet. Ja of ik moet echt een dringende vraag hebben. Maar ik denk het niet. Daar ben ik meestal niet zo van. Liken doe ik nog wel eens. Dus dit zou ik dan misschien wel liken.

Interviewster: Oké en bericht 2?

Respondent 4: Bericht twee is ook prima toch. Ja ik zou het wel leuk vinden, de gemeente is goed bezig. Ik vind dit soort berichten altijd wel leuk om te zien. Jammer dat onze gemeente niet vaak wordt genoemd. Dat zou natuurlijk wel leuk zijn, dat je zelf ook eens zo'n berichtje krijgt en dat JOGG laat zien dat ze weten wat je doet. Maar ja, iedere gemeente is anders natuurlijk.

Interviewster: Zou je dit delen of liken?

Respondent 4: Ja, ik zou het liken. Wat ik zeg het is een leuk bericht.

Interviewster: En bericht 3?

Respondent 4: Moet ik het filmpje daar ook bij kijken?

Interviewster: Het liefst wel ja.

Respondent 4: Oké dan doe ik dat eerst. Ja, dit vind ik een heel goed filmpje. Het laat goed zien dat de omgeving van invloed is op de volksgezondheid. Helemaal binnen de gemeente is dat dan belangrijk om te laten zien. Dus ik zou dit bericht delen denk ik. En ook wel leuk vinden.

Interviewster: Waarom zou je het delen?

Respondent 4: Het bericht laat goed zien waarom JOGG belangrijk is. Dus voor mij is dat van belang om te delen binnen de gemeente. Dan creëer je draagvlak.

Interviewster: Oké, dankjewel. Ik denk dat ik het zo al heb. Kort maar krachtig. Heb jij nog vragen?

Respondent 4: Nee ik heb geen vragen meer. Hopen dat je het nu haalt.

Interviewster: Ja, ik hoop het ook! Bedankt dat je weer wilde helpen.

Respondent 4: Graag gedaan. Dan ga ik weer verder. Succes nog.

Interviewster: Dank je!

Respondent 5**Datum:** 11-04-2018**Gemeente:** Zwolle**Fase:** 3**Functie:** Regisseur**Leeftijd:** 52**Duur:** 67 minuten**Gesprek**

Interviewster: Vandaag ga ik een interview met u afnemen over de betrokkenheid en communicatie tussen landelijk en lokaal JOGG. Het interview zal ongeveer een uurtje duren en ik wil vragen of u kan beginnen door te zeggen wat uw leeftijd is, binnen welke JOGG-gemeente u uw werkzaamheden uitvoert, uw functie en de fase van de JOGG-gemeente.

Respondent 5: Oké. Nou ik ben programmanager in een gemeente in het zuiden van Nederland. Ik ben werkzaam bij de GGD. Wij waren een van de eerste JOGG-steden. Dus we zitten nu in de derde fase. In deze fase is de beweging van private partners, gemeenten en inwoners zichtbaar die samen een gezonde leefstijl aantrekkelijker maken voor die enorme sponsors. Het is een netwerkorganisatie geworden. Dat hebben we ook net geëvalueerd. Het was een beetje van ja dat zeggen we nu leuk, maar wat houdt dat in. Ik ben 52 jaar.

Interviewster: Wat zou u omschrijven als u dagelijkse werkzaamheden?

Respondent 5: Wat ik op een dag doe? Nou ik ben niet alle dagen actief als JOGG-regisseur. Ik besteed zo'n 12 uur aan de aanpak. Niet al mijn werkzaamheden vallen onder JOGG. Ik richt me tijdens die aanpak niet alleen op overgewicht bij jongeren, maar ook op roken, alcoholgebruik en overgewicht bij ouderen. Binnen die 12 uur ben ik de linking pin naar het veld en naar de gemeente toe. In de gemeente hebben we het, vind ik, wel goed georganiseerd. In verhouding heb ik niet veel uren, normaal staan daar meer uren voor. Maar we hebben het zo georganiseerd dat binnen de gemeente een ambtenaar voor gezondheid is die ook aandacht en uren besteed aan JOGG. Zij doet vooral de afstemming binnen de gemeente. En ik vooral richting de partners. En daarin hebben we wel een coördinerende rol. Ja, en waar ben ik mee bezig. Dat kan zo wisselend zijn. We hebben onlangs de informatie van de JOGG-aanpak op poten gezet, dat kan een taak zijn. Maar ook kijken we nu hoe we als netwerkorganisatie de regie bij de partners kunnen neerleggen. Daar moeten werkgroepen ontstaan, kunnen we daar niet een format voor ontwikkelen met een duidelijk format. Dat soort zaken. Tot een opdrachtgever zijn naast een van de partners en de gemeente voor de gezonde school. We hebben een paar studenten die daar actief op bezig zijn. Dus het is heel gevarieerd. Of een gesprek wat ik binnenkort ga hebben met een private partner, van hé kunnen we ons niet meer bezig houden met de gezonde werkvloer. Dus dat is een beetje een voorbeeld van wat ik doe. Het is best divers.

Interviewster: Oké, leuk om te horen. U zegt u zit in fase 3, heeft u in deze fase, het is best een zelfstandige fase, heeft u veel contact met het landelijk kantoor in Den Haag?

Respondent 5: Ja, dat vind ik de laatste tijd juist ook wel weer wat meer. Bijvoorbeeld in de zoektocht van goh, zitten we nog op de goede lijn. We zijn een beweging, daaruit is voortgekomen dat we wilden evalueren. Daar hebben we steun gehad van JOGG en een externe die ons daarbij geholpen heeft. Dat hebben we als heel prettig ervaren. In een fase eerder hebben ze ons geholpen met een mooi filmpje te maken. Daar hebben we ook veel aangehad. In de beginfase hebben we het minst aan JOGG gehad, omdat we vaak verder waren dan andere gemeenten. We hadden meer te geven dan te ontvangen. Ik vind nu naarmate we weer wat verder op de rit zijn en we met nieuwe vragen hebben, en ook met het meedenken op de sportverenigingen, landelijk doen we daar nog heel weinig mee. Daar helpen ze ons wel goed mee. Dus ik ben wel positief.

Interviewster: En als u dan zegt, ik heb dan contact. Neemt u dan als eerst contact op met de JOGG-adviseur?

Respondent 5: Ja, met de adviseur ja.

Interviewster: Heeft u ook wel eens dat u denkt, ik heb een vraag ik neem eens contact op met het landelijk kantoor, bijvoorbeeld het communicatieteam?

Respondent 5: Nee vooral met de adviseur. Ik ben zelf een regisseur, dan is het zo prettig dat mensen je altijd meenemen als er iets gebeurt, als is het maar in de cc. Dan hou je overzicht. Dus omdat ik dat weet, heb ik zelf altijd de neiging om via de adviseur contact op te nemen. Ik vind het zelf ook prettig. Je hoeft zelf niet te zoeken in de JOGG-Wiki van wie moet je hebben. Je laat dat lekker via hem lopen en dan is hij mooi op de hoogte, houdt hij overzicht, kan hij mij adviseren in mijn beleving en nou ja ik hoef die zoektocht niet te maken. Dat scheelt enorm. Dus een win voor ieder.

Interviewster: Dat is ook zo. Heeft u een bepaald beeld van de landelijke stichting in Den Haag?

Respondent 5: Ja.

Interviewster: Wat vindt u van de organisatie?

Respondent 5: Heb ik daar een beeld van? Ja zeker. Dat je adviseurs hebt en dat die georganiseerd zijn per gemeenten, en dat je verschillende experts hebt op verschillende campagnes. Dus bijvoorbeeld op de gezonde sportkantine etc. Daarnaast hebben ze nauw contact met het ministerie. Dat is ook wel handig voor het landelijk beleid. Om daar sturing in te geven. Ik denk dat dat ook wel meespeelt dat de JOGG-aanpak nu al 4 jaar is en als dingen dan omgegooid worden dat de JOGG-aanpak redelijk stabiel blijft. Dat vind ik wel positief en wat ook wel positief is. Ook hebben ze contact met grote private partners, zoals supermarkten. Om te kijken van goh kunnen we landelijk meer afspraken maken. Want sommige dingen kun je lokaal niet regelen, omdat sommige organisaties die zijn gewoon landelijk georganiseerd. Dus ga je lokaal de mensen benaderen, dan krijg je niks gedaan. Dus dat vind ik wel dat ik denk oh, dat zouden ze meer en meer nog in mogen nemen. Dus landelijke voorwaarden scheppen bij

grote partijen, zodat we daar lokaal profijt van hebben. Dat wordt al weg gedaan, maar ik zie daar wel een hele belangrijke rol in.

Interviewster: Als u dat dan denkt. Vindt u dat u dat neer kan leggen bij de organisatie? Nemen ze dat dan aan?

Respondent 5: Dat zou ik bij Koos neerleggen en dan denk ik dat hij het wel weer verder brengt in de organisatie.

Interviewster: U voelt u wel op u gemak om dat soort dingen gewoon te zeggen?

Respondent 5: Ja hoor.

Interviewster: Oké. Er is een bepaalde verhouding tussen landelijk en lokaal JOGG. Hoe zou u die omschrijven?

Respondent 5: Even kijken. Hoe zou ik dat omschrijven. Dat is een hele open vraag.

Interviewster: Ja, dat is het zeker!

Respondent 5: Ik vind er wel een bepaalde gelijkwaardigheid in zitten. Ik denk dat zij de experts zijn van het lokale en wij van het landelijke. Dus ik zou ons wel als gelijkwaardig omschrijven. We maken ook gebruik. Ik denk dat JOGG ook wel eens bij ons komt en graag voorbeelden wilt die ze mogelijk weer kunnen gebruiken. En ik vind hem ook wel ondersteunend.

Interviewster: Hoe ervaart u die ondersteuning?

Respondent 5: Ze denken mee, maar ook wel dat het niet alleen bij meedenken blijft, maar ook wel dat het soms uitmondt in een aanbod. Als voorbeeld bij de evaluatie dat wij een van die experts, dat die ons meegeholpen heeft in een aantal sessies om de evaluatie te doorlopen. Dus dan denk ik hé... ook rondom de gezonde sportkantine. Dat daar dan een onderzoeksbureau geregeld wordt, we betalen allemaal dus zo reëel ben ik ook wel, dat ze een onderzoek doen in de gemeente waar we lokaal wat aan hebben, maar waar ook het landelijk iets aan heeft. Dus dat er steeds die win-win gezocht wordt, vind ik ook wel oké.

Interviewster: U zegt dus best veel ondersteuning en gelijkwaardig. Zou u de mensen in Den Haag omschrijven als uw collega's?

Respondent 5: Ja gut, ik ken ze niet allemaal. Dus sommige staan voor mij wel, die zitten in een ivoren toren, maar als ik denk aan Koos en alle experts waar ik ondertussen contact mee gehad hebt. Dan zou ik dat wel beschouwen als mijn collega's.

Interviewster: Wat bedoelt u met de ivoren toren?

Respondent 5: Ja, dat is misschien ook niet het goede woord. Dat is al gauw mensen die je niet kent, die ergens in een kantoor allemaal dingen doen. Nee ivoren toren is niet het goede woord, maar ik ken ze niet. Dus ik denk ook niet dat dat heel erg is, dat ik ze niet ken.

Interviewster: Heeft u daar geen behoefte aan? Zou u het fijn vinden om te weten wie er allemaal werken en wat er daar gebeurt?

Respondent 5: Ik denk dat ik via de nieuwsbrief daar wel een indruk van krijg. Dus of dat nog meer moet. En ook via het Kennisfestival krijg ik al een hele indruk wat ze doen. Dus nee, ik denk het niet. Want eigenlijk als ik nu zo even met jou over door praat, dus via de nieuwsbrief

heb ik wel een beeld van wat ze landelijk doen en waar ze inzet leveren. En via het Kennisfestival eigenlijk ook wel. Daar krijg je echt een beeld van wat er allemaal gebeurt en welke poppetjes horen bij JOGG-bureau. Dus dan is ivoren toren niet het goede woord.

Interviewster: Voelt u zich verbonden bij de stichting?

Respondent 5: Ja, meer dan voorheen. Ik was voorheen best wel kritisch op het landelijk. Toen dacht ik wat hebben we er eigenlijk aan. Dat was vroeger. Een aantal jaren terug.

Interviewster: Waarom was dat?

Respondent 5: Omdat we koplopende gemeente waren. Dus toen dacht ik wat levert het eigenlijk op. We betalen er wel aan en weet je wel. Maar wat hebben wij eraan. Een paar jaar terug had ik best kritisch geweest. En nu denk ik ja, jawel.

Interviewster: En hoe voelt u zich dan verbonden?

Respondent 5: Ik voel me in die zin verbonden dat ik het wel belangrijk vind dat landelijk een voortgang heeft en dat dat ook invloed heeft op het landelijkbeleid wat er gevoerd wordt. Zij hebben invloed op het ministerie. Dat vind ik een hele belangrijke. En ja, dat vind ik sowieso. En ik heb het idee dat als wij onze stem laten horen, daar zullen ze niet gelijk op acteren. Maar als uit meerdere hoeken hetzelfde signaal, dan kunnen ze dat ook weer hoger opbrengen. In die zin voel ik me daar wel bij verbonden. Ik vind het belangrijk dat ze blijven bestaan. Maar ik heb wel dat ik denk dat in onze gemeente de ontwikkeling, dat het meer wordt dan alleen preventie overgewicht. Ik denk veel meer dat bravo-thema's, leefstijlthema's, dat die er onder zouden moeten vallen. En dat de doelgroep zich niet alleen meer moet beperken tot jongeren. Omdat dat gewoon. Bij gemeente werkt het ook niet zo. Die denken ook niet, er wordt ook niet meer echt doelgroepgericht beleid gevoerd in gemeente. Tenminste, dat willen ze niet. Praktijk is alweer anders. Maar dan is zo'n scheidslijn van alleen jongeren en verder niet meer is dan ook wel weer kunstmatig vind ik.

Interviewster: Zou u dat idee met andere gemeenten willen delen?

Respondent 5: Ja hoor.

Interviewster: Waarom zou u dat willen delen?

Respondent 5: Omdat ik me haast niet voor kan stellen dat dat ergens anders ook niet zo ervaren wordt. Ik ben benieuwd of ze dat bij andere gemeenten ook zo ervaren.

Interviewster: Dus eigenlijk zou u wel behoefte hebben aan dat stukje contact met lokale professionals om dit soort dingen te bespreken?

Respondent 5: Ja, zeker wel. Ik weet we hebben in het verleden, ben ik ook wel eens aangehaakt bij een regionaal platform, maar dat was dan net niet in onze regio, maar in de Veluwe. Die hadden toen een soort regionaal platform van alle gemeenten die JOGG-gemeenten waren. Dus alle regisseurs of medewerkers. En dat vond ik eigenlijk best zinvol. Eerlijk gezegd hebben we als GGD ook wel eens gedacht om een platform te starten met de JOGG-gemeenten waar andere GGD zitten. Maar dan komt ook de vraag, er zijn ook gemeenten die zijn geen JOGG-gemeenten, maar onder de loep doen ze ook een beetje hetzelfde. Ja moet je die er dan buitensluiten? Dat vind ik dan ook wel jammer. Dus in die zin is

mijn vraag moeten dat per se JOGG-gemeenten zijn? Of qua leefstijl gewoon goed bezig zijn. Maar dan denk ik meer vanuit mijn GGD-bril. Maar ik vind ontmoeting, regionaal, wel heel zinvol. Want je leer veel van elkaar en soms kan je een thema, positieve gezondheid, het stimuleren van gezonde levensstijl, hoe ga je er mee om? Goede vragen toch? Iedereen heeft er mee te maken. Positieve gezondheid is volgens mij echt een ding wat overal wel speelt. Maar soms lijkt het wel of dat een beetje haaks op elkaar kan staan. Om daar met elkaar over te discussiëren, dat zou ik een mooi thema vinden. Dat kan landelijk, maar ook regionaal.

Interviewster: Mooi. Heeft u verder het idee dat JOGG betrokken is bij uw werkzaamheden? Dus dat u het idee heeft, wat ik hier doe, dat weten ze ook in Den Haag?

Respondent 5: Ja, daar speel ik natuurlijk zelf ook een rol in. Als ik hun niet informeer, dan weten ze ook niks. Dus dat is natuurlijk over en weer wel. Nu moet ik zeggen, wij hebben heel lang ook geen nieuwsbrief gehad. Dus dan weten ze via de gesprekken die ik met de adviseur heb, een keer in de drie á vier maanden een keer, dus dat is een paar keer per jaar. Dan weten ze alleen dat van onze gemeente. Maar in ieder geval, wij zijn nu wel net weer met nieuwsbrieven begonnen. Dat geeft ook de mogelijkheid voor het landelijk om te zien van wat gebeurt er in de gemeente.

Interviewster: Heeft u het idee dat die nieuwsbrieven goed worden opgepakt? En dat ze daar goed van op de hoogte zijn?

Respondent 5: Ja, dat denk ik wel. Ik heb wel het idee dat ze landelijk kijken van goh wat gebeurt er en waar kunnen we ook andere gemeenten mee kunnen dienen als voorbeeld. Op het moment dat ze dat zien dan wordt daar wel iets mee gedaan.

Interviewster: Bent u zelf trots om onderdeel te zijn van JOGG? Het hele JOGG-netwerk?

Respondent 5: Ja, ik ben wel trots. Maar meer van onze gemeente. Ja en daarmee ook wel van het landelijk.

Interviewster: Hoezo dat?

Respondent 5: Het is natuurlijk ook wel leuk. Als een van de eerste gemeente zijn we ook wel trots als er dan inmiddels 134 gemeenten mee doen landelijk van de beweging. Dat loopt heel erg parallel met wat wij vinden. Wij noemen ons zelf ook een beweging en op het Kennisfestival hoorde ik dat zij zich ook een beweging noemde. Dus dan denk ik ja dat is heel goed, dat sluit mooi aan. En dat wij dan altijd kunnen zeggen wij zijn de eerste. Dat is wel heel leuk. En als je dan kijkt dat er ondertussen 136 gemeenten zijn. Dat groeit zo snel, maar snap je, dat is toch hartstikke leuk. Dat je bij de koplopers hoort. Daar pronkt onze gemeente wel mee.

Interviewster: Mooi. JOGG komt soms ook in de landelijke media. Ook tijdens de week voor de gezonde jeugd waren ze te zien op RTL Boulevard. Ze doen ook wel eens uitspraken, bijvoorbeeld op de website staat: wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken. Samen met hoe ze zich profileren in de media. Kunt u zich dan vinden in hoe JOGG zich profileert?

Respondent 5: Ja, dan moet ik eerlijk wezen. We hebben zelf niet meegedaan met de Week voor de Gezonde Jeugd. Maar hoe dat in het nieuws kwam, vond ik dat niet negatief. Daar had

ik wel een goed gevoel over. Dus dat is ja. Maar dat wij niet mee hebben gedaan heeft er meer mee te maken, op een gegeven moment hebben wij gezegd er zijn zoveel weken, waarin je partners vraagt mee te doen. Op een gegeven moment moet je een keer kijken welke weken hebben we en waar gaan we aan mee doen. Want je kan niet partners uit gaan putten. Dat doe ik dus ook niet. Daar ben ik huiverig voor. Als je het gedoseerd doet blijven mensen enthousiast, maar als je het overvraagt dan keren mensen zich tegen je. Dat moet je niet hebben. Dat moet je wel aanvoelen.

Interviewster: En vind u dat als u dan aangeeft van ik doe niet mee. Hoe reageert JOGG daarop?

Respondent 5: Dat weten ze niet denk ik, dat wij niet mee hebben gedaan. Dat wordt niet gecontroleerd. Er is in het verleden wel eens negatieve media geweest, die JOGG ter discussie stellen. Dat filmpje van Arjan Lubach bijvoorbeeld. Dat vind ik uiteindelijk dat ze daar wel goed mee om gegaan zijn. Ook met die negatieve kritiek. En ik dacht ook op een gegeven moment dacht ik, er is op gereageerd, het is gesust, dus daarna heb ik niet het idee dat die nativiteit achtervolgt is. Onze gemeente kwam er natuurlijk wel goed uit. Wij hadden er wel een voordeel aan.

Interviewster: Uw gemeente werd vaak benoemt. Was daar ook hulp in?

Respondent 5: Ja, ik weet dat de organisatie vooral landelijk advies gaf van hé dit is in het nieuws gekomen, zo kan je er mee omgaan. Wij zeiden steeds, dit is voor ons niet negatief. Wij hebben toen zelfgekozen om met dat advies niks te doen. Maar wij hadden een uitzonderingspositie. Maar ik vond toen dat ze het heel goed deden.

Interviewster: Wat vindt u verder van de communicatie met JOGG?

Respondent 5: Ja, prima. Daar heb ik geen klachten over. Als ik wil zit ik zo met Koos aan de lijn. Dus nee dat gaat goed.

Interviewster: Wat zou u omschrijven als goede communicatie?

Respondent 5: Ja, ik denk als je goed kan praten met elkaar. En voldoende informatie deelt, maar ook precies weet hoe je dingen moet uitvoeren. Dus ja, gewoon goede communicatie.

Interviewster: We hebben het al even gehad over de communicatie met JOGG. U leest af en toe de nieuwsbrief zei u. Welke onderdelen haalt u uit de nieuwsbrief?

Respondent 5: Je snelt natuurlijk even koppen. Dat vind ik prettig in zo'n Mailchimp. Dan kijk ik wat is relevant. En dat stuur ik dan ook door naar de organisatie. Dan haal ik dat stukje er vaak uit en dan zeg ik even hé ter info, interessant. En dan stuur ik dat door en soms komt daar een beweging door. Dat ze dan zeggen van hé dat is leuk, interessant en dan laten we dat in een programma terugkomen. En soms niet direct, maar dan komt het later alsnog weer terug. Soms roep je ook iets wakker bij organisaties. Dan doen ze er even niks mee, maar ondertussen een tijdje later wel. Dan is er toch weer iets van draagvlak gekomen.

Interviewster: Denkt u dat u met de stukjes uit de nieuwsbrief geïnspireerd wordt om bepaalde dingen aan te pakken?

Respondent 5: Ja, ik word wel geïnspireerd. Je hoort nu steeds The Daily Mile, maar dat heb ik ook wel eens doorgemaild. En toen kreeg ik te horen dat er wel interesse is. Dan zie je dat er wel een soort sneeuwbal ontstaat daardoor.

Interviewster: Vindt u het belangrijk dat u geïnspireerd wordt door JOGG?

Respondent 5: Ja.

Interviewster: Wordt u dat ook voldoende?

Respondent 5: Ja, in zo'n Kennisfestival bijvoorbeeld wel. Niet dat ik altijd bij alle workshops het idee heb dat ik denk o, wat zinvol. Maar dat heb je bij iedere bijeenkomst. Soms denk je, daar had ik echt wat aan, en soms denk je ja dat ken ik wel. Dit is niks nieuws onder de zon. Dat heb je natuurlijk ook. Maar dat stukje ontmoeting, dat vind ik wel goed. En dan die nieuwsbrief vind ik ook goed werken. En af en toe wel eens een bijeenkomst. Bijvoorbeeld bij dat NL Vitaal. Eerst denk je, o, dan moeten we dat helemaal optuigen regionaal. Maar als het dan uiteindelijk geweest is dan denk ja, toch wel zinvol. Dat is ook belangrijk.

Interviewster: Vindt u dat u voldoende informatie krijgt van de stichting?

Respondent 5: Ja.

Interviewster: Is er nog informatie die u nog zou willen krijgen?

Respondent 5: Eerlijk gezegd, als ik dat wil, dan vraag ik er om. Dan vraag ik aan de adviseur van goh hebben jullie dat. Soms zeggen ze nee en soms zeggen ze ja. Ik vroeg pas een overzicht van de landelijke weken waar we kunnen aansluiten. De Week voor de Gezonde Jeugd, noem maar op. Je wordt er bijna gek van, zoveel weken. Maar toen hadden ze het niet en toen ging hij regelen dat hij het ging organiseren. Maar ik vind het dus wel leuk dat ze meedenken, ook al wordt het misschien niet gedaan.

Interviewster: Zou u het belangrijk vinden dat, stel er komt een online platform, met JOGG en lokale professionals die daarop actief zijn. Dat u zegt van goh ik mis een overzicht van alle weken. Zou u dat op het platform zou vragen?

Respondent 5: Ik denk dat ik zelf niet zo snel op een platform ga. Dat weet ik omdat, wij hebben ook een GGD kennisnet en daar kun je ook op onderwerpen converseren met andere mensen. En ik merk dat, maar dat zegt misschien iets over mij, dat ik dat niet zo snel doe. Maar misschien is zo'n platform wel leuk om te kijken, wat zijn de gegevens en dan ga ik die bellen. Ik zou niet snel een hele discussie online aanga.

Interviewster: En waarom niet?

Respondent 5: Dat weet ik eigenlijk niet. Dat is dan denk ik niet mijn manier van communiceren.

Interviewster: Dat kan natuurlijk. Maar net gaf u aan toch wel met andere lokale professionals te willen sparren over fase 3 en de uitbreiding van JOGG naar andere onderwerpen. Zouden er nog andere dingen zijn die u met lokale professionals zou willen bespreken?

Respondent 5: Ik zit nu hardop te denken. Wat jij nou net zei. Misschien als je een regionaal platform hebt, waarin je mensen echt kent, daar zou ik nog sneller dingen uitwisselen en actief in zijn. Waarom kan ik je niet zeggen. Als je het dan samen ergens over gehad hebt in een

bijeenkomst. Ik zal je een voorbeeld geven. Maar wij hadden laatst binnen de GGD, wij zijn aan het werken naar een nieuwe visie, en dan hadden we een werkatelier met een aantal professionals uit alle afdelingen van de GGD. Toen werd erna gezegd van hé er moet een visie geschreven worden, zullen we met elkaar een WhatsAppgroep aanmaken voor als je nog een goed idee hebt, dat je dat kan meenemen voor degene die schrijven. Daar zou ik wel actief op zijn. Dat vind ik ook leuk om langs te zien komen, omdat je dan een specifieke opdracht samen hebt, waarin je samen een bijdrage levert. Dan zou ik actief worden en geïnteresseerd zijn om te horen.

Interviewster: En waarom wilt u dan niet landelijk, maar wel regionaal?

Respondent 5: Dat landelijke zie ik wel via die nieuwsbrief of via de adviseur. Via de adviseur kom ik wel aan de persoon om te sparren. En dat sparren kan dan eventueel wel weer via een social medium, dus een platform of WhatsAppgroepje maken. Je zou het misschien op de JOGG-site kunnen doen. Dat je zelf een groep aan kan maken rondom een thema en dat je dan met hun kan discussiëren. Maar dan naar aanleiding van iets.

Interviewster: Vindt u het ook belangrijk dat JOGG daarin kan aanhaken of echt het liefst regionaal?

Respondent 5: Ik kan me voorstellen dat als er regionaal zoiets is, dat de adviseur er ook zal aanhaken. Dat is natuurlijk interessant wat er gebeurt in zijn regio. En dat hij dat dan weer meeneemt naar het landelijk. Of zegt he, we moeten die van Oss is verbinden. Dan kan die ook meediscussiëren. Dan is het wel fijn dat het platform ergens over gaat waar je samen naar toe kan werken. Een issue waar meerdere gemeenten mee zitten.

Interviewster: Dus per onderwerp zou het dan zijn?

Respondent 5: Ja, als je aan mij vraagt wanneer zou je er gebruik van maken. Dan zou het per onderwerp zijn. En dan bijvoorbeeld bij de GGD dat kennisnet, maar daar kan ik bijvoorbeeld zelf een groep aanmaken en mensen uitnodigen om met mij daarover mee te discussiëren. En daar kun je bestanden in aanhaken en bijlagen. Ik heb wel nog wel een mooi projectplan, oh ik ook. En dat soort dingen.

Interviewster: Wat zou u zeggen als er een landelijke groep is?

Respondent 5: Nou, als mensen zien dat er een groep is en die willen aanhaken, dan zou dat prima zijn.

Interviewster: Zou u in zo'n groep ook inspiratie delen?

Respondent 5: Ik doe het niet veel. Dan merk ik, dit vind ik een beetje vergelijkbaar met dat GGD kennisnet. Dat doe ik eigenlijk nooit.

Interviewster: En waarom niet?

Respondent 5: Ja, dat weet ik eigenlijk niet. Misschien ook omdat ik die mensen allemaal niet ken. Gek is dat. Ik zou het wel doen als dit voortgekomen zou zijn uit een soort bijeenkomst, club, waarmee je al vaker gediscussieerd hebt en daar komt een soort gesprek uit, waar je samen al mee bezig bent. Dan zou ik het wel doen. Maar het zegt misschien iets over mij.

Interviewster: Nee, het is alleen maar goed dat u dat zegt. Heeft u de behoefte om echt de mensen van andere JOGG-gemeenten te leren kennen?

Respondent 5: Als het relevant is op dat onderwerp wel.

Interviewster: En als u van Koos doorkrijgt iets van gemeente Groningen. Leert u dan de persoon kennen of krijgt u alleen het voorbeeld door gestuurd?

Respondent 5: Nee, dan krijg ik contactgegevens en ben ik vrij om daar contact mee op te nemen. En misschien ook wel de projectplannen in te zien. Het is best een goede vraag om te bedenken hoe is mijn betrokkenheid ontstaan op dat thema. Het is heel bepalend of ik daar heel actief in zou kunnen zijn?

Interviewster: Maar voorbeelden van andere gemeenten, buiten Overijssel, vindt u dus ook wel interessant?

Respondent 5: Ja, het maakt me niet uit waar goede voorbeelden en inspiratie vandaan komen. Ik kan altijd zelf bepalen of ik iets ga toepassen of niet.

Interviewster: Is het ook relevant welke informatie er op het platform staat. En of het creatieve content is en inspirerend?

Respondent 5: Ja, dat sowieso wel.

Interviewster: En de koppen van een tekst, maakt dat nog uit?

Respondent 5: Die mogen lekker kort, zodat het overzichtelijk is uit welke informatie ik kan kiezen.

Interviewster: Wat zou u creatief vinden. Iets waarvan u denkt daar zou ik wel op aanhaken?

Respondent 5: Ik moet hier wel heel erg over nadenken. Ik kan geen andere reden bedenken dan om informatie te krijgen en te delen. Kennis te delen enzovoort. Dus voor mij is informatie dan wel echt de primaire behoefte. Ik geloof trouwens niet dat ik via het platform echt contact zoek met andere mensen. Op het online platform zit een hele grote groep achter. Dan zit je met zijn tweeën te converseren en de hele wereld zit daarvan mee te genieten. Dan zou ik eerder zeggen van zullen we even contactgegevens uitwisselen en dan zou ik langs een ander kanaal persoonlijk contact opnemen en daarover praten.

Interviewster: En dan nog even over de toon, dan wil ik daarna verder op wat u als laatst zij. Vind u dat communicatie-uitingen een formele of informele toon moeten hebben?

Respondent 5: Oh, dat mag van mij best informeel zijn hoor. Dat maakt verder niet uit. Als ik de informatie maar krijg. Maar ik denk dat informeel toch wat fijner leest. Dat je het dan makkelijk oppikt.

Interviewster: En als u ziet dat er al een gesprek gaande is tussen verschillende gemeenten. Bijvoorbeeld over The Daily Mile. Zou u dan wel aanhaken of een voorbeeld leveren?

Respondent 5: Dan zou ik dat wel doen

Interviewster: En waarom dan wel?

Respondent 5: Ik denk eigenlijk dat de vraag is of ik zoiets wel zou lezen. Dat gehakketak tussen mensen. Dat ik dat zeg zegt als iets over dat het niet mijn ding is. Maar in zulke gesprekken kan het zijn dat je er halverwege in valt en dan ga ik het niet helemaal terug lezen.

Dan zoek ik een mooi beleidsplan, iets waar ik iets aan heb, en dan zou ik contact opnemen met die persoon. Maar ik zou niet meegaan in de conversatie. Ik zou dat gewoon skippen.

Interviewster: En stel u bent zelf opzoek naar informatie. En er is een zoekfunctie. Zou u dan wel op zoek gaan naar de conversatie?

Respondent 5: Ja, ik zou op zoek gaan van goh wie zijn dat. En dat uitzoeken. Ik zou geen conversatie teruglezen. Dat weet ik omdat ik dat heb ervaren met het kennisnet. En dan denk ik oh nee, die neiging heb ik totaal niet.

Interviewster: Denkt u dat er ook iets van invloed is op dat kennisnet, waarvan u denkt daar heb ik geen zin in?

Respondent 5: Ja, op een gegeven moment wordt het een overvloed aan prikkels. En dan denk ik ja jeetje als ik dat ook nog zou moeten zitten lezen. En buiten bij JOGG-job doe ik ook nog andere werkzaamheden. Dus op een gegeven moment moet een mens wel schiften, van wat laat ik nog binnen komen en wat niet. Dus je gaat heel selectief direct op je doel af. En dan is zo'n conversatie voor mij te wollig. Dus zal ik dat denk ik eruit filteren. En dat heeft daarmee te maken. Er zijn zoveel mailtjes over zoveel verschillende onderwerpen. Zoveel. Mail is ook al conversatie in een bepaalde mate. Dat ik daar gewoon geen behoefte aan heb.

Interviewster: Heeft u wel de behoefte om op een andere manier informatie te krijgen? Bijvoorbeeld het lezen van blogs over elke week een ander onderwerp of webinars?

Respondent 5: Nou ik wil nog een kanttekening zetten bij wat ik net zei. Ik zou zo'n conversatie wel volgen als bijvoorbeeld, stel je zit in een werkgroep vanuit JOGG en een aantal gemeenten zijn bij elkaar gezet en je vormt met elkaar een soort werkgroep. Vanuit lokaal en landelijk om iets te ontwikkelen of neer te zetten. En je hebt dan met elkaar zo'n groepje, dan zou ik er wel gebruik van maken. Snapje wat het verschil voor mij is. Maar het is niet zo dat ik zomaar snel aanhaak bij iets. Ik zou er zelf niet een soort van betrokkenheid als zijnde van je bent onderdeel van een werkgroep, je snapt het principe denk ik wel. Dan zou ik er wel in mee gaan. Maar niet zoals een soort buitenstaander, ik zoek informatie, daar is een conversatie. Ik ga zoeken hoe heet die persoon, wat zijn de contactgegevens, oké dan ga ik die bellen. Ik zou het misschien even screenen, van oh interessant, maar ik zou niet mee doen.

Interviewster: Zou u op het platform contact met het landelijk bureau zelf opnemen? Bijvoorbeeld via een servicepoppetje?

Respondent 5: Ik denk het niet. In de fase waarin we zitten zou ik gewoon Koos in roepen.

Interviewster: En waarom?

Respondent 5: Ja, misschien hou ik wel meer van persoonlijk contact. En misschien is het ook wel in de fase waarin wij zitten dat waarschijnlijk dan de standaard informatie ook niet meer toereikend is en dat je vraagt om te specifieke dingen. Kijk als je nog in een opstartfase zit, dan zijn er nog heel veel standaarden van hoe je iets neerzet en opzet. Daar zou ik me best kunnen voorstellen dat die mensen er wel behoefte aan hebben. Die zouden er misschien anders op reageren dan als je al in een andere fase zit. Waarin je weer opnieuw dingen aan het ontdekken bent ofzo. Van hoe nu verder. Nee, ik denk dat ik Koos zou bellen. Oké. Hé maar ik had niet

gezegd hoe oud ik was. Maar ik ben 52, dus misschien ligt het ook aan mijn leeftijd. Dat jongere JOGG-regisseurs daar anders mee om gaan. Dat kan ook nog.

Interviewster: Dat sluit wel aan op mijn volgende vraag. Bent u actief op social media?

Respondent 5: In die zin, wij hebben een Twitteraccount. Ik vind niet dat we daar heel actief in zijn. Als er een keer een evenement is dan plaats ik er iets over met een foto. Maar laat dat een keer in de twee maanden een keer gebeuren. Dat heeft ook te maken met dat ik vind dat Twitter zijn doel bijna voorbij is. Er is te veel. Als je een Twitteraccount begon was die informatie nog wel te behappen, maar op een gegeven moment kreeg je zoveel informatie. Op een gegeven moment word je er knettergek van. Dus dan ga je ook weer filteren. Daar heeft dat ook mee te maken. Persoonlijk zit ik wel op Facebook. Maar ook dat gebruik ik zo wanneer ik er een keer zin in heb. Heel erg afgebakend naar privé. Het is persoonlijk. Vooral buiten mijn werk.

Interviewster: En als u Facebook dan gebruikt. Kan u zeggen dat u er wel dagelijks op kijkt?

Respondent 5: Nee, niet dagelijks. Ik kan wel eens weken waarin ik dagen achter elkaar kijk. En dan ben ik er weer heel erg klaar mee. En dan na die maand ga ik weer wat posten en even wat liken. Dus het is heel afwisselend. Maar ik vind het heel erg als ik het gevoel heb dat het een moetje wordt. Dan is het op een gegeven moment klaar. Dan word je geleefd door social media, dat wil ik niet. Of door alles wat op je af komt. Dan heb ik zoiets van back off.

Interviewster: En stel u zit in een periode waarin u denkt, social media is toch wel weer leuk. Bent u meer iemand die dingen zelf post of reageert u veel?

Respondent 5: Reageert op anderen. Als ik het voor de gemeenten doe, dan denk ik het is goed voor de zaak. Daarom post ik. Maar niet omdat ik zelf de behoefte heb om dingen te etaleren.

Interviewster: En schrijft u wel eens kritische reviews?

Respondent 5: Nee, zo zit ik niet in elkaar.

Interviewster: Oké en wat voor reacties kan ik dan verwachten?

Respondent 5: Ik post dan vooral dingen onder berichten van anderen. Van oh wat leuk dat je dit en dat hebt gedaan. Maar ik zou geen kritische discussies aangaan. Dat is niks voor mij. Dan bel ik wel iemand. Dat doe ik niet voor zo'n groot publiek.

Interviewster: U zit ook wel eens op de wiki. Maakt u daar regelmatig gebruik van?

Respondent 5: Wat is regelmatig. Ik zit er niet maandelijks op. Maar als ik gewoon van een bepaald thema. Stel ik zou een vraag hebben voor Koos, dan kijk ik eerst wel even op de wiki van goh kan ik het daar vinden. En als ik dan geen antwoord op de vraag heb, dan ga ik hem wel bellen.

Interviewster: Dus het is echt als u iets wil weten?

Respondent 5: Ja precies, gewoon van oh hoe zat dat ook alweer. En ik denk dat anderen dat ook zo doen, andere netwerkpartners.

Interviewster: Waarom denkt u dat?

Respondent 5: Ja, dat is meer de ervaring die ik gehad heb. Dat bijvoorbeeld onze gemeente bezig ging met Gratis Bewegen. En dan zie je ook zo dat ze op de site hebben gekeken en

kijken wat ze kunnen downloaden. En verder hoor ik ze er nooit over. Dus dan weet je wel van oké.

Interviewster: Als er een platform komt. Wilt u dat dan op de wiki of Facebook of een ander platform?

Respondent 5: Nee lekker alles in een.

Interviewster: Waarom wilt u alles in een?

Respondent 5: Ik vind het fijn om over zicht te hebben. En dan denk ik ook, ja er is toch al zo'n ding. Waarom moet je dan nog ergens anders heen voor dat platform. Dat zou ik zelfs raar vinden. Onhandig en raar. Moet je nog iets onthouden.

Interviewster: Ja, dat is ook weer zo.

Respondent 5: Het moet wel met een goed zichtbaar icoontje of iets. Wel dat je mensen uitdaagt. Dat zou je op het moment dat je de site opent zou er kunnen staan: hé discussieer je mee, of hé denk je mee. Dat zou misschien mij nog wel prikkelen. Of dat er een mail in je inbox komt. Van hé er is nu een discussie gaande over dat en dat. Heb je ideeën of kun je meediscussiëren? Misschien als ik dan een goede brainwave had, dat ik dan nog zou zeggen dat ik wel aan zou haken. Nee, maar serieus, dan denk ik hoe zou ik wel uitgedaagd kunnen worden. Kijk je moet ervan uit gaan ik kijk niet dagelijks op die wiki, dus er gaat ook veel langs mij heen dan. Maar ik kijk wel dagelijks in mijn mailbox. Dus op het moment dat er een discussie gestart wordt en je wil mij motiveren, dan zul je dat of via de JOGG-nieuwsbrief moeten doen, die screen ik wel altijd even, of via een aparte mail die daaraan gewijd is, die met een hyperlink door linkt naar het platform.

Interviewster: En hoe vaak zou u dan een mail willen krijgen? Als er iets gaande is?

Respondent 5: Niet wekelijks. Dan moet het echt wel ergens over gaan.

Interviewster: Dus eigenlijk zou u dan misschien wel bepaalde onderwerpen willen filteren. Dat u dan zegt als het daarover gaat dan wil ik graag een mailtje.

Respondent 5: Ja, dat zou inderdaad wel handig zijn. Dat je ook aan kan passen van wij hebben heel lang niks aan sport gedaan. Dat ik zeg als daarop landelijk iets gebeurt, dan zou ik er wel van willen weten om dat dan nog te bepalen of ik eraan mee doe. Ik ga al overstag eh, merk je dat. Ik zit ook te denken wanneer zou ik nou zo gek zijn om mee te doen. Wanneer kun je iemand als mij verleiden om mee te doen.

Interviewster: Maar het is dus wel mogelijk?

Respondent 5: Ja, kennelijk wel.

Interviewster: Denkt u dat een platform kan bijdragen aan de relatie met JOGG?

Respondent 5: Ja, dat zou best kunnen. Ik denk dat ik in eerste instantie aan Koos vragen zou stellen, maar het kan best dat ik op den duur denk ik ga eens even op het platform kijken en daar iemand iets vragen. Misschien kan ik er wel heel veel uit halen en leer ik de organisatie nog beter kennen. Dus ja het kan wel.

Interviewster: Denkt u dan dat JOGG meer actief moet zijn dan lokale professionals?

Respondent 5: Ja, dat denk ik wel. Zij moeten het zo interessant maken dat het voor ons relevant is om er heen te gaan. Maar met die groepen bijvoorbeeld, dat komt dan weer meer af van lokale professionals, al hebben de adviseurs daar ook een rol in. Misschien is wel fiftyfifty.

Interviewster: Ik ga even naar de tools. Ik heb kaartjes gemaakt met functies voorop het platform. Lees ze even rustig door. En dan wil ik u vragen om ze van minst naar meest belangrijk te leggen. En toe wil lichten waarom. Als u zelf nog suggesties hebt, heb ik nog lege kaartjes.

Respondent 5: Even kijken. Bij veel dingen denk ik nu ook, ja we hebben de nieuwsbrief al. Als de nieuwsbrief door klikt naar dat platform dan vind ik het prima. Ik ga hem wel rangschikken, maar dit is wel mijn eerste reactie als ik dit zie. Ik geloof niet dat als ik dit zie ik zo zelf op het platform zou komen. Je moet mij triggeren om daar te komen. En als ik daar dan kom. Even kijken hoor. Wat zou ik dan als belangrijkste vinden. Nou vragen zet ik aan het eind. Want ik denk dat ik, ja ik weet het eigenlijk even niet meer... dat vrijetijdsbesteding kan wat mij betreft wel weg. Ik heb daar geen behoefte aan. Oké, nou dan is dit hem.

Interviewster: Wilt u hem misschien nog even toelichten?

Respondent 5: In eerste instantie zou ik klikken op het platform omdat ik geïnspireerd wil worden, eerlijk gezegd, ja dat is wel egoïstisch, meer dan dat ik zelf zou inspireren. Hoewel, als wij iets in onze eigen nieuwsbrief zetten dat dat lokaal door de landelijke overgenomen worden. Dus indirect.

Interviewster: Zou landelijk ook wel een beetje die taak mogen opnemen?

Respondent 5: Ja, dat ze er een beetje uifilteren van hé dit is wel interessant. Dan vind ik het prima dat dan gebeurt.

Interviewster: Dat gebeurt nu ook een beetje op de wiki. Kijkt u dat wel eens?

Respondent 5: Ja, als ik iets zoek op een thema dan zie ik dat wel. Maar met andere woorden, ik zou er niet snel iets op zetten. Maar Koos zegt goh dat is wel interessant, wil je dat delen op het platform voor anderen. Dan zou ik dat wel doen. Dat vind ik ook de taak van een JOGG-adviseur. Als Koos dat zegt ga ik daar inspanning opnemen. Maar van die 9 uur die ik heb, ben ik niet continue bezig met hoe ik anderen kan inspireren. Het zijn beperkt aantal uren, dan ga je meer bezig met hoe kan ik die goed kan inzetten voor de gemeente. Dus het heeft misschien ook te maken met het aantal uren.

Interviewster: Dus de JOGG-adviseur zou het zelf ook wel mogen delen?

Respondent 5: Ja, maar als ik dan iets moet aanpassen of iets op het platform moet zetten dan wil ik dat ook wel doen. Maar er gebeurt nu ook veel in de nieuwsbrief. Maar nieuwsbrieven gaan voorbij. Als die hot items ook wel op het platform blijven staan, zou ik daar wel meerwaarde in zien.

Interviewster: Dus eigenlijk zou u de nieuwsbrieven van de JOGG-updates ook wel opgeslagen willen zien. Of de stukjes thema.

Respondent 5: Ja, dat denk ik wel. Omdat dat voor mij de snelste ingang is en ik denk hé daar wil ik meer over weten. En als je er dan nog meer over wilt weten, dan hé daar staat een

contactpersoon. Oké, de volgende informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Dat is de wiki eigenlijk al. Dus eigenlijk kan die wel aan het eind. Dat ken ik ondertussen wel. En inderdaad als je iets interessants ziet dat je dan een professional kan benaderen. Hoewel ik dat vaak nog via Koos laat lopen. Dus ik denk dat dit hem wel is.

Interviewster: Oké, ik maak er even een foto van. Dankjewel.

Respondent 5: Ik moest er even over nadenken hoor.

Interviewster: Nee, maar dat snap ik wel. Ik heb nog een voorbeeld. Ik heb een soort voorbeeld gemaakt, dat is een uitgebreide van de wiki. Het heeft een andere functie dan waar we het net over gehad hebben. Er is wel een stuk waar je vragen en antwoorden kwijt kunt. Maar het hoofddoel van het platform is informeren met de webinars. Dan zou je bijvoorbeeld kunnen zeggen van er is elke week of elke maand een poll, net hoe vaak mensen daar behoeften aan hebben. Die poll vul je in wat voor onderwerp er belangrijk is voor u. Dan maakt het landelijk bureau samen met experts webinars. Dan kunt u ook vragen stellen. En mijn vraag is wat zou u daarvan vinden?

Respondent 5: Ja, ik sta er wel positief tegenover. Als ik het zo zie dan zou ik er wel eens op klikken als ik zie de Gezonde Werkvloer. Maar weer hoe breng je mij op deze site. Dat is nog veel meer de vraag.

Interviewster: Stel u krijgt een mail van de webinar over de Gezonde Werkvloer. Met van tevoren een mail met vul de poll in om te bepalen wat het onderwerp wordt.

Respondent 5: Ja, dat zou ik wel wat vinden. Via de mail of de wiki nieuwsbrief. Dan zou ik wel geneigd zijn om, als het mijn onderwerp is, dat ik denk ja daar hebben wij wel wat aan.

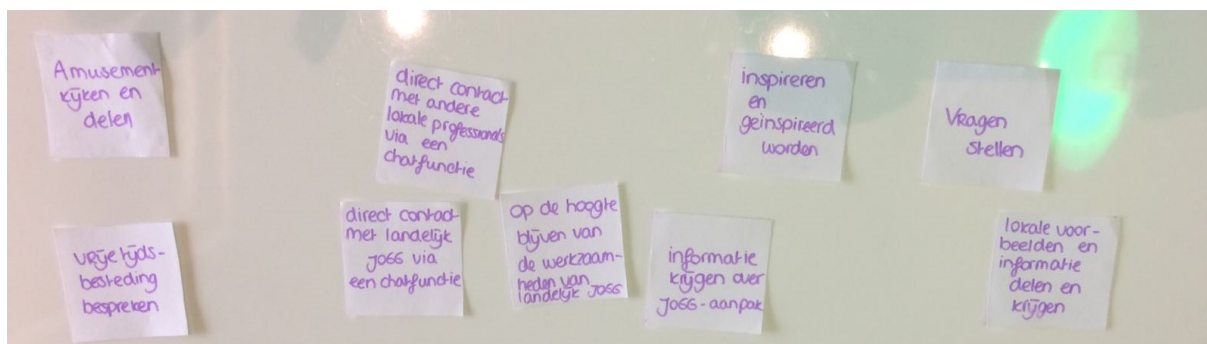
Interviewster: Zou u dat sneller invullen een poll, als u het mailtje krijgt vanuit JOGG of vanuit Koos?

Respondent 5: Ja, als ik hem van Koos krijg ben ik nog iets sneller genegen om het te doen. Ook omdat je persoonlijk contact met iemand hebt. Maar het is niet zo dat ik het niet zou doen als het vanuit JOGG komt. Maar als het van Koos komt zou ik het misschien nog iets sneller doen. Dat hij zegt hé wil je dat even invullen. Dan wordt er wel heel erg beroep op je gedaan. Dus dan weet ik zeker dat ik dat wel doe.

Interviewster: Is het voor u ook een stap om het webinar live te volgen?

Respondent 5: Ja, ik weet dat we ooit een webinar hadden, die had ik ook doorgestuurd naar scholen. Dat ging over de gezonde schoolomgeving. Ik vond het toen wel belangrijk om door te sturen. Waar scholen ook op gereageerd hebben. Dat verbindt ook wel mensen voor samenwerkingen. Ik heb toen zelf niet gekeken, omdat ik dacht ik geloof dat ik er wel iets van weet. Het kan tweeledig zijn dat je er wel iets mee wilt. Dat je andere inspireert of dat je zelf nog aan het zoeken bent. Als ik zelf aan het zoeken zou zijn dan zou ik sowieso kijken. En of ik iets live kan kijken dat maakt mij niet zoveel uit. Het is mooi dat het kan, dus als je de tijd en gelegenheid hebt dat je ook vragen kan stellen. Maar ik vind het zeker fijn dat je het terug kan kijken. Want ik bedoel dat is net als met tv kijken tegenwoordig. Het wordt steeds meer on demand. En als ik echt vragen heb dan kan ik die ook stellen via Koos.

Interviewster: Oké, dankjewel. Bedankt voor uw deelname aan het onderzoek.



Figuur 26. *Card Sorting-test respondent 5*. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 15-07-2018

Duur: 9 minuten

Interviewster: Wat fijn dat u nogmaals wat vragen wilt beantwoorden!

Respondent 5: De omstandigheden wat minder leuk natuurlijk. Jammer dat je niet in een keer bent geslaagd. Is het wel aan te passen?

Interviewster: Ja, dat is het zeker.

Respondent 5: Dat is fijn om te horen. Ik heb je mailtje voor me.

Interviewster: Mooi, dan kunnen we gelijk beginnen.

Respondent 5: Dat is goed.

Interviewster: Even terug naar de context. Ik onderzoek natuurlijk of een online platform effectief kan zijn voor JOGG en met deze vragen wil ik even testen wat u van bepaalde berichtgeving op het platform zou vinden. Te beginnen met bericht 1. Vindt u dit creatief, informatief of deelbaar? Deelbaar houdt in dat u het zou delen op social media.

Respondent 5: Bericht 1 vind ik wel informatief. Coca-Cola werkt samen, ja ik weet eigenlijk ook niet zo goed wat ik daarvan vind. Het is belangrijk natuurlijk en brengt geld in het laatje. Maar ja echt betrouwbaar klinkt het niet. Dus ik snap best dat mensen daar twijfels bij hebben. Dan is het denk ik wel goed om zo'n bericht te delen met uitleg. En vragen kun je er dan natuurlijk onder stellen. Dan moet iemand natuurlijk wel goed kunnen antwoorden. Niet dat het een hele discussie wordt, dat vind ik ook weer niks.

Interviewster: Zou u zelf vragen stellen?

Respondent 5: Als ik ze heb wel. Maar die heb ik nu niet, dus dan zou ik het niet doen. Ik vind het trouwens wel goed dat ze dit soort berichten delen. Dus ik zou het misschien wel leuk vinden. Liken.

Interviewster: Oké duidelijk. En berichten 2 en 3. Dat zijn twee zelfde berichten maar anders geschreven? Wat vindt u daarvan?

Respondent 5: Ah, de rode kinderhoofdjes. Ja leuk geschreven! Creatief, daar hou ik wel van. Dit zou ik ook wel leuk vinden. Maar of ik hier nou direct iets aan heb. Dat weet ik niet. Als het echt een bericht is voor op het platform, dan zou ik dit er niet opzetten. Eerder berichten die wat meer informatie omvatten, waar wij echt mee kunnen werken. Een volgende is natuurlijk of ik het ook echt lees als het erop staat. Ik moet dan natuurlijk wel eerst het platform bezoeken. Maar goed, daar hebben we het toen ook al over gehad.

Interviewster: En bericht 3?

Respondent 5: Ja, dan moet ik heel eerlijk bekennen. Ik heb het filmpje nog niet gekeken.

Interviewster: Oh dat is geen probleem. Kan dat nu nog even?

Respondent 5: Ja, ik ga het even kijken. Leuk zo met die animaties. Dat vind ik altijd heel duidelijk. Ja dit is een filmpje van het ministerie natuurlijk. Maar wel een goede boodschap. Ook met die vergrijzing en werkdruk. Wij richten ons in de gemeente natuurlijk niet alleen op jongeren, maar ook op ouderen. Dus dit dekt voor ons bijvoorbeeld goed te lading. Ik zou dit filmpje ook wel delen met collega's van de GGD. Ik werk natuurlijk eigenlijk bij de GGD en doe dit ernaast. Dus dan zou ik dit wel interessant vinden om te delen met ze. Het laat goed zien dat het van belang is wat we doen. Dus een stukje waardering, dat is wel fijn.

Interviewster: Oké, dankjewel. Dat is alles wat ik graag wilde weten.

Respondent 5: Geen probleem. Wat zijn jouw volgende stappen?

Interviewster: Ik moet nog een paar mensen bellen en dan ga ik alles verwerken en tot een geheel maken. Dan hoop ik eind augustus wel geslaagd te zijn.

Respondent 5: Ik ga voor je duimen, succes!

Interviewster: Dank u! Werkse nog!

Respondent 6**Datum:** 13-04-2018**Gemeente:** Noord-Brabant**Fase:** 3**Functie:** Regisseur**Leeftijd:** 31**Duur:** 61 minuten**Gesprek**

Interviewster: Ik ga dus een interview afnemen met u over de communicatie tussen landelijk en lokaal JOGG. Ik ga hier in vragen naar uw betrokkenheid, wat u van de communicatie vindt en een nieuw communicatiemiddel wat de organisatie kan gaan invoeren. Ik neem het gesprek op, zodat ik het na afloop kan uittypen. Uw gegevens worden in deze documenten anoniem verwerkt.

Respondent 6: Mag ik kritisch zijn?

Interviewster: Ja zeker, je mag alles zeggen je vindt.

Respondent 6: Want is het anoniem?

Interviewster: Ja, het is zeker anoniem. Dus we nemen nu het gesprek op en als het is uitgetypt wordt dat verwijderd of in ieder geval niet verspreidt. En bij het uittypen hou ik er rekening mee dat ik gemeenten niet specifiek maak en benoem ik geen namen.

Respondent 6: Ik vind het helemaal goed.

Interviewster: Oké, top. Zou je voor mij dan willen beginnen met je leeftijd te vertellen, in welke gemeente je werkzaam bent, welke functie je hebt en in welke fase gemeente nu zit?

Respondent 6: Ja, oké ik ben 31 jaar. Ik ben de JOGG-regisseur van deze gemeente in Noord-Brabant. Wij zijn in 2014 begonnen, we zitten nu in de derde fase. Ik ben zelf nu sinds oktober JOGG-regisseur. Dus nog niet zo lang.

Interviewster: Oké. Zou je me wat willen vertellen over je werkzaamheden?

Respondent 6: Ik heb een stukje regionaal gebied en een stukje lokaal. Wat ik doe in de regio is kijken wat er regionaal kan gebeuren en hoe ik andere gemeenten enthousiast kan krijgen over JOGG. Ook heb ik pas in januari een bijeenkomst georganiseerd. Dan vertel ik wat wij willen doen en welke private partners we hebben in de regio en proberen we partners te koppelen. Wat ik lokaal doe is voornamelijk op het voortgezet onderwijs en basisonderwijs. Voorbeelden zijn vooral de Gezonde school, vignetten, lokale evenementen organiseren en waar ik JOGG zichtbaar kan maken. Ik hou altijd in mijn gedachte om JOGG in de publiciteit te krijgen. Altijd als er iets gebeurt dan probeer ik iets te verspreiden op een nieuwssite, zodat het ook zichtbaar wordt.

Interviewster: U heeft best wel wat werkzaamheden daarin. Heeft u ook veel contact met het landelijk bureau.

Respondent 6: Ja, ik heb een adviseur, Mark Blankwater, dat is mijn eerste aanspreek punt. Hij is mijn eerste connectie. Als ik vragen heb dan stel ik ze aan hem. Als hij dingen wilt weten stelt hij vragen aan mij. Ja het is gewoon een adviseursrol. Hij neemt ook mijn plan van aanpak door. We zaten ook een keer met de gemeente samen. Daarnaast heb ik contact met Team:Fit, gezonde sportkantine, van het landelijk bureau en andere experts. Bijvoorbeeld de expert PPS op dit moment heb ik daar veel mee te maken. Bij het organiseren van NL Vitaal heb ik veel contact gehad met de mensen die daar verantwoordelijk voor waren. Dat zijn mijn voornaamste aanspreekpunten binnen JOGG.

Interviewster: Wat vind je van die aanspreekpunten. Vind je dat als je een vraag stelt aan PPS, dat je dan goed geholpen worden, dat ze duidelijk communiceren?

Respondent 6: Ja, er is vooral mail cultuur. Al is dat ook wel prettig op zich. Ik kan altijd bellen als het nodig is of even een belafsprake maken. Ik vind wel dat ik goed geholpen word. Het was vooral toen ik nieuw was wel een zoektocht voor mij. Toen kwamen al die namen op me af, van die is expert dit en die is expert dat. Toen wist ik niet wat ik ermee moest en hoe ik ze direct kon benaderen. Maar ik merk nu wel door de connecties die je opbouwt en de landelijke dagen dat je meer mensen ontmoet en het meer open is en ik iedereen direct kan benaderen. Het zou ook echt wel een hulpmiddel zijn voor het lokale JOGG, zoals het hier is.

Interviewster: Oké, dus je ziet ze als hulpmiddel. Hoe zou je verder de verhouding omschrijven in werk?

Respondent 6: Laat ik zeggen dat de adviseur, mijn persoonlijke begeleiding, die ondersteunt en stuurt. Hij houdt in de gaten wat er allemaal gebeurt en hij kan mij ook helpen als ik vraagstukken heb. De experts... eigenlijk ook wel hetzelfde. Zij ondersteunen en sturen. Ze kunnen voorbeelden geven uit andere JOGG-gemeenten, waar ik veel aan heb. Ik had ooit als JOGG-regisseur, je bent in je eentje, je trekt je eigen plan en dan is het fijn als je ooit een voorbeeld ziet vanuit andere gemeenten. Ik denk dat ze vooral ondersteunen en adviseren.

Interviewster: Vind je die verhouding fijn?

Respondent 6: Ja, zoals die nu is vind ik hem heel prettig, omdat ik nu het idee heb als ik tegen lastigere zaken aanloop, dat ik ze kan vragen. Om hulp kan vragen. Ze antwoorden, ze zijn betrokken en ze weten wat er speelt. Ja, ik zeg al daarom ben ik daar heel tevreden over en zie ik alleen maar positiviteit in de connectie met landelijk.

Interviewster: Je zegt ze zijn betrokken. Hoe voel je dat?

Respondent 6: Omdat ze weten wat er speelt in de regio. Mooi voorbeeld als je naar zo'n landelijke bijeenkomst gaat. Pas was bijvoorbeeld het Kennisfestival. Dan heb je echt wel mensen die naar je toe komen en ze weten wat er hier gaande is en wat er hier op regionaal gebied gebeurt. Daar heb je dan ook vragen over. Ze zijn met de gemeente bezig en dan weet je dat het in hun hoofd zit en dat ze erbij betrokken zijn, terwijl ik weet dat ze door heel Nederland actief zijn. Dat zijn voor mij wel de momenten dat ik denk dat ik niet als enige de kar trek. In de praktijk is dat wel zo natuurlijk. Ik heb hier zelf de lijntjes in handen, maar ze zijn wel op de achtergrond. Ze weten wat er speelt en ze vragen er ook wel regelmatig naar.

Interviewster: Voel je je ook betrokken bij de landelijke organisatie?

Respondent 6: Nog niet echt, nee.

Interviewster: Hoezo niet?

Respondent 6: Daar ben ik misschien ook te kort voor JOGG-regisseur. Ik begin nu mensen beter te leren kennen, ik begin connecties te krijgen. Maar ik heb niet het idee dat ik daar ook maar enige invloed heb op wat er gebeurt. Ik zie hun vooral als een hulpmiddel voor mij en ik heb zelf niet het idee dat ik daar veel los kan krijgen of iets.

Interviewster: Zou je dat wel willen?

Respondent 6: Nee, op dit moment niet. Ik heb daar geen behoefte aan. Ik heb mijn handen hier vol en nee.

Interviewster: Je zegt ook ik ben er nog niet zo heel lang bij. Maar je hebt vast wel een beeld gevormd van de landelijke stichting in Den Haag.

Respondent 6: Ja, zeker.

Interviewster: Kan je vertellen wat je van ze vindt?

Respondent 6: Ik vind op zich de connecties wel goed. Ze hebben een adviseursrol die je kan helpen bij vragen. Ze hebben de experts die je kunt inzetten om een bepaalde kant op te gaan. Dat is heel prettig. Ik merk wel dat er nog veel dingen zijn waar nog niet goed over nagedacht is. Dan wil ik bijvoorbeeld het voorbeeld noemen van de NL Vitaal bijeenkomst. Regionaal kun je jezelf dan op de picture zetten. Daar komen allemaal afspraken uit, vervolgafspraken en tafelafspraken en dan is het eigenlijk de volgende stap die ik dan mis. JOGG richt zich dan heel erg op een mooi evenement, maar de borging is nergens goed bekend waar die ligt en ja, ook niet goed bekend of die bij andere regisseurs ligt of bij mij of bij iemand uit de organisatie. Ik merk dat we nu allemaal een beetje aan het doen zijn. Toevallig heb ik ook contact gehad met een andere JOGG-regisseur waar ook NL Vitaal is georganiseerd en die kwam precies met hetzelfde. Dus dat is wel typisch. Een voorbeeld daaruit is bijvoorbeeld dat hij zegt van goh ik ga niks met die tafelafspraken doen. Dat hoort niet bij mij, maar bij NL Vitaal. Hier screen ik ze bijvoorbeeld wel, omdat ik het zonde vind om er niks mee te doen, want anders blijft het liggen. Dus dat zijn wel punten voor JOGG dat ze over het vervolg nadenken. Want het vervolg is nog veel belangrijker dan alleen het event.

Interviewster: Wil je dan echt dat zij die vervolgstappen maken of zou je meer instructies willen, zodat je weet wat je moet doen?

Respondent 6: Ik wil die vervolgstappen wel doen. Maar het is niet heel bekend waar die verantwoordelijkheid dan ligt. Ik richt me vooral op de regio, ook voor het bedrijf waarvoor ik hier zit. Dat willen we graag doen. Maar ik kan me goed voorstellen dat een gemeente niet voor een andere gemeente iets gaat oppakken. Daar is volgens mij nog niet helemaal goed over nagedacht hoe JOGG daar mee om wil gaan. Na zo'n bijeenkomst waar heel veel mensen uit de regio zitten. Daar zit voor mij wel een winst voor mijn gevoel.

Interviewster: Dus jij zegt ze denken goed na, maar ze mogen nog wel verder doorpakken?

Respondent 6: Ja, ik vind dat ze wel verder mogen nadenken over borging. De komende tijd gaan ze nog meer NL Vitaals organiseren, ik vraag me echt af, of ik hoop dat ze goed nadenken en dat ze die taken bij relatiemanagers of adviseurs leggen. Dat er wel iemand is die gaat zorgen dat er een vervolg aan wordt gegeven. Kijk wij waren de eerste, dus misschien is het wel verandert. Maar heel veel mensen riepen dit, dus als er dan niks mee gedaan wordt, ja...

Interviewster: En als je dan met zoiets rondloopt. Kun je dat dan goed doorgeven aan Mark, luisteren ze daar goed naar?

Respondent 6: Ja, en ook aan experts. Wat dat betreft zijn we er hier dan ook wel mee bezig, maar ik heb wel het idee dat als ik die taak niet op me had genomen, dat er niet veel gedaan zou worden.

Interviewster: Heb je het idee dat als je het aangeeft ze het ook oppakken?

Respondent 6: Ja, ja zeker. Dat is ook al bewezen. We hebben pas ook een bijeenkomst gehad met Mark en expert PPS. Dus daar zijn we wel stappen in aan het maken. Maar ik denk wel dat er een krachttrekker achteraan moet zitten. Ik heb het idee dat het nu gewoon goed loopt, maar ik heb het idee dat als het niet goed loopt. Ja als niemand daar het heft in handen pakt, dat daar dan niks mee gedaan was.

Interviewster: Vind je dan dat dat jouw verantwoordelijkheid is?

Respondent 6: Ik vind dat JOGG daarover na moet denken. Zij ontwikkelen NL Vitaal, dus ik vind dat zij een vervolg moeten vinden en dat zij het moeten uitbrengen. Dus ik vind dat zij dat moeten doen of moeten bespreken dat iemand het lokaal doet. Dus ik denk dat zij daar een visie in moeten voeren. Volgens mij is die er nu niet echt. Kijk er kunnen ook financiële componenten komen en dat is ook niet duidelijk waar die verantwoordelijkheid nu ligt. Daar is gewoon veel onduidelijk over. En dat kost allemaal tijd. Sommige mensen zeggen tijd is geld, dus ja.

Interviewster: Ja, en als je dan kijkt naar de andere werkzaamheden van JOGG. Wat vind je daar dan van?

Respondent 6: Met die ambassadeurs en voor mij is het heel fijn dat je als lokaal JOGG een organisatie boven je hebt die dingen landelijk kan uitdragen, dus waarop ik kan meeliften. Dat is één. En twee je hebt een veel groter bereik daardoor, waar ik ook op mee kan liften. Ze hebben met de ambassadeurs mogelijkheden gecreëerd dat wij bekende Nederlanders in kunnen zetten voor lokale projecten. Ik vind de experts een geweldig iets, waar je gebruik van kunt maken. Op het gebied van communicatie heb je mogelijkheden, ze kunnen landelijk iets van jou gaan delen of wat dan ook. Dus er is genoeg. Er is genoeg vraag- en antwoordmogelijkheden om samen uit te wisselen. Waar je profijt van kan hebben als lokale JOGG-gemeenten.

Interviewster: Dus eigenlijk zeg je van ik heb best wel veel aan ze en af en toe is het iets minder en dan kan ik wel contact opnemen?

Respondent 6: Ja, je hebt het wel zelf in de hand. Je hebt de adviseur die met jou vragen bespreekt. Je bent zelf degene die input moet vragen en als ik niet gebruik maak van experts,

dan maak ik daar geen gebruik van. Het wordt me niet opgelegd. Het moet altijd vanuit de JOGG-regisseurs zelf komen. Ik ben tot nu toe wel erg tevreden over ze.

Interviewster: Dat is mooi om te horen. JOGG doet ook wel eens uitspraken in de media, ook met de week voor de gezonde jeugd, daar waren ze te zien bij RTL Boulevard. Heb je dat gezien?

Respondent 6: Ja, dat heb ik gezien. Een stukje.

Interviewster: Daarnaast doen ze ook nog wel een andere uitspraken. Bijvoorbeeld: wij vinden dat je wel met het bedrijfsleven kunt samenwerken. Dat staat nu als een soort quote op de nieuwe website. Sta je achter hun profilering in media en op de website door dit soort uitspraken?

Respondent 6: Ja en ik ben ook bereid om het te volgen. Ik vind die bedrijven altijd wel een mooi item. Ik ben vanuit nature best commercieel ingericht. Ik heb ook bij de Rabobank gewerkt en als ik dan begrijp dat ze niet willen samenwerken met een bepaald bedrijf dat ongezonde producten heeft, dan denk ik dat is een gemiste kans. Als dat bedrijf iets in het assortiment wil veranderen wat wel gezond is dan proberen ze dat tenminste door het assortiment te veranderen. Ik heb hier het voorbeeld mee gemaakt met de McDonalds die iets in JOGG wilde investeren, waar een oude JOGG-regisseur van ja dat doen we niet. Waarvan ik dan denk als ze dan al op een evenement iets hadden willen doen met JOGG. Al is het maar waterdrinken of wat dan ook, dan heb je wel een hele grote partner aan je. Die hebben financieel heel veel mogelijkheden, waar wij nog een halve JOGG-regisseur van kunnen inhuren bijvoorbeeld. Daar kunnen we gewoon heel veel profijt uithalen. Ik heb daar af en toe wel mening over. Maar ik ben het over het algemeen wel eens met de profilering, zoals JOGG die uitbrengt. Ik vind het ook een taak van de lokale JOGG-regisseur om het te volgen. Kijk zij stippelen de route uit. Ik ben in dienst van de gemeente, maar ook wel een stukje van hen natuurlijk. Zij zijn ook een soort van organisatie die boven me staat. Daar heb ik veel profijt van, dus ik denk dan ook dat zij de weg mogen uitstippelen.

Interviewster: Heb je echt het gevoel dat ze boven je staan?

Respondent 6: Ja, ik heb wel het idee dat zij landelijk de route bepalen en als zij iets nieuws verzinnen dan heb ik de mogelijkheid om dat te volgen en ja. Ik heb wel de mogelijkheid om zelf een keuze te maken of ik er wel of niet iets mee ga doen. Je kunt als JOGG-regisseur wel goed bepalen wat je wil doen. Maar ik heb wel het idee dat ze boven me staan.

Interviewster: Zou je ze kunnen zien als collega?

Respondent 6: Nee, ondanks dat ik zei dat ze boven me staan heb ik wel het idee dat we gewoon collega's zijn. De lijntjes zijn in principe kort, dus dat zie ik echt als een voordeel. Maar het is wel een landelijke organisatie die over heel Nederland projecten uitzet en wat dan ook. In dat heb ik het gevoel dat ze boven me staan. Maar ik zie ze wel als collega's en een hulpmiddel.

Interviewster: Oké. Dus vanwege de korte lijntjes?

Respondent 6: Ja, daarom ja.

Interviewster: Je zegt ook het is een heel netwerk door Nederland heen. Als het bijvoorbeeld over JOGG gaat in het nieuws of als je het er met iemand over hebt, ben je dan trots om onderdeel te zijn van het netwerk?

Respondent 6: Ja, zeker. Ik vind het altijd mooi als het op tv komt of wat dan ook. Ja, ik heb er dan wel een heel goed gevoel bij en ja. Ik vind het super interessant. Ja, ik ben daar wel trots op ja. Ik vind het ook juist mooi dat er een organisatie landelijk is, waardoor je je als regisseur... ja je hebt er gewoon heel veel voordeel aan als het in de landelijke media komt en dat je denkt, ja daar ben ik mee bezig. Dat vind ik wel een lekker gevoel ja.

Interviewster: Ja, oké. We hebben het net ook al even gehad over hoe je communiceert met het landelijk bureau en met Mark. Via de telefoon en via de mail. Lees je ook wel eens de JOGG-update en kijk je wel eens op de wiki?

Respondent 6: Ja, ik kijk denk ik twee keer op de maand op de wiki. Of er iets leuks voor mij komt. De JOGG-update screen ik door en als ik iets interessants zie dan lees ik het.

Interviewster: Wat vind je dan eigenlijk goede communicatie?

Respondent 6: Ja, helder. Als het helder is voor iedereen en je snel kunt schakelen. Dan kun je ook weer snel door.

Interviewster: Is die vorm van communicatie er?

Respondent 6: Ja, soms wel. Maar net als dat voorbeeld dat ik gaf, dat ik dan niks meer hoor van het communicatieteam, terwijl ik wel aangaf dat er hier landelijke televisie zou komen. Dus dan denk ik waarom pakken jullie dat niet op en communiceren jullie niet naar mij. En ook de week voor de gezonde jeugd, dat wordt dan allemaal te laat gecommuniceerd. Dus ja, daarom soms wel en soms niet.

Interviewster: En wat is dan relevant voor jou om te lezen in een JOGG-update?

Respondent 6: Voorbeelden van anderen vind ik dan interessant. Ja, blogs ofzo. Dat lees ik eigenlijk niet.

Interviewster: Waarom lees je geen blogs?

Respondent 6: Nou ja, ja je screent een keer door die nieuwsberichten heen. Ik vind de voorbeelden dan fijn om te zien. Daar kan ik misschien zelf iets mee. Het is wel in de praktijk afhankelijk wat er speelt. Ik kan ook niet echt aangeven waarom ik blogs niet lees. Daar ligt mijn interesse dan denk ik niet.

Interviewster: Vind je het dan belangrijk inspiratie te krijgen ook uit andere regio's van JOGG?

Respondent 6: Ja zeker, dat vind ik JOGG landelijk ook echt fijn. Daar kan ik mijn vragen kwijt. Zij zien natuurlijk zoveel dingen voorbijkomen en daar zie ik dan echt voordelen in om dat boven me te hebben.

Interviewster: Maakt het voor jou uit welke regio ze komen?

Respondent 6: Nee hoor, dat mag uit heel Nederland. Ik denk dat een regisseur uit Groningen even goede dingen kan doen als een JOGG-regisseur uit Brabant. Als ze een leuk item verzinnen wat ik hier ook kan gebruiken, dan zie ik daar geen verschil in.

Interviewster: Wat vind je dan bijvoorbeeld inspirerend?

Respondent 6: Goede voorbeelden van andere gemeenten. Wat doen zij om bepaalde punten onder de aandacht te brengen en hoe kun je bepaalde projecten zo goed mogelijk aanpakken.

Interviewster: Oké. En je zegt ik kijk ongeveer 2 keer per maand op de wiki. Waarvoor kijk je dan op de wiki?

Respondent 6: Er komen vaak nieuwsberichten op wat ook in de nieuwbrief heeft gestaan. Ook voorbeelden uit de regio. Pas was er iets over opleiding wat nuttig was. Dat heb ik hier ook uit gezet. De subsidie voor de gezonde school kwam erop. Dat zijn allemaal dingen waar je over het algemeen wel iets aan hebt. Dat kan allemaal relevant zijn voor JOGG-regisseurs.

Interviewster: Lees je je dan ook nog wel eens in op informatie wat op de wiki staat?

Respondent 6: Ja als ik specifiek met iets aan de slag ga, dan wil ik er nog wel eens kijken van hé kan ik misschien producten huren van JOGG of iets in de trant. Ja, iets over de campagnes lees ik eigenlijk niet. Maar ik heb het gevoel dat dat niet echt wordt aangepast.

Interviewster: Vind je de informatie dan nog wel relevant?

Respondent 6: Ja, het wordt niet echt aangepast. Dus mijn interesse heeft het in ieder geval niet. Ik kijk naar de nieuwsberichten en ik weet dat als ik echt iets met waterdrinken wil doen of ik weet dat je mascottes kan huren dat soort dingen, dan weet ik van oké even kijken wat de mogelijkheden zijn. Bijvoorbeeld dat ik een poster kan huren of wat dan ook. Dat zijn vooral de items die ik gebruik.

Interviewster: Vind je verder dat je voldoende informatie krijgt van de stichting?

Respondent 6: Ja, maar in principe word je altijd wel op de hoogte gehouden van dingen die om je heen gebeuren. Dus dat vind ik goede informatie. Ik vind bijvoorbeeld wel met een week voor de gezonde jeugd, ontzettend leuke week en ook erg goed gegaan, alleen dat komt dan toch allemaal wel laat op gang. Eind december, begin januari, krijg je dan een eerste mail van er gaat een week voor de gezonde jeugd komen. Dan vind ik het wel zoeken van wat je wel en niet kan gaan doen. Iedereen heeft daar zijn eigen lijn ingetrokken. Ik vond dat wel af en toe lastig om dan vanuit een mailtje wat je krijgt, daar een hele week voor te organiseren. Wat dan ook best veel impact heeft. Het is wel leuk dat we het hebben gedaan, maar dat vind ik dan wel lastig hoor. Dat vind ik dan ook wel laat.

Interviewster: Zou je dan de dialoog aan willen gaan met JOGG? Dat je bijvoorbeeld vraagt van wat kan ik doen en hebben jullie specifieke informatie die ik kan gebruiken?

Respondent 6: Ja en nee. Ik hoef niet lang niet over de dialoog aan te gaan, maar als ik een dialoog aan ga dan leg ik dat bij mijn adviseur neer, Mark. Daar kan ik gewoon mijn vragen stellen. Maar het wordt dan bedacht en Mark wist er ook nog niet veel over. En dan ga je daar allemaal een eigen lijn in trekken, terwijl ik denk dat dat nog wel beter had gekund. Als ik daar nog meer en beter over geïnformeerd was. Uiteindelijk was het wel een succesvolle week en is dat ook wel de manier van werken en ben ik dat nog niet gewend als JOGG-regisseur. Maar ik vind dat, ik zou bijvoorbeeld nu al willen weten wanneer volgend jaar de week voor de gezonde jeugd is als die er komt. Ik zit bijvoorbeeld heel veel met basisscholen waarbij ik nu al de jaarkalenders heb afgesproken. Dus voor mij zou het heel praktisch zijn als ik het weet. En nu

kan ik het niet meenemen in de jaarkalenders van de basisscholen, maar ik weet 100 procent zeker dat ze het zouden willen weten. En nu zegt mijn gevoel dat ik dat pas weer een paar maanden van tevoren ga weten. Dan moet ik overal apart aankloppen om iets met de week van de gezonde jeugd te willen, terwijl ik dat nu al zou kunnen toepassen in onze jaarplanning. Ik denk zelf dat het nog veel efficiënter kan.

Interviewster: Als je het dan wil weten. Is het dan een lage drempel voor jou om de telefoon te pakken en het communicatieteam op te bellen en te vragen van goh weten jullie dat al?

Respondent 6: Nee, die vraag zou ik nooit bij het communicatieteam neerleggen. Die zou ik bij Mark neerleggen. Dat heb ik nog niet gedaan. Dus die drempel is dan... nu ik er zo over denk ik waarom heb ik dat nog niet gedaan. Maar ik heb de aanname al dat dat gewoon nog niet gepland is. Anders had ik er wel wat van gehoord. Dus dat is een beetje een aanname die ik doe.

Interviewster: En waarom denk je dan dat die drempel naar het communicatieteam hoger is?

Respondent 6: Ik ken zo persoonlijk de namen niet eens van het communicatieteam. Dus alle contacten die ik heb gaan voornamelijk via Mark. Ook wel een leuk item is, in de week voor de gezonde jeugd hebben we op maandagmiddag gebeld, want Goede Morgen Nederland was hier. Toen zijn we ook op nationale tv geweest. En toen heb ik het daar nooit met iemand van communicatie over gehad of iets van een terugkoppeling. Dat verbaast me dan wel. Je bent gewoon op nationale tv geweest. De wethouder was er, de JOGG-regisseur, de gezonde school, iedereen heeft daar een woordje gedaan. Voor mij was het dan ook een groots iets. Als het gewoon succesvol is. Alle goede punten werden ook benoemd, JOGG, de gezonde school etc. Dus als ik daar dan niks van hoor, dan denk ik wel ja, dat vind ik wel jammer. Daar ben ik wel een beetje over teleurgesteld.

Interviewster: Ze mogen voor jou wel wat meer initiatief meenemen daarin?

Respondent 6: Ja, als je op nationale tv komt mag JOGG daar wel iets van vinden of het in de spotlights zetten. Maar bijvoorbeeld ook niet gedeeld op social media of ook maar iets in die trant. Dus dat vind ik wel een hele aparte zaak. Ik weet dan ook niet of JOGG NL zich dan gepasseerd voelde, omdat ze rechtstreeks bij ons zijn uitgekomen. Dat gevoel heb ik er toen wel een beetje aan over gehouden eerlijk gezegd. Die vraag heb ik ook gesteld bij Mark. Maar daar heb ik ook nooit een duidelijk antwoord op gehad. Het ging er meer over dat zij die beelden niet konden uitzenden, omdat die door een andere organisatie zijn gemaakt. Dat snap ik wel. Maar dan nog kan je daar wel aandacht aan besteden.

Interviewster: Denk je dat dan ook een beetje komt, omdat je ze niet persoonlijk kent is die verbinding ook wat stroever?

Respondent 6: Ja tuurlijk. Die verbinding gaat allemaal via de adviseur. En dan zeg ik Mark, dan krijg ik weer wat terug van Mark, dan wacht ik weer op een antwoord. Dus ja, zo werkt dat. Ook toen ik dat telefoontje 's middags kreeg, van goh we komen morgenmiddag van Goede Morgen Nederland. Toen heb ik Mark gelijk gebeld en hij heeft ook wel contact gehad met communicatie. Maar het was allemaal te laat en te last minute. Ja, ik persoonlijk vind als

communicatie van JOGG NL weet, ondanks dat ze dat van tevoren weten, dat ze daar wel iets mee moeten. Want een JOGG-regisseur, ik ben toch gekoppeld aan de organisatie, gaat op landelijke tv iets over JOGG zeggen. Ik had er veel meer van verwacht op een of andere manier. Maar ik heb er nooit meer iets over gehoord, behalve een appje van Mark dat het goed was.

Interviewster: Heb je de behoefte om de mensen op kantoor te leren kennen, zodat je die verbinding niet meer via Mark hoeft te maken? Maar dat je dat direct kan doen?

Respondent 6: Het is voor mij wel fijn om een aanspraakpunt te hebben. Het is voor communicatie denk ook wel fijn om intern aanspreekpunten te hebben. Want als ze met al die JOGG-regisseurs moeten communiceren. Maar ik kan nu ook wel iets naar communicatie van JOGG sturen, maar ik kan me voorstellen dat zij er niet altijd op zitten te wachten. En voor mij is het ook wel fijn om een aanspraakpunt te hebben vanuit JOGG. Dus ik heb niet per se de behoefte om mensen op kantoor persoonlijk te leren kennen. Maar over waar ik het net over had, ben ik nog steeds verbaasd dat ik daar nooit meer wat van gehoord heb of wat dan ook. Ik had gehoopt dat zij ook hadden gedacht van oh daar gaat iets van lokaal op nationale tv komen, wij als communicatie, kunnen we daar mee helpen? Al was het maar een telefoontje geweest of wat dan ook. Of een keer het script in kijken, want ik had een heel script gemaakt. Dus er had wel iets mee gedaan mogen worden.

Interviewster: En je zegt bijvoorbeeld het script doorlezen. Vind je dan echt dat het telefoontje van hun moet komen of zou je ook zelf je script sturen?

Respondent 6: Nou ik heb mijn adviseur benadert, dat ik op Goede Morgen Nederland zou komen en die gingen het doorspelen naar communicatie. Toen hebben wij later aan de telefoon gehangen dat communicatie al vol zat met ambassadeurs, dat ze daar niks mee konden doe. Dus in dat opzicht heb ik voor mijn gevoel genoeg gedaan. Ik heb laten weten dat ze kwamen en dan vind ik dat zij daar iets mee moeten. Ze hadden ook kunnen checken hoe of wat. Ik denk dat ik genoeg heb gedaan en ik vind niet dat ik nog 's avonds het script had moeten opsturen. Maar als ze dat graag gewild hadden of hadden gezegd wij willen het doorlezen, dan had ik dat heel graag gedaan.

Interviewster: Oké. Ik benoemde net al even de dialoog. Heb je bijvoorbeeld de behoefte het gesprek aan te gaan met lokale professionals? Over lokale voorbeelden of vragen te stellen?

Respondent 6: Lokale professionals bedoel je dan andere JOGG-regisseurs?

Interviewster: Ja.

Respondent 6: Ja, zeker. Wij doen hier al twee keer per jaar een regionale JOGG-bijeenkomst. En omdat voor iedereen in de regio, naar aanleiding van NL Vitaal, dat iedereen bezig is met proposities. Dan hebben we al een keer een vergadering gehad met JOGG-regisseurs uit de buurt. Ja dan vind ik het wel heel erg fijn dat het kan. Fijn om die te leren kennen en vragen te stellen. Dus ja daar ben ik wel echt over te spreken.

Interviewster: Zou je dan alleen in de regio contact willen hebben. Of zou je ook wel met mensen uit andere regio's willen sparren?

Respondent 6: Ik vind de regio wel genoeg, tenzij ik misschien iets zou draaien hier wat heel erg lijkt op iets dat ook in Noord-Holland wordt gedraaid. Dan zou ik het interessant vinden om te bespreken hoe ze dat hebben gedaan en hoe heb ik dat gedaan. Maar ik zou het wel lokaal willen houden. Ik heb geen behoefte om alle JOGG-regisseurs uit Nederland te leren kennen. Ik heb toch wel veel aan connecties hier uit de buurt, omdat sommige dingen overkoepelend gaan, dus dat is wel heel zinvol.

Interviewster: En waarom wil je dan niet alle JOGG-regisseurs leren kennen?

Respondent 6: Ja, dat wordt dan eigenlijk gewoon te veel en het is misschien niet relevant, door wat ik net ook zei, dan is het overkoepelend.

Interviewster: Vind je de manier waarop je wordt aangesproken belangrijk?

Respondent 6: Nee, dat maakt me echt niet uit.

Interviewster: Dus het mag in de u- en de jij-vorm?

Respondent 6: Ja, dat maakt me allemaal echt niet uit.

Interviewster: En maakt het voor u nog uit in wat voor stijl iets is geschreven. Mag de insteek creatief zijn of moet het voornamelijk informatief zijn?

Respondent 6: Nee, dat maakt me ook niet uit.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 6: Ik ben best wel tot het point. En ik wil graag informatie waar ik iets mee kan. En ik denk niet dat het mij beïnvloedt dat iets creatief is geschreven of zie bijlage en daar zit in wat ik moet hebben.

Interviewster: Dus het gaat eigenlijk vooral om de inhoud?

Respondent 6: Ja, zeker.

Interviewster: Vind je het dan bijvoorbeeld ook belangrijk dat als je informatie krijgt dat het in tekst, beeld/video is of bijvoorbeeld een afbeelding?

Respondent 6: Video en beeld kan zeker wel inspirerend werken. Maar dan moet het wel echt nuttig zijn. Dus ja, dat kan wel inspireren, maar als er leuke filmpjes zijn of voorbeelden die te maken hebben met iets waar ik mee bezig wil gaan, dan zou ik het echt wel leuk vinden als ik dan bijvoorbeeld een filmpje uit een andere gemeente krijg, die ook met zoiets bezig zijn.

Interviewster: Wat vind je dan een leuk filmpje?

Respondent 6: Ik heb een filmpje over PPS in Harderwijk gezien. Dat vind ik wel inspirerend. Dat vind ik wel leuk om te zien hoe dat is gedaan. Omdat het werkt als een soort voorbeeld en het inspireert mij om daar mee aan de slag te gaan. Echt plaatjes, weet ik niet of dat het juiste middel is. Maar dat vond ik dus een mooi voorbeeld.

Interviewster: Vind je het dan belangrijk dat er echte mensen zijn die wat zeggen of zou je de voorkeur hebben aan animaties waar je stap voor stap ziet wat er moet gebeuren?

Respondent 6: Ja beiden. Ik kan me voorstellen dat animaties ook wel heel leuk kan zijn. Dus het is niet per se dat het met real life people moet zijn.

Interviewster: Hoe lang denk je dan dat je dan zo'n filmpje zou willen zien?

Respondent 6: Ja dat moet altijd maar een bepaald aantal minuten zijn.

Interviewster: Haak je daarna af?

Respondent 6: Dat wil ik niet zeggen, maar ik denk dat normale mensen dan wel afhaken. Dus ik denk dat zoiets wel genoeg is, dus voor mijn idee moet dat niet te lang zijn.

Interviewster: Je zei eerder al dat je blogs niet per se leest. Als de informatie die voor jou belangrijk zou zijn in een blog zou staan, zou je het dan ook lezen? Of zeg je liever een filmpje?

Respondent 6: Heel eerlijk daagt een filmpje mij echt wel veel meer uit. Maar als blogs een gevatte titel hebben, dan daagt het mij op zich ook wel uit. Dan wil er nog wel eens op klikken.

Interviewster: Dus in die zin zou de blog eigenlijk wel creatief geschreven moeten zijn. Dat het jou echt uitdaagt om te lezen?

Respondent 6: Ja, eigenlijk wel. Als ik de eerste drie zinnen van een blog lees en die zinnen pakken mij om meer te lezen. Dan heeft een blog wel invloed op mij. Dus het moet wel creatief geschreven worden. In dat opzicht heeft creatief schrijven wel een toegevoegde waarde.

Interviewster: Hoe lang blijf jij geïnteresseerd om een tekst te lezen. Mag dat 10 minuten zijn?

Respondent 6: Nee, liever korte stukjes. Dan hou ik meer de focus.

Interviewster: Even iets heel anders. Hoe zou je jezelf omschrijven als socialmediagebruiker? Gebruik je überhaupt social media?

Respondent 6: Ja, zakelijk of privé?

Interviewster: Beiden. Eigenlijk ben ik vooral benieuwd naar privé.

Respondent 6: Ik zit wel bijna op alle social media. Ik ben niet iemand die privé veel post. Dus ik zit vooral in het zakelijke. Ik doe op zakelijk niveau daar meer mee dan privé. Maar ik vind het wel leuk om social media te volgen en up-to-date te blijven.

Interviewster: En op wat voor kanalen zit je dan?

Respondent 6: Ik zit veel op LinkedIn. Op Facebook dan wel iets minder. Ook op Instagram en Twitter.

Interviewster: Wat denk je dat de reden is dat je persoonlijk niet zoveel post en zakelijk wel?

Respondent 6: Zakelijk heb ik het idee dat ik de organisatie moet profileren en privé zit ik wat anders in elkaar. Ik hoef niet elk leuk uitje of wandeling op Facebook te zetten. Zakelijk wil ik mezelf als JOGG-regisseur laten zien aan de regio hier. Persoonlijk heb ik dat niet.

Interviewster: En als je dan bijvoorbeeld op Facebook zit. Ben je dan ook iemand die alles leuk vindt?

Respondent 6: Als ik iets echt leuk vindt, dan doe ik daar nog wel eens wat mee. Maar over het algemeen scrol ik voorbij en vind ik het leuk om mee te krijgen wat er gebeurt. Maar ik ben niet de persoon die daar per se iets van vindt of wat dan ook.

Interviewster: Oké. En zou je kunnen zeggen dat je dagelijks op social media zit?

Respondent 6: Ja.

Interviewster: Hoe vaak dan?

Respondent 6: Ja, wel meerdere keren per dag.

Interviewster: Oké. Nou we hebben net ook al even gehad over de wiki. Waar ik heen wil is dat het voor ons mogelijk is om misschien een platform op te stellen. Daar doe ik ook onderzoek

naar. Op het platform kunnen lokale professionals met elkaar in contact komen en met JOGG. En ik ben benieuwd of je dat ziet zitten? Ook onder andere waar je dat zou willen doen, wat je zou willen bespreken enzovoort.

Respondent 6: Ik zou er wat in zien in dat platform. Ik zit al te denken hoe die naam is van dat platform waar ik bij de Rabobank mee werkte. Daar hadden we dat ook en dat was echt heel fijn. Bij de Rabobank hadden we heel snel ook heel veel dat we allemaal contact hadden. Bij de Rabobank hadden we in de regio dus een soort apart bedrijf. En op dat platform zaten we dan met de lokale banken, maar ook met de landelijke organisatie. Ik ben nu de naam even kwijt. Maar ik kom er misschien zo nog wel op. Dat was echt perfect item was dat. Het is een beetje social media achtig, met fotootjes en je kan er opzetten wat je doet en ja, ik vind het echt geweldig. Ik vond het echt mooi. En ik denk ook echt dat het meer met de JOGG-regisseurs, dat je sneller naar elkaar toe kan trekken. Je zou bijvoorbeeld voor JOGG per provincie een groep kunnen maken, zodat mensen elkaar in de regio op de hoogte kunnen houden. Ja ik juich het wel enorm toe. Ik denk dat het echt van toegevoegde waarde is.

Interviewster: Zou je het voornamelijk gebruiken om iedereen op de hoogte te houden van je werkzaamheden? Zou je vragen stellen of zou je informatie willen?

Respondent 6: Ik zou niet alles plaatsen wat ik doe, want dan komt er toch wel heel veel spam op. Maar als ik iets heb wat iets groter is en heel uniek is dan ja, dan zou ik het echt op prijs stellen als iedereen dat daar plaatst. Maar ook gewoon vragen stellen, dus als ik iets wil weten kan daar reactie op komen. Nee dat lijkt me echt een leuk platform. En dan zijn er ook dingen, waardoor je ook een hele JOGG-organisatie beter kan leren kennen. Dan kunnen de lijntjes misschien wel korter worden. Als Marjon, de directrice, die zou er ook wel op kunnen reageren wat een JOGG-regisseur kan stimuleren.

Interviewster: Hoe zou jij dan die scheiding maken tussen regionaal en landelijk?

Respondent 6: Je werkte daar op dat platform met groepen. Dus je had gewoon een groep in de functie die je deed. Je had een groep op de regio, dus alles wat je daar op post ziet alleen een groep die daarin zit. Maar bijvoorbeeld een communicatieadviseur van JOGG NL kan wel in die groepen plaats vinden, omdat het voor haar misschien wel heel interessant is om te volgen wat er gebeurt.

Interviewster: Voor mijn beeldvorming is dat platform vergelijkbaar met een Facebookgroep?

Respondent 6: Ja, daar kwam het wel een beetje op neer. Ik zit echt te denken hoe heet het nou ook alweer.

Interviewster: Kan het misschien Yammer zijn?

Respondent 6: Ja, ja dat klopt ja! Dat is hem. Daar ben ik echt heel enthousiast over.

Interviewster: Vind je dat het op het platform echt belangrijk is dat JOGG-professionals het gesprek aan gaan of dat JOGG ook informatie en inspiratie stuurt?

Respondent 6: Het moet vooral een item zijn van de JOGG-regisseurs en adviseurs. Ik denk dat JOGG-wiki en de nieuwsbrief al genoeg informatie zijn die naar ons toe komt. Maar ik denk op een platform dat de JOGG-regisseurs makkelijk een vraag kunnen stellen. Het platform moet

ook wel echt leven. Het zal niet meteen druk zijn, dat zal wel tijd nodig hebben. Maar in mijn ervaring is het gewoon echt een goed platform. Maar bij de Rabobank was het echt van de medewerkers, we konden vragen stellen of iemand benaderen en dat werkte echt goed. Dus dat mag van mij hier ook wel.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat JOGG zich wel kunnen mengen in het gesprek.

Respondent 6: Ja, zeker. Zij kunnen gewoon lid zijn van de groepen. Ze zullen niet overal lid van hoeven te zijn, maar wel dat als er een vraag is aan JOGG dat ze daar op kunnen reageren enzovoort. Het is wel belangrijk dat er bijvoorbeeld een Mark lid is van zo'n groep. En die kan ook weer tips geven aan de organisatie. Maar voor de communicatieafdeling denk ik dat het platform wel heel handig kan zijn.

Interviewster: Denk je dat je ook meer betrokken kan raken bij de organisatie als je op een platform zit?

Respondent 6: Ja.

Interviewster: Waarom denk je dat?

Respondent 6: Omdat je op een platform veel meer meekrijgt wat iedereen doet en wat vragen zijn die naar voren komen en problemen. Kijk ik weet helemaal niet met welke vragen nou een andere JOGG-gemeente worstelt. En op een platform zie ik dat staan en dan kan ik daar op inhaken van goh dat probleem heb ik ook. Daardoor denk ik dat je makkelijker lijntjes legt en problemen op kan lossen. En dat kan ook positief zijn voor de JOGG-organisatie, omdat vragen niet dan niet per gemeente komen, maar dat het gewoon in een platform wordt gesteld en dat er een groep wordt opgesteld en dat het daaraan bungelt.

Interviewster: Wil je dan zelf de mogelijkheid hebben om groepen aan te maken of moet dat er al zijn van JOGG?

Respondent 6: Ik denk dat JOGG daar zelf de regie in moet nemen. En als het eenmaal loopt, dan niet meer. Op een gegeven moment komen uit berichten zelf ook weer groepen uit. Persoonlijk vind ik het ook fijn om dan een groep aan te maken met de buurt gemeenten of wat dan ook, omdat ik daar dan ook weer aparte dingetjes mee kan overleggen. Het scheelt heel veel mailwisseling. Ik denk dat het gewoon efficiënt is en goed.

Interviewster: Heb je het idee dat je nu te veel mail krijgt?

Respondent 6: Ja er leeft hier een aardige mailcultuur ja. Eigenlijk gaat alles met de mail. Op zich prettig, want je kan reageren wanneer je wilt, maar ik ben persoonlijk iets directer. Ik ben van het snel reageren en de telefoon pakken als het moet.

Interviewster: Zou je dan bijvoorbeeld een chatfunctie wat vinden om het gesprek aan te gaan met lokale professionals?

Respondent 6: Nee, ik denk nog net iets minder. Om even praktisch te denken. Ik denk niet dat een expert of wat dan ook constant beschikbaar moet zijn. Dan gewoon de vraag stellen en zorgen dat wel bij die experts, dat die bewust zijn van oké ik moet daar dagelijks op kijken. Het is wel een platform waar niet direct wat mee gedaan moet worden.

Interviewster: Waarom vind je dat?

Respondent 6: Sommige dingen moeten uitgezocht worden, dat moet je dan wel zeggen, niet dat er niks mee gedaan wordt. Maar de chatfunctie vind ik dan, dat gaan wel ver vind ik dan. Ik vind niet dat JOGG 24/7, de hele dag, via chat beschikbaar moet zijn. Ook omdat je zoveel verschillende waarden hebt. Zoals bijvoorbeeld de experts die overal weer hun een eigen vakgebied hebben. Ik denk niet dat ze constant op een chatfunctie moeten zitten.

Interviewster: Zijn er nog functies die jij een vereiste vindt van het platform?

Respondent 6: Nee gewoon zoals ik gewend ben, vragen stellen, het moet makkelijk en toegankelijk zijn. Je moet er iets kunnen oogsten en je moet groepen kunnen maken. Dat zijn de dingen die mij in eerste instantie te binnen schieten.

Interviewster: Oké. Ik heb nog wat kaartjes om je even te helpen. Op die kaartjes staan functies van het platform. Wellicht heb je het ook al even gezegd allemaal, maar ik zou je willen vragen of je die kaartjes wil lezen en dan op volgorde wil leggen wat jij het meest belangrijk vindt en of je dan toe wil lichten waarom. Ik heb ook nog lege kaartjes. Dus als je zelf nog dingen weet, dan kun je dat zelf ook toevoegen.

Respondent 6: Oké.

Interviewster: Ja, neem rustig even de tijd.

Respondent 6: Ja ik denk een beetje dit. Vooral inspireren en voorbeelden zien van anderen. Vragen kunnen stellen. Daarnaast zei ik al als iemand iets leuk vindt, bijvoorbeeld een leuk filmpje creëert als we het net over Harderwijk hadden, dan zou ik het ook leuk vinden als het daarop komt. Landelijk kan ook inbreng hebben door iets leuks te delen. Het is vooral belangrijk delen dat ze iets delen wat nog kan komen. Dus bijvoorbeeld de week voor de gezonde jeugd. Dat je daar informatie op kan zetten, dat dat veel eerder land. Dan weet je wat er speelt en wat gaat komen. En dat de update wat statisch is, daar zie ik dan ook wel een voordeel in. Een chatfunctie heb ik net al even toegelicht, dat vind ik wat extreem. Vrijtijdsbesteding, ja ik zie het wel als een zakelijk platform. Dus op deze manier.

Interviewster: Oké, dankjewel. Vind je het ook belangrijk dat er een goede categorisatie is per thema. En dat je op het thema kan inhaken als je daar behoefte aan hebt?

Respondent 6: Ja, zeker. Mooi voorbeeld is de week voor de gezonde jeugd, maar ook drinkwater.

Interviewster: Oké dankjewel.

Respondent 6: JOGG NL moet dus ook wel het platform zeggen wat er speelt.

Interviewster: Dus eigenlijk zeg jij wel dat jullie de informatie of onderwerpen kunnen aankaarten, maar dat zij het platform wel een beetje beheren?

Respondent 6: Ja.

Interviewster: Oké. Ik hou even de kaartjes weg. Dan heb ik nog een laatste vraag. Ik heb een voorbeeld van het platform en ik ben toch wel benieuwd wat je daarvan vindt. Ik heb nog een vraag, als je een platform zou hebben, zou je het belangrijk vinden dat het platform op de wiki is, of zou je het op Facebook of Yammer willen gebruiken? Of een andere website?

Respondent 6: Nee, Facebook zou ik niet gebruiken. Maar Yammer zou ik wel weer een goede vinden. Dus je kan daar zeker wel een bestaand platform voor gebruiken. Maar op Facebook zou ik het niet doen, dat zie ik meer als een amusement platform. Dus. Zakelijke platformen zou ik aanraden. Dus als het al bestaat, waarom zou je het zelf gaan ontwikkelen. De wiki is wel handig. Het is handig als je een site hebt waarvan je weet waar je het kan zien. Maar een link op de wiki naar het platform zou ook volstaan.

Interviewster: Oké, dan nu echt de laatste vraag. Dit voorbeeld is ingestoken op de zending en informatievoorziening van JOGG naar lokale professionals. Het idee is dat er een soort webinarplatform komt, met verschillende onderwerpen. Deze onderwerpen kun je zelf per maand of per week aangeven. Ligt eraan waar de organisatie voor kiest. Deze onderwerpen vind jij dan belangrijk. De webinars worden dan opgenomen via JOGG met experts. Mensen kunnen ook op de webinars reageren, ook live. En je kunt vragen stellen. Wat vind je daarvan?

Respondent 6: Ja, ik vind het wel belangrijk dat vragen altijd zichtbaar blijven. Dus ik denk niet dat dat hier is. Dus als ik hier vragen ga stellen dat iemand anders hier ook die vragen gaat zien. Ik denk wel dat het belangrijk is, want anders gaat iedereen dezelfde vraag stellen. Als er een groep van is, dan is dat wel beter. Per regio vind ik een groep ook wel handig, zodat je weet wat er leeft in een regio. En die webinars ben ik op zich ook wel positief over.

Interviewster: Zou je de webinars live kijken?

Respondent 6: Ja. Ik kijk ze eigenlijk wel. Als ze worden aangekondigd door JOGG zijnde, dan kijk ik ze altijd wel. En als het live uitkomt, dan zou ik dat ook wel doen.

Interviewster: Zou je er tijd voor vrij maken?

Respondent 6: Ja, als ik zoiets heb van wat ik die dag heb of iets wat ik dan heb en ik denk dat kan ook een uur later, dan zou ik daar wel tijd voor vrij maken. Maar ik ben wel zo iemand die dan alsnog een vraag stelt. Omdat ik ook weet dat ik vragen noteer aan de hand van de webinar.

Interviewster: Zou je die vragen dan stellen aan Mark?

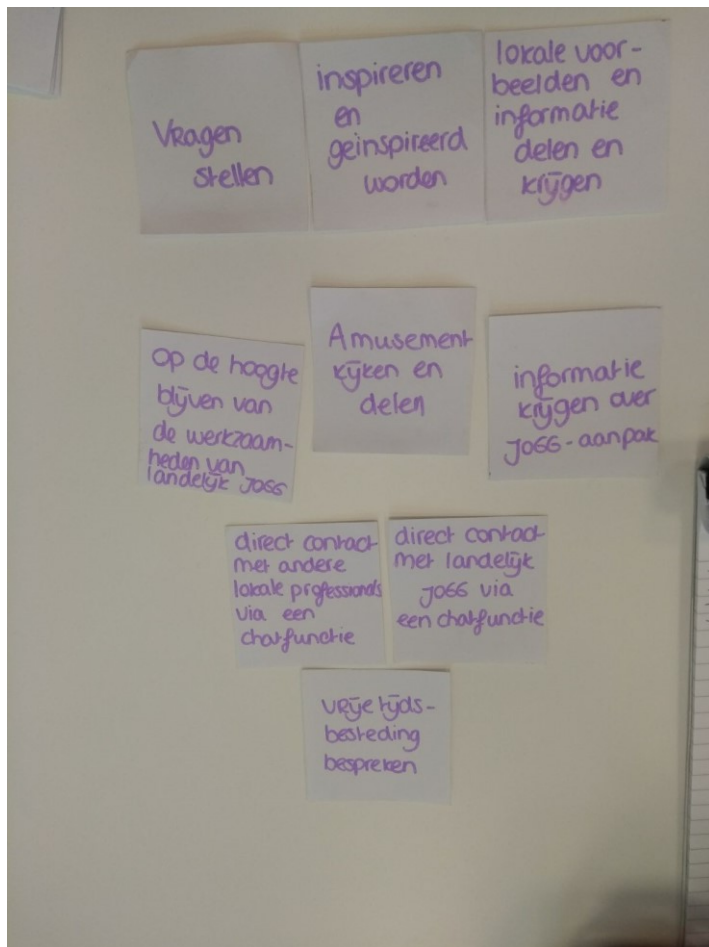
Respondent 6: Ja, aan Mark ja.

Interviewster: Oké, ja dankjewel. Vind je wel dat de webinars een toegevoegde waarde hebben? Of denk je dat je gewoon vooral de dialoog aan wil gaan met lokale professionals?

Respondent 6: Ja, webinars zou ik ook redelijk onderaan gelegd hebben. Op zijn tijd is een webinar wel nuttig, maar ik heb betere ervaringen met die dialoog. Wat we net al besproken hebben.

Interviewster: Oké, ja dankjewel. Dan heb ik voldoende informatie. Dan wil ik je graag bedanken voor je deelname.

Respondent 6: Ja, graag gedaan.



Figuur 27. Card Sorting-test respondent 6. Bron: Van Vliet (2018)

Respondent 7**Datum:** 16-04-2018**Gemeente:** Noord-Brabant**Fase:** 2**Functie:** Regisseur**Leeftijd:** 48**Duur:** 60 minuten**Gesprek**

Interviewster: Vandaag ga ik dus een interview met je afnemen. Hierin bespreken we de communicatie tussen landelijk en lokaal JOGG. In dit interview wil ik graag eerst de betrokkenheid bespreken van jou bij JOGG, vervolgens bespreken we wat je van de communicatie vindt en als laatste wil ik een nieuw communicatiemiddel aan je voorleggen om jouw mening, wensen en behoeften te verkrijgen.

Respondent 7: Oké, ik zou zeggen begin maar.

Interviewster: Top. Zou je misschien als eerst willen zeggen wat je leeftijd is, je functie, binnen welke gemeente en in welke fase de gemeente zit.

Respondent 7: Ik ben 48. Wij zijn JOGG-gemeenten in Noord-Brabant sinds 2015, we zijn pas naar de tweede functie gegaan. Ik ben gebiedsregisseur en JOGG-regisseur. JOGG-regisseur, ja dat weet je wel, en gebiedsregisseur dat is dat je de contactpersoon bent in de gemeente dus ik zit heel veel buiten. Ik heb eigenlijk een netwerkfunctie, net als de JOGG-regisseur functie, ik probeer mensen betrokken te krijgen binnen een straat wijk of dorp. Wat was de andere vraag?

Interviewster: Nee, je hebt hem wel. Zou je mij wat willen vertellen wat je werkzaamheden zijn voor JOGG?

Respondent 7: Ik ben dus JOGG-regisseur en gebiedsregisseur. Ik vind dat het een mooie combi is. Ik zit heel veel buiten, het is een netwerkbaan. Ik probeer mensen in een wijk te benaderen met wat kunnen jullie doen in een wijk en wat kunnen wij doen. Dat is hetzelfde als dat JOGG-verhaal. We proberen burgers een gezondere leefstijl aan te meten. Dus ik heb veel contact met wijkverenigingen, met sportverenigingen, met buurtsportcoaches, met jongerenwerk. En daardoor proberen we dus overal lijntjes te leggen om dingen geregeld te krijgen. Dat is dus mijn werk. Ik zit eigenlijk te veel binnen, ik moet meer naar buiten. Mijn baas zegt ook ga maar buiten spelen, daar doe je het. Het gaat eigenlijk ook steeds beter. Je netwerk staat wel, dus mensen weten je nu ook te vinden. Collega's weten je ook te vinden, dat is ook prettig. Dus dat is eigenlijk mijn werk. De hele dag een beetje buitenspelen.

Interviewster: Oké, lekker hoor. Je zegt al een beetje een netwerkbaan. Heb je in je werkzaamheden veel contact met JOGG?

Respondent 7: Ik heb niet veel contact. Ik heb contact met Mark en heel makkelijk contact, heel soepel contact, via WhatsApp of bellen of mailen. Dat gaat eigenlijk altijd heel snel. En JOGG, ik heb ook een regionale groep op WhatsApp. Dus daar wisselen we ook wel wat dingen

uit. Dat is niet echt landelijk, maar meer op de JOGG-regisseurs onderling. En verder heb ik weinig contact, dat ligt meer aan mezelf dan aan het landelijk bureau.

Interviewster: Waarom denk je dat?

Respondent 7: Ja, Mark zegt wel eens je kan meer experts inzetten. Maar als iets loopt, dan loop het en we hebben het idee dat het goed gaat, dus ja dan is dat niet nodig. Dus misschien gaat het wel beter als ik het zou doen. Maar dat weet je natuurlijk niet.

Interviewster: Je zegt niet heel veel contact, maar je werkt al wel een tijdje als JOGG-regisseur. Heb je ook een beeld opgebouwd bij JOGG?

Respondent 7: Ja, dat het een hele professionele organisatie is. Ik heb altijd groenvoorzieningen en speelvoorzieningen gedaan. En toen vroegen ze mij het JOGG gebeuren te trekken en dat wilde ik wel doen. Toen kwam ik van de harde wereld in de zachte wereld terecht. Dat ik met mensen om ging, toch meer richting het sociale en dat JOGG-verhaal was eigenlijk voor mij allemaal een beetje wollig. Lief en leuk en met kindjes. En nu blijkt dat er gewoon een goede organisatie achter zit. Toen nog Paul Rosenburg. Dus je had ook een stukje naam en bekendheid erachter zitten. En ook nog Juvat en andere ambassadeurs, dat zijn ook niet de minste. Dus er zit wel echt een goede organisatie achter. En dat merk je ook op de landelijke dag afgelopen maart. Dan komen er 400 mensen die echt daar mee bezig zijn. Dus je merkt dat, ja we hebben de tijd mee. Mensen willen graag gezond leven. Je kan de krant niet openslaan of het gaat over gezondheid, minder zout, minder suiker, water drinken en overgewicht. Dus we zitten in een goede flow. En daar doen ze hard aan mee, dat merk ik wel.

Interviewster: Je zegt ook ik vind het belangrijk die naamsbekendheid.

Respondent 7: Ja, daar heb ik het ook intern over gehad. We gaan nu de tweede 3 jaar in en misschien ook wel de derde 3 jaar, want je hebt een stukje merk dat je uitdraagt. Als je zegt het is een JOGG-gemeente, dan weten mensen meer dan als je zegt we zijn een gemeente die kinderen belangrijk vinden en het belangrijk vinden dat kinderen geen overgewicht hebben.

Interviewster: Dus je vindt het heel belangrijk dat je als gemeente ergens bij hoort.

Respondent 7: Ja, daar hebben we het toevallig van de week over gehad. JOGG is een merk, dat draag je uit. En dat zegt mensen wel iets.

Interviewster: En als je dan bij andere mensen over de organisatie praat, ben je er dan trots op?

Respondent 7: Ja, dat ben ik sowieso al. Gezien de resultaten die we gehaald hebben en ja. Mensen weten je te vinden. Dus je hebt echt iets neergezet waar mensen zich aan willen committeren.

Interviewster: Ja, mooi is dat. Zou je de werkverhouding voor mij willen omschrijven tussen landelijk en lokaal JOGG. Jullie werken op zich al samen, maar hoe vind je die verhouding?

Respondent 7: Ja, 90/10 denk. 90 lokaal denk ik en 10 landelijk. Nogmaals je gebruikt een merknaam. De doelstellingen en we hebben toen een plan van aanpak gemaakt. We hebben toen een coach gehad de eerste drie maanden. Dat was geweldig. Zoveel professionaliteit, je wordt echt niet in het diepe gegooid. Je wordt aan de hand meegenomen van zo moet je het

gaan doen, dit is de manier van werken. En dan is het ook nog in elke gemeente anders, elke JOGG-regisseur is anders. Ik mag 16 uur geven aan JOGG. Onze buurman in Venlo heeft een fulltime job eraan. En in Helmond is het nog erger, daar mag een hele stichting het JOGG uitdragen. Dus dat is wel een wereld van verschil. Maar goed door samen te werken en ideeën te pikken van anderen lukt dat ook gewoon heel goed.

Interviewster: Wat bedoel je met ideeën pikken van anderen?

Respondent 7: Er zijn andere gemeenten die ook JOGG uitdragen en ook activiteiten organiseren of interventies of ideeën hebben die je in onze gemeente ook met kleine aanpassingen goed uit kan voeren. Dus je hoeft het wiel niet opnieuw uit te vinden. We zijn nu bezig met de verbinding en zorg, dat doen we samen met de gemeente Helmond. En het leuke is dat de gemeente Helmond ons benaderd heeft omdat wij al iets verder waren dan de grote steden. En het leuke is dat zij het implementeren, dan kunnen zij de kinderziektes eruit halen en vervolgens zetten wij het ook in om te kijken hoe de pilot hier gaat. Dus we werken wel goed samen.

Interviewster: Vind je het dan ook belangrijk dat JOGG je goed helpt bij die samenwerkingen?

Respondent 7: Ja en dat doen ze ook zeer zeker. Bijvoorbeeld bij dat PPZ-verhaal wat landelijk nu gaat draaien. Alle gemeenten zijn daar nu mee aan het stoeien. Het is wat ik net zei, de expert is al een paar keer hier geweest. Hij heeft contact in Helmond, hij heeft contact met onze projectleider van de GGD. Dus daar liggen de lijntjes heel kort en die zijn dan ook heel kort. Dus dat is wel heel mooi.

Interviewster: Heb je het idee dat JOGG betrokken is bij jullie gemeente?

Respondent 7: Ja, zeer zeker.

Interviewster: Hoe zie je dat dan terug?

Respondent 7: Ja, met alle contactmomenten. Bijvoorbeeld dat we de voortgang monitoren en ook wat ik zeg we hebben korte lijntjes door te appen. Ja goede betrokkenheid. Het is gewoon goed. En de klik is er ook, dat is denk ik ook wel nodig. Ik heb met Mark gewoon een hele goede klik. Dus dat werkt dat gewoon heel prettig. Het voelt als collega's.

Interviewster: Ik heb hier ook toevallig de vraag of je je als collega's voelt met JOGG, maar die heb je al beantwoordt, heel goed!

Respondent 7: Ja, ik had ook niet verwacht dat het zo leuk zo zijn. Ik kreeg die baan min of meer aangeboden en ja ik hou wel van een beetje uitdaging en ja.

Interviewster: Wat was dan je verwachting vooraf?

Respondent 7: Ja, dat weet ik eigenlijk niet. Ik was marktmeester. Je hebt hier de weekmarkt, dus tussen de gemeente en de marktlieden moest ik zorgen dat het feest goed verliep. En dat is hier hetzelfde. Je moet zorgen dat mensen zich committeren aan de JOGG-gedachten. Je moet eigenlijk de hele dag een beetje lullen als ik het zo mag noemen. Zorgen dat mensen het leuk vinden wat je aan het doen bent en dat het een beetje hun ding wordt in plaats van ons ding. Dan gaat het goed.

Interviewster: Voel je je zelf ook betrokken bij de organisatie?

Respondent 7: Ja, tot op een bepaalde hoogte wel. Ik denk dat ik alles wel weet wat ik moet weten via Mark en de nieuwsbrief. Dus op die manier ben ik wel betrokken. Ik vind het ook leuk, als ik dingen zie van JOGG om die te lezen, bijvoorbeeld op social media. Dus ja, dan ben ik denk wel betrokken.

Interviewster: JOGG doet ook wel eens uitspraken in de landelijke media. Zoals je al zij is er best wel naamsbekendheid. Ze doen dan ook wel eens uitspraken zoals: wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken. Dat staat op de website. Daarnaast hadden ze een filmpje van de week voor de gezonde jeugd wat bij RTL Boulevard kwam, hoe vind je dat JOGG zich profileert? Sta je daarachter?

Respondent 7: Ja, ik sta daar wel achter. We hebben toen ook met Lubach negatief in het nieuws dat we kwamen, maar er werd wel over gepraat. Dus de naamsbekendheid werd wel groter. En daar hebben ze goed op ingehaakt. Dus als ze daar goed op inhaken kun je dat omhaken naar positief nieuws. Dus ja ik denk het wel. Ik vond het aan het begin de campagnesferen, dat is schrikbarend duur bij sterreclames en bij rtl4, de buitenspeelcampagne en waterdrinken dat wordt met filmpjes kenbaar gemaakt. Dat mis ik nog wel.

Interviewster: Wat mis je dan?

Respondent 7: Ja, dat landelijke. De reclame zie je niet. En misschien is dat wel bewust, dat dat meer vanuit... ja dat doen we hier ook. Je moet het van onderuit op laten komen en niet van bovenaf indrukken. Misschien dat ze daarom geen reclamecampagnes uitvoeren, maar er mogen wel vaker filmpjes bij RTL Boulevard of bij Humberto Tan uitgezonden worden. Dat je daar je boodschap uitdraagt, dat is misschien nog wel beter ook.

Interviewster: Heb je dan het idee dat dat jouw relatie met JOGG kan versterken?

Respondent 7: Ja, dat weet ik eigenlijk niet.

Interviewster: Oké, waarom vind je dat zo belangrijk die reclames?

Respondent 7: Ja, ik weet het niet. Dat viel me gewoon op. Dat kan ook omdat je er dan zelf mee bezig bent, dat het opvalt. Maar dan kan je daar wel naar terug verwijzen. Heb je dat gezien bij de reclame of op de voorpagina van de telegraaf.

Interviewster: Zou je daar meer behoefte aan hebben?

Respondent 7: Ja ik denk het wel. Reclame heeft altijd nut. Maar ja hoe dan, daar ben jij dan voor.

Interviewster: En als je dan denkt van goh ze zouden wel meer van die reclames mogen doen. Heb je wel eens de neiging om te vragen van goh waarom hebben jullie dat eigenlijk niet?

Respondent 7: Ja, ik heb dat wel eens gedaan. Ook mensen willen graag wat krijgen. Dat werkt, als je iets krijgt dat vinden mensen leuk. We hebben nu contact met Brabant Water regionaal. Je krijgt dan flesjes water, je kunt ze zo veel aanvragen als je wil. Het zijn lege flesjes dus die worden dan met Brabant Water gevuld. Maar mensen vinden het leuk om dan te krijgen. En dan zit het water drinken wel tussen de oren, omdat je iets hebt weggegeven. Er gaan geen evenement voorbij of kinderen krijgen een appel. En mensen zeggen dan kinderen eten geen fruit, maar als je een krat neerzet dan eten alle kinderen een appel. Mensen vinden

het gewoon leuk om wat te krijgen. Ik denk dat dat bij JOGG ook wel zou werken. Vroeger kreeg je een usb-stick, dat is leuk om te hebben, maar je kan beter iets richting de doelgroep weggeven.

Interviewster: Vind je dat je dat voldoende krijgt?

Respondent 7: Nee, te weinig eigenlijk. Er zijn te weinig weggeef spullen.

Interviewster: Heb je dat wel eens bij Mark neergelegd?

Respondent 7: Nee.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 7: Ja, ik zou Mark wel bellen, maar het is nog niet in me opgekomen.

Interviewster: En waarom kies er dan voor om Mark te bellen en niet iemand bij de organisatie, bijvoorbeeld het communicatieteam?

Respondent 7: Hij is mijn contactpersoon bij JOGG. Hij kan dingen voor mij regelen, zo werkt het. Je hebt een bepaald contactpersoon en anders is iedereen jullie aan het bellen. We hebben ook een contactpersoon met Brabant Water en ik ben de persoon binnen de gemeente die met haar contact heeft. Dus iedereen die flesjes water wil, dan gaat dat via mij. Zo stroomlijn je dat netjes en komt de boodschap bij de juiste persoon binnen.

Interviewster: En die communicatielijn met Mark loopt wel goed?

Respondent 7: Ja, dat loopt wel goed.

Interviewster: Heb je ook het idee dat er naar je geluisterd wordt als je een opmerking of een vraag hebt?

Respondent 7: Ja, wat ik al zei, Mark luistert goed en helpt me altijd. Dus in dat opzicht wel ja.

Interviewster: Mooi. JOGG heeft ook de JOGG-update en de wiki. Maak je gebruik van die middelen?

Respondent 7: Ja, allebei.

Interviewster: En wanneer gebruik je bijvoorbeeld de JOGG-update?

Respondent 7: De update die lees ik altijd. Dan denk ik van oh leuk dat kan ik ook eens doen of zo had ik het niet gedaan. Dus ik vind dat altijd wel leuk om te lezen. Hij is ook niet te groot. Je leest hem makkelijk weg. Het moet geen krant worden van een volle middag. En de wiki lees ik als ik iets specifiek zoek. Iets wat ik op dat moment nodig heb, dan zoek ik dat wel op. Dat werkt wel goed.

Interviewster: En als je dan kijkt naar de JOGG-update. Lees je alle stukken altijd?

Respondent 7: Ja, de dingen die me op dat moment interesseren. En dan kun je ook drukken op lees verder volgens mij. Dus dat doe ik dan ook wel eens. Het valt me wel op dat ik op LinkedIn ook artikelen ga zoeken die JOGG-gerelateerd zijn. Ik zoek meestal wat op over burgerparticipatie en gezonde voeding en iets met jongeren of jeugd. Dat lees ik vaak, verder scrol ik gewoon door. Dus ja dat valt me wel op.

Interviewster: En als je iets leest over de jeugd, ga je het dan gelijk lezen?

Respondent 7: Ja.

Interviewster: Hoe komt dat denk je?

Respondent 7: Ja dat weet ik niet.

Interviewster: Dat komt misschien omdat het gerelateerd is aan je werk?

Respondent 7: Ja, dat denk ik ja.

Interviewster: En de wiki, zit je dagelijks op de wiki?

Respondent 7: Nee, maandelijks misschien.

Interviewster: En van wat voor voorbeelden maak je dan gebruik op de wiki?

Respondent 7: Laatst hadden we de resultaten van de eerste drie jaar en toen moest ik een factsheet maken. Dus toen heb ik even gekeken hoe anderen dat hebben gedaan, ze zijn ook best strikt op huisstijlen binnen onze gemeente. Ik vind jullie huisstijl mooier, die zou beter bij ons passen dan onze eigen huisstijl. Bij ons worden bejaarden nog niet vrolijk van onze huisstijl. Dat is echt drama. De communicatie is hier heel lastig. Als ik hier een foto maak van kinderen en dat stuur ik naar de afdeling communicatie dan zeggen ze dat hebben we al een keer gepubliceerd, dat gaat vandaag niet meer. Dat vind ik dan stom.

Interviewster: Want jullie communicatieafdeling doet ook de communicatie voor JOGG?

Respondent 7: Ja, want ik mag zelf niks doen. Het moet allemaal via de lijntjes van de gemeente.

Interviewster: Vind je dat lastig?

Respondent 7: Ja heel erg. We zijn nu aan het kijken hoe we dat kunnen omzeilen. Dus bijvoorbeeld ik heb een factsheet gemaakt samen met de GGD. De GGD gaat die in principe uitgeven met ons als partner en Pijnenburg koek. Dus we geven hem onder die naam uit en dan kan ik een hele andere huisstijl gebruiken. Het is wel jammer dat we niks hebben wat heel mooi is en leuk voor iedereen om te lezen. Mijn baas zegt ook we moeten de grijze gebieden op zoeken.

Interviewster: Zou Mark daarin wat kunnen betekenen?

Respondent 7: Nee, dat is echt iets binnen de gemeente. We zijn echt druk bezig met daarin verandering te brengen. Dat we bijvoorbeeld een kinderlijn krijgen, dat het kinderen aanspreekt om iets te lezen. En nu zijn alle posters hetzelfde, voor mijn gevoel. De boodschap komt er niet uit.

Interviewster: Oké, wat versta je zelf onder goede communicatie?

Respondent 7: Ja, dat de boodschap duidelijk en helder is. Dan heb je goede communicatie. Dat mensen in een oogopslag horen of zien waar het over gaat.

Interviewster: Heb je die verbinding met JOGG?

Respondent 7: Ja, dat denk ik wel. Alleen kijk jullie logo is jullie logo. En dat is al een keer vernieuwd, het oude logo en het nieuwe logo. Maar wat ik ook fijn vind is dat je vanuit het landelijk je eigen logo krijgt in verschillende kleuren. Dus je kan zelf nog kiezen. Dat vind ik wel duidelijk. Dat is dus een goed iets. En iedereen herkent je als afzender. Je kunt het overal opzetten. Het staat ook boven je factsheet. Eigenlijk geven jullie dan onze factsheet uit, samen met de GGD, en met medewerking van de gemeente.

Interviewster: En als er veranderingen zijn op politiek gebied en nieuwe samenwerkingen. Heb je dan het idee dat dat goed bij jou terecht komt.

Respondent 7: Ja en ook tijdens de bijeenkomsten krijg je veel informatie. De regionale bijeenkomsten gaan we nu ook steeds meer doen. Eerst een keer per jaar en nu twee keer per jaar. Het is heel fijn om te horen dat. Het programma is dan leuk, maar ook spreek je elkaar dan pas echt. Op de app is aardig, maar tettetttet dat werkt veel beter. Daarom vind ik dit ook goed. Daarom wilde ik ook graag mee doen, want je kan het interview ook op de mail zetten.

Interviewster: Klopt, maar dan krijg ik niet de diepte antwoorden die ik graag zou willen.

Respondent 7: Nee, precies. Daarom vind ik dit veel beter. Ik hou ook helemaal niet van al dat telefoonverkeer en dat mailen. Ik maak liever een afspraak via de telefoon om tegen mensen te zeggen kom even langs op de koffie. Dan heb je een probleem of een vraag, maar daarachter zit nog een vraag en die behandel je nu ook. Daarom zeiden we ook meteen van ja we doen mee.

Interviewster: Zou je de behoefte hebben om meer van die momenten te hebben met JOGG?

Respondent 7: Ja, maar dat ligt ook aan mijzelf. Als ik zeg tegen Mark van joh kom je langs, dan staat hij morgen op de stoep. Maar dat is ook een stukje eigenwijsheid, want dan denken we dat we het zelf ook wel op kunnen lossen. Maar die contactmomenten zijn er, als ik dat wil dan zijn ze er. Maar dat ligt dus meer aan mezelf.

Interviewster: Zou je ook de behoefte hebben om naar het kantoor in Den Haag te gaan?

Respondent 7: Ja, daar zou ik wel behoefte aan hebben. Je hoort dan het landelijk bureau in Den Haag, maar of het een klein hokje is of een gigantisch modern kantoor, ik heb geen idee.

Interviewster: Heb je de behoefte ook om mensen te leren kennen die daar werken?

Respondent 7: Ja, dat zou wel leuk zijn.

Interviewster: Kan dat denk je ook helpen in je betrokkenheid.

Respondent 7: Ja zeker. Je hebt het bijvoorbeeld over de afdeling communicatie, maar wat is dat dan. Ik zie jullie daar zitten in een hartstikke hippe kamer en zo. Dus ja het lijkt me wel leuk om dat te zien. Dat moeten we een keer doen.

Interviewster: Zou je dan ook in dialoog willen gaan met JOGG over iets waar je mee zit?

Respondent 7: Ja, dat denk ik wel. Kijk nu kan ik al mijn vragen bij Mark neerleggen, maar als ik de kans krijg mensen van het landelijk bureau te spreken, dan zou ik misschien weer andere dingen vragen. Maar ik weet nu even niet wat ik dan zou bespreken, maar het zou zeker kunnen.

Interviewster: Ja, dat is prima. Heb je verder nog wel eens het idee dat je meer informatie zou willen hebben?

Respondent 7: Nee, dat kan ik echt gewoon vragen. Daar schort het echt niet aan.

Interviewster: Heb je wel eens de behoefte om, ja je zegt al je gaat wel eens het gesprek aan met lokale professionals, om met lokale professionals uit andere regio's in contact te komen om te kijken wat zij doen.

Respondent 7: Nee, daar heb ik niet direct behoefte aan. Op het landelijke evenementen spreek je elkaar wel, maar je zoekt dan toch mensen uit de regio op. Ik vind het verder wel leuk om goede voorbeelden van hen te zien, maar dat krijg ik wel via Mark.

Interviewster: Komt dat dan omdat je die mensen al kent?

Respondent 7: Ja, ik ben verder niet te verlegen ofzo. Maar dat ontstaat zo.

Interviewster: En als je wel eens een voorbeeld ziet uit Groningen wat je ziet, zou je dan contact willen opnemen met die persoon.

Respondent 7: Ja zeker. Dat is ook het leuke van cursussen in Utrecht. Vanuit het hele land komen dan mensen, alle beginnende JOGG-regisseurs, voor een cursus social marketing of PPZ. En dan zie je iemand uit Drachten en iemand uit Groningen, als ik ze nu dan tegen zou komen zou ik ze wel aanspreken. Dus dat werkt wel.

Interviewster: Zou je er behoefte aan hebben om meer mensen uit je fase te praten?

Respondent 7: Ja, ik denk het wel. Van goh hoe pakken jullie door.

Interviewster: Zou je die dan in het echt willen zien of bijvoorbeeld online?

Respondent 7: Ja, ik zie dat persoonlijke dan wel echt zitten. Dat heb ik liever dan online, dat vind ik onpersoonlijk.

Interviewster: Waarom vind je dat onpersoonlijk?

Respondent 7: Ja, met videobellen bedoel je dan?

Interviewster: Ja, of chat.

Respondent 7: Nee, dat wil ik niet. Dat is niks voor mij. Dat is de leeftijd denk ik dan.

Interviewster: Dan ga ik gelijk door naar het volgende. Maak je gebruik van social media?

Respondent 7: Ja, LinkedIn is dat ook social media?

Interviewster: Ja zeker.

Respondent 7: Ja, op LinkedIn zit ik. Van Facebook ben ik al 5 jaar geleden af gegaan.

Interviewster: Waarom ben je daar afgegaan?

Respondent 7: Ja, ik vond het heel nep. Dan zag dat mensen uiteten gingen en nieuwe auto's kochten en dan dacht ik ja dat heb ik allemaal niet. En dan zie je die mensen privé en dan hebben ze dat ook niet. Ze hebben een hoop ellende, maar op Facebook is het allemaal rooskleurig. Dus daar ben ik mee gestopt. En verder heb ik twee kinderen van 14 en die zitten de hele dag op Instagram, dus daar krijg ik ook iets van mij. Maar daar zit ik zelf nog niet op.

Interviewster: Gebruik je ook Twitter?

Respondent 7: Nee.

Interviewster: Als je dan zegt van ik gebruik LinkedIn. Deel je dan vaak statusupdates of reageer je op anderen of wat doe je dan?

Respondent 7: Ja, ik reageer op anderen en beantwoordt of vind dingen interessant die mijn werk aangaan. Maar ik doe het niet dagelijks. Een paar keer in de week.

Interviewster: En zou je dan bijvoorbeeld reviews schrijven van producten?

Respondent 7: Ja zeker, bijvoorbeeld als ik een laptop koop. Dan ben ik daarvoor ook van tevoren 7 maanden bezig.

Interviewster: Lees je dan ook blogs waarin mensen zeggen hoe het product is?

Respondent 7: Ja en ook YouTube, echt alles. Ik wil altijd zoveel mogelijk weten. Dat doe ik echt altijd.

Interviewster: Waarom doe je dat dan via dat soort fora?

Respondent 7: Ja, om toch het gevoel te hebben dat je iets goeds koopt.

Interviewster: Heb je dan zelf ook de neiging om zelf een blog te schrijven.

Respondent 7: Nee, blog niet, maar wel een review of een reactie plaatsen. Ook als er om gevraagd wordt, dan vul ik altijd wel een review in. Maar daarentegen hadden we het er ook over met de regionale bijeenkomst om dingen in te vullen een enquête. Dat doe ik ook wel minder. Bij elke scheet die je laat moet je een enquête invullen. Hoe was je aankoop? Ja anders had ik het niet bij jullie gekocht. Dus bij alles moet je zo'n ding invullen.

Interviewster: Ben je dan ook minder geneigd om reviews te schrijven?

Respondent 7: Ja, ja. Het gebeurt ook steeds minder. Bij jullie hoefden we vorige keer ook niks meer in te vullen. Dan wordt er gewoon tijdens de cursus gevraagd van wat vond je ervan, maar geen formulieren meer. Dus dat is wel beter. Want als je het overal krijgt dan schiet het zijn doel voorbij, dat vind ik ook. Maar hoe mensen dan wel iets kunnen invoeren weet ik ook niet. Want je wil toch graag weten hoe ze je cursus vonden of hoe het interview gegaan is.

Interviewster: Ja, dat klopt. Zou je, als je dringende feedback hebt, dat uit jezelf wel doorgeven?

Respondent 7: Ja, dat zou ik ook wel doen tijdens de contactmomenten met Mark.

Interviewster: Als je een bericht leest op LinkedIn, wanneer ben je geneigd om een artikel te lezen. Moet het voor jou informatief zijn, creatief geschreven moeten zijn?

Respondent 7: Ja, allebei denk ik wel. Dat is maar net ja. Mensen zijn gevoelig voor plaatjes, dat ben ik ook. Dus een leuke foto erbij of een filmpje. Maar dat ligt ook aan het onderwerp of wie of wat dat zegt.

Interviewster: En hoe vind je bijvoorbeeld dat koppen geschreven moeten worden?

Respondent 7: Ja, dat maken me niet zo veel uit. Ik denk niet te lang en het onderwerp moet naar voren komen.

Interviewster: Verkies je dan beeld boven tekst?

Respondent 7: Nee niet altijd. Ik zeg al dat ligt aan het onderwerp. Ja.

Interviewster: En als je bijvoorbeeld een informatief onderwerp hebt vanuit JOGG, waar je zelf interesse in hebt, zou je er liever een blog over willen lezen waar je alle informatie uit kan halen of zou je dan liever een webinar kijken?

Respondent 7: Een blog.

Interviewster: Waarom kies je daarvoor?

Respondent 7: Dat is sneller. Je kunt dan in je eigen tempo lezen en doorlezen. En die webinar moet je helemaal volgen van A tot Z. En daar ben je dan veel tijd aan kwijt.

Interviewster: Dus je vindt het belangrijk dat je dan zelf de regie hebt?

Respondent 7: Ja, zeker.

Interviewster: Heb je ook wel eens de behoefte van goh wat heb ik hier een leuk voorbeeld, dat wil ik wel delen met JOGG of andere JOGG-gemeenten.

Respondent 7: Ja, dat doe ik ook. Ik heb toen flessen water met ons logo naar het landelijk bureau gestuurd. Van kijk een wat ik gedaan heb. Dat is niet zozeer om op de borst te kloppen, maar meer om te laten zien dat waar we mee bezig zijn.

Interviewster: Pakken ze dat dan goed op?

Respondent 7: Ja, daar krijg ik dan leuke reacties op en dat stimuleert dan ook weer, dat zal wel iets menselijks zijn, om toch met elkaar weer door te pakken. Je wil altijd wel graag horen hoe goed je iets gedaan hebt.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat je dagelijks kan sparren met nu doe ik dit en wat vind je daarvan?

Respondent 7: Ja, maar dat kan ook hier. Ik zit hier al 24 jaar, dus dat is niet voor niks. De sfeer is hier echt geweldig goed.

Interviewster: Ik ben een beetje ergens naar toe aan het werken. Ik ben aan het onderzoeken of een online communicatieplatform zou kunnen werken. En een platform zou je dan voor verschillende doeleinde kunnen inzetten. Het zou kunnen dat je met het platform meer informatie verleent aan lokale professionals, maar het kan ook dat jullie onderling met elkaar in contact gaan, vragen stellen en inspiratie delen. Ik ben aan het onderzoeken wat iedereen wensen en behoeften zijn. Wat zou je er zelf van vinden?

Respondent 7: Hoe zie je dat dan? Word het dan een LinkedIn platform waar je iets op doet? Hoe moet ik het zien?

Interviewster: Het platform staat nog niet vast, maar je zou kunnen denken aan een Facebookgroep, een LinkedIngroep of Yammer of een platform op de wiki.

Respondent 7: Dat zou niet gek zijn nee.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 7: Omdat je dan ook weer op snelheid zit, maar je kan heel snel kijken oh daar staat een filmpje van Drachten, waar ze die Koningsdag hebben gedaan. Of daar staat een stukje tekst of hier kan ik chatten. Misschien dat dat dan toch wel iets is. Of dat je snel vraagt goh hoe hebben jullie dat gedaan of kan ik een keer langskomen.

Interviewster: En als je dan een vraag hebt aan het communicatieafdeling, wat je normaal via Mark zou doen.

Respondent 7: Dan zou ik dat denk sneller via het platform doen. Omdat je dan direct de goede persoon hebt. Dan is de afdeling communicatie, ja ik weet het niet. Ik moet nog even denken. Als ik dan een tapje met communicatie heb en ik heb meteen contact met iemand van die afdeling, van hoe moet ik een spandoek maken, dan heb ik meteen antwoord. Of meteen binnen een paar minuten kan zeggen van luister, dan moet je bij Pietje zijn en die stuurt jou dadelijk informeel een opzetje hoe jij zoiets kan doen. Dan heb ik meteen contact, dus dat zouden dan best wel korte lijntjes zijn. Maar goed, daarentegen als ik Mark app van hoe moet ik een spandoek maken dan zegt hij ik laat iemand van communicatie wel mailen. Dan heb ik dat

ook. Dus waar je het moet zoeken dat weet ik dan nog niet. Maar je ziet dan niet alleen wat ze in Gelderland leuk vinden, maar ook in Drachten en Amsterdam. Ik denk dat het een levend platform moet worden. Als je merkt dat de filmpjes niet werken, dat je gelijk de filmpjes eraf haalt en zegt daar komt iets anders voor in de plaats. Als je steeds kijkt naar je platform, dat het iedere keer anders kan zijn.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat het blijft mee bewegen?

Respondent 7: Ja zeker, er komen ook een hoop dingen bij. Het is ook wel aardig om die updates mee te krijgen. Je moet dan ook een update krijgen met nu op ons JOGG-platform een filmpje over Drachten. Ik weet niet waarom ik steeds die gemeente als voorbeeld gebruik. Maar bijvoorbeeld ook een melding over het PPZ-verhaal.

Interviewster: Hoe zou je dan een melding willen krijgen?

Respondent 7: Dat zou wel via de mail kunnen dan. Dat moet ook niet te vaak zijn. Je wordt doodgegooid met meldingen.

Interviewster: Wat vind je dan redelijk?

Respondent 7: Ja, per JOGG-update denk ik. Ik had toevallig pas kreeg ik reclame dat je elke dag een nieuwsbrief kreeg. Ik heb het een week gehad en heb het er gelijk weer afgegooid. Ik werd er doodziek van. Het moet geen spam worden. Maar goed voor de een is het iedere dag en voor de ander een keer per maand.

Interviewster: Wat is voor jou dan echt relevant?

Respondent 7: Ja, met die nieuwsbrief. Eens in de twee weken. Mits er echt iets belangrijks is, dan kun je er een nieuwsbrief voor maken.

Interviewster: Zijn er verder nog functies die belangrijk zijn die aan het platform zitten?

Respondent 7: Ja, ik denk dat het belangrijk is dat je tools er makkelijk vanaf kan halen. Dat je zegt ik moet een nieuwsbrief hebben, maak hier je keuze uit 15 nieuwsbrieven. Of ja... het is wel moeilijk. Ik denk dat het toch het meest belangrijk is dat je succes deelt van andere gemeenten. Succes moet je vieren en moet je delen. Dat het positief is, goed nieuws, geen negatief nieuws. We hebben hier ook een krant met alleen mooi nieuws. Dat is een geweldig krantje om te lezen.

Interviewster: Zou je het dan delen?

Respondent 7: Ja. En ook als er een ongeluk gebeurt met een dode, dan publiceren ze daar niks over. Voor omrijden publiceren ze er wel over. Dus met die inzicht denk ik dat je zoiets wel, ja een positief platform.

Interviewster: Vind je dat het platform beheert moet worden door lokale professionals of door JOGG?

Respondent 7: Ja, ik denk dat jullie de regie moeten houden, maar dat het gevuld moet worden met lokale dingen. Want als er elke week iets staat over water drinken, dan denk je van ja het gaat alleen maar over water drinken. Het moet dus heel gevarieerd zijn.

Interviewster: Wat voor berichten zou je dan willen dat JOGG landelijk erop zet?

Respondent 7: Positieve insteek, hoe goed iets gaat en hoe goed iets gegaan is. Positieve resultaten, nieuwe ambassadeurs, bekende Nederlanders, eigenlijk heel breed. Ik zou het heel breed maken, maar goed dat zou ik doen.

Interviewster: Zou je de mogelijkheid willen om regionaal een groep op te starten?

Respondent 7: Ja, ik zeg we hebben al een WhatsAppclub. Ik reageer daar eigenlijk nooit op, terwijl ik WhatsApp me te pletter, maar daar reageer ik nooit op.

Interviewster: Stel je daar wel vragen?

Respondent 7: Nee, ik lees het alleen maar. Even kijken hoor... en dan zie je dat ze heel veel filmpjes en artikelen doorsturen. Dit lees ik altijd, maar ik reageer er nooit op. En ik heb er nog nooit opgezet wat ik gedaan heb. Maar ik haal er wel dingen uit.

Interviewster: Bel je wel mensen als je iets interessant vindt of niet?

Respondent 7: Nee, dan leg ik het naast me neer. Maar het blijft wel in mijn achterhoofd zitten en als ik ze dan zie op een bijeenkomst blijft dat wel in mijn achterhoofd zitten en dan begin ik erover. Maar waarom ik dat niet gelijk doe, dat weet ik niet.

Interviewster: Zou je dat op het platform hetzelfde doen?

Respondent 7: Nee, daar zou ik wel op reageren.

Interviewster: Waarom denk je dat?

Respondent 7: Ja, misschien, je zit de hele dag op dat ding. Dus ja. En als mij vrouw appt van er is iemand ziek thuis, dan reageer ik wel meteen. Dan is dat dichterbij huis. En deze app staat dan toch wat verder weg en je bent met je eigen JOGG-ding bezig.

Interviewster: Maak je nog een verschil in zakelijk en privé?

Respondent 7: Ja, zakelijk schuif ik dan toch eerder naar achter op de app.

Interviewster: Zou je een voorkeur hebben voor een bepaald platform? Facebook heb je verwijderd, maar iets anders?

Respondent 7: Als Facebook het platform wordt zou ik me misschien wel aanmelden om dingen te kunnen lezen. Maar ik heb verder geen voorkeur als vind ik LinkedIn wel heel makkelijk. Je kunt het snel scannen en het gaat ook wel om snelheid. Dat is tegenwoordig wel zo, de tijd is veranderd en snelheid is belangrijk.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat het op de wiki staat of maakt dat niet uit?

Respondent 7: Nee, dat hoeft niet per se. Ik weet niet wat handiger is. Ik kan makkelijk switchen van het een naar het ander, dus het maakt niet uit denk ik. Maar nogmaals ik zou hem altijd positief inzetten. Wel professioneel. Dus je moet wel weten dat het JOGG is, dus geen volmondig ff lachen site worden, maar wel de positieve insteek erin houden. Dat mensen ook positief er iets uit kunnen halen.

Interviewster: Vind je het belangrijk mensen van JOGG zich laten zien op het platform?

Respondent 7: Ja, ik denk het wel. Ik vind het ook wel leuk om eens te belichten hoe het op het landelijk bureau eraan toe gaat. Van wat doet die persoon eigenlijk. Ik lees altijd dat die persoon zijn functie is, maar wat doet hij eigenlijk?

Interviewster: Waarom vind je dat belangrijk?

Respondent 7: Ja, ik weet het niet. We hadden ooit een personeelsblad en daar stond dat ook in, maar toen zagen we af en toe van oh doet hij dat. Dan weet je waar je hem voor kan benaderen. Dat zorgt ook wel weer voor korte lijntjes, omdat je weet wat je aan die mensen hebt.

Interviewster: Oké. Je zei eigenlijk net al het moet wel zakelijk zijn. Vind je het belangrijk dat je wel informeel contact hebt?

Respondent 7: Ja, ik heb met veel mensen informeel contact via de app, dat blijft wel gaande. Maar goed, het blijft wel werk. Maar het mag van mij best informeel, dat vind ik juist fijn. Dat is persoonlijker.

Interviewster: Ik wil je nog even vragen om deze kaartjes op volgorde te leggen. Op deze kaartjes staan functies die eventueel op het platform zouden kunnen terugkomen. En ik ga je vragen of je die kaartjes van meest belangrijk naar minst belangrijk wil leggen. En dat je dan even uitlegt waarom je wat wel of niet belangrijk vindt.

Respondent 7: Ja, dat chatten daar ben ik niet zo van. Dus ja, dat hoeft niet. Maar goed dat kan natuurlijk ook Whatsappen zijn.

Interviewster: Ja, als jij daar behoefte aan hebt wel. Zou je dat willen inbouwen op het platform?

Respondent 7: Ja, dat is allemaal heel kort eh. Ik heb nu ook met Mark, maar dat is allemaal drie dingetjes en dan is het weer voorbij... Oké. Belangrijk, amusement kan natuurlijk ook geslaagde dingen zijn en JOGG gerelateerd. Dus dat vind ik wel belangrijk... Ik zou hem zo neerleggen.

Interviewster: Horen die groepen bijeen of zijn die op volgorde?

Respondent 7: Ja, die horen bijeen.

Interviewster: Waarom vind je het belangrijk om geïnspireerd te worden?

Respondent 7: Daar kun je iets mee. Dat is een leuk voorbeeld of dat is een leuke actie of leuk filmpje. Dan kan ik dat zelf ook doorvoeren.

Interviewster: Waarom vind je de werkzaamheden van JOGG belangrijk?

Respondent 7: Ik vind het belangrijk om te weten waar het landelijk naar toe gaat. Waar zijn ze mee bezig en kan ik daar zelf ook wat mee. Ook wel, vragen stellen. Dat is wel heel breed. Ik zou nu vragen stellen over de gezonde sportkantine. Team:fit richt zich echt op sportverenigingen om te kijken of we ook commerciële horeca bij sportclubs of we daar wat mee kunnen. Daar is landelijk helemaal niks mee.

Interviewster: Oké, ik heb hier nog een voorbeeld. Dit programma heet Yammer. Dat zit in Office. Maak je daar gebruik van?

Respondent 7: Heel weinig.

Interviewster: Oké, bij Yammer kan je bepaalde groepen aan maken en die groepen zou je bijvoorbeeld hier kunnen staan, dat zouden de 5 pijlers kunnen zijn, The Daily Mile en gezonde werkvloer en in die groepen zou je dan vragen kunnen stellen en leuke dingen kunnen delen.

Maar je kunt ook denken dat je even contact met iemand opneemt aan de hand van een vraag. Wat vind je hiervan?

Respondent 7: Dit vind ik wel leuk. Je kan erop doorklikken. Je kan dingen lezen, het lijkt een beetje op LinkedIn. Je kunt iets leuk vinden.

Interviewster: Vind je dat belangrijk?

Respondent 7: Ja, wel dat mensen het gezien hebben en dat ze het interessant vinden. Dat voelt toch als bevestiging. En dan ook inderdaad dat je reacties kan geven en kan je ook persoonlijke reacties geven?

Interviewster: Ja, dat kan hier.

Respondent 7: O ja, ja precies. Dan zou ik stel dat ik iets heel interessant vind, wat die persoon gedaan heb, dan hoeft niet de hele groep te weten dat ik dat interessant vind. Maar dat ik persoonlijk kan vragen van hoe heb je dat gedaan. Met sommige dingen zou dat wel fijn zijn.

Interviewster: Vind je het ook goed als mensen zich mengen in de conversatie?

Respondent 7: Ja dat mag gerust. Maar er moet wel controle zijn van de adviseurs. Niet dat iedereen alles erop kan zetten, zodat de plannen wel kloppen. Anders gaat iemand wat creëren, terwijl dat helemaal niet past binnen de richtlijnen. Dus JOGG mag wel een controlerende functie hebben. Maar ik denk ook wel dat ze dat gaan doen. Daar zijn ze professioneel genoeg voor. Ze mogen wel kijken van klopt dat met wat we afgesproken hebben en zo voort.

Interviewster: Hoe denk je dat dit platform de relatie met JOGG kan versterken?

Respondent 7: Ze kunnen zichzelf dus meer laten zien, zoals ik al zei en je kan direct met ze in contact komen of reageren. Dus dat versterkt denk ik wel de relatie.

Interviewster: Oké, dat is goed om te weten. Vind je het belangrijk dat de relatie wordt versterkt?

Respondent 7: Ja, ik zou wel wat meer over de organisatie willen weten. Omdat je dan meer een beeld hebt met wie je werkt en wat de organisatie allemaal doet. Zoals ik eigenlijk al zei. Maar ze zien ook meteen dat je ergens vragen over hebt. Dus dan kun je direct met ze in contact komen en kan je gelijk even bellen met iemand die daar mee kan helpen. Dus je speelt er sneller op in. Ik denk wel dat dat werkt.

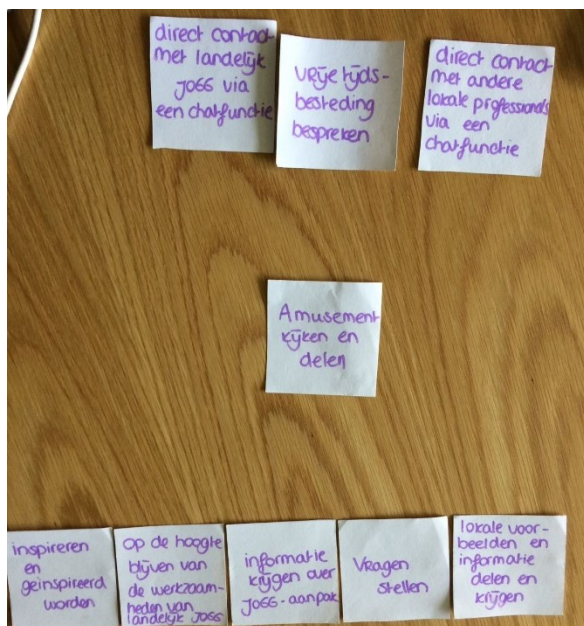
Interviewster: Zou je veel actief zijn op het platform?

Respondent 7: Nee, het moet wel een hulpmiddel blijven en geen doel. Ik wil wel buiten actief blijven en als ik vragen heb dan kom ik wel naar het platform. Maar het blijft een hulpmiddel.

Interviewster: Oké, dankjewel. Dat is goed om te weten. Dat was het einde van het interview. Heel erg bedankt voor je deelname. Heb je zelf verder nog vragen?

Respondent 7: Nee, ja ik vond het een leuk interview!

Interviewster: Dat is goed om te horen, dankjewel.



Figuur 28. Card Sorting-test respondent 7. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 10-07-2018

Duur: 5 minuten

Interviewster: Leuk je weer even te spreken. En fijn ook dat je nog wat vragen wilde beantwoorden.

Respondent 7: Ja natuurlijk. Ik was eigenlijk ook wel nieuwsgierig wat er was uitgekomen. Maar je hebt het helaas niet gehaald.

Interviewster: Nee, helaas nog niet. Het advies was trouwens wel om het platform door te voeren, dus wie weet kom je het in de toekomst tegen. Heb je de berichten openstaan?

Respondent 7: Ja.

Interviewster: Oké, dan ga ik gelijk beginnen. Je weet waarschijnlijk nog dat ik onderzocht of een online platform effectief kan zijn voor JOGG om meer betrokkenheid te bereiken. Nu wil ik graag aan de hand van de voorbeeldberichten vragen wat je van de berichten vindt en achterhalen of je ze zou liken of delen. Of er misschien onder zou reageren. Iets in die trant. Dus zullen we beginnen met voorbeeldbericht 1?

Respondent 7: Ja, dat is goed. Even kijken. Ik heb ze van tevoren nog niet gelezen. Ik vind dit bericht wel interessant. Het bedrijfsleven is belangrijk om doelen te behalen. Dat zien we hier in de gemeente ook. Zonder commerciële bedrijven krijgen we niks voor elkaar, want we hebben toch sponsors nodig. Met Coca-Cola bereik je ook meteen wel een groot publiek. Dus dit is zeker wel interessant. Ik vind het ook goed dat JOGG zo transparant is. Ze staan toch altijd wel sterk in hun schoenen en weten uit te leggen waarom ze doen wat ze doen. Dus dat is mooi. Maar ja zou ik dit liken of delen? Ik denk wel liken. Ik vind het een prima bericht.

Interviewster: Oké en bericht 2? Eigenlijk 2 en 3. Het zijn twee berichten met dezelfde inhoud, maar net even anders omschreven. Wat vind je ervan?

Respondent 7: Ja, dat tweede bericht vind ik erg leuk geschreven. Lekker positief, daar hou ik wel van. Een mooi voorbeeld ook van de gemeente. Dat motiveert denk ik andere gemeenten ook. Dus ik zou dit zeker wel leuk vinden. Ik vind ook dat op het platform een positieve sfeer moet hangen. Dus dit soort berichten zijn dan erg leuk om te lezen.

Interviewster: Oké en bericht 3?

Respondent 7: Het is denk meer gericht op de buitenwereld. Voor hen is dit goed om te weten. Dat we allemaal invloed hebben op de volksgezondheid. Ook voor ouderen. Niet alleen voor kinderen.

Interviewster: Zou je dit bericht delen? Of liken of er onder reageren?

Respondent 7: Ja ik denk het wel. Moet ik het natuurlijk wel gelezen hebben. Maar dan zou ik het wel leuk vinden.

Interviewster: Bedankt voor je antwoord. Dit was het dan alweer. Duurde niet heel lang, maar ik heb voldoende informatie.

Respondent 7: Dat is mooi. Leuk om weer even mee te doen. Ik blijf het belangrijk vinden om in dit soort dingen mee te doen. Ik help je natuurlijk ook graag.

Interviewster: Dankjewel. En een fijne zomer.

Respondent 7: Jij ook!

Respondent 8**Datum:** 16-04-2018**Gemeente:** Noord-Brabant**Functie:** Beleidsambtenaar**Fase:** 2**Leeftijd:** 62**Duur:** 69 minuten**Gesprek**

Interviewster: Ik wil dus allereerst even beginnen met wie u bent. Het gesprek blijft geheel anoniem, ik typ de tekst uit waarin uw naam niet vermeld worden. Ik zou graag willen vragen of u uw functie wil noemen, wat uw leeftijd is, binnen welke gemeente u werkzaam bent en in welke fase de gemeente zit.

Respondent 8: Ik ben officieel beleidsmedewerker bij de gemeente in Noord-Brabant. Ik heb de specialiteit gezondheidszorg en ouderenbeleid. Ook innovaties in de zorg doe ik hier op regionaal en landelijk niveau in werkgroepen en dergelijke. Ik ben 62 jaar, ik heb nog een jaartje te gaan voor mijn vervroegd persoon. Als ik 64 dan vind ik het wel mooi geweest. En de fase waar de gemeente in zit, we zijn een tijd geleden gefuseerd, dat was omdat er in die tijd veel gemeenten samen kwamen. Deze twee gemeenten passen goed bij elkaar. Vanaf het begin af aan is dat goed gelopen. We zijn bezig met de fietsenontwikkeling, alle afdeling afzonderlijk, maar met name onze afdeling is daar druk mee bezig. Onze gemeente wil zich met name profileren als gezonde gemeente.

Interviewster: U bent veel bezig met de zorg. Je bent beleidsambtenaar voor JOGG ook.

Respondent 8: Ja, sinds kort pas. Dat was altijd met name op de uitvoering en nu hebben we ook beleid. We hebben hier ook wat wisselingen gehad in de samenstellingen van de afdeling. En ja, dat ligt dan op mijn pad dat stukje, omdat het ook met name gericht is op gezondheid en jeugd.

Interviewster: Oké. En wat doe je dan specifiek voor JOGG?

Respondent 8: Dat is met name het overleg met de GGD die erbij zit. De financiering van projecten. Ja we hebben verschillende dingen lopen, ook samen met fysiotherapeuten. Dat zorg ik voor een beleidsadvisering college, budgetten vrijmaken, zorgen dat er financiën zijn, het overleg met initiatiefnemers. Dat soort dingen.

Interviewster: Heb je tijdens die werkzaamheden veel contact met het landelijk bureau JOGG?

Respondent 8: Tot op heden eigenlijk nog helemaal niet. Dat is iets wat de regisseur doet, voornamelijk ook samen met Helmond. Daar zit de GGD dan ook weer bij en die hebben daar een heel goed werkcontact en ja, dat loopt eigenlijk buiten mij om. Ik ben in die zin dan ook niet zo heel actief of dagelijks erbij betrokken. Als de regisseur aangeeft van ik heb iets nodig, of we moeten iets doen, dan haalt hij mij erbij. De rest is, ja dat komt omdat het al een tijd loopt. We

zijn nu aan het tweede termijn bezig, dus heel veel van de oorspronkelijke organisatie van het hele systeem dat staat al. Dus dat is nu niet meer zo nodig.

Interviewster: Heb je wel behoefte aan contact?

Respondent 8: Nee, op dit moment niet. Het loopt, als er problemen zijn dan hoor ik dat wel. Ik hoor het niet, dus dan denk ik ja het gaat goed. En op zich ben ik ook nog behoorlijk druk bezig met een aantal projecten waar ik zelf bij betrokken ben buiten JOGG. Dus ik ben niet echt op zoek naar dingen die ik nog kan doen. Het is echt op situatie als we iets nodig hebben, dan ben ik erbij. Maar verder op het moment hou ik het wel een beetje af.

Interviewster: Vind je dat JOGG jou ook wel goed benaderd?

Respondent 8: Ik denk het hele voorbereidingsgebeuren toen we aan JOGG begonnen, toen was ik er volledig niet bij betrokken. De regisseur zat toen ook in een hele andere cluster en de regisseur had ook genoeg ondersteuning van de GGD en JOGG en de wethouder was enthousiast. Dus het is gauw gebeurt dat alles geregeld is en dat het loopt. Ook dat er geld geregeld kan worden, dus in die zin was ik er in die tijd niet zo bij betrokken en op dit moment speelt het niet meer zo.

Interviewster: Maar toen je net JOGG-beleidsambtenaar werd. Zou je daar behoefte hebben dat je contact opneemt met de organisatie?

Respondent 8: Ja, dat zou op zich denk ik wel goed zijn geweest als we daar een keer een gesprekje hadden gehad om eens kennis te maken en van JOGG te horen wat ze doen en wat de mogelijkheden zijn. Als dat op het moment gebeurd, ja de regisseur doet veel met een andere gemeente mee en die contacten lopen meestal via Helmond en dat groepje dat daar geformeerd is. En ja wat ik net zeg ik heb op het moment daar niet de tijd en de behoefte aan.

Interviewster: Oké, ik kan constateren dat er niet veel contact is met JOGG. Maar ik kan me wel voorstellen dat je een beeld hebt bij de organisatie. Wat voor beeld is dat?

Respondent 8: Ik vind het een prima organisatie. Het speelt echt in op de behoefte die erbij gemeente is. Ik weet niet of je de nieuwe definitie van gezondheid kent. Op het moment wordt er nog veel gewerkt met de definitie uit 1948 die toen een keer is vastgesteld. En die zei toen een keer de gezondheid is de volledige afwezigheid van ziekte en gebrek. Dat is een achterhaalde gedachte, want iedereen heeft wel iets van een gebrek. Als je een bril draagt dan ben je dus eigenlijk al niet meer gezond. En gezondheid wordt nu gedefinieerd als: het kunnen omgaan en leven met een beperking en gezondheidsproblemen. Met die definitie ga je ook veel meer kijken hoe mensen kunnen participeren in de maatschappij. Ook al hebben ze een gebrek of een ziekte. Je werkt ook veel meer aan preventie. Je moet voorkomen dat mensen een ziekte oplopen waardoor ze niet meer kunnen participeren. Daar speelt het JOGG wel heel erg op in. Je moet bij de jeugd beginnen. Mensen die ouder zijn en vastgeroeste gewoonten hebben met eten en bewegen, dat is lastig omdat nog om te draaien, en bij de jeugd kun je dat er echt nog goed tussen brengen. Dat was voor ons ook de reden om daarmee in zee te gaan.

Interviewster: Voel je je ook verbonden bij de stichting?

Respondent 8: Nee, ik heb er nog nooit contact mee gehad, dus die verbondenheid met de stichting is er niet. Maar het gedachtegoed wordt hier wel uitgedragen en gehanteerd. Dus dat is goed dat we dat doen. Ik zie het ook wel gebeuren dat het ook weer opnieuw verlengd gaat worden. In die zin is er wel verbondenheid met het JOGG maar niet zozeer persoonlijk.

Interviewster: Voel je je dan meer verbonden met de aanpak?

Respondent 8: Ja zeker.

Interviewster: Waarom is dat?

Respondent 8: Omdat wij dezelfde visie hebben, het past binnen onze filosofie hoe we met gezondheid omgaan. Dus die verbondenheid is er dan zeker.

Interviewster: Eigenlijk zijn jullie dus met hetzelfde bezig, alleen op een ander niveau, landelijk en lokaal. Zou u zeggen dat de mensen van JOGG-collega's zijn?

Respondent 8: Wel in de visie en de aanpak, maar ook niet helemaal hetzelfde, omdat zij zijn veel praktischer gericht met het uitzetten van dat gedachtegoed. Collega's zie ik dan toch meer als mensen die bij een gemeente werken. Dat zijn voor mij dan de collega's in de gezondheidszorg. We houden contact met de GGD, maar ook hier een welzijnsorganisatie. Dus die staan eigenlijk ook best wel een beetje op afstand, maar die zie ik nog eerder als collega's dan mensen van JOGG. JOGG is echt een landelijke belangenorganisatie die een doel nastreeft en daar de middelen voor krijgt om dat gedachten goed uit te dragen en de activiteiten te promoten en te zorgen dat meer gemeenten daarbij aansluiten. Dat zijn voor mijn gevoel niet collega's? Dat komt vooral door de andere manier van werken. Het is een stichting met een bestuur die zelfstandig is en de gemeente is een publiek orgaan met een politieke bestuursstructuur. Waar je als ambtenaar een adviserende en een dienstverlenende rol hebt.

Interviewster: Hoe vind je de verhouding met JOGG?

Respondent 8: Ik zie JOGG niet zozeer als samenwerkingspartner, maar adviserend en faciliterend. Ze dragen dingen aan en dan denken wij dat past in onze visie en ons beleid en dat kunnen we goed gebruiken. Dan gebruik je het aanbod wat ze hebben. In die zin maak je daar dan gebruik van.

Interviewster: Zou je dan zeggen dat ondanks je weinig contact hebt, vind je dat ze betrokken zijn bij jou en de gemeente?

Respondent 8: Ja, als ik het van de regisseur begrijp, die is daar enthousiast over en tevreden over, dus in die zin ja. Zo zie ik dat wel ja. De betrokkenheid is er zeker.

Interviewster: JOGG is ook wel eens in de media te vinden. Ze hebben ook een website waarop staat: wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kan samenwerken. Pas hadden ze ook de week voor de gezonde jeugd, waar ze ook een filmpje bij RTL Boulevard hadden uitgezonden. Op die manieren proberen ze zich te profileren landelijk.

Respondent 8: Ik heb wel wat gezien van wat JOGG landelijk laat zien. Als je het hebt over de samenwerkingen met het bedrijfsleven vind ik dat lastig. We hebben hier een aantal van die projecten die gesponsord zijn door Pijnenburgkoek. Daar heb ik dan wel een dubbel gevoel bij. De peperkoeken van Pijnenburg zijn niet echt een voorbeeld van gezond eten. Dat vind ik dan

een beetje jammer, het feit dat ze dat ondersteunen en sponsoren. Maar om de naam Pijnenburg te verbinden aan JOGG en gezond bewegen en gezonde voeding, dat vind ik toch wel een hele lastige. Dan had ik liever gezien dat Philips of Dove zoiets doet. Dan zeg ik van dat zou anders liggen dan als Pijnenburg dat doet. We kunnen ook Pijnenburg buiten de deur houden, maar ik vind het wel een beetje dubbel. De samenwerking met het bedrijfsleven is prima, maar er zijn bedrijven waarvan ik zeg die passen die echt goed in de visie wat je wilt hebben van JOGG.

Interviewster: Heb je wel eens de behoefte om dat aan te kaarten?

Respondent 8: Nee, landelijk niet. Niet om naar het landelijke JOGG te zeggen, dat moet je niet doen, want dat vind ik niet passen.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 8: Omdat we het hier zelf ook doen. Het is voor mij persoonlijk het gevoel dat het niet past. Maar je kunt ze ook niet missen, zolang als ze niet echt heel erg de koeken promoten en heel overduidelijk bezig zijn zou ik zeggen van vooruit. Maar goed het blijft in mijn gevoel een beetje vreemd.

Interviewster: Beïnvloed dat jouw beeld van de organisatie?

Respondent 8: Nee, ik denk dat ze daar pragmatisch mee omgaan. Ze hebben ook sponsering en steun nodig om goede dingen te doen.

Interviewster: Heeft het gebrek aan contactmomenten er mee te maken?

Respondent 8: Ja, als ze hier aan tafel zouden zitten dan zou ik er wel van zeggen wat ik nu tegen jou zeg. Ja ik ga nu niet sturen van goh dat moeten jullie niet doen of dat vind ik een slechte zaak. Ik heb het idee dat ik daar zelf geen invloed op heb. Maar dat hoeft ook niet, dat zou niet goed zijn. Maar ik denk dat ze wel het fatsoen hebben om te luisteren, maar niet om meteen het beleid te veranderen. Dat zou ik omgekeerd ook niet doen. Als zij zeggen jullie moeten niet met Pijnenburg in zee gaan, dan denk ik dat is leuk gedacht, maar we hebben het sponsorgeld nodig.

Interviewster: Oké. JOGG is best wel een landelijk netwerk. Ben je trots om onderdeel te zijn van dit netwerk?

Respondent 8: Dat voel ik persoonlijk niet zo. Ik ben wel trots op mijn werkzaamheden bij de gemeente, maar ik doe relatief weinig met de aanpak, dat doet de regisseur meer. Ik vind het wel goed om te zien wat ze doen, maar ik ben niet per se trots.

Interviewster: Je zei al, ik heb niet veel contact met JOGG. Heb je verder een mening over de communicatie?

Respondent 8: Ja, die is er dus niet. Dus daar kan ik niks over zeggen.

Interviewster: Wat zou je zelf omschrijven als goede communicatie?

Respondent 8: Als iedereen weet wat de bedoeling is en je iedereen informeert over wat er gaat gebeuren. Dus je moet zorgen dat iedereen op de hoogte is en je goed in gesprek kan mensen.

Interviewster: Waarom vind je dat belangrijk?

Respondent 8: Als iedereen snapt wat er moet gebeuren of wat er speelt, dan gaat het 9 van de 10 keer wel goed. Dus ik denk dat dat belangrijk is.

Interviewster: JOGG heeft ook een wiki en een JOGG-update. Lees je dat wel eens?

Respondent 8: Nee. Ik ontvang eigenlijk geen nieuwsbrief, daar ben ik niet op geabonneerd. Als de regisseur iets heeft stuurt hij dat wel naar mij door. Maar als er activiteiten zijn die landelijk in de regio gebeuren dan hoor ik dat altijd via de regisseur.

Interviewster: Als je de nieuwsbrief zou krijgen, zou je deze dan lezen?

Respondent 8: Dan zou het een van de 50 of 60 nieuwsbrieven zijn die ik krijg. Die moet ik eigenlijk opzeggen, omdat ik ze bijna nooit lees en eigenlijk gelijk weggooi. Sommige lees ik af en toe als er iets bij zit wat interessant is. Er zijn er ook een paar bij die ik helemaal lees, die zijn voor mij echt van belang. De nieuwsbrief van de GGD en het Ministerie en het RIVM lees ik echt wel. Ik denk die van het JOGG schuin door zou lezen zo van zitten er nog onderwerpen in die nu voor mij van belang zijn.

Interviewster: En wat voor onderwerpen zouden dan van belang kunnen zijn?

Respondent 8: Onderwerpen waarvan ik denk goh dat zouden we hier kunnen toepassen. Dus daar heb ik wel altijd een open oor voor.

Interviewster: Ben je wel lid van de wiki?

Respondent 8: Nee, het zegt me zelfs niks.

Interviewster: Oké, de wiki is een platform waar alle informatie staat van JOGG. De verschillende pijlers, campagnes, fotomaterialen. Je kunt er van alles vanaf halen.

Respondent 8: Nee, ik wist niet dat dat er was. Op zich ik heb in die zin nog geen directe behoefte gehad aan die informatie.

Interviewster: Heb je wel eens de behoefte om met andere JOGG-beleidsambtenaren in contact te komen?

Respondent 8: Op dit moment nog niet gehad. Maar ik kan me voorstellen dat dat op termijn met de GGD en Helmond dat ik daar wel een keer bij aansluit. Om te horen hoe werkt dat in de andere gemeenten en wat speelt er op dit moment. Dus dat is, dan krijg je toch een ander beelden andere input dan dat het zo... de regisseurs krijgen soms dingen voor elkaar waarvan ik denk dat is mij nog niet gelukt. De regisseur van deze gemeente gaat naar een supermarkt en die krijgen gratis en voor niks drinkflesjes water mee. Dan denk ik wel hoe krijg je dat toch gedaan. Hij doet het wel heel erg goed. Hij is erg heel innemend naar anderen toe en hij krijgt gewoon veel gedaan.

Interviewster: Dus je bent wel blij met de rol van een regisseur?

Respondent 8: Ja, zeker. Kijk ik heb nooit zo in de uitvoering gezeten. Dus ik heb daar ook geen ervaring mee dat je zoiets gaat opzetten en dat je er anderen bij betreft. Maar ik kijk wel met bewondering naar de regisseur met hoe makkelijk hem dingen afgaan. En wat hij allemaal geregeld krijgt en hij is in een hele korte tijd heeft hij een netwerk opgebouwd van mensen die hem goed kennen en hem actief benaderen als er iets is en waar hij ook altijd kan. Ja dat werkt gewoon echt goed.

Interviewster: Fijn dat die de waardering krijgt voor zijn werk.

Respondent 8: Ja, dat krijgt die wel, ja zeker.

Interviewster: Je zei net al bij Helmond zou ik willen aansluiten door te kijken hoe zij dat dan doen. Zou je ook de behoefte hebben hoe andere gemeenten dat doen?

Respondent 8: Als ze een landelijke bijeenkomst organiseren dan zou ik daar wel naar toe gaan om van andere gemeenten en professionals te horen hoe ze het daar aanpakken, welke projecten ze op dat gebied hebben wat er loopt en wat niet goed gaat. Daar leer je vaak nog meer van dan dingen die goed lopen. Dus ja, dat zijn dingen waar ik wel bij zou willen aansluiten.

Interviewster: Was je ook op het Kennisfestival?

Respondent 8: Nee, daar was ik niet. Dat zal er wel aanliggen dat ik niet op de nieuwsbrief geabonneerd ben en van de regisseur heb ik daar niks van gehoord. En ik denk dat hij niet degene is die aanslaat op zo'n bericht, dat hij daar heen gaat. Ik denk dat het belangrijk is dat ik eens op die nieuwsbrief ga abonneren.

Interviewster: Ja, dat zal ik zo gelijk voor je doen!

Respondent 8: Ja, dan merk je toch dat ik wel wat mis. Daar had ik denk ik wel naar toe gegaan, het moet wel passen in de agenda. Het is meestal zo dat de lokaal plaatselijke dingen, waar je mee bezig bent, meestal wel voorrang krijgt op zoiets. Maar als er ruimte is in de agenda dan ga ik daar wel heen. En als het lang genoeg van tevoren is aangekondigd, dan maak ik geen afspraak.

Interviewster: Oké. Je zei net al dat je het belangrijk vindt om geïnspireerd te worden door gemeenten. Vind je het ook belangrijk dat JOGG zelf ook veel inspiratie geeft aan JOGG-beleidsambtenaren.

Respondent 8: Ik denk zoiets alleen maar beter kan lopen. Ik heb geen rechtstreeks contact met gemeenten in de rest van het land. Ik weet niet welke gemeenten allemaal aangesloten zijn. Ik weet niet wat daar gebeurt. Dus zoiets moet je altijd via een nieuwsbrief of iets anders kennis van krijgen. Als je alles alleen moet doen dan ben je daar zo veel tijd mee kwijt. Dus dan scheelt het veel werk om van anderen te horen wat zij doen en maakt het makkelijker om te kijken wat we hier kunnen toepassen.

Interviewster: Oké. Ik ga even een andere hoek op. Maak je gebruik van social media?

Respondent 8: Ja, voor het werk met name LinkedIn. En privé heb ik een stuk of 10 mensen op Facebook, de rest heb ik allemaal uitgesloten. Het is voornamelijk kinderen en wat vrienden. Ik vind dat wel leuk om te volgen, maar zelf deel ik er eigenlijk niet veel op. LinkedIn, daar ben ik wel actief op.

Interviewster: Oké, je zegt actief. Hoe omschrijf je actief?

Respondent 8: Ik zet er dingen op die we hier zelf doen, ik zet er dingen op die ik ergens lees en ook via dat LinkedIn die ik dan weer doorstuur naar mijn contacten. En ja, dat zit dan wel echt een uitwisseling in van ideeën en gedachten. Dat je allemaal met elkaar bezig bent en dat je denkt van goh dat is interessant of een interessant artikel wat erop gezet wordt. Dat leidt nog

wel eens tot een nieuw contact of uitwisseling van dingen. Dus dat vind ik wel een goed platform om zakelijk te gebruiken.

Interviewster: En Facebook vind je voor privé?

Respondent 8: Ja, dat vind ik voor privé. Ik heb op mijn telefoon ook Instagram staan, maar daar heb ik nog nooit iets opgezet en ik kijk er ook niet op. In mijn contactgroep zitten denk twee mensen die er ook op zitten. Heel zelden krijg ik daar ineens een berichtje van en dan denk ik wat is dat en dan denk ik oh Instagram. Maar meer doe ik er niet mee.

Interviewster: Oké. Ben je dagelijks op LinkedIn?

Respondent 8: Ik kijk iedere dag wel een keer. Je ziet het op je telefoon als er nieuwe berichten op staan. Dus dan check ik altijd wel even of er iets bij zit waarvan ik zeg dat is interessant of dat is een leuk idee. Dus dat is wel een dagelijkse routine om te kijken van goh wat staat er vandaag op.

Interviewster: Heb je ook de behoefte om andere beleidsambtenaren toe te voegen op LinkedIn?

Respondent 8: Die heb ik al wel. Ik ben vorige week over de 500 connecties gegaan. Daar zitten er ondertussen ook een paar bij waarvan ik denk, waar ken ik die van. Dus die zou ik er eens moeten uitfilteren. Maar alle mensen waarmee ik zakelijk contact heb.

Interviewster: Heb je wel eens professionals van andere gemeenten toegevoegd?

Respondent 8: Nee, niet echt. Op die manier ben ik eigenlijk nog maar heel weinig met JOGG bezig geweest. Na zo'n bijeenkomst wil ik nog wel eens wat mensen toevoegen.

Interviewster: Ga je vaak naar regionale bijeenkomsten?

Respondent 8: Ja, wel een aantal keer. Niet iedere week, maar wel regelmatig. Ik heb een paar projecten die lopen, dus dan heb ik dat wel eens. Als daar bijeenkomsten zijn dan ga ik vaak wel. De GGD is bijvoorbeeld 4 keer per jaar dat we ambtelijk overleg hebben.

Interviewster: Ik had het net al een beetje over social media en het hebben van contact met andere lokale professionals en JOGG. Ik doe onderzoek naar de communicatie, maar ik ben ook aan het kijken of er eventueel een online platform opgezet kan worden waar lokale professionals het contact kunnen opzoeken en vragen kunnen stellen en informatie kunnen opzoeken. We hebben al de wiki, maar dit zou iets interactiefs worden. Zou u daar wat in zien?

Respondent 8: Ik denk dat het interessant genoeg is om bij zo iets aan te sluiten en te zien en te horen waar anderen mee bezig zijn en te laten zien wat we hier doen. Het gebeurt ook via LinkedIn en via andere kanalen ook dat we ook regelmatig iets uitwisselen met collega's. Dat geeft altijd voordelen. Als streep je maar iets af, van wat zij doen dat gaan we zeker niet doen. Of wat zij doen, daar zou ik meer van willen weten en misschien sluit ik mij daar dan ook wel bij aan. Dus in die sfeer. Ik denk dat ik het wel interessant zou vinden. Dat er veel dingen op komen te staan, waarvan je denkt leuk vond hun, maar dat gaan we niet doen. Maar als er iets is wat interessant is voor ons, dan is dat meteen gewoon echt interessant en nuttig om daar dan contact mee te zoeken en dingen uit te wisselen.

Interviewster: U heeft het nu vooral over inspiratie. Zou u zelf ook dingen delen?

Respondent 8: Ja, dat doen we ook regelmatig, dus dan vertellen we verhalen over hoe iets gegaan is.

Interviewster: En als er inspiratie komt uit andere gemeenten, bijvoorbeeld uit Groningen, wat zou u daarvan vinden?

Respondent 8: Als ik daar iets mee kan dan is het prima. Het hoeft van mij niet allemaal uit de buurt te komen.

Interviewster: Zou je ook vragen stellen?

Respondent 8: Als er vragen op staan om daar een antwoord op te geven?

Interviewster: Nee, om zelf vragen te stellen?

Respondent 8: Ja, zeker.

Interviewster: Waarom denk je dan naar het platform zou gaan?

Respondent 8: Omdat ik denk dat ik daar eigenlijk te weinig ervaring mee heb, dat als er dan ideeën of een plan voorbijkomt of ik dat zelf kan neerleggen bij iemand die daar al langer mee bezig is, dat voorkomt dat je zelf heel lang loopt te zoeken.

Interviewster: Vind je de rol van het landelijk bureau daar ook van belang is?

Respondent 8: Ja, die moeten daar zeker onderdeel vanuit maken. Ik zie dat bijna als de eerstverantwoordelijke om antwoorden te geven op vragen die komen. Nog eerder dan collega ambtenaren van JOGG. Omdat ik denk dat bij het landelijke organisatie gewoon de meeste kennis aanwezig is. Zij weten wat er speelt en alles. Zij zijn de eerste die op vragen moeten reageren. Ze moeten wel het platform beheren, dat lijkt me wel logisch.

Interviewster: Waarom vind je dat logisch?

Respondent 8: Omdat zij het landelijke aanspreekpunt zijn. Het landelijke coördinatiepunt waar alles bij elkaar komt. Dus dat is dan het meest logische plek om dat onder te brengen. Ik zou dat niet bij een van de deelnemende gemeenten neer willen leggen denk ik.

Interviewster: Vind je het belangrijk om de mensen achter het bureau te leren kennen?

Respondent 8: Ja, dat helpt vaak wel. Als je daar een beeld bij hebt met wat doe je en wie ben je en met wie ben je aan het mailen. Dan is het wel fijn om te weten wie dat is, om daar een gezicht bij te hebben.

Interviewster: Waarom vind je dat fijn?

Respondent 8: Dat maakt het snel wat persoonlijker. Dat communiceert makkelijker.

Interviewster: Vind je het belangrijker dat de relatie met JOGG wat persoonlijker wordt?

Respondent 8: Niet zozeer met de hele organisatie. Maar wel met de mensen waar je dan contact mee hebt. Dus bijvoorbeeld bij LinkedIn, sommige mensen hebben daar een herkenbare foto op staan en andere mensen zetten daar een tekening op of iets waarvan je zegt, dat zegt wel iets van de persoon, maar niet genoeg. Dat vind ik wel een verschil maken. Als je daar contact mee zoekt, dan heb ik dat liever bij iemand waar ik een gezicht bij heb, dan bij iemand waar ik geen gezicht bij heb. Je maakt dan het contact makkelijker. Dus net zo goed dat het persoonlijk contact beter werkt dan via een telefoon.

Interviewster: Ja, precies. En we hebben het dan al heel erg over vragenstellen en inspiratie delen. Als een functie van het platform. Het platform zou bijvoorbeeld ook iets heel anders kunnen doen, bijvoorbeeld informeren. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 8: Het is afhankelijk van de situatie. Daar zou ik niet dagelijks gebruik van maken, maar als je andere organisaties nodig hebt of wil betrekken dan is het wel handig om goede informatie te hebben. Of bijvoorbeeld een filmpje waar we gebruik van kunnen maken, want dat kost altijd veel geld, dus als we het al hebben, dan zou dat prima zijn.

Interviewster: Heb je een voorkeur voor vragen stellen of informatie of iets anders?

Respondent 8: Ik denk dat allebei zou moeten kunnen. Maar goh ik denk van hé dat spreekt me aan en als ik vragen heb dat ik die kan stellen van hebben jullie informatie over of een filmpje van dit of dat. Ik me beiden wel goed voorstellen.

Interviewster: Heb je nog een voorkeur voor tekst of beeld?

Respondent 8: Ik vind het allebei belangrijk. Tekst heb je altijd wel nodig, want met alleen beeld ga je het niet redden. Maar beeld versterkt wel altijd de tekst. Kijk toen ik hier begon hadden alle adviezen alleen maar tekst. We konden er niet eens foto's bij insturen, die gingen naar een typkamer. En nu is het heel gebruikelijk om daar allerlei visuele middelen bij te gebruiken van foto's en filmpjes en statistieken en grafieken. Zonder dat gaat er bijna nooit meer een advies naar het college voor ondersteuning van het advies. Dus ik vind het allebei wel belangrijk.

Interviewster: Denk je dat een platform kan bijdragen aan de relatie met JOGG?

Respondent 8: Ik denk dat het wel gaat werken als je er regelmatig gaat kijken of je er berichten van krijgt. Dat het een versterking zou zijn van de relatie. Hoe makkelijker contact je hebt hoe beter. Ik heb het al een paar keer zo gedaan dat je iets hebt gevonden of dat je iets zoekt, dat maakt dan dat het voor de volgende keer makkelijker is.

Interviewster: Oké. Zou je ook de behoefte hebben aan bijvoorbeeld een chatfunctie. Zou je daar gebruik van maken om beleidsambtenaren of regisseurs te benaderen?

Respondent 8: Ik denk dat dat heel lastig is. Een op een zou dan nog kunnen. In groepen moet je dat echt organiseren en plannen. Dat zie ik zo gauw niet gebeuren. Maar zeker, maar ook je hebt... we zijn hier nu begonnen met een digitaal platform waar wijken zich de een na de ander aansluiten en daar zit ook een chatfunctie in. En net wat ik zeg, als je op forums contact hebt, prima, maar als je er beeld bij hebt is het nog veel beter. Daar wordt nog niet heel veel gebruik van gemaakt. Maar mensen moeten daar nog aanwennen. Mensen kunnen dan een soort Skypen op het platform om contact met elkaar te onderhouden.

Interviewster: Zou u dat ook op het platform van toegevoegde waarden vinden?

Respondent 8: Ja, op dat platform werkt dat op zich ook wel. Nog niet heel erg he, wat ik zeg. Maar er zit er wel een beeldverbinding bij, dus dat kan wel werken denk ik. Het gaat gewoon via het internet, dus dat kost verder niks.

Interviewster: Oké. Ik heb hier kaartjes met functies die het platform eventueel zou kunnen hebben. Dan wil ik je graag vragen om ze van meest tot minst belangrijk te leggen. Ik heb ook nog lege kaartjes, voor als je zelf nog input hebt.

Respondent 8: Wat eigenlijk ook wel bij de vragen naar voren, inspireren en geïnspireerd worden is voor mij een hoofdfunctie van het JOGG. Daarbij hoort lokale voorbeelden en informatie krijgen. Dat ligt daar dichtbij voor mij. Verder is het, denk ik, van belang dat je weet wat het JOGG, waar ze mee bezig zijn en wat er aan ontwikkelingen zijn. Voor mij is op dit moment, dan zeker dit ook nog van belang informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Als je het dan over het lokale of over het regionale trekt, dan is het contact met andere professionals goed. Dus dat zou ik hiervoor misschien nog wel zetten. Een persoonlijk contact vind ik wel belangrijk, niet via chatfunctie, maar een bijeenkomst dus dat je ze echt ontmoet. Vragen stellen komt daar dan eigenlijk achteraan, dat is meer een gevolg van als je dit gedaan hebt en je bent met iets bezig en dan komen er vragen op, dat je die dan daar kwijt kan bij JOGG. Vrijtijdsbesteding bespreken, dat kan ik er niet zo goed plaatsen.

Interviewster: Dat is om los van die zakelijke band, persoonlijk te binden met professionals. Bijvoorbeeld zoals een Facebookfunctie.

Respondent 8: Oké, die komt dan nog ver achter. Dan komt amusement kijken en delen, nee. Nee daar zou ik zo'n site niet voor gebruiken. Dus die komen echt helemaal achteraan.

Interviewster: Wil je dat graag scheiden persoonlijk en privé?

Respondent 8: Ja. Soms regionaal contact dan heb je altijd wel mensen waar je meer binding mee hebt dan met anderen en als je dan een vergadering hebt dan zoek je elkaar vaak wel op. Maar voor of na een bijeenkomst wissel je dan wel eens persoonlijke dingen uit. Maar dat is zeker niet bij iedereen en dat zou ik zeker niet via zo'n platform of site doen.

Interviewster: Oké. Helder. Ik maak er nog even een foto van.

Respondent 8: Is de ligging zo duidelijk?

Interviewster: Ja, hoor. Heb je een voorkeur voor een platform?

Respondent 8: Ik denk niet dat dat zou lopen via LinkedIn. Als ik naar LinkedIn kijk dan zijn dat toch vaak individuen een-op-een contacten met personen. En niet zo makkelijk met de organisatie. Die heb ik daar eigenlijk niet inzitten. Dus dat vind ik niet zo. Aanmelden voor de nieuwsbrief of meldingen dat er iets nieuws op staat vind ik wel goed. Dat ik een seintje krijg.

Interviewster: Hoe zou je dan een seintje willen krijgen?

Respondent 8: Ja, dat vind ik wel lastig. Met de platformen die we hier nu hebben, die digitale. Bij de eerste week waar ik betrokken was bij de eerste opzet, daar ben ik nu lid van. Je wordt doodgegooid met allemaal berichten met er staat iets nieuws. Daar heb ik geen tijd voor om dat allemaal te checken en te kijken wat dat is. En als je dan alles in een keer weggooit dan gooi je ook het belangrijke weg. Dus je moet niet dagelijks krijgen dat je een nieuw berichtje hebt. Een keer in de week is voldoende.

Interviewster: Dus een keer in de week wilt u krijgen van deze onderwerpen staan open. Zou u er dan heen gaan?

Respondent 8: Ja, ik heb verschillende van dat soort nieuwsbrieven, voornamelijk op de gezondheidszorg. Ik heb een Engelstalige die ik eigenlijk nooit lees. Daar moet ik me echt een keer voor afmelden. Daar kom ik maar heel zelden iets tegen waarvan ik zeg dat is echt interessant.

Interviewster: Dus het moet wel interessant zijn?

Respondent 8: Ja precies. Maar die mensen sturen wekelijks een overzicht met 4, 5 of 6 onderwerpen en die heb je zo gezien. En als je die dan gezien hebt en het is niks voor jou dan werkt dat wel snel. Je doet dan toch wel informatie op.

Interviewster: Mag de toon dan informeel of formeel?

Respondent 8: Nee, dat mag best informeel zijn.

Interviewster: Heb je daar echt een voorkeur voor?

Respondent 8: Nee, niet echt. Als het heel formeel is dan pak ik het er toch nog ergens uit wat er van belang is en als het informeel is leest het wel makkelijker weg, omdat het wat persoonlijker is misschien. In die zin zou ik zeggen van misschien moet je daar dan wel een voorkeur aan geven.

Interviewster: Oké, ik heb dan de laatste vraag nog. We gaan er aardig hard doorheen. Ik heb een voorbeeld platform, ik weet niet of u bekend bent met Yammer?

Respondent 8: Ja, maar dat is wel oud eh?

Interviewster: Ja, is dat oud?

Respondent 8: Ja, volgens mij wel. Dat hebben we jaren geleden, toen is er een ICT-er ermee begonnen om dat voor collega's in te zetten. Dat is toen een stille dood gestorven. Er waren veel mensen die daar geen behoeften aan hadden, die zoiets hadden van daar sluit ik me niet bij aan. Er kwamen weinig berichten op en volgens mij is het er helemaal niet meer. Ik heb het niet meer in mijn systeem zitten.

Interviewster: Denk je dat het systeem is verouderd of komt het door het gebruik binnen de organisatie?

Respondent 8: Ik kan niet zeggen dat het verouderd is, want ik heb het al lang niet gebruikt. Maar in de tijd dat we het hadden zag je vaak dezelfde namen terugkomen, maar het is nooit echt aangeslagen dat dat breed gebruikt werd of dat mensen dat interessant vonden of zeggen dat is een goed hulpmiddel om dingen te delen. Dus nee, ik heb daar noch verder geen ervaring mee.

Interviewster: Zou u er nu behoefte aan hebben?

Respondent 8: Het ligt eraan, ik denk dat ik mij in eerste instantie wel zou aansluiten en ik zou kijken hoe het werkt. En dan moet ik van het begin af aan, dan moet het goed onderhouden worden. En regelmatig gebruik van maken met onderwerpen waarvan je zegt dat is wat en daar heb ik iets aan. En als er na een aantal weken niet blijkt te zijn, dan zeg je al heel gauw van dat is tijdsverspilling of daar doe ik niks mee. Dus het moet wel echt slaan in de eerste periode. Ik zou het leuk vinden om daar nog veel tijd en moeite in te steken om daarop te zitten. Ik zou er zelf niet meer naar beginnen om het op te zetten, maar als er gekozen wordt om het op die

manier te doen, dan zeg ik ja dan geef ik het voordeel van de twijfel. Maar dan moet het wel goed georganiseerd zijn en goed moeten werken.

Interviewster: En wat versta je onder goed werken?

Respondent 8: Dat er breed en zorgvuldig gebruik van wordt gemaakt. Dat mensen ook echt reageren en dingen interessant vinden en liken. Dat je vaak wel veel interactie ziet. Anders denk ik ja wat heb ik eraan als ik er tijd in steek om dingen te lezen waar ik dan toch niks mee doe.

Interviewster: Zou je het belangrijk om zelf aan te geven van goh dit vind ik belangrijk en kunnen jullie hier iets mee doen.

Respondent 8: Ja, dat zie ik meer in de vraag- en antwoordmogelijkheid. Het is de vraag als je het op dit systeem zet, dat je dan ook een antwoord krijgt. Het is ook de vraag of je dat voor iedereen open wil stellen die vragen of dat je die vragen rechtstreeks stelt.

Interviewster: Waarom dan toch de voorkeur voor rechtstreeks?

Respondent 8: Omdat ik zelf denk ik hoef niet al die vragen en antwoorden van andere gemeenten te zien. En ik vind het een taak van het JOGG om het meest interessante eruit te filteren en dat in een nieuwsbrief te zetten. En dat moet dan echt beperkt zijn tot een paar onderwerpen. Maar voor mijn gevoel zou dit vooral mij om er gebruik van te maken om alle berichten te lezen, als het er al veel zijn, dat zou mij denk ik ja, redelijk snel een gevoel geven van vind ik dit wel de moeite waard om te blijven volgen?

Interviewster: Wanneer vindt u het de moeite waard om te blijven volgen.

Respondent 8: Ja, daar zit ik aan te denken. Ik ja, ik kan daar niet echt een goede reden voorgeven van daarvoor zou ik dit nou echt willen gebruiken. Het was ook heel snel dat er dingen opgezet worden bij dat andere platform door mensen die dat leuk vonden en mensen dingen deelden. En dat was allemaal niet relevant voor mij en er was geen interesse voor mij. Je kreeg veel overbodige ballast en dat hoef ik allemaal niet te weten. Ik hoef daar geen tijd in te steken om dat te lezen.

Interviewster: Kan het dan een oplossing zijn dat JOGG hele specifieke groepen aanmaakt?

Respondent 8: Ja, dat zou nog kunnen. Maar dan moet het echt interessant genoeg zijn om dat te blijven doen. Ik heb er nu wel mijn twijfels bij of ik dat zou willen blijven volgen. Ik schat eigenlijk in van niet.

Interviewster: Heeft u eigenlijk een Officeaccount?

Respondent 8: Nee, we werken hier gewoon met gemeentelijke systemen. Ik heb een Hotmailaccount. Ja.

Interviewster: Dus het is mogelijk, maar je zegt wel dat je het misschien niet veel zou volgen?

Respondent 8: Ja. Als je zegt we gaan het maken en over een tijdje komt het online en over een tijdje is het er. Ik denk dat ik zou aansluiten, maar ik moet wel echt in het begin geraakt worden. Als het een geweldig systeem is wat ik moet volgen. Als ik dat gevoel niet heel snel is, haak ik denk al snel af.

Interviewster: Oké. Dat is goed om te weten.

Respondent 8: Kijk nieuwsbrieven dat gebeurt ook vaak. Wat ik zeg sommige gooi ik er niet af, maar ik lees ze niet. Bij zo'n systeem denk ik dat ik me definitief zou afmelden als het niet interessant is. Dus. Ik zou het toch gewoon eens moeten zien als jullie er dan mee door willen gaan, als het echt van de grond komt. Maar ik moet het zien. Maar ik heb wel heel erg twijfels of het een succes gaat worden.

Interviewster: Bij elk platform? Of vooral Yammer?

Respondent 8: Nee, een soortgelijk platform zou hetzelfde zijn. Het maakt niet uit dat het Yammer is. Dat maakt het verschil niet. Maar nee. Het is wel lastig want als je in Facebook een groep zou maken, waar je onderling contact hebt, misschien dat ik daar nog eerder zou aanhaken dan bij dat Yammer.

Interviewster: Waarom dan?

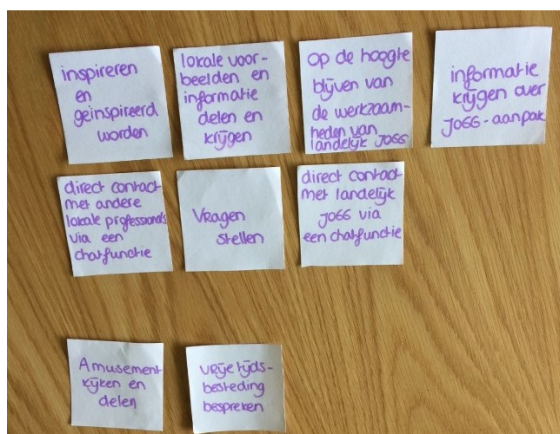
Respondent 8: Ja, ik moet toch zeggen, ik heb daar niet veel ervaring in ik heb geen groepen of Facebook. Facebook is misschien iets toegankelijker of makkelijker, maar ik weet het niet. Ik blijf het een lastige vinden om nou te zeggen van je moet er niet aan beginnen, maar ik kan niet beloven dat als het er is en ik sluit me aan dat ik er dan lang bij blijf.

Interviewster: Dus je vindt toegankelijkheid belangrijk. Wil je dan ook een goede introductie krijgen van hoe het werkt?

Respondent 8: Ja, ik wil wel kunnen zien hoe het werkt. Dus ja je zal mensen enthousiast moeten maken en meteen ook goede invulling hebben. En regelmatig contact zoeken, zodat het levenswaardig blijft met trekken. Maar ik schat in dat het een lastige is.

Interviewster: Oké. Dat was mijn laatste vraag. Bedankt voor je deelname. Heb je verder zelf nog vragen?

Respondent 8: Nee, ik vond het wel leuk om het erover te hebben.



Figuur 29. Card Sorting-test respondent 8. Bron: Van Vliet (2018)

Respondent 9**Datum:** 17-04-2018**Gemeente:** Utrecht/ Gelderland**Fase:** 2**Functie:** Regisseur**Leeftijd:** 29**Duur:** 56 minuten**Gesprek**

Interviewster: Oké. Nou bedankt dat je wilt deelnemen aan het onderzoek. Ik wil graag tijdens het interview de communicatie tussen lokaal en JOGG bespreken, jouw betrokkenheid bij de organisatie en een mogelijk nieuw communicatiemiddel. Je gegevens blijven anoniem. Ik neem het interview nu op, om het later uit te kunnen typen. Ik zal in dat bestand de naam van de gemeente en jouw naam achterwegen laten.

Respondent 9: Oké, nou ben benieuwd.

Interviewster: Ja, ik ook. Zou je in eerste instantie even willen zeggen wat je leeftijd is, je functie, in welke JOGG-gemeente je werkzaam bent en in welke fase gemeente zit.

Respondent 9: Ik ben 29 jaar. Ik ben werkzaam als JOGG-regisseur in twee gemeenten. Een in Utrecht en een in Gelderland. En wat was de laatste vraag?

Interviewster: In welke fase de gemeenten zitten?

Respondent 9: Beiden in de tweede fase. De JOGG-gemeente in de provincie Gelderland gaat bijna over naar de derde fase. We gaan dan de mogelijkheden bekijken of we verder gaan en of we nog gebruik willen maken van JOGG en de ondersteuning of zelfstandig worden en ja, dan willen we alles vast leggen.

Interviewster: Oké, dat is spannend.

Respondent 9: Ja, zeker.

Interviewster: Kun je me wat vertellen over je werkzaamheden?

Respondent 9: Maakt het nog uit over welke gemeente ik vertel?

Interviewster: Nee, het gaat echt om jou als persoon. Dus welke werkzaamheden je doet bij beide gemeenten dan.

Respondent 9: Oké, nou ik ben dus JOGG-regisseur bij twee gemeenten. Onze doelstellingen, bij ons zit alles van JOGG in het buursportcoachteam. Dus ook voor ouderen nemen we mee en volwassenen, dus niet alleen kinderen. Ik monitor, zodat alle activiteiten worden uitgevoerd door collega's met scholen, verzorgingshuizen. Zelf doe ik dat af en toe ook nog, dat ik activiteiten uitvoer. Daarnaast maak ik afspraken met de GGD hoe dat gaat met kinderen en hun gezondheid. En daarvoor hebben we een Sportkanjerclub opgezet. Waar kinderen met overgewicht of een fysieke beperking of die achterlopen, die kunnen bij ons terecht om lessen te krijgen en ze kunnen vanaf daar ook weer door naar de fysio mocht het teveel voor ons worden. En kijken hoe het met dat project goed gaat. De lijntjes kort houden met de fysio en dat

de samenwerking goed gaat en ook met de GGD afstemmen van heb je dat ook gezien of waar kunnen we in samenwerken.

Interviewster: Oké, leuk. Heb je tijdens je werkzaamheden veel contact met JOGG-bureau?

Respondent 9: Nee. Of ja heel weinig. Ik denk dat ik met Ellis zo 4x op jaar basis contact heb. Met de telefoon zelfs iets meer. Misschien 6 x. Af en toe een afspraak, bellen en een mailtje. In de andere gemeente ben ik nog maar net actief, dus dat is wat anders. Maar er is dus wel weinig contact.

Interviewster: Zou je daar meer behoefte aan hebben?

Respondent 9: Ja, ja, dat denk ik wel.

Interviewster: Waarom?

Respondent 9: Nou ik denk dat het heel fijn is, want af en toe krijg je dingen doorgestuurd of voorbeelden uit een grote stad waar alles heel goed lukt, wat een groot succes is. Maar in een grote stad zitten heel veel bedrijven en daar is het heel makkelijk om geld binnen te halen en als kleine gemeente, veel kleinschaliger, dus het is veel moeilijker om daar de bedrijven mee te krijgen. En daar probeer ik ondersteuning in te krijgen, dus om een keer samen met de gemeente een afspraak te maken of een keer samen met JOGG te kijken hoe we dat kunnen oppakken. Ik denk dat daar nog wel kansen liggen.

Interviewster: Als je dan met zoiets loopt, pak je dan snel de telefoon op om te vragen van kunnen jullie mij helpen? Of wacht je dan tot het volgende gesprek?

Respondent 9: Ik wacht tot het volgende gesprek. Soms heb ik wel eens contact met de regisseur van Harderwijk, dat lukt wel goed, dan vraag ik heb je nog tips of kunnen we elkaar helpen met de gezonde kantine, daar hebben we het een keer samen over gehad. Dus dan ga ik eerder naar een JOGG-regisseur dan naar Ellis.

Interviewster: Waarom denk je dat dat zo is?

Respondent 9: Omdat Ellis een tussen persoon is, met alle respect. Zij kan mij in contact brengen met andere gemeenten, maar ik heb zoiets van ik weet wel wie de JOGG-regisseur in de gemeenten zijn, dat kan ik op zoeken. Dus dan kan ik net zo goed zelf daar contact mee opnemen. Maar ik denk daar vanuit het landelijke nog wel iets te winnen valt in de ondersteuning en meer helpen en meer samenwerkingen ondersteunen.

Interviewster: Dus JOGG moet meer doen voor de samenwerkingen onderling?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Je zit al een tijdje bij JOGG. Wat vind je van de landelijke stichting?

Respondent 9: Oeh, moeilijk, moeilijk.

Interviewster: Je mag heel eerlijk zijn.

Respondent 9: Ja, JOGG is JOGG. Hoe ga ik het zeggen. Ze zijn heel, ze willen heel veel. Ze doen heel veel goede dingen, maar uiteindelijk moet je alles zelf doen. Dat vind ik. Ze staan voor iets heel goeds, ze weten er ook veel over. Ze weten het ook te vertellen bij een landelijke bijeenkomst, maar dan is het ook weer klaar en moet je het zelf doen. Dus ik zou zeggen iets meer sturing of interventies inkopen en verspreiden over alle gemeenten, zodat je in elke

gemeente eenzelfde interventie uitvoert. Dan kun je wel zeggen, ze zijn bij een paar dingen aangesloten, zoals de moestuinen, dat zijn weer van die algemene dingen. Dat is leuk, maar dat zie ik zelf ook al, dus dat kan ik zelf ook. Dat had ik zelf ook gevonden en ik kan zelf ook in gesprek met scholen van willen jullie dat, ja of nee. Dus daar heb ik niet zo veel aan. Ze willen het heel goed, maar ik denk dat ze nog veel beter ondersteuning kunnen geven en veel specifiek. Wat ik al aangaf, het is wel altijd de successen in Zwolle, altijd. En ja waar zijn wij dan. Of het succes in Den Bosch. Het lijkt me wel heel prettig om daar JOGG-regisseur te zijn. Want ik denk dat je daar wel heel makkelijk resultaat behaalt en dat resultaat wordt altijd heel groot verspreid door JOGG. Dus ik vind wel, ze mogen wat meer doen. Vooral voor de kleine gemeenten.

Interviewster: Voel je je een beetje achtergesteld?

Respondent 9: Ja, misschien wel. Dit gaat toch goed, proberen jullie het ook maar zo en zoek het maar uit. Even zagezegd. Dus, wat ik ervan vind. Het kan beter. Het moet misschien wel beter.

Interviewster: Heb je dan ook het idee dat ze niet genoeg interesse in Nijkerk hebben?

Respondent 9: Nee, dat denk ik niet. Ik denk dat Ellis goed probeert te ondersteunen. Maar ik denk ook dat de adviseurs zoekende zijn met hoe kunnen we het best bepaalde gemeenten ondersteunen. Dat dat gewoon lastig is, en ik snap ook wel dat als er een groot succes is, dat wordt dan weer gedeeld en soms op televisie. Het zijn altijd dezelfde gemeenten. Bijvoorbeeld toen met die buitenspeeldag, die week van JOGG.

Interviewster: De Week voor de Gezonde Jeugd?

Respondent 9: Ja, dat. Dan heb ik weer het idee, ze gaan weer naar hetzelfde plaatsje toe. En daar zetten ze mensen in om het heel groots aan te pakken met camera's. Dat is heel goed, maar waarom komen ze niet in een kleine gemeente. Waarom alleen in een grote gemeente waar alles al goed loopt. Dat heb ik dan.

Interviewster: Heb je wel eens gevraagd waarom dat is?

Respondent 9: Nee, eigenlijk niet.

Interviewster: Waarom denk je dat je dat nooit gevraagd hebt?

Respondent 9: Nee, geen idee. Een beetje van het zal wel en ik doe mijn eigen ding wel. Ik denk het dat meer is. Van ja, als ze het niet aanbieden dan laat maar. Misschien denk ik daar te makkelijk over en had ik het wel moeten vragen.

Interviewster: Niet dat ik dat nu belerend bedoel. Maar ik dacht misschien ligt er een drempel voor jou om dat soort dingen aan te geven?

Respondent 9: Nee, ja misschien wel. Onbewust. Dat ik denk van ja ik mag niet te veel vragen of iets. Ik moet niet zeuren.

Interviewster: Denk je dat wel eens specifiek?

Respondent 9: Nee, dat heb ik nooit. Als ik echt een vraag heb dan stel ik hem wel. Maar misschien inderdaad zo'n vraag als net, bijvoorbeeld de directrices of die dansers, dat zou ook

wel leuk zijn op onze scholen. Moet ik dat dan gewoon een keer vragen of dat kan. Misschien dat het wel kan, maar dat heb ik dus nooit gevraagd. Dus misschien ligt dat ook wel aan mezelf.

Interviewster: Dat wil ik niet zeggen hoor! Maar zou je daarover wel eens de dialoog willen aangaan met JOGG?

Respondent 9: Niet per se met JOGG, met Ellis zou ook voldoende zijn. Ellis weet toch het meest over de gemeente en dan denk ik ook dat zij mij daar het beste bij kan helpen. Heb je het idee dat je als JOGG-regisseur betrokken bent bij de werkzaamheden van de organisatie? Dus weet je bijvoorbeeld wat de ontwikkelingen zijn in samenwerkingen of op politiek gebied?

Respondent 9: Helemaal niet.

Interviewster: Zou je daar behoefte aan hebben?

Respondent 9: Ja, dat lijkt me heel interessant. Maar ik heb het idee dat dat in Den Haag blijft. Heel soms zie je iets terug in de nieuwsbrief, maar heel weinig. Ik zou daar echt wel veel meer informatie over willen en daarin meegenomen willen worden?

Interviewster: Heb je het idee dat ze het voor zichzelf houden?

Respondent 9: Ja, dat weet ik niet. Dat vind ik moeilijk in te schatten. Misschien dat ze het voor zichzelf willen houden of het moeilijk vinden om het te delen of wat ze dan moeten delen. Ik ben er dan wel geïnteresseerd in. Misschien andere gemeenten niet. Ik vind het wel raar dat ik daar bijna niks over hoor. Ik zou wel meer informatie willen.

Interviewster: Oké. En JOGG is best wel een netwerk met alle lokale JOGG-gemeenten erbij natuurlijk. Voel je jezelf trots als je het over JOGG hebt?

Respondent 9: Dat is een moeilijke vraag. Of ik me trots voel? Ik voel me trots wat we uitvoeren in de gemeenten waar ik werk, maar ik ben niet per se trots dat we een JOGG-gemeente zijn. Ik ben trots wat we behalen. Ik ben wel van mening dat als we geen JOGG-gemeente zouden zijn, dan zouden we denk ik nagenoeg dezelfde dingen doen. Met bewegen en voeding. Dus ik ben trots op wat we bereiken. Maar niet per se opdat we JOGG zijn. Ik vind het leuk dat we een JOGG-gemeente zijn.

Interviewster: Mis je dat? Dat je niet dat gevoel hebt?

Respondent 9: Ik mis het niet, maar dat is misschien ook weer de communicatie vanuit het landelijk naar ons toe. Dat het meer daar is en ik weet niet wat ze daar allemaal precies doen. Dus dan sta ik ook wat verder af van JOGG. Dus het is leuk dat we een JOGG-gemeente zijn, want dat komt toch wel goed aan bij iedereen, ik ben wel meer trots op wat we bereiken. Dat zegt voor mij veel meer.

Interviewster: Wat bedoel je met dat goed komt aan bij iedereen?

Respondent 9: JOGG heeft wel naamsbekendheid, dus in die zin helpt het wel. Maar ik ben er niet trots op om onderdeel te zijn. Vandaar ook, ik vind het leuk, omdat mensen het herkennen. Maar dat is het.

Interviewster: Oké. Er is natuurlijk ook wel een verhouding tussen landelijk en lokaal JOGG. Hoe vind je dat die verhouding is? Ondersteunen ze veel, sturen ze veel aan of geven ze juist veel taken aan?

Respondent 9: Ze ondersteunen voornamelijk. Sturen, een heel klein beetje vind ik. Taken eigenlijk niet. Dat zou voor mij dus wel mogen, van dit is een interventie en dit willen we op die dag in elke gemeente hebben. Dat zou mij best wel leuk zijn, om landelijk een interventie te hebben. Het is echt meer ondersteunen. En als je hulp nodig hebt bij bijvoorbeeld een rapportage of bij andere vragen dan ondersteunen ze. Ze ondersteunen wel gewoon goed. Daar heb ik alleen maar complimenten over.

Interviewster: En zoals je net al zei, ze komen dus in de media, bijvoorbeeld tijdens de Week voor de Gezonde Jeugd. Dat heb je dus gezien. Ze hebben daarnaast ook bepaalde uitspraken. Er staat bijvoorbeeld op de nieuwe website: wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kunt samenwerken. Dus op zo'n manier profileren ze zich. Sta je zelf achter die profilering?

Respondent 9: Ja, ik sta wel achter de boodschap die JOGG naar buiten brengt. Ja. Ik vind het af en toe nog wel een beetje stug en misschien te veel gespecificeerd naar de grote bedrijven en de landelijke partners, omdat het lokaal moeilijker is. Maar de boodschap die ze uitdragen daar sta ik wel achter. Die vind ik ook goed. Daar zit wel wat in. Maar dan kom ik er weer op terug, landelijk is het heel anders in het zoeken van partners dan lokaal. Daar is nog een grote winst te behalen. Om daar dan meer hulp te bieden of meer te ondersteunen of hoe dan ook.

Interviewster: Dus je zou veel meer ondersteuning willen bij het zoeken van partners?

Respondent 9: Ja, of bijvoorbeeld Sligro is een landelijke partner. Die zit ook bij ons in de omgeving, dat ze zeggen oké dit kan je bij Sligro afnemen en zo kun je ze benaderen. Dat is dat minder moeilijk en duurt het minder lang voordat je een afspraak hebt. Want nu duurt het dan heel lang voordat je een afspraak hebt en dan wordt de afspraak weer vergeten, terwijl ik dan denk ja het is wel een landelijke partner. De lijntjes zouden dan heel kort moeten zijn dat ze zeggen oké je bent JOGG-regisseur, dit en dan kunnen we voor je doen. En ik denk dat zo'n partner voor het landelijke in het algemeen heel veel doet, maar het is dan jammer dat ze dat niet lokaal doen. Jammer dat het dan twee maanden duurt en dan heb je het maar over zoiets heel kleins, terwijl ik eigenlijk iets groots zou willen.

Interviewster: Zou je in de communicatie ook willen dat de landelijke organisatie meer de nadruk legt op het lokale en minder op zichzelf?

Respondent 9: Ja, misschien wel. Ik denk dat landelijk goed staat en nu kunnen ze zich richten op de lokale gemeenten en partners om die ook te zeggen van ja jullie moeten een JOGG-gemeenten ondersteunen. Ik denk dat dat een goede stap zou zijn. Ik denk dat het succes van JOGG alleen nog maar groter wordt namelijk.

Interviewster: Oké. Eigenlijk zijn jullie ook bezig met dezelfde visie, jongeren moeten gezond opgroeien, zou je ook kunnen zeggen dat jullie collega's zijn? Landelijk en lokaal?

Respondent 9: Die vind ik lastig. Zijn we collega's? De constructie waar ik voor werk is dan ook anders. We zijn allemaal zzp'ers, wist je dat al?

Interviewster: Nee, eigenlijk niet.

Respondent 9: Oké. Nou we zijn allemaal zzp'ers, dus dat maakt het ook alweer anders. We zijn ingehuurd door sportimpuls. Zij zetten ons uit in 5 of 6 gemeenten. Dus zie ik het als collega's? Nee.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 9: Ik zie de mensen met wie ik werk in de gemeenten als collega's en JOGG zie ik meer als een extern bedrijf dat ons adviseert. Ja, zo zie ik het. En niet als collega's.

Interviewster: Vind je dat voldoende?

Respondent 9: Ik heb er nog nooit over nagedacht, maar nu ik zo nadenk denk ik ja misschien moeten het wel mijn collega's zijn?

Interviewster: Waarom denk je dat nu?

Respondent 9: Dat sta je veel dichterbij elkaar en dan ga je nog meer dingen delen en beter samenwerken. In plaats van ik bel een extern bedrijf op om een afspraak te maken. Dat klinkt een beetje kil, maar laat ik het zo maar even zeggen. Het zouden misschien wel collega's moeten zijn, ja.

Interviewster: Hoe zou je JOGG dichterbij brengen? Of hoe zouden zij dat moeten doen?

Respondent 9: Dat vind ik heel moeilijk. Ik denk dat ze het al heel druk hebben met zoveel gemeenten te ondersteunen. Dus ik zou niet durven te zeggen hoe dat beter kan. En ook dat ze zitten verspreid, een keer in de maand naar het landelijk kantoor in Den Haag, ik weet ook niet of dat de juiste oplossing is. Ik zou daar voor geen idee hebben.

Interviewster: Heb je wel het idee dat ze genoeg tijd voor je hebben?

Respondent 9: Ja, tenminste zo komen ze naar mij over. Niet dat ik denk ik mag niet bellen, want ze zijn al zo druk. Ik kan altijd bellen en altijd mailen, dat wordt altijd goed beantwoord. Dus ze hebben wel voldoende tijd.

Interviewster: Dat is fijn! Vind je verder wel dat ze weten wat er gebeurt in de gemeente? Dat ze betrokken zijn?

Respondent 9: Ja, zeker wel. Als er iets is dan bel ik even op en af en toe belt mijn adviseur soms ook wel.

Interviewster: Ik wil even door naar de communicatie. Wat vind je van de communicatie?

Respondent 9: Ja, wat ik al zei, ik weet niet of ze alles door communiceren. Dus dat mag van mij wel wat meer zijn. Wat er binnen de stichting gebeurt en op politiek niveau. Daar ben ik wel in geïnteresseerd.

Interviewster: Wat versta je zelf onder goede communicatie?

Respondent 9: Ja, goede communicatie is als je transparant bent. Dus vertelt wat je vindt en wat er gebeurt en iedereen dat weet.

Interviewster: Vind je dat die communicatie er is?

Respondent 9: Ja, deels. Ik weet dus niet precies wat er allemaal speelt voor mijn gevoel. Dus dat mag wel wat meer informatie nog.

Interviewster: Ik denk dat je ook eens in de twee weken wel de JOGG-update ontvangt?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Lees je die altijd?

Respondent 9: Ik scan hem altijd even door en als ik denk dit is interessant, dan lees ik het wel.

Interviewster: Wat voor dingen vind jij interessant?

Respondent 9: Een succes of iets nieuws in een bepaalde gemeente. Gewoon dat ze een leuke week hebben gehad of een leuk feitje hebben voor de gemeente. Dus dat vind ik wel interessant. Dus ja eigenlijk dat.

Interviewster: Wil je dan vooral geïnspireerd worden met informatie en gebeurtenissen uit andere gemeenten?

Respondent 9: Ja, precies.

Interviewster: Maakt het dan ook nog uit, uit welke regio de informatie komt? Uit Groningen of Limburg?

Respondent 9: Nee, dat maakt me niks uit. Ik denk misschien wel dat er weer vaak de grote steden in terug komen. Maar misschien zijn daar ook wel de succesverhalen, dat weet ik niet. Maar het mag wel wat vaker de kleine gemeenten zijn. Grote gemeenten hebben vaak meer geld tot hun beschikking, waardoor ik hun plannen en voorbeelden altijd met een schuin oog bekijk. Ik zie dan liever iets van een kleinere gemeente.

Interviewster: Oké. En zit je ook wel eens op de wiki?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Wat vind je daarvan?

Respondent 9: Ik vind hem erg onoverzichtelijk.

Interviewster: Ja, waarom?

Respondent 9: Er staat heel veel op, maar ook dat ik denk dat het duidelijker kan. Ik vind niet dat het fijn werken is. Nee, het is moeilijk aan te geven waarom niet. Ik vind hem af en toe irritant. Of dan denk ik oké, dit moet ik hebben en dan klik ik het aan en dan valt het document tegen of dan is het o nee dat bedoelde ik niet, dan staat het weer ergens anders. Ik ben er altijd mee aan het worstelen.

Interviewster: Word je voldoende geholpen met de wiki? Vind je dat het duidelijk is waar alles staat?

Respondent 9: Van mij mag het nog wel wat duidelijker en onder gebracht worden in duidelijkere kopjes. Ik heb het idee dat er ook maar weinig op staat, dat kan ook aan mij liggen?

Interviewster: Hoe vind je dat?

Respondent 9: Omdat er nu 130 gemeenten zijn?

Interviewster: 136, ja!

Respondent 9: Ja, 136, dus er gebeurt heel veel en in elke gemeente weet ik zeker dat er wel een ding gebeurt, maar er staan geen 136 dingen op.

Interviewster: En wat voor dingen bedoel je dan?

Respondent 9: Ook interventies, plannen van aanpak voor een succes week, of hoe ze de gezonde school aanpakken en die plannen. Als het goed is moeten ze die allemaal schrijven en ik denk dat je dat heel vaak kunt kopiëren plakken, even mooi gezegd, en dat mis ik wel. Hoe ze dat specifiek hebben aangepakt en dat vind ik wel interessant om te weten. Bijvoorbeeld hoe je die Johan Cruijff sportveldjes in de praktijk brengt. Die informatie heb ik uiteindelijk gekregen van Jaap, maar dat vond ik niet duidelijk vindbaar op de wiki. Dat vind ik dan jammer, dan denk ik dat wilde ik hebben en daar is naar mijn idee een wiki voor, maar dan moet ik het weer aan iemand vragen. En dan komt het wel. Die vraag is niet erg. Maar dat zijn van die dingen, die hoop ik dan dat ze erop zouden staan.

Interviewster: Ben je toen via Ellis bij Jaap terecht gekomen?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Hoe ging dat?

Respondent 9: Ja goed. We hebben toen gelijk een afspraak ingepland, dus dat was allemaal super. De ondersteuning is wat dat betreft ook gewoon echt goed en goed geregeld met in dit geval toen Jaap hielp, ja dat is allemaal heel goed.

Interviewster: Oké. Vind je dat JOGG verder voldoende communiceert naar jou?

Respondent 9: Wat moeten ze communiceren?

Interviewster: Voldoende informatie, wat je moet doen? Heb je het idee dat je voldoende informatie krijgt?

Respondent 9: Mag meer.

Interviewster: Wat voor informatie mis je dan?

Respondent 9: Ja wel echt specifiek wat je moet doen. Ik zou best wel willen dat ze zeggen van we doen een key-interventie in die week. En omdat ik dan wat jonger ben, ik kom ook nog maar net kijken, dus dan is het af en toe wel fijn, dat in plaats van zelf te bedenken en dingen uit te vinden dingen met collega's te doen, dat ze zeggen ik wil dat je dit gaat uitvoeren. En in de Week voor de Gezonde Jeugd, dan krijg je een pakketje met wat stickers en een lintje. En dan zeggen ze van als je activiteiten hebt, gebruik dat. Dan denk ik ja dan moet ik een paar stickers op gaan plakken. Dan denk ik dat kan veel beter. Natuurlijk zijn er dan allemaal activiteiten gepland, zoals water drinken toevallig. Maar het was leuker geweest als er echt iets was geweest.

Interviewster: Vond je wel dat er voldoende ideeën waren met dingen die je kon doen?

Respondent 9: Nee, ik vond het ook te laat gecommuniceerd. Ik heb misschien toen zelf mijn mail niet goed in de gaten gehouden. Ik kreeg echt te laat de informatie. Wanneer ik dat kreeg weet ik niet meer, maar voor mijn gevoel was het een week van tevoren. Dat ik toen een mailtje kreeg met: denk je nog aan de week voor de gezonde jeugd? En toen was ik blij dat er toen op drie basisscholen waterles werd gegeven. Toen kon ik zeggen neem wat extra stickers mee en plak die lekker op. Dan hebben we toch iets ermee gedaan. Maar ja, dat zou beter kunnen. Maar misschien heb ik wel eerder die mail ontvangen.

Interviewster: Ja, maar misschien hadden ze het via meerdere kanalen moeten communiceren?

Respondent 9: Ja, dat denk ik wel dat dat beter was.

Interviewster: Vind je verder wel dat de stichting naar je luistert als je een probleem, opmerking of vraag hebt?

Respondent 9: Ja. Dat denk ik wel.

Interviewster: Wat bedoel je met ik denk het wel?

Respondent 9: Ik ben een keer bij een Gelderse bijeenkomst geweest. En die vond ik zelf niet zo goed en anderen ook niet. Toen heb ik met feedback aangegeven over die dag en daar zouden ze dan iets mee gaan doen. Dus ik denk wel dat er naar je geluisterd wordt en hoe dat dan de volgende keer zich uitpakt is dan wel afwachten. Nee maar ik denk dat er naar ons geluisterd wordt.

Interviewster: Oké. Heb je verder wel eens de behoefte om wat vaker met lokale professionals de dialoog aan te gaan? Of met andere gemeenten?

Respondent 9: Ja. Stel je hebt een buurgemeente, daar kun je veel van leren. De gemeenten zijn dan bijna hetzelfde, het is vergelijkbaar. Dus je kunt heel makkelijk dingen die daar goed gaan overnemen of dingen waar je tegen aanloopt kijken hoe zij dat doen. Dat gebeurt nu ook, maar dat komt wel vooral uit je zelf. Dus ik denk dat het wel goed is om vaker een keer om de tafel te gaan zitten, bijvoorbeeld met buurgemeenten. Een keer in de zoveel tijd of een keer per kwartaal. Ik denk dat dat alleen maar veel waard is voor mensen die aan de dialoog mee doen zeg maar.

Interviewster: Vind je een verdeling bij die bijeenkomsten per regio dan ook belangrijk.

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Hebben jullie momenteel regiobijeenkomsten?

Respondent 9: Nee, dat zou ik ook wel echt als meerwaarde zien. Dat je weet wat er bij hen speelt, bijvoorbeeld in Harderwijk. En er zijn nog wel meer gemeenten dus ja. Dus ja dat zou ik wel graag willen.

Interviewster: Zit je zelf op social media?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Op welke kanalen?

Respondent 9: Ik heb het wel, maar ik gebruik het heel weinig. LinkedIn, doe ik nu nog een beetje het meeste mee.

Interviewster: Wat doe je daar ongeveer mee?

Respondent 9: Toevallig heb ik daar laatst een JOGG-regisseur uit Harderwijk en Bunnik gesproken. En toen heb ik ze toegevoegd om connecties te maken. Het is een fijn kanaal om te netwerken en te chatten. En verder doe ik met social media niet veel.

Interviewster: Ook persoonlijk niet?

Respondent 9: Nee, ik heb wel Facebook, maar daar doe ik echt niks op. En ik heb ook wel Twitter maar daar heb ik ook al jaren niks mee gedaan.

Interviewster: Kijk je soms wel op Facebook?

Respondent 9: Nee ik kijk er echt niet op. Als 2 á 3 jaar niet denk ik.

Interviewster: En kijk je dagelijks op LinkedIn?

Respondent 9: Ja, daar kijk ik wel even dagelijks op wat er gebeurt binnen mijn netwerk. Dat vind ik wel interessant.

Interviewster: Plaats je dan ook berichten en reageer je op anderen?

Respondent 9: Heel af en toe reageer ik onder berichten bij mensen die ik heel goed ken. Maar verder, berichten posten doe ik eigenlijk niet.

Interviewster: Waarom niet denk je?

Respondent 9: Ja, niet echt behoefte aan ofzo.

Interviewster: Oké. En dan iets anders. Schrijf je wel eens reviews van producten?

Respondent 9: Lastig. Als de verkoper het aan mij vraagt.

Interviewster: Dus je moet getriggerd worden om dat te doen?

Respondent 9: Ja, dan zou ik het wel doen. Maar ik zou het niet uit mezelf doen. Of het moet echt een heel goed product zijn. Maar nee.

Interviewster: Zou je kunnen zeggen dat je zelf ook wel eens blogs zou schrijven of vlogs opneemt?

Respondent 9: Nee, daar ben ik niet van. We hebben het een keer geprobeerd in de gemeente om vlogs op te nemen. Maar nee dat laat ik aan anderen over.

Interviewster: Waarom?

Respondent 9: Ik denk, als je echt aan wil slaan bij de doelgroep, dan zou je niet als JOGG-regisseur moeten vloggen. Ik denk dat ze echt een jongere moeten hebben die midden in de doelgroep staat en dat die leuke filmpjes maakt tijdens een activiteit of tijdens iets. Dus dan, ja ik denk niet dat ze geïnteresseerd zijn in mij of een collega. Misschien ook anders hoor, dat weet ik ook niet.

Interviewster: Nee, oké. En in je persoonlijke leven, voel je die behoefte dan wel?

Respondent 9: Nee, ik ben al helemaal niet van het schrijven.

Interviewster: Zou je blogs wel lezen?

Respondent 9: Ja, dat dan weer wel.

Interviewster: Heb je een voorkeur voor blogs lezen of video's kijken?

Respondent 9: Ja, ik ben fan van basketbal. Dus ik lees heel veel over basketbal. Dus dat hou ik wel bij en daar kijk ik ook wel filmpjes van en van interviews. Maar dat is meer persoonlijke interesse.

Interviewster: Dus je hebt niet echt een voorkeur voor beeld of tekst?

Respondent 9: Nee, als het onderwerp me aanspreekt vind ik het niet erg om te lezen of filmpjes te kijken.

Interviewster: En als je op LinkedIn zit, merk je dat bepaalde berichten meer je aandacht trekken dan andere berichten?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Waar komt dat door dan?

Respondent 9: Dat zijn dan vaak interessante mensen.

Interviewster: Oké, dus het is dat echt belangrijk voor jou wie het heeft geschreven?

Respondent 9: Ja, zeker.

Interviewster: Denk je dat het ook een rol speelt wat voor informatie erin staat en of het creatief geschreven is?

Respondent 9: Het moet wel interessant zijn, dat ik denk dit wil ik lezen of dit vind ik interessant of daar wil ik over mee kunnen praten. Of iets creatief geschreven is telt natuurlijk ook wel mee. Daar pak je mensen mee.

Interviewster: Wat vind je dan interessant?

Respondent 9: Nou, niet per se alles wat werk gerelateerd is. Ik kijk dan eerst naar de kop en als de kop interessant is dan ga ik verder lezen. Ik wil graag op de hoogte gehouden worden over werk dingen. Dus of dat dan van JOGG is of niet. Dus ik lees het wel graag en ik vind ook wel dat ik dat moet lezen. Maar het moet me wel aanliggen. Als het JOGG is en ze zeggen iets over: het gaat heel goed in de gemeente Den Haag en in die wijk. Dan weet ik niet of ik dat per se zou lezen.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 9: Het moet voor mij dan wat algemener zijn?

Interviewster: Bedoel je daarmee algemeen nieuws over JOGG? Dus bijvoorbeeld we hebben een nieuwe partner?

Respondent 9: Ja, bijvoorbeeld we hebben een nieuwe partner en daar gaan we dit en dit mee doen dus zoiets. Dat vind ik wel interessanter dan heel uitgebreid iets te lezen over dan wat er in een bepaalde gemeente gebeurd. Ik volg ze trouwens niet eens op LinkedIn. Hebben ze dat?

Interviewster: Ja, ze hebben we LinkedIn. We posten af en toe ook wel iets.

Respondent 9: Oké, volgens mij heb ik jullie niet. Ik heb wel wat adviseurs als vriend, maar jullie niet. Ik zal voor de grap eens binnenkort kijken en ook misschien op Facebook.

Interviewster: Ja, daar zitten we ook. Daar kun je ons ook toevoegen.

Respondent 9: Ja, dat ga ik eens doen.

Interviewster: Moeten berichten voor jou nog informeel of juist formeel geschreven zijn?

Respondent 9: Mijn voorkeur gaat uit naar informeel. Dat vind ik persoonlijker en leest makkelijker weg. Ik denk dat je dan ook wat creatiever kunt schrijven.

Interviewster: Leuk! We hebben het net ook al even gehad over de wiki en nu social media. Hiermee probeer ik ergens naar toe te bouwen. Ik ben aan het onderzoeken of een onlineplatform een mogelijkheid kan zijn voor JOGG en om landelijke professionals bij elkaar dichter te brengen maar ook bij de landelijke stichting. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 9: Ik zou het wel leuk vinden.

Interviewster: Waarom dan?

Respondent 9: Je hebt iedereen bij elkaar. Er is met elkaar dan veel contact en ik denk dat daar dan veel wordt gedeeld. Dus ik denk dat het heel goed zou zijn.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat iedereen veel contact heeft?

Respondent 9: Ja, om succes te delen of vragen te stellen waar je tegenaan loopt. Je kunt elkaar sterker maken. Ik heb het gevoel dat je nu echt alles helemaal zelf moet doen en ik denk dat we veel meer van elkaar kunnen leren en overnemen. En dat dat alleen maar voor de algemene JOGG goed zou zijn als we dat zouden doen.

Interviewster: En wat zou jij dan belangrijk vinden dat je kan doen op het platform?

Respondent 9: Bedoel je dan gewoon...

Interviewster: De functies van het platform. Bijvoorbeeld een-op-een het gesprek aan te gaan in een chatfunctie of vragen te stellen waar iedereen op kan reageren. Of zou je blogs willen lezen of webinars kijken of stappenplannen zien.

Respondent 9: Ik denk ook wel met elkaar chatten, voor als je echt vragen hebt. Maar misschien ook wel een algemene vraag neerzetten en kan iemand mij daarmee ondersteunen. En ook ja, wat je zegt, een blog of webinar of succes om te kijken wat goed gaat. Of het delen van een factsheet. Dat zou wel interessant zijn, dus eigenlijk zou het voor mij dus eigenlijk zou voor mij dan bijna alles erop mogen komen. Misschien wordt het dan wel weer te groot.

Interviewster: Zou je er dagelijks op zitten?

Respondent 9: Ja, ik denk het wel. Als ik er tijd voor heb zou ik wel even kijken of er iets interessants is gebeurd en heeft iemand nog een vraag. Dan zou ik er wel op kijken ja.

Interviewster: Zou je zelf ook actief vragen stellen en beantwoorden. En contact zoeken met mensen?

Respondent 9: Contact zoeken wel. Vragen stellen en beantwoorden denk ik nu wel minder. Maar misschien als ik zie dat het loopt en dat ik zie dat andere JOGG-regisseurs vragen stellen dan zou ik het misschien wel doen.

Interviewster: Maakt het voor jou uit om de mensen op het platform beter te leren kennen voor het stellen van vragen? Dus als je ze beter kent dat je eerder vragen zou stellen?

Respondent 9: Nee, dat maakt niet uit. Ik zou aan iedereen wel een vraag durven stellen. Soms heb je wel een kleine ingang of geen ingang. Soms hoor je van nou daar is een succes geweest, dan zou ik gewoon die vraag stellen. Dat maakt mij niet uit. Ik hoorde laatst nog een Waalwijk over een groot project, dus ik dacht dan ga ik die even opbellen.

Interviewster: Oké. Zou je ook willen dat JOGG de overhand heeft op het platform? Of wil je dat de input meer van lokale professionals komt?

Respondent 9: Ik denk van lokale professionals.

Interviewster: Waarom denk je dat?

Respondent 9: Anders gaat JOGG weer filteren en dan komt denk niet alles erop. Ik denk dat iedereen, landelijk ook, maar ook lokaal, maar iedereen mag er iets opzetten.

Interviewster: Je zegt dan filteren ze weer. Heb je nu het gevoel dat ze informatie filteren?

Respondent 9: Weet ik niet. Dat kan ik niet zeggen, want mijn voorganger heeft nooit iets gedeeld, dus dat weet ik niet. Dat doen we nu wel, maar dat ze ook een keer ons benoemen in een berichtje ofzo. Maar als andere gemeenten ook zeggen we delen ook niks met het

landelijke, dan kan ik ook niet weten of ze dingen filteren of vinden ze het niet interessant. Ik ga ervan uit dat ze wel alles bekijken en daar dan iets mee doen.

Interviewster: Denk je dat een platform kan bijdragen aan jouw relatie met JOGG?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Hoe denk je dat?

Respondent 9: Ja. Jullie zouden er ook op zitten, dus dan denk ik dat je nog meer contacten op doet. En stel ik zou dan een vraag stellen en drie andere gemeenten geven antwoord erop, dan zou een adviseur er ook op kunnen reageren. Ik denk dat je dan ook veel kan vragen en dat sneller doet. De lijntjes worden dan korter in plaats van bellen. Je hebt direct contact.

Interviewster: Heb je ook behoefte om te weten wie er achter de schermen zitten bij JOGG?

Respondent 9: Ik heb met trainingen wel veel mensen gezien, maar soms vraag ik me wel af wie werken er allemaal en wat doen ze er precies.

Interviewster: Zou een platform daarmee kunnen helpen?

Respondent 9: Het is misschien niet helemaal de manier om mensen te leren kennen, maar je leert ze wel beter kennen denk ik.

Interviewster: Wat zou je voor oplossing daarvoor zien wat wel helemaal de manier is?

Respondent 9: Ik zou wel eens een dagje willen werken op het landelijke kantoor of even kijken. Om te kijken van hoe ziet het eruit en wat doen jullie er.

Interviewster: Kan dat jou ook helpen in je werkzaamheden?

Respondent 9: Misschien wel, dat vind ik moeilijk wat ik daar kan ophalen. Maar het lijkt me gewoon interessant om te kijken hoeveel mensen werken er en wat doen ze. Dat is gewoon interesse.

Interviewster: Vind je dat ze daar te gesloten over zijn?

Respondent 9: Ik vind dat ze over het algemeen vrij gesloten zijn over wat ze op landelijk niveau doen. Je hoort er te weinig over. En misschien als ze zich wat meer openstellen voor lokale professionals dan kan dat misschien beter gaan. Niet iedereen zou daar interesse in hebben om naar het landelijk kantoor te gaan of meer te weten. Maar ik ben daar wel geïnteresseerd in.

Interviewster: Zijn er nog bepaalde dingen of vragen die je zou willen stellen op het platform?

Respondent 9: Ja ik denk over hoe je beter ouders kan bereiken. Het gaat denk wel steeds beter, maar hoe doe je dat. De privacywet, hoe je dat kan aanpakken. Maar ik zou bijna zeggen als JOGG zijnde landelijk, die weet dat er een nieuwe privacywet aankomt, ze hadden op voorhand kunnen zeggen dit is het protocol van een JOGG-gemeente. Zodat alle 136 gemeenten in een keer weten hoe ze dat moeten doen. Dat ze dat opleggen is misschien een groot woord. Maar zo doende. Dat zou van mij dus ook wel vanuit JOGG zelf mogen komen.

Interviewster: Zou je er ook een bericht op zetten van hoe zit het met de privacywet?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Zou je dan behoefte hebben aan een blog of webinar waarin ze dat uitleggen?

Respondent 9: Ja, gewoon een goede uitleg. De manier maakt me dan niet uit. Als de informatie maar goed duidelijk is. Dan mag het van mij op elke manier zijn.

Interviewster: Zou je een voorkeur hebben voor een workshop in real life of webinar?

Respondent 9: Ik zou dan wel een voorkeur hebben voor een workshop, dan zie je ook weer mensen en leer je mensen kennen. Kom je eens achter je computer vandaan. Maar ik snap dat dat ook een lastige is, omdat mensen uit Limburg misschien niet helemaal hierheen komen. Maar het liefst zoveel mogelijk face-to-face contact, maar ik begrijp dat dat niet altijd mogelijk is en dan volstaan webinars ook.

Interviewster: Vraag je ook wel eens aan het communicatieteam of ze iets willen delen?

Respondent 9: Nee eigenlijk niet.

Interviewster: Zou je gebruik van maken van een chatfunctie direct met JOGG of het communicatieteam.

Respondent 9: Ja, denk het wel.

Interviewster: Waarom denk je dat?

Respondent 9: Om even snel een vraag te stellen. Ik bedoel laatst waren we met een factsheet bezig en toen hadden we nog een uur de tijd en als er toen een chatfunctie geweest was had ik het nog wel even naar het communicatieteam sturen. En ik dacht ik ga niet mailen, want dan duurt het heel lang voor ik antwoord heb en dan heb ik er niks aan. Maar bij een chatfunctie ga ik er van uit dat je daar snel reactie op hebt, dus dat zou ik wel doen ja.

Interviewster: Zou je op het platform onderscheid willen maken in bepaalde thema's of regio's?

Respondent 9: Ja, ik denk wel per pijler en ook wel per regio's. Dat zou wel goed zijn.

Interviewster: Waarom zou dat wel goed zijn?

Respondent 9: Omdat bijvoorbeeld, ik denk dat Limburg heel anders is dan onze gemeente. Sommige vragen zullen echt specifiek zijn voor de regio en sommige vragen kunnen wel uitgebreid. Dus zo zou je dat dan kunnen regelen.

Interviewster: Hebben jullie in de regio een WhatsApp groep?

Respondent 9: Nee.

Interviewster: Zou je daar behoefte aan hebben?

Respondent 9: Ja.

Interviewster: Zou je dat liever hebben dan een platform?

Respondent 9: Nee, ik denk dat een WhatsAppgroep informeler wordt en dat het op een platform professioneler blijft. WhatsApp zou ik leuk vinden voor de gezelligheid en een platform mag wat professioneler zijn. En natuurlijk mag er ook wel een grapje gemaakt of iets. Maar ik denk dat dat wel wat professioneler is.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat het professioneler is?

Respondent 9: Ja, dan kan je toch een beetje wat zeggen. WhatsApp, dat is niet altijd even zakelijk. Dan kun je dat toch beter scheiden denk ik.

Interviewster: Vind je het belangrijk dan dat je WhatsApp alleen privé gebruikt en niet zozeer zakelijk?

Respondent 9: Het mag voor mij ook voor werk zijn, maar ik denk dat je snel overgaat in wat privé dingen en leuke dingetjes en wat onzin zeg maar. Soms is het goed om dingen wel serieus te houden en ik denk dat dat op een platform makkelijker is.

Interviewster: Stel er is al wat langer een vraag en niemand heeft nog gereageerd. Zou je het dan fijn vinden om daar een melding van te krijgen?

Respondent 9: Als het mijn vraag zou zijn?

Interviewster: Nee, van iemand anders. Met de vraag of jij misschien wil reageren of een antwoord weet?

Respondent 9: Ja, want in principe je hebt zoveel gemeenten. Dus er moet echt wel iemand kunnen reageren op die vraag. Of het landelijke. Stel er heeft al 3 dagen niemand gereageerd, dan mag iedereen wel even een melding krijgen van hé kunnen jullie even kijken naar de vraag die door Pietje is gesteld.

Interviewster: Hoe zou je die melding willen ontvangen? Als je zelf op het platform zou kijken of in je mail?

Respondent 9: Ik denk op het platform. Iets met een sterretje of een 1'tje. Dat iedereen ziet oh ik heb een notificatie. Iedereen krijgt al genoeg mail en die worden ook vaak weggegooid. Of dan denk je dat doe ik straks wel of dan vergeet je het weer. En als het op het platform staat dan denk je ja, die moet ik nog even beantwoorden of bekijken.

Interviewster: Vind je het ook goed als de actuele onderwerpen op het platform in de JOGG-update worden meegenomen? Zou je daarnaar kijken?

Respondent 9: Ja. Ja. Zoiets van dit zijn de belangrijke onderwerpen of waar het nu om gaat. Dat zou mij wel triggeren. Als er een platform zou zijn zou ik er ook wel dagelijks even op kijken, is er wat nieuws, een vraag of een weetje of weet ik veel wat.

Interviewster: Zit je nu ook dagelijks op de wiki?

Respondent 9: Nee, ik denk dat ik er dit school jaar 3 keer op heb gezeten, omdat ik iets nodig had. En voor de rest niet.

Interviewster: Zou het een mogelijkheid om het platform op de wiki te zetten? Zou je dat wat vinden? Of wil je dat liever los zien en een ander platform zien.

Respondent 9: Oeh, lastig. Misschien zou ik het wel bij de wiki houden.

Interviewster: Waarom?

Respondent 9: Ik zou geen bestaand kanaal pakken, zoals Facebook of LinkedIn. Dan verplicht je mensen om een account op te nemen. En ik denk een wiki heeft iedereen al, dus stel je zou er een extra pagina achter kunnen plakken. Dan is dat makkelijker, omdat iedereen al inloggegevens heeft. Dus zo denk ik erover.

Interviewster: Is een nieuw account aanmaken op een platform voor jou een drempel?

Respondent 9: Nee.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 9: Nou dan zou ik me nog steeds gewoon aanmelden.

Interviewster: Zou de wiki het dan sneller doen?

Respondent 9: Nee, ik denk even snel. Als er dan toch wel een platform komt dan maakt het me niet zoveel uit of ik een nieuw account aan moet maken of niet. Maar ik denk dat het uit handigheid of makkelijkheid wel goed is om de wiki te gebruiken, omdat het makkelijk is. Maar stel het zou LinkedIn worden, dan zou dat prima zijn.

Interviewster: Oké. Dan heb ik nog een soort techniek. Dit zijn kaartjes met functies voor op het platform. We hebben het al even besproken, maar zou je deze functies op volgorde willen leggen van meest naar minst belangrijk? En als je zelf nog ideeën hebt, dan heb ik hier nog lege kaartjes en een pen.

Respondent 9: Sommige dingen vind ik even belangrijk, dus dat vind ik lastig.

Interviewster: Je mag ze eventueel ook onder elkaar leggen.

Respondent 9: Ja, ik heb hem.

Interviewster: Wil je ze nog even toelichten.

Respondent 9: Ja, nou als eerst de chatfunctie. Ik denk dat het heel handig is om vragen te stellen aan JOGG landelijk, wat al zei laatst met de factsheet. Dat je even snel een vraag kan stellen en kan vragen van wat vind je hiervan en hoe doe je dit. Zelfde met lokale professionals dat je heel makkelijk met iedereen in contact kan komen. De gegevens zijn nu wel beschikbaar op de wiki, maar dan moet je ze eerst opzoeken en bellen. Dus ik denk dat dit makkelijker is. Vragen stellen, omdat je een vraag kan uitzetten en dan kijken wie er reageert. Op de hoogte blijven van de werkzaamheden, zodat je toch wel een goede update krijgt, het mag van mij wat meer zijn. Dat iedereen aanbod komt. Ook de kleintjes. En informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Dat blijft goed, dat je de nieuwste dingen weet en hoe ze ervoor staan of dingen veranderen of juist niet. Lokale voorbeelden, misschien dat je toch wel weet wat er in de buurgemeenten gebeurd. Of dat een beetje hetzelfde is. Amusement hoeft van mij niet per se, maar misschien dat ik dan iets te zakelijk ben. En vrijetijd valt voor mij helemaal af. Daar hoeft van mij ook niemand mee te komen. Ik vind het fijn om privé en zakelijk gescheiden te houden. Als ik privé iemand een leuk berichtje wil sturen, dan doe ik dat wel met WhatsApp.

Interviewster: Oké, ik maak er even een foto van. Dan heb ik nog een laatste vraag. Ik heb een voorbeeld van een platform. Ik ben op Yammer terecht gekomen, ken je dat?

Respondent 9: De naam zegt me wel iets.

Interviewster: Het is een zakelijk platform van Office, dus je zou er eventueel een Officeaccount voor moeten hebben. Maar Office biedt de mogelijkheid om vragen te stellen en documenten te delen en we zouden dan eventueel groepen kunnen aanmaken per onderwerp. Bijvoorbeeld over The Daily Mile, Gezonde Werkvloer of per provincie of regio. En dat je dan daar kan kletsen. Het is ook mogelijk om mensen berichtjes te sturen privé. Vooral veel vragen stellen, reageren en documenten delen. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 9: Dat zou ik wel goed vinden. Of zoiets. Dat het dan via Office is, dan weet ik niet of iedereen daarop gaat. Maar inschrijven voor de trainingen gaat volgens mij ook via Office. Dus ik denk dat veel gemeenten en JOGG-regisseurs dat al hebben. Wat je zegt per regio of provincie of per interventie dat zou wel goed zijn. Ik denk dat het dan wel goed werkt.

Interviewster: Vind je dat landelijk mensen moet stimuleren om erop te gaan?

Respondent 9: Ja, op het begin wel. Ik zou erop kijken, maar misschien een collega niet. Dus dan moet je dat wel stimuleren.

Interviewster: Hoe zouden ze dat kunnen doen?

Respondent 9: Bijvoorbeeld dat de adviseur zegt, als je een vraag hebt: heb je eraan gedacht om je vraag op Yammer te stellen.

Interviewster: Dus de adviseur moet stimuleren?

Respondent 9: Ja. En dan niet omdat de adviseur geen antwoord wil geven, maar meer om iedereen samen te brengen, in plaats van dat de adviseur een oplossing geeft.

Interviewster: Oké. Dat is wel een hele goede. Heb je verder nog opmerkingen?

Respondent 9: Nee, het zal natuurlijk aangepast moeten worden aan JOGG met de onderwerpen, maar ik denk dat zoiets wel heel leuk en goed is. Ik kende het nog helemaal niet. Wordt het veel gebruikt?

Interviewster: Het wordt wel veel gebruikt binnen organisaties, ja. Het is nog even de vraag of het platform echt buiten de wiki wordt of op de wiki.

Respondent 9: Ja je zou eventueel ook een linkje op de wiki kunnen plaatsen naar het platform?

Interviewster: Ja, dat zou ook kunnen ja!

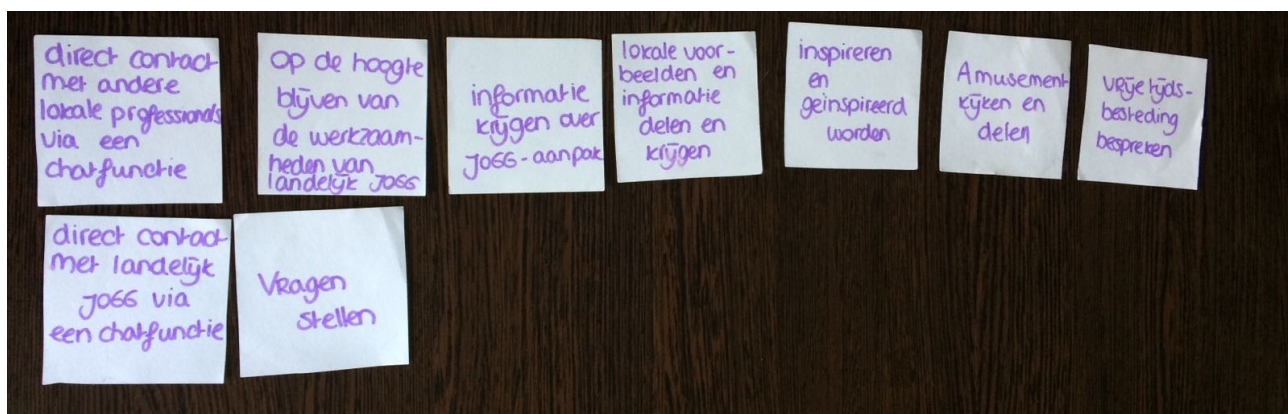
Respondent 9: Ik zeg doen!

Interviewster: Leuk om te horen! Heb je verder nog vragen? Dit was namelijk mijn laatste vraag!

Respondent 9: Nee, eigenlijk niet.

Interviewster: Oké, nou heel erg bedankt voor je deelname!

Respondent 9: Graag gedaan.



Figuur 30. Card Sorting-test respondent 9. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 10-07-2018

Duur: 7 minuten

Interviewster: Fijn dat je nog even wat vragen wilde beantwoorden.

Respondent 9: Geen probleem. Jammer dat het niet gelijk gelukt is.

Interviewster: Ja zeker. Dat zat hem voornamelijk in mijn aanleiding. Dus dat is gelukkig wel te repareren. Ik wilde gewoon graag nog even iets extra onderbouwen om alle twijfels weg te werken.

Respondent 9: Dat begrijp ik. Nu neem je helemaal geen risico's meer natuurlijk.

Interviewster: Nee, precies. Zullen we gelijk maar beginnen? Heb je de vragen voor je?

Respondent 9: Ja, die heb ik.

Interviewster: Oké, even om terug in het onderzoek te komen. Ik onderzocht een online platform om te kijken of we meer betrokkenheid van lokale professionals bij JOGG teweeg kunnen brengen.

Respondent 9: Ja, dat weet ik nog inderdaad. Ik vond het een leuk interview.

Interviewster: Ja, ik ook. Wil je misschien naar het eerste berichtje kijken en aangeven wat je daarvan vindt. Ik wil namelijk achterhalen of dit soort berichten, berichten zijn die aansluiten bij jullie wensen en behoeften.

Respondent 9: Ja dit vind ik wel een goed bericht. Over Coca-Cola. Ik denk ook dat ik het artikel erbij wel zou lezen. Heb ik nu niet gedaan. Maar ik vind het wel interessant. Want ik weet natuurlijk dat we met grote commerciële partners samen werken. En die kunnen wij lokaal ook inzetten. Dus dat is zeker wel interessant. Ik zou alleen dan nog wat meer willen zien hoe dit van invloed is op ons lokaal. Dus niet zozeer heel algemeen, maar meer van samenwerken met Coca-Cola, hoe pak je dit lokaal aan.

Interviewster: Oké. En zou je het bericht dan liken? Of delen of eronder reageren?

Respondent 9: Ja als ik het zou zien en ik denk daar heb ik wat aan, dan zou ik dat wel doen.

Interviewster: En als je kijkt naar berichten 2 en 3. Vind je daar nog verschil in zitten? Het zijn bijna dezelfde berichten, maar net even anders geschreven.

Respondent 9: Ja, leuk geschreven. Ik vind dit wel leuk om te lezen. Ook dat het in de gemeente Roosendaal is, dat scheelt ook weer. Kijk als het in Amsterdam is, dan denk ik ja leuk grote gemeente. Dat kan ik hier lokaal niet. Roosendaal is dan weer net wat kleiner denk ik. Dus dat vind ik dan wel leuk, dat ze dit soort dingen doen. Maar ja dan nogmaals, wat kan ik hiermee. Ze moeten het wel concreet op mij richten denk ik dan.

Interviewster: Zou je dit liken of delen of eronder reageren?

Respondent 9: Ja, misschien wel. Misschien om de regisseur te benaderen, van hoe heeft die dit gedaan en kan ik dit ook doen. Maar alleen als ik echt denk dat ik er iets aan heb.

Interviewster: En bericht 3?

Respondent 9: Ja, ik had het filmpje al even bekeken. Wel interessant om te zien. Ook leuk dat ze zeggen dat die omgevingen zo'n grote invloed hebben. Dat is toch uiteindelijk wat ik in de praktijk breng. Dus dat vind ik wel heel leuk. Dit zou ik denk ik wel leuk vinden.

Interviewster: Oké, dankjewel. Dat waren de vragen.

Respondent 9: Oh, dat viel allemaal best mee.

Interviewster: Ja zeker, een paar korte vraagjes. Heb jij nog vragen?

Respondent 9: Nee, hoor. Ik wens je veel succes met je onderzoek.

Interviewster: Dankjewel!

Respondent 10 en 11**Datum:** 20-04-2018**Gemeente:** Noord-Holland**Fase:** 2**Leeftijd respondent 10:** 33**Leeftijd respondent 11:** 30**Functie respondent 10:** Regisseur**Functie respondent 11:** Beleidsambtenaar**Duur:** 60 minuten

De JOGG-regisseur en -beleidsambtenaar uit Noord-Holland wilden het interview graag samen afnemen. Dit heeft verder geen effect voor het onderzoek. De onderzoekster overwoog de respondenten als een te tellen als de antwoorden te veel overeenkwamen. Echter, zijn veel antwoorden verschillend, waardoor er toch voor gekozen is om de antwoorden los van elkaar te zien.

Gesprek

Interviewster: Ik studeer Communicatie aan de Hogeschool Leiden. Ik loop sinds februari bij JOGG mijn afstudeerstage. Hiervoor doe ik onderzoek naar de communicatie tussen landelijk en lokaal en de betrokkenheid bij JOGG. Ik wil jullie dus wat vragen over jullie betrokkenheid, communicatie dus en een nieuw communicatiemiddel, wat ik aan jullie wil voorleggen.

Respondent 10: Oké.

Respondent 11:

Interviewster: Dus dat is wel leuk. Willen jullie beginnen met een voorstelronde, waarin jullie je leeftijd zeggen, functie, gemeente en de JOGG-fase van de gemeente.

Respondent 10: Ja, begin maar met jouw leeftijd.

Respondent 11: Ik ben 30. En ik ben werkzaam bij de gemeente in Noord-Holland als Beleidsadviseur Sport. Dat is mijn primaire functie, maar daarin heb ik ook het takenpakket van een beleidsadviseur/ regisseur voor JOGG. We zijn binnen de gemeente als sinds 2012 JOGG-gemeente dus we zitten nu aan het einde van de tweede periode. Het laatste jaar.

Interviewster: Oké, spannend.

Respondent 10: Oké, ik zal me ook even voorstellen. Ik ben 33. Ik ben ook JOGG-regisseur in Noord-Holland. Ik ben vanuit sportservice van de gemeente regisseur. Voorheen lag de taak alleen bij de gemeente, maar nu sinds anderhalf jaar ligt de functie van een JOGG-regisseur deels bij de gemeente en deels bij sportservice. Dus dat eigenlijk.

Respondent 11:

Interviewster: Oké. Kunnen jullie wat vertellen over jullie dagelijkse werkzaamheden voor JOGG?

Respondent 10: Ja, ik heb 10 uur en jij ook zoiets?

Respondent 11: Nee, ik heb 6 uur.

Respondent 10: Moet je na gaan. Nou de dagelijkse werkzaamheden houden voor mij in contact te hebben met alle mensen in het werkveld. We hebben stuurgroepen, werkgroepen en begeleidingsgroepen. En het vindt plaats in twee verschillende wijken en met alle mensen uit het werkveld hebben we werkgroep overleg. Daar heb ik contact mee, dat zijn alle partners en proberen we nieuwe verbindingen te leggen met commerciële partners, winkeliers en dergelijke, in de twee gebieden. En verder, ja waar willen we heen met JOGG? Helemaal nu we natuurlijk het einde van deze fase inzicht hebben, willen we verder? Zo, ja hoe? Dus daar moeten we nu een antwoord op zoeken.

Respondent 11: Ik werk meer binnen de gemeente. In principe was mijn voorganger, ik ben nu pas een half jaar JOGG-regisseur/beleidsambtenaar. Ik heb veel contact met beleidsadviseurs binnen de gemeente contact, om te kijken waar kunnen afspraken worden belegd met ja alle partijen met wie de gemeente samenwerkt. En we zorgen dat er draagvlak is bij de wethouder en dat we bekend zijn binnen de gemeente, zodat de kans groot is dat als we besluiten te verlengen dat iedereen weet waarom we dat doen. Verder ben ik nu ook bezig met de werkgroep Gezonde Omgeving met collega's van andere beleidsafdelingen om te kijken hoe we de omgeving wat gezonder kunnen maken.

Respondent 10: En de 5 pijlers?

Respondent 11: Ja, verder ben ik inderdaad bezig met de pijlers de VVZ-werkgroep begeleid ik en PPS. Met partijen zitten we dan om tafel. Dus ja een beetje van alles wat. Verder is het wel goed om te weten, wij zijn niet de enige die bezig zijn met JOGG binnen de gemeente. We hebben nog een collega die de evaluatieprocessen begeleidt en een collega die bezig is met communicatie, maar die zit meer op de uitvoer.

Interviewster: Dus ik merk eigenlijk al dat jullie binnen de gemeente veel samenwerken. Hebben jullie ook veel contact met de landelijke organisatie?

Respondent 10: Ja, landelijk, dan zie ik Anja wel. En jij meer via de adviseurs?

Respondent 11: Ja. Anja benader ik als ik een eerste vraag heb. Maar voor PPS ga ik eerst naar de experts. Die weet ik dan wel te vinden. Als ik die nodig heb dan zijn ze altijd wel goed bereikbaar.

Interviewster: Je zegt, ik bel als eerst Anja. Hebben jullie ook wel is de neiging om JOGG in het algemeen te benaderen? Bijvoorbeeld bij een communicatie vraag naar de communicatieafdeling mailen?

Respondent 10: Ik zie het meer als onder deling. Anja is ons directe contactpersoon. Dus een goed direct persoon waar je voor al je vragen wel heen kan.

Respondent 11: Ja, Anja kent ons het beste en weet het best bij wie je moet zijn.

Interviewster: Je hebt natuurlijk JOGG en jullie als gemeente. Hoe zien jullie die verhouding? De werkverhouding bijvoorbeeld. Hoe denken jullie dat zij bij jullie aansluiten. Vinden jullie ze ondersteunend, controlerend of werken jullie echt nauw samen?

Respondent 10: Ik zie hem als ondersteunend. Dat zie ik ook wel in de vele vormen en alles wat ze aanbieden. Net als laatst het Kennisfestival of de vele cursussen die ze aanbieden. Er staat altijd wel iemand voor je klaar. En ze zijn ook wel goed groots georganiseerd.

Respondent 11: Ja, ik vind hem ook ondersteunend. Het is fijn dat er altijd iemand is die je vragen beantwoordt.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat het groots georganiseerd is?

Respondent 10: Nou ja, daardoor... het hoeft niet per se groots te zijn. Maar daarbij zie je wel dat ze veel informatie kan leveren, dus veel ondersteuning ook. Die ze ons kunnen aanbieden. Ik noem maar even de wiki, nou daar staat zoveel op. Dus dat brengt van alle gemeenten samen, je kunt er toch even rondsnuffelen en nieuwe ideeën op doen. En de nieuwsbrief die je krijgt en weet je. Dus je wordt er wel altijd op geattendeerd op wat er allemaal is.

Respondent 11: Ja, op de wiki staat echt veel.

Interviewster: Oké. Zijn jullie trots om onderdeel te zijn van het landelijk netwerk?

Respondent 11: Nou ja, trots. Ik zie me wel als een ambassadeur. Een hele positieve beweging, dus in die zin. Zeker. Maar trots vind ik dan wel weer, die is te groots.

Respondent 10: Trots vind ik ook een groot woord.

Interviewster: Hoe zou je het dan omschrijven?

Respondent 10: Ja wat je zegt ambassadeur. Je draagt het graag uit die gedachte.

Respondent 11: De boodschap is mooi.

Respondent 10: Kijk wij concentreren ons hier op de gemeente, maar het is fijn dat er meer is dan alleen onze organisatie waar je naar toe kan verwijzen of waar je terecht kan, dus. Dat versterkt alleen maar zeg maar, je boodschap in de lokale situatie. Niet per se trots.

Respondent 11: Nee, daar ben ik het mee eens.

Interviewster: Oké. Jullie vinden het fijn om de boodschap uit te dragen van JOGG. Maar wat vinden jullie van de organisatie zelf. Hebben jullie een beeld bij de organisatie? Hoe de mensen op kantoor zitten in Den Haag? Wat vinden jullie ervan?

Respondent 11: Ja, lastig beeld.

Respondent 10: Nu zeg jij al dat ze in Den Haag zitten. Dat wist ik bijvoorbeeld al niet.

Respondent 11: Ja, ik wist dat wel. Anja zei dat als we een werkplek zochten als we in Den Haag waren, dan mogen we altijd aankloppen. Maar nee ik heb niet echt een beeld. Ik ken wel wat andere gezichten, maar wat voor afdelingen er zitten en welke mensen wat doen. Ik ken alleen de mensen waarmee je contact mee hebt, dus adviseur en de experts. Dus verder is de organisatie niet heel zichtbaar ofzo. Maar ik weet ook niet of het heel erg nodig.

Respondent 10: Nee, ik vind het ook juist wel prettig dat het contact wat dichterbij is met een Anja of heel Noord-Holland. Dat je uitwisselt met elkaar. Dus ik heb het ook niet per se nodig omdat ik het gevoel heb dat ik daardoor iets mis.

Interviewster: Heb je het idee dat het landelijk kantoor verder weg staat? Omdat je zegt Anja staat dichterbij.

Respondent 10: Ja, letterlijk staat het verder weg, maar ook voor mijn gevoel wel. Maar ik denk dat Anja dat weer wel nodig heeft om ons te helpen en onze vragen te beantwoorden. Of ons te voorzien van informatie. Dus het is wel nodig zeg maar, daarachter.

Interviewster: Bedoel je dat de afstand nodig is?

Respondent 10: Nee, qua constructie. Wij zitten hier lokaal en we hebben direct contact met Anja, maar achter Anja zit dan weer het totale landelijke netwerk, dus dat hebben we wel nodig. Maar wij slaan Anja daarin niet over. Dus wij komen eerst bij haar en zij om ons te beantwoorden, gebruikt zij weer die volgende laag, het landelijke netwerk. Dus het is wel nodig, maar niet direct voor ons zichtbaar ofzo.

Interviewster: Heb je er behoefte aan om te weten wat er op het landelijk kantoor gebeurt?

Respondent 11: Op het eerste ogenblik niet, maar ik zei net op het eerste ogenblik niet, maar ik denk wel dat er dingen langs elkaar gaan. Ik had van de week nog een, er werd een afspraak heel snel ingepland voor de gezonde leefomgeving met onze wethouder. En daar kwam ik pas een dag van tevoren achter, omdat ik een lang weekend weg. Daar was nogal voorbereiding voor vereist. Maar die was door het hoofdkantoor ingeschoten, maar Anja wist daar niks van. Ik zat toen te stressen omdat ik dacht ik moet allemaal dingen voorbereiden. En dan bel ik wel als eerst naar Anja en dan kom ik er wel achter van hé ik ben niet overal van op de hoogte. Dus soms is de constructie zoals die is, hij hoort altijd wel via Anja te gaan, maar je merkt dat dat niet altijd zo gaat. Maar wat betreft de vragen heb je behoefte om meer te weten over de achterkant. Ik weet het niet. Ik weet niet of er dingen zijn die ik mis, omdat ik weinig beeld heb van wat daar allemaal gebeurt.

Respondent 10: Nee, want als je het niet weet wat je mist, dan kan je ook niet zeggen dat je het mist. Verder worden alle vragen goed beantwoord.

Respondent 11: Ja, want als ik een vraag heb dan stel ik hem gewoon aan Anja en dat schakel ik naar de goede persoon of direct met een expert, want die weet toch wel waar het over gaat. Maar of er nog andere mensen zijn die met bepaalde adviezen kunnen helpen, geen idee.

Interviewster: Heb je het idee dat het landelijk kantoor weet wat er in de gemeente gebeurt?

Respondent 10: Niet zo concreet, maar mooie voorbeelden die weet Anja er altijd uit te pikken en dan komt het wel in de nieuwsbrief. Dan is iedereen ervan op de hoogte. Dus de grote lijnen ja.

Interviewster: Vind je het belangrijk de gemeente in de nieuwsbrief terug te zien?

Respondent 10: Ja, daar kan je dan wel weer trots op zijn.

Respondent 11: Dat is voor ons wel weer een complimentje.

Interviewster: Zijn jullie zelf ook betrokken bij JOGG?

Respondent 11: Nou je hoort soms wel dat er bijvoorbeeld landelijke partners zijn. Maar het is heel vaak dan onduidelijk wat dat dan betekent voor jou als gemeente. We hadden gister een regionale bijeenkomst. En er was daar ook iemand van PPS die hielp met de samenwerkingen op een hoog niveau. Maar daar kwam dat ook niet aanbod en toen zeiden we ook wat betekent dit nu. Want dat merk je wel vaker met dingen, net even die slag waardoor het voor ons heel

makkelijk zou zijn om daar actie op te ondernemen. Daar kan soms net, als je die net even wat meer zou invullen, dan kunnen wij daar actief en wat makkelijker een slag op slaan.

Respondent 10: En dan spreek je dat ook af met een Albert Heijn of andere partij. En nu kan dat best verschillen per locatie, maar een soort standaard mag er wel zijn. Dan kunnen we er verder wel maatwerk per locatie voor maken.

Respondent 11: Er was ook een nieuwsbrief met een samenwerking met de Aldi. Dan denk ik ja misschien kunnen we daar ook wel een keer mee doen. Maar ik weet dan niet wat er is afgesproken en of ervan uit landelijk dan nog extern informatie uit kan komen om daar invulling aan te geven op lokaal niveau. Dus daar valt nog wel winst te behalen denk ik. En ongeacht of je op dat moment dat je dat gelijk invult, je kan ook zeggen over drie maanden verwachten we dat we jullie meer info kunnen geven over wat dat voor jullie betekent en hoe jullie dat kunnen oppakken op lokaal gebied. Dat je weet wat je kan verwachten. Want dat is nu, voor wat betreft PPS en de samenwerkingen, vaak nog onduidelijk of krijg je het een beetje tussen de regels door. Of je krijgt een voorbeeld. Je krijgt niet zoiets van hé jongens, alle JOGG-regisseurs, weet we werken samen met de Aldi, dit betekent dat je dit kunt doen met je lokale Aldi.

Interviewster: Oké. En als je dan zoiets hebt van nou dat mag wel wat beter. Ben je dan op je gemak genoeg om dat aan te kaarten en luisteren ze daar ook naar?

Respondent 10: Ja, ik denk het wel. Anja neemt altijd de tijd om vragen te beantwoorden en ze pakt altijd direct de telefoon op.

Respondent 11: Ja zeker op mijn gemak wel. Maar je denkt er niet altijd op die manier over na, want ik zei net ook al ik heb 6 uur en jij 10. We willen gewoon dingen doen, dus om verder te onderzoeken wat je met de Aldi kan doen of je gaat direct aan de slag met mailtjes van mensen die willen aanhaken dan moet je kiezen. En dat zijn de dingen die dan vaak lukken. En nu ik denk dat we het erover hebben denk ik, ja dat is een goed punt om nog een keer te bespreken. Maar je zoomt er vaak vanuit je zelf niet erg op in. Dus het is niet dat ik zeg van nou dit zou ik niet bij Anja durven melden en ze zou er ook wel naar luisteren en het proberen op te pakken. Dat geloof ik wel.

Interviewster: Heb je het idee dat het te lang duurt voor je het aankaart?

Respondent 10: Je maakt elke dag een keuze wat je die dag gaat doen en dan kies je die dag niet die richting, maar echt wat er hier lokaal gebeurt. Dat is de prioriteit.

Respondent 11: Ja, dus ik denk dat als je soms net nog even... ja iets met een instructie ofzo. Iets wat duidelijker krijgt of een handvat. Dat je zegt ik pak het en dit ga ik lokaal doen, dat dan ook de kans groter is dat je daar mee aan de slag gaat. En nu is hij een beetje vaag.

Respondent 10: Je blijft er wel iets mee willen. Dus met zoiets kom je er wel.

Respondent 11: Ja, je gaat vaak voor de makkelijke, snelle beginsels. En natuurlijk die lange lijn moet je ook in de gaten houden, maar in dit geval denk ik de reden dat ik heb hem nog niet heb aangestipt is, omdat ik er dan nog niet op die manier over nadenk. Misschien een keertje hier rondvragen.

Respondent 10: Ja, alleen als die toevallig rondkomt.

Interviewster: Het mag dus allemaal wat concreter?

Respondent 10: Ja.

Respondent 11: Ja.

Interviewster: Zien jullie de stichting als een collega?

Respondent 10: Nee, dan maak ik toch weer het onderscheid in Anja, ons directe contactpersoon.

Respondent 11: In de omgang wel, een collega die je om hulp kan vragen, maar niet een collega als in je staat op gelijke voet. Dat is misschien niet het goede woord. Anja heeft hier een ondersteunde rol, dus daar is ze dan wel... Ik kan het niet uitleggen.

Respondent 10: Zoals ik hem zie, je werkt hier met collega's en zo zie ik Anja ook als een soort collega. Maar buiten Anja om, geen andere mensen die ik daar onder schaaft van JOGG. Omdat ik die niet echt zien of ziet.

Respondent 11: Ja, die ken je van mail of telefoon of een workshop.

Interviewster: Zou je iemand alleen omschrijven als collega als je er veel persoonlijk contact mee hebt?

Respondent 11: Nou, als je iemand veel nodig zou hebben en als je diegene niet nodig hebt, dan...

Respondent 10: Dan hoeft je ook geen collega's te zijn.

Interviewster: Oké, JOGG komt ook nog wel eens in de landelijke media. Hebben jullie tijdens de Week voor de Gezonde Jeugd het filmpje gezien bij RTL Boulevard?

Respondent 10: Weet ik niet meer.

Respondent 11: Ik weet wel dat het veel in de media was hoor, maar dat filmpje....

Interviewster: Oké, nou we hebben ook sinds kort een nieuwe website en daar staan quotes. Onder andere: wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kunt samenwerken. Wat vinden jullie van de algemene profilering van JOGG? Staan jullie erachter hoe JOGG zich landelijk neerzet?

Respondent 11: Nou, ja, ik denk het wel. Het is natuurlijk altijd een positief gegeven en het samenwerken vind ik inderdaad een goede insteek. Zeker als je kijkt naar een organisatie. Ja...

Respondent 10: Qua functie hebben zij dat natuurlijk wel om dat landelijke steeds groter weg te zetten. Dus als jij zegt dat is gewoon nationale televisie. Verspreid dat onder alle mensen, zeg maar. En dat heeft alleen maar voordelen voor de lokale situatie, maar ook al het suiker wat nu speelt. Je hoort het overal in het nieuws. Dus het onderwerp is gewoon hot en daarmee draagt het alleen maar bij aan de doelstelling op elke lokale situatie.

Interviewster: Dus jullie zijn het er wel mee eens wat ze zeggen en jullie vinden het fijn dat zij het wordt doen nationaal?

Respondent 10: Ja, dat is niet onze taak.

Respondent 11: Ja.

Interviewster: Oké. Voelen jullie je echt betrokken bij de organisatie?

Respondent 11: Als zijnde JOGG-landelijk?

Interviewster: Ja.

Respondent 10: Nou, nee.

Respondent 11: Het hangt ervan af wie je daar onder schaaft. Of je alleen de mensen op in organisatie onder schaaft of de mensen van alle lokale gemeenten. Als ik bijvoorbeeld bij zo'n regionale bijeenkomst zit dan heb ik wel dat teamgevoel en je hebt hier contact lokaal.

Respondent 10: mee eens.

Respondent 11: En Anja zou ik daar ook onder schalen. Maar echt JOGG niet nee.

Respondent 10: Je kent ze niet en je hebt ze niet nodig, dus het is prima zo. Je cirkeltje hoeft niet heel veel breder te worden. Hij is nu gewoon met de gemeente en Noord-Holland en dat is voldoende denk ik.

Respondent 11: Tenzij er functionele koppelingen te maken zijn met andere mensen in de organisatie.

Respondent 10: Ja, maar Anja benoemd dat dan wel. Bijvoorbeeld een goed voorbeeld in Friesland, dan weet ze dat wel.

Interviewster: Je zei net al even het contact met regionale professionals. Vinden jullie dat belangrijk?

Respondent 10: Ja, het uitwisselen van ideeën, ja.

Respondent 11: Het kan soms veel werk schelen als je elkaars ideeën kan stelen of uit kan wisselen. Daar heb je allebei wat aan. En ook iedereen doorloopt een beetje dezelfde processen, dus als je tegen iets aanloopt en je hebt daar al een oplossing voor of je hebt kant-en-klare dingen die anderen kunnen gebruiken. Het is superfijn als je dat met elkaar deelt.

Respondent 10: Dus eigenlijk een officieel moment dat gewoon besteed wordt aan uitwisselen met elkaar. Mijn gevoel is daarbij wel dat er meer vanuit de landelijke organisatie mag komen. Er komt nu veel invulling vanuit verschillende gemeenten.

Interviewster: Waarom heb je dat gevoel?

Respondent 10: Ze vragen altijd wat er bij ons speelt. En dat snap ik ook wel, maar dan wordt het vaak een actieve JOGG-regisseur die iets moois heeft bereikt die zijn verhaal uitwisselt, maar stel dat dat niet is, wordt er dan ook iets aangeboden vanuit JOGG landelijk? En dan breder dan Noord-Holland. Andere voorbeelden of leerpunten of noem maar op. Dus dat er iets meer geboden wordt, in plaats van dat de mensen het zelf moeten bieden, die invulling van die dag.

Interviewster: Oké, hoe zou je willen dat JOGG die invulling doet?

Respondent 10: Ja, ze moeten eerst inventariseren waar behoefte aan is. Dus dat moet je alsnog zelf aangeven. Ja, ik heb niet echt een concreet voorbeeld wat ik zo kan opnoemen.

Respondent 11: Ik had die bijeenkomst gister, en Anja gaf ook al aan dat het lastig is want de adviseurs zijn zelf ook nog zoekende hoe iets werkt. Ik weet dat ze wel vaak sturen om dingen goed te vullen, maar bijvoorbeeld een thema als de Gezonde Leefomgeving waar we hier een werkgroep voor hebben. Ik weet dat JOGG nu nog heel erg in een voorbereidende fase voor een thema. En ik weet dat JOGG daar wel mee aan de slag is, maar dan hadden we dat

gewoon wat eerder willen weten. Nu heb ik het idee dat we het zelf nog aan het uitzoeken zijn en JOGG tegelijkertijd met ons. Maar dat is een mooi voorbeeld.

Interviewster: Heb je dan ook het idee dat ze jullie het veld in sturen van probeer het maar?

Respondent 10: Nee, dat niet per se. Het is meer dat ze zeggen we weten dat het belangrijk is en dat het speelt, maar eigenlijk weten ze het zelf ook niet zo goed. Dus eigenlijk proberen ze dan denk ik, eerder hadden we ook met de wethouder gezeten rondom die omgevingsweg. En toen zei JOGG kunnen jullie dan niet een keer een verhaal doen? En ja, dat kunnen we wel en dat snap ik ook wel dat anderen daarvan leren. Maar dan moet net even JOGG-landelijk de trekker zijn en ook de kennis en expertise brengen. Er is altijd een gemeente een voorbeeld, maar de gemeente die zo voorloopt moet niet altijd een voorbeeld zijn voor de rest. Ook daar moet iemand kunnen ondersteunen en nog meer informatie kunnen geven aan die voorloper.

Respondent 11: Dus ik weet niet wie er van JOGG in de organisatie bezig is met het thema, maar dat mag wel meer duidelijk worden.

Interviewster: Ik heb straks een mooi idee, omdat te delen. Maar dat komt straks. Als er bepaalde behoeften is aan informatie of relevante voorbeelden. Geven jullie dan de voorkeur aan voorbeelden uit de buurt of? Of ook wel uit andere gebieden?

Respondent 10: Het is prima, maakt niet uit. Organisatorisch is misschien handig om het in de buurt te doen, zo'n bijeenkomst. Maar we doen allemaal hetzelfde, dus of het nou Amsterdam is of Groningen. Dat maakt allemaal niet uit.

Respondent 11: Dat maakt mij niet uit. We doen inderdaad allemaal hetzelfde, dus als we daar profijt van kunnen maken is dat prima. Ik vind het altijd fijn om voorbeelden te zien, zodat ik dat zelf ook kan toepassen in plannen of dat ik denk oh hoe doen ze dat daar en kan ik dat hier ook doen. Dus als het ergens anders vandaan komt, maar ik kan er hier ook wat mee. Dan zie ik het probleem niet.

Interviewster: En hebben jullie veel contact met professionals uit deze regio?

Respondent 10: Bij bijeenkomsten wel en bij sportservice wel. Omdat sportservice ook in andere gemeenten zit dan kun je wel vragen van joh hoe hebben jullie dit gedaan. Maar dat komt omdat ik daar dan ook de collega's heb, dat ik dat zo voel.

Respondent 11: ook wel meer dan bij andere gemeenten.

Interviewster: Ga je dan bij die mensen langs of pak je de telefoon?

Respondent 10: Ja, meestal zie ik ze. Soms spreken we specifiek af.

Interviewster: Oké. Dan even iets anders. Lezen jullie wel eens de wiki en de JOGG-update?

Respondent 11: Wacht even. De JOGG-update scan ik altijd heel snel. Bij de JOGG-update staat nu een vlaggetje, want dan denk ik daar wil ik nog iets mee doen of iets voor uitzoeken. De wiki, ik leg vragen altijd eerst bij Anja en dat zegt Anja, van joh het staat op de wiki en kijk even hier en hier. Dus, ja de wiki is soms zo groot dat je. Ik heb niet de tijd om daar heel goed. Ik heb het idee dat als ik een keer een week niks heb dat ik dan heel veel zou kunnen leren om er even goed voor te zitten en te kijken wat er allemaal is en die tijd heb ik nu niet.

Interviewster: Vind je de wiki wel overzichtelijk?

Respondent 11: Het is volgens mij wel gestructureerd ingedeeld. Ik heb niet het idee dat het heel chaotisch is. Het is meer de hoeveelheid. Hij is ingedeeld, meer op. Ik weet niet of die vanuit een JOGG-regisseur ingedeeld is of het echt per stap is van de aanpak.

Respondent 10: Ja, waarom zou je die scheiding maken?

Respondent 11: Ik merk dat er vaak per thema hoe vaak je iets moet opstarten. En dat is dan niet waar ik op zoek naar ben. Maar sommige dingen kun je ook niet zo hard maken, want het is ook maar net of welke doelgroep je kiest of welk thema. Ja een beetje dus dat. Ik denk dat die nog wel wat verder, waar ik het meest aan heb zijn de goede voorbeelden of echt praktische dingen, zoals posters en flyers.

Respondent 10: Die je daar afhaalt?

Respondent 11: Dat dat hetgeen is wat je het meest gebruikt. En die zijn er wel, maar ik heb het idee als je ziet wat er in Nederland in omlopen zal zijn en kijkt wat erop de wiki staat, dat er misschien nog wel goede aanvullingen te maken zijn. Maar goed ik kijk dus niet zo vaak op de wiki. Ik denk een keer per maand. Misschien om een telefoonnummer van iemand op te zoeken. Jij?

Respondent 10: Ik denk ook zoiets. Al moet ik zeggen wat jij ook al benoemd, de laatste tijd is het gewoon drukker en dan ook met zo'n update, ja dan scan je hem.

Respondent 11: Dan denk je leuk idee, kunnen we misschien wat mee en dan verdwijnt het weer.

Respondent 10: Maar het moet gewoon blijven hoor.

Respondent 11: Het is goed om te weten waar iedereen mee bezig is.

Interviewster: Welke onderwerpen vinden jullie het meest interessant?

Respondent 10: Ja, dat ligt eraan welke titel opvalt. Dat is het eigenlijk eerder.

Interviewster: En wat valt dan op?

Respondent 10: Ja iets van een leuk voorbeeld of inspiratie. Ik kan niet echt een goed voorbeeld geven.

Respondent 11: Ik lees voornamelijk dingen die ik in de praktijk kan brengen. Dus dingen die in andere gemeenten gebeuren.

Interviewster: Maakt het dan nog uit of iets creatief is geschreven? Of informatief is en wat voor koppen?

Respondent 10: Het gaat mij vooral om de inhoud, dat moet wel informatief zijn. Creatief maakt me niet zo veel uit, het gaat toch om werk.

Respondent 11: Ik denk dat als iets creatiefs is geschreven dat ik het langer zou lezen. Dus dat zou meer zijn bij een artikel of zo. Misschien lees ik het dan ook wel eerder. Maar op de eerste plek moet de inhoud informatief zijn. En koppen, ja ik denk dat als ze creatief zijn geschreven het ook wel sneller aanspreekt. Of als het onderwerp me aanspreekt.

Interviewster: Wat verstaan jullie zelf onder goede communicatie in het algemeen?

Respondent 10: Als het duidelijk is. Je boodschap moet duidelijk zijn, dat is altijd belangrijk. Zender, ontvanger, dat die hetzelfde bedoelen.

Respondent 11: En een beetje hapklaar. Dat het makkelijk naar binnen wordt gegoten.

Respondent 10: Het moet toepasselijk zijn.

Interviewster: Is die communicatie er met JOGG?

Respondent 10: Maar dan praat ik ook wel meer over het algemeen, nu heb ik met artikelen, ik vind vaak dat dingen te mooi om waar te zijn. Niet per se JOGG hoor, maar wat je ook vaker leest ergens anders. Dan heb je hele mooie voorbeelden, bijvoorbeeld in gemeente Amsterdam, maar daar is zoveel geld om dat toe te passen dat is makkelijker dan in kleinere gemeenten. Dus hoe mooi je het ook kan maken, hoe toepasselijk is het dus voor alle andere gemeenten? Kun je van een artikel dus, nou ja zo benoemen dat je het hier kan toepassen, want dat probeer je natuurlijk wel.

Interviewster: Hecht je dan ook meer waarden aan succesverhalen van kleine gemeenten?

Respondent 10: Dat maakt niet zozeer uit. Je hoopt dat het niet te idealistisch is.

Respondent 11: Het hangt eraf wat het doel is, maar het is ook wel eens fijn om een artikel te lezen met het gaat minder goed. Het is een heel moeilijk proces, maar... je leest wel echt vaak hele succesverhalen, maar er gaat veel meer achter. Maar dat is als JOGG-regisseur zelf zou dat fijn zijn.

Respondent 10: Ik zou wel meer willen zien van dit is het probleem en hoe ze het hebben opgelost. Het proces naar het resultaat vind ik wel interessant. En dan ook een soort stappenplan van hoe dat dan kan en zou moeten.

Respondent 11: Dat is voor ons fijne informatie.

Interviewster: Creëert dat een samen-gevoel?

Respondent 10: Ja precies. We zitten in hetzelfde schuitje. Zo hebben zij het opgelost en zij hebben ook problemen en zo doen ze dat.

Respondent 11: Daar zit het leerproces, daar kun je van leren. Het resultaat is heel mooi, maar de weg ernaartoe, dan zit iedereen vaak hetzelfde wiel uit te vinden. Dus ik wil graag zien dit werkt wel en dit werk niet. En het is niet erg om iets te proberen wat niet werkt, dat helpt alleen maar. Ik snap dat jullie dat niet heel graag willen delen, maar dat kan ook leerzaam zijn. Dat doet me ook denken aan de wetenschap. Daar worden alleen artikelen geplaatst als er een zeker resultaat is bereikt of een hypothese wordt bevestigd. Maar als het niet is gelukt vinden ze het minder interessant, terwijl dat betekent dus dat 100 mensen misschien in de wereld datzelfde gaan proberen. Zonder te weten dat het niet werkt en nou ja. Dus daar hebben ze soms speciale initiatieven voor om die artikelen ook onder de aandacht te brengen. Een beetje de bloopers.

Interviewster: Een mooi voorbeeld. Vinden jullie verder dat jullie voldoende informatie krijgen?

Respondent 11: Het is heel veel. Als ik kijk wat ik uiteindelijk gebruik.

Respondent 10: Ja, maar je kan er zelf uitpikken wat je wil. Dus wat mij betreft is het zo goed.

Respondent 11: En alleen dus een verslagje concreet, maar daar hadden we het al over.

Interviewster: Oké. Nou we hadden het ook al even over gesprekken met andere lokale professionals. Zouden jullie vaker contact willen?

Respondent 10: Het is nu een keer in de drie maanden. We zouden wel wat actiever mogen zijn om informatie uit te wisselen.

Respondent 11: Het is genoeg om te weten wie, wie is en wat de laatste stand van zaken is en welke belangrijke dingen staan bij iedereen. En vaker, als ik nu al zie hoe moeilijk het al is om de agenda dan te vullen. Het is niet dat er in drie maanden zoveel is veranderd. Dus ik vind het zo wel prima.

Interviewster: Kan ik hieruit opmaken dat tijd en reizen een strugel is om af te spreken?

Respondent 10: Ook, maar dat is secundair. Dus het gaat eerst om de inhoud. Dus wat jij net zegt er moet wel behoefte aan zijn.

Respondent 11: En als ik snel iets wil weten dan pak ik wel even de telefoon.

Respondent 10: En mensen sturen ook wel de nieuwsbrief van andere locaties door, dus dan kan je dat ook inzien.

Interviewster: Vinden jullie dat er genoeg inspiratie hadden?

Respondent 11: Ja bij de Week voor de Gezonde Jeugd kregen we wel materialen en kregen we te horen dat we dit en dat konden doen. Maar uiteindelijk hebben we hier lokaal niks mee gedaan, omdat het voor ons moeilijk was om concreet een activiteit in die redelijk korte termijn te bedenken. Terwijl als vanuit landelijk heel gericht was aangegeven met die dag doen we met zijn alle dit, ik weet niet of dat haalbaar is, soms net even gericht advies of inspiratie. Dan is de kans groter dat, dan is het voor ons handiger het uiteindelijk ook in de praktijk iets te bedenken.

Respondent 10: Ja precies, maar ik vind vaak wel dat die inspiratie vanuit JOGG-gemeenten zelf komt en niet zozeer bij het landelijke vandaan. Daar zouden ze nog wel winst kunnen behalen, door vanuit landelijk meer inspiratie te leveren in plaats van alleen goede voorbeelden uit andere regio's te delen.

Interviewster: En hebben jullie wel eens de behoefte om de dialoog aan te gaan met JOGG?

Respondent 11: Nee, niet echt. Als ik een vraag heb bespreek ik dat met Anja. Misschien zou ik wel eens willen vragen hoe ik lokaal kan samenwerken met landelijke partners van JOGG, maar daar ben ik nog nooit echt aan toe gekomen. Wat ik al zei, je moet prioriteiten stellen op een dag en dat is dan niet waar je als eerst achter aan gaat.

Respondent 10: Nee, als we vragen hebben kunnen we altijd bij Anja terecht. Ik heb nooit het gevoel gehad dat we de dialoog moeten aangaan met mensen van JOGG. Het werkt zo prima.

Interviewster: Ik heb al een paar vragen een beetje dubbel gesteld merk ik, maar ik onderzoek of een online platform te kunnen werken om meer betrokkenheid te bereiken van lokale professionals bij JOGG. En nu is mijn vraag, wat zouden jullie daarvan vinden?

Respondent 10: Wat bedoel je met een platform? Is dat chatten? Of een soort Twitter of projectplannen delen.

Interviewster: De hele constructie moet nog worden bedacht, maar je kan denken aan een Facebookgroep of een Yammer. Een platform waar je het gesprek aan kan.

Respondent 11: Dus het is meer een forum?

Interviewster: Ja, inderdaad.

Respondent 11: Ik zit me af te vragen of ik het zou gebruiken. Ik zou het willen gebruiken voor mijn eigen vragen.

Respondent 10: Maar kijk je dan ook als je geen vragen hebt? Zet je er zelf wat op wat je denkt wat handig is voor anderen? Dat weet ik niet zo gauw.

Interviewster: Nee.

Respondent 11: Daarvoor is het dan misschien nog net te ver weg. Dit soort dingen werken vaak bij mensen met wie je nauw samenwerkt maar waar je wat verder uit elkaar zit.

Respondent 10: En ik vind altijd het moet in een opslag te zien zijn. Als wij net zeggen we komen maar een keer op de wikipagina te gaan. Om dan ook naar deze pagina te komen, nou dat is dan ook maar de vraag. Tenzij je dan zelf een vraag hebt en die erop zet. Maar als je collega's dan ook niet kijken, dan krijg ik ook geen antwoord.

Respondent 11: De vraag is even is dan het idee dat je elkaar antwoord gaat geven? Of krijg je direct van JOGG landelijk antwoord. Dat is wel een heel verschil.

Interviewster: Het idee is dat jullie elkaar antwoord kunnen geven, maar ook dat het landelijke erop zit. Dus ook de adviseurs en experts.

Respondent 10: Ik denk hoe actief Anja is, ik weet niet hoe actief de anderen zijn, maar dat zij wel een actieve ambassadeur kan zijn om ons hiernaar door te verwijzen en antwoord te geven en dat je net... als zij het actief gaat gebruiken dat wij het actief gebruiken. Zoiets heb je wel nodig. Het moet wel een levend iets worden.

Respondent 11: Als de vragen er zijn is het ook de vraag in hoeverre je de vragen gaat terugzoeken in de archieven.

Respondent 10: Ja, precies. Want je hebt ook allerlei middelen.

Respondent 11: Ik weet niet of er iets als zelf gestelde vragen?

Interviewster: Nog niet, maar dat zou wel kunnen.

Respondent 10: Ik denk dat de verhouding met de wiki...

Respondent 11: Als ik een vraag heb en ik kan kiezen tussen Anja, want Anja neemt altijd direct op, of ik moet naar een platform en ik zet hem daarop, wachtende op antwoord, dan zou ik Anja bellen. Het hangt misschien ook wel van de vraag af. Oriënterende vragen zijn misschien handig om juist een keer te vragen van hé jongens ik wil een Gezonde leefomgeving, wat doen jullie nu al en wat is jullie ervaring en zo ideetjes ophalen. Ik denk dat ik heel gauw ook denk ik pak de telefoon.

Interviewster: Ja. En zou je het ook belangrijk kunnen vinden om strategische plannen met elkaar te delen? Dat je af en toe denkt ik weet niet hoe ik dit moet doen en dan vraag je een plan bij iemand anders?

Respondent 11: Ik zou het heel handig vinden als ze gewoon een database hebben met heel veel documentatie, waarin je kan rondsnoffen. Dat kan dus veel groter.

Respondent 10: Net als die kalender, die wordt nu met ons gedeeld, maar dat die dingen daar standaard op staan. Of de samenwerkingsovereenkomsten met de Albert Heijn. Dan kan je dat eraf halen en een paar woorden verantwoorden voor je lokale strategie.

Respondent 11: Daarvoor is het wel handig, Anja kan dan zeggen supertof zet het even op de wiki of wat het dat ook is, zodat het weer meer wordt gevuld. Nu krijg ik alleen dingen te zien waar ik zelf naar vraag en daar kun je dan nog meer ideeën opzetten. Ik heb gister bij de bijeenkomst in Schagen hebben ze een hele grote aanvraag gedaan voor geld binnen de gemeente. Toen vroeg ik ook van wil je die even naar mij toesturen. Maar dat is toevallig omdat ze het erover hadden en toen dacht ik oh dat is misschien voor ons ook handig. Maar als je dat nergens tegenkomt, of als je een database zou hebben.

Respondent 10: Nu hoor je er toevallig van, maar anders vind je het in een database en vind je het zelf.

Respondent 11: Ja, maar een database kan je zelf ook even scannen soms.

Interviewster: Geven jullie de voorkeur voor een database boven een platform? Waar alles op staat. Of willen jullie dan ook nog wel de dialoog aan gaan?

Respondent 10: Minder belangrijk denk ik. Je hebt eerst even dat document nodig en daarna stel je je vragen nog. Dus je oriënteert eerst en daarna wil je even telefonisch of afspreken om de diepte in te gaan. En anders is zo'n dialoog wat jij online bedoelt best wel oppervlakkig. Of dat iemand zegt van hé kan het interessant zijn om en dan moeten ze je maar net aanspreken, om dat op te pakken.

Interviewster: En stel er komt een melding van een bericht waar jullie wat mee kunnen, zou dan Anja jullie moeten aanspreken om dat op te pakken? Of wil je bij berichten die jou aanspreken een mail ontvangen?

Respondent 10: Ja, Anja zou dat moeten doen.

Respondent 11: Maar ja je bent al zo druk. Als je iets snel nodig hebt dan ga je daar niet naar toe, dan stel je gewoon je vraag bij Anja. Als je tijd zou hebben, maar dat hebben we dus heel weinig, dan zou ik het ook willen.

Respondent 10: Dan krijg je er nog iets bij. Of komt het op de wiki erbij, dan is het in een.

Respondent 11: Of je koppelt hem aan de update, zodat je er op kan reageren ofzo.

Respondent 10: Ik zou er niet nog een derde systeem aan koppelen.

Interviewster: Zou dat voor jullie een drempel zijn?

Respondent 10: Ja, echt wel een struikelblok ja.

Respondent 11: Ik denk dat het daarvoor, net zoals dat we zeggen we hebben maar twee keer in het jaar die regionale bijeenkomst, je bent toch heel erg gefocust op wat je nodig hebt lokaal. En die inspiratie die je zou ophalen bij zo'n online platform die haal je nu op bij zo'n bijeenkomst, maar veel meer dan dat hoeft het ook niet per se. Voor mijn gevoel dan.

Interviewster: Denk je dat een platform kan bijdragen aan jullie relatie met JOGG?

Respondent 10: Ik denk dat het wel kan, maar het ligt natuurlijk ook aan ons. Of wij wel echt het platform gaan bezoeken, want als je dat niet doet, dan verbeterd ook je relatie niet.

Respondent 11: Nee we moeten wel echt actief zijn dan. Maar de organisatie kan zich wel meer laten zien en ook wie er allemaal actief zijn. Dus het zou kunnen, maar het is de vraag of wij daar behoefte naan hebben.

Interviewster: Oké. Ik heb nog een vraagje overgeslagen zie ik. Zijn jullie zelf actief op social media?

Respondent 10: Ja.

Respondent 11: Ja.

Interviewster: Op welke platformen zitten jullie vooral?

Respondent 10: Ik zit op Facebook, Instagram heb ik wel, maar ben ik zelf sowieso niet actief. Ik kijk misschien een keer in de week ofzo een keer. Maar die kan ik er ook afhaken. Facebook dus wel wat actiever met plaatsen, bekijken en reageren. LinkedIn heb ik ook. Dat doe ik een keer in de drie weken denk ik. Zo iets.

Respondent 11: Facebook, LinkedIn en Instagram. Maar ik zit te denken om er mee te kappen.

Interviewster: En hoe actief ben jij?

Respondent 11: Facebook lees ik iedere dag een beetje, maar daar plaats ik niet. En Instagram daar kijk ik ook elke dag en daar plaats ik af en toe wel iets. Op LinkedIn kijk ik af en toe, misschien een keer in de week of als ik een berichtje krijg. Ik heb bijvoorbeeld wel een vacature van de afdeling Communicatie gezien bij JOGG. Dus dat soort dingen van je wel op. Die komen wel voorbij.

Interviewster: Wat voor berichten vinden jullie het meest interessant? Lezen jullie veel blogs, kijken jullie filmpjes of iets anders?

Respondent 10: Heel weinig. Al vind ik wel dat ik op Facebook daar volg ik nu de gemeente. Dan vind ik een kort berichtje wel interessant om te lezen of een artikel. Als het artikel werk gerelateerd is dan lees ik het wel. Ik vind het ook wel goed om werk gerelateerde dingen te zien. Dan realiseer ik me gelijk dat ik JOGG landelijk niet volg.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 10: Nooit aan gedacht.

Interviewster: En jij?

Respondent 11: Ik lees alleen blogs van mensen die ik persoonlijk ken. En verder vind ik het interessant berichten te lezen die gaan over gezondheid, sport of samenwerkingen.

Interviewster: Hebben jullie ook de voorkeur als JOGG iets zou plaatsen op het platform dat het leuke informatie is in de vorm van filmpjes of tekst of foto's?

Respondent 10: Een mix van alles. De ene keer een foto en de andere keer een tekstje.

Respondent 11: Nee, ik heb niet echt een voorkeur. Het verschilt per platform. Maar Instagram heb je natuurlijk alleen maar foto's en filmpjes. Facebook klik ik eerder door op artikelen en heb ik vaak geen zin om filmpjes te bekijken.

Interviewster: Oké. We hebben het dus al even gehad over het platform en dat jullie niet super enthousiast zouden zijn, als ik het zo mag zijn, over het in de dialoog gaan en graag die bestanden willen hebben. Ik heb nog wel een soort techniek met kaartjes waar de functies van

het platform op staan. Ik ga ze toch even voor jullie neerleggen. Als jullie ze allemaal niet relevant vinden is dat ook een antwoord. Willen jullie ze dan van minst tot meest belangrijk leggen. En als jullie zelf ideeën hebben, dan mag dat ook. Zal ik in ieder geval de database opschrijven?

Respondent 10: Ja, die gaat dan op één. Maar of dat op dat platform of iets anders wordt.

Interviewster: Het zou ook iets anders kunnen zijn, het is maar net wat jullie aangeven wat belangrijk is.

Respondent 10: Zullen we maar gewoon van links naar rechts dingen zetten? Amusement kijken en delen. Die vind ik minder belangrijk. Ook vrijetijdsbesteding, nee dat wil ik niet.

Respondent 11: Ja, ik ben het daar mee eens. Direct contact met landelijk via een chatfunctie, een beetje in het midden.

Respondent 10: Vragen stellen... ja als je dan dit doet dan hangt het samen. Dan moet ik ook antwoord geven als ze het mij vragen. Dan heb ik liever die.

Respondent 11: Op de hoogte blijven, maar ja dat wordt nu ook gedekt door andere communicatiemiddelen.

Respondent 10: Ja, het wordt gedekt door andere, maar vind ik wel belangrijk.

Respondent 11: Hoger dan vragen stellen?

Respondent 10: Moeilijk. Beiden heb je nodig.

Respondent 11: Informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Dat staat al op de wiki.

Respondent 10: Ja.

Respondent 11: Ik zie geen tegen stribbeling. Lokale voorbeelden en informatie delen en krijgen. Dat valt voor een deel samen met deze.

Respondent 10: Dat ligt eraan hoe je dat bedoelt. Informatie delen en krijgen kun je ook mee inspireren en geïnspireerd worden.

Respondent 11: Als ik er dan op ga, dan is het om ideeën op te halen.

Respondent 10: Je wil dan toch die voorbeelden krijgen, daarmee word je dan geïnspireerd.

Respondent 11: Ja, dus die twee gaan deze kant op.

Respondent 10: Zo. Dat is hem.

Respondent 11: Ja, want vragen stellen we direct. Oké zo iets.

Interviewster: Zou je het nog heel even kort willen toelichten. Dan maak ik ondertussen even een foto.

Respondent 11: Ik denk dat we gewoon heel gericht dingen willen kunnen vinden of vragen. Want we hebben natuurlijk al hele specifieke vragen. Dus je ziet ook die hebben we nu een beetje vooropgezet. En daarna die inspiratie, ideeën op doen, ja en verder hele algemene dingen hebben we vaak nu niet meer nodig. Omdat we al bijna in de derde fase zijn. Ja voor de lol, daar hebben we geen tijd voor. En geen behoefte aan.

Respondent 10: Daar doen we niet aan.

Respondent 11: En als je mensen zo goed kent dat je privé wil weten wat ze doen, dan probeer je dat wel op een andere manier. Dus dat is een beetje de grote lijn denk ik.

Interviewster: Dankjewel, dan heb ik nog een laatste vraag. Ik weet niet of die nog heel relevant is, maar ik wil hem toch even doen. Ik had onderzoek gedaan naar bestaande platformen en toen kwam ik ook uit op Yammer. Dus ik heb even een afbeelding opgezocht van Yammer en ik wil graag weten wat jullie daarvan vinden.

Respondent 11: We gebruiken het hier binnen de gemeente. Dus we kennen het al.

Interviewster: Oké. Wat vinden jullie daarvan?

Respondent 10: Hoe ik het nu gebruik, ik lees de eerste zin en soms dan gaat het bij mij....

Respondent 11: De gemeente gebruikt het heel veel om even de minder interessante belangrijke dingen te melden. Dingen die toch wel goed zijn om te weten. Dingen met de koffieautomaat en zo. Om die dan te delen. Meestal reageren mensen met leuk of goed bezig. Maar echt algemene dingen als ik ben mijn oorbel vergeten. Dus meer voor de informele.

Interviewster: Vind je dat dan ook oppervlakkig?

Respondent 10: Ja en ja ik zie dit niet zo zeer als het middel om inderdaad wat we net zeiden documenten te delen. Dat wordt bij sportservices ook wel eens een link ergens naar toe gezet, maar goed vind het daarna maar eens terug. In december stuurden ze een link, maar die kon ik nu niet meer terugvinden. Dus het moet net actueel zijn voor je. Je moet het eruit pikken en anders verdwijnt het.

Respondent 11: Ik denk dat de enige nuttige dingen waar je echt wat aan hebt worden gepost vanuit de organisatie zelf. Dus stel dat JOGG landelijk een bericht hebben wat ze graag kwijt willen, dan kan dat wel heel nuttig zijn ja. Maar je zou ook ene mail met die informatie kunnen sturen.

Interviewster: Vinden jullie verder dat Yammer genoeg geordend is?

Respondent 10: Ja, je kan wel groepen aanmaken. Maar goed dat zijn meer groepen die daartoe behoren en niet zo zeer ja.

Respondent 11: Het platform is eigenlijk meer om even een berichtje te posten, zodat iedereen het heeft gelezen.

Respondent 10: Hoop je.

Respondent 11: Ja, hoop je inderdaad.

Interviewster: Oké. Goed om te weten. Dat was ook gelijk de laatste vraag van het onderzoek. Hebben jullie nog vragen?

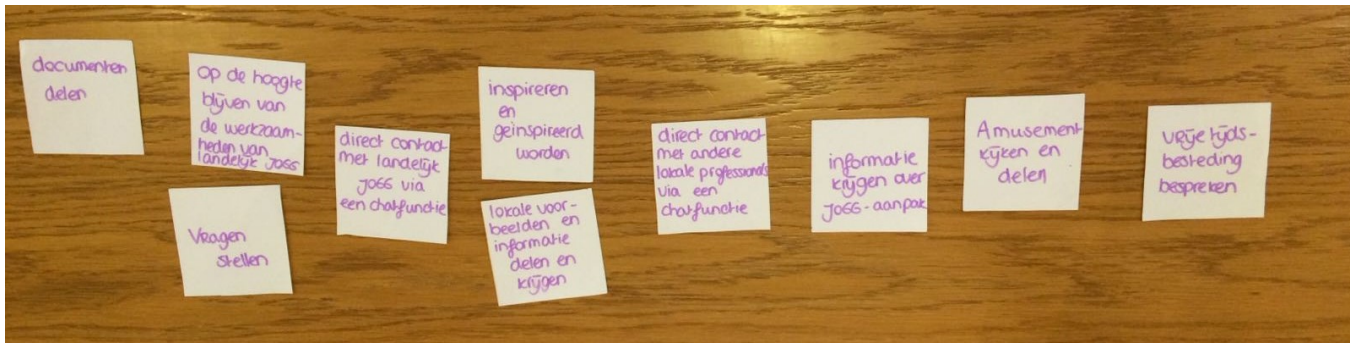
Respondent 10: Nee.

Respondent 11: Nee.

Interviewster: Oké, dan wil ik jullie heel erg bedanken en ga ik de opname stoppen. Ik zal na het uitgeven van mijn advies nog een kleine update versturen, zodat jullie weten wat jullie eventueel kunnen verwachten en waar jullie aan hebben bijgedragen.

Respondent 10: Dat is prima.

Respondent 11: Ja, leuk!



Figuur 31. Card Sorting-test respondenten 10 en 11. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 13-07-2018

Gemeente: Zuid-Holland

Duur: 5 minuten

Interviewster: Hoi. Fijn dat je nog wat vragen wilde beantwoorden.

Respondent 10: Ja, geen probleem. Mijn collega is op vakantie, dus ik doe het even alleen.

Interviewster: Geen probleem. Heel fijn dat je tijd wilde vrijmaken.

Interviewster: Heb je de berichten voor je staan?

Respondent 10: Ja, ik had ze al even doorgelezen.

Interviewster: Helemaal super. Dan kunnen we gelijk beginnen. We hadden een tijdje geleden natuurlijk een interview over een online platform wat JOGG zou kunnen inzetten om lokale professionals meer betrokken te maken. En nu wilde ik nog wat voorbeeld vragen laten zien, om te kijken of dit soort berichten ervoor zouden zorgen dat je actief wordt. Daarmee bedoel ik dan berichten gaat liken, eronder reageert of het misschien deelt met anderen. Wil je me vertellen wat je van bericht 1 vindt?

Respondent 10: Ja, even kijken. Bericht 1. Ja, ik vind het wel een oké bericht. Niet heel interessant voor ons lokaal. Daarmee bedoel ik dat het niet iets is wat ik lokaal kan inzetten. Maar ik denk wel dat het informatief is. Goed om te weten.

Interviewster: Zou je er iets onder reageren, liken of het bericht delen?

Respondent 10: Nee ik denk het niet. Ik zou het lezen en er dan voorbij scrollen.

Interviewster: Oké, duidelijk. En bericht 2 en 3? Dit zijn dezelfde berichten maar net even anders geschreven.

Respondent 10: Ja, leuk. Maar dit soort berichten staan ook in de JOGG-update. Ik kan hier niet direct iets mee, dus ja vind ik het dan echt interessant. Ik weet het niet. Ik zou hier denk ook niks mee doen. Het is iets te algemeen. Als ze nu een mooi plan neerleggen, daar kan ik wat mee. Maar ik heb het idee dat ik dat in het interview toen ook al heb gezegd.

Interviewster: Ja, dat klopt ja. En bericht 3?

Respondent 10: Bericht 3 vind ik ook wel oké. Leuk filmpje. Gemaakt door het ministerie zie ik. Ja voor JOGG handig, want het creëert draagvlak. Het benadrukt natuurlijk het belang van de omgeving. Dus dat is wel mooi. Zou ik dit liken? Ja misschien wel. Als ik het zou zien, dan zou ik het liken. Maar voor dit soort berichten zou ik niet naar het platform komen. Dan wil ik eerder concrete berichten zien met plannen.

Interviewster: Oké, duidelijk. Dankjewel. Dat was het alweer.

Respondent 10: Dan hoop ik dat je het allemaal hebt.

Interviewster: Ja, ik denk het wel. Dankjewel!

Respondent 10: Geen dank.

Respondent 12**Datum:** 26-04-2018**Gemeente:** Zuid-Holland**Fase:** 1**Functie:** Regisseur**Leeftijd:** 34**Duur:** 40 minuten**Gesprek**

Interviewster: Oké. Ik neem het gesprek dus op. Zou je als eerst willen zeggen wat je leeftijd is, welke gemeente je werkt, wat je functie is en in welke fase de gemeente zit.

Respondent 12: Oké, ik ben 34 jaar, ik werk voor de gemeente in Zuid-Holland, ik ben JOGG-regisseur en we zitten in de eerste fase.

Interviewster: Kan je me wat meer vertellen over je werkzaamheden?

Respondent 12: Ik zorg ervoor dat de gezonde leefstijl hier op de kaart komt. We willen graag overgewicht terugdringen. We hebben eigenlijk niet zoveel overgewicht, dus we willen het stabiliseren. En mijn functie is eigenlijk om iedereen bij elkaar te brengen en actief te maken over de gezonde leefstijl.

Interviewster: Oké. Heb je tijdens je werkzaamheden veel contact met JOGG?

Respondent 12: Ja, ik heb wel geregeld contact ja.

Interviewster: Hoe heb je dan contact?

Respondent 12: Bellen en mailen, dat vooral. Dat kan over alles gaan, over stagiaires. Ik zie ze ook wel geregeld, ik denk dat ze zo drie of vier keer hier zijn geweest, terwijl we pas een paar maanden zijn begonnen.

Interviewster: En wie zie je dan voornamelijk?

Respondent 12: Mijn adviseur, Annemarie.

Interviewster: Oké, je hebt net al een beetje vertelt wat je van de stichting vindt. Zou je dat nog een keer willen vertellen?

Respondent 12: Ik vind JOGG heel goed. Ik vind de aanpak heel goed. En ik vind het heel knap dat het zo uitgerold wordt over al die gemeenten allemaal op een eigen manier. En ik denk dat JOGG er de handen vol aan heeft om iedereen te coachen en te adviseren. En ben heel blij dat er een landelijk orgaan is waar je je aan vast kan houden. Het is natuurlijk een aanpak, die moet je blijven hernieuwen als er nieuwe ontwikkelingen zijn in overgewichtland of gezondheidsland, dan moeten we dat weten. En via JOGG weet ik dat soort dingen. Als ik hun niet had, kan dat niet. In ieder geval niet op deze manier. Dus ik ben er heel blij mee.

Interviewster: Hoe zou je de verhouding dan omschrijven?

Respondent 12: Ze zijn heel ondersteunend. Ze hebben natuurlijk ook wel. Ze zijn niet echt. Je hebt kaders waar in je werkt aan de hand van je pijlers en dat is heel fijn dat je die hebt. Dus op die manier sturen ze ook wel. Ze adviseren om bepaalde factsheets te maken of bepaalde

dingen op te pakken. Dat is heel fijn dat je daaraan herinnerd wordt, dat je het niet vergeet of dat je weet dat iets werkt. Of dat ze zeggen ga is met die gemeente in gesprek. Of ga daar vragen. Dat is juist heel fin. Dus vooral ondersteunend, maar de pijlers zijn ook wel sturend. Als ze dat niet hadden, dan hadden we het zelf moeten verzinnen.

Interviewster: Heb je dan ook het idee dat je verbonden/betrokken bent bij de stichting?

Respondent 12: Ik voel me wel verbonden ja. Ik voel me een van de JOGG'ers. Ik weet natuurlijk echt niet wat er allemaal gaande is daar en er zijn ook dingen die we missen, die we niet gecommuniceerd krijgen. Maar ja soms krijg je een mailtje waar je overheen leest. Maar ik voel me wel betrokken. Ze doen echt wel hun best daarvoor.

Interviewster: Zou je ze dan ook omschrijven als collega's?

Respondent 12: Niet allemaal van JOGG. Er zijn ook heel veel mensen die ik niet ken, maar sommigen zou ik wel omschrijven als collega's.

Interviewster: Waarom zou je dat dan doen?

Respondent 12: Omdat je samen aan een gezamenlijk doel werkt om hier de gezonde leefstijl op de kaart te zetten en daar dragen hun ook aan bij. Maar mijn collega's hier, je hebt een buurtsportcoach die ik hier dagelijks zie, dat zijn ook collega's. Maar mensen bij de jeugdverpleegkundigen, die noemen we ook collega's. Eigenlijk is het een netwerkpartner. Maar een aantal mensen van JOGG landelijk voelen wel echt aan als collega's. En een aantal niet, want die ken ik niet.

Interviewster: Je zegt ook ik weet niet precies wat daar gaande is, zou je daar wel meer behoeften aan hebben? Om te weten wat er gebeurt op kantoor en wie er allemaal werken?

Respondent 12: Nee, ik denk wat er nodig is, dat we dat wel te horen krijgen. En mijn adviseur vertelt alles wat we nodig hebben. En ze zal vast wel eens wat vergeten, want ze is ook wel een mens. Maar het loopt nu allemaal wel goed en als ik er zelf meer van zou willen weten dan zou ik er ook gewoon naar vragen.

Interviewster: Oké. Het is dus best wel een netwerk, JOGG. Als je het over JOGG hebt, ben je dan trots dat je daar onderdeel van bent?

Respondent 12: Ja, heel trots. Ik vind het een mooie beweging, nog niet eens als organisatie an sich, dat vind ik ook mooi, maar de beweging die wij bij JOGG willen om de gezonde leefstijl op de kaart te zetten, daar ben ik dan heel trots op dat we dat doen. En ik ben trots dat het al in zoveel gemeenten gebeurt en trots dat zoveel mensen zich er hard voor maken. Ik vind het hartstikke leuk dat JOGG ook in Zeist en in Zeeland zit. Gewoon dat het overal zit vind ik hartstikke leuk.

Interviewster: Oké, duidelijk. JOGG is ook wel eens in de landelijke media. Ook met de week voor de gezonde jeugd, ik weet niet of je dat gezien hebt?

Respondent 12: Ja.

Interviewster: En we hebben ook een nieuwe website. Daar staat ook een quote: wij vinden wel dat je met het bedrijfsleven kunt samen werken. Wat vind je van de algemene profilering van JOGG?

Respondent 12: Ja, ik ken ze niet allemaal in detail, maar de meeste dingen sta ik altijd wel achter. Of ik kan ze zo vertalen dat het voor mij ook zo is. En het is ook wel helpend dat soort dingen, dat neem ik ook weer mee in mijn gesprekken naar mensen. Dus ik word er wel geïnspireerd door. Dus ik kan me er wel in vinden.

Interviewster: Oké. Heb je ook het idee, je zegt ik ben betrokken bij de stichting. Heb je ook het idee dat zij betrokken zijn bij jou?

Respondent 12: Ja, zeker. Wat ik voor het interview vertelde dat ik wegging als JOGG-regisseur bij de organisatie daar, toen werd ik onwijs gesteund door bepaalde mensen van JOGG. Door hen ben ik toen ook weer aan de slag gegaan als JOGG-regisseur bij een andere gemeente. En daardoor voel ik me nu ook wel een van JOGG. En ik denk wel dat ze weten wie ik ben en wat ik kan.

Interviewster: Vind je dat belangrijk?

Respondent 12: Ja, dat vind ik wel. Ik denk dat het belangrijk is dat ze van alle JOGG-regisseurs weten wie ze zijn en wat ze kunnen.

Interviewster: Dan wil ik even door naar het onderwerp communicatie. Wat vind je goede communicatie?

Respondent 12: Ja, wat vind ik goede communicatie? Als het snel gaat en je elkaar begrijpt. Dat het duidelijk is wat de ander bedoeld.

Interviewster: Is die vorm van communicatie er nu?

Respondent 12: Ja, die communicatie is prima. Ik heb het idee dat ze weten wat ik doe en ik weet wat zij doen. Of in ieder geval voldoende. Dus ik vind die communicatie wel goed ja.

Interviewster: Je zei net ook al dat je de nieuwsbrief krijgt. Lees je die?

Respondent 12: Ja, altijd. Althans ik scrol hem door. Ik ga niet overal klikken. Het ligt er ook aan hoe druk mijn mailbox is. En ik moet zeggen, als ik er nu zo over nadenk, dat ik vaak denk ja, dat ga ik daarin mee nemen. Dat gebeurt niet altijd. Maar ik word er wel door geïnspireerd.

Interviewster: Wat vind je dat het leuks om te lezen?

Respondent 12: Ontwikkelingen in het land of weetjes in het land. Pas was er ook iets over de gezonde school iets nieuws of over de buitenlesdag. Dat zijn dingen waarvan ik denk, daar kan ik aanhaken of dat is een goed idee. Vooral landelijke ontwikkelingen vind ik wel interessant. En wat anderen gemeenten doen, want dan kan je daarvan afkijken. Soms denk ik ook wat leuk dat ze dat daar doen, dat zou hier niet werken.

Interviewster: Als je die voorbeelden krijgen, maakt het voor jou dan uit of voorbeelden uit de regio komen?

Respondent 12: Nee, ik moet gaan filteren of toetsen bij mijn mensen of dat hier haalbaar kan zijn ja of nee. Soms past het niet, maar wel op een andere manier. Dan is het wel fijn om te weten hoe ze dat deden en waar ze tegen aan liepen.

Interviewster: En de wiki, lees je die wel eens?

Respondent 12: Ja, ik kom geregeld op de wiki. Ik moet wel zeggen dat ik, toen ik net JOGG-regisseurs was, dat ik dacht wat is dit allemaal. Wat moet ik hiermee. Maar op een gegeven

moment had ik me bedacht en zat het in mijn systeem en dacht ik ja dit is echt heel fijn. Ik ben heel blij met de wiki.

Interviewster: Wat haal je er dan zo allemaal vanaf?

Respondent 12: Heel veel ideeën of best practises. Want ik kan heel goed in woorden mensen enthousiasmeren over JOGG en de aanpak. Maar om soms goed te verwoorden voor communicatie PR, dan is het heel fijn dat je daar stukken vandaan kan halen. Maar ook ondersteuning om plannen te schrijven of om je pijler goed neer te zetten. Ik kan er heel veel van halen.

Interviewster: Heb je het idee dat er voldoende op staat?

Respondent 12: Ja zeker, er staat zoveel op, dat kan ik niet bijbenen. Maar ik snap ook wel dat het lastig is, maar het is dus niet te veel. Je moet gewoon je weg weten.

Interviewster: Oké. Je zei net al dat je wel voldoende informatie krijgt en voldoende weet?

Respondent 12: Ja, dat zeker ik mis niks qua informatie.

Interviewster: Heb je ook het idee dat als je een vraag hebt of een opmerking of dat je het ergens niet mee eens bent, dat de stichting echt naar je luistert?

Respondent 12: Ja, dat denk ik wel. Ik heb niet een voorbeeld wat ik makkelijk kan geven, maar ik denk het wel. Maar ik denk wel dat het persoonlijk is. Ik kan met mijn adviseur wel dingen hebben dat ik denk dat kan je nu wel zeggen, maar dat geloof ik niet. Het is dan de vraag of dat ze dat dan doorgeeft aan de organisatie. Maar als ik echt vind dat daar wat mee moet gebeuren, ik kan best kritisch zijn, dan zou ik dat wel goed aangeven en als ik denk dat vind ik echt, dan neem ik wel direct contact op. Maar mijn focus ligt natuurlijk echt op lokaal. Dus dat heb ik nog niet zo aan de hand gehad.

Interviewster: Je zegt dan je gaat het via een ander kanaal proberen?

Respondent 12: Ja, als ik vind dat iets anders moet of dat ze iets moeten weten. Dan zou ik dat wel doen, maar dat is nog nooit aan de hand geweest hoor.

Interviewster: Oké, dus dat is voor jou geen drempel. Heb je verder wel eens de behoeften om de dialoog aan te gaan met JOGG?

Respondent 12: Landelijk? Nee. Niet meer dan ik nu al heb. Iets aanpakken of dat ik dingen mis. Helemaal niet, nee.

Interviewster: En als je die kans zou krijgen, zou je dat dan wel aanpakken?

Respondent 12: Ja, tuurlijk. Als dat de bedoeling is van een bijeenkomst of iets dan zou ik dat wel doen, maar dan zou ik wel gaan bedenken, waar ga ik kritisch over praten. Maar ik voel me nu zo ondersteund en vrij hoe ik het vertaal naar hier. Ik voel me zo gesteund door hen en ze geven me het vertrouwen. Dus dat vind ik heel fijn.

Interviewster: Vind je het fijn om in contact te komen met andere lokale professionals?

Respondent 12: Bedoel je andere JOGG-regisseurs?

Interviewster: Ja, en beleidsambtenaren.

Respondent 12: Ja, dat is wel fijn. We hebben ook regionale bijeenkomsten, waar we met heel veel mensen in gesprek gaan. Dat vind ik heel fijn. We bellen ook wel eens of mailen van hoe doe jij dit en kan je me helpen.

Interviewster: Bespreek je verder nog andere dingen?

Respondent 12: Hoe lastig soms dingen zijn, de valkuilen en knelpunten. Dingen die we allemaal als JOGG-regisseur, het is een fantastisch vak, maar toch hard werken. Maar op een gegeven moment merk je dat de energie eruit gaat als je ergens tegen aan loopt. En dat hebben we allemaal. En op een gegeven moment houdt het dan op. Dus dan is het fijn om te merken dat andere mensen dat ook hebben, van hoe heb jij dat dan gedaan. Dat is heel fijn.

Interviewster: Vind je ook dat de landelijke organisatie jullie genoeg aanzet om contact te zoeken met anderen?

Respondent 12: Ja, zeker.

Interviewster: Hoe dan?

Respondent 12: Nou door die bijeenkomsten. Ik geloof dat ik in mijn korte tijd hier ook al buiten mijn regio om mensen heb benaderd om te vragen hoe ze iets ergens anders doen.

Interviewster: Waarom doe je dat dan?

Respondent 12: Ja, ben ik nieuwsgierig. En het helpt je op weg.

Interviewster: Je wilt dus wel graag geïnspireerd worden door JOGG?

Respondent 12: Ja.

Interviewster: Aan wat voor inspiratie heb jij dan het meest?

Respondent 12: Goede voorbeelden en plannen uit andere gemeenten. Dingen die werkten, maar ook dingen die totaal niet werkten, zodat je ervan kan leren.

Interviewster: En als ik dan terugkom op dingen in de nieuwsbrief, stukken die je dan lees en dingen die informatie bevatten. Denk je de manier waarop iets geschreven wordt ook beïnvloed op of je iets leest of niet? Een pakkende kop of creatieve tekst?

Respondent 12: Ja, natuurlijk. Als communicatieadviseur, die weten dat natuurlijk heel goed. Een pakkende kop werkt altijd. Voor mij moet een kop dan vooral niet te lang zijn en lekker creatief geschreven zijn. Maar daar heb ik niet echt een tip voor. En de tekst zelf, ja in neem dingen op, zoals ik ze opneem en als ik meer tijd heb lees ik de nieuwsbrief langer. Dus of het dan uitmaakt of het creatief geschreven is? Ik denk dat het wel lekkerder wegleest.

Interviewster: Maakt het voor jou uit met welke toon de tekst geschreven is? Formeel of informeel?

Respondent 12: Nee, dat maakt me echt niks uit. Ik vind alles prima.

Interviewster: Zijn er dan bepaalde onderwerpen die je steeds leest?

Respondent 12: Nee, dat maakt niet zoveel uit.

Interviewster: Oké. Heb je social media?

Respondent 12: Ja.

Interviewster: Op welk platform ben je actief?

Respondent 12: Op Twitter.

Interviewster: Alleen op Twitter?

Respondent 12: Nou nu iets actiever, want we zijn net gelanceerd met Goed Bezig. Maar ik vind het wel ingewikkeld. Hoeveel ik post, wanneer ik post, wat ik dan zeg. En nu is het gewoon onder mijn eigen naam en dat is prima. Maar daar hebben we het hier ook lokaal over gehad, als je het doet moet je het ook echt heel goed doen, wil je er veel mee bereiken. Maar het kost heel veel tijd, dus het is een beetje zo half/half. Dus ik ben een beetje aan het zoeken, maar ik doe mijn best. Ik heb niet een hele actieve communicatiegroep, maar wel mensen die me op weg helpen.

Interviewster: Nou ik heb je wel voorbij zien komen op Twitter!

Respondent 12: Ja, het werkt wel. Ik heb een aantal keer wat gedeeld van de Prins en dan wordt het bericht heel erg bekeken. Maar of je dan echt je doelgroep haalt, dat vraag ik me af. Ik wil natuurlijk vooral dat lokaal mensen het lezen. Maar we worden in ieder geval lekker veel bekeken.

Interviewster: Dus Twitter doe je voor werk?

Respondent 12: Ja, dat is voor werk.

Interviewster: Zit je persoonlijk nog op iets anders?

Respondent 12: Ja, ik kijk wel Facebook, maar ik doe er echt niks mee. En LinkedIn doe ik natuurlijk ook. Maar dat is meer netwerken.

Interviewster: Hoe vaak kijk je daarop?

Respondent 12: Ik denk wel een paar keer per week, bijna dagelijks dat ik er wel even voorbij scrol, maar niet dingen post. Maar via werk heb ik wel weer onlangs, elke week nieuwe connecties. Dat mensen mij hebben gezien en dat ze denken, oh daar moeten we wat mee.

Interviewster: En reageer je wel eens op mensen?

Respondent 12: Ja. Wel eens. Vaak op Twitter.

Interviewster: Doe je dat om discussies aan te gaan?

Respondent 12: Nee, ik ga niet echt discussiëren, maar meer van hé wat een leuk berichtje.

Interviewster: Lees je ook wel eens blogs?

Respondent 12: Nee.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 12: Dat zit er gewoon niet in.

Interviewster: Kijk je wel eens vlogs?

Respondent 12: Ja, alleen van mijn dochters. Die kinderen onder elkaar die maken dan vlogs. Dus die kijk ik wel. Maar verder niet.

Interviewster: Heb je zelf wel eens de neiging gehad om blogs of vlogs te maken?

Respondent 12: Ja, ik heb er wel eens over nagedacht om het in te zetten voor Goed Bezig. Dat zou wel heel goed kunnen zijn, dat er lokaal iemand is die vlog dat die Goed Bezig meeneemt. Maar dat ga ik niet zelf doen.

Interviewster: Hoezo niet?

Respondent 12: Daar ben ik totaal geen type voor. Dat moet je echt fanatiek blijven doen en dat ga ik niet doen. Nee dat werkt niet voor mij. Ik denk dat andere mensen heel goed zijn in vloggen. En die moeten mij dan gewoon meenemen. Dus dan ga ik meer tijd stoppen in hun te bewerken dat ze het meenemen, dan dat ik het zelf ga doen.

Interviewster: Dat is ook een goede optie. Heb je op social media wel eens een voorkeur voor plaatsjes, filmpjes of tekst?

Respondent 12: Een plaatje in combinatie met tekst.

Interviewster: Waarom vind je dat zo fijn?

Respondent 12: Ja, alleen een plaatje zegt weer weinig en alleen tekst vind ik veel te saai. Maar het ligt er ook aan wie het zegt. Dan wil je het wel even lezen.

Interviewster: Hoe bedoel je?

Respondent 12: Als JOGG landelijk alleen tekst heeft zou ik het wel lezen, maar bij het kenniscentrumsport zou ik het niet lezen.

Interviewster: Waarom denk je dat?

Respondent 12: JOGG is eigen. En het kenniscentrumsport niet. Dus een beetje zo.

Interviewster: Volg je JOGG ook actief?

Respondent 12: Ja, die volg ik wel. Als ik kijk dan zie ik JOGG altijd voorbijkomen.

Interviewster: Oké, nou we hebben het al even gehad over de wiki. Wat ik voor nieuw communicatiemiddel onderzoek is een online platform om de relatie te versterken tussen landelijk en lokale professionals. Dat je direct in contact staat. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 12: Ja, leuk. Prima. Ik denk alleen als je nu de andere professionals wil vinden, dat je ze ook kan vinden. Alleen moet je daar dan je best voor doen om te mailen. Maar ik weet wel waar ik gegevens kan vinden. Maar ja of ik nou ga chatten of ik mail, dat maakt niet uit, omdat ik me nu wel vrij voel om mensen dingen te vraag. Maar ik denk dat als je nieuw bent dat het heel erg kan helpen. Voor mezelf zou ik dat heel prettig gevonden hebben, omdat je dan op onderwerpen kan zoeken en kijken wie wat heeft gedaan.

Interviewster: En stel je zou willen weten hoe anderen The Daily Mile inzetten in gemeenten. Zou je dan eerder naar het platform gaan, als dat er is, of zou je naar Annemarie gaan?

Respondent 12: Nee, het platform zou ik wel gebruiken. Als dat leeft, als daar reacties op komen. Maar als niemand reageert, ja dan. Maar misschien zou ik nog eerder mensen in mijn huidige netwerk bellen om te vragen hoe het was.

Interviewster: Komt dat dan door dat je die mensen persoonlijk kent?

Respondent 12: Ja, absoluut. Die mensen heb je al eens gezien.

Interviewster: En stel iemand op het platform vraagt wat, die je niet kent, zou je dan minder snel reageren?

Respondent 12: Nee, hoor. Nou moet ik wel zeggen als het op een drukke dag is en Thomas vraagt wat en Henkie die ik niet ken. Dan moet Henkie even wachten en geef ik Thomas wel gelijk antwoord.

Interviewster: Dus je maakt dan wel een soort onderscheid?

Respondent 12: Ja, dat is dan een oude collega. Die wou iets weten over JOGG. Die wist dat ik kennis had van JOGG en die vroeg hoe zit dit en dat. Maar als het iemand was die ik niet kende, dan dacht ik wacht maar even. Maar Thomas bel ik wel even als ik op de fiets zit. Dus daar zit wel een verschil in.

Interviewster: En stel je zou een vraag hebben aan JOGG landelijk. Stel je zou iets in de media zien en je zou vragen om een toelichting. Zou je dat daar vragen?

Respondent 12: Ja, misschien wel. Het ligt eraan. Dat is ook met social media zo, als het laagdrempelig is, een beetje anoniem, dan kan dat zo lekker. Terwijl als ik persoonlijk bel waarom doen jullie dit, dan is dat heel anders.

Interviewster: Wil je dan dat het anoniem is?

Respondent 12: Ik denk dat het voor sommige mensen wel fijn is om dingen anoniem te vragen. Dan is het lekker laagdrempelig en durf je te vragen.

Interviewster: Heb je het idee dat je dan zelf ook meer zou zeggen?

Respondent 12: Nee, ik voel me wel zo vrij en vertrouwd dat ik alles zou zeggen. Maar misschien brengt het ze wel op andere ideeën om bij je te komen. Maar nog meer media naast Twitter, nieuwsbrieven, de wiki en adviseur dingen en regionaal heb je dingen onder elkaar. Nog iets, ja je moet ook wel veel in de gaten houden.

Interviewster: Zou je het te veel vinden?

Respondent 12: Ja, misschien wel. Als ik het zo opnoem, dan denk ik ook wanneer zou ik dat moeten doen dan. Maar aan de andere kant, hoe meer kennisoverdracht, hoe beter. En hoe meer je elkaar enthousiast maakt, hoe fijner het is. En voor sommige mensen zou het wel werken.

Interviewster: Zou je willen dat alles wat op social media komt, dat dat ook op het platform komt? Dat je voor jezelf een bron hebt waar je het kan vinden?

Respondent 12: Ja, dat zou wel handig zijn. Maar dat mis ik nu niet.

Interviewster: Heb je het idee dat een platform de relatie kan versterken?

Respondent 12: Voor mij persoonlijk maakt het denk niet veel uit. Maar ik denk voor anderen wel. Als je nieuwer bent, dan denk ik een paar jaar geleden was het voor mijzelf wel fijn geweest. Maar dat je nog meer kennis krijgt over wat andere mensen doen, dat kan wel helpen ja aan de relatie.

Interviewster: En stel er is een chatfunctie. Zou je die gebruiken?

Respondent 12: Ja, dat denk ik wel. Want ik zit nu zelf na te denken over waterkoelers, dan dacht ik ja ik zou wel willen weten hoe dat zit. Maar wat ik nu ga doen, dan ga ik naar de wiki, dan ga ik erover lezen en als ik het dan nog niet weet dan vraag ik het aan Annemarie of ze tips heeft. Maar anders krijg je misschien meer tips dan alleen van Annemarie. Je krijgt meer antwoorden, dus dat is misschien wel fijn. Maar misschien krijg je ook wel info waar je niet op zit te achten. Dat mensen reageren.

Interviewster: Denk je dat dat voor jou zou kunnen zorgen dat je minder naar het platform gaat?

Respondent 12: Ja, dat zou wel kunnen ja. Dat kan je wel gaan denken.

Interviewster: Oké. Ik kan op het platform, het is nog helemaal open wat voor platform het wordt. Zou je het belangrijk vinden dat je in groepen werkt? Bepaalde werkgroepen of per pijler?

Respondent 12: Ja, dat is wel handig.

Interviewster: Waarom vind je dat handig?

Respondent 12: Anders komen alle vragen bij elkaar, terwijl je denkt maakt mijn iet uit wat jij met je PPS doet. Als ik het wil dan zoek ik het wel op.

Interviewster: Heb je nu al een WhatsAppgroep in de regio?

Respondent 12: Nee.

Interviewster: Heb je daar behoefte aan?

Respondent 12: Nee, als ik ze nodig heb dan WhatsApp ik ze wel. Maar dat komt omdat ik er al een paar jaar bij zit. Mijn band is sterk genoeg om even contact op te nemen. Maar het zou wel, ja misschien is het leuk. Ja. Maar ik mis het niet.

Interviewster: Stel het platform komt er. Is er dan een voorkeur waar dat is? Social media, zoals Facebook of Twitter, LinkedIn, Yammer. Of zou het je niet uitmaken of het op de wiki komt?

Respondent 12: Yammer ken ik niet. Ben ik nu heel oud?

Interviewster: Nee, helemaal niet, dat leg ik zo helemaal voor je uit.

Respondent 12: Geef mij maar een wiki, dat vind ik wel handig. Anders moet ik weer wat nieuws erbij doen. Ik denk niet dat iedereen dat wil, maar ik persoonlijk wel. Je wilt niet weer wat nieuws aanleren, je bent al jaren bezig om iedereen naar die wiki te sturen, laten we dat dan bij de wiki houden.

Interviewster: En stel er staat een bericht op van een collega regisseur en daar heeft al lang niemand op gereageerd. Zou je dan een bericht willen in je mail?

Respondent 12: Nee, niet nog meer mail.

Interviewster: Zou je op een ander manier een bericht willen krijgen of een melding?

Respondent 12: Nee, als je het kijkt, dan kijk je. Ik zou geen melding willen. Of dat je het aan kan zetten ja of nee. Maar ik zou hem uitzetten.

Interviewster: En is het een optie het mee te nemen in de JOGG-update.

Respondent 12: Ja, dat zou ik wel wat vinden ja. Die lees ik altijd wel.

Interviewster: Zou dat je ook motiveren om er heen te gaan?

Respondent 12: Ja, maar nogmaals. Als ik op het moment dat ding lees, als ik tijd heb zou ik het doen. Maar als ik geen tijd heb dan parkeer ik hem en dan komt het er waarschijnlijk niet meer van. Ik denk dat heel veel regisseurs dat hebben. Je hebt zoveel dingen uit staan, je bent met zoveel dingen bezig. Het is niet het begin van een eind op een dag. Het ligt eraan of ik tijd heb om het te lezen of moet ik alleen mijn mail beantwoorden en weer verder. Dan ga ik niet in die chatfunctie zitten. Je moet prioriteiten stellen, want het kan natuurlijk wel.

Interviewster: Heb je vaak geen tijd voor de JOGG-update? Is dat regelmatig?

Respondent 12: Nee, ik lees hem altijd wel. En de ene keer heb je er iets meer tijd voor dan de andere keer.

Interviewster: Ik heb heur nog een vraag, welke functies vind je een vereiste. Ik heb hier ook kaartjes met functies voorop het platform. Zou je ze van meest naar minst belangrijk willen leggen?

Respondent 12: Ja, ik vind het meest belangrijk als er een platform is om lokale voorbeelden te krijgen en te delen. Die staan nu ook op de wiki, maar dat zijn maar een aantal dingen, die uitgekozen zijn. Dus dan heb je meer voorbeelden, waarvan je kan scrollen over bijvoorbeeld die jerrycan en hoeveel ervaring er is. Maar dat betekent ook dat ik mijn ervaring erop zou zetten?

Interviewster: Zou je dat zelf doen?

Respondent 12: Jawel, maar ook heel veel niet.

Interviewster: Zou het helpen als de adviseur tegen je zegt, van nou dit is een hele goede, wil je dit misschien delen?

Respondent 12: Ja, natuurlijk. En dan inspireren en geïnspireerd worden. Dat is altijd fijn om inspiratie te krijgen. Direct contact zou ik ook echt een meerwaarde vinden, want dit vind ik ook wel dat het op de wiki staat, maar dan uitgebreider. Maar direct contact kan nog niet met JOGG-landelijk en lokaal, zodat je direct antwoord krijgt. Maar wanneer ga ik mijn chat aan zetten? Ik weet het nog niet. En vragen kan stellen. Waarbij ik wel meteen denk, dan bel ik Annemarie toch of een andere lokale regisseur. Waarom wil ik dat op een platform? Dan documenten delen. Dat is handig, maar ik mis nu niks. Op de hoogte blijven van werkzaamheden van JOGG landelijk, dat ben ik wel. Dus dat hoeft niet meer nu. En wat ik helemaal belangrijk vind is informatie krijgen over JOGG-aanpak, dat weet ik nu wel en amusement en vrijetijdsbesteding hoef ik niet daar te delen.

Interviewster: Oké, dat is duidelijk. Dan wil ik je nog dit voorbeeld laten zien van Yammer. Het is van Office, heb je een Officeaccount?

Respondent 12: Ja.

Interviewster: Het is vergelijkbaar met Facebook. Je kunt hier berichten delen en polls maken. Je kunt hier ook groepen aanmaken, bijvoorbeeld een groep Noord-Holland en een groep per provincie of per pijler of campagne. Via deze functie kun je chatten en je kunt ook privé groepen aanmaken. Dus veel mogelijkheden. Wat zou je daarvan vinden?

Respondent 12: Ja, die Slacken wat af. Daar kun je ook chatten terwijl je aan het werk bent. Dus ik snap wel een beetje wat het is. Ik denk dat ik daar niet veel mee zou doen, omdat ik het niet mis. Omdat ik persoonlijk weet ik ze te vinden. Maar de corebusiness ligt hier, maar er komt ook veel info voorbij die ik wil bij houden, omdat ik het interessant vind, dat kost ook veel tijd.

Interviewster: Dus je hebt het idee dat het veel tijd kost?

Respondent 12: Het heeft wel winst, maar ik mis het nu niet. Omdat ik mensen zelf durf te bellen of langs ga.

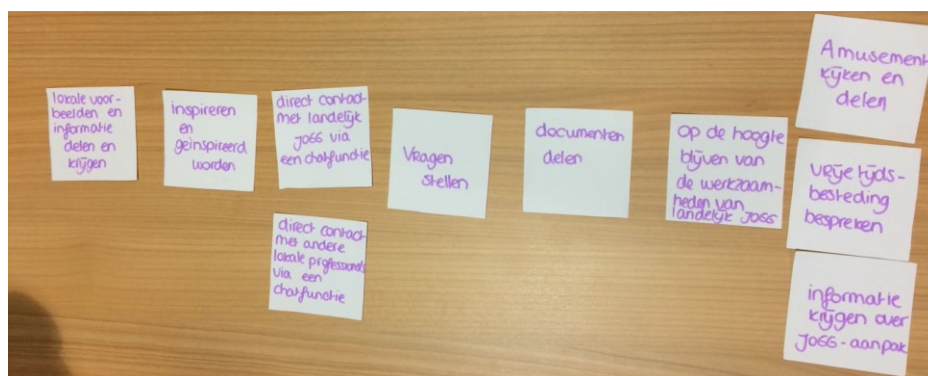
Interviewster: Vind je ook dat het platform gemanaged moet worden door landelijk of door lokale professionals?

Respondent 12: Ik denk dat lokaal heel leuk zou zijn, maar iedereen is bezig met zijn eigen gemeente. Dus het zou wel van landelijk moeten afkomen. Ik zou dan eerder een groep aanmaken met mensen die hier zitten om met elkaar te praten over wat we hier gaan doen en hé jongens wat doe jij bij de Avondvierdaagse, zoiets, dan met landelijk. Ik heb gevoel nu, dat ik wel genoeg info krijg en dat ik op weg kan.

Interviewster: En die groep voor de regio, zou je die dan wel hier aanmaken?

Respondent 12: Ja, maar dan vraag ik me ook af of het werkt, omdat je elkaar nu persoonlijk weet te vinden. Het gaat hier allemaal heel snel.

Interviewster: Oké. Dat was mijn laatste vraag. Dankjewel.



Figuur 32. Card Sorting-test Respondent 12. Bron: Van Vliet (2018)

Telefonisch gesprek:

Datum: 16-07-2018

Duur: 6 minuten

Interviewster: Hoi, leuk je weer even te spreken. Fijn dat je wilde helpen.

Respondent 12: Ja, natuurlijk geen probleem. Ik vond het jammer om te horen dat je het niet had gehaald. Ga je het nu wel redden?

Interviewster: Ja, ik hoop het wel!

Respondent 12: Vast wel. Ik heb je berichten net nog even gelezen, ter voorbereiding. Dus ik ben er klaar voor.

Interviewster: Dat is fijn, dankjewel. Dan wil ik gelijk beginnen. Ik onderzoek natuurlijk of een platform zou kunnen bijdragen aan de betrokkenheid van lokale professionals. En met deze berichten wilde ik testen of jullie zouden reageren, berichten zouden liken of delen. Om te kijken of er interactie ontstaat door deze berichten. Zullen we gelijk beginnen met bericht 1? Wat vind je hiervan? En zou je hier iets mee doen?

Respondent 12: Ja, bericht 1. Even kijken. Coca-Cola. Ja ik vind dit altijd wel interessant. Het bedrijfsleven blijft een gevoelig puntje. En dan vooral Coca-Cola. Maar wel een mooi voorbeeld.

Interessant wel ook. Het is toch belangrijk dat wij als lokale professionals hiervan op de hoogte zijn. Dus ik denk wel dat ik dit zou lezen. En misschien ook wel leuk zou vinden. Mocht ik vragen hebben zou ik reageren, maar ik denk het niet. Misschien dat ik dan mijn adviseur bel ook.

Interviewster: Oké en berichten twee en drie? Die berichten lijken op elkaar, maar zijn net even anders geschreven.

Respondent 12: Even kijken. Ja leuke berichtjes. Die tweede vind ik wel leuk geschreven. Die zou ik wel liken. De eerste eigenlijk ook wel. Die is wat meer concreet. Misschien dat daar toch wat meer mijn voorkeur naar uit zou gaan.

Interviewster: Oké en bericht 3?

Respondent 12: Bericht 3. Oh dan moet ik misschien wel even eerst het filmpje kijken. Die had ik nog niet gezien.

Interviewster: Dat is goed, doe rustig aan.

Respondent 12: Ik denk dat ik dit bericht wel zou delen. Binnen de gemeente en met sportcoaches. Om het belang te laten zien van die invloed van de omgeving. Dat is ook echt wel belangrijk. Ja ik vind dit wel een mooi bericht. Het is ook mooi als JOGG dit deelt, zij hebben natuurlijk meer contact met het ministerie dan wij. Dus dan zijn wij er ook gelijk van op de hoogte!

Interviewster: Oké, dus dit bericht zou je delen?

Respondent 12: Ja, ik denk het wel.

Interviewster: Oké, dankjewel. Dat waren mijn vragen. Het waren er niet heel veel.

Respondent 12: Dat is geen probleem. Fijn dat je het hebt.

Interviewster: Ja, nogmaals bedankt.

Respondent 12: Geen probleem. Succes met je scriptie!

Interviewster: Dankjewel!

Respondent 13

Datum: 01-05-2018

Functie: JOGG-adviseur

Leeftijd: 35

In dienst: 3,5 jaar

Duur: 51 minuten

Gesprek

Interviewster: Zou je misschien willen zeggen wat je leeftijd is, je functie en hoe lang je al in dienst bent bij JOGG?

Respondent 13: Ik ben 35 jaar, ik ben senior-adviseur JOGG-aanpak en ik werk hier nu bijna 4 jaar.

Interviewster: Oké, zou je misschien willen zeggen hoe je communiceert met lokale gemeenten?

Respondent 13: We bespreken natuurlijk JOGG-gemeenten veel persoonlijk. Ik ben wel adviseur in Friesland, wat een JOGG-regio is, dat maakt wel dat ik minder face-to-face contact heb. Daar zit een regiocoördinator en die heeft voor directe lijntjes. Dat is voor mij wel een uitdaging om te zorgen dat ik wel een goede verbinding hou met Friesland. Dus dat doe ik verder daarna ook via de mail of telefonisch of via de Whatsapp, Twitter.

Interviewster: Oké. Wat versta je zelf onder goede communicatie?

Respondent 13: Ja, goede communicatie moet vooral ondersteunend zijn aan het doel wat we met elkaar hebben. Dus vanuit mijn functie naar JOGG-gemeenten, daar moet communicatie ondersteunend aan zijn. Dus ik geloof in die zin heel erg dat het ook onderdeel is van de relatie die je aangaat met de gemeente. Daarom helpt het om soms even de telefoon te pakken of even daar in Friesland te zijn en koffie te drinken.

Interviewster: Heb je het idee dat die communicatie er is?

Respondent 13: Ja, die communicatie is wel goed, maar dan communicatie en relatie loopt dat misschien een beetje door elkaar heen en beïnvloed elkaar. Sommige gemeenten nemen zelf ook veel contact op, telefonisch of per mail, dat is van invloed op je relatie. Sommige gemeenten is dat minder en daar heb je dan minder zicht op de JOGG-regio. Ten opzichte van andere adviseurs, met individuele gemeenten, zij hebben direct contact met de gemeenten. In Friesland, Limburg en Noord-Veluwe, waar het eerste aanspreekpunt de regiocoördinator is. Die werken daar lokaal en hebben direct en vaker contact met elkaar. Daar zitten we als adviseur iets meer op de achtergrond. Dat is ook wel van invloed op je communicatie en je relatie.

Interviewster: Wat is jouw doel met communicatie?

Respondent 13: Ondersteunen voornamelijk. Wat ik zei en je relatie onderhouden en zorgen dat de gemeenten het gevoel hebben dat ze voor hun vragen altijd hier terecht kunnen. Maar

we willen natuurlijk ook inspireren en goede voorbeelden laten zien, bijvoorbeeld met de JOGG-update.

Interviewster: Je staat meer op de achtergrond, zou je dat dichterbij elkaar willen brengen?

Respondent 13: Nee, Mijn opdracht hier binnen de gemeenten is om via die JOGG-regio's de aanpak te borgen in die gemeenten en die regio's, zodat wij onze opdracht als afgerond kunnen omschrijven en zij zelfstandig door kunnen. Een regiocoördinator weet beter, dan het poppetje vanuit het landelijk bureau, wat er speelt in de gemeente. Je positioneert zo'n regiocoördinator, maar dat is ook van invloed op de relatie die je hebt en ook hoe vaak je contact hebt.

Interviewster: Zou je de communicatie willen verbeteren

Respondent 13: het is een beetje een dooddoener, maar overal is maatwerk en het is aan ons als adviseurs om te bepalen van wat is er hier bij deze gemeente een effectieve manier om te communiceren. Sommigen regisseurs en beleidsambtenaren worden heel blij van een duidelijke mail en een ander weet dat het beter werkt om eens af en toe te bellen, van hoe gaat het en samen telefonisch even te sparren. Er zijn altijd dingen die beter kunnen.

Interviewster: Ik heb hier de vraag hoe kunnen we communicatie inzetten om de relatie met lokale professionals te verbeteren. Maar volgens jou is communicatie verworven met de relatie. Hoe zie je dat? Vindt u het belangrijk om het gesprek aan te gaan met lokale gemeenten?

Respondent 13: Ja, natuurlijk. Wij kunnen lokaal inbrengen wat we willen veranderen, maar ik geloof wel in de kennis en expertise die wij als adviseurs hebben in te brengen. En daar moeten wij dan ondersteunen en over in gesprek met lokaal om hun te helpen met de implementatie van het product, de JOGG-aanpak. Hiervoor hebben we allemaal tools en materialen om hun hierbij te helpen. Maar het is continue een proces hoe je dat nog beter kunt doen. Een beetje de voorgeschiedenis. De voorgeschiedenis is dat we redelijk klein zijn begonnen, toen hebben we allemaal tools en instrumenten bedacht en toen dachten we ook hoe zetten we een voortgangstool in om. We doen altijd 4 keer per jaar een voortgangsgesprek. We gaan heel erg af op de adviseur, die kent de gemeenten het best, dus die weet wanneer er wat gebeurd in de gemeente. De adviseur krijgt een soort rugzak mee met allerlei instrumenten en tools om dingen in gang te zetten binnen de gemeente of te prikkelen om na te denken over hoe integraal ben ik nu bezig als gemeente of kunnen er daar nog dingen beter in. Dat is dan uiteindelijk de expertise van een adviseur en dat is dan het toverwoord, maatwerk.

Interviewster: Hoe denk je dat communicatie de relatie kan verbeteren?

Respondent 13: Misschien nog meer contactmomenten en nog meer maatwerk. Dan zullen gemeenten het idee hebben dat we echt voor hun klaar staan. Maar dat doen we nu natuurlijk ook al. En je moet ook weer niet te dichtbij komen, want je wil uiteindelijk dat ze zelfstandig aan de slag kunnen.

Interviewster: Je zei net ook dat je op Twitter zit met gemeenten. Maak je verder gebruik van social media?

Respondent 13: Inderdaad Facebook, al heb ik pasgeleden wel overwogen om te stoppen, maar niet gedaan. Ik heb wel al mijn vrienden er afgeknald. Ik volg JOGG nog wel maar

verzoeken van JOGG-adviseurs voeg ik niet toe. Daar like ik soms dingen. Ik zit ook op LinkedIn, daar voeg ik wel mensen uit mijn zakelijke netwerk toe. Daar deel ik ook dingen en ben ik connected met mensen.

Interviewster: Zit je verder nog op YouTube of Flickr of Instagram?

Respondent 13: Ja, Instagram zeker.

Interviewster: Hoe actief ben je daar?

Respondent 13: Werk gerelateerd zijn Twitter en LinkedIn voor mij het meest van toepassing. Twitter gebruik ik echt om JOGG-gemeenten te noemen of te retweeten. Op LinkedIn like ik wel dingen van JOGG-gemeenten. Dus ik deel veel van anderen. Ik zit wel dagelijks op de platformen, maar ik ga verder geen discussies aan. Ik zit met name meer op het retweeten en liken en soms reageer ik met wat een mooie factsheet, maar daar blijft het bij.

Interviewster: Lees je verder wel een vlogs of blogs?

Respondent 13: Vlogs keek ik gister toevallig, van de bekende YouTuber van onze nieuwe campagne Girls Go Green, maar verder doe ik dat niet zo snel. Blogs misschien eerder, maar ook niet zo. Wat voor blogs lees ik? Van Marjon, misschien lees ik er toch wel niet zoveel. Meer vanuit nieuwsbrieven en zo. Ik kijk wel een vlog van de huismutsen, dat is een Amsterdamse hippe moeder die leuk over lifestyle en wonen en kinderen opvoeden vlogt.

Interviewster: Zou je zelf blogs maken of vlogs schrijven?

Respondent 13: Nee, laat dat maar aan andere mensen over. Vloggen sowieso niet, want dan sta ik zo in het middelpunt en bloggen eigenlijk ook niet.

Interviewster: En als de organisatie dat van je zou vragen, zou je dat dan wel doen?

Respondent 13: Nee, kies dan maar iemand anders.

Interviewster: Wat zou je ervan vinden om met een platform te communiceren met gemeenten?

Respondent 13: Aan de ene kant denk ik dat het zinvol en waardevol is. Dat je ermee kunt ondersteunen en dat de professionals ook elkaar makkelijk weten te vinden. Als je dat doet moet het wel binnen bestaande platformen zijn, dus dat zou dan de wiki zijn. Of de wiki 2.0 en niet iets apart.

Interviewster: Waarom niet?

Respondent 13: Meer als ik denk vanuit de JOGG-professionals, die hebben al hun eigen organisatie waar ze vaak dit ook hebben en we moeten oppassen dat er weer iets nieuws komt met een inlog. Het moet hen heel makkelijk gemaakt worden. Aan de andere kant vind ik het leuk om te zien, tijdens het Kennisfestival met de app, dat mensen best wel vragen stellen aan elkaar. Het waren geen grote aantallen, maar toch wel een aantal die leuke vragen stelden. We moeten eigenlijk nog even die paar vragen eruit filteren en benadrukken wat die mensen met elkaar gedeeld hebben. Ik denk dat ook andere JOGG-professionals daar weer van kunnen leren. Het is ook een mooie manier dat ze elkaar vooral weten te vinden en dat wij daar als adviseurs wat verder kunnen weg kunnen staan. Het doel is dat ze natuurlijk uiteindelijk zichzelf en elkaar kunnen ondersteunen en dat wij niet meer nodig zijn. Er zijn natuurlijk ook een aantal

regio's waar de regisseurs een WhatsApp hebben met elkaar waar ze zo af en toe dingen delen. Dan vraag ik me af of ze meerwaarde zien om ook nog via een platform te communiceren. Maar dat antwoord heb ik niet.

Interviewster: Maar ik natuurlijk wel. Maar vanuit je zelf, wat zou jouw rol zijn op het platform?

Respondent 13: Ik zie wel een rol voor ons om daarin mee te kijken en de landelijke adviezen en ondersteuning te bieden. Dat is wel onze rol om daarin deel te nemen en de goede weg op te helpen.

Interviewster: Denk je dat een platform kan bijdragen aan de relatie?

Respondent 13: Ja, zeker. Het is ook een vorm. Je hebt een positieve bijdragen, je faciliteert in elkaar kunnen vinden en elkaar kunnen bevragen. Het is laagdrempelig en het is een mooie manier om de landelijke kennis en expertise via die vorm in te brengen.

Interviewster: Wat is jouw doel wat je wil bereiken met het platform?

Respondent 13: Het is denk ik vooral als vraag-en-antwoordplatform. Laagdrempelig je vraag kunnen neerleggen en die vragen kunnen heel divers en praktisch zijn. Dat blijft ook wel de hamvraag: hoe kan je de goede voorbeelden vinden. Dat zou daar ook moeten terugkomen of ze daar al vindbaar zijn maar ook dat daar laagdrempeligheid is. Dat iemand op zoek is naar een goed voorbeeld van DrinkWater dat makkelijk kan vragen.

Interviewster: Heb je voldoende kennis om deel te nemen aan het platform?

Respondent 13: Ja, ik denk dat de vragen die daar gesteld worden niet heel anders zijn dan wat we nu doen. Het is alleen een ander medium.

Interviewster: Heb je ook ervaring met het monitoren van berichten of wil je daar nog kennis overkrijgen?

Respondent 13: Niet heel erg. Maar dan hebben we denk wel een training van de communicatiedames nodig. We moeten het er wel met elkaar over hebben, van wat houdt dat monitoren in, wie heeft daar een rol in, wie is verantwoordelijk. Ik kan me voorstellen dat wij als adviseurs over de inhoud een rol hebben, maar het monitoren kan ook wel weer bij communicatie liggen. Dat zie ik daar meer. Daar zie ik wel een scheiding in taken.

Interviewster: Vind je het opstellen van een contentstrategie en het meten van resultaten van het platform, dus een beetje analytics. Vind je dat ook de taak van de afdeling communicatie?

Respondent 13: Ik denk dat dat de expertise is van communicatie.

Interviewster: Zou je zelf ook berichten posten of zou je vooral reageren op anderen?

Respondent 13: Ik denk dat wij ook wel berichten moeten posten om het levendig te houden en om te prikkelen en bepaalde dingen te stimuleren of bij bepaalde nieuwe ontwikkelingen of nieuwe producten, dat je die onder de aandacht kan brengen. Van hé wat vinden mensen hiervan. Een poll bijvoorbeeld. Maar ik denk dat ik dat wel kan ook. Ik kan nu ook reageren als iemand een vraag heeft, dus dat zal ik op het platform niet anders doen.

Interviewster: Denk je dat de kennis hebt om op een creatieve en informatieve manier berichten te delen?

Respondent 13: Ja, ik denk wel dat ik mensen kan prikkelen en informatie kan delen via het platform. Maar om het echt creatief te maken denk ik dan dat we de expertise van het communicatieteam wel kunnen gebruiken.

Interviewster: Denk je dat zij tegen jullie moeten zeggen hoe je zo'n bericht moet opstellen, dus richtlijnen of zou u een leuke workshop willen?

Respondent 13: Een workshop denk ik. Richtlijnen vind ik niet heel creatief klinken.

Interviewster: Een workshop, moet dat dan intern zijn of extern?

Respondent 13: Ja, dat ligt eraan of het communicatieteam zelf de expertise heeft en denkt voldoende kennis te hebben om ons te helpen. Ik denk dat ze dat prima kunnen, maar dat is voor hun om te bepalen.

Interviewster: Stel er breekt een crisis, het klinkt heel heftig, maar het is toch belangrijk om te bespreken.

Respondent 13: Dan hebben we jullie ook heel hard nodig, communicatie.

Interviewster: Laat je dat dan ook over aan communicatie of vind je dat je daar zelf ook een rol in hebt?

Respondent 13: Ook. Uiteindelijk zie ik voor ons daar wel een rol in. Maar de hoe en de verwoording, daar ligt wel een taak voor communicatie. Bijvoorbeeld ook hoe zij nu reageren op negatieve berichten op Twitter, daar heb ik dan wel een beeld bij, maar ik denk dat het heel krachtig is dat we daar een team voor hebben. Wij hebben als adviseurs een relatie met gemeenten, wij kunnen communiceren, maar de input daarvoor moet je wel hebben vanuit een afstemming met communicatie?

Interviewster: Haal jij dan ook vertrouwen uit een crisisplan?

Respondent 13: Dat klinkt zo zwaar, maar voor mij is dat niet nodig. Nee, maar volgens mij gaat het dan meer om algemeen en beleid communicatie en staat het los van het platform. Het is in algemene zin hoe wordt hierop gereageerd op negatieve berichtgeving. Ik denk niet dat dat direct een crisisplan hoeft te zijn, maar we hebben er intern wel een beeld bij hoe je reageert op berichten. Dat pas je dan ook toe.

Interviewster: Weet je wat die visie is en hoe je die moet uitdragen?

Respondent 13: Ja, rondom Twitter weet ik dat wel, maar vooral op een positieve manier mensen toe leiden naar de feitelijke informatie. Verwijzen naar de visie die op onze website staat. Dit is waarvoor wij staan en dit zijn de feiten. En dat is wel goed om via Twitter op die manier uit te dragen en soms ook wel de betreffende personen uit te nodigen en persoonlijk het gesprek aan te gaan.

Interviewster: Dus je beheerst dat wel?

Respondent 13: Ja.

Interviewster: Oké. Stel er komt een platform, heb je nog behoefte aan bepaalde informatie?

Respondent 13: Ik denk dat we met name intern wel scherp moeten hebben met elkaar wat ieders rol en taak en verantwoordelijkheid binnen het platform. De rol van de adviseurs en de rol van communicatie. Ik denk dat het goed is om daar aan de voorkant wel helderheid over te

hebben. Het helpt wel om succesvol gebruik te maken van je platform. Het wordt altijd wel snel bedacht dat zo'n platform goed is, maar je moet wel nadenken over wat ieders rol dan is.

Interviewster: Ik hanteer een model waarin staat dat je als organisatie begint bij het kijken naar de wensen en behoeften van de doelgroep. Dan stel je berichten op en dat ga je reageren. Dat zijn drie stappen. Heb je het idee dat je die stappen langzaam wil verlopen, van goh wat zijn de wensen en hoe stel ik berichten op om vervolgens te reageren.

Respondent 13: Zoals ik hem zie kijk jij vast naar de wensen en behoeften en wij kunnen daar als adviseur wel een beeld bij hebben. Maar het moet ook een platform zijn voor de gemeenten, wat willen zij eruit halen. Dus ik zou wel graag willen weten wat de doelgroep wil.

Interviewster: Denk je dan dat je al bij stap 1 bent en snel naar stap 2 kan?

Respondent 13: Ik ben nog wel een stap daarvoor. Ik heb nog geen antwoord hoe het medium gaat zijn wat we nodig hebben. Eerst moet ik zeker weten dat het van toegevoegde waarden gaat zijn aan wat we nu al doen. Maar ik denk wel als je die stappen langzaam doorloopt, dat je met elkaar vertrouwen krijgt in het middel en de gemeenten goed van dienst kan zijn.

Interviewster: Vind je het ook belangrijk dat de organisatie achter jouw berichten staat en wat je doet op het platform?

Respondent 13: Ja, dat heb ik ook wel. Dat vind ik gewoon hier dat zit heel erg in de organisatie. Het is een platte organisatie waar je eigen initiatieven kan nemen. Net als het platform hier je hebt de ruimte om het te doen en dat je daar de kennis en expertise voor hebt, daar geloven ze wel in. En als je het goed onderbouwt dan zullen ze er zeker wat in zien.

Interviewster: Je zegt al het is een platte organisatie. Denk je dat er van boven af dat je aangestuurd moet worden op het platform?

Respondent 13: Nee, in die zin zie ik het platform als onderdeel van de JOGG-aanpak en daar is het team van adviseurs en het programmateam daar verantwoordelijk voor is. Ik denk dat wij daar eerder invloed op moeten uitoefenen dan het MT. Het MT heeft daar minder goed zicht op, dus dan denk ik dat de verantwoordelijkheid bij ons ligt, omdat het heel ondersteunend is aan de JOGG-aanpak. Het omvat niet de hele organisatie, maar echt de JOGG-aanpak. Dus dan vind ik dat bij ons liggen.

Interviewster: Je zei net al dat je de wiki als voorkeur hebt voor een platform?

Respondent 13: Ja, de huidige wiki voldoet niet aan alle behoeften. Dat heeft met name te maken met dat de zoekfunctie niet heel makkelijk is. Een mooie verbeter slag is om de zoekfunctie beter te maken, door dingen te taggen, zodat mensen makkelijker bij de informatie komen die ze zoeken. Dus een platform kan de door ontwikkeling worden van de wiki of ook andere functionaliteiten.

Interviewster: Het gaat meer om JOGG te laten zien aan lokale professionals en mensen met elkaar in gesprek kunnen komen. Informatievoorziening zou ook kunnen natuurlijk.

Respondent 13: Ja, dan zou de wiki wel een goede zijn. Wat er staat op de wiki, dat is enorm van toegevoegde waarde voor gemeenten. We willen hem uitbouwen naar dat die nog beter bruikbaar is en of je daar functionaliteiten toe voegt, dat zou kunnen.

Interviewster: En stel het platform wordt Yammer?

Respondent 13: Daar ben ik minder enthousiast over, omdat dat weer een nieuw platform is naast SharePoint, wat we intern hebben. Ik vind het dan te veel. Denkend vanuit de doelgroep denk ik niet dat het goed gebruikt gaat worden dan.

Interviewster: Wat vind je verder van de constructie van Yammer?

Respondent 13: Ja, dat zou ik wel zien op de wiki. Dat je groepen maakt op regio's en op thema's dat kan wel een goede optie zijn.

Interviewster: Heb je zelf nog functies die niet mogen missen?

Respondent 13: De zoekfunctie. Alles moet goed gedocumenteerd zijn en goed vindbaar zijn. Ik vind dat de huidige wiki, daar kun je een goede slag in maken door alles beter te taggen. Daar zijn gemeenten heel erg mee geholpen. Maar er ligt veel hoop op jouw onderzoek, wat mist men nu nog op de wiki of in andere communicatie, waar wij wel in kunnen ondersteunen.

Interviewster: Oké, dankjewel. Nog een vraag. Vind je dat berichten meer gefocust moeten zijn op informeren, activeren, overtuigen of amuseren?

Respondent 13: Ik denk uiteindelijk wel dat je ze allemaal moet terug laten komen. Je laat daarmee een divers geluid van ons zelf zien en horen. En sommige dingen zijn informeren, maar bepaalde dingen zijn ook weer enthousiasmerend en prikkelend. Overtuigend zit er denk ook wel allemaal in. Dus ik denk het hele pallet. Bijvoorbeeld de groenten pakken van koen de komkommer, daar zit ook een amusant karakter aan.

Interviewster: Dat was mijn laatste vraag. Heb jij nog vragen?

Respondent 13: Wanneer kunnen we je resultaten verwachten?

Interviewster: 25 mei is alles af. Dus dan kun je de resultaten door lezen.

Respondent 13: Ik ben benieuwd.

Interviewster: Ik ook. Heel erg bedankt dat je mee wilde doen.

Respondent 14

Datum: 24-04-2018

Functie: communicatieadviseur

Leeftijd: 35

In dienst: 6 jaar

Duur: 58 minuten

Gesprek

Interviewster: Ik doe dus onderzoek naar de communicatie tussen landelijk en lokaal JOGG. Hierin onderzoek ik wat jij van de communicatie momenteel vindt, wat je van een online platform zou vinden en welke kennis je daarvoor nodig hebt. Zou je voor mij als eerst willen zeggen hoe oud je bent, wat je functie is en hoe lang je al bij JOGG werkt.

Respondent 14: Ik ben 35 jaar, ik ben communicatieadviseur bij JOGG, sinds 2012.

Interviewster: Hoe is je communicatie met lokale professionals?

Respondent 14: Dat is een brede vraag. Veel per mail en telefonisch en bij bijeenkomsten, dat je face-to-face gesprekken voert. Maar bij name echt telefonisch en per mail of face-to-face. Dat is ook een beetje de volgorde denk ik.

Interviewster: En hoe vind je die communicatie gaan?

Respondent 14: Ik zit zelf iets verder af van de JOGG-aanpak. Toen ik begon zat ik er dichter op, omdat we toen ook minder gemeenten hadden. Toen was het contact veel intensiever en makkelijker, toen was het meer overzichtelijk, je weet wie, wie is en je had persoonlijk contact. Dat is nu minder, ook omdat er nu lagen tussen staan. Voor mijzelf is er nu minder communicatie, omdat ik niet meer gekoppeld ben aan de JOGG-aanpak. Maar regisseurs bellen mij of experts bellen mij voor het belang van lokaal, dus dat is misschien door de jaren heen wat afstandelijker geworden. Dat is natuurlijk ook logisch als je groeit.

Interviewster: Hoe vind je de communicatie met de tussenpersonen?

Respondent 14: Fijn. Juist in het begin kreeg je alle vragen, nu is het heel fijn dat een adviseur dingen af kan vangen. Dat is heel prettig. Je zegt nu ook duidelijk, bij communicatie kun je hiervoor terecht en de adviseur kan ook veel meer betekenen, maar de adviseurs kun je nog meer faciliteren in dingen afvangen of dingen aanleren, zodat er nog minder bij communicatie komt.

Interviewster: Hoe zou je dat zelf indelen?

Respondent 14: Je hebt wel eens dat collega's je mailen, terwijl we een intranet hebben waar alles op staat. Dus ze mogen lokale professionals ook wel wat meer opvoeden. Soms krijg je vragen over de wiki, terwijl ze daar zelf ook op kunnen kijken. Dus dat is meer het leren van waar je het kunt vinden, dan dat wij het per se moeten bieden. Maar dat gaat al veel beter dan voorheen. Je had het net ook al even over een online platform richting lokaal en of dat kan helpen in de communicatie. Dat vind ik zelf een hele lastige, omdat ik er zelf wat verder vanaf sta. Ik ben zelf een beetje huiverig voor gelijk maar een platform. Daar ben ik even heel eerlijk

in. Gaat dat het probleem oplossen? Wat is het echte probleem? Gaat het voor informatievoorziening? Is het communicatie of zijn het ook andere dingen? Ik heb daar geen antwoord op. Maar je merkt al aan mij dat door de groei, je hebt minder persoonlijk contact. Ik weet ook niet welke gemeenten allemaal zijn aangesloten en dat moet ik dan gaan zoeken. Dat geldt ook voor meer informatie. Dan beschouw ik de wiki al als een platform. Het is een besloten omgeving, waar je geen interactie hebt met mensen, maar wel je informatievoorziening beschikbaar stelt. Dus dat zie ik ook als een platform al. Je hebt ook nog verschillende WhatsAppgroepen natuurlijk. Maar volgens mij is het tijd voor je volgende vraag of niet?

Interviewster: Ja, klopt. Wat versta je onder goede communicatie?

Respondent 14: Ik denk als je doelgroep van de belangrijke dingen op de hoogte is en je met communicatie kan ondersteunen. Natuurlijk is het belangrijk dat je met communicatie helder bent, zodat de ontvanger en de zender over hetzelfde spreken. Daar zijn allemaal mooie theorieën voor, maar dat zie ik wel als goede communicatie ja.

Interviewster: Ja, als je communiceert met professionals. Wat probeer je dan eigenlijk altijd te bereiken? Is er een bepaald doel?

Respondent 14: Het is een mooie vraag. Dat kan natuurlijk alle kanten op gaan, maar allereerst gewoon een goed gevoel en helpen. Dat is belangrijk. Tuurlijk ga je iemand netjes te woord staan, maar het is vooral even zoeken naar een oplossing en wat is de hulpvraag en daar een antwoord op proberen te bieden. Als ik dat niet weet ga ik kijken van hoe kan ik degene het beste verder helpen. Ik denk dat dat het belangrijkste is.

Interviewster: Heb je dan als communicatieprofessional een ondersteunende functie?

Respondent 14: Ik ben wel altijd geneigd om zelf de oplossing te bieden. Dat vind ik ook doorverwijzen naar de juiste persoon. Is dat nou per se ondersteunend? Het kan, maar ondersteunend vind ik zo'n label als doorgeefluik hebben. Ik vind het meer klantgericht dan ondersteunend zijn.

Interviewster: Dus klanten helpen?

Respondent 14: Ja, ik denk dat je ze zo moet zijn ook. Alle lokale professionals zijn klanten van ons, dat denk ik wel.

Interviewster: Zou je ze ook kunnen zien als collega's?

Respondent 14: Ja, dat vind ik wel heel anders. Ik denk dat een adviseur daar anders op reageert, maar ik vind dat wel een verschil. Ik zie ze echt als klant. Ik wil bijna zeggen ik hoef geen maatjes met ze te worden, maar dat hoef je ook niet met alle collega's. Ik zie daar een zakelijke relatie.

Interviewster: Wat zou je omschrijven als collega?

Respondent 14: Gemeenschappelijk. Dat is heel tegenstrijdig, want dat gemeenschappelijk zit ook in dat lokale. Ik denk informeler. Ik heb ook geen hele zakelijke relatie met lokaal, maar nog informeler denk ik. Ik vind collega's wel een groot verschil. Dat zit hem ook in informatie natuurlijk. Je hebt een intranet en een extranet. Dus dat zijn dingen die je intern wil delen.

Interviewster: Wat vind je van die afstand?

Respondent 14: Ik vind daar zeker wat van. Dat ligt ook wel aan de situatie, als je het hebt over vragen en dingen die makkelijk even telefonisch kunnen. Per mail kan het net even een toon hebben of iemand heeft het in een onhandige bui gezegd. Maar ik heb zelf steeds wel meer de neiging om meer te bellen. Je wil die persoonlijke band behouden en een visitekaartje zijn voor de buitenwereld. Als je ernaartoe zou kunnen dan zou dat wel helpen. Maar die afstand verklein je door het team van adviseurs die je om je heen creëert. Zij moeten die afstand verkleinen, adviseurs en experts. Het is maar net hoe je dat zelf indeelt. Het is ook een opzet hoe wij werken. Dus die afstand overbrug je via collega's, dus dat gaat nu wel goed.

Interviewster: En je wil dan wel eens bij een regisseur aankloppen. Heb je dan misschien de behoeften om bijvoorbeeld te Skypen of dat je elkaar kan zien?

Respondent 14: Ik denk het wel. Het helpt om elkaars gezicht te zien of gedrag om non-verbale communicatie te zien. Het ligt er dan wel aan waar het overgaat en wat het is, dus dat kan heel verschillend zijn.

Interviewster: Heb je wel eens momenten gehad van nu zou ik wel even willen Skypen?

Respondent 14: Ja, ik kan nu even geen voorbeeld geven. Je kan dan eerder uit situaties komen die niet erg prettig zijn. Dan kan je wel heel boos gaan mailen naar elkaar over en weer of per telefoon, maar ik denk dat Skypen kan helpen. Dan kan het zelfs nog onderling versterken, hier binnen het eigen team. Intern. Dat moet van binnen misschien wel groeien naar buiten toe.

Interviewster: Heb je er intern ook behoefte aan?

Respondent 14: Ja, de collega's zijn veel op pad. Dus dan is het wel fijn om soms gezichten te zien.

Interviewster: Hoe denk je dat JOGG de communicatie kan inzetten om een relatie op te bouwen met professionals?

Respondent 14: Je zit dan in contact maken en onderhouden, informatie brengen, interactie. Ik denk dat we dat eerst goed moeten organiseren, in beeld brengen van wat zijn contactmomenten. Goed weten, met wie heb ik te maken, hoe is dat contact nu, hoe kan ik dat verder verbeteren. En leren hoe ieder met elkaar in contact staat, dat kan ok nog wel verschillen. En je moet kijken waar heeft diegene behoeften aan en hoe kan je daarop inspelen. Ik denk als we dat nog beter in beeld zouden brengen, dan kun je daar beter op inspelen. Misschien zien we wel iets over het hoofd en onderschatten we dat. Dan heb ik het meer over nieuwe ontwikkelingen blijven volgen en daarop in spelen.

Interviewster: Word je vanuit de organisatie daarin voldoende gesteund?

Respondent 14: Ja zeker, sowieso zijn we wel voor vernieuwing. Dat komt ook doordat de organisatie een groei maakt. Maar mensen hebben ruimte voor ontwikkelingen en nieuwe ideeën. Als creativiteit genoeg onderbouwt is en je kan dat neerleggen bij het MT, die ruimte is er zeker.

Interviewster: Vind je het zelf ook belangrijk om de dialoog aan te gaan met lokale professionals?

Respondent 14: Ja, bij de eerste communicatietraining waren er 20 mensen en je wist wie, wie was. Maar het helpt, dan kan je persoonlijk contact maken en meer de persoonlijke manier van communiceren, dat past heel erg bij onze organisatie. Dat persoonlijke maakt het bij ons ook informeel. Dus ik denk dat het wel belangrijk is. En persoonlijk kan dan real life contact zijn, maar ook mail. Dat kan in alle vormen.

Interviewster: Denk je dat een platform bij kan dragen aan de betrokkenheid van lokale professionals?

Respondent 14: Ja, dat denk ik wel. Maar hoe is nog even de vraag. Maar je zegt al met betrokkenheid, dat denk ik wel. Dat herken je zelf ook wel van hobby's of iets waar je gewoon passie voor hebt. Dan voel je je daartoe aangetrokken en wil je daar alles van weten. Dus ik denk dat het wel werkt. Dus dat je die betrokkenheid wederzijds voelt, dan draagt het alleen maar bij.

Interviewster: Voel jij die betrokkenheid vanuit lokaal?

Respondent 14: Ja, ik word er heel blij van. Dat verschilt ook per persoon, maar dat zullen ze vanuit hier ook hebben. Je schakelt beter met de een dan met de ander. Maar ik word er heel blij van als ik merk wat er in het land allemaal gebeurt en wat er gebeurt. Dat is een soort trots. Dan ben ik vooral trots op het netwerk, wat je met elkaar doet en wat we allemaal weten neer te zetten. Dat proef ik ook lokaal wel een beetje. Dat is gewoon mooi. Je mag er ook wel trots op zijn, want je geeft ze een format en ze gaan er zelf mee aan de slag. Dan kan je het ook loslaten.

Interviewster: Zeker. Ik ga even door naar het platform, maar ik stel een beetje vragen die ik wel weet van je. Gebruik je social media?

Respondent 14: Ja. Op Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat heel af en toe, maar die is niet noemenswaardig eigenlijk. Ik heb geen eigen YouTube-kanaal. Maar dat kijk ik af en toe wel, voor privé en werk.

Interviewster: Ben je dagelijks actief?

Respondent 14: Ja, wel elke dag.

Interviewster: Reageer je ook vaak of maak je zelf berichten?

Respondent 14: Een combi, reageren is vaak wel een statement werk gerelateerd. Daar denk ik dan wel altijd goed over na. Maar meer gewoon leuk. Ik ben meer aanhakend op bepaalde dingen. Laatst met wandel naar je werk dag, dan vind ik het grappig om ook even net iets te posten. Maar veel op Facebook, dat is veel privé gewoon of dingen liken. Ik denk een beetje een mix. Dat doe ik wel dagelijks. Twitter gebruik ik meer dan Facebook. Insta gebruik ik soms of dat ik af en toe een beetje zoek van hé waar plaats ik wat. Voor zakelijk is het ook onderdeel van het leven.

Interviewster: Lees je zelf wel eens blogs?

Respondent 14: Ja, maar eigenlijk veel zakelijk. Over voeding gerelateerde dingen, jongeren, de blog van Marjon. Niet dat ik mensen volg, die ik heel goed vind. Net keek ik ook al een vlog die vond ik al te lang duren. Maar daar was ik ook niet de doelgroep van. Maar ik zoek ook niet

continue op mijn telefoon filmpjes en blogs. Dat is niet mijn generatie, dat is meer na mij. Dat zie ik al bij mijn zoontje, die zit af en toe dingen te kijken hoe kom je daar nou weer bij.

Interviewster: Schrijf je wel eens blogs?

Respondent 14: Nee. Ik denk dat als ik ervoor ga zitten dat ik best grappige dingen kan typen. Maar nu heb ik de ambitie niet.

Interviewster: Zou je het wel doen als het van je gevraagd wordt?

Respondent 14: Ja.

Interviewster: Zou je daar voldoende kennis voor hebben?

Respondent 14: Dat is weer wat anders maar je kan daar wel een opleiding voor doen of op cursus gaan. Ik heb wel eens getwijfeld om een workshop te doen, maar meer om ervaring op te doen. Misschien begint die ambitie een beetje te komen, maar niet van nature.

Interviewster: En vlogs?

Respondent 14: Dat doe ik ook niet. Maar ik hoef zelf ook niet zo op de voorgrond te treden, vind ik stiekem ook wel weer leuk, maar niet per se. Dat is ook niet mijn leefstijl. Maar als ze dat van hier zouden vragen zou ik het wel doen. Dan is het ook wel leuk om te doen, maar het ligt er ook wel aan wat ik dan moet doen, je moet dan wel achter de boodschap staan.

Interviewster: Wat zou je ervan vinden om met een online platform aan de slag te gaan?

Respondent 14: Ik denk dat het goed is, maar ik denk dat je maar een deel van de doelgroep bereikt. Het is denk maar een deel van de oplossing is. Je kan niet iedereen met een communicatiemiddel kan binnenhalen. Je moet meerdere dingen inzetten om in contact te staan met je doelgroep en ze te bereiken. Dus ja, maar het is dan een keuze en je moet er dan niet van schrikken als je er niet iedereen mee bereikt.

Interviewster: Dus duidelijke doelen stellen?

Respondent 14: Ja, dat denk ik wel. Je moet goed weten ook wat de behoefte is van je doelgroep.

Interviewster: Welk doel zou jij willen bereiken?

Respondent 14: Ik denk informatievoorziening, maar ik denk niet dat je het persoonlijke bereikt. Maar eerder om dingen te bundelen en mensen te voorzien van informatie.

Interviewster: Zou je de juiste kennis hebben om het platform te beheren?

Respondent 14: Nee, daar is wel een stuk training voor nodig. Je moet goed kijken wie zou dat kunnen en willen doen. De vraag is ook of we dat vanuit hier doen of we dat extern beleggen.

Interviewster: Denk je dat je genoeg kennis hebt om berichten te beantwoorden en zo?

Respondent 14: Ik heb eerder in het officeteam gezeten en toen keken we naar de inventarisatie naar ieders wensen en ik was toen heel blij dat ik dacht achter me kon laten. Maar of ik echt de kennis op moet doen van de functionaliteiten, ik denk dat eerder dat ik op het communicatievlak zit. Meer kijken naar de kennis over de doelgroep van het platform dan naar de functionaliteiten zelf. Ik denk dat je vooral moet kijken naar wat wil je en wat past bij de organisatie.

Interviewster: Denk je dat je intern uit kan komen hoe het platform in elkaar zit?

Respondent 14: Ja, je hebt wel extern iemand nodig die vertelt hoe het platform werkt. Je moet die verhouding zien, ga je iets ernaast zetten of kan het in het systeem waar we al zicht op hebben. Je moet wel kijken wat hebben we al en waar kunnen we gebruik van maken. Maar je hebt wel extern iemand nodig die uitlegt hoe het werkt. Maar je moet dan ook wel blijven mee ontwikkelen, dus dat is ook belangrijk.

Interviewster: Heb je ervaring met het monitoren van berichten?

Respondent 14: Ja, het zou gek zijn als ik nee zou zeggen. Ik denk dan al gelijk aan een Meltwater.

Interviewster: Heb je daar voldoende kennis van? Kan je er voldoende mee overweg?

Respondent 14: Ja, dat wel. Als je kijkt vanuit signaleringsfunctie of kijken wie wat voor bericht heeft geplaatst of sentiment, dan weet ik dat wel. Het kan altijd beter, maar ik vind dat ik de basis wel heb.

Interviewster: Het platform wordt ook ingezet door adviseurs. Zou je dan hun kunnen helpen bij het monitoren van het platform?

Respondent 14: Ja, ik denk dat dat goed is. Met elkaar kun je die afstand verkleinen en je moet heel erg kijken naar wie heeft het meeste directe contact. Ik denk dat het dan alleen maar goed is dat we elkaar ondersteunen. Ik denk ook dat je een goede rolverdeling moet maken. En ik denk best dat er externen mogen komen, het is goed dat je kijkt waar ieders expertise ligt en waar kun je het aanvullen. Je moet goede afspraken maken. Maar ik zou het ook goed vinden om dingen uit handen te geven aan externen. Dat vind ik persoonlijk wel lastig, maar dat moet ik wel doen. Maar je moet wel goed kijken wat er ontbreekt en dan moet je expertise in huren, dus dan moet je het wel loslaten.

Interviewster: Weet je ook hoe je resultaten moet meten van social media?

Respondent 14: Ja, maar te weinig. Dus daar zou ik ook wel meer kennis van willen hebben.

Interviewster: En als we het hebben over een content strategie. Dat is ook wel een stukje communicatie?

Respondent 14: Ja, dat kunnen we wel. Maar dat heeft meer met richting geven te maken, we kunnen het ook samen doen, maar je zou kunnen zeggen dat communicatie een soort richtlijnen geeft, maar dat er ook vrijheid is voor collega's en voor de doelgroep. Een soort randvoorwaarden scheppen denk ik eigenlijk.

Interviewster: Is dat jullie taak?

Respondent 14: Ja, een soort organisatieverantwoordelijkheid denk ik. Je moet iedereen wel vrijlaten, dus je kunt elkaar alleen maar versterken als je iedereen vrijlaat in zijn creativiteit?

Interviewster: Weet je zelf hoe je content kan maken hoe je informatieve, creatieve of deelbare berichten kan maken?

Respondent 14: Het ene bericht wordt meer geliked en gedeeld dan een ander bericht. Dan kun je je afvragen, stoor ik mij daaraan. Als ik het wil delen doe ik dat gewoon, privé dan. Zakelijk is dat anders. Dan heb je doelstellingen. Ik denk dat ik daar onvoldoende kennis van heb.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat die kennis met de hele organisatie gedeeld moet worden?

Respondent 14: Ja, ik denk dat je dat wel moet delen. Je kan wel zeggen als je dit type bericht uitstuurt, dan sla je de plank mis. Ik zie het al een beetje als een soort gedragscode of protocol. Je kan wel zeggen wat werkt wel en wat werkt niet. Als iedereen verantwoordelijk is, dan moet iedereen ook die kennis hebben.

Interviewster: En gedragsregels, wil je die ook voor lokale professionals laten gelden?

Respondent 14: Ja, het is een beetje een samenwerkingsovereenkomst. Je kan wel zeggen, we verwachten dat je je zo gedraagt. Dat zou ik wel doen.

Interviewster: Weet je hoe je op negatieve berichten moet reageren?

Respondent 14: Het ligt er een beetje aan. Ik heb misschien meer informatie nodig, stel ik heb niet direct een antwoord dan moet je daar even de tijd voornemen. Dan weet ik wel hoe te reageren, maar dan heb ik wel het juiste antwoord. Je weet wel hoe, maar misschien heb je meer informatie nodig.

Interviewster: Zit er voor jou een snelheidsdruk?

Respondent 14: Ja, ik denk dat dat ook onderdeel van die regels moet zijn. Het is ook wat je zelf verwacht. Het heeft met verwachtingsmanagement te nodig. Snelheid en je eigen verwachtingen daarom heen kan wel helpen. Je moet daar wel afspraken over maken. Je kan bijvoorbeeld zeggen binnen drie dagen moet er wel antwoord zijn. Het heeft ook met eigen verwachtingen te maken hebben. Zelf wil ik zo snel mogelijk, dat is in mijn geval niet binnen drie dagen. Het ligt er ook aan hoe hoog heb je die klant zitten, ik denk dat adviseurs wel kunnen zeggen daar ligt nu niet mijn prioriteit. Gewoon een appje zou ook kunnen, naar een algemeen nummer. Het moet passen bij de organisatie, maar je moet ook kijken, wil je iedereen daar onderdeel van uit laten maken. Ik vind het niet gek, het is niet ondenkbaar. Maar als je kijkt naar grote ondernemingen, we zijn een stichting en geen commerciële organisatie. Dus we hoeven dan misschien niet altijd direct bereikbaar te zijn. Je moet ook kijken waar is het, het meest nodig en wie is bereid dat op zich te nemen. 24 /7 zou ik zelf niet willen, maar wel piketdienst. Maar sommige mensen hebben zo'n kennis van iets, dat je het toe kan wijzen. Je kunt ook spreekuur momenten of contactmomenten. Dat je dan ook in contact kan komen.

Interviewster: Denk je verder dat je zelf weet hoe je met een crisis om kan gaan?

Respondent 14: Onvoldoende denk ik. Daarop moet je ook zo getraind zijn. Je hebt externen nodig en mensen van het MT. De buitenwereld is daarin ook belangrijk en grip daarop hebben heeft ook met informatievoorziening te maken. Stel Marjon doet greep uit de kas, daar zouden we beter op voorbereid kunnen zijn.

Interviewster: Wil je dan een crisisplan of huur je dan iemand in?

Respondent 14: Ja, we moeten dan wel voorbereid zijn, daar zijn we al beter in. Het is ook een kwestie van vertrouwen. Leuk als er een plan ergens ligt, maar als iemand daar iets vanaf weet dan heb je er niks aan. Maar iedereen moet er dan vanaf weten hoe je daarop reageert. Het plan is wel fijn, dat je een protocol hebt waar je aan vast kan houden.

Interviewster: Je zei ik wil informatie van experts, heb je een voorkeur voor die kennisvoorziening?

Respondent 14: Een online masterclass of e-learning. Dan kan je gewoon je eigen tijd bepalen.

Interviewster: Wil je verder eigenlijk nog informatie krijgen over het platform?

Respondent 14: Ik denk dat je alles wel op hebt genoemd. En misschien moeten we meer informatie krijgen over het onderhouden van het platform of daar moet iemand van extern komen die zegt hoe we met het platform om moeten gaan.

Interviewster: Ik hanteer een model met drie stappen, van het bekijken van de wensen en behoeften, tot het aangaan van de dialoog. Vind je het moeilijk om snel die overgang te maken of denk je dat dat snel kan gaan. Vind je dat eng om gelijk het gesprek aan te gaan?

Respondent 14: Als je regels hebt en uitgangspunten voor iedereen, dan is dat niet eng. Je wil in contact staan met, dus moet je bereid zijn om dat te doen. Ik denk wel dat je dan de juiste middelen nodig hebt om het gesprek aan te gaan. Je wilt het toch goed doen en iedereen moet weten waar hij of zij aan toe is.

Interviewster: Voel je je verantwoordelijk voor het platform onderhouden?

Respondent 14: Ja, dat vind ik wel. Niet ik als persoon, maar het ligt wel bij communicatie. Eindverantwoording, niet in de uitvoer. Communicatie bepaald kun je zeggen, wij geven sturing, maar niet per se de uitvoering. Dat zou ik verdeling. En de berichtgeving, daar kan de verantwoordelijkheid in verschuiven. Dat kan een collega prima als je ze zou trainen.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat er duidelijke rollen zijn?

Respondent 14: Ja, je hebt bepaalde expertise in het team en je wilt weten waarvoor je bij iemand bij aan kan kloppen. Dat voelt wel logisch. Je moet wel een beetje structuur houden en dat in het belang van degene met wie in je in contact staat.

Interviewster: Vind je het belangrijk vertrouwen te krijgen in je werkzaamheden?

Respondent 14: Ja, dat denk ik wel. Als je vanuit de organisatie het vertrouwen krijgt, dan kun je je werk goed doen.

Interviewster: Hoe zou je dat vertrouwen terug willen zien?

Respondent 14: Goede inschatting op kennis, ervaring, dus iets goed uit kunnen voeren. Dus meer van diegene kan je die rol wel geven. Dus het kan ook zijn dat iets bij een persoon niet neergelegd wordt. En vertrouwen zit ook in loslaten, dus als er crisis is dan weet je ons te vinden en tot die tijd mag je het zelf doen.

Interviewster: Heeft de organisatie nu vertrouwen in je?

Respondent 14: Ja, je krijgt de ruimte voor nieuwe projecten en vrijheid heb je. Dus dat voel ik wel.

Interviewster: Vind je het de verantwoordelijkheid van het management dat er aan risicobehoeftte wordt gedaan?

Respondent 14: Ja, maar ook van het communicatieteam. Je moet gewoon goed voorbereid zijn.

Interviewster: Oké. We hebben het al even gehad over het platform. Heb je een voorkeur voor een platform?

Respondent 14: Nee.

Interviewster: Wat zou je ervan vinden als het op de wiki komt?

Respondent 14: Ja, klinkt logisch. Op zich is dat waar een deel van de doelgroep toch al komt. JOGG-professionals in zijn algemeenheid. Dat voelt natuurlijk.

Interviewster: En Facebook?

Respondent 14: Volgens mij zijn er genoeg regisseurs die daar gebruik van maken. Ik weet niet of je daar voldoende privacy hebt. Waarom dan niet LinkedIn, dat is meer zakelijk. Je moet ook een besloten omgeving creëren en daarom voelt de wiki natuurlijk. Je weet wat je daar kan vinden en wat je daaraan hebt. Facebook voelt voor mij ook minder zakelijk. Dus dat voelt iets gekker, maar misschien bij mij gewoon onvoldoende kennis. En bij LinkedIn zie ik meer dat zakelijke component.

Interviewster: Zijn er functies wat jij een vereiste vindt van het platform?

Respondent 14: Ja het gemak. Laagdrempeligheid bedoel ik daarmee. Gemak in gebruik, dus een bestaand platform is dan fijn. Je weet hoe je dat moet gebruiken en het moet gemakkelijk zijn in bereik. Contactmomenten en het moet zo minmogelijk tijd kosten. Het liefst intern en extern. Ook voor intern en voor de eindverantwoordelijke. Maar zeker ook voor de doelgroep, zodat je hen makkelijk bindt en ze er makkelijk komen. Dat zie ik als laagdrempelig.

Interviewster: Zijn er verder nog functies waar je behoefte aan hebt?

Respondent 14: Volgens mij kun je dat zo uitgebreid maken als je wil. Het moet bij de primaire behoeften van de doelgroep passen. Het is wel fijn dat je weet je dat je misschien later nog functies kan toepassen. Je moet makkelijk dingen kunnen vinden en delen. En los van Skype, moet je dat integreren of kun je dat niet gewoon los gebruiken. Als het heel groot wordt, kan het ook afschrikken in gebruik.

Interviewster: En een platform waar je overzicht hebt waar je dingen kan posten. Wat voor berichten vind jij dat de organisatie daar moet uiten?

Respondent 14: De JOGG-update kun je een soort afvangen daar. Een stukje nieuwsvoorziening dus. Misschien dat je zelfs interactie wil over bepaalde onderwerpen, dus ik zit meer daaraan te denken. Maar ook nieuws, actualiteiten en statements. Ik denk veel corporate statements, lokaal vragen ze vaak hoe denkt landelijk daarover. Misschien ook wel oproepen tot medewerking, bijvoorbeeld voor onderzoeken of juist expertise in huis laten. Misschien met een poll of juist advies vanuit hen. Dus meer hulp vragen eigenlijk. Dan heb je ook betrokkenheid, meer draagvlak creëren. De gebruiker als expert in zetten.

Interviewster: Ik had hier staan informeren, activeren, amuseren en overtuigen.

Respondent 14: Ja, ik denk dat mijn antwoorden die allemaal wel dekt. Amuseren kun je ook in een statement kwijt, niet dat het heel leuk wordt, maar met een filmpje zou je dat wel leuk kunnen maken.

Interviewster: Ken je Yammer? Dat is een van de opties die ik onderzoek. Het is voor mij heel vergelijkbaar met een Facebookgroep. Je kan groepen aanmaken, privéberichten maken, je kan Skype installeren. Wat vind je hiervan?

Respondent 14: Het moet niet voelen als een aparte omgeving, dus het is wel fijn als je het kan integreren. Het is nog fijner als je het makkelijk kan gebruiken als het binnen ons eigen pakket zit of als appvariant. Dat maakt het makkelijk in gebruik. Dus dat is een voordeel. Het klinkt wel oké. Het is net hoe uitgebreid je het wil toepassen. Wat versta je onder een platform en hoe ziet de doelgroep dat. Het biedt mogelijkheden als ik dit zie. Je kan dossiers delen en je kunt mensen verantwoordelijk stellen. Als het op de wiki staat kun je al je documentatie en alle informatie. Dan zou het super zijn als het op de wiki komt. Maar puur focussen op de professional, coach en experts lijkt het mij fijn dat het via de wiki is. Dat kan ook via een linkje eh. Je kunt nu ook via de corporate site naar de wiki. Maar er moet wel een link zijn.

Interviewster: Oké, dankjewel. Dat was het interview.

Respondent 15**Datum:** 07-05-2018**Functie:** JOGG-adviseur**Leeftijd:** 39 jaar**Aantal jaar in dienst:** 1,5**Gesprek**

Interviewster: Ik wil het dus even met je hebben over de communicatie, het platform en wat je daarvan vind. Zou je voor mij even willen zeggen hoe oud je bent, wat je functie is en hoe lang je al in dienst bent van de organisatie?

Respondent 15: Ik ben 39 jaar, ik werk hier iets meer dan 1,5 jaar en ik ben adviseur voor de JOGG-aanpak, vooral voor alle gemeenten in Overijssel en Drenthe en een stukje Flevoland en daarnaast ben ik projectleider voor Publiek Private Samenwerking?

Interviewster: Hoe communiceer je met de gemeenten?

Respondent 15: Ik ga langs face-to-face. Of ik ben onderdeel van een stuurgroep of vergadering. Telefonisch, mail, WhatsApp in sommige gevallen. Dat zijn wel de meest voorkomende communicatiekanalen.

Interviewster: Wat versta je zelf onder goede communicatie?

Respondent 15: Er is een boodschap tussen ik en jij. Die boodschap gaat heen en weer. Hij komt aan, maar er komt ook reactie op als je daarom om vraagt. Of er komt een boodschap naar jou, dat kan je dan interpreteren. Het is niet eenmalig, het is duurzaam. Dus je houdt contact met gemeenten, want het zijn onze klanten eigenlijk.

Interviewster: Is die communicatie er?

Respondent 15: Ja zeker.

Interviewster: welk doel wil jij bereiken als je met de gemeenten communiceert?

Respondent 15: Soms is het informatie verschaffen, soms is het met de gemeenten in overleg of dat je kan ondersteunen of faciliteren. Ze kunnen deelnemen in een pilot van een partner of we vragen of ze deel willen nemen in een onderzoek. Dus vooral daarom communiceer ik.

Interviewster: Denk je dat de communicatie kan verbeteren?

Respondent 15: Ja, het gaat niet allemaal perfect, maar ik weet niet direct hoe dan. Daar ben ik nog niet helemaal uit. Ik vind dat in de JOGG-update veel dingen die wij willen overbrengen aan JOGG-gemeenten. Daar staan veel nieuwtjes in waar ze echt wat mee kunnen, dat is hapklaar. Niet iedereen leest dat, omdat het een van de zoveel nieuwsbrieven is die ze ontvangen. Een JOGG-regisseur heeft vaak maar 16 uur, dus daarom. Maar je wil eigenlijk wel dat het belangrijkste is wat daarin staat, dat ze dat weten of lezen. Dus dan gebruik je nog een ander middel om ze bewust te maken, dus via de mail of telefonisch. Dat doe ik dan echt persoonlijk, maar dat kan nog wel beter. Iedereen is daar op een andere manier ontvankelijk voor. De een zegt ja goed dat je het zegt, ik heb het niet gezien en de ander zegt ja dat heb ik gezien. Je probeert daar een optimum in te vinden. Dat is een soort maatwerk, dat kan beter.

Lokale professionals kunnen echt wat met de JOGG-update, dus ik vind dat ze dat echt moeten weten. Dan is het aan mij om te zorgen dat ze daar ook allemaal van op de hoogte zijn.

Interviewster: Je had het al even over de relatie. Hoe vind je de relatie? Hoe denk je dat deze met communicatie verbeterd kan worden?

Respondent 15: Ik heb daar vanaf het moment dat ik begonnen ben als eerst aan gewerkt, door afspraken te maken over hoe we dingen gaan doen. De een wil zo weinig mogelijk bemoeial van landelijk, om het zo maar even te noemen en anderen willen graag meer begeleiding. Dus dat heb ik op maat proberen in te richten per gemeenten. De een wil elke twee weken bellen, dat scheelt ook per gemeenten en de fase waarin de gemeenten zitten. Gemeenten die net zijn begonnen hebben daar meer behoeften aan dan gemeenten die wat langer zijn. Die zeggen dan geen bericht is goed bericht. Als ik dan wel bel schrikt iemand bijna op, omdat ze het dan niet verwachten, maar dan bel ik even om te checken hoe het gaat. Maar ik probeer het wel even op maat te maken voor gemeenten.

Interviewster: Heb je het idee dat de gemeenten betrokken zijn bij de organisatie?

Respondent 15: Ik weet niet zozeer of het bij de landelijke organisatie is, maar ik denk bij de beweging. Het is een driedeling denk ik. Een derde voelt zich onderdeel van de organisatie, een derde twijfelt, die weet het nog niet helemaal en wil graag goede voorbeelden en informatie als ondersteuning en een derde ziet meer in de lokale kracht en niet zozeer in de landelijke organisatie. Zij zien de meerwaarde wat minder, dat komt soms ook door de afstand.

Interviewster: Wil je die afstand verkleinen?

Respondent 15: Die afstand zou ik wel willen verkleinen. We hebben veel te bieden voor gemeenten. Ze kunnen ons goed gebruiken voor ondersteuning en advies. Er is zoveel beschikbaar en zelfs dingen die ze niet zomaar kunnen vinden, maar via hun adviseur wel. Het kost vaak meer tijd als ze het niet aan ons vragen. Kijk we bouwen geen raketten, moeilijk is het niet. Maar vaak hebben mensen het begin nodig van de puzzel. Dus ja, ik wil de afstand verkleinen, ik vind dat zeker waardevol of relevant. Ik merk ook dat het voor 10 in de week aan de JOGG-aanpak dat heel lastig is om alles daarin te proppen. Er zijn ook andere prioriteiten in zo'n week. Het is geen onwil, maar andere prioriteiten en weinig tijd.

Interviewster: Ga je wel eens de dialoog aan met lokale professionals?

Respondent 15: Ja dat vind ik heel belangrijk. Maar zoals ik net al in mijn antwoord vertelde vind ik het fijn om maatwerk te leveren. Dus als mensen behoeften hebben aan vaak contact dan doe ik dat graag en als ze het zien als bemoeial dan trek ik mij wat terug. Maar ik merk vaak dat ze er juist wel meer gebruik van kunnen maken, omdat dat hen ook gewoon tijd scheelt.

Interviewster: Heb je het idee dat een communicatieplatform zou kunnen helpen om de betrokken te versterken?

Respondent 15: Een forum kan zeker helpen. Ik denk niet dat dat via Facebook of LinkedIn moet. Ik denk dat de kracht en de power van niet netwerken een beetje afneemt. De limiet van wat mensen daar willen delen is nu op zijn piek en dat wordt steeds minder. Dus ik denk dat je

daarvan af moet. Maar een forum waar je iets op kan plaatsen en mensen op elkaar kunnen reageren lijkt me wel top. Mits het wel goed gemanaged wordt, niet dat er niet gereageerd wordt. Dus je moet daar een content manager voor hebben. Het zou kunnen werken. Het zou interactie kunnen bespoedigen. Uitproberen kan geen kwaad. Zelf lijkt het me ook goed. Ik heb ook wel eens vragen die ik wil delen. Ik denk dat het duidelijk moet zijn of er een deadline is voor het antwoorden en dat je goede groepen moet maken om een scheiding te houden en overzicht te houden. Ik zou zelf ook wel eens een vraag kunnen hebben die ik dan wil stellen of dat ik denk ik ben benieuwd wat mensen vinden.

Interviewster: Je zegt er moeten richtlijnen voor het gebruik van het platform?

Respondent 15: Ja dat is wel handig.

Interviewster: Hoe denk je dat die rolverdeling hier intern moet zijn? Wat zou je eigen rol zijn?

Respondent 15: Wij hebben natuurlijk een goede verdeling of inrichting voor gemeenten. Per gemeenten in een bepaalde regio is een adviseur gekoppeld. Je zou de adviseur in de lead kunnen houden voor het monitoren van een bepaalde vraag uit een regio of iets met een thema. Als het gaat om PPS dat collega's die daarover gaan een melding krijgen, zodat mensen daar wel een antwoord op krijgen. Of een communicatievraag die bij het team communicatie terecht komt. Niet alleen maar vragen schieten, dan wordt het een vergaarbak van vragen, maar ik denk dat dan wel meerwaarde kan hebben. Nu als er een vraag komt in een algemene mailbox komt hij ook bij de goede persoon terecht, dus dat zou daar ook voor gelden. Dat weten we dan ook naar wie welke vraag moet. Dus dat komt wel goed.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat die rolverdeling duidelijk op papier staat?

Respondent 15: Ik vind het zelf niet zo erg, maar met het groter worden van de organisatie is het wel handig dat we dat afspreken met een vraag. Dat iemand die daar het beste antwoord over kunnen geven daar ook echt antwoord op geven. Het hoeft niet helemaal vast te liggen, maar wel dat het duidelijk is. Dat is nu natuurlijk niet anders voor andere vraagstukken. Als andere vragen uit het land komen dan schuiven we die ook door naar de juiste persoon?

Interviewster: Wat voor doel zou jij willen bereiken met het platform?

Respondent 15: Wat meer interactie, wat meer community vormen. Als de mensen in de JOGG-teams elkaar wat makkelijker zouden vinden en ons ook, van landelijk naar lokaal, als je sneller toegang hebt, snellere informatie en meer informatie. Daar zie ik wel een bijdragen in ja. Meer en snellere uitwisseling van goede informatie. Dat vind ik belangrijk voor als je als beweging wil groeien en dezelfde gedachtegang uit wil dragen is dat wel de manier om wat minder hiërarchisch en gestructureerd te opereren. Dus niet jullie van lokaal en wij als landelijk, maar je bent een. Dus wij. Dat helpt bij het versterken van de beweging en het versterken en groter maken van de beweging.

Interviewster: Wat is je huidige kennis van social media.

Respondent 15: Ik gebruik LinkedIn. En met Facebook ben ik gestopt, ze gaan niet heel goed met je gegevens om, maar Google en andere sociale media waarschijnlijk ook niet. Twitter gebruik ik ook, maar meer om nieuwscategorieën te blijven volgen. Het niet meer gebruiken van

Facebook zorgt ook dat ik een makkelijke tijdlijn van nieuwsinformatie mis. Dus dat mis ik wel. Het is meer een gemak-tijdlijn met dingen die je zelf interessant vind.

Interviewster: Plaats je veel zelf?

Respondent 15: LinkedIn gebruik ik om dingen zakelijk in de gaten te houden. Daar probeer ik eens in de twee weken te posten. Soms deel ik iets vanuit JOGG met The Daily Mile of iets wat is voorgevallen, maar dan wel positief. Op Twitter doe ik heel weinig. Ik kijk vlogs vrij weinig, blogs lees ik wel iets meer. Vooral over zaken die over onze kennispartners voorbijkomen en dingen vanuit persoonlijke interesse, zoals politiek of sport. Vlogs maak ik niet en blogs ook niet. Ik vind het wel interessant, misschien is het een drempel die je over moet om een keer je mening te delen in een blog. Dat heb ik niet zo heel snel. Maar voor de organisatie zou ik wel bloggen en vloggen. Als het iets is waarbij ik het idee heb dat ik iets kan vertellen wat de ander kan helpen, dan wel. Het moet wel een onderwerp zijn dat bij mij past en meerwaarde heeft. Dat is met ieder mens, dat maakt iedereen ook uniek.

Interviewster: Denk je dat je voldoende kennis hebt om op het platform mee te bewegen?

Respondent 15: Ja, dat denk ik wel. Ik denk dat we op het platform niet veel anders doen dan dat we normaal doen, het enige verschil is dat we via een platform communiceren, in plaats van via de mail. Maar het blijft adviseren en ondersteunen en daar heb ik de kennis voor.

Interviewster: Je had het net al even over monitoren. Heb je voldoende kennis om berichten te monitoren?

Respondent 15: Technisch gezien niet, maar nee. Daar zou ik me in moeten verdiepen.

Interviewster: Vind je dat jouw taak?

Respondent 15: Als het over de regio gaat wel. Als een collega of professionals uit die regio iets vraagt of over PPS of een dossier, dan wel. Daar moet wel iemand forummanager zijn. Ik denk wel dat iemand daarvoor opgesteld moet zijn. Ik denk dat we dat nu ook wel kunnen. Als we een vraag krijgen dan haak ik de juiste persoon aan of over mijn regio dan kan ik wel een goed antwoord geven. Ieder kan dat wel goed inschatten, dus dat kan ik wel. Online advies hoort ook bij je rol. Dat zijn geen gescheiden werelden meer ten opzichte van wat er gebeurt in meetings of per telefoon. Moeten we daar extra tools of trainingen voor in handen hebben? Ja misschien wel. In telefonische gesprekken of het schrijven van mails zijn mensen ook getraind of het voeren van adviesgesprekken, maar in het monitoren of goed online zaken delen zijn we niet getraind, behalve de collega's van communicatie. Maar ik denk wel dat we daar wat scholing moeten hebben.

Interviewster: En het meten van resultaten, vind je dat jouw taak?

Respondent 15: Nee, ik denk dat je dat in het begin centraal moet doen. Dat je dat even bijhoudt met zijn alle tijdens de pilot. De inhoudelijke verantwoordelijke, zoals de adviseurs, moeten vooral over de inhoudelijke input van het platform gaan, vragen beantwoorden. Iemand zal de verantwoordelijkheid krijgen van het platform, dus daar moet je dat leggen.

Interviewster: Je had het net al even over de content strategie. Vind je dat jouw taak?

Respondent 15: Ik denk dat we dat vanuit communicatie voor andere middelen ook wel hebben. Zij zijn daar het meest handig in, al dan niet met externen die meer weet over het gebruik van een platform, kunnen zij dat op zich kunnen nemen. Daar hoeft ik geen kennis over, daar zijn andere mensen veel beter in. We hebben voldoende slimme mensen in huis die goed weten hoe je dat moet doen. Of je hebt externen nodig.

Interviewster: Denk je dat je weet dat je berichten kan delen die deelbaar, informatief en creatief zijn?

Respondent 15: Ja, ik denk het wel. De vraag is of het op een eenduidige manier wordt. Dat je bijvoorbeeld bij elk bericht twee foto's maakt en zoveel woorden. Dat het een bepaalde structuur heeft. Het is de vraag of dat een vast format wordt of dat iedereen dat op zijn eigen manier doet. Een vast format kan een belemmering zijn om iets te plaatsen. Als het niet gebruiksvriendelijk is dan kan het me wel belemmeren. Het is juist een forum waar je dingen kan posten, dus dan zou dat mij belemmeren. Ik wil wel wat ruimte en eigen creativiteit is ook wel leuk juist. De organisatie is heel goed in vaste formaten maken, dus dat mag wel anders nu. Wat meer creativiteit.

Interviewster: Denk je dat je op negatieve berichten kan reageren?

Respondent 15: Ja, ik kan er wel mee omgaan. Ik zou niet gelijk terugvuren als er iets negatiefs in zit. Een negatieve klant of iets sarcastisch. Ik weet wel hoe ik er mee om moet gaan, maar hoe je dat via social media heel handig doet, daar zou ik even hulp bij vragen. Ook al is het heel negatief, dan zou ik wel reageren en vervolgens even bellen. Zodat je niet online iets gaat uitvechten. Maar als er wel een reactie wordt verwacht kan je daar wel op een gepaste manier reageren, dat zou ik even vragen aan communicatie. En een workshop of iets zou ik ook leerzaam vinden, maar de vraag is of dat echt nodig is. Hebben wij dat als adviseurs nodig of is dat meer voor communicatie, waar dat echt een onderdeel is van hun rol. Kijk als ik het niet weet dan stap ik naar hun toe om te bespreken wat de beste manier is om te reageren. Dus de vraag is of wij daar als adviseurs voor getraind moeten worden. Ik denk het niet, maar ik sta er niet negatief tegen over.

Interviewster: Stel er breekt een crisis uit, zou je weten hoe je daar mee om moet gaan?

Respondent 15: Ja, daar kan ik wel mee om gaan. In mijn mening moet je dat niet gaan bediscussiëren op zo'n platform, maar met de persoon die dat aanzwengelt in gesprek gaan. Face-to-face. Er zit online vaak veel emotie, waar mensen wat gekke dingen gaan roepen. Iedereen gaat haakjes schrijven, dus ik denk dat je het bij de kern aan moet pakken.

Interviewster: Zou een crisisplan houvast geven?

Respondent 15: Weet ik niet. Als er iets gebeurd zou ik ook collega's van communicatie aanhaken om te vragen hoe en wat.

Interviewster: Heb je verder nog iets waar je meer over zou willen weten voor je aan de slag gaat met het platform?

Respondent 15: Nee, niet iets wat ik nu kan opnoemen.

Interviewster: Stel je krijgt informatie. Heb je dan een voorkeur voor de manier van kennisvoorziening. Scholing, webinars, workshops. Waar ligt jouw voorkeur?

Respondent 15: Een vlog zou ik wel wat vinden. Dat is heel leuk en leerzaam, er zit iets praktisch in en het hoeft niet lang te duren in plaats van dat je een artikel moet lezen. Je moet verschillende manier aanbieden om mensen te prikkelen. Dus ik zou dat wel leuk vinden. Als het op een positieve manier in een mail wordt geschreven, zoals Karin doet, dan doe ik dat ook wel even. En als je het met een glimlach op je gezicht doet, omdat het een creatieve mail is, dan doe je het wel. Het is wel een beetje verleiden van de boodschap. Ik wil graag dat je dit nog even voor me doet en dan kijk ik dat wel. Een workshop zou ook kunnen. Als de organisatie elke dag een beetje beter wil maken, dan moet je daarvoor open staan. En dat sta ik ook.

Interviewster: Vind je het belangrijk dat de stap van kennis vergaren over de doelgroep naar het posten van berichten en reageren op mensen om een band om te bouwen en betrokkenheid te krijgen langzaam moet verlopen, zodat je je daarop kan voorbereiden door middel van trainingen, crisisplannen, vertrouwen van de organisatie en zo?

Respondent 15: Ja, ik denk dat het belangrijk is dat we niet zomaar een platform moeten beginnen, maar over al goed over na moeten denken. Iedereen moet weten wat zijn rol is en wat er moet gebeuren op het platform, zodat het direct ook echt loopt en mensen vanaf dag een vertrouwd zijn met het platform en actief blijven. Het is denk zeker belangrijk om langzaam die stap te zetten om te zorgen dat iedereen erachter staat. Zo krijg je ook vertrouwen van je medewerkers en durf je ook het gesprek aan te gaan.

Interviewster: Vind je het belangrijk om vertrouwen te hebben van de organisatie?

Respondent 15: Ja, ik denk dat dat veel gegeven wordt. Er is veel vertrouwen onderling tussen collega's. Op de manier dat je invulling kan geven aan je eigen rol, dan vind ik dat er veel vertrouwen is. Ook de in en uitloop hier. Of ik hier nu elke dag ben of dat ik hier nooit ben, dat maakt werkelijk niet uit, omdat ze vertrouwen in me hebben. Dat vind ik heel positief.

Interviewster: Heb je ook het idee dat dat vertrouwen jou motiveert?

Respondent 15: Ja zeker. Als er iets is dat helpt om de beweging te versterken, zodat wij sneller en effectiever 1 miljoen kinderen bereiken en overgewicht laten dalen en gezonde kinderen te laten realiseren. Als dat helpt, moeten we het platform in zetten. Er is veel verandering binnen de organisatie, om het doel te bereiken en daar moet je tegen kunnen. Maar dat vind ik wel fijn.

Interviewster: Vind je het de verantwoording van het management om aan een risicobehoeft te voldoen?

Respondent 15: Ik denk eerder dat dat een mix is tussen het management en het communicatieteam. Communicatie zal het moeten bedenken en het management misschien wel uitdragen. Dus ik denk een mengeling.

Interviewster: Je zei net al dat je Facebook en LinkedIn niet als basis ziet voor het platform. Heb je verder een voorkeur?

Respondent 15: Nee, ik weet niet hoeveel mensen de JOGG-wiki gebruiken. Als je een meer gevorderde gemeente bent, kijk je daar dan nog op? Mensen moeten weten dat het er is en niet een keer lanceren, maar ook echt onderhouden. Het moet levend blijven. Ik heb geen voorkeur. Alleen Facebook en LinkedIn is niet handig. LinkedIn vind ik traag en instabiel. Niet handig qua reageren, de functionaliteiten zijn niet handig. Facebook is wel handiger, maar dat vind ik meer voor privégebruik. Maar LinkedIn vind ik daar niet geschikt voor.

Interviewster: Zijn er nog functies op het platform die je een vereiste vindt?

Respondent 15: Er moeten categorieën inzitten en daar moeten we over nadenken. Een soort marktplaats met categorieën. Bijvoorbeeld een nice-to-have-categorie, vragen waar je snel antwoord op wil, vragen vanuit JOGG of lokaal JOGG of een partner. Of dat je kan in zien hoe veel mensen dingen gelezen hebben. Als maar 6 mensen iets gelezen hebben dan is dat nogal teleurstellend. Dus we moeten goed nadenken wat we willen bereiken.

Interviewster: Als we zelf iets plaatsen, moet je dan amuseren, informeren, overtuigen of activeren?

Respondent 15: Ja een combi van alles denk ik. Iedereen wil op een andere manier communiceren. Sommigen lezen de JOGG-update, anderen niet. Een aantal zal je altijd even een extra belletje moeten geven. Moet dat dan een blog of praktisch zijn. Nee daar heb ik geen eenduidig antwoord op. Daar moeten we over nadenken, waar past zo'n forum in het strategisch communicatieplan. Of wil je het alleen maar om meer interactie te hebben. Wat vinden wij het belangrijkste, daar zouden we goed over na moeten denken. We communiceren nu meer vanuit de omgeving. Dat is ook een andere manier van communiceren, dus dat moeten we ook meenemen.

Interviewster: Stel we gaan gebruik maken van de wiki. Wat zou je hiervan vinden?

Respondent 15: Gaaf. Zeker. Wat de frequentie is, dat ligt hier niet vast. Om binnen een week een nieuw item te maken, dat is misschien iets te snel. Maar je houdt het wel gestructureerd zo. Je houdt het binnen de pijlers of binnen een bepaald expertise gebied of binnen een regio, dat zou ook nog kunnen. Je geeft jezelf ook de tijd om daar een antwoord op te geven. Wat denk ik nog belangrijker is, is dat het voor alle gemeenten meerwaarde heeft. Het wordt speciaal voor hen gemaakt, in plaats van leuk wat ze daar in Den Haag maken, maar dat is een ver-van-ons-bed-show. Maar ik vind het belangrijk dat ze het idee hebben dat het voor hun lokaal is en het moet ook passen binnen onze structuur. Je hebt het idee dat er zo goed naar ze geluisterd wordt. Als er iedere keer een categorie bij zit waar ze niet mee bezig zijn, dan zullen ze misschien denken doe daar is iets mee. Misschien moet je dan zeggen doe is bij de poll of anders... dat ze zelf iets in kunnen vullen. Maar leuk idee.

Interviewster: Dank je wel. Dat was mijn laatste vraag. Bedankt voor je deelname.

Bijlage J: Analyseschema's

Hieronder staan de antwoorden van de respondenten in analyseschema's. Niet elke respondent heeft elke vraag beantwoordt, omdat er twee doelgroepen zijn. Overlappende vragen zijn terug te vinden in hetzelfde schema, zodat de onderzoeker de antwoorden kan vergelijken. Het document is verdeeld in de thema's en sub-thema's van de topic guides.

Introductie

Analyseschema 0 – Introductie

Label	Respondent	Item: introductie
24 jaar, beleidsadviseur, tweede fase	1	Ik ben 24 jaar, ik ben beleidsadviseur op het gebied van sport en gezondheid in Noord-Brabant en ik ben afgelopen oktober begonnen. Wij zitten nu in de tweede fase denk ik.
Limburg, 30 jaar, tweede fase.	2	Ik ben JOGG-regisseur in Limburg. Mijn leeftijd is 30 jaar. We hebben de eerste drie jaar afgerond en we hebben met 3 jaar verlengd. Dus we zitten in de tweede fase.
40 jaar, Noord-Brabant, JOGG-regisseur, eerste fase	3	Oké, ik ben 40 jaar. In een gemeente in Noord-Brabant ben ik JOGG-regisseur. Sinds april 2016 JOGG-gemeente. Ze zitten dus zeg maar in de eerste fase. En daarnaast heb ik dan ook nog een andere pet op en dat is degene van JOGG-coach en dat ben ik nu voor de gemeente Oosterhout. Die zitten dus ook echt in de eerste fase, sinds zes maanden, waar we de ondersteuning bieden. Dus op die manier ben ik voor JOGG actief.
34 jaar, eind tweede fase, beleidsmedewerker	4	Ik ben 34 jaar, ik werk voor een gemeente in Gelderland als beleidsmedewerker Sport en we zitten nu in het zesde jaar, dus we zitten nu aan het eind van de tweede fase.
Programmamanager, derde fase, 52 jaar.	5	Ik ben programmanager in een gemeente in het oosten van Nederland. Ik ben werkzaam bij de GGD. Wij waren een van de eerste JOGG-steden. Dus we zitten nu in de derde fase. In deze fase is de beweging van private partners, gemeenten en inwoners zichtbaar die samen een gezonde leefstijl aantrekkelijker maken voor die enorme sponsors. Het is een netwerkorganisatie geworden. Dat hebben we ook net geëvalueerd. Het was een beetje van ja dat zeggen we nu leuk, maar wat houdt dat in. Ik ben 52 jaar.
31 jaar, Noord-Brabant, derde fase, JOGG-regisseur	6	Ja, oké ik ben 31 jaar. Ik ben de JOGG-regisseur van deze gemeente in Noord-Brabant. Wij zijn in 2014 begonnen,

		we zitten nu in de derde fase. Ik ben zelf nu sinds oktober JOGG-regisseur. Dus nog niet zo lang.
48, Noord-Brabant, tweede functie, JOGG-regisseur	7	Ik ben 48. Wij zijn JOGG-gemeenten in Noord-Brabant sinds 2015. We zijn pas naar de tweede functie gegaan. Ik ben gebiedsregisseur en JOGG-regisseur. JOGG-regisseur, ja dat weet je wel, en gebiedsregisseur dat is dat je de contactpersoon bent in de gemeente. Dus ik zit heel veel buiten. Ik heb eigenlijk een netwerkfunctie, net als de JOGG-regisseur functie, ik probeer mensen betrokken te krijgen binnen een straat wijk of dorp. Wat was de andere vraag?
Beleidsmedewerkers, Noord-Brabant, 62 jaar	8	Ik ben officieel beleidsmedewerker bij de gemeente in Noord-Brabant. Ik heb de specialiteit gezondheidszorg en ouderenbeleid. Ook innovaties in de zorg doe ik hierop regionaal- en landelijkniveau in werkgroepen en dergelijke. Ik ben 62 jaar. Ik heb nog een jaartje te gaan voor mijn vervroegd pensioen. Als ik 64 ben dan vind ik het wel mooi geweest. En de fase waar de gemeente in zit, we zijn een tijd geleden gefuseerd, dat was omdat er in die tijd veel gemeenten samen kwamen. Deze twee gemeenten passen goed bij elkaar. Vanaf het begin af aan is dat goed gelopen. We zijn bezig met de fietsenontwikkeling, alle afdeling afzonderlijk, maar met name onze afdeling is daar druk mee bezig. Onze gemeente wil zich met name profileren als gezonde gemeente.
29 jaar, JOGG-regisseur, Utrecht en Gelderland, beiden in de tweede fase, bijna derde fase	9	Ik ben 29 jaar. Ik ben werkzaam als JOGG-regisseur in twee gemeenten. Een in Utrecht en een in Gelderland. Beiden in de tweede fase. De JOGG-gemeente in de provincie Gelderland gaat bijna over naar de derde fase. We gaan dan de mogelijkheden bekijken of we verder gaan en of we nog gebruik willen maken van JOGG en de ondersteuning of zelfstandig worden en ja, dan willen we alles vast leggen.
33, JOGG-regisseur, Noord-Holland	10	Ik ben 33. Ik ben ook JOGG-regisseur in Noord-Holland. Ik ben vanuit sportservice van de gemeente regisseur. Voorheen lag de taak alleen bij de gemeente, maar nu sinds anderhalf jaar ligt de functie van een JOGG-

		regisseur deels bij de gemeente en deels bij sportservice. Dus dat eigenlijk.
30, Noord-Holland, beleidsadviseur, tweede periode, laatste jaar	11	Ik ben 30 en ik ben werkzaam bij de gemeente in Noord-Holland als Beleidsadviseur Sport. Dat is mijn primaire functie, maar daarin heb ik ook het takenpakket van een beleidsadviseur/ regisseur voor JOGG. We zijn binnen de gemeente als sinds 2012 JOGG-gemeente dus we zitten nu aan het einde van de tweede periode. Het laatste jaar.
34 jaar, Zuid-Holland, eerste fase	12	Oké, ik ben 34 jaar, ik werk voor een gemeente in Zuid-Holland, ik ben JOGG-regisseur en we zitten in de eerste fase.
35 jaar, senior-adviseur JOGG-aanpak, 4 jaar	13	Ik ben 35 jaar, ik ben senior-adviseur JOGG-aanpak en ik werk hier nu bijna 4 jaar.
35 jaar, communicatieadviseur, 4 jaar	14	Ik ben 35 jaar, ik ben communicatieadviseur bij JOGG, sinds 2012.
39 jaar, werk hier iets meer dan 1,5 jaar, adviseur JOGG-aanpak, Overijssel, Drenthe, stukje Flevoland	15	Ik ben 39 jaar, ik werk hier iets meer dan 1,5 jaar en ik ben adviseur voor de JOGG-aanpak, vooral voor alle gemeenten in Overijssel en Drenthe en een stukje Flevoland en daarnaast ben ik projectleider voor Publiek Private Samenwerking.

Conclusie: De respondenten komen uit Limburg, Noord-Brabant, Overijssel, Zuid-Holland, Noord-Holland, Utrecht en Gelderland en zijn tussen de 24 en 62 jaar oud. De respondenten bestaan uit acht regisseurs, vier beleidsambtenaren, twee JOGG-adviseurs en één communicatieprofessionals. Lokale professionals zijn werkzaam in zowel JOGG-fase één, twee als drie.

Betrokkenheid lokale professionals bij JOGG

Contact met JOGG tijdens werkzaamheden

Analyseschema 1 – Vraag 1: Wat zijn uw werkzaamheden?

Label	Respondent	Item: werkzaamheden
Gezondheid en sport, beweeggedrag verbeteren, leefstijl verbeteren	1	Omdat ik veel met gezondheid te maken heb, kan ik dat vaak koppelen aan sport en bewegen. Gezondheid en sport proberen we op te zetten, het beweeggedrag verbeteren, maar ook gewoon de leefstijl verbeteren. Hoe meer kinderen bewegen hoe beter. Ik probeer bewegen ook steeds meer in

		projecten te krijgen. Het is belangrijk beweegles te kunnen geven. Er lopen al projecten van een jaar of 3 á 4.
JOGG-regisseur, programma-management sport en bewegen	2	Ik heb meerdere functies, waarvan ik onder andere JOGG-regisseur ben. Ik doe ook het programmamanagement van alle sport en bewegen activiteiten en programma's in de gemeente. En sinds kort ben ik ook programmamanager in een andere gemeente, maar wel veel verschillende activiteiten.
Regisseren, voeding en beweging, gezonde omgeving op de kaart krijgen, regie op voeren	3	Hier als regisseur regisseer ik op alle programma's om te zorgen dat alles wat er al eigenlijk gebeurt, als je het hebt over voeding of bewegen, daar bepaalde regie in te gaan voeren om ook overal de gezonde omgeving op de kaart te krijgen. Dat betekent dat ik met de buurtsportcoaches bezig ben om beweegactiviteiten te organiseren en te kijken hoe we daar versterking en verbinding in kunnen krijgen met bijvoorbeeld het opbouwwerk in de wijk. En daar over gezondheid te praten. Daar echt de regie op voeren. Ik ben niet degene die met de ouders of kinderen in gesprek gaat of echt activiteiten uitvoert, maar ik ben tussen alle partijen in bezig met het creëren van een gezonde omgeving. Ik heb daarbij veel contact met private en publieke partijen, zoals een Rabobank. Dan ben ik bezig met hoe kunnen we middelen realiseren, hoe kunnen we activiteiten ontwikkelen die te maken hebben met een gezonde samenleving. Dus echt het regisseren van een programma. Eigenlijk denk ik dat niemand mij kent als JOGG-regisseur of weet dat er een JOGG-regisseur is. Dus ik ben echt op de achtergrond aan het werk om hetgeen dat op de werkvloer gebeurt te versterken. Dus dat is een beetje wat ik uitvoer.
Grip krijgen over wat er in de gemeente gebeurt op het gebied van sport en gezondheid	4	We hebben hier buurtsportcoaches. Zij voeren heel veel van JOGG uit. Ik heb nu sport bijna een jaar in mijn pakket. En daarvoor merkte ik dat daar niet zoveel mee gebeurde. Ik heb wel geprobeerd daar iets meer grip op te krijgen. Met zijn drieën proberen we steeds meer grip te krijgen over wat er in de gemeente gebeurt op het gebied van sport en gezondheid. En door middel van factsheets, etc. hoor ik van de buurtsportcoaches wat er allemaal gebeurt en houden ze mij op de hoogte. Zelf regel ik het inkomen en monitor ik of er

		genoeg gebeurt aan JOGG. Ik heb verder niet heel veel werkzaamheden aan JOGG.
12 uur aan de aanpak, niet alleen overgewicht bij jongeren, maar ook roken, alcoholgebruik en overgewicht bij ouderen	5	Ik besteed zo'n 12 uur aan de aanpak. Ik richt me tijdens die aanpak niet alleen op overgewicht bij jongeren, maar ook op roken, alcoholgebruik en overgewicht bij ouderen. Binnen die 12 uur ben ik de linking pin naar het veld en naar de gemeente toe. Maar we hebben het zo georganiseerd dat binnen de gemeente een ambtenaar voor gezondheid is die ook aandacht en uren besteed aan JOGG. Zij doet vooral de afstemming binnen de gemeente. En ik vooral richting de partners. En daarin hebben we wel een coördinerende rol. Ja, en waar ben ik mee bezig. Dat kan zo wisselend zijn. We hebben onlangs de informatie van de JOGG-aanpak op poten gezet, dat kan een taak zijn. Maar ook kijken we nu hoe we als netwerkorganisatie de regie bij de partners kunnen neerleggen. Daar moeten werkgroepen ontstaan, kunnen we daar niet een format voor ontwikkelen met een duidelijk format. Dat soort zaken. Tot een opdrachtgever zijn naast een van de partners en de gemeente voor de gezonde school. We hebben een paar studenten die daar actief op bezig zijn. Dus het is heel gevarieerd. Of een gesprek wat ik binnenkort ga hebben met een private partner, van hé kunnen we ons niet meer bezig houden met de gezonde werkvloer. Dus dat is een beetje een voorbeeld van wat ik doe. Het is best divers.
Regionaal gebied en lokaal, andere regio's enthousiast maken over JOGG, JOGG in publiciteit krijgen	6	Ik heb een stukje regionaal gebied en een stukje lokaal. Wat ik doe in de regio is kijken wat er regionaal kan gebeuren en hoe ik andere gemeenten enthousiast kan krijgen over JOGG. Ook heb ik pas in januari een bijeenkomst georganiseerd. Dan vertel ik wat wij willen doen en welke private partners we hebben in de regio en proberen we partners te koppelen. Wat ik lokaal doe is voornamelijk op het voortgezet onderwijs en basisonderwijs. Voorbeelden zijn vooral de Gezonde school, vignetten, lokale evenementen organiseren en waar ik JOGG zichtbaar kan maken. Ik hou altijd in mijn gedachte om JOGG in de publiciteit te krijgen. Altijd als er iets gebeurt dan probeer ik iets te verspreiden op een nieuwssite, zodat het ook zichtbaar wordt.

JOGG-regisseur, Netwerkbanaan, contact wijkverenigingen, sportverenigingen, buurtsportcoaches, jongerenwerk	7	Ik ben dus JOGG-regisseur en gebiedsregisseur. Ik vind dat het een mooie combi is. Ik zit heel veel buiten, het is een netwerkbanaan. Ik probeer mensen in een wijk te benaderen met wat kunnen jullie doen in een wijk en wat kunnen wij doen. Dat is hetzelfde als dat JOGG-verhaal. We proberen burgers een gezondere leefstijl aan te meten. Dus ik heb veel contact met wijkverenigingen, met sportverenigingen, met buurtsportcoaches, met jongerenwerk. En daardoor proberen we dus overal lijntjes te leggen om dingen geregeld te krijgen. Dat is dus mijn werk. Ik zit eigenlijk te veel binnen, ik moet meer naar buiten. Mijn baas zegt ook ga maar buiten spelen, daar doe je het. Het gaat eigenlijk ook steeds beter. Je netwerk staat wel, dus mensen weten je nu ook te vinden. Collega's weten je ook te vinden, dat is ook prettig. Dus dat is eigenlijk mijn werk. De hele dag een beetje buitenspelen.
Overleg GGD, financiering, beleidsadviesering college, budgetten vrijmaken	8	Dat is met name het overleg met de GGD die erbij zit. De financiering van projecten. Ja we hebben verschillende dingen lopen, ook samen met fysiotherapeuten. Dat zorg ik voor een beleidsadviesering college, budgetten vrijmaken, zorgen dat er financiën zijn, het overleg met initiatiefnemers. Dat soort dingen.
Ouderen nemen we ook mee, monitor, ik voer activiteiten uit, afspraken maken GGD, lijntjes kort houden fysio	9	Oké, ik ben dus JOGG-regisseur bij twee gemeenten. Onze doelstellingen, bij ons zit alles van JOGG in het buurtsportcoachteam. Dus ook ouderen nemen we mee en volwassenen, dus niet alleen kinderen. Ik monitor, zodat alle activiteiten worden uitgevoerd door collega's met scholen en verzorgingshuizen. Zelf doe ik dat af en toe ook nog, dat ik activiteiten uitvoer. Daarnaast maak ik afspraken met de GGD hoe dat gaat met kinderen en hun gezondheid. En daarvoor hebben we een Sportkanjerclub opgezet. Waar kinderen met overgewicht of een fysieke beperking of die achterlopen, die kunnen bij ons terecht om lessen te krijgen en ze kunnen vanaf daar ook weer door naar de fysio mocht het teveel voor ons worden. En kijken hoe het met dat project goed gaat. De lijntjes kort houden met de fysio en dat de samenwerking goed gaat en ook met de GGD afstemmen van heb je dat ook gezien of waar kunnen we in samenwerken.

Contact hebben met alle mensen in het werkveld	10	De dagelijkse werkzaamheden houden voor mij in contact te hebben met alle mensen in het werkveld. We hebben stuurgroepen, werkgroepen en begeleidingsgroepen. En het vindt plaats in twee verschillende wijken en met alle mensen uit het werkveld hebben we werkgroep overleg. Daar heb ik contact mee, dat zijn alle partners en proberen we nieuwe verbindingen te leggen met commerciële partners, winkeliers en dergelijke, in de twee gebieden. En verder, ja waar willen we heen met JOGG? Helemaal nu we natuurlijk het einde van deze fase inzicht hebben, willen we verder? Zo, ja hoe? Dus daar moeten we nu een antwoord op zoeken.
Contact beleidsadviseurs, draagvlak bij de wethouder, werkgroep Gezonde Omgeving	11	Ik werk meer binnen de gemeente. Ik ben nu pas een half jaar JOGG-regisseur/beleidsambtenaar. Ik heb veel contact met beleidsadviseurs binnen de gemeente, om te kijken waar kunnen afspraken worden belegd met ja alle partijen met wie de gemeente samenwerkt. En we zorgen dat er draagvlak is bij de wethouder en dat we bekend zijn binnen de gemeente, zodat de kans groot is dat als we besluiten te verlengen dat iedereen weet waarom we dat doen. Verder ben ik nu ook bezig met de werkgroep Gezonde Omgeving met collega's van andere beleidsafdelingen om te kijken hoe we de omgeving wat gezonder kunnen maken.
Gezonde leefstijl op de kaart, niet veel overgewicht, stabiliseren	12	Ik zorg ervoor dat de gezonde leefstijl hier op de kaart komt. We willen graag overgewicht terugdringen. We hebben eigenlijk niet zoveel overgewicht, dus we willen het stabiliseren. En mijn functie is eigenlijk om iedereen bij elkaar te brengen en actief te maken voor de gezonde leefstijl.

Conclusie: De regisseurs zijn voornamelijk bezig met het netwerken en de gezonde leefstijl in de maatschappij te brengen. Beleidsambtenaren zijn voornamelijk bezig met financiën, het maken van afspraken en het monitoren van de JOGG-aanpak.

Analyseschema 2 – Vraag 2: Heeft u tijdens uw werkzaamheden veel contact met JOGG?

Label	Respondent	Item: contact met JOGG
Redelijk weinig, begin meer, alles wat ik met JOGG doe eerst naar Simone en zij koppelt dat	1	Redelijk weinig. In het begin wel meer. Al voor dat Simone er was eigenlijk. Zij begon ongeveer dezelfde periode als mij. Simone is de regionale coördinator. Alles wat ik nu met JOGG doe, koppel ik eerst aan haar en koppelt zij weer terug naar Lisa. Af en toe, ja daarom zeg ik we zijn een beetje een rare

weer terug naar Lisa, doe een beetje mijn eigen ding		eend in de bijt. We doen best wel veel ons eigen ding, omdat we al best veel deden. En we doen een beetje de lightversie van JOGG. Als ik zie, dat kan van toepassing zijn op ons, dan schakel ik de coördinator in en schakel ik JOGG wel in. Net als wat ik al zei, die hele ketenaanpak is voor mij wel van belang. Dan schakel ik JOGG wel in. Verder doe ik gewoon een beetje mijn eigen ding.
Een keer per maand, meestal met Lisa, contact met andere experts	2	Ik denk een keer per maand. Meestal met Lisa in dit geval. Bijvoorbeeld vorige week over de inzet van een ambassadeur en vragen waar ik ondersteuning denk nodig te hebben. Lisa is mijn spanningspartner, maar ik heb ook contact met andere experts.
Veel contact niet, afstemming regioaccountant, contact opnemen landelijk als ik echt iets nodig heb	3	Echt heel veel contact niet. Ik heb wel veel afstemming met de regioaccountant daar bespreek ik altijd mee wat er gebeurt. Maar ik merk wel dat als ik echt iets nodig heb, dat ik dan wel contact opneem met het landelijk bureau. Dan gaat het bijvoorbeeld over het thema DrinkWater van, ik heb bidons nodig. Of we willen een training en dan bespreek ik wat we nodig hebben om daarvoor een afspraak te maken, maar verder heb ik niet heel erg veel contact met het landelijk bureau.
Eigenlijk niet veel, Af en toe overleg, maak daar niet veel gebruik van	4	Eigenlijk niet veel. Af en toe wel een overleg of een voortgangsgesprek. Verder maak ik daar niet veel gebruik van.
Laatste tijd juist meer, prettig, positief	5	Ja, dat vind ik de laatste tijd juist ook wel weer wat meer. Bijvoorbeeld in de zoektocht van goh, zitten we nog op de goede lijn. We zijn een beweging, daaruit is voortgekomen dat we wilden evalueren. Daar hebben we steun gehad van JOGG en een externe partij die ons daarbij geholpen heeft. Dat hebben we als heel prettig ervaren. In een fase eerder hebben ze ons geholpen met een mooi filmpje te maken. Daar hebben we ook veel aangehad. In de beginfase hebben we het minst aan JOGG gehad, omdat we vaak verder waren dan andere gemeenten. We hadden meer te geven dan te ontvangen. Ik vind nu, naarmate we weer wat verder op de rit zijn en we met nieuwe vragen zitten en ook met het meedenken op de sportverenigingen, landelijk doen we daar nog heel weinig

		mee. Daar helpen ze ons wel goed mee. Dus ik ben wel positief.
Adviseur, eerste aanspreekpunt, landelijk bureau en andere experts	6	Ja, ik heb een adviseur, die persoon is mijn eerste aanspreekpunt. Hij is mijn eerste connectie. Als ik vragen heb dan stel ik ze aan hem. Als hij dingen wil weten stelt hij vragen aan mij. Ja het is gewoon een adviseursrol. Hij neemt ook mijn plan van aanpak door. We zaten ook een keer met de gemeente samen. Daarnaast heb ik contact met Team:Fit, gezonde sportkantine, van het landelijk bureau en andere experts. Bijvoorbeeld de expert PPS op dit moment heb ik daar veel mee te maken. Bij het organiseren van NL Vitaal heb ik veel contact gehad met de mensen die daar verantwoordelijk voor waren. Dat zijn mijn voornaamste aanspreekpunten binnen JOGG.
Niet veel contact, contact met Mark, heel makkelijk, heel soepel, bellen, mailen WhatsApp	7	Ik heb niet veel contact. Ik heb contact met Mark en heel makkelijk contact, heel soepel contact, via WhatsApp of bellen of mailen. Dat gaat eigenlijk altijd heel snel. En landelijk JOGG, ik heb ook een regionale groep op WhatsApp. Dus daar wisselen we ook wel wat dingen uit. Dat is niet echt landelijk, maar meer op de JOGG-regisseurs onderling. En verder heb ik weinig contact, dat ligt meer aan mezelf dan aan het landelijk bureau. Ja, Mark zegt wel eens je kan meer experts inzetten. Maar als iets loopt, dan loop het en we hebben het idee dat het goed gaat, dus ja dan is dat niet nodig. Dus misschien gaat het wel beter als ik het zou doen, maar dat weet je natuurlijk niet.
Tot op heden helemaal niet, doet de regisseur, werkcontact loopt buiten mij om	8	Tot op heden eigenlijk nog helemaal niet. Dat is iets wat de regisseur doet, voornamelijk ook samen met Helmond. Daar zit de GGD dan ook weer bij en die hebben daar een heel goed werkcontact en ja, dat loopt eigenlijk buiten mij om. Ik ben in die zin dan ook niet zo heel actief of dagelijks erbij betrokken. Als de regisseur aangeeft iets nodig te hebben of we moeten iets doen, dan haalt hij mij erbij. De rest is, ja dat komt, omdat het al een tijd loopt. We zijn nu aan het tweede termijn bezig, dus heel veel van de oorspronkelijke organisatie en van het hele systeem dat staat al, dus dat is nu niet meer zo nodig.

Heel weinig, misschien 6x per jaar, zou meer contact willen	9	Nee. Of ja heel weinig. Ik denk dat ik met Ellis zo 4 keer op jaar basis contact heb. Met de telefoon zelfs iets meer. Misschien 6 keer. Af en toe een afspraak, bellen en een mailtje. In de andere gemeente ben ik nog maar net actief, dus dat is wat anders, maar er is dus wel weinig contact. Ik zou wel meer contact willen hebben. Ik denk dat het heel fijn is, want af en toe krijg je dingen doorgestuurd of voorbeelden uit een grote stad waar alles heel goed lukt, wat een groot succes is. Maar in een grote stad zitten heel veel bedrijven en daar is het heel makkelijk om geld binnen te halen en als kleine gemeente, veel kleinschaliger, dus het is veel moeilijker om daar de bedrijven mee te krijgen. En daar probeer ik ondersteuning in te krijgen, dus om een keer samen met de gemeente een afspraak te maken of een keer samen met JOGG te kijken hoe we dat kunnen oppakken. Ik denk dat daar nog wel kansen liggen.
Ja, Anja	10	Ja, landelijk, dan zie ik Anja wel. En de beleidsambtenaar meer adviseurs.
Ja, Anja, experts, goed bereikbaar	11	Ja. Anja benader ik als ik een eerste vraag heb. Maar voor PPS ga ik eerst naar de experts. Die weet ik dan wel te vinden. Als ik die nodig heb, dan zijn ze altijd wel goed bereikbaar.
Ja, regelmatig, bellen en mailen	12	Ja, wel regelmatig. Bellen en mailen, dat vooral. Dat kan over alles gaan, over stagiaires. Ik zie ze ook wel geregeld, ik denk dat ze zo drie of vier keer hier zijn geweest, terwijl we pas een paar maanden zijn begonnen.

Conclusie: De respondenten hebben weinig tot regelmatig contact met het landelijk bureau, waarvan de beleidsambtenaren het minst. Dit contact gaat voornamelijk met de eigen adviseur en experts. Opvallend is dat de respondenten uit Limburg, Noord-Brabant en Gelderland weinig contact hebben met het landelijk bureau, terwijl de respondenten in Noord- en Zuid-Holland meer contact hebben met de adviseurs. Dit ligt mogelijk aan de fysieke afstand.

Sentiment bij JOGG

Analyseschema 3 – Vraag 3: Welk beeld heeft u bij de stichting?

Label	Respondent	Item: beeld bij de stichting
Mooi doel, ver-van-mijn-bed-show, meer op Randstad, ouderwetse	1	Mooi doel, maar ver-van-mijn-bed-show. Projecten, campagnes, tools en materialen geen betrekking op ons, maar op de Randstad. Vergelijk stichting met ouderwetse ambtenaars, als iets nieuws is beginnen ze er niet aan.

ambtenaars, als het nieuw is beginnen ze er niet aan		
Geen beeld bij intern, positief, meer gemeenten haken aan	2	Geen beeld bij interne organisatie. Positief over landelijke organisatie, omdat steeds meer gemeenten aanhaken en er groei is.
Fantastisch, ondersteunende methodiek, onderbouwd vanuit verschillende invalshoeken, groei zorgt voor afstand	3	Fantastisch initiatief, omdat ik denk dat ze vanuit een bepaalde methodiek echt aan het verder helpen zijn. Een ondersteunende methodiek die onderbouwd wordt vanuit verschillende invalshoeken om lokaal het verschil te maken. De organisatie groeit, wat zorgt voor afstand en zorgt dat ik minder gebruik maak van de organisatie.
Mag meer regionaal	4	Mag meer regionaal georganiseerd worden. Communicatie is vooral gericht op lokaal.
Veel adviseurs en experts, nauw contact ministerie, stabiele aanpak, contact partners helpt lokaal, mag meer samenwerkingen	5	Veel adviseurs en experts. Nauw contact ministerie, dat is handig voor landelijk beleid, redelijk stabiele aanpak, contact met grote private partners helpt lokaal om samen te werken. Mag nog wel meer landelijke partners.
Prettig kennis en connecties, beter nadenken over borging	6	Prettig dat de connecties en kennis er zijn. Niet goed nagedacht over borging NL Vitaal, dat laten ze dan aan ons over en dat vind ik niet onze taak.
Professionele organisatie, goede organisatie, naamsbekendheid,	7	Ja, dat het een hele professionele organisatie is. Het JOGG-verhaal leek in eerste instantie wollig, maar er zit een goede organisatie achter met naamsbekendheid. 400 mensen actief met JOGG. Als je zegt het is een JOGG-gemeente, dan weten mensen meer dan als je zegt we zijn een gemeente die kinderen belangrijk vinden en het belangrijk vinden dat kinderen geen overgewicht hebben.
Prima organisatie, speelt in op behoeften gemeenten,	8	Ik vind het een prima organisatie. Het speelt echt in op de behoefte die erbij gemeente is. Het participerende van JOGG was voor ons ook de reden om daarmee in zee te gaan.
Doen goede dingen, alles zelf doen, weten veel, kan beter ondersteuning geven, lichten grote gemeenten uit en niet kleine gemeenten, afstand	9	Ze doen heel veel goede dingen, maar uiteindelijk moet je alles zelf doen. Ze staan voor iets heel goeds, ze weten er ook veel over. Kan nog veel beter ondersteuning geven en veel specifiekere en gemeenten bepaalde interventies geven. Ook lichten ze steeds successen uit in grote gemeenten en nooit kleine gemeenten. Weet niet precies wat ze allemaal op kantoor doen door afstand.

Wist niet waar de organisatie is gelokaliseerd, dichtbij contact adviseur, organisatie op afstand, prettig	10	Wist niet dat ze in Den Haag zitten, dichtbij contact met adviseur, organisatie staat op afstand, maar ik vind het ook juist wel prettig dat het contact wat dichterbij is met een Anja of heel Noord-Holland.
Mag altijd aankloppen, geen beeld organisatie, kent allen contactpersonen, organisatie niet zichtbaar, niet zeker of dat nodig is	11	Anja zei dat als we een werkplek zochten, als we in Den Haag waren, dan mogen we altijd aankloppen. Maar nee ik heb niet echt een beeld. Ik ken wel wat andere gezichten, maar wat voor afdelingen er zitten en welke mensen wat doen. Ik ken alleen de mensen waarmee je contact mee hebt, dus adviseur en de experts. Dus verder is de organisatie niet heel zichtbaar ofzo. Maar ik weet ook niet of het heel erg nodig.
Knap uitgerold in gemeenten, handen vol aan coachen en adviseren, houvast en nieuwste ontwikkelingen	12	Ik vind JOGG en de aanpak heel goed. En ik vind het heel knap dat het zo uitgerold wordt over al die gemeenten allemaal op een eigen manier. En ik denk dat JOGG er de handen vol aan heeft om iedereen te coachen en te adviseren. En ben heel blij dat er een landelijk orgaan is, waar je je aan vast kan houden. Via het landelijke weet ik de nieuwste ontwikkelingen.

Conclusie: De belangrijkste bevinding is dat de organisatie een ondersteunende methodiek heeft die onderbouwd is vanuit meerdere invalshoeken, maar dat de groei zorgt voor afstand en lokale professionals minder gebruik maken van de organisatie. Dit antwoord geeft goed de professionaliteit van de organisatie weer, die andere respondenten ook benoemen, maar laat zien dat de afstand ook van invloed is op de relatie. Dit laatste benoemen andere respondenten niet zo letterlijk, maar is wel op te maken uit antwoorden waarin ze aangeven niet goed op de hoogte te zijn van JOGG, medewerkers en hun werkzaamheden. Lokale professionals zijn dus positief over de kennis, professionaliteit en ondersteuning van de organisatie. Daarnaast hebben ze een beeld bij het doel van de organisatie, maar hebben ze geen beeld bij de (werkzaamheden van) medewerkers van de interne organisatie

Analyseschema 4 – Vraag 4: Bent u trots onderdeel te zijn van het landelijk netwerk?

Label	Respondent	Item: trots
JOGG is het gezicht, iedereen denkt als eerst aan JOGG. Trots op	1	Ja, het is toch het gezicht van waar zijn we met zijn alle mee bezig. Als je aan een initiatief denkt om kinderen gezonder te maken, het eerste waar iedereen aan denkt is JOGG. Wat ik dan van mijn gemeente wil zeggen van joh wij zijn een

harde werk, tijd en moeite en ziet resultaat		JOGG-gemeente. Ik ben dan wel redelijk trots dat we daar zo hard aan werken en dat we er zoveel tijd en zoveel moeite insteken. We zien ook het echte resultaat en dat is voor mij het meest belangrijk.
Trots op wat ik lokaal doe en in de regio en op resultaten, dagelijks mee bezig, resultaat is dan mooi	2	Trots om onderdeel te zijn misschien niet direct. Ben ik trots? Ik denk dat ik vooral trots ben op wat ik hier lokaal doe en wat er gebeurd in de regio. Niet zozeer om onderdeel te zijn van. Maar echt meer op de resultaten, omdat dat iets is waar je dagelijks mee bezig bent. En als je dan resultaat ziet, dan is dat mooi.
Trots, JOGG gegroeid, leuk om resultaten te zien, zelf aan bijgedragen	3	Ja, zeker. Als je ziet hoe erg JOGG is gegroeid en in hoeveel gemeenten we de aanpak uitvoeren en wat we allemaal bereiken, dan ben ik daar echt wel trots op. Het leukst is om de resultaten te zien. Dan ben je wel trots. Want daar heb jezelf aan bijgedragen.
Trots, met zoveel gemeenten bereiken	4	Ja, als je dan ziet wat we bereikt hebben, dan ben ik daar wel trots op ja. Het is wel heel tof dat je met zoveel gemeenten dit kan bereiken.
Trots op gemeente, ook wel landelijk, JOGG noemde zich beweging en zo noemen wij ons ook	5	Ja, ik ben wel trots. Maar meer op onze gemeente. Ja en daarmee ook wel op het landelijk. Wij noemen ons zelf ook een beweging en op het Kennisfestival hoorde ik dat zij zich ook een beweging noemde. En dat je bij de koplopers hoort. Daar pronkt onze gemeente wel mee.
Trots, op tv, mooi dat er landelijk een organisatie is, voordeel landelijke media	6	Ja, zeker. Ik vind het altijd mooi als het op tv komt of wat dan ook... Ja, ik ben daar wel trots op. Ik vind het ook juist mooi dat er een organisatie landelijk is, je hebt er gewoon heel veel voordeel aan als het in de landelijke media komt. Dat vind ik wel een lekker gevoel ja.
Trots, resultaten, mensen weten je te vinden, iets neergezet waar mensen aan willen committeren	7	Ja, dat ben ik sowieso al. Gezien de resultaten die we gehaald hebben en ja. Mensen weten je te vinden. Dus je hebt echt iets neergezet waar mensen zich aan willen committeren.
Niet trots, wel op werkzaamheden gemeenten, relatief weinig met aanpak, goed om te zien wat ze doen	8	Dat voel ik persoonlijk niet zo. Ik ben wel trots op mijn werkzaamheden bij de gemeente, maar ik doe relatief weinig met de aanpak, dat doet de regisseur meer. Ik vind het wel goed om te zien wat ze doen, maar ik ben niet per se trots.

Trots wat we uitvoeren in gemeenten, niet op JOGG-gemeente, zonder JOGG zouden we zelfde dingen doen, naamsbekendheid helpt, niet trots	9	Ik voel me trots wat we uitvoeren in de gemeenten, maar ik ben niet per se trots dat we een JOGG-gemeente zijn. Ik ben wel van mening dat als we geen JOGG-gemeente zouden zijn, dan zouden we denk ik nagenoeg dezelfde dingen doen. Dus het is leuk dat we een JOGG-gemeente zijn, JOGG heeft wel naamsbekendheid, dus in die zin helpt het wel. Maar ik ben er niet trots op om onderdeel te zijn.
Trots groot woord, ambassadeur, draagt JOGG-gedachte graat uit, versterkt boodschap	10	Trots vind ik ook een groot woord. Meer een ambassadeur. Je draagt de JOGG-gedachte graag uit. Kijk wij concentreren ons hier op de gemeente, maar het is fijn dat er meer is dan alleen onze organisatie waar je naar toe kan verwijzen of waar je terecht kan. Dat versterkt alleen maar je boodschap in de lokale situatie. Niet per se trots.
Niet trots, ambassadeur boodschap is mooi	11	Nou ja, trots. Ik zie me wel als een ambassadeur van een hele positieve beweging. Maar trots vind ik dan wel weer te groot. De boodschap is mooi.
Trots, mooie beweging, organisatie en beweging	12	Ja, heel trots. Ik vind het een mooie beweging, nog niet eens als organisatie, dat vind ik ook mooi, maar de beweging die wij bij JOGG willen om de gezonde leefstijl op de kaart te zetten, daar ben ik dan heel trots op dat we dat doen. En ik ben trots dat het al in zoveel gemeenten gebeurt en trots dat zoveel mensen zich er hard voor maken.

Conclusie: Lokale professionals zijn trots op hun lokale bijdragen in de gemeente. Daarnaast zijn lokale professionals trots om onderdeel te zijn van de landelijke stichting: een grote beweging met veel gemeenten en een mooi doel. Wat hieraan bijdraagt, is de naamsbekendheid van de organisatie en de (groei van de) hoeveelheid JOGG-gemeenten die samen een doel nastreven.

Analyseschema 5 – Vraag 5: Ziet u het landelijk JOGG als collega?

Label	Respondent	Item: collega
Nee, wel verbonden, afstand te groot, onder de rivieren ander cultuurtje	1	Nee. Je bent wel verbonden. Maar voor collega's is, denk ik, de afstand te groot. Dat ligt denk ook wel een beetje aan de regio. Hier onder de rivieren. In het oosten is er denk meer feeling voor dan hier. Onder de rivieren is het toch wel een beetje een eigen cultuurtje.
Geen collega's, medewerkers organisatie,	2	Nee, dat zou ik niet zo zeggen. Collega's zeker niet, medewerkers van een bepaalde organisatie. Kijk als ik bijvoorbeeld met GGZ om tafel zit of schoolbestuur, dan

sparringpartner om op terug te vallen		zijn dat ook geen collega's. Dat zijn dan partners, maar dat is meer op hoofdlijnen. De adviseur zie ik meer als een sparringpartner en iemand waar ik op terug kan vallen.
Geen collega's, partners in crime, onderdeel beweging, gemeente collega's, in Den Haag partners om lokaal succes te maken	3	Nee niet echt als collega's. Partners in crime? Als zijnde onderdeel van een beweging waar je mee bezig bent, zijn zij partners in het totaal. Mijn collega's zijn hier alle medewerkers van de gemeente. Dat zijn collega's waar ik dagelijks mee opereer en in Den Haag zitten mijn partners om het lokaal een succes te maken.
Nee, niet bij gemeente werkzaam, prima mee samenwerken, meer contact dan zou ik ze als partner gaan zien	4	Nee, maar dat komt echt omdat zij gewoon niet bij een gemeente werken. Binnen de gemeente noem ik degene die met sport bezig zijn collega's. Ja, maar ik kan prima samenwerken met iemand die geen collega is. Maar al zou ik wat meer contact hebben met ze, dan zou ik ze wel meer als partner gaan zien. Dat zie ik nu niet. Maar dat kan ook omdat ik meer op de achtergrond ben.
Ken niet iedereen, ivoren toren, geen collega's, adviseurs en experts wel	5	Ik ken niet iedereen van JOGG, dus dan zitten ze al snel in een ivoren toren. Al is dat niet het goede woord, omdat ik wel een beetje weet wat er zich op kantoor afspeelt. Maar ik zou ze niet omschrijven als collega's. Mijn adviseur en experts waar ik veel contact mee heb gehad wel.
Ondanks ze boven me staan zijn we wel collega's, korte lijntjes zijn voordeel, landelijke organisatie zet projecten uit en staat boven me	6	Nee, ondanks dat ik zei dat ze boven me staan heb ik wel het idee dat we gewoon collega's zijn. De lijntjes zijn in principe kort, dus dat zie ik echt als een voordeel. Maar het is wel een landelijke organisatie die over heel Nederland projecten uitzet en wat dan ook. In dat heb ik het gevoel dat ze boven me staan. Maar ik zie ze wel als collega's en een hulpmiddel.
Ja, contactmomenten zorgen voor betrokkenheid, gewoon goed, klik is er, werkt prettig	7	Ja, met alle contactmomenten is er goede betrokkenheid. Het is gewoon goed. En de klik is er ook, dat is denk ik ook wel nodig. Ik heb met Mark gewoon een hele goede klik. Dus dat werkt dan gewoon heel prettig. Het voelt als collega's.
Wel in visie en aanpak, maar niet hetzelfde, zij zijn praktischer, collega's werken bij de gemeente, JOGG is belangenorganisatie, streeft	8	Wel in de visie en de aanpak, maar ook niet helemaal hetzelfde, omdat zij zijn veel praktischer gericht met het uitzetten van dat gedachte goed. Collega's zie ik dan toch meer als mensen die bij een gemeente werken. JOGG is echt een landelijke belangenorganisatie die een doel

doel na, andere manier van werken		nastreeft en daar de middelen voor krijgt om dat gedachten goed uit te dragen en de activiteiten te promoten en te zorgen dat meer gemeenten daarbij aansluiten. Dat zijn voor mijn gevoel niet collega's. Dat komt vooral door de andere manier van werken.
Mensen hier zijn collega's, collega's staan dichtbij, delen meer en werken meer samen, extern bedrijf op bellen, kil, zouden wel collega's moeten zijn	9	Die vind ik lastig. Zijn we collega's? Ik zie de mensen met wie ik werk in de gemeenten als collega's en JOGG zie ik meer als een extern bedrijf dat ons adviseert. Als collega's sta je veel dichtbij elkaar en dan ga je nog meer dingen delen en beter samenwerken. In plaats van ik bel een extern bedrijf op om een afspraak te maken. Dat klinkt een beetje kil, maar laat ik het zo maar even zeggen. Het zouden misschien wel collega's moeten zijn, ja.
Nee, onderscheid in direct contactpersoon, je werkt hier met gemeenten, adviseur is een collega, maar daarbuiten niet omdat ik die niet zie	10	Nee, dan maak ik toch weer het onderscheid in Anja, ons directe contactpersoon. Zoals ik hem zie, je werkt hier met collega's en zo zie ik Anja ook als een soort collega. Maar buiten Anja om, geen andere mensen die ik daar onderschaaf van JOGG. Omdat ik die niet echt zien of ziet.
In de omgang collega die je om hulp kan vragen, geen collega op gelijke voet	11	In de omgang wel, een collega die je om hulp kan vragen, maar niet een collega als in je staat op gelijke voet.
Niet iedereen van JOGG, sommigen wel, je werkt samen aan een gezamenlijk doel, dragen hun ook aan bij, maar aantal mensen wel en aantal niet, die ken ik niet	12	Niet allemaal van JOGG. Er zijn ook heel veel mensen die ik niet ken, maar sommigen zou ik wel omschrijven als collega's, omdat je samen aan een gezamenlijk doel werkt om hier de gezonde leefstijl op de kaart te zetten en daar dragen zij ook aan bij. Maar een aantal mensen van JOGG landelijk voelen wel echt aan als collega's en een aantal niet, want die ken ik niet.

Conclusie: Lokale professionals zien JOGG niet als collega, omdat er weinig intensief contact is. Respondenten geven aan wel het gevoel van collega's te hebben met hun adviseur en andere werknemers van JOGG met wie ze meer contact en korte lijntjes hebben, maar andere werknemers van JOGG niet als collega te willen bestempelen.

Analyseschema 6 – Vraag 6: Kunt u zich vinden in de profilering van JOGG?

Label	Respondent	Item: profilering
Profilering goed, sta er achter	1	De profilering vind ik goed, daar sta ik wel echt achter.

Doen het over het algemeen goed, sta er achter	2	Ja, over het algemeen doen ze dat wel goed. Ik sta er altijd wel achter en ik ben blij dat we dat zelf niet hoeven te doen. Maar ze doen dat heel goed.
Nooit gedacht sta er niet achter, wegen alles goed af, overwogen uitingen	3	Nee, ik heb nog nooit gehad dat ik dacht ik sta er niet achter. Nee, dan kan ik niet zeggen van goh wat roepen jullie nu weer. In de landelijke media. Ik denk dat ze alles heel goed afwegen. Ik kan wel discussie hebben over als je het voorbeeld neemt van het bedrijfsleven. In hoeverre ben je het ergens mee eens of ze met iemand samenwerken of niet. Ik heb wel het idee dat ze over het algemeen een overwogen uiting hebben. Je kan het niet eens zijn met de uiting, maar ik ben het er wel mee eens hoe ze zich over het algemeen profileren.
Gaat goed, winst behalen bij partners, meer samenwerken, eens met profilering	4	Ja, maar volgens mij gaat dat ook wel goed. We werken hier bijvoorbeeld ook heel goed samen met de Albert Heijn. Maar met andere partijen begrijp ik, is het moeilijk binnen komen. Maar anders denk ik ja, misschien dat er daar nog een hoop winst te behalen valt. Als we veel meer kunnen samenwerken met het bedrijfsleven. Dus ja ik ben het wel eens met hoe ze zich profileren en ik kan me daar zeker wel in vinden.
Niet negatief in het nieuws, goed gevoel, deden t goed met Lubach	5	Ja, dan moet ik eerlijk wezen. We hebben zelf niet meegedaan met de Week voor de Gezond Jeugd. Maar hoe dat in het nieuws kwam, vond ik niet negatief. Daar had ik wel een goed gevoel over. Ook toen met het filmpje van Lubach vond ik dat ze het heel goed deden.
Bereid te volgen, bedrijven mooi item, algemeen eens met profilering, zij stippelen route uit, dienst van gemeente en hun, staan boven me als organisatie, veel profijt van	6	Ja en ik ben ook bereid om het te volgen. Ik vind die bedrijven altijd wel een mooi item. Ik heb daar af en toe wel mening over. Maar ik ben het over het algemeen wel eens met de profilering, zoals JOGG die uitbrengt. Ik vind het ook een taak van de lokale JOGG-regisseur om het te volgen. Kijk zij stippelen de route uit. Ik ben in dienst van de gemeente, maar ook wel een stukje van hen natuurlijk. Zij zijn ook een soort van organisatie die boven me staat. Daar heb ik veel profijt van, dus ik denk dan ook dat zij de weg mogen uitstippelen.
Staat erachter, naamsbekendheid groter door Lubach, goed op	7	Ja, ik sta daar wel achter. We hebben toen ook met Lubach negatief in het nieuws dat we kwamen, maar er werd wel over gepraat. Dus de naamsbekendheid werd wel groter. En daar hebben ze goed op ingehaakt. Dus als ze daar goed op

ingehaakt, overbrengen tot positief nieuws		inhaken kun je dat omhaken naar positief nieuws. Van mij mogen er wel vaker filmpjes bij RTL Boulevard of bij Humberto Tan uitgezonden worden. Dat je daar je boodschap uitdraagt.
Jammer dat Pijnenburg ondersteunen en sponsoren, kan niet verbinden aan gezond bewegen en gezonde voeding	8	Ik heb wel wat gezien van wat JOGG landelijk laat zien. Als je het hebt over de samenwerkingen met het bedrijfsleven vind ik dat lastig. We hebben hier een aantal van die projecten die gesponsord zijn door Pijnenburgkoek. Daar heb ik dan wel een dubbel gevoel bij. De peperkoeken van Pijnenburg zijn nou niet echt een voorbeeld van gezond eten. Dat vind ik dan een beetje jammer, het feit dat ze dat ondersteunen en sponsoren. Maar om de naam Pijnenburg te verbinden aan JOGG en gezond bewegen en gezonde voeding, dat vind ik toch wel een hele lastige. Dan had ik liever gezien dat Philips of Dove zoiets doet.
Staat achter boodschap, stug, te gespecificeerd naar grote bedrijven en landelijke partners, lokaal moeilijker	9	Ja, ik sta wel achter de boodschap die JOGG naar buiten brengt. Ik vind het af en toe nog wel een beetje stug en misschien te veel gespecificeerd naar de grote bedrijven en de landelijke partners, omdat het lokaal moeilijker is. Maar de boodschap die ze uitdragen daar sta ik wel achter. Die vind ik ook goed. Daar zit wel wat in. Ik denk dat landelijk goed staat en nu kunnen ze zich richten op de lokale gemeenten en partners om die ook te zeggen van ja jullie moeten een JOGG-gemeenten ondersteunen.
Eens, nationale televisie, alleen maar voordelen lokaal	10	Ja, ik ben het er wel mee eens. Qua functie hebben zij dat natuurlijk wel om dat landelijke steeds groter weg te zetten. Dus als jij zegt dat is gewoon nationale televisie. Verspreid dat onder alle mensen, zeg maar. En dat heeft alleen maar voordelen voor de lokale situatie, maar ook al het suiker wat nu speelt. Je hoort het overal in het nieuws. Dus het onderwerp is gewoon hot en daarmee draagt het alleen maar bij aan de doelstelling op elke lokale situatie.
Ja, positief gegeven, goede insteek organisatie	11	Nou, ja, ik denk het wel. Het is natuurlijk altijd een positief gegeven en het samenwerken vind ik inderdaad een goede insteek. Zeker als je kijkt naar een organisatie.
Staat erachter of vertalen dat het voor haar ook zo is, helpend, meenemen	12	Ja, ik ken ze niet allemaal in detail, maar de meeste dingen sta ik altijd wel achter. Of ik kan ze zo vertalen dat het voor mij ook zo is. En het is ook wel helpend dat soort dingen, dat

naar gesprekken, geïnspireerd		neem ik ook weer mee in mijn gesprekken naar mensen. Dus ik word er wel geïnspireerd door. Dus ik kan me er wel in vinden.
-------------------------------	--	--

Conclusie: Lokale professionals kunnen zich vinden in de landelijke profilering en staan achter de boodschap. De profilering helpt JOGG-gemeenten lokaal op weg, is inspirerend en lokale professionals hebben er profijt van dat JOGG de route uitstippelt.

Relatie landelijk JOGG

Analyseschema 7 – Vraag 7: Omschrijf de verhouding met JOGG, wat vindt u ervan?

Label	Respondent	Item: verhouding
Ver-van-mijn-bed-show	1	Het is een beetje een ver-van-mijn-bed-show.
Afstand, Limburg is uithoek, niet vaak contact, op aanvraag	2	Toch wel op afstand. Letterlijk en figuurlijk. Limburg is een uithoek. We hebben niet heel vaak contact. Alleen op aanvraag van mij als professional of vanuit JOGG. Dan is het op afstand in verhouding.
Ondersteunen door kennis en experts en blijvende ontwikkeling JOGG-methodiek, snel contact	3	Landelijk ondersteunen ze door kennis en experts en de JOGG-methodiek te blijven ontwikkelen. Dus echt wel continue te blijven kijken: we hebben die pijlers en daar hebben we wat over gezegd. Je ziet wel dat, dat zich door de loop van de jaren zich ontwikkelt. Maar heel praktisch heb je gewoon hulp. De kennis ligt allemaal bij JOGG in het netwerk. Dat is één heel praktisch. En twee door met de regio-accountant te werken heb je wel redelijk snel contact. We appen en bellen en hij beantwoordt mijn vragen en hij regelt alles. Er is dus veel kennis die ik hier kan inzetten.
Van verre zijlijn, regelmatig contact, goed	4	Dat heb ik vanaf de hele verre zijlijn meegemaakt. Maar volgens mij is daar regelmatig contact. Ze helpen regisseurs op allerlei gebieden. We hebben een monitor ingevuld met dingen die we zouden willen verbeteren. En nu gaan ze ons helpen die dingen te realiseren, dus volgens mij is dat wel heel goed.
Gelijkwaardig, meedenken en aanbod, ondersteunend, win-win,	5	Ik vind er wel een bepaalde gelijkwaardigheid in zitten. Ik denk dat zij de experts zijn van het landelijke en wij van het lokale. Dus ik zou ons wel als gelijkwaardig omschrijven. Ik denk dat JOGG ook wel eens bij ons komt en graag voorbeelden wil, die ze mogelijk weer kunnen gebruiken. En ik vind hem ook wel ondersteunend. Ze denken mee, maar ook wel dat het niet alleen bij meedenken blijft, maar ook wel dat het soms uitmondt

		in een aanbod. Dat er steeds die win-win gezocht wordt, vind ik ook wel oké.
Adviseur ondersteunt en stuurt, helpen, voorbeelden geven, bepalen route, staan boven me	6	Laat ik zeggen dat de adviseur ondersteunt en stuurt. Hij houdt in de gaten wat er allemaal gebeurt en hij kan mij ook helpen als ik vraagstukken heb. Ze kunnen voorbeelden geven uit andere JOGG-gemeenten, waar ik veel aan heb. Ik denk dat ze vooral ondersteunen en adviseren. Dat vind ik prettig, omdat ik nu het idee heb als ik tegen lastigere zaken aanloop, dat ik ze dan om hulp kan vragen. Ja, ik zeg al daarom ben ik daar heel tevreden over en zie ik alleen maar positiviteit in de connectie met landelijk. Ik heb wel het idee dat zij landelijk de route bepalen en als zij iets nieuws verzinnen dan heb ik de mogelijkheid om dat te volgen en Ik heb wel de mogelijkheid om zelf een keuze te maken of ik er wel of niet iets mee ga doen. Maar ik heb wel het idee dat ze boven me staan.
90/10, gebruikt merknaam, je wordt aan de hand meegenomen, samen werken en ideeën pikken van anderen	7	Ja, 90/10 denk ik. 90 lokaal denk ik en 10 landelijk. Nogmaals je gebruikt een merknaam. Je wordt aan de hand meegenomen van zo moet je het gaan doen, dit is de manier van werken. Door samen te werken en ideeën te pikken van anderen lukt dat ook gewoon heel goed.
Adviserend en faciliterend, gebruik het aanbod	8	Ik zie JOGG niet zozeer als samenwerkingspartner, maar adviserend en faciliterend. Ze dragen dingen aan en dan denken wij dat past in onze visie en ons beleid en dat kunnen we goed gebruiken. Dan gebruik je het aanbod wat ze hebben.
Ondersteunen goed, ze sturen een beetje, mag meer taken geven	9	Ze ondersteunen voornamelijk. Sturen, een heel klein beetje vind ik. Taken eigenlijk niet. Dat zou voor mij dus wel mogen, van dit is een interventie en dit willen we op die dag in elke gemeente hebben. Het is echt meer ondersteunen. Ze ondersteunen wel gewoon goed. Daar heb ik alleen maar complimenten over.
Ondersteunend, staat altijd iemand klaar, kunnen informatie leveren	10	Ik zie hem als ondersteunend. Dat zie ik ook wel in de vele vormen en alles wat ze aanbieden. Net als laatst het Kennisfestival of de vele cursussen die ze aanbieden. Er staat altijd wel iemand voor je klaar. Maar daarbij zie je wel dat ze veel informatie kan leveren, dus veel ondersteuning ook. Die ze ons kunnen aanbieden. Ik noem maar even de wiki, daar staat zoveel op. Dus dat brengt van alle gemeenten samen, je kunt er

		toch even rondsnuffelen en nieuwe ideeën op doen. En de nieuwsbrief die je krijgt en weetje. Dus je wordt er wel altijd op geattendeerd op wat er allemaal is.
Ondersteunend, fijn dat iemand altijd je vragen beantwoordt	11	Ja, ik vind hem ook ondersteunend. Het is fijn dat er altijd iemand is die je vragen beantwoordt.
Ondersteunend, sturend, adviserend	12	Ze zijn heel ondersteunend. Je hebt kaders waarin je werkt aan de hand van je pijlers en dat is heel fijn dat je die hebt. Dus op die manier sturen ze ook wel. Ze adviseren om bepaalde factsheets te maken of bepaalde dingen op te pakken. Dat is heel fijn dat je daaraan herinnerd wordt, dat je het niet vergeet of dat je weet dat iets werkt. Of dat ze zeggen ga is met die gemeente in gesprek. Of ga daar vragen. Dat is juist heel fin. Dus vooral ondersteunend, maar de pijlers zijn ook wel sturend. Als ze dat niet hadden, dan hadden we het zelf moeten verzinnen.

Conclusie: De landelijke organisatie is ondersteunend, sturend en beantwoordt altijd de vragen van lokale professionals. De respondenten uit Limburg geven aan dat de organisatie letterlijk en figuurlijk op afstand staat, wat komt door de fysieke afstand tussen JOGG en lokale professionals en weinig contactmomenten. Opvallend is dat een regisseur uit fase drie de verhouding als gelijkwaardig omschrijft, terwijl andere gemeenten dit niet doen. De reden hiervoor is dat de organisatie koploper is en de organisatie vaak om voorbeelden vraagt bij de gemeente, maar ook ondersteuning biedt.

Analyseschema 8 – Vraag 8: Voelt u zich betrokken bij de organisatie?

Label	Respondent	Item: betrokkenheid
Niet stichting, wel het doel, ver-van-mijn-bed-show, we willen hetzelfde	1	Niet bij de stichting wel met waar ze achter staan. Het is een beetje een ver-van-mijn-bed-show. Ik heb er niet heel veel mee, maar ik denk dat we allemaal wel een beetje hetzelfde willen.
Meer verbonden met de gedachte, dan met de stichting, verbonden met wat we willen bewerkstelligen,	2	Voel ik me verbonden met de stichting? Ja, ik voel me meer verbonden met de gedachte, dan met de stichting. Hetgeen dat we willen bewerkstelligen, daar voel ik me mee verbonden. Ik voel me niet direct verbonden met JOGG. Kun je je met een stichting als deze verbonden voelen? Met lokale professionals voel ik me wel verbonden, omdat je samen werkt aan hetzelfde doel. Je hebt de neuzen dezelfde kant op. Dat heeft

		JOGG natuurlijk ook wel, maar daar is niet echt direct een connectie. Dat vind ik lastig om dat concreet te maken.
Nauw betrokken, volledige werk, betrokken bij ontwikkeling JOGG, onderdeel landelijke beweging	3	Ja ik voel me wel nauw betrokken. JOGG is mijn volledige werk. Ik voel mij zeker verbonden bij JOGG omdat ik ook wel betrokken word bij de ontwikkeling van JOGG. Er blijft altijd wel een manier als je JOGG-regisseur bent, dan ben je wel echt onderdeel van de landelijke beweging JOGG. Door het Kennisfestival te organiseren en regionale bijeenkomst. Zo blijf je betrokken. Je krijgt gewoon het gevoel van hé ik hoor erbij. Het is iets landelijks en iets groots en het groeit. Voor mij is het relevant, omdat ik ook als coach betrokken ben, dus dat maakt de verbinding nog dichterbij dan als je alleen als regisseur werkzaam bent.
Nee, valt onder noemer gemeente, streef naar zelfde uitgangspunten, komt door afstand, en zie ze maar twee keer per jaar	4	Nee, omdat het JOGG bij ons meer onder de noemer valt van de gemeente. En daar voel ik me wel verbonden bij. Dan sta ik daar natuurlijk wel helemaal volledig achter. Ik vind het ook belangrijk dat jongeren gezond opgroeien. Maar om nou te zeggen dat ik me verbonden voel met JOGG, nou nee. De uitgangspunten die zij ook willen, daar streef ik ook wel. Ik denk ook wel dat het komt door de afstand, omdat ze in Den Haag zitten. En daarnaast zie ik ze maar twee keer per jaar. Dus ja, nee ik ben niet echt betrokken bij ze.
Meer dan voorheen, voorheen kritisch, verbonden bij landelijke voortgang en invloed beleid, kan stem laten horen	5	Ja, meer dan voorheen. Ik was voorheen best wel kritisch op het landelijk. Toen dacht ik 'wat hebben we er eigenlijk aan', omdat we koplopende gemeente waren. Dus toen dacht ik, wat levert het eigenlijk op. Ik voel me in die zin verbonden dat ik het wel belangrijk vind dat landelijk een voortgang heeft en dat dat ook invloed heeft op het landelijkbeleid wat er gevoerd wordt. En ik heb het idee dat als wij onze stem laten horen, daar zullen ze niet gelijk op acteren. Maar als uit meerdere hoeken hetzelfde signaal, dan kunnen ze dat ook weer hoger opbrengen. In die zin voel ik me daar wel bij verbonden.
Nee, te kort JOGG-regisseur, geen invloed, zie het meer als hulpmiddel	6	Nog niet echt, nee. Daar ben ik misschien ook te kort voor JOGG-regisseur. Ik begin nu mensen beter te leren kennen, ik begin connecties te krijgen. Maar ik heb niet het idee dat ik daar ook maar enige invloed heb op wat er gebeurt. Ik zie hun vooral als een hulpmiddel voor mij en ik heb zelf niet het idee dat ik daar veel los kan krijgen of iets.

Tot op een bepaalde hoogte betrokken	7	Ja, tot op een bepaalde hoogte wel. Ik denk dat ik alles wel weet wat ik moet weten via Mark en de nieuwsbrief. Dus op die manier ben ik wel betrokken. Ik vind het ook leuk, als ik dingen zie van JOGG om die te lezen, bijvoorbeeld op social media. Dus ja, dan ben ik denk wel betrokken.
Nooit contact gehad, verbondenheid is er niet, niet persoonlijk, verbonden met aanpak, zelfde visie	8	Nee, ik heb er nog nooit contact mee gehad, dus die verbondenheid met de stichting is er niet. Maar het gedachtegoed wordt hier wel uitgedragen en gehanteerd. Dus dat is goed dat we dat doen. Ik zie het ook wel gebeuren dat het ook weer opnieuw verlengd gaat worden. In die zin is er wel verbondenheid met het JOGG maar niet zozeer persoonlijk. Ik voel me meer verbonden met de aanpak, omdat wij dezelfde visie hebben, het past binnen onze filosofie hoe we met gezondheid omgaan. Dus die verbondenheid is er dan zeker.
Helemaal niet, meer weten over werkzaamheden, ontwikkelingen en samenwerkingen, blijft nu in Den Haag	9	Helemaal niet. Ik zou wel meer willen weten over hun werkzaamheden, ontwikkelingen en samenwerkingen, dat lijkt me heel interessant. Maar ik heb het idee dat dat in Den Haag blijft. Heel soms zie je iets terug in de nieuwsbrief, maar heel weinig.
Nee, ken ze niet, cirkel hoeft niet breder	10	Nou nee. Je kent ze niet en je hebt ze niet nodig, dus het is prima zo. Je cirkeltje hoeft niet heel veel breder te worden. Hij is nu gewoon met de gemeente en Noord-Holland en dat is voldoende denk ik.
Ligt eraan wie, regionale bijeenkomst heb ik wel teamgevoel, adviseur zou ik er ook onder schalen, landelijk niet	11	Het hangt ervan af wie je daar onder schaaft. Of je alleen de mensen in de organisatie onder schaaft of de mensen van alle lokale gemeenten. Als ik bijvoorbeeld bij zo'n regionale bijeenkomst zit dan heb ik wel dat teamgevoel en je hebt hier contact lokaal. En Anja zou ik daar ook onder schalen. Maar echt landelijk JOGG niet nee.
Verbonden, er zijn dingen die we niet gecommuniceerd krijgen, voel me wel betrokken, ze doen hun best daarvoor	12	Ik voel me wel verbonden ja. Ik voel me een van de JOGG'ers. Ik weet tuurlijk echt niet wat er allemaal gaande is daar en er zijn ook dingen die we missen, die we niet gecommuniceerd krijgen. Maar ja soms krijg je een mailtje waar je overheen leest. Maar ik voel me wel betrokken. Ze doen echt wel hun best daarvoor.

Conclusie: Lokale professionals zijn niet betrokken of verbonden bij de stichting, maar wel met het doel en de gedachte achter de stichting. Dit komt door de weinig contactmomenten en

daarnaast hebben lokale professionals het idee dat niet alle informatie vanuit JOGG met hen gedeeld wordt. Opvallend is dat de regisseurs die al wat langer werkzaam zijn of intensiever werkzaam zijn bij JOGG zich meer betrokken voelen bij de organisatie, dan andere respondenten. Alle beleidsambtenaren hebben tevens aangegeven niet betrokken te zijn bij de stichting, waaruit te concluderen is dat beleidsambtenaren minder betrokken zijn dan JOGG-regisseurs.

Analyseschema 9 – Vraag 8 (doorvraag): Heeft u de behoefte om u betrokken te voelen bij de organisatie?

Label	Respondent	Item: betrokkenheid
Nee, word te democratisch, verbondenheid onderhouden kost tijd,	1	Nee want ik denk dat het dan te democratisch gaat worden. En dat klinkt heel raar, maar ik bedoel ik vind het al fijn dat ik hier een coördinator heb zitten die ik kan aanspreken en die wel die hele goede contacten heeft met Den Haag. Als ik zelf ook nog eens die verbondenheid moet onderhouden, ja dat kost me ook allemaal weer tijd. Dat zijn ook weer een heleboel contacten die je moet onderhouden en die je eigenlijk redelijk weinig gebruikt in die zin dat je... ja ik vind dat wat we nu hebben meer waarde heeft.
Nee, geen noodzaak, verbonden voelen, aanpak en visie is er wel	2	Nee. Er moet ergens een noodzaak liggen om je verbonden te willen voelen. En die noodzaak heb ik niet. Je moet je verbonden voelen met de aanpak en de visie die JOGG wil aandragen en het doel wat ze willen nadragen en die verbondenheid is er wel.
-	3	-
Nee, anders georganiseerd	4	Nee, omdat wij het op een andere manier georganiseerd hebben. Nee, ik denk het niet.
	5	-
Nee	6	Nee, op dit moment niet. Ik heb daar geen behoefte aan. Ik heb mijn handen hier vol en nee.
-	7	-
-	8	-
Ja, interessant, blijft in Den Haag, zou meer informatie willen	9	Ja, dat lijkt me heel interessant. Maar ik heb het idee dat, dat in Den Haag blijft. Heel soms zie je iets terug in de nieuwsbrief, maar heel weinig. Ik zou daar echt wel veel meer informatie over willen en daarin meegenomen willen worden.
Nee, niet nodig, prima zo, met gemeente	10	Je kent ze niet en je hebt ze niet nodig, dus het is prima zo. Je cirkeltje hoeft niet heel veel breder te worden. Hij is nu gewoon met de gemeente en Noord-Holland en dat is voldoende denk ik.

Noord-Holland is voldoende		
Nee, cirkeltje hoeft niet breder tenzij functionele koppelingen	11	Nee, je cirkeltje hoeft niet breder tenzij er functionele koppelingen te maken zijn met andere mensen in de organisatie, dan wil ik die wel kennen.
-	12	-

Conclusie: Lokale professionals hebben geen behoefte aan meer betrokkenheid bij de stichting, omdat zij daar geen tijd voor hebben. Meer verbondenheid zorgt voor meer contacten die een lokale professional moet onderhouden. Lokale professionals hebben hun handen vol met lokale bezigheden, waardoor ze geen behoeften hebben aan meer contact en verbondenheid.

Analyseschema 10 – Vraag 8 (doorvraag): Heeft u de behoefte om te weten wat erop kantoor speelt en wie er werken?

Label	Respondent	Item: kantoor en medewerkers leren kennen
Geen toegevoegde waarde en geen tijd	1	Ik vraag me meer af, wat heb ik eraan? Wat zou het voor mij toevoegen als ik het wist. Daar zie ik niet echt de toegevoegde waarde van in, anders moet ik met iedereen de hele week koffie gaan drinken, daar heb ik ook niet zo'n behoefte aan. En geen tijd voor.
Geen noodzaak, val terug op contactpersoon bij vragen	2	Nee, wederom daar ligt geen noodzaak, dus dan heb ik daar ook geen behoefte aan. Ik zou niet weten waarom, als ik vragen heb dan val ik terug op mijn contactpersoon.
Ken meeste mensen al van JOGG, maakt makkelijker de weg te bewandelen	3	Ik heb het voordeel dat ik de meeste mensen op het kantoor van JOGG wel ken, omdat ik ook voor JOGG veel doe als coach. Dus dat maakt het voor mij wel makkelijk, dat ik de weg makkelijk kan bewandelen.
-	4	-
Indruk via de nieuwsbrief, door Kennisfestival beeld wat er gebeurt en welke poppetjes bij JOGG	5	Ik denk dat ik via de nieuwsbrief daar wel een indruk van krijg van wat ze landelijk doen en waar ze inzet leveren. Dus of dat nog meer moet. En via het Kennisfestival eigenlijk ook wel. Daar krijg je echt een beeld van wat er allemaal gebeurt en welke poppetjes horen bij het landelijk JOGG-bureau.
Fijn één aanspreekpunt,	6	Het is voor mij wel fijn om één aanspraakpunt te hebben. Het is voor communicatie denk ook wel fijn om intern aanspreekpunten

communicatie zit er niet op te wachten, geen behoefte mensen op kantoor persoonlijk te leren kennen		te hebben, want als ze met al die JOGG-regisseurs moeten communiceren. Maar ik kan nu ook wel iets naar communicatie van JOGG sturen, maar ik kan me voorstellen dat zij er niet altijd op zitten te wachten. En voor mij is het ook wel fijn om een aanspreekpunt te hebben vanuit JOGG. Dus ik heb niet per se de behoefte om mensen op kantoor persoonlijk te leren kennen.
Zou leuk zijn, helpen bij betrokkenheid, kortere lijntjes	7	Ja, dat zou wel leuk zijn. Het kan ook helpen bij de betrokkenheid. Ja zeker. Je hebt het bijvoorbeeld over de afdeling communicatie, maar wat is dat dan. Ik zie jullie daar zitten in een hartstikke hippe kamer. Dus ja het lijkt me wel leuk om dat te zien. -- Ik denk dat het wel relevant is om de mensen van kantoor uit te lichten op het platform. Ik vind het ook wel leuk om eens te belichten hoe het op het landelijk bureau eraan toe gaan. Van wat doet die persoon nou eigenlijk. Ik lees altijd dat dat die persoon zijn functie is, maar wat doet hij nou eigenlijk? Dat zorgt ook wel weer voor korte lijntjes, omdat je weet wat je aan die mensen hebt.
Helpt vaak wel, maakt persoonlijker, communiceert makkelijker	8	Ja, dat helpt vaak wel. Als je daar een beeld bij hebt met wat doe je en wie ben je en met wie ben je aan het mailen. Dan is het wel fijn om te weten wie dat is, om daar een gezicht bij te hebben. Dat maakt het snel wat persoonlijker. Dat communiceert makkelijker. Niet zozeer met de hele organisatie. Maar wel met de mensen waar je dan contact mee hebt.
Soms vraag ik me af wie er werken en wat ze doen, vrij gesloten over wat ze doen, kan beter gaan als ze zich openstellen	9	Ik heb met trainingen wel veel mensen gezien, maar soms vraag ik me wel af wie werken er allemaal en wat doen ze er precies. Ik vind dat ze over het algemeen vrij gesloten zijn over wat ze op landelijk niveau doen. Je hoort er te weinig over. En misschien als ze zich wat meer openstellen voor lokale professionals dan kan dat misschien beter gaan. Niet iedereen zou daar interesse in hebben om naar het landelijk kantoor te gaan of meer te weten. Maar ik ben daar wel geïnteresseerd in.
Als je niet weet wat je mist, kun je niet zeggen dat je het mist.	10	Nee, want als je het niet weet wat je mist, dan kan je ook niet zeggen dat je het mist. Verder worden alle vragen goed beantwoord.

Eerste ogenblik niet, gaan dingen langs elkaar, weet niet wat ik mis door weinig beeld wat daar gebeurd	11	Op het eerste ogenblik niet, maar ik denk wel dat er dingen langs elkaar gaan. Er werd van de week een afspraak heel snel ingepland voor de gezonde leefomgeving met onze wethouder. En daar kwam ik pas een dag van tevoren achter. Daar was nogal voorbereiding voor vereist. Maar die was door het hoofdkantoor ingeschoten, maar Anja wist daar niks van. En dan bel ik wel als eerst naar Anja en dan kom ik er wel achter van hé ik ben niet overal van op de hoogte. Maar wat betreft de vragen heb je behoefte om meer te weten over de achterkant. Ik weet het niet. Ik weet niet of er dingen zijn die ik mis, omdat ik weinig beeld heb van wat daar allemaal gebeurd.
We horen wat nodig is, loopt allemaal goed en als ik iets wil weten vraag ik het zelf wel	12	Nee, ik denk wat er nodig is, dat we dat wel te horen krijgen en mijn adviseur vertelt alles wat we nodig hebben. En ze zal vast wel eens wat vergeten, want ze is ook wel een mens. Maar het loopt nu allemaal wel goed en als ik er zelf meer van zou willen weten dan zou ik er ook gewoon naar vragen.

Conclusie: Mensen op het landelijk kantoor leren kennen maakt het makkelijk om de weg te bewandelen. Een goed argument is dat lokale professionals niet weten wat ze missen, waardoor ze niet goed kunnen aangeven dat ze iets missen. Een respondent geeft aan wel op de hoogte te zijn en dat dit hem helpt in zijn werkzaamheden. Daarnaast maakt het de communicatie persoonlijker en helpt het bij de betrokkenheid. Lokale professionals hebben weinig tijd, waardoor dit niet te veel tijd in beslag mag nemen.

Analyseschema 11 – Vraag 9: Is de organisatie betrokken bij u?

Label	Respondent	Item: organisatie betrokken
Ja, met Simone, en zij koppelt terug naar Lisa	1	Ja, zeker met Simone, die weet alles waar we mee bezig zijn in de regio. En we hebben ook sessies samen met alle lokale regisseurs en ambtenaren eens in de paar maanden. Dan gaan we met zijn alle zitten en bespreken we waar we met zijn alle mee bezig zijn en Simone schrijft alles op die koppelt dat weer terug naar Lisa. Dus ze weten het wel en geregeld vraagt Lisa lukt dit en lukt dat en dan vertellen we het wel.
Niet de hele stichting, Lisa wel, weet wat er speelt, betrokken, staan voor je klaar	2	Misschien niet de hele stichting, maar Lisa zeker wel. Ze weet wat er speelt en Simone ook. Dus in die zin zijn ze zeker betrokken en staan ze altijd voor je klaar.
Weet wat ze moeten weten, zijn betrokken	3	Ja, ik denk wel dat ze alles weten dat ze moeten weten. Wat ik zei ik heb wel eens contact met Mark en als hij iets wil

		weten dat belt hij mij gewoon. En ik ken mensen uit de organisatie. Dus ja, ze zijn wel betrokken.
Niet zoveel, sta op de achtergrond, bij gemeente en regisseur wel	4	Bij mij persoonlijk niet zoveel, dat komt omdat ik een beetje op de achtergrond sta. Maar ik heb het idee bij de gemeente wel en bij de regisseur wel. Maar gewoon puur omdat hij er echt dagelijks mee bezig is. En ze weten wel wat hier speelt. Dus in die zin, ja.
Speel ik zelf een rol in, via nieuwsbrieven kunnen ze zien wat er gebeurt,	5	Ja, daar speel ik natuurlijk zelf ook een rol in. Als ik hun niet informeer, dan weten ze ook niks. Wij hebben heel lang ook geen nieuwsbrief gehad. Dus dan weten ze via de gesprekken die ik met de adviseur heb, dus dat is een paar keer per jaar. Maar in ieder geval, wij zijn nu wel net weer met nieuwsbrieven begonnen. Dat geeft ook de mogelijkheid voor het landelijk om te zien van wat gebeurt er in de gemeente. Ja, dat denk ik wel. Ik heb wel het idee dat ze landelijk kijken van goh wat gebeurt er en waar kunnen we ook andere gemeenten mee kunnen dienen als voorbeeld.
Antwoorden, betrokken, weten wat er speelt.	6	Ze antwoorden, ze zijn betrokken en ze weten wat er speelt. Pas was bijvoorbeeld het Kennisfestival. Dan heb je echt wel mensen die naar je toe komen en ze weten wat er hier gaande is en wat er hier op regionaal gebied gebeurt. Ze zijn met de gemeente bezig en dan weet je dat het in hun hoofd zit en dat ze erbij betrokken zijn, terwijl ik weet dat ze door heel Nederland actief zijn. Ze weten wat er speelt en ze vragen er ook wel regelmatig naar.
Ja, met contactmomenten, korte lijntjes, goede betrokkenheid	7	Ja, zeer zeker. Ja, met alle contactmomenten. Bijvoorbeeld dat we de voortgang monitoren en ook wat ik zeg we hebben korte lijntjes door te appen. Ja goede betrokkenheid.
Ja, regisseur enthousiast	8	Ja, als ik het van de regisseur begrijp, die is daar enthousiast over en tevreden over, dus in die zin ja. Zo zie ik dat wel ja. De betrokkenheid is er zeker.
Ja, bellen als er iets is, adviseur belt	9	Ja, zeker wel. Als er iets is dan bel ik even op en af en toe belt mijn adviseur soms ook wel.
Niet zo concreet, in grote lijnen	10	Niet zo concreet, maar mooie voorbeelden die weet Anja er altijd uit te pikken en dan komt het wel in de nieuwsbrief. Dan is iedereen ervan op de hoogte. Dus de grote lijnen ja.
-	11	-

Ja, gesteund, voel me een van JOGG, ze weten wie ik ben	12	Ja, zeker. Wat ik voor het interview vertelde dat ik wegging als JOGG-regisseur bij de organisatie daar, toen werd ik onwils gesteund door bepaalde mensen van JOGG. Door hen ben ik toen ook weer aan de slag gegaan als JOGG-regisseur bij een andere gemeente. En daardoor voel ik me nu ook wel een van JOGG. En ik denk wel dat ze weten wie ik ben en wat ik kan.
---	----	---

Conclusie: De adviseurs en andere medewerkers van de organisatie zijn betrokken bij lokale professionals door hen te steunen, door te weten wat er speelt en korte lijntjes te houden. Opvallend is dat twee beleidsambtenaren niet weten of de organisatie betrokken is, maar wel denken dat JOGG betrokken is bij de regisseurs. Hieruit is wederom op te maken dat de beleidsambtenaren minder betrokken zijn bij de organisatie en minder contact hebben met JOGG.

Analyseschema 12 – Vraag 10: In hoeverre vindt u dat de stichting naar u luistert?

Label	Respondent	Item: luistert de stichting
Simone meer feeling regio, aanwinst	1	Nee juist wel goed, zeker nu Simone er is. Dan merk ik dat de feeling in die zin wel is verbeterd. Sinds Simone er is vooral. Zij heeft meer feeling met der regio ook en weet waar wij behoefte aan hebben. Ze is een aanspreekpunt voor alles wat ik nodig heb. Zij is echt een hele grote aanwinst geweest.
Staat iemand voor mij klaar, zaken worden opgepikt	2	Ja. Uhm... of het echt op stichtingsniveau gebeurd, dat weet ik niet. Maar als ik met bepaalde vragen zit of wat dan ook, dan heb ik wel het idee dat er iemand voor mij klaar staat om vragen aan te horen. En dan is het aan diegene, in dit geval aan Lisa of Simone, om daar iets mee te doen. Ik heb wel het idee dat die zaken worden opgepikt.
Ja, stellen veel vragen, betrekken je bij de beweging	3	Ja, dat wel. Ze stellen ook wel echt veel vragen. Ze betrekken je ook bij de beweging van het hele JOGG. Ik heb niet het idee dat ze iets in Den Haag verzinnen dan maar verspreiden door het hele land. Ze ontwikkelen het wel echt met de mensen van de werkvloer. Ook als ik zelf input heb of iets niet of wel goed gaat, dat dat ook wel echt wordt opgepakt en serieus mee wordt genomen.
Nooit gehad, zouden wel luisteren	4	Dat heb ik nog nooit echt gehad, maar ik denk wel dat ze zouden luisteren als ik iets heb en antwoord geven of helpen.
Koos brengt verder	5	Koos brengt dat dan wel verder in de organisatie.

Ja, dat ze het oppakken is ook bewezen	6	Ja, ja zeker en dat ze het oppakken is ook al bewezen. We hebben pas ook een bijeenkomst gehad met Mark en expert van PPS. Dus daar zijn we wel stappen in aan het maken, maar ik denk wel dat er een krachttrekker achteraan moet zitten. Ik heb het idee dat het nu gewoon goed loopt, maar ik heb het idee dat als het niet goed loopt. Ja als niemand daar het heft in handen pakt, dat daar dan niks mee gedaan was.
Ja, Mark luistert goed	7	Ja, wat ik al zei, Mark luistert goed en helpt me altijd. Dus in dat opzicht wel ja.
Ja, fatsoen om te luisteren, niet beleid veranderen	8	Ja, als ze hier aan tafel zouden zitten dan zou ik er wel van zeggen wat ik nu tegen jou zeg. Ja ik ga nu niet sturen van goh dat moeten jullie niet doen of dat vind ik een slechte zaak. Ik heb het idee dat ik daar zelf geen invloed op heb. Maar dat hoeft ook niet, dat zou niet goed zijn. Maar ik denk dat ze wel het fatsoen hebben om te luisteren, maar niet om meteen het beleid te veranderen. Dat zou ik omgekeerd ook niet doen. Als zij zeggen jullie moeten niet met Pijnenburg in zee gaan, dan denk ik dat is leuk gedacht, maar we hebben het sponsorgeld nodig.
Ja, ik denk dat er naar ons geluisterd wordt	9	Ja. Dat denk ik wel. Ik ben een keer bij een Gelderse bijeenkomst geweest. En die vond ik zelf niet zo goed en anderen ook niet. Toen heb ik met feedback aangegeven over die dag en daar zouden ze dan iets mee gaan doen. Dus ik denk wel dat er naar je geluisterd wordt en hoe dat dan de volgende keer zich uitpakt is dan wel afwachten. Nee maar ik denk dat er naar ons geluisterd wordt.
Ja, Anja neemt tijd om vragen te beantwoorden en pakt direct telefoon op	10	Ja, ik denk het wel. Anja neemt altijd de tijd om vragen te beantwoorden en ze pakt altijd direct de telefoon op.
Ze zou er wel naar luisteren en oppakken	11	Dus het is niet dat ik zeg van nou dit zou ik niet bij Anja durven melden en ze zou er ook wel naar luisteren en het proberen op te pakken. Dat geloof ik wel.
Ja, denk het wel, is de vraag of ze het doorgeeft aan de organisatie	12	Ja, dat denk ik wel. Ik heb niet een voorbeeld wat ik makkelijk kan geven, maar ik denk het wel. Maar ik denk wel dat het persoonlijk is. Ik kan met mijn adviseur wel dingen hebben dat ik denk dat kan je nu wel zeggen, maar dat geloof ik niet. Het is dan de vraag of dat ze dat dan doorgeeft aan de organisatie.

		Maar als ik echt vind dat daar wat mee moet gebeuren, ik kan best kritisch zijn, dan zou ik dat wel goed aangeven. Als ik denk dat vind ik echt, dan neem ik wel direct contact op. Maar mijn focus ligt natuurlijk echt op lokaal. Dus dat heb ik nog niet zo aan de hand gehad.
--	--	---

Conclusie: Hoewel niet alle respondenten zeker weten of de organisatie echt naar ze luistert, hebben de respondenten wel het gevoel dat de adviseurs naar hen luisteren. De respondenten denken dit, omdat de organisatie oppakt wat lokale professionals aangeven.

Huidige communicatie

Analyseschema 13 – Vraag 11 en 2: Wat verstaat u onder goede communicatie?

Label	Respondent	Item: goede communicatie
De een weet wat de ander doet en andersom, helder	1	Dat de een weet wat de ander doet. Ik moet gewoon helder hebben dat ik weet wat de ander doet en andersom. Als iemand mij helder kan uitleggen wat hij doet en ik snap het.
Snel schakelen is fijn en direct	2	Snel en direct. Dat zijn eigenlijk wel de twee kernwoorden. Als ik snel met iemand kan schakelen is dat wel fijn. Daar heb ik wel behoefte aan. Snel reactie, zeker als daar een bepaalde urgentie is.
Alles bespreken, snel, duidelijker	3	Ik denk dat je goede communicatie hebt als je met elkaar alles kan bespreken dat je moet bespreken, dat het snel gaat, dat is heel belangrijk en dat alles duidelijk is wat je moet doen en wat je wilt weten. Snelheid is belangrijk, omdat je snel moet kunnen schakelen als JOGG-regisseur.
Voldoende informatie	4	Als je voldoende weet van wat je moet weten. Dus voldoende informatie krijgt.
Voldoende informatie, weet hoe dingen uit te voeren	5	Ik denk als je goed kan praten met elkaar. En voldoende informatie deelt, maar ook precies weet hoe je dingen moet uitvoeren. Dus ja, gewoon goede communicatie.
Helder, snel schakelen	6	Helder. Als het helder is voor iedereen en je snel kunt schakelen. Dan kun je ook weer snel door.
Boodschap duidelijk en helder	7	Dat de boodschap duidelijk en helder is. Dan heb je goede communicatie. Dat mensen in een oogopslag horen of zien waar het over gaat.
Iedereen wat de bedoeling is en informeren	8	Als iedereen weet wat de bedoeling is en je iedereen informeert over wat er gaat gebeuren. Dus je moet zorgen dat iedereen op de hoogte is en je goed in gesprek kan mensen. Als iedereen

		snapst wat er moet gebeuren of wat er speelt, dan gaat het negen van de tien keer wel goed. Dus ik denk dat dat belangrijk is.
Transparant	9	Ja, goede communicatie is als je transparant bent. Dus vertelt wat je vindt en wat er gebeurt en iedereen dat weet.
Duidelijke boodschap, zender en ontvanger	10	Als het duidelijk is. Je boodschap moet duidelijk zijn, dat is altijd belangrijk. Zender, ontvanger, dat die hetzelfde bedoelen.
Hapklaar	11	En een beetje hapklaar. Dat het makkelijk naar binnen wordt gegoten.
Snel, duidelijk	12	Ja, wat vind ik goede communicatie? Als het snel gaat en je elkaar begrijpt. Dat het duidelijk is wat de ander bedoeld.
Ondersteunend aan het doel wat we hebben, onderdeel relatie,	13	Ja, goede communicatie moet vooral ondersteunend zijn aan het doel wat we met elkaar hebben. Dus vanuit mijn functie naar JOGG-gemeenten, daar moet communicatie ondersteunend aan zijn. Dus ik geloof in die zin heel erg dat het ook onderdeel is van de relatie die je aangaat met de gemeente. Daarom helpt het om soms even de telefoon te pakken of even daar in Friesland te zijn en koffie te drinken.
Doelgroep van de belangrijke dingen op de hoogte is, helder, zender en ontvanger spreken over hetzelfde	14	Ik denk als je doelgroep van de belangrijke dingen op de hoogte is en je met communicatie kan ondersteunen. Natuurlijk is het belangrijk dat je met communicatie helder bent, zodat de ontvanger en de zender over hetzelfde spreken. Daar zijn allemaal mooie theorieën voor, maar dat zie ik wel als goede communicatie ja.
Boodschap tussen ik en jij, reactie en interpreteren, duurzaam, houdt contact met gemeenten	15	Er is een boodschap tussen ik en jij. Die boodschap gaat heen en weer. Hij komt aan, maar er komt ook reactie op als je daarom om vraagt. Of er komt een boodschap naar jou, dat kan je dan interpreteren. Het is niet eenmalig, het is duurzaam. Dus je houdt contact met gemeenten, want het zijn onze klanten eigenlijk.

Conclusie: Goede communicatie is voor lokale professionals snel, helder en duidelijk. De interne medewerkers vinden het voornamelijk belangrijk dat communicatie met de doelgroep helder is, de zender en ontvangen over hetzelfde praten en er reactie is.

Analyseschema 14 – Vraag 12 en 3: Wat vindt u van de communicatie?

Label	Respondent	Item: communicatie
Simone weet alles, goede communicatie	1	Simone weet alles waar we mee bezig zijn in de regio. En we hebben ook sessies samen met alle lokale regisseurs en ambtenaren eens in de paar maanden. Dan gaan we met zijn

		alle zitten en bespreken we waar we met zijn alle mee bezig zijn en Simone schrijft alles op en die weet dat en die koppelt dat weer terug naar Lisa. Dus ze weten het wel en geregeld vraag Lisa lukt dit en lukt dat en dan vertellen we het wel. Dus er is wel goede communicatie.
Prima, terugvallen op wiki en nieuwsbrieven, drempel lager door komst Simone	2	Ja, dat is prima. We kunnen terugvallen op de wiki en de nieuwsbrieven die we toe krijgen gestuurd. Er zijn regelmatig bijeenkomsten, zowel landelijk, waar ik zelf wat minder naar toe ga, als regionaal. Ook met de komst van Simone, dat regionale contact, dat is wel heel fijn. Dan is de drempel om ergens naar toe te gaan veel lager. Er is regelmatig, als er nieuwe ontwikkelingen zijn, krijg je die per mail toegestuurd. Dan kan je er zelf uitpikken wat voor jou relevant is.
Ja, met Mark, ook met organisatie, weet wat ik moet weten	3	Ja, ja zeker wel. Met Mark sowieso. Die bel ik altijd op als er iets is en hij belt mij altijd direct terug. Maar ook wel met de organisatie. Ik heb het idee dat ik wel weet wat ik moet weten.
Niet veel, verder goed, geen miscommunicatie,	4	Ja, het is dus niet veel, maar ik denk verder wel goed. Er is geen miscommunicatie volgens mij, dus dan gaat het goed. En ik hoor ook wel dingen van de regisseur en dan dus een of twee keer per jaar met het landelijk bureau.
Prima, geen klachten, zit zo met Koos aan de lijn als ik wil	5	Ja, prima. Daar heb ik geen klachten over. Als ik wil zit ik zo met Koos aan de lijn. Dus nee dat gaat goed.
Met adviseur, nooit meer gehoord van communicatie, behalve appje mark	6	Die verbinding gaat allemaal via de adviseur. En dan zeg ik Mark, dan krijg ik weer wat terug van Mark, dan wacht ik weer op een antwoord. Dus ja, zo werkt dat. Ook toen ik dat telefoontje 's middags kreeg, van goh we komen morgenmiddag van Goede Morgen Nederland. Toen heb ik Mark gelijk gebeld en hij heeft ook wel contact gehad met communicatie. Maar het was allemaal te laat en te last minute. Ja, ik persoonlijk vind als communicatie van JOGG NL weet, ondanks dat ze dat van tevoren weten, dat ze daar wel iets mee moeten. Want een JOGG-regisseur, ik ben toch gekoppeld aan de organisatie, gaat op landelijke tv iets over JOGG zeggen. Ik had er veel meer van verwacht op een of andere manier. Maar ik heb er nooit meer iets over gehoord, behalve een appje van Mark dat het goed was.

Loopt goed, fijn eigen logo in verschillende kleuren, iedereen herkent je als afzender	7	Ja, dat loopt wel goed. Ja, dat denk ik wel. Alleen kijk jullie logo is jullie logo. En dat is al een keer vernieuwd, het oude logo en het nieuwe logo. Maar wat ik ook fijn vind is dat je vanuit het landelijk je eigen logo krijgt in verschillende kleuren. Dus je kan zelf nog kiezen. Dat vind ik wel duidelijk. Dat is dus een goed iets. En iedereen herkent je als afzender. Je kunt het overal opzetten. Het staat ook boven je factsheet. Eigenlijk geven jullie dan onze factsheet uit, samen met de GGD, en met medewerking van de gemeente.
	8	-
Deels, weet niet wat er speelt, meer informatie	9	Ja, deels. Ik weet dus niet precies wat er allemaal speelt voor mijn gevoel. Dus dat mag wel wat meer informatie nog. Het hangt eraf wat het doel is, maar het is ook wel eens fijn om een artikel te lezen met het gaat minder goed. Het is een heel moeilijk proces, maar... je leest wel echt vaak hele succesverhalen, maar er gaat veel meer achter. Maar dat is als JOGG-regisseur zelf zou dat fijn zijn.
Dingen te mooi om waar te zijn, je hoopt dat het niet te idealistisch is	10	Ik vind vaak dat dingen te mooi om waar te zijn. Niet per se JOGG hoor, maar wat je ook vaker leest ergens anders. Dan heb je hele mooie voorbeelden, bijvoorbeeld in gemeente Amsterdam, maar daar is zoveel geld om dat toe te passen dat is makkelijker dan in kleinere gemeenten. Dus hoe mooi je het ook kan maken, hoe toepasselijk is het dus voor alle andere gemeenten? Kun je van een artikel dus, nou ja zo benoemen dat je het hier kan toepassen, want dat probeer je natuurlijk wel. Je hoopt dat het niet te idealistisch is. We zitten in hetzelfde schuitje. Zo hebben zij het opgelost en zij hebben ook problemen en zo doen ze dat.
Meer willen zien van probleem en oplossing, proces en resultaat, stappenplan	11	Ik zou wel meer willen zien van dit is het probleem en hoe ze het hebben opgelost. Het proces naar het resultaat vind ik wel interessant. En dan ook een soort stappenplan van hoe dat dan kan en zou moeten. Daar zit het leerproces, daar kun je van leren. Het resultaat is heel mooi, maar de weg ernaartoe, dan zit iedereen vaak hetzelfde wiel uit te vinden. Dus ik wil graag zien dit werkt wel en dit werk niet. En het is niet erg om iets te proberen wat niet werkt, dat helpt alleen maar. Ik snap dat jullie dat niet heel graag willen delen, maar dat kan ook leerzaam zijn.

Communicatie is prima, is goed, weten voldoende wat ik doe	12	Ja, die communicatie is prima. Ik heb het idee dat ze weten wat ik doe en ik weet wat zij doen. Of in ieder geval voldoende. Dus ik vind die communicatie wel goed ja.
Wel goed, communicatie en relatie loopt door elkaar, sommige gemeenten nemen meer contact op dan anderen, van invloed op communicatie	13	Ja, die communicatie is wel goed, maar dan communicatie en relatie loopt dat misschien een beetje door elkaar heen en beïnvloed elkaar. Sommige gemeenten nemen zelf ook veel contact op, telefonisch of per mail, dat is van invloed op je relatie. Sommige gemeenten is dat minder en daar heb je dan minder zicht op de JOGG-regio. Ten opzichte van andere adviseurs, met individuele gemeenten, zij is hebben direct contact met de gemeenten. In Friesland, Limburg en Noord-Veluwe, waar het eerste aanspreekpunt de regiocoördinator is. Die werken daar lokaal en hebben direct en vaker contact met elkaar. Daar zitten we als adviseur iets meer op de achtergrond. Dat is ook wel van invloed op je communicatie en je relatie.
Toen meer overzichtelijk, nu minder, staan lagen tussen, fijn adviseur kan dingen afvangen	14	Ik zit zelf iets verder af van de JOGG-aanpak. Toen ik begon zat ik er dichter op, omdat we toen ook minder gemeenten hadden. Toen was het contact veel intensiever en makkelijker, toen was het meer overzichtelijk, je weet wie, wie is en je had persoonlijk contact. Dat is nu minder, ook omdat er nu lagen tussen staan. Voor mijzelf is er nu minder communicatie, omdat ik niet meer gekoppeld ben aan de JOGG-aanpak. Maar regisseurs bellen mij of experts bellen mij voor het belang van lokaal, dus dat is misschien door de jaren heen wat afstandelijker geworden. Dat is natuurlijk ook logisch als je groeit. Fijn. Juist in het begin kreeg je alle vragen, nu is het heel fijn dat een adviseur dingen af kan vangen. Dat is heel prettig. Je zegt nu ook duidelijk, bij communicatie kun je hiervoor terecht en de adviseur kan ook veel meer betekenen, maar de adviseurs kun je nog meer faciliteren in dingen afvangen of dingen aanleren, zodat er nog minder bij communicatie komt.
Goede communicatie	15	Ja zeker, de goede communicatie is er.

Conclusie: De communicatie tussen lokale professionals en JOGG is goed, doordat lokale professionals kunnen terugvallen op de adviseurs, nieuwsbrieven en de wiki. Van lokale professionals uit Noord-Holland mag de communicatie wat realistischer zijn met meer problemen en oplossingen, terwijl lokale professionals uit andere regio's dat niet benoemen.

Opvallend is ook dat beide JOGG-adviseurs de communicatie als 'goed' aanschouwen en er bij lokale professionals soms nog wat twijfel is.

Analyseschema 15 – Vraag 13: Leest u de JOGG-update en de wiki regelmatig?

Label	Respondent	Item: gebruik JOGG-update en wiki
JOGG-update lees ik nooit, wiki als ik iets wil weten voor informatie en materialen, niet vaak	1	JOGG-update lees ik nooit. Op de wiki kom ik als ik iets wil weten. Vooral als ik informatie of materialen nodig. Dat doe ik niet heel vaak, maar dat komt omdat het bij ons loopt.
Wiki in het begin wel, nu minder, begin wil je meer informatie hebben	2	Wiki in het begin wel, nu minder. In het begin wil je gewoon veel informatie hebben. Wat doen andere gemeenten ook, goede voorbeelden, good practises, noem het allemaal maar op. Op een gegeven moment land dat en probeer je je eigen lokale weg te vinden. En nu heb ik daar wat minder behoefte aan.
Matig, schuin oog kijken of ik goed artikel vind in JOGG-update, wiki gebruik ik eens per maand	3	Ja, jawel. Matig. Als ik de JOGG-update binnen krijg kijk ik er even met een schuin oog naar of ik een goed artikel vind waar van ik denk ja dat vind ik interessant en dat slaat op waar ik mee bezig ben. Want niet alles is wat ik leuk vind en wat ik kan toepassen. En de wiki ja die gebruik ik eens in de zoveel tijd. Omdat het bijvoorbeeld noodzakelijk is in een programma die ik aan het opzetten ben. Ik zit niet wekelijks op de wiki. Hij gaat bij mijn niet standaard aan. Ik denk dat ik een keer per maand op de wiki kom.
Weinig, geen tijd, wiki geen gebruik van gemaakt	4	Nee, JOGG-update heel weinig. Ja, geen tijd. Dat is een slecht excuus, maar het is wel zo. Ik denk er niet aan. Of nee. Ik denk ook niet dat het voor mij bedoeld is. Ik heb niet de behoefte om het te kijken. Ik begrijp dat de regisseur er wel af en toe op zit. Dus dat is eigenlijk wel hoe het gaat. Ik heb van de wiki nog geen gebruik gemaakt. Ik heb er wel eens opgekeken. Maar nee dat doe ik niet. Ik weet dat de regisseur er af en toe gebruik van maakt. Maar verder ik niet.
Koppensnellen, niet maandelijks op de wiki, eerst kijken op wiki voor antwoord	5	Je snelt natuurlijk even koppen. Dat vind ik prettig in zo'n Mailchimp. Dan kijk ik wat is relevant. En dat stuur ik dan ook door naar de organisatie. Ik zit er niet maandelijks op de wiki. Maar als ik gewoon van een bepaald thema. Stel ik zou een vraag hebben voor Koos, dan kijk ik eerst wel even op de wiki van goh kan ik het daar vinden.

		En als ik dan geen antwoord op de vraag vind, dan ga ik hem wel bellen.
Twee keer per maand op de wiki, JOGG-update screenen	6	Ja, ik kijk denk ik twee keer op de maand op de wiki. Of er iets leuks voor mij komt. De JOGG-update screen ik door en als ik iets interessants zie dan lees ik het.
JOGG-update altijd, wiki alleen als ik iets specifiek zoek	7	De update die lees ik altijd. Dan denk ik van oh leuk dat kan ik ook eens doen of zo had ik het niet gedaan. Dus ik vind dat altijd wel leuk om te lezen. Hij is ook niet te groot. Je leest hem makkelijk weg. Het moet geen krant worden van een volle middag. En de wiki lees ik als ik iets specifiek zoek. Iets wat ik op dat moment nodig heb, dan zoek ik dat wel op.
Nee, ontvang geen nieuwsbrief, schuin zou door lezen, wiki zegt me niks	8	Nee. Ik ontvang eigenlijk geen nieuwsbrief, daar ben ik niet op geabonneerd. Als de regisseur iets heeft, stuurt hij dat wel naar mij door. Maar als er activiteiten zijn die landelijk in de regio gebeuren dan hoor ik dat altijd via de regisseur. Ik denk dat ik die van het JOGG schuin door zou lezen, zo van zitten er nog onderwerpen in die nu voor mij van belang zijn. De wiki zegt me zelfs niks Nee, het zegt me zelfs niks. Nee, ik wist niet dat dat er was. Op zich ik heb in die zin nog geen directe behoefte gehad aan die informatie.
JOGG-update scan ik, wiki dit schooljaar pas 3 keer, mag duidelijker	9	JOGG-update scan ik altijd even door en als ik denk dit is interessant, dan lees ik het wel. Op de wiki zat ik dit schooljaar pas 3 keer. Maar daar staat maar weinig op en is onoverzichtelijk. Van mij mag het nog wel wat duidelijker en onder gebracht worden in duidelijkere kopjes. Er zijn namelijk 136 gemeenten, maar er staan niet 136 dingen op. Ook interventies, plannen van aanpak voor een succes week, of hoe ze de gezonde school aanpakken en die plannen.
Update scan je	10	Ik denk ook zo iets. Al moet ik zeggen wat jij ook al benoemd, de laatste tijd is het gewoon drukker en dan ook met zo'n update, ja dan scan je hem.
JOGG-update scan ik, wiki als Anja het zegt	11	De JOGG-update scan ik altijd heel snel. Bij de JOGG-update staat nu een vlaggetje, want dan denk ik daar wil ik nog iets mee doen of iets voor uitzoeken. De wiki, ik leg vragen altijd eerst bij Anja en dat zegt Anja, van joh het staat op de wiki en kijk even hier en hier.

Geregeld wiki, JOGG-update lees ik altijd, scrol ik door	12	Ik kom geregeld op de wiki. Ik moet wel zeggen dat ik, toen ik net JOGG-regisseurs was, dat ik dacht wat is dit allemaal. Wat moet ik hiermee. Maar op een gegeven moment had ik me bedacht en zat het in mijn systeem en dacht ik ja dit is echt heel fijn. Ik ben heel blij met de wiki. De JOGG-update lees ik altijd. Althans ik scrol hem door. Ik ga niet overal klikken. Het ligt er ook aan hoe druk mijn mailbox is.
--	----	---

Conclusie: Lokale professionals scannen allemaal de JOGG-update. Respondenten uit fase twee en drie geven aan niet regelmatig op de wiki te komen, maar alleen als zij specifieke informatie zoeken of een tip krijgen van de adviseur. Respondenten uit fase één maken meer gebruik van de wiki. Hieruit is op te maken dat het lezen van informatie op de wiki in relatie staat met de fase waarin de gemeenten verkeren.

Analyseschema 16 – Vraag 14: Welke berichten vindt u interessant op de wiki en/of n de JOGG-update?

Label	Respondent	Item: berichten wiki en JOGG-update
Als interessant is wel, meestal niet	1	Als ik zie dat interessant is dan lees ik het wel, maar meestal niet. Puur als het een boeiend onderwerp is dan lees ik dat wel.
Wiki informatie	2	Van de wiki met name informatie. Maar dat komt omdat we een bewuste keuze hebben gemaakt om JOGG niet als beeldmerk te gebruiken. Dan heb ik ook niet zo de behoefte om posters enzovoort daar vandaan te halen, omdat we daar onze eigen huisstijl voor hebben. Dus het is met name ook weer informatie halen. En ook kijken naar bijvoorbeeld DrinkWater van hoe doen zij het en welke leuke dingen kunnen we daarvoor in onze lokale setting nog gebruiken?
Wiki thema's, voorbeelden van anderen	3	Op de wiki zie je toch veel dat ik op thema's zoek. Het is niet dat ik daar alle onderzoeken zoek. Dat haal ik niet van de wiki af... Onderwerpen die hier spelen, pik ik er altijd uit. Op de wiki lees ik graag altijd voorbeelden van anderen. Maar niet hoe ze een The Daily Mile gerend hebben, maar meer hoe de processen zijn verlopen of wat ze ondernomen hebben om iets te bereiken. Dat vind ik heel interessant.
Als iets interessant is, cijfers als ondergewicht, kinderen gezond houden,	4	(Leest de nieuwsbrief niet, zie analyseschema 12) Als ik iets interessant vind dan lees ik dat. Als ik dan iets lees check ik dat bij de regisseur of bij iemand anders. Bijvoorbeeld over sportief en gezond van hoe doen we dat en gaan we dat

integreren in dagelijkse leven		ook doen. Of hoe fietsen we zo'n activiteit hierin. Cijfers als ondergewicht en dat soort dingen. We gaan nu een nieuw jeugdprogramma doen, waar niet alleen jeugdzorg of jeugdhulp gaan leveren, maar kinderen die nog niks hebben en gewoon gezond zijn, hoe we die dan gezond gaan houden. En hoe je dat dan kan doen is met sporten, bewegen en goed eten. Dus dat zijn wel onderwerpen waar ik wat meer over zou willen weten. Ik wil het liefst lezen hoe je dit soort dingen meer integreert in het dagelijks leven. Hoe je onderdeel laat zijn van het sociale domein. Dus dat soort dingen.
Bepaald thema, bij een vraag kijk ik eerst op de wiki	5	Als ik op de wiki ga, kijk ik naar een bepaald thema. Stel ik zou een vraag hebben voor Koos, dan kijk ik eerst wel even op de wiki van goh kan ik het daar vinden. En als ik dan geen antwoord op de vraag heb, dan ga ik hem wel bellen. Ja precies, gewoon van oh hoe zat dat ook alweer. En ik denk dat anderen dat ook zo doen, andere netwerkpartners.
Voorbeelden fijn om te zien, daar kan ik misschien zelf iets mee, iets over campagnes lees ik niet, wordt niet aangepast	6	Ik vind de voorbeelden dan fijn om te zien. Daar kan ik misschien zelf iets mee. Het is wel in de praktijk afhankelijk wat er speelt. De blogs lees ik niet, daar ligt mijn interesse dan denk ik niet. Er komen vaak nieuwsberichten op de wiki die ook in de nieuwsbrief hebben gestaan. Ook voorbeelden uit de regio. Pas was er iets over opleiding wat nuttig was. Dat heb ik hier ook uit gezet. De subsidie voor de gezonde school kwam erop. Dat zijn allemaal dingen waar je over het algemeen wel iets aan hebt. Dat kan allemaal relevant zijn voor JOGG-regisseurs. Op de wiki lees ik als ik specifiek met iets aan de slag ga, dan wil ik er nog wel eens kijken van hé kan ik misschien producten huren van JOGG of iets in die trant. Ja, iets over de campagnes lees ik eigenlijk niet. Maar ik heb het gevoel dat, dat niet echt wordt aangepast.
Dingen die me op het moment interesseren	7	Ja, de dingen die me op dat moment interesseren. En ik lees dingen die te maken hebben met jeugd. Van de wiki maak ik misschien maandelijks gebruik. Laatst hadden we de resultaten van de eerste drie jaar en toen moest ik een factsheet maken. Dus toen heb ik even gekeken hoe anderen dat hebben gedaan.

Onderwerpen die we hier kunnen toepassen	8	Onderwerpen waarvan ik denk goh dat zouden we hier kunnen toepassen. Dus daar heb ik wel altijd een open oor voor.
Succes of iets nieuws in een gemeente	9	Een succes of iets nieuws in een bepaalde gemeente. Gewoon dat ze een leuke week hebben gehad of een leuk feitje hebben voor de gemeente. Dus dat vind ik wel interessant.
Voorbeeld of inspiratie	10	Ja iets van een leuk voorbeeld of inspiratie. Ik kan niet echt een goed voorbeeld geven.
Dingen in de praktijk kan brengen uit andere gemeenten	11	Ik lees voornamelijk dingen die ik in de praktijk kan brengen. Dus dingen die in andere gemeenten gebeuren.
Ontwikkelingen in het land of weetjes, ideeën, best practises, stukken halen van de wiki, ondersteuning om plannen te schrijven of pijler goed neer te zetten	12	Ontwikkelingen in het land of weetjes in het land. Pas was er ook iets over de gezonde school iets nieuws of over de buitenlesdag. Dat zijn dingen waarvan ik denk, daar kan ik aanhaken of dat is een goed idee. Vooral landelijke ontwikkelingen vind ik wel interessant. En wat andere gemeenten doen, want dan kan je daarvan afkijken. Soms denk ik ook wat leuk dat ze dat daar doen, dat zou hier niet werken. Van de wiki haal ik heel veel ideeën of best practises. Want ik kan heel goed in woorden mensen enthousiasmeren over JOGG en de aanpak, maar om soms goed te verwoorden voor communicatie en PR, dan is het heel fijn dat je daar stukken vandaan kan halen. Maar ook ondersteuning om plannen te schrijven of om een pijler goed neer te zetten. Ik kan er heel veel van halen.

Conclusie: De respondenten willen het liefst voorbeelden en inspiratie krijgen uit andere gemeenten, om deze eventueel zelf toe te kunnen passen. Ook vinden de respondenten het fijn om te zien hoe andere lokale professionals werkzaamheden uitvoeren.

Analyseschema 17 –Vraag 15: Krijgt u voldoende informatie/ welke informatie mist u?

Label	Respondent	Item: informatievoorziening
Meer dan genoeg, mis hoe ik begin, doe mij maar een makkelijkere variant	1	Meer dan genoeg. Informatie genoeg en ook bijeenkomsten genoeg. Maar af en toe mis ik wel een beetje hoe begin ik. En doe mij dan maar een makkelijkere variant, dan een perfecte aanpak die pas over tien jaar werkt. Ik hoef niet per se meer stappenplannen, maar wel tools die ik direct kan inzetten.

Nee, informatievoorziening is prima	2	Nee, niet zo één, twee, drie dat ik denk dat mis ik nog. Ik denk dat de informatievoorziening op zich prima is.
Krijg best veel informatie, aardig op de hoogte	3	Ja. Nee. Ja ik krijg stiekem als JOGG-coach ook best veel informatie door. Ik zit daar een keer in de zoveel tijd. Dan komen we bijeen als JOGG-coaches en dan krijg ik de input van het landelijk bureau over wat er allemaal gebeurt en wat er allemaal gaande is. Dus dan denk ik dat ik wel meer weet dan andere regisseurs. Dus nee ik ben wel aardig op de hoogte.
Ja hoor, interessant en relevant, dit werkt het beste	4	Ja hoor. Nee, ik vind die gesprekken die we twee of drie keer per jaar hebben, die vind ik wel interessant en relevant. Dan hoor ik een update en hoe het gaat en dat vind ik wel relevant. En andere achtergrondinformatie krijg ik wel. Maar er hebben voor mij nog geen kwesties voorgedaan, waarbij ik die zou kunnen raadplegen. Maar ik vind hoe het nu gaat wel fijn. Dus dit werkt wel het beste.
Als ik dat wil, vraag ik erom	5	Eerlijk gezegd, als ik dat wil, dan vraag ik er om. Dan vraag ik aan de adviseur van goh hebben jullie dat. Soms zeggen ze nee en soms zeggen ze ja. Ik vroeg pas een overzicht van de landelijke weken waar we kunnen aansluiten. De Week voor de Gezond Jeugd, noem maar op. Je wordt er bijna gek van, zoveel weken. Maar toen hadden ze het niet en toen ging hij regelen dat hij het ging organiseren. Maar ik vind het dus wel leuk dat ze meedenken, ook al wordt het misschien niet gedaan.
Word altijd op de hoogte gehouden, goede informatie, soms zoeken wat je moet gaan doen, ook laat Week voor de Gezond Jeugd	6	In principe word je altijd wel op de hoogte gehouden van dingen die om je heen gebeuren. Dus dat vind ik goede informatie. Ik vind bijvoorbeeld wel met een Week voor de Gezond Jeugd, ontzettend leuke week en ook erg goed gegaan, alleen dat komt dan toch allemaal wel laat op gang. Eind december, begin januari, krijg je dan een eerste mail van er gaat een Week voor de Gezond Jeugd komen. Dan vind ik het wel zoeken van wat je wel en niet kan gaan doen. Iedereen heeft daar zijn eigen lijn ingetrokken. Ik vond dat wel af en toe lastig om dan vanuit een mailtje wat je krijgt, daar een hele week voor te organiseren. Wat dan ook best veel impact heeft. Het is

		wel leuk dat we het hebben gedaan, maar dat vind ik dan wel lastig hoor. Dat vind ik dan ook wel laat.
Daar schort het niet aan, krijg veel informatie,	7	Daar schort het echt niet aan. Ja en ook tijdens de bijeenkomsten krijg je veel informatie. De regionale bijeenkomsten gaan we nu ook steeds meer doen. Eerst een keer per jaar en nu twee keer per jaar. Het programma is dan leuk, maar ook spreek je elkaar dan pas echt. Op de app is aardig, maar tettetttet dat werkt veel beter. Daarom vind ik dit ook goed. Daarom wilde ik ook graag mee doen, want je kan het interview ook op de mail zetten.
Nee, geen directe behoefte gehad aan die informatie	8	Nee, ik wist niet dat dat er was. Op zich ik heb in die zin nog geen directe behoefte gehad aan die informatie.
Mag meer, specifiek wat je moet doen, te laat Week voor de Gezond Jeugd gecommuniceerd,	9	Mag meer. Ja wel echt specifiek wat je moet doen. Ik zou best wel willen dat ze zeggen van we doen een key-interventie in die week. En omdat ik dan wat jonger ben, ik kom ook nog maar net kijken, dus dan is het af en toe wel fijn, dat in plaats van zelf te bedenken en dingen uit te vinden dingen met collega's te doen, dat ze zeggen ik wil dat je dit gaat uitvoeren. En in de Week voor de Gezond Jeugd, dan krijg je een pakketje met wat stickers en een lintje. En dan zeggen ze van als je activiteiten hebt, gebruik dat. Dan denk ik ja dan moet ik een paar stickers op gaan plakken. Dan denk ik dat kan veel beter. Natuurlijk zijn er dan allemaal activiteiten gepland, zoals water drinken toevallig. Maar het was leuker geweest als er echt iets was geweest. Nee, ik vond het ook te laat gecommuniceerd. Ik heb misschien toen zelf mijn mail niet goed in de gaten gehouden. Ik kreeg echt te laat de informatie. Wanneer ik dat kreeg weet ik niet meer, maar voor mijn gevoel was het een week van tevoren. Dat ik toen een mailtje kreeg met: denk je nog aan de Week voor de Gezond Jeugd?
Zelf uit pikken wat je wil, dat is goed	10	Ja, maar je kan er zelf uitpikken wat je wil. Dus wat mij betreft is het zo goed.
Heel veel	11	Het is heel veel. Als ik kijk wat ik uiteindelijk gebruik.
Ik mis niks	12	Ja, dat zeker ik mis niks qua informatie.

Conclusie: Lokale professionals vinden de informatievoorziening goed. Zowel respondenten uit fase één, twee en drie geven aan veel informatie te krijgen en daardoor niks te missen. Echter,

jongeren op gezond gewicht

de informatie voor de Week voor de Gezond Jeugd mocht meer specifiek en was te laat gecommuniceerd.

Wensen en behoeften communicatie

Analyseschema 18 – Vraag 16: Wat zou u bespreken in de dialoog met landelijk JOGG?

Label	Respondent	Item: dialoog
Hoeft niet	1	Dat hoeft niet.
Zou ik doen als ik daar behoefte aan had	2	Dat zou ik wel doen en als ik daar behoefte aan hebben, desnoods is dat ook vanuit JOGG prima opgepakt. Er is gewoon een mooi statement vanuit JOGG gekomen om daarop te reageren. Dus als ik de noodzaak voel om daarop te reageren of daar mijn mening over te geven, dan zal ik dat wel doen.
Nee	3	Nee, ik niet nee.
Ja, contract loopt af, lokale borging	4	Ja, maar dat heeft er meer mee te maken dat het contract nu afloopt. Dus dan ben ik wel benieuwd hoe we de volgende periode kunnen vormgeven. We lopen nu 5 en half jaar bij JOGG. Het laatste jaar, driekwartjaar, ben ik dan betrokken geweest. Ik zou nog meer lokale borging willen hebben en hoe we dat dan zouden kunnen doen. Dus daar zou ik wel voor om de tafel willen zitten. Maar dat zullen we ongetwijfeld binnen kort een keer doen.
Nee, met adviseur, prettig als het via adviseur loopt	5	Nee vooral met de adviseur. Ik ben zelf een regisseur, dan is het zo prettig dat mensen je altijd meenemen als er iets gebeurt, als is het maar in de cc. Dan hou je overzicht. Dus omdat ik dat weet, heb ik zelf altijd de neiging om via de adviseur contact op te nemen. Ik vind het zelf ook prettig. Je hoeft zelf niet te zoeken in de JOGG-Wiki van wie moet je hebben. Je laat dat lekker via hem lopen en dan is hij mooi op de hoogte, houdt hij overzicht, kan hij mij adviseren in mijn beleving en nou ja ik hoef die zoektocht niet te maken. Dat scheelt enorm. Dus een win voor ieder.
Nee, als ik dialoog aan ga met adviseur	6	Ja en nee. Ik hoef niet lang niet over de dialoog aan te gaan, maar als ik een dialoog aan ga dan leg ik dat bij mijn adviseur neer, Mark. Maar ik zou bijvoorbeeld nu al willen weten wanneer volgend jaar de Week voor de Gezond Jeugd is als die er komt. Ik zit bijvoorbeeld heel veel met basisscholen waarbij ik nu al de jaarkalenders heb afgesproken. Dus voor mij zou het heel

		praktisch zijn als ik het weet. En nu kan ik het niet meenemen in de jaarkalenders van de basisscholen, maar ik weet 100 procent zeker dat ze het zouden willen weten.
Denk het wel, andere dingen vragen dan aan Mark	7	Ja, dat denk ik wel. Kijk nu kan ik al mijn vragen bij Mark neerleggen, maar als ik de kans krijg mensen van het landelijk bureau te spreken, dan zou ik misschien weer andere dingen vragen. Maar ik weet nu even niet wat ik dan zou bespreken, maar het zou zeker kunnen.
Goed zijn geweest voor kennismaking,	8	Ja, dat zou op zich denk ik wel goed zijn geweest als we daar een keer een gesprekje hadden gehad om eens kennis te maken en van JOGG te horen wat ze doen en wat de mogelijkheden zijn. Als dat op het moment gebeurt, ja de regisseur doet veel met een andere gemeente mee en die contacten lopen meestal via Helmond en dat groepje dat daar geformeerd is. En ja wat ik net zeg ik heb op het moment daar niet de tijd en de behoefte aan.
Kan, met Ellis is voldoende dan	9	Ja, dat. Dan heb ik weer het idee, ze gaan weer naar hetzelfde plaatsje toe. En daar zetten ze mensen in om het heel groots aan te pakken met camera's. Dat is heel goed, maar waarom komen ze niet in een kleine gemeente. Waarom alleen in een grote gemeente waar alles al goed loopt. Dat heb ik dan. Misschien ligt daar onbewust wel een drempel om dat te vragen. Dat ik denk van ja ik mag niet te veel vragen of iets. Ik moet niet zeuren. Als ik echt een vraag heb dan stel ik hem wel. Maar misschien inderdaad zo'n vraag als net, bijvoorbeeld de directrices of die dansers, dat zou ook wel leuk zijn op onze scholen. Moet ik dat dan gewoon een keer vragen of dat kan. Misschien dat het wel kan, maar dat heb ik dus nooit gevraagd. Dus misschien ligt dat ook wel aan mezelf. Daar zou ik niet per se met landelijk JOGG de dialoog over aan gaan, met Ellis zou ook voldoende zijn. Ellis weet toch het meest over de gemeente en dan denk ik ook dat zij mij daar het beste bij kan helpen.
Nee, voor vragen bij Anja terecht, werkt prima zo	10	Nee, als we vragen hebben kunnen we altijd bij Anja terecht. Ik heb nooit het gevoel gehad dat we de dialoog moeten aangaan met mensen van landelijk JOGG. Het werkt zo prima.
Niet echt, bespreek met Anja, zou wel	11	Nee, niet echt. Als ik een vraag heb bespreek ik dat met Anja. Misschien zou ik wel eens willen vragen hoe ik lokaal kan

willen vragen hoe ik lokaal samenwerking kan aangaan met landelijke partners		samenwerken met landelijke partners van JOGG, maar daar ben ik nog nooit echt aan toe gekomen. Wat ik al zei, je moet prioriteiten stellen op een dag en dat is dan niet waar je als eerst achter aan gaat.
Nee, niet meer dan ik nu al heb	12	Landelijk? Nee. Niet meer dan ik nu al heb. Iets aanpakken of dat ik dingen mis. Helemaal niet, nee.

Conclusie: Lokale professionals geven aan op dit moment geen behoeften te hebben om de dialoog aan te gaan met JOGG. Als ze vragen hebben, stellen ze deze aan hun adviseur. Bijna alle beleidsambtenaren hebben echter wel behoefte om de dialoog aan te gaan om diverse onderwerpen te bespreken, zoals samenwerkingen met landelijke partners en lokale borging.

Analyseschema 19 – Vraag 17: In hoeverre vindt u het belangrijk om in contact te komen met andere lokale professionals?

Label	Respondent	Item: contact met andere lokale professionals
Doen we al, zitten best vaak bij elkaar, fijn om te weten waar iedereen mee bezig is	1	Ja, maar dat doen we al. We zitten ook best vaak bij elkaar. En dan zie je oh, die is daar mee bezig en die daarmee. En dan weet ik dat. Dat vind ik wel heel fijn om te weten.
Heel belangrijk, doen we veel, goede voorbeelden uithalen	2	Ja, heel belangrijk, maar dat doen we ook veel hier in de regio. Je kunt daar goede voorbeelden uit halen en je merkt dat hier in de regio ook iedereen bijna met hetzelfde bezig is, dus dat we bij elkaar kunnen aanhaken en bij elkaar inspiratie en goede voorbeelden kunnen halen. Dus daar hecht ik wel veel waarde aan.
Niet dagelijks, wel regelmatig, we hebben hier al overleg, prettig vanwege sparringpartner	3	Nee niet dagelijks. Nee maar wel regelmatig. Maar we hebben hier sowieso een regionaal overleg tussen drie gemeenten. Dan komen we samen om het kwartaal om te kijken wat gebeurt er in de regio en waar kunnen we in samen optrekken. Dat is wel heel erg praktisch. En heel prettig, omdat je dan dichtbij een sparringpartner hebt. Daar deel je sneller wat mee en dan heb je wel een gesprek.
In de regio wel, hoeft niet alleen JOGG, ligt aan hoe hoog op beleidsagenda	4	Ja zeker, in de regio wel. Het hoeft van mij niet alleen op JOGG. Je komt ze wel tegen en ik weet ongeveer wel welke gemeenten er bij JOGG zitten. Dus dat hoeft niet per se. Het maakt dat echt uit hoe hoog iets op de beleidsagenda staat.
Ja, behoefte om te bespreken, platform best zinvol	5	Ja, ik heb zeker wel de behoefte om dat te bespreken. Ik weet we hebben in het verleden, ben ik ook wel eens aangehaakt bij een regionaal platform, maar dat was dan net niet in onze regio,

		maar in de Veluwe. Die hadden toen een soort regionaal platform van alle gemeenten die JOGG-gemeenten waren. Dus alle regisseurs of medewerkers. En dat vond ik eigenlijk best zinvol.
Twee keer per jaar, fijn dat het kan, om die te leren kennen en vragen te stellen	6	Wij doen hier al twee keer per jaar een regionale JOGG-bijeenkomst. En omdat voor iedereen in de regio, naar aanleiding van NL Vitaal, is iedereen bezig met proposities. Dan hebben we al een keer een vergadering gehad met JOGG-regisseurs uit de buurt. Ja dan vind ik het wel heel erg fijn dat het kan. Fijn om die te leren kennen en vragen te stellen. Dus ja daar ben ik wel echt over te spreken.
Denk het wel, hoe pakken jullie het aan, zie ik persoonlijk wel zitten, liever dan online	7	Ja, ik denk het wel. Van goh hoe pakken jullie nou door. Ik zie dat persoonlijke dan wel echt zitten. Dat heb ik liever dan online, dat vind ik onpersoonlijk.
Zou er wel naar toe gaan, leer je vaak meer van dingen die niet goed lopen dan dingen die wel goed lopen	8	Als ze een landelijke bijeenkomst organiseren dan zou ik daar wel naar toe gaan om van andere gemeenten en professionals te horen hoe ze het daar aanpakken, welke projecten ze op dat gebied hebben wat er loopt en wat niet goed gaat. Daar leer je vaak nog meer van dan dingen die goed lopen. Dus ja, dat zijn dingen waar ik wel bij zou willen aansluiten.
Ja, kun je veel van leren, gemeenten bijna hetzelfde, vaker aan tafel zitten is goed,	9	Ja. Stel je hebt een buurgemeente, daar kun je veel van leren. De gemeenten zijn dan bijna hetzelfde, het is vergelijkbaar. Dus je kunt heel makkelijk dingen die daar goed gaan overnemen of dingen waar je tegen aanloopt kijken hoe zij dat doen. Dat gebeurt nu ook, maar dat komt wel vooral uit je zelf. Dus ik denk dat het wel goed is om vaker een keer om de tafel te gaan zitten, bijvoorbeeld met buurgemeenten. Een keer in de zoveel tijd of een keer per kwartaal. Ik denk dat dat alleen maar veel waard is voor mensen die aan de dialoog mee doen zeg maar.
Een keer in de drie maanden, informatie uitwisselen zou actiever mogen	10	Het is nu een keer in de drie maanden. We zouden wel wat actiever mogen zijn om informatie uit te wisselen.
Genoeg om te weten wie, wie is en laatste stand van zaken, prima zo	11	Het is genoeg om te weten wie, wie is en wat de laatste stand van zaken is en welke belangrijke dingen staan bij iedereen. En vaker, als ik nu al zie hoe moeilijk het al is om de agenda dan te

		vullen. Het is niet dat er in drie maanden zoveel is veranderd. Dus ik vind het zo wel prima.
Ja, fijn, valkuilen en knelpunten, fijn om te horen hoe anderen dat doen	12	Ja, dat is wel fijn. We hebben ook regionale bijeenkomsten, waar we met heel veel mensen in gesprek gaan. Dat vind ik heel fijn. We bellen ook wel eens of mailen van hoe doe jij dit en kan je me helpen. We bespreken dan hoe lastig soms dingen zijn, de valkuilen en knelpunten. Dingen die we allemaal als JOGG-regisseur, het is een fantastisch vak, maar toch hard werken. Maar op een gegeven moment merk je dat de energie eruit gaat als je ergens tegen aan loopt. En dat hebben we allemaal. En op een gegeven moment houdt het dan op. Dus dan is het fijn om te merken dat andere mensen dat ook hebben, van hoe heb jij dat dan gedaan. Dat is heel fijn.

Conclusie: De respondenten vinden het belangrijk om in contact te komen met andere lokale professionals om onder andere van hen te kunnen leren. Het is daarbij van toegevoegde waarde om de knelpunten en valkuilen te bespreken om te horen hoe anderen deze valkuilen en knelpunten aanpakken.

Analyseschema 20 – Vraag 18: Maakt het voor u uit of informatie en voorbeelden uit de regio of ergens anders vandaan komen?

Label	Respondent	Item: regio
Sta overal voor open, maatwerk, wat bij hen werkt, werkt niet bij ons	1	Ik sta wel overal voor open. Maar als je gewoon drie keer al iets uit een andere regio geprobeerd hebt en je ziet dat dat niet werkt, dan werkt dat niet. Dan ga je dat niet meer proberen. Dan kom ik terug op dat maatwerk, niet alles werkt overal. Wat bij hen werkt, werkt bij mijn iet en andersom. En als ik ergens interesse in heb en dat werkt niet, dan vind ik dat zonde van mijn tijd
In de provincie lijken gemeenten op elkaar, meer verbondenheid dan met andere gemeenten, iets leuks uit Amsterdam zou kunnen landen,	2	Onze gemeente lijkt gewoon erg veel op omliggende gemeenten, maar niet in andere provincies. Hier in de provincie lijkt gemeenten meer op elkaar, in andere gemeenten ken ik de lokale setting veel minder. Hier in de gemeente hebben we ook hetzelfde beleid, maar ook het provinciale beleid. Je hebt meer verbondenheid dan met gemeenten in het land. Dus in die zin ga je daar eerder mee om tafel zitten. Als iets leuks uit Amsterdam komt kijk ik daar ook positief tegen aan. Als het iets is wat hier ook zou kunnen landen, dan is dat, dan denken we daar wel intern over na, van he kunnen we er iets mee. En als je

		daadwerkelijk met iets intern aan de slag gaat, dan zoek je wel contact met degene of via JOGG. Dat kan natuurlijk ook altijd.
Meerwaarde, ook leuke ideeën in andere gebieden van Nederland, contact en voorbeelden vind ik niet verkeerd	3	Dat is zeker wel een meerwaarde. Hier weten we precies wat iedereen doet en ben je van elkaar op de hoogte. Maar ik kan me voorstellen dat ze ook leuke ideeën verzinnen in andere gebieden van Nederland. Dus daar zou ik wel over willen weten, maar of je dat hier ook kan toepassen dat is dan de volgende vraag. Maar het contact op zich en de voorbeelden die je krijgt van andere vind ik zeker niet verkeerd.
Nee, hoeft niet per se, voldoende informatie uit de regio	4	Nee, dat hoeft van mij niet per se. Als ik voldoende informatie hier uit de regio kan halen, dan is dat prima. Maar stel er komen leuke voorbeelden of goede plannen ergens anders vandaan, dan is dat natuurlijk ook prima. Maar ik hoef er niet echt contact mee te onderhouden.
Maakt me niet uit,	5	Het maakt me niet uit waar goede voorbeelden en inspiratie vandaan komen. Ik kan altijd zelf bepalen of ik iets ga toepassen of niet.
Dat mag door heel Nederland, zie ik geen verschil in	6	Nee hoor, dat mag uit heel Nederland. Ik denk dat een regisseur uit Groningen even goede dingen kan doen als een JOGG-regisseur uit Brabant. Als ze een leuk item verzinnen wat ik hier ook kan gebruiken, dan zie ik daar geen verschil in.
Niet direct de behoefte, leuk om goede voorbeelden te zien	7	Ik heb niet direct de behoefte om met ze in contact te komen. Op het landelijke evenementen spreek je elkaar wel, maar je zoekt dan toch mensen uit de regio op. Ik vind het verder wel leuk om goede voorbeelden van hen te zien, maar dat krijg ik wel via Mark.
Als ik er iets mee kan is het prima, hoeft niet allemaal uit de buurt	8	Als ik daar iets mee kan dan is het prima. Het hoeft van mij niet allemaal uit de buurt te komen.
Maakt met niks uit, vaak komen grote steden terug, liever iets van kleinere gemeenten	9	Nee, dat maakt me niks uit. Ik denk misschien wel dat er weer vaak de grote steden in terug komen. Maar misschien zijn daar ook wel de succesverhalen, dat weet ik niet. Maar het mag wel wat vaker de kleine gemeenten zijn. Grote gemeenten hebben vaak meer geld tot hun beschikking, waardoor ik hun plannen en voorbeelden altijd met een schuin oog bekijk. Ik zie dan liever iets van een kleinere gemeente.
Prima, maakt niet uit, organisatorisch handig	10	Het is prima, maakt niet uit. Organisatorisch is misschien handig om het in de buurt te doen, zo'n bijeenkomst. Maar we doen

in de buurt, we doen hetzelfde		allemaal hetzelfde, dus of het nou Amsterdam is of Groningen. Dat maakt allemaal niet uit.
Maakt niet uit, we doen hetzelfde, zie het probleem niet	11	Dat maakt mij niet uit. We doen inderdaad allemaal hetzelfde, dus als we daar profijt van kunnen maken is dat prima. Ik vind het altijd fijn om voorbeelden te zien, zodat ik dat zelf ook kan toepassen in plannen of dat ik denk oh hoe doen ze dat daar en kan ik dat hier ook doen. Dus als het ergens anders vandaan komt, maar ik kan er hier ook wat mee. Dan zie ik het probleem niet.
Nee, moet filteren of het haalbaar is	12	Nee, ik moet gaan filteren of toetsen bij mijn mensen of dat hier haalbaar kan zijn ja of nee. Soms past het niet, maar wel op een andere manier. Dan is het wel fijn om te weten hoe ze dat deden en waar ze tegen aan liepen.

Conclusie: Lokale professionals uit Limburg vinden voorbeelden uit de regio meer relevant, terwijl andere lokale professionals daar geen onderscheid in maken. Lokale professionals doen in het hele land hetzelfde en kunnen leuke ideeën verzinnen, geeft een respondent als onderbouwing. Het maakt voor lokale professionals buiten Limburg niet uit waar informatie en voorbeelden vandaan komen.

Analyseschema 21 – Vraag 19: In hoeverre vindt u het belangrijk om geïnspireerd te worden vanuit JOGG?

Label	Respondent	Item: inspiratie
Ja, campagnes erg leuk	1	Ja die campagnes zijn ook erg leuk. Daar zit echt een goed idee achter. Bijvoorbeeld de campagne DrinkWater, dat is iets van de stichting, dat werkt gewoon echt. En sommige scholen zijn volledig met de campagne, de een weer voor de helft, de ander een kwart en de ander weer drie kwart. En dat maakt ook verder niet uit. Maar het idee erachter is echt wel een hele stevige basis.
Doen ze ook zeker, bij Simone of Lisa en JOGG-update en wiki	2	Ja, maar dat doen ze ook zeker. Als ik een vraag heb of even niet weet hoe ik iets moet doen dan kan ik altijd bij Lisa of Simone aankloppen en dan zegt zij van goh ga het is hier vragen of kijk is daarnaar. Dus op die manier krijg ik wel voldoende inspiratie. Maar ook via de JOGG-update en op de wiki.

Doen ze en zijn dingen die ik zou willen zien	3	Ja, ze doen zeker wel hun best om voldoende inspiratie te leveren. Maar als ik er nu over nadenk zijn dat wel dingen die ik nog wel zou willen zien.
Belangrijk, maar is er ook	4	Ja, dat is belangrijk, maar dat is er ook wel.
Word geïnspireerd, belangrijk	5	Ja, ik word wel geïnspireerd. Je hoort nu steeds The Daily Mile, maar dat heb ik ook wel eens doorgemaid. En toen kreeg ik te horen dat er wel interesse is. Dan zie je dat er wel een soort sneeuwbal ontstaat daardoor. Ik vind dat belangrijk en ik word ook voldoende geïnspireerd.
Zeker, echt fijn	6	Ja zeker, dat vind ik JOGG landelijk ook echt fijn. Daar kan ik mijn vragen kwijt. Zij zien natuurlijk zoveel dingen voorbijkomen en daar zie ik dan echt voordelen in om dat boven me te hebben.
Kun je iets mee	7	Daar kun je iets mee. Dan kan ik dat zelf ook doorvoeren.
Zoiets kan alleen maar beter lopen, scheelt werk	8	Ik denk zoiets alleen maar beter kan lopen. Ik heb geen rechtstreeks contact met gemeenten in de rest van het land. Ik weet niet welke gemeenten allemaal aangesloten zijn. Ik weet niet wat daar gebeurt. Dus zoiets moet je altijd via een nieuwsbrief of iets anders kennis van krijgen. Als je alles alleen moet doen dan ben je daar zo veel tijd mee kwijt. Dus dan scheelt het veel werk om van anderen te horen wat zij doen en maakt het makkelijker om te kijken wat we hier kunnen toepassen.
Wil graag inspiratie met informatie en gebeurtenissen van andere gemeenten	9	Ik wil wel graag inspiratie met informatie en gebeurtenissen uit andere gemeenten.
Vaak komt inspiratie vanuit JOGG-gemeenten en niet vanuit landelijk	10	Maar ik vind vaak wel dat die inspiratie vanuit JOGG-gemeenten zelf komt en niet zozeer bij het landelijke vandaan. Daar zouden ze nog wel winst kunnen behalen, door vanuit landelijk meer inspiratie te leveren in plaats van alleen goede voorbeelden uit andere regio's te delen.
Ja, soms net even gericht advies of inspiratie is voor ons handig om iets in de praktijk te bedenken	11	Ja bij de Week voor de Gezond Jeugd kregen we wel materialen en kregen we te horen dat we dit en dat konden doen. Maar uiteindelijk hebben we hier lokaal niks mee gedaan, omdat het voor ons moeilijk was om concreet een activiteit in die redelijk korte termijn te bedenken. Terwijl als vanuit landelijk

		heel gericht was aangegeven met die dag doen we met zijn alle dit, ik weet niet of dat haalbaar is, soms net even gericht advies of inspiratie. Dan is de kans groter dat, dan is het voor ons handiger het uiteindelijk ook in de praktijk iets te bedenken.
Ja natuurlijk altijd fijn	12	Ja, natuurlijk. En dan inspireren en geïnspireerd worden. Dat is altijd fijn om inspiratie te krijgen.

Conclusie: Lokale professionals vinden het belangrijk om geïnspireerd te worden vanuit JOGG en dat gebeurt nu ook. De professionals kunnen de inspiratie toepassen in de praktijk, waardoor het voor hen relevant is om inspiratie te krijgen.

Analyseschema 22 – Vraag 19 (doorvraag): Wat voor inspiratie?

Label	Respondent	Item: inspiratie
Goed in beeld brengen hoe je als gemeente iets moet doen, hoe iets is verlopen en hoe in de praktijk te brengen	1	Het goed in beeld brengen van hoe je als gemeente iets moet doen en zien hoe het werkt dat vind ik heel belangrijk. Dat wil ik graag zien in filmpjes. Hoe een project is verlopen dat kun je lezen. Maar ik wil zien hoe ik iets zelf in de praktijk moet brengen. Ik moet iets kunnen visualiseren voor dat ik het zelf ga doen.
Concrete plannen, wat succesvol liep en waarom, zodat je eruit kan halen hoe je dat zelf kan toepassen, strategische plannen	2	Niet echt van kijk hoe leuk ze het doen in die gemeente, maar meer echt concrete plannen. Wat succesvol liep en waarom dan. Zodat je er echt uit kan halen hoe je dat zelf toe zou kunnen passen. Ik weet heus wel dat ze overal The Daily Mile lopen, maar hoe zorg je dat scholen dit blijven doen en strategische plannen hiervoor, dat vind ik wel interessant.
Coalitieakkoorden, positie regionaal in politiek.	3	Nou zoals nu bijvoorbeeld. Goh hoe wordt JOGG opgenomen in de coalitieakkoorden. Wat is nu de positie van JOGG regionaal in de politiek. Waar loopt men tegen aan en hoe ontwikkeld zich dat. Waarom lukt het bij de ene gemeente wel en bij de andere gemeente niet. Mocht je met dat vraagstuk lopen, dat je dat dan kan vragen. Komt het door de politieke partij of iets anders. Dus niet we hebben een fantastische Daily Mile gerent in Vlissingen. Dan denk ik ja hartstikke leuk voor je, maar ik vind het niet boeiend.
Hoe andere gemeenten financieren en samenwerkingen aan gaan, lokale borging	4	Ik denk met name hoe andere gemeenten dingen hebben gefinancierd en hoe ze bepaalde samenwerkingen aan zijn gegaan, maar ook de lokale borging hoe ze dat in iedere gemeenten doen. Dat vind ik wel interessant en inspirerend.

Bijeenkomst, stukje ontmoeting,	5	In zo'n Kennisfestival bijvoorbeeld wel. Niet dat ik altijd bij alle workshops het idee heb dat ik denk o, wat zinvol. Maar dat heb je bij iedere bijeenkomst. Soms denk je, daar had ik echt wat aan, en soms denk je ja dat ken ik wel. Dit is niks nieuws onder de zon. Dat heb je natuurlijk ook. Maar dat stukje ontmoeting, dat vind ik wel goed. En dan die nieuwsbrief vind ik ook goed werken. En af en toe wel eens een bijeenkomst. Bijvoorbeeld bij dat NL Vitaal. Eerst denk je, o, dan moeten we dat helemaal optuigen regionaal. Maar als het dan uiteindelijk geweest is dan denk ja, toch wel zinvol. Dat is ook belangrijk.
Goede voorbeelden van andere gemeenten, wat zij doen	6	Goede voorbeelden van andere gemeenten. Wat doen zij om bepaalde punten onder de aandacht te brengen en hoe kun je bepaalde projecten zo goed mogelijk aanpakken.
Leuk voorbeeld, actie of filmpje	7	Dat is een leuk voorbeeld of dat is een leuke actie of leuk filmpje.
	8	-
Successen in gemeenten, leuke week, feitje	9	Een succes of iets nieuws in een bepaalde gemeente. Gewoon dat ze een leuke week hebben gehad of een leuk feitje hebben voor de gemeente. Dus dat vind ik wel interessant. Dus ja eigenlijk dat.
Meer inspiratie vanuit landelijk in plaats van voorbeelden uit andere regio's	10	Maar ik vind vaak wel dat die inspiratie vanuit JOGG-gemeenten zelf komt en niet zozeer bij het landelijke vandaan. Daar zouden ze nog wel winst kunnen behalen, door vanuit landelijk meer inspiratie te leveren in plaats van alleen goede voorbeelden uit andere regio's te delen.
Gerichter advies of inspiratie, voor ons ook handig	11	Bij de Week voor de Gezond Jeugd kregen we wel materialen en kregen we te horen dat we dit en dat konden doen. Maar uiteindelijk hebben we hier lokaal niks mee gedaan, omdat het voor ons moeilijk was om concreet een activiteit in die redelijk korte termijn te bedenken. Terwijl als vanuit landelijk heel gericht was aangegeven met die dag doen we met zijn alle dit, ik weet niet of dat haalbaar is, soms net even gericht advies of inspiratie. Dan is de kans groter dat, dan is het voor ons handiger het uiteindelijk ook in de praktijk iets te bedenken

Goede voorbeelden, plannen uit andere gemeenten, dingen die werken en niet werken, ervan leren	12	Goede voorbeelden en plannen uit andere gemeenten. Dingen die werkten, maar ook dingen die totaal niet werkten, zodat je ervan kan leren.
--	----	---

Conclusie: Voorbeelden uit andere gemeenten zijn relevant voor lokale professionals. De respondenten vinden het vooral interessant om concrete plannen te lezen van andere gemeenten, waarin staat wat er goed en wat er minder goed ging, zodat ze daarvan kunnen leren.

Analyseschema 23 – Vraag 20 tot en met 22: In hoeverre vindt u het belangrijk dat communicatie vanuit JOGG gericht is op informatievoorziening? Creatief is? Creatieve koppen heeft?

Label	Respondent	Item: communicatie informatief, creatief en/of met creatieve koppen
Creatief, gaat voornamelijk om de inhoud, pakkende koppen	1	Ja, van mij mogen filmpjes wel lekker creatief zijn. Maar de boodschap en de inhoud van een filmpje moet ook interessant zijn. Het gaat mij voornamelijk om de inhoud wel. Het onderwerp moet interessant zijn, maar pakkende koppen spreken natuurlijk aan. Zo werkt dat gewoon. Maar wat ik als zei, ik ben niet echt een lezer. Ik visualiseer liever. Het onderwerp moet interessant zijn, maar pakkende koppen spreken natuurlijk aan. Zo werkt dat gewoon. Maar wat ik als zei, ik ben niet echt een lezer. Ik visualiseer liever.
Inhoud staat voorop, leuke foto's minder interessant, feiten en cijfers andere gemeenten interessant	2	Voor mij staat inhoud. Inhoud staat voorop en of er leuke foto's bij zitten dat vind ik minder interessant. Ik kijk meer of er leuke stukjes zijn met voorbeelden die ook toepasbaar zijn in mijn gebied. Daar kijk ik meer naar en ben ik meer naar op zoek. Vaak vind ik feiten en cijfers wel interessant van andere gemeenten ook wel interessant.
Lees fijner, niet een vereiste, gaat om inhoud, voorkeur gaat uit naar creatief, koppen mogen kort en bondig	3	Tja, het leest wel fijner natuurlijk. Maar voor mij is het niet per se een vereiste. Het gaat mij vooral om de inhoud van een bericht. Als de onderwerpen aanspreken en ik er hier wat in de regio mee kan, mag het van mij ook zakelijker geschreven zijn. Maar mijn voorkeur gaat uit naar creatief. Koppen mogen kort en bondig, denk ik? Als het onderwerp er maar uit spreekt, zodat ik weet wat ik kan verwachten.

Maakt niet uit, mag zakelijk, gaat om inhoud, koppen moet onderwerp duidelijk zijn	4	Nee, dat maakt me niet zoveel uit. Het mag van mij prima zakelijk geschreven zijn, dat is het hier in de gemeente meestal ook. Niks mis mee. Het gaat me ook vooral om de inhoud en niet zo zeer hoe creatief iets is geschreven. Voor de koppen geldt hetzelfde. Als het onderwerp me aanspreekt dan lees ik het.
Kan geen andere reden bedenken dan informatie delen, primaire behoeften	5	Ik moet hier wel heel erg over nadenken. Ik kan geen andere reden bedenken dan om informatie te krijgen en te delen. Kennis te delen enzovoort. Dus voor mij is informatie dan wel echt de primaire behoefte.
Informatie waar ik iets mee kan, moet wel creatief geschreven worden	6	Nee, dat maakt me ook niet uit. Ik ben best wel tot he point. En ik wil graag informatie waar ik iets mee kan. En ik denk niet dat het mij beïnvloed dat iets creatief is geschreven of zie bijlage en daar zit in wat ik moet hebben... Heel eerlijk daagt een filmpje mij echt wel veel meer uit. Maar als blogs een gevatte titel hebben, dan daagt het mij op zich ook wel uit. Dan wil er nog wel eens op klikken. Ja, eigenlijk wel. Als ik de eerste drie zinnen van een blog lees en die zinnen pakken mij om meer te lezen. Dan heeft een blog wel invloed op mij. Dus het moet wel creatief geschreven worden. In dat opzicht heeft creatief schrijven wel een toegevoegde waarde.
Ja, informatief en creatief, koppen niet te lang en onderwerp naar voren	7	Ja, van mij moet het wel informatief en creatief zijn. Dat is maar net ja. Mensen zijn gevoelig voor plaatjes, dat ben ik ook. Dus een leuke foto erbij of een filmpje. Maar dat ligt ook aan het onderwerp of wie of wat dat zegt. Koppen maken me niet zo veel uit. Ik denk niet te lang en het onderwerp moet naar voren komen.
Afhankelijk situatie, goede informatie	8	Het is afhankelijk van de situatie. Daar zou ik niet dagelijks gebruik van maken, maar als je andere organisaties nodig hebt of wil betrekken dan is het wel handig om goede informatie te hebben. Of bijvoorbeeld een filmpje waar we gebruik van kunnen maken, want dat kost altijd veel geld, dus als we het al hebben, dan zou dat prima zijn.
Interessant zijn, creatief geschreven telt ook mee, pak je mensen mee	9	Het moet wel interessant zijn, dat ik denk dit wil ik lezen of dit vind ik interessant of daar wil ik over mee kunnen praten. Of iets creatief geschreven is telt natuurlijk ook wel mee. Daar pak je mensen mee.
Inhoud, informatief, creatief maakt niet uit	10	Het gaat mij vooral om de inhoud, dat moet wel informatief zijn. Creatief maakt me niet zo veel uit, het gaat toch om werk.

Creatief geschreven zorgt voor langer lezen, lees eerder, eerste plek informatie, koppen creatief geschreven, onderwerp moet aanspreken	11	Ik lees voornamelijk dingen die ik in de praktijk kan brengen. Dus dingen die in andere gemeenten gebeuren. Ik denk dat als iets creatiefs is geschreven dat ik het langer zou lezen. Dus dat zou meer zijn bij een artikel of zo. Misschien lees ik het dan ook wel eerder. Maar op de eerste plek moet de inhoud informatief zijn. En koppen, ja ik denk dat als ze creatief zijn geschreven het ook wel sneller aanspreekt. Of als het onderwerp me aanspreekt.
Inhoud, creatief leest lekkerder weg	12	Ja, natuurlijk. Als communicatieadviseur, die weten dat natuurlijk heel goed. Een pakkende kop werkt altijd. Voor mij moet een kop dan vooral niet te lang zijn en lekker creatief geschreven zijn. Maar daar heb ik niet echt een tip voor. En de tekst zelf, ja in neem dingen op, zoals ik ze opneem en als ik meer tijd heb lees ik de nieuwsbrief langer. Dus of het dan uitmaakt of het creatief geschreven is? Ik denk dat het wel lekkerder wegleest.

(In het bovenstaande schema zijn drie vragen samengenomen, omdat respondenten de vragen vaak in één antwoord beantwoordden)

Conclusie: Communicatie vanuit JOGG moet vooral gericht zijn op een relevante inhoud en informatief zijn. Toch helpt het wel voor lokale professionals als koppen creatief en kort en bondig geschreven zijn. Ook leest een creatief geschreven tekst makkelijker dan een zakelijke. Dit allen zorgt ervoor dat de respondenten de teksten eerder lezen.

Analyseschema 24 – Vraag 23: Prefereert u een formele of een informele toon?

Label	Respondent	Item: toon communicatie-uitingen
Informeel, sluit meer aan	1	Maar als ik moet kiezen denk ik wel informeel. Dat sluit misschien meer aan. Dat zakelijke hoeft niet zo van mij.
Informeel kan, persoonlijker, dat is goed	2	Informeel kan altijd wel. Maar het maakt mij niet zoveel uit. Maar ik denk dat informeel wat persoonlijker voelt, dus dat is wel goed.
Informeel, je gaat allemaal informeel met elkaar om	3	Dat maakt me niet zoveel uit. Maar als ik echt moet kiezen, dan denk ik informeel. Je gaat toch allemaal een beetje informeel met elkaar om, dus dat hoeft van mij dan niet zo zakelijk en formeel.
Informeel, persoonlijker	4	Informeel, dat is toch persoonlijker.
Informeel, leest fijner, pik je makkelijker op	5	Oh, dat mag van mij best informeel zijn hoor. Dat maakt verder niet uit. Als ik de informatie maar krijg. Maar ik denk dat informeel toch wat fijner leest. Dat je het dan makkelijk oppikt.
Maakt me niet uit	6	Ja, dat maakt me allemaal echt niet uit.

Informeel, persoonlijker	7	Ja, ik heb met veel mensen informeel contact via de app, dat blijft wel gaande. Maar goed, het blijft wel werk. Maar het mag van mij best informeel, dat vind ik juist fijn. Dat is persoonlijker.
Informeel leest makkelijker, persoonlijker	8	Dat mag best formeel zijn. Als het heel formeel is dan pak ik het er toch nog ergens uit wat er van belang is en als het informeel is leest het wel makkelijker weg, omdat het wat persoonlijker is misschien. In die zin zou ik zeggen van misschien moet je daar dan wel een voorkeur aan geven.
Informeel, persoonlijker, leest makkelijker weg	9	Mijn voorkeur gaat uit naar informeel. Dat vind ik persoonlijker en leest makkelijker weg. Ik denk dat je dan ook wat creatiever kunt schrijven.
-	10	-
-	11	-
Maakt niet uit	12	Nee, dat maakt me echt niks uit. Ik vind alles prima.
	13	

Conclusie: De voorkeur voor de toon van communicatie-uitingen ligt bij informeel, omdat respondenten dat persoonlijker vinden. Daarnaast leest een informele tekst voor de respondenten makkelijker weg en sluit meer aan bij de organisatie.

Wensen en behoeften online communicatieplatform

Huidig gebruik social media

Analyseschema 25 – Vraag 24: Kunt u vertellen op welke platformen u gebruik maakt van social media?

Label	Respondent	Item: actief op socialmediaplatformen
Twitter	1	Twitter
Niet op Facebook, Twitter, LinkedIn	2	Ik zit niet op Facebook. Ik zit wel op Twitter en LinkedIn. Daar hou ik de zaakjes wel redelijk goed in de gaten. De nieuwsbrief lees ik ook heel regelmatig, maar wel heel selectief. Dat ik denk ik scrol er even doorheen. Ik lees niet standaard alle artikelen. Ja. LinkedIn Maar daar doe ik relatief weinig mee. Maar daar is het met name kijken en informatie halen in plaats van brengen.
Facebook, LinkedIn, WhatsApp, Twitter	3	Ja, ik heb wel een Facebookpagina, maar ik post eigenlijk zelden wat. Ik zit ook op LinkedIn zakelijk, maar dat is gewoon een grote bende, daar doe ik eigenlijk vrij weinig mee. Ja WhatsApp gebruik ik dan wel. Dat is voor mij een heel handig communicatiemiddel, met vrienden en met JOGG in zo'n appgroep. Dat vind ik wel praktisch. Twitter gebruik ik echt zakelijk gebruik ik als regisseur uit Waalwijk. Dat gebruik ik dan wel regelmatig, ook niet dagelijks.

Facebook, LinkedIn	4	Facebook, meestal alleen Facebook. En LinkedIn.
Twitter, Facebook,	5	In die zin, wij hebben een Twitteraccount. Ik vind niet dat we daar heel actief in zijn. Als er een keer een evenement is dan plaats ik er iets over met een foto. Maar laat dat een keer in de twee maanden een keer gebeuren. Dat heeft ook te maken met dat ik vind dat Twitter zijn doel bijna voorbij is. Er is te veel. Als je een Twitteraccount begon was die informatie nog wel te behappen, maar op een gegeven moment kreeg je zoveel informatie. Op een gegeven moment word je er knettergek van. Dus dan ga je ook weer filteren. Daar heeft dat ook mee te maken. Persoonlijk zit ik wel op Facebook. Maar ook dat gebruik ik zo wanneer ik er een keer zin in heb. Heel erg afgebakend naar privé. Het is persoonlijk. Vooral buiten mijn werk.
LinkedIn, Facebook iets minder, Instagram, Twitter	6	Ik zit veel op LinkedIn. Op Facebook dan wel iets minder. Ook op Instagram en Twitter.
LinkedIn, Facebook 5 jaar geleden af gegaan, is rooskleurig, kinderen op Instagram	7	Ja, LinkedIn is dat ook social media? Van Facebook ben ik 5 jaar geleden af gegaan. Ja, ik vond het heel nep. Dan zag dat mensen uiteten gingen en nieuwe auto's kochten en dan dacht ik ja dat heb ik allemaal niet. En dan zie je die mensen privé en dan hebben ze dat ook niet. Ze hebben een hoop ellende, maar op Facebook is het allemaal rooskleurig. Dus daar ben ik mee gestopt. En verder heb ik twee kinderen van 14 en die zitten de hele dag op Instagram, dus daar krijg ik ook iets van mij. Maar daar zit ik zelf nog niet op.
LinkedIn, 10 mensen op Facebook, Instagram,	8	Ja, voor het werk met name LinkedIn. En privé heb ik een stuk of 10 mensen op Facebook, de rest heb ik allemaal uitgesloten. Het is voornamelijk kinderen en wat vrienden. Ik vind dat wel leuk om te volgen, maar zelf deel ik er eigenlijk niet veel op. LinkedIn, daar ben ik wel actief op. Ja, dat vind ik voor privé. Ik heb op mijn telefoon ook Instagram staan, maar daar heb ik nog nooit iets opgezet en ik kijk er ook niet op. In mijn contactgroep zitten denk twee mensen die er ook op zitten. Heel zelden krijg ik daar ineens een berichtje van en dan denk ik wat is dat en dan denk ik oh Instagram. Maar meer doe ik er niet mee.

Heel weinig, LinkedIn, Twitter en Facebook doe ik niks mee	9	Ik heb het wel, maar ik gebruik het heel weinig. LinkedIn, doe ik nu nog een beetje het meeste mee. Nee, ik heb wel Facebook, maar daar doe ik echt niks op. En ik heb ook wel Twitter maar daar heb ik ook al jaren niks mee gedaan.
Facebook, Instagram en LinkedIn	10	Ik zit op Facebook, Instagram heb ik wel en LinkedIn
Facebook, LinkedIn, Instagram, twijfelt om te stoppen	11	Facebook, LinkedIn en Instagram. Maar ik zit te denken om er mee te kappen.
Twitter, LinkedIn om te netwerken	12	Op Twitter. Nou nu iets actiever, want we zijn net gelanceerd met Goed Bezig. En LinkedIn doe ik natuurlijk ook. Maar dat is meer netwerken.
Twitter, Facebook, pas overwogen om te stoppen LinkedIn, Instagram,	13	Twitter, inderdaad Facebook, al heb ik pasgeleden wel overwogen om te stoppen, maar niet gedaan. Ik heb wel al mijn vrienden er afgeknald. Ik volg JOGG nog wel maar verzoeken van JOGG-adviseurs voeg ik niet toe. Daar like ik soms dingen. Ik zit ook op LinkedIn, daar voeg ik wel mensen uit mijn zakelijke netwerk toe. Daar deel ik ook dingen en ben ik connected met mensen. Ja, Instagram zeker
Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat, YouTube	14	Ja. Op Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat heel af en toe, maar die is niet noemenswaardig eigenlijk. Ik heb geen eigen YouTube-kanaal. Maar dat kijk ik af en toe wel, voor privé en werk.
LinkedIn, gestopt met Facebook, Twitter	15	Ik gebruik LinkedIn. En met Facebook ben ik gestopt, ze gaan niet heel goed met je gegevens om, maar Google en andere sociale media waarschijnlijk ook niet. Twitter gebruik ik ook, maar meer om nieuwscategorieën te blijven volgen. Het niet meer gebruiken van Facebook zorgt ook dat ik een makkelijke tijdlijn van nieuwsinformatie mis. Dus dat mis ik wel. Het is meer een gemak-tijdlijn met dingen die je zelf interessant vind.

Conclusie: Lokale professionals en interne medewerkers zijn actief op Twitter en LinkedIn en alle respondenten hebben ervaring met Facebook. Enkele respondenten hebben Facebook verwijderd of overwogen om Facebook te verwijderen. Interne medewerkers zijn ook actief op Instagram en Snapchat, terwijl veel lokale professionals dat niet zijn.

Analyseschema 26 – Vraag 25: Hoe zou u uzelf omschrijven als socialmediagebruiker?

Label	Li & Bernoff (2011)	Respondent	Item: socialmediagebruiker
Weinig op social media zetten, word erop afgerekend, zet er bijna niks op, reageer niet op anderen, kijk op de achtergrond	Joiner/spectator	1	En ik zie tegenwoordig dat ik beter niet te veel op social media kan zetten dan te veel, want je wordt er heel snel op afgerekend. En aan de andere kant denk ik: wat interesseert iemand het wat ik van het weekend heb gedaan. Ik kijk wel, maar ik zet er zelf bijna niks op. Ik reageer ook niet op anderen. Ik kijk vooral een beetje op de achtergrond en verder niks. Voor mij hoeft je niet alles te delen wat je doet. Het is helemaal niet interessant dat je gister naar de stad bent geweest.
Een keer per dag Twitter, meer een lezer, meer halen dan brengen	Joiner/spectator	2	Op Twitter zit ik er een keer per dag op. Ik ben meer een lezer. Als ik iets heel interessant vind dan deel ik het wel. Ik ben meer aan het halen, maar minder brengen. Ik vind mezelf misschien niet zo heel interessant. Ik denk dan ook waarom gebruik je een middel. Voor mij is het meer informatie halen, dan informatie brengen.
Dagelijks 5 minuten, kijk vooral, reageer op anderen vanuit mijn werk	Conversationalists	3	Dagelijks 5 minuten. Zoiets? Nee aan het kijken. Het is eigenlijk best wel nutteloos. Ik ben veel aan het scrollen. Het is niet dat ik heel veel actieve vrienden heb die daar ook veel mee bezig zijn. Dus nee. Ja, ik reageer dan wel op anderen vanuit mijn werk. Ik kijk dan ook nog wel eens van wat gebeurt in JOGG Waalwijk, wat voor leuke activiteiten hebben we. Dat wordt dan ook wel gepost.
Kijk vooral veel, like wel, discussies ga ik niet aan, op de hoogte zijn,	Joiner	4	Ik kijk vooral veel. Moet ik dan nu eigenlijk zeggen dat mijn leven heel saai is? Maar ja ik maak eigenlijk nooit echt wat mee. Het zou ook heel saai zijn als er niemand wat op zet. Maar, om nou te zeggen dat ik hier nu met jou

			zit en dat te posten. Het is gezellig, daar niet van. Maar dat doe ik niet. Facebookberichten? Ja, als ik wat leuk vind dan doe ik wel een like. Maar hele discussies ga ik ook niet aan. Het is meer dat je op de hoogte bent van wat een ander gedaan heeft. Ik probeer er nog wel scheiding aan te brengen, dat het wel echt voor privé is. Maar ik like wel dingen voor mijn werk, maar ik zet geen dingen voor mijn werk op Facebook. Ik gebruik nu je het zegt ook LinkedIn. Maar dat is puur zakelijk. Op LinkedIn zit ik om connecties te onderhouden. En niet echt om te posten. Of even op zoeken wat iemand doet voor werk. Dat soort dingen. Reviews schrijf ik ook niet.
Niet dagelijks, weken waarin ik dagen achter elkaar kijk en dan weer klaar mee, posten en liken	Joiner	5	Nee, niet dagelijks. Ik kan wel eens weken waarin ik dagen achter elkaar kijk. En dan ben ik er weer heel erg klaar mee. En dan na die maand ga ik weer wat posten en even wat liken. Dus het is heel afwisselend. Maar ik vind het heel erg als ik het gevoel heb dat het een moetje wordt. Dan is het op een gegeven moment klaar. Dan word je geleefd door social media, dat wil ik niet. Of door alles wat op je af komt. Dan heb ik zoiets van back off. Reageert op anderen. Als ik het voor de gemeenten doe, dan denk ik het is goed voor de zaak. Daarom post ik. Maar niet omdat ik zelf de behoefte heb om dingen te etaleren. Ik post dan vooral dingen onder berichten van anderen. Van oh wat leuk dat je dit en dat hebt gedaan. Maar ik zou geen kritische discussies aangaan. Dat is niks voor mij. Dan bel ik wel iemand. Dat doe ik niet voor zo'n groot publiek.

Zakelijk organisatie profileren, persoonlijk niet, scrol voorbij, mee krijgen wat er gebeurt	Joiner, spectator	6	Zakelijk heb ik het idee dat ik de organisatie moet profileren en privé zit ik wat anders in elkaar. Ik hoef niet elk leuk uitje of wandeling op Facebook te zetten. Zakelijk wil ik mezelf als JOGG-regisseur laten zien aan de regio hier. Persoonlijk heb ik dat niet. Als ik iets echt leuk vindt, dan doe ik daar nog wel eens wat mee. Maar over het algemeen scrol ik voorbij en vind ik het leuk om mee te krijgen wat er gebeurt. Maar ik ben niet de persoon die daar per se iets van vindt of wat dan ook. Wel meerdere keren per dag.
Reageer op anderen, beantwoord of vind dingen leuk, paar keer per week, reviews schrijven, blog niet, reactie plaatsen wel	Critics	7	Ja, ik reageer op anderen en beantwoordt of vind dingen interessant die mijn werk aangaan. Maar ik doe het niet dagelijks. Een paar keer in de week. Ook zou ik reviews schrijven. Ja zeker, bijvoorbeeld als ik een laptop koop. Dan ben ik daarvoor ook van tevoren 7 maanden bezig. Nee, blog niet, maar wel een review of een reactie plaatsen. Ook als er om gevraagd wordt, dan vul ik altijd wel een review in.
Zet er dingen op, doorsturen, kijk elke dag, dagelijkse routine	Conversationalist	8	Ik zet er dingen op die we hier zelf doen, ik zet er dingen op die ik ergens lees en ook via dat LinkedIn die ik dan weer doorstuur naar mijn contacten. En ja, dat zit dan wel echt een uitwisseling in van ideeën en gedachten. Dat je allemaal met elkaar bezig bent en dat je denkt van goh dat is interessant of een interessant artikel wat erop gezet wordt. Dat leidt nog wel eens tot een nieuw contact of uitwisseling van dingen. Dus dat vind ik wel een goed platform om zakelijk te gebruiken. Ik kijk iedere dag wel een keer. Je ziet het op je telefoon als er nieuwe berichten op staan. Dus dan check ik altijd wel even of er iets bij zit waarvan ik zeg nou dat is interessant of dat is een leuk idee. Dus dat is wel een dagelijkse

			routine om te kijken van goh wat staat er vandaag op.
Connecties maken, niet veel, Facebook doe ik niks op, af en toe reageren, berichten posten doe ik niet, geen blogs schrijven of video's opnemen, lees wel, kijk filmpjes en interviews	Joiner	9	Toevallig heb ik daar laatst een JOGG-regisseur uit Harderwijk en Bunnik gesproken. En toen heb ik ze toegevoegd om connecties te maken. Het is een fijn kanaal om te netwerken en te chatten. Ja, daar kijk ik wel even dagelijks op wat er gebeurt binnen mijn netwerk. Dat vind ik wel interessant. En verder doe ik met social media niet veel. Nee, ik heb wel Facebook, maar daar doe ik echt niks op. En ik heb ook wel Twitter maar daar heb ik ook al jaren niks mee gedaan. Heel af en toe reageer ik onder berichten bij mensen die ik heel goed ken. Maar verder, berichten posten doe ik eigenlijk niet. Daar heb ik niet echt behoefte aan. Ik zou ook geen blogs schrijven of video's opnemen. Nee, daar ben ik niet van. We hebben het een keer geprobeerd in de gemeente om vlogs op te nemen. Maar nee dat laat ik aan anderen over. Ik lees wel blogs. Ik ben fan van basketbal. Dus ik lees heel veel over basketbal. Dus dat hou ik wel bij en daar kijk ik ook wel filmpjes van en van interviews. Maar dat is meer persoonlijke interesse.
Kijk een keer in de week, facebook actiever met kijken, plaatsen en reageren, kijk geen tot weinig vlog of lees blogs	Conversationalist	10	Maar ben ik zelf sowieso niet actief. Ik kijk misschien een keer in de week ofzo een keer. Maar die kan ik er ook afhalen. Facebook dus wel wat actiever met plaatsen, bekijken en reageren. LinkedIn heb ik ook. Dat doe ik een keer in de drie weken denk ik. Zoiets. Ik kijk geen tot weinig vlog of lees blogs. Heel weinig.
Facebook iedere dag kijken, kijk op Instagram en LinkedIn af en toe, lees blogs van mensen die ik ken	Joiner. Spectator	11	Facebook lees ik iedere dag een beetje, maar daar plaats ik niet. En Instagram daar kijk ik ook elke dag en daar plaats ik af en toe wel iets. Op LinkedIn kijk ik af en toe, misschien een keer in de week of als ik een berichtje

			krijg. Ik heb bijvoorbeeld wel een vacature van de afdeling Communicatie gezien bij JOGG. Dus dat soort dingen van je wel op. Die komen wel voorbij. Ik lees alleen blogs van mensen die ik persoonlijk ken.
Paar keer per week, niet posten, nieuwe connecties,	Joiner, spectator	12	Nou nu iets actiever, want we zijn net gelanceerd met Goed Bezig.(Twitter) Ik denk wel een paar keer per week, bijna dagelijks dat ik er wel even voorbij scrol, maar niet dingen post. Maar via werk heb ik wel weer onlangs, elke week nieuwe connecties. Dat mensen mij hebben gezien en dat ze denken, oh daar moeten we wat mee.
Retweeten, liken, delen, dagelijks op platformen, geen discussies aan gaan,	Conversationalist	13	Werkgerelateerd zijn Twitter en LinkedIn voor mij het meest van toepassing. Twitter gebruik ik echt om JOGG-gemeenten te noemen of te retweeten. Op LinkedIn like ik wel dingen van JOGG-gemeenten. Dus ik deel veel van anderen. Ik zit wel dagelijks op de platformen, maar ik ga verder geen discussies aan. Ik zit met name meer op het retweeten en liken en soms reageer ik met wat een mooie factsheet, maar daar blijft het bij. Vlogs keek ik gister toevallig, van de bekende YouTube van onze nieuwe campagne Girls Go Green, maar verder doe ik dat niet zo snel. Blogs misschien eerder, maar ook niet zo. Wat voor blogs lees ik? Van Marjon, misschien lees ik er toch wel niet zoveel. Meer vanuit nieuwsbrieven en zo. Ik kijk wel een vlog van de huismutsen, dat is een Amsterdamse hippe moeder die leuk over lifestyle en wonen en kinderen opvoeden vlogt. Nee, laat dat maar aan andere mensen over. Vloggen sowieso niet, want dan sta ik zo in het middelpunt en bloggen eigenlijk ook niet. Nee, kies dan maar iemand anders.
Ja elke dag, reageer en like, lees veel blogs, soms vlogs,	Conversationalist	14	Ja, wel elke dag. Ik reageer en like. Reageren is vaak wel een statement werkgerelateerd.

schrijf geen blogs, zou het wel doen,			Daar denk ik dan wel altijd goed over na. Maar meer gewoon leuk. Ik ben meer aanhakend op bepaalde dingen. Laatst met wandel naar je werk dag, dan vind ik het grappig om ook even net iets te posten. Maar veel op Facebook, dat is veel privé gewoon of dingen liken. Ik denk een beetje een mix. Dat doe ik wel dagelijks. Twitter gebruik ik meer dan Facebook. Insta gebruik ik soms of dat ik af en toe een beetje zoek van hé waar plaats ik wat. Voor zakelijk is het ook onderdeel van het leven. Ik lees ook veel zakelijke blogs. Over voeding gerelateerde dingen, jongeren, de blog van Marjon. Niet dat ik mensen volg, die ik heel goed vind. Net keek ik ook al een vlog die vond ik al te lang duren. Maar daar was ik ook niet de doelgroep van. Maar ik zoek ook niet continue op mijn telefoon filmpjes en blogs. Dat is niet mijn generatie, dat is meer na mij. Dat zie ik al bij mijn zoontje, die zit af en toe dingen te kijken hoe kom je daar nou weer bij. Zelf schrijf ik geen blogs. Nee. Ik denk dat als ik ervoor ga zitten dat ik best grappige dingen kan typen. Maar nu heb ik de ambitie niet. Ik zou wel blogs schrijven als het van me gevraagd wordt. Of ik daar voldoende kennis voor heb, dat is weer wat anders maar je kan daar wel een opleiding voor doen of op cursus gaan. Ik heb wel eens getwijfeld om een workshop te doen, maar meer om ervaring op te doen. Misschien begint die ambitie een beetje te komen, maar niet van nature. Vloggen doe ik ook niet. Maar ik hoef zelf ook niet zo op de voorgrond te treden, vind ik stiekem ook wel weer leuk, maar niet per se. Dat is ook niet mijn leefstijl. Maar als ze dat van hier zouden vragen zou ik het wel doen. Dan is het ook wel leuk om te doen, maar het
--	--	--	---

			ligt er ook wel aan wat ik dan moet doen, je moet dan wel achter de boodschap staan.
Zakelijke dingen in de gaten houden, eens in de twee weken posten, kijk vlogs weinig, lees iets meer blogs, zaken over kennispartners	Joiner	15	LinkedIn gebruik ik om dingen zakelijk in de gaten te houden. Daar probeer ik eens in de twee weken te posten. Soms deel ik iets vanuit JOGG met The Daily Mile of iets wat is voorgevallen, maar dan wel positief. Op Twitter doe ik heel weinig. Ik kijk vlogs vrij weinig, blogs lees ik wel iets meer. Vooral over zaken die over onze kennispartners voorbijkomen en dingen vanuit persoonlijke interesse, zoals politiek of sport. Vlogs maak ik niet en blogs ook niet. Ik vind het wel interessant, misschien is het een drempel die je over moet om een keer je mening te delen in een blog. Dat heb ik niet zo heel snel. Maar voor de organisatie zou ik wel bloggen en vloggen. Als het iets is waarbij ik het idee heb dat ik iets kan vertellen wat de ander kan helpen, dan wel. Het moet wel een onderwerp zijn dat bij mij past en meerwaarde heeft. Dat is met ieder mens, dat maakt iedereen ook uniek.

Conclusie: Lokale professionals kijken meer dan dat ze plaatsen, om op de hoogte te blijven.

De respondenten zijn onder het model te schalen van Li & Bernoff (2011) en vallen onder joiners en spectators, omdat ze voornamelijk content lezen in plaats van plaatsen, maar wel een account hebben op social media. Opvallend is dat er geen verband is te leggen tussen leeftijd van de respondenten en hoe actief ze zijn op social media, terwijl het model hier wel onderscheid in maakt. Lokale professionals zijn met name actief als joiners en spectators, omdat ze zichzelf niet belangrijk genoeg vinden om zelf veel online te posten. De interne medewerkers zijn meer conversationalisten, omdat ze vaker reageren op anderen via social media.

Analyseschema 27 – Vraag 26: Welke berichten spreken u het meest aan?

Label	Respondent	Item: berichten social media
Organisatie, Limburg, gezond en jeugd	1	Ja berichten die te maken hebben met de organisatie of met Limburg. Een boeiend onderwerp wat past bij gezond en jeugd.
-	2	-

Leuke filmpjes, informatief waar mijn interesse liggen.	3	Ja wel leuke filmpjes, daar kan ik soms wel bij blijven hangen. Ja een stukje informatief in waar mijn interesses liggen. Als er iets voorbijkomt dan kijk ik daar wel even naar. Maar zowel in een filmpje of een artikeltje dat kijk of lees ik dan wel even. Maar ik kijk echt heel kort, ik heb betere dingen te doen. Dus nee Facebook echt 5 minuten. Twitter kijk ik vaak wel even wat vaker, maar dat is echt vooruit werk.
-	4	-
-	5	-
-	6	-
Positieve insteek, goed gegaan, resultaten, nieuwe ambassadeurs, bekende Nederlanders, breed.	7	Positieve insteek, hoe goed iets gaat en hoe goed iets gegaan is. Positieve resultaten, nieuwe ambassadeurs, bekende Nederlanders, eigenlijk heel breed. Ik zou het heel breed maken, maar goed dat zou ik doen.
-	8	-
Moet interessant zijn, niet alles per se werkgerelateerd, algemeen nieuws, nieuwe partner bijvoorbeeld	9	Het moet wel interessant zijn, dat ik denk dit wil ik lezen of dit vind ik interessant of daar wil ik over mee kunnen praten. Nou, niet per se alles wat werkgerelateerd is. Ik wil graag op de hoogte gehouden worden over werk dingen. Dus of dat dan van JOGG is of niet. Dus ik lees het wel graag en ik vind ook wel dat ik dat moet lezen. Maar het moet me wel aanliggen. Als het JOGG is en ze zeggen iets over: het gaat heel goed in de gemeente Den Haag en in die wijk. Dan weet ik niet of ik dat per se zou lezen. Het mag van mij wel algemeen nieuws zijn. Bijvoorbeeld we hebben een nieuwe partner en daar gaan we dit en dit mee doen dus zo iets.
Weinig, kort bericht, werkgerelateerd is interessant,	10	Heel weinig. Al vind ik wel dat ik op Facebook daar volg ik nu de gemeente. Dan vind ik een kort berichtje wel interessant om te lezen of een artikel. Als het artikel werkgerelateerd is dan lees ik het wel. Ik vind het ook wel goed om werkgerelateerde dingen te zien. Dan realiseer ik me gelijk dat ik JOGG landelijk niet volg.
Blogs mensen die ik persoonlijk ken, interessante berichten over gezondheid of sport	11	Ik lees alleen blogs van mensen die ik persoonlijk ken. En verder vind ik het interessant berichten te lezen die gaan over gezondheid of sport.
-	12	-

Conclusie: Berichten op social media moeten werkgerelateerd zijn, te maken hebben met jeugd, sport en gezondheid. Daar liggen de interesse van de respondenten.

Mening over en wensen voor de inzet van een platform

Analyseschema 28 – Vraag 27: Wat zou u ervan vinden om via een online communicatieplatform te communiceren met JOGG en andere lokale professionals?

Label	Respondent	Item: mening platform
Zie de waarde er niet van in, nu al korte lijnen, hoeft niet nog korter, geen behoefte	1	Nee, daar zie ik de waarde niet van in. Het is niet dat ik zeg het is nu perfect zoals het nu gaat. Maar als ik denk wat het op zou kunnen leveren, dan denk ik. Ik heb al hele korte lijnen nu. En of het nog korter moet, voor mij niet. Misschien zullen alle gemeenten zeggen van wel, maar ik ken mijn collega's heel goed en ik weet waar ik moet zijn. Dus voor mij zou het niet hoeven. We blijven een beetje een rare eend in de buit, Limburg. Maar de behoefte is er niet denk ik.
Interessante thema's, dan heel erg leuk, ook voor anderen, kan waardevol zijn	2	Ja, als het interessante thema's zijn dan kan dat inderdaad heel erg leuk zijn. Niet alleen voor mij, maar ook juist voor andere mensen die meer uitvoerend zitten. Die bijvoorbeeld The Daily Mile en de DrinkWatercampagne uitvoeren in de praktijk. Dus dan zou mijn advies gelijk zijn: zorg ook dat niet alleen regisseurs, maar ook buurtsportcoaches en scholen hier ook gebruik van kunnen maken. Wellicht als gast. Daar zit nog weinig in, maar het kunnen wel heel interessante dingen zijn. Het kan heel waardevol zijn.
Kan interessant zijn, gevaar vol staat met van alles, onoverzichtelijk, geen platform voor alle good practises, maar makkelijk contact leggen, leuke dingen delen	3	Ja, oké. Dat zou misschien wel interessant zijn. Het is dan wel het gevaar dat het vol staat met van alles. Dan heb ik het idee dat het onoverzichtelijk wordt met goh wat is het allemaal fantastisch. En dat kan ik ook kopiëren naar mij toe. Dat hebben we al te veel in het land en dat werkt over het algemeen niet. Maar het is wel interessant om te zeggen van hé we hebben 136 regisseurs, die zitten op een platform om vraagjes te kunnen stellen of dingetjes te kunnen delen. Als het maar geen platform wordt waar iedereen zijn good practises op zet met een grote menukaart en allerlei activiteiten die ik ook zou kunnen doen. Omdat ik 9 van de 10 keer denk iets wat in Harderwijk werkt, werkt niet in Waalwijk. Het is al zelfs zo dat iets wat in Oost-Brabant werkt, werkt in West-Brabant niet. Een beetje het idee meenemen vind ik wel leuk. Maar ik zou het meer houden met contact met alle regisseurs waar ze wel leuke dingen kunnen delen, waar je makkelijk contact kan leggen. Dus

		dan misschien wel van goh er komt iets uit Harderwijk, wie is Harderwijk, nou ik ga hem is bellen.
Kan beter werken, landelijk JOGG op afstand, geen tijd voor overleg, dit kan werken, ik zou wel gebruiken	4	Ja, dat zou beter kunnen werken. Omdat landelijk JOGG toch wel op afstand zit. We hebben eigenlijk overal geen tijd voor overleg. Dus dan zou dit wel kunnen werken. Voor een bepaald type beleidsadviseur. Sommigen zullen het niet gebruiken. Sommigen wel. Ik zie er wel de voordelen van in. Dus ja ik zou het wel gebruiken.
Zou niet snel op een platform gaan, ga geen discussies aan online, zou er wel gebruik van maken als er een werkgroep is, niet als buitenstaander,	5	Ik denk dat ik zelf niet zo snel op een platform ga. Dat weet ik omdat, wij hebben ook een GGD kennisnet en daar kun je ook op onderwerpen converseren met andere mensen. En ik merk dat, maar dat zegt misschien iets over mij, dat ik dat niet zo snel doe. Maar misschien is zo'n platform wel leuk om te kijken, wat zijn de gegevens en dan ga ik die bellen. Ik zou niet snel een hele discussie online aanga... Nou ik wil nog een kanttekening zetten bij wat ik net zei. Ik zou zo'n conversatie wel volgen als bijvoorbeeld, stel je zit in een werkgroep vanuit landelijk JOGG en een aantal gemeenten zijn bij elkaar gezet en je vormt met elkaar een soort werkgroep. Vanuit lokaal en landelijk om iets te ontwikkelen of neer te zetten. En je hebt dan met elkaar zo'n groepje, dan zou ik er wel gebruik van maken. Snapje wat het verschil voor mij is. Maar het is niet zo dat ik zomaar snel aanhaak bij iets. Ik zou er zelf niet een soort van betrokkenheid als zijnde van je bent onderdeel van een werkgroep, je snapt het principe denk ik wel. Dan zou ik er wel in mee gaan. Maar niet zoals een soort buitenstaander, ik zoek informatie, daar is een conversatie. Ik ga zoeken hoe heet die persoon, wat zijn de contactgegevens, oké dan ga ik die bellen. Ik zou het misschien even screenen, van oh interessant, maar ik zou niet mee doen.
Zou er wel wat in zien, perfect, geweldig, sneller naar elkaar toe kan trekken, groep per provincie, mensen in de regio op de hoogte houden	6	Ik zou er wat in zien in dat platform. Ik zit al te denken hoe die naam is van dat platform waar ik bij de Rabobank mee werkte. Daar hadden we dat ook en dat was echt heel fijn. Bij de Rabobank hadden we heel snel ook heel veel dat we allemaal contact hadden. Bij de Rabobank hadden we in de regio dus een soort apart bedrijf. En op dat platform zaten we dan met de lokale banken, maar ook met de landelijke organisatie. Ik ben nu de naam even kwijt. Maar ik kom er misschien zo nog wel op. Dat was echt perfect item was dat. Het is een beetje social media achtig, met

		fotootjes en je kan er opzetten wat je doet en ja, ik vind het echt geweldig. Ik vond het echt mooi. En ik denk ook echt dat het meer met de JOGG-regisseurs, dat je sneller naar elkaar toe kan trekken. Je zou bijvoorbeeld voor JOGG per provincie een groep kunnen maken, zodat mensen elkaar in de regio op de hoogte kunnen houden. Ja ik juich het wel enorm toe. Ik denk dat het echt van toegevoegde waarde is.
Zou niet gek zijn, snelheid, korte lijntjes, levend platform moet worden	7	Dat zou niet gek zijn. Omdat je dan ook weer op snelheid zit, maar je kan heel snel kijken oh daar staat een filmpje van Drachten, waar ze die Koningsdag hebben gedaan. Of daar staat een stukje tekst of hier kan ik chatten. Misschien dat dat dan toch wel iets is. Of dat je snel vraagt goh hoe hebben jullie dat gedaan of kan ik een keer langskomen. Dan zou ik dat denk sneller via het platform doen. Omdat je dan direct de goede persoon hebt. Dan is de afdeling communicatie, ja ik weet het niet. Ik moet nog even denken. Als ik dan een tapje met communicatie heb en ik heb meteen contact met iemand van die afdeling, van hoe moet ik een spandoek maken, dan heb ik meteen antwoord. Of meteen binnen een paar minuten kan zeggen van luister, dan moet je bij Pietje zijn en die stuurt jou dadelijk informeel een opzette hoe jij zoiets kan doen. Dan heb ik meteen contact, dus dat zouden dan best wel korte lijntjes zijn. Maar goed, daarentegen als ik Mark app van hoe moet ik een spandoek maken dan zegt hij ik laat iemand van communicatie wel mailen. Dan heb ik dat ook. Dus waar je het moet zoeken dat weet ik dan nog niet. Maar je ziet dan niet alleen wat ze in Gelderland leuk vinden, maar ook in Drachten en Amsterdam. Ik denk dat het een levend platform moet worden. Als je merkt dat de filmpjes niet werken, dat je gelijk de filmpjes eraf haalt en zegt daar komt iets anders voor in de plaats. Als je steeds kijkt naar je platform, dat het iedere keer anders kan zijn.
Interessant genoeg om bij aan te sluiten,	8	Ik denk dat het interessant genoeg is om bij zoiets aan te sluiten en te zien en te horen waar anderen mee bezig zijn en te laten zien wat we hier doen. Het gebeurt ook via LinkedIn en via andere kanalen ook dat we ook regelmatig iets uitwisselen met collega's. Dat geeft altijd voordelen. Als streep je maar iets af, van nou wat zij doen dat gaan we zeker niet doen. Of wat zij doen, daar zou ik meer van willen weten en misschien sluit ik mij daar dan ook wel bij aan. Dus in die sfeer. Ik denk dat ik het wel interessant zou vinden.

		Dat er veel dingen op komen te staan, waarvan je denkt leuk vond hun, maar dat gaan we niet doen. Maar als er iets is wat interessant is voor ons, dan is dat meteen gewoon echt interessant en nuttig om daar dan contact mee te zoeken en dingen uit te wisselen.
Zou het leuk vinden, iedereen bij elkaar, word veel gedeeld, zou goed zijn	9	Ik zou het wel leuk vinden. Je hebt iedereen bij elkaar. Er is met elkaar dan veel contact en ik denk dat daar dan veel wordt gedeeld. Dus ik denk dat het heel goed zou zijn.
Zit je erop als je geen vragen hebt, Anja kan ons doorverwijzen, levend iets worden	10	Maar kijk je dan ook als je geen vragen hebt? Zet je er zelf wat op wat je denkt wat handig is voor anderen? Dat weet ik niet zo gauw. Ik denk hoe actief Anja is, ik weet niet hoe actief de anderen zijn, maar dat zij wel een actieve ambassadeur kan zijn om ons hiernaar door te verwijzen en antwoord te geven en dat je net... als zij het actief gaat gebruiken dat wij het actief gebruiken. Zoiets heb je wel nodig. Het moet wel een levend iets worden.
Zit af te vragen of ik het zou gebruiken, Anja neemt altijd direct op, hangt af van de vraag, oriënterende vraag kan, denk zelf ik pak de telefoon	11	Ik zit me af te vragen of ik het zou gebruiken. Ik zou het willen gebruiken voor mijn eigen vragen. Daarvoor is het dan misschien nog net te ver weg. Dit soort dingen werken vaak bij mensen met wie je nauw samenwerkt maar waar je wat verder uit elkaar zit. Als ik een vraag heb en ik kan kiezen tussen Anja, want Anja neemt altijd direct op, of ik moet naar een platform en ik zet hem daarop, wachtende op antwoord, dan zou ik Anja bellen. Het hangt misschien ook wel van de vraag af. Oriënterende vragen zijn misschien handig om juist een keer te vragen van hé jongens ik wil een Gezonde leefomgeving, wat doen jullie nu al en wat is jullie ervaring en zo ideetjes ophalen. Ik denk dat ik heel gauw ook denk ik pak de telefoon.
Leuk, prima, nu kan het ook al, maar moet je je best doen om te mailen, als je nieuw bent kan het helpen	12	Ja, leuk. Prima. Ik denk alleen als je nu de andere professionals wil vinden, dat je ze ook kan vinden. Alleen moet je daar dan je best voor doen om te mailen. Maar ik weet wel waar ik gegevens kan vinden. Maar ja of ik nou ga chatten of ik mail, dat maakt niet uit, omdat ik me nu wel vrij voel om mensen dingen te vraag. Maar ik denk dat als je nieuw bent dat het heel erg kan helpen. Voor mezelf zou ik dat heel prettig
Zinvol en waardevol, ondersteunen en professionals elkaar	13	Aan de ene kant denk ik dat het zinvol en waardevol is. Dat je ermee kunt ondersteunen en dat de professionals ook elkaar makkelijk weten te vinden. Als je dat doet moet het wel binnen

makkelijk kunnen vinden, JOGG-professionals kunnen ervan leren, doel is dat ze zichzelf ondersteunen,		bestaande platformen zijn, dus dat zou dan de wiki zijn. Of de wiki 2.0 en niet iets apart. Meer als ik denk vanuit de JOGG-professionals, die hebben al hun eigen organisatie waar ze vaak dit ook hebben en we moeten oppassen dat er weer iets nieuws komt met een inlog. Het moet hen heel makkelijk gemaakt worden. Aan de andere kant vind ik het leuk om te zien, tijdens het Kennisfestival met de app, dat mensen best wel vragen stellen aan elkaar. Het waren geen grote aantallen, maar toch wel een aantal die leuke vragen stelden. We moeten eigenlijk nog even die paar vragen eruit filteren en benadrukken wat die mensen met elkaar gedeeld hebben. Ik denk dat ook andere JOGG-professionals daar weer van kunnen leren. Het is ook een mooie manier dat ze elkaar vooral weten te vinden en dat wij daar als adviseurs wat verder kunnen weg kunnen staan. Het doel is dat ze natuurlijk uiteindelijk zichzelf en elkaar kunnen ondersteunen en dat wij niet meer nodig zijn. Er zijn natuurlijk ook een aantal regio's waar de regisseurs een WhatsApp hebben met elkaar waar ze zo af en toe dingen delen. Dan vraag ik me af of ze meerwaarde zien om ook nog via een platform te communiceren. Maar dat antwoord heb ik niet.
Goed, denk dat je deel van de doelgroep bereikt, moet meerdere dingen inzetten om in contact te staan, duidelijke doelen stellen	14	Ik denk dat het goed is, maar ik denk dat je maar een deel van de doelgroep bereikt. Het is denk maar een deel van de oplossing is. Je kan niet iedereen met een communicatiemiddel kan binnenhalen. Je moet meerdere dingen inzetten om in contact te staan met je doelgroep en ze te bereiken. Dus ja, maar het is dan een keuze en je moet er dan niet van schrikken als je er niet iedereen mee bereikt. Duidelijke doelen stellen dus. Je moet goed weten ook wat de behoefte is van je doelgroep.
Kan zeker helpen, forum dingen plaatsen en delen lijkt me top, mits goed gemanaged	15	Een forum kan zeker helpen. Ik denk niet dat, dat via Facebook of LinkedIn moet. Ik denk dat de kracht en de power van niet netwerken een beetje afneemt. De limiet van wat mensen daar willen delen is nu op zijn piek en dat wordt steeds minder. Dus ik denk dat je daarvan af moet. Maar een forum waar je iets op kan plaatsen en mensen op elkaar kunnen reageren lijkt me wel top. Mits het wel goed gemanaged wordt, niet dat er niet gereageerd wordt. Dus je moet daar een content manager voor hebben. Het zou kunnen werken. Het zou interactie kunnen bespoedigen. Uitproberen kan geen kwaad. Zelf lijkt het me ook goed. Ik heb ook wel eens vragen die ik wil delen. Ik denk dat het duidelijk moet zijn

		of er een deadline is voor het antwoorden en dat je goede groepen moet maken om een scheiding te houden en overzicht te houden. Ik zou zelf ook wel eens een vraag kunnen hebben die ik dan wil stellen of dat ik denk ik ben benieuwd wat mensen vinden.
--	--	---

Conclusie: Lokale professionals en de interne medewerkers vinden het interessant om deel te nemen aan een online platform met de JOGG-community. Hier willen ze onder andere dingen delen en makkelijk contact leggen. Het platform moet dan wel goed gemanaged zijn. Bijvoorbeeld onderverdeeld zijn in groepen, om overzicht te behouden, en er moet snel geantwoord worden. Het moet een levendig platform worden. Voor de communicatieadviseur is het van belang duidelijke doelen te stellen en goed te weten wat de behoefte is van de doelgroep.

Analyseschema 29 – Vraag 28: Kan een platform bijdragen aan de relatie met JOGG?

Label	Respondent	Item: platform en relatie
Nee, netwerk weet wat ik doe, stukje opleggen werkt niet zo, werkt niet buiten de regio	1	Nee dat denk ik niet. Mijn netwerk weet wat ik doe. En ik denk niet dat lokale professionals erop zitten te wachten dat ook de landelijke stichting komt kijken wat ze doen. Dat werkt hier niet, laten we het zo zeggen. Hoe het boven de rivieren werkt, ik heb geen idee. Maar hier werkt dat niet. Iedereen is met zijn eigen bezig en ja dat stukje opleggen werkt niet zo. Ik bel liever op als ik iets wil weten en dan ga ik erna weer door zeg maar. En hier in de regio wil ik ook wel de dialoog aan gaan. Maar daarbuiten zie ik gewoon dat dat niet werkt. Het gaat om wat er lokaal werkt en in meer zijn we niet geïnteresseerd.
Weet ik niet, ligt eraan hoe je iets levend houdt	2	Het kan afstand creëren of juist betrokkenheid. Dat weet ik niet. Het ligt eraan hoe je iets levend houdt.
Relatie met landelijk is al goed, voor mezelf niet	3	Ja, mijn relatie met landelijk JOGG is al goed. Maar ik kan me voorstellen dat anderen zoiets hebben dat ze sneller in contact kunnen komen met professionals op een bepaald gebied. Maar voor mij zelf, ik weet bij wie ik moet zijn voor wat, dus ik denk voor mezelf niet zoveel.
Kan wel, makkelijker contact, doe je misschien sneller	4	Ik denk dat het wel kan. Je kan makkelijk in contact komen, dus dat doe je dan misschien ook wat sneller dan nu en misschien ook met anderen dan alleen je eigen adviseur. Dus dat zou wel kunnen ja.
Zou kunnen, eerst Koos vragen stellen, misschien kan ik er	5	Ja, dat zou best kunnen. Ik denk dat ik in eerste instantie aan Koos vragen zou stellen, maar het kan best dat ik op den duur denk ik ga eens even op het platform kijken en daar iemand iets vragen.

veel uithalen en leer ik de organisatie beter kennen		Misschien kan ik er wel heel veel uit halen en leer ik de organisatie nog beter kennen. Dus ja het kan wel.
Kan meer betrokken raken bij organisatie, je krijgt meer mee wat iedereen doet, makkelijker lijntjes leggen	6	Ik denk dat ik via het platform meer betrokken kan raken bij de organisatie omdat je op een platform veel meer meekrijgt wat iedereen doet en wat vragen zijn die naar voren komen en problemen. Kijk ik weet helemaal niet met welke vragen nou een andere JOGG-gemeente worstelt. En op een platform zie ik dat staan en dan kan ik daar op inhaken van goh dat probleem heb ik ook. Daardoor denk ik dat je makkelijker lijntjes legt en problemen op kan lossen. En dat kan ook positief zijn voor de JOGG-organisatie, omdat vragen niet dan niet per gemeente komen, maar dat het gewoon in een platform wordt gesteld en dat er een groep wordt opgesteld en dat het daaraan bungelt.
Ze kunnen zichzelf meer laten zien, meer direct in contact komen of reageren, meer beeld bij wie er werkt	7	Ze kunnen zichzelf dus meer laten zien, zoals ik al zei en je kan direct met ze in contact komen of reageren. Dus dat versterkt denk ik wel de relatie. Ja, ik zou wel wat meer over de organisatie willen weten. Omdat je dan meer een beeld hebt met wie je werkt en wat de organisatie allemaal doet. Zoals ik eigenlijk al zei. Maar ze zien ook meteen dat je ergens vragen over hebt. Dus dan kun je direct met ze in contact komen en kan je gelijk even bellen met iemand die daar mee kan helpen. Dus je speelt er sneller op in. Ik denk wel dat dat werkt.
Gaat wel werken, hoe makkelijker contact hoe beter	8	Ik denk dat het wel gaat werken als je er regelmatig gaat kijken of je er berichten van krijgt. Dat het een versterking zou zijn van de relatie. Hoe makkelijker contact je hebt hoe beter. Ik heb het al een paar keer zo gedaan dat je iets hebt gevonden of dat je iets zoekt, dat maakt dan dat het voor de volgende keer makkelijker is.
Ja, veel vragen en doe je sneller, lijntjes worden korter, direct contact	9	Ja. Jullie zouden er ook op zitten, dus dan denk ik dat je nog meer contacten op doet. En stel ik zou dan een vraag stellen en drie andere gemeenten geven antwoord erop, dan zou een adviseur er ook op kunnen reageren. Ik denk dat je dan ook veel kan vragen en dat sneller doet. De lijntjes worden dan korter in plaats van bellen. Je hebt direct contact.
Kan wel, ligt aan of wij platform bezoeken	10	Ik denk dat het wel kan, maar het ligt natuurlijk ook aan ons. Of wij wel echt het platform gaan bezoeken, want als je dat niet doet, dan verbeterd ook je relatie niet.

Wij moeten dan actief zijn, organisatie kan zich meer laten zien, zou kunnen	11	Nee we moeten wel echt actief zijn dan. Maar de organisatie kan zich wel meer laten zien en ook wie er allemaal actief zijn. Dus het zou kunnen, maar het is de vraag of wij daar behoefte naan hebben.
Maakt denk niet veel uit, voor anderen wel, kan wel helpen	12	Voor mij persoonlijk maakt het denk niet veel uit. Maar ik denk voor anderen wel. Als je nieuwer bent, dan denk ik een paar jaar geleden was het voor mijzelf wel fijn geweest. Maar dat je nog meer kennis krijgt over wat andere mensen doen, dat kan wel helpen ja aan de relatie.
Ja, positieve bijdrage, laagdrempelig, mooie manier vorm in landelijk kennis en expertise te brengen	13	Ja, zeker. Het is ook een vorm. Je hebt een positieve bijdragen, je faciliteert in elkaar kunnen vinden en elkaar kunnen bevragen. Het is laagdrempelig en het is een mooie manier om de landelijke kennis en expertise via die vorm in te brengen.
Denk het wel, betrokkenheid wederzijds, dan draagt het bij	14	Ja, dat denk ik wel. Maar hoe is nog even de vraag. Maar je zegt al met betrokkenheid, dat denk ik wel. Dat herken je zelf ook wel van hobby's of iets waar je gewoon passie voor hebt. Dan voel je je daartoe aangetrokken en wil je daar alles van weten. Dus ik denk dat het wel werkt. Dus dat je die betrokkenheid wederzijds voelt, dan draagt het alleen maar bij.
Kan helpen, interactie bespoedigen, lijkt me goed, zelf vragen delen,	15	Een forum kan zeker helpen. Het zou interactie kunnen bespoedigen. Uitproberen kan geen kwaad. Zelf lijkt het me ook goed. Ik heb ook wel eens vragen die ik wil delen. Ik denk dat het duidelijk moet zijn of er een deadline is voor het antwoorden en dat je goede groepen moet maken om een scheiding te houden en overzicht te houden. Ik zou zelf ook wel eens een vraag kunnen hebben die ik dan wil stellen of dat ik denk ik ben benieuwd wat mensen vinden.

Conclusie: Een platform kan bijdragen aan de relatie, mits lokale professionals te vinden zijn op het platform. Het kan helpen, omdat er meer direct contact is en de organisatie zich meer kan laten zien, zodat lokale professionals een beeld krijgen bij de organisatie. De interne medewerkers denken dat het platform effectief kan bijdragen aan de relatie, omdat het de interactie bespoedigd en het laagdrempelig is.

Analyseschema 30 – Vraag 28 (doorvraag): Hoe moet de verhouding zijn op het platform tussen JOGG en lokale professionals?

Label	Respondent	Item: verhouding platform
-------	------------	---------------------------

-	1	-
-	2	-
Begin meer gesprek aanzetten, begin actiever dan erna, goed als ze de regie houden	3	Ik denk dat ze in het begin wel het gesprek moeten aanzetten, zodat het gaat leven en dat de rest volgt. Dus in het begin moeten ze denk actiever zijn dan erna. Maar het is wel goed als ze de regie houden op het platform, zodat ook niet alles er zomaar op komt te staan. Dus daar ligt wel een duidelijke rol voor hen.
Leiding nemen, mensen aanzetten tot delen	4	Ik denk dat ze wel de leiding moeten nemen op het platform en mensen moeten aanzetten om dingen te delen en te doen. Anders gebeurt er misschien ook weinig.
Interessant maken voor ons, groepen komt af van lokale professionals, fiftyfifty	5	Ja, dat denk ik wel. Zij moeten het zo interessant maken dat het voor ons relevant is om er heen te gaan. Maar met die groepen bijvoorbeeld, dat komt dan weer meer af van lokale professionals, al hebben de adviseurs daar ook een rol in. Misschien is wel fiftyfifty.
JOGG zelf regie nemen, als het eenmaal loopt minder, groep aanmaken	6	Ik denk dat JOGG daar zelf de regie in moet nemen. En als het eenmaal loopt, dan niet meer. Op een gegeven moment komen uit berichten zelf ook weer groepen uit. Persoonlijk vind ik het ook fijn om dan een groep aan te maken met de buurt gemeenten of wat dan ook, omdat ik daar dan ook weer aparte dingetjes mee kan overleggen. Het scheelt heel veel mailwisseling. Ik denk dat het gewoon efficiënt is en goed.
Regie houden, lokaal vullen, gevarieerd zijn, controle adviseurs, plannen moeten kloppen, past anders niet binnen richtlijnen	7	Ja, ik denk dat jullie de regie moeten houden, maar dat het gevuld moet worden met lokale dingen. Want als er elke week iets staat over water drinken, dan denk je van ja het gaat alleen maar over water drinken. Het moet dus heel gevarieerd zijn. Ja dat mag gerust. Maar er moet wel controle zijn van de adviseurs. Niet dat iedereen alles erop kan zetten, zodat de plannen wel kloppen. Anders gaat iemand wat creëren, terwijl dat helemaal niet past binnen de richtlijnen. Dus JOGG mag wel een controlerende functie hebben. Maar ik denk ook wel dat ze dat gaan doen. Daar zijn ze professioneel genoeg voor. Ze mogen wel kijken van klopt dat met wat we afgesproken hebben en zo voort.
Eerstverantwoordelijke, zij weten wat er speelt, moeten	8	Ja, die moeten daar zeker onderdeel vanuit maken. Ik zie dat bijna als de eerstverantwoordelijke om antwoorden te

als eerste reageren op vragen, landelijke aanspreekpunt		geven op vragen die komen. Nog eerder dan collega ambtenaren van JOGG. Omdat ik denk dat bij het landelijke organisatie gewoon de meeste kennis aanwezig is. Zij weten wat er speelt en alles. Zij zijn de eerste die op vragen moeten reageren. Ze moeten wel het platform beheren, dat lijkt me wel logisch. Omdat zij het landelijke aanspreekpunt zijn. Het landelijke coördinatiepunt waar alles bij elkaar komt. Dus dat is dan het meest logische plek om dat onder te brengen. Ik zou dat niet bij een van de deelnemende gemeenten neer willen leggen denk ik.
Lokaal moet overhand houden, anders gaat JOGG weer filteren, iedereen mag er iets opzetten	9	Ik denk dat lokale professionals de overhand moeten houden. Anders gaat JOGG weer filteren en dan komt denk niet alles erop. Ik denk dat iedereen, landelijk ook, maar ook lokaal, maar iedereen mag er iets opzetten. Ook moet landelijk sturen om erop te gaan. Ik zou er in het begin op kijken, maar misschien een collega regisseur niet.
-	10	-
-	11	-
Lokaal zou leuk zijn, maar moet van landelijk afkomen	12	Ik denk dat lokaal heel leuk zou zijn, maar iedereen is bezig met zijn eigen gemeente. Dus het zou wel van landelijk moeten afkomen. Ik zou dan eerder een groep aanmaken met mensen die hier zitten om met elkaar te praten over wat we hier gaan doen en hé jongens wat doe jij bij de Avondvierdaagse, zoiets, dan met landelijk. Ik heb gevoel nu, dat ik wel genoeg info krijg en dat ik op weg kan.
	13	

Conclusie: De landelijke organisatie moet tijdens de opzet en de start van het platform de leiding nemen en zorgen voor goede richtlijnen, zodat lokale professionals meer actief kunnen worden op het platform. Het blijft goed dat ze de regie en controle houden, zodat de informatie blijft kloppen en relevant is.

Analyseschema 31 – Vraag 29: Heeft u een voorkeur voor een bepaald platform?

Label	Respondent	Item: Heeft u een voorkeur voor een platform?
Wiki, handig, meest logisch, iedereen weet waar hij heen moet	1	Ik denk dan toch wel de wiki. Dat lijkt mij het meest logisch, die heb je al en iedereen weet waar die naar toe moet. Anders moet je weer misschien een account aanmaken voor iets anders. Dus dit lijkt mij het meest handig.

Wiki goede basis, beter dan Facebook, dat heeft niet iedereen,	2	Nee, de wiki kan wel een goede basis zijn. Wellicht is het makkelijker of eerlijker dan Facebook, omdat er altijd toch nog wel een aantal mensen zijn die geen Facebook hebben. Waaronder ik dus. Maar het kan heel waardevol zijn. Maar dan moet je ook goed rekening houden in welke fase sommige gemeenten zitten. Wij zijn relatief verder. Je hebt ook collega Anouk die in Landgraaf pas net is begonnen. Ja je hebt ook gemeenten die al 4 jaar bezig zijn, dat zou je wel goed moeten differentiëren in je filmpjes en informatie die je daarop gaat zetten.
Wiki is kennisportaal en niet om met elkaar te kletsen, geen Facebook	3	Jawel als het een forum is. De wiki zie ik echt als kennisportaal. Daar is de wiki voor. Wikipedia is ook nooit bedoelt om met elkaar te kletsen. Ik zou ook geen Facebook gebruiken. Ik ben niet heel actief, dus dat zou ik dan ook niet heel actief volgen. Op het moment dat het een platform is wat wordt door gelinkt vanuit de wiki, dan zou ik het wel naar een ander portaal sturen. En dan is het aan jou om daar een forum voor te verzinnen.
Wiki, handig voor informatie, een verbinding, gebruiksvriendelijker, doorverwijzen	4	Wiki Ja, wat betreft informatie is het wel heel handig. Het is dan wel handig als het een verbinding is. Dat lijkt mij gebruiksvriendelijker. En als je twee keer moet inloggen of naar een aparte website, dat is niet handig. Ja, dan moet je het weer opzoeken. Dus ja. Het is wel handig als je op een forum zit dat iemand kan doorverwijzen. Ja, ik denk dat het handiger is.
Lekker alles in een, fijn overzicht, anders onhandig en raar	5	Nee lekker alles in een. Ik vind het fijn om over zicht te hebben. En dan denk ik ook, ja er is toch al zo'n ding. Waarom moet je dan nog ergens anders heen voor dat platform. Dat zou ik zelfs raar vinden. Onhandig en raar. Moet je nog iets onthouden.
Facebook niet is meer amusement, Yammer bestaat al, niet zelf ontwikkelen, handig, link op wiki naar platform	6	Nee, Facebook zou ik niet gebruiken. Maar Yammer zou ik wel weer een goede vinden. Dus je kan daar zeker wel een bestaand platform voor gebruiken. Maar op Facebook zou ik het niet doen, dat zie ik meer als een amusement platform. Dus. Zakelijke platformen zou ik aanraden. Dus als het al bestaat, waarom zou je het zelf gaan ontwikkelen. De wiki is wel handig. Het is handig als je een site hebt waarvan je weet

		waar je het kan zien. Maar een link op de wiki naar het platform zou ook volstaan.
Facebook zou ik me weer voor aanmelden, geen voorkeur, LinkedIn makkelijk, snel scannen en gaat om snelheid, niet per se wiki	7	Als Facebook het platform wordt, zou ik me misschien wel aanmelden om dingen te kunnen lezen. Maar ik heb verder geen voorkeur als vind ik LinkedIn wel heel makkelijk. Je kunt het snel scannen en het gaat ook wel om snelheid. Dat is tegenwoordig wel zo, de tijd is veranderd en snelheid is belangrijk. Het hoeft niet per se op de wiki. Ik weet niet wat handiger is. Ik kan makkelijk switchen van het een naar het ander, dus het maakt niet uit denk ik. Maar nogmaals ik zou hem altijd positief inzetten. Wel professioneel. Dus je moet wel weten dat het JOGG is, dus geen volmondig ff lachen site worden, maar wel de positieve insteek erin houden. Dat mensen ook positief er iets uit kunnen halen.
Niet op LinkedIn, meer een-op-een contacten, niet zo makkelijk	8	Uhm... ik denk niet dat dat zou lopen via LinkedIn. Als ik naar LinkedIn kijk dan zijn dat toch vaak individuen een-op-een contacten met personen. En niet zo makkelijk met de organisatie. Die heb ik daar eigenlijk niet inzitten. Dus dat vind ik niet zo.
WhatsAppgroep is informeler, mag professioneler, geen bestaand kanaal je verplicht mensen dan om een account te maken, dus wiki, heeft iedereen al	9	Nee, ik denk dat een WhatsAppgroep informeler wordt en dat het op een platform professioneler blijft. WhatsApp zou ik leuk vinden voor de gezelligheid en een platform mag wat professioneler zijn. En natuurlijk mag er ook wel een grapje gemaakt of iets. Maar ik denk dat dat wel wat professioneler is. Ik zou geen bestaand kanaal pakken, zoals Facebook of LinkedIn. Dan verplicht je mensen om een account op te nemen. En ik denk een wiki heeft iedereen al, dus stel je zou er een extra pagina achter kunnen plakken. Dan is dat makkelijker, omdat iedereen al inloggegevens heeft. Dus zo denk ik erover. Ik zou me nog steeds aanmelden als ik een nieuwe inlog moest maken. En ik zou het even snel op de wiki als op een ander platform bezoeken. Als er dan toch wel een platform komt dan maakt het me niet zoveel uit of ik een nieuw account aan moet maken of niet. Maar ik denk dat het uit handigheid of makkelijkheid wel goed is om de wiki te gebruiken, omdat het makkelijk is. Maar stel het zou LinkedIn worden, dan zou dat prima zijn.

Geen derde systeem aan koppelen, op de wiki erbij	10	Ik zou er niet nog een derde systeem aan koppelen. Dan krijg je er nog iets bij. Of komt het op de wiki erbij, dan is het in een.
-	11	-
Wiki, handig, anders weer wat nieuws,	12	Geef mij maar een wiki, dat vind ik wel handig. Anders moet ik weer wat nieuws erbij doen. Ik denk niet dat iedereen dat wil, maar ik persoonlijk wel. Je wilt niet weer wat nieuws aanleren, je bent al jaren bezig om iedereen naar die wiki te sturen, laten we dat dan bij de wiki houden.
Wiki, huidige wiki voldoet niet,	13	Ja, de huidige wiki voldoet niet aan alle behoeften. Dat heeft met name te maken met dat de zoekfunctie niet heel makkelijk is. Een mooie verbeter slag is om de zoekfunctie beter te maken, door dingen te taggen, zodat mensen makkelijker bij de informatie komen die ze zoeken. Dus een platform kan de door ontwikkeling worden van de wiki of ook andere functionaliteiten. Ja, dan zou de wiki wel een goede zijn. Wat er staat op de wiki, dat is enorm van toegevoegde waarde voor gemeenten. We willen hem uitbouwen naar dat die nog beter bruikbaar is en of je daar functionaliteiten toe voegt, dat zou kunnen.
Geen voorkeur, wiki klinkt logisch, genoeg regisseurs die van Facebook gebruik maken maar misschien niet voldoende privacy, LinkedIn, is meer zakelijk dan Facebook	14	Geen voorkeur, maar de wiki klinkt logisch. Op zich is dat waar een deel van de doelgroep toch al komt. JOGG-professionals in zijn algemeenheid. Dat voelt natuurlijk. Volgens mij zijn er genoeg regisseurs die van Facebook gebruik maken. Ik weet niet of je daar voldoende privacy hebt. Waarom dan niet LinkedIn, dat is meer zakelijk. Je moet ook een besloten omgeving creëren en daarom voelt de wiki natuurlijk. Je weet wat je daar kan vinden en wat je daaraan hebt. Facebook voelt voor mij ook minder zakelijk. Dus dat voelt iets gekker, maar misschien bij mij gewoon onvoldoende kennis. En bij LinkedIn zie ik meer dat zakelijke component.
Kijkt iedereen nog op de wiki? Levend blijven, Facebook handiger maar meer voor privégebruik, LinkedIn traag en instabiel	15	Nee, ik weet niet hoeveel mensen de JOGG-wiki gebruiken. Als je een meer gevorderde gemeente bent, kijk je daar dan nog op? Mensen moeten weten dat het er is en niet een keer lanceren, maar ook echt onderhouden. Het moet levend blijven. Ik heb geen voorkeur. Alleen Facebook en LinkedIn is niet handig. LinkedIn vind ik traag en instabiel. Niet handig qua reageren, de functionaliteiten zijn niet handig. Facebook

		is wel handiger, maar dat vind ik meer voor privégebruik. Maar LinkedIn vind ik daar niet geschikt voor.
--	--	--

Conclusie: Er is een voorkeur voor de wiki als basis voor het platform, omdat er dan een lage drempel is voor lokale professionals om deel te nemen aan het platform. Iedereen heeft namelijk al een inlog op de wiki. Echter, het mag eventueel ook een ander platform zijn, mits er wel gelinkt wordt vanaf de wiki naar het platform. Zo blijven de platformen verbonden met elkaar. Bij voorkeur worden er geen nieuwe gegevens aangemaakt. Een respondent heeft een slechte ervaring met LinkedIngroepen, omdat het traag en instabiel is. Hiernaast ziet een andere respondent LinkedIn als een een-op-een platform. Ook raden de respondenten Facebook af, omdat niet iedere lokale professional een account heeft voor het platform en het meer bedoeld is voor amusement.

Analyseschema 32 – Vraag 30: Wanneer zou u gebruik maken van het platform?/Wat voor soort berichten zou u willen zien?

Label	Respondent	Item: gebruik maken platform/ type berichten
Niet, dichtbij houden, vragen bel ik	1	Niet. Ik vind het wel leuk om even met iemand te sparren, maar ik merk wel dat iedereen het hier dichtbij wil houden en kijkt naar elkaar. Bij vragen bel ik wel. Ik heb liever nu antwoord dan dat ik daarop moet wachten.
Snel, makkelijk, hoe DrinkWatercampagne blijven aan bieden of The Daily Mile blijven doen	2	Maar de vraag is dan hoe actief andere mensen dat gebruiken en reageren. Dan is de vraag of ik mijn vraag hier op het platform stel of dat ik gewoon even naar Lisa bel en mijn vraag stel. En of ze dan zelf reageert of een expert laat reageren. Ja ik weet niet wat ik dan zou doen. Het gaat mij erom wat handiger is en wat sneller zou werken. Dus net hoe actief het gebruikt wordt. Hoe kan ik een DrinkWatercampagne blijven aanbieden. Ik noem maar even wat. Of wij doen bijvoorbeeld op een school. Wij hebben interactieve week waar wij op een school elke dag The Daily Mile doen. Maar als wij weg gaan, geen idee. Dan gebeurt het waarschijnlijk niet. Of kunnen we dan die scholen motiveren. Dat we zeggen hé scholen, hier heb je een webinar en een inlog, kijk eens goed naar dat filmpje. Hoe kan je nou The Daily Mile blijven aanbieden en welke varianten zijn er.

Coalitieakkoorden, positie JOGG regionaal in de politiek, waar loopt men tegen aan, wat lukt wel bij andere gemeente, vragen	3	Nou zoals nu bijvoorbeeld. Goh hoe wordt JOGG opgenomen in de coalitieakkoorden. Wat is nu de positie van JOGG regionaal in de politiek. Waar loopt men tegen aan en hoe ontwikkeld zich dat. Waarom lukt het bij de ene gemeente wel en bij de andere gemeente niet. Mocht je met dat vraagstuk lopen, dat je dat dan kan vragen. Komt het door de politieke partij of iets anders. Dus niet we hebben een fantastische Daily Mile gerent in Vlissingen. Dan denk ik ja hartstikke leuk voor je, maar ik vind het niet boeiend. Ja, dat het geen nieuwe Twitter wordt. Je ziet op Twitter iedereen alles delen. Maar je zou het platform wel kunnen delen op de pijlers. Dat zijn wel belangrijke organisatorische dingen in plaats van leuke activiteitjes. Die zou ik erop zoeken. Dat ik redelijk makkelijk in contact kan komen met de andere regisseurs. Dat ik wel weet van oké daar kan ik even heel snel terecht komen bij degene die in Groningen zit.
Vragen stellen, sneller in contact komen, laagdrempeliger	4	Je kunt heel makkelijk je vragen stellen of door andermans vragen heen kunnen scrollen. Je zou dan misschien iets makkelijker en iets sneller in contact kunnen komen. Dus ik denk dat het dan iets laagdrempeliger werkt.
Regionaal platform met mensen die je echt kent, platform of discussiegroep, en dan naar aanleiding van iets, zelf groep aan maken om te discussiëren, waarin je bestanden kan aanhaken en bijlagen	5	Ik zit nu hardop te denken. Wat jij nou net zei. Misschien als je een regionaal platform hebt, waarin je mensen echt kent, daar zou ik nog sneller dingen uitwisselen en actief in zijn. Waarom kan ik je niet zeggen. Als je het dan samen ergens over gehad hebt in een bijeenkomst. Ik zal je een voorbeeld geven. Maar wij hadden laatst binnen de GGD, wij zijn aan het werken naar een nieuwe visie, en dan hadden we een werkatelier met een aantal professionals uit alle afdelingen van de GGD. Toen werd erna gezegd van hé er moet een visie geschreven worden, zullen we met elkaar een WhatsAppgroep aanmaken voor als je nog een goed idee hebt, dat je dat kan meenemen voor degene die

		schrijven. Daar zou ik wel actief op zijn. Dat vind ik ook leuk om langs te zien komen, omdat je dan een specifieke opdracht samen hebt, waarin je samen een bijdrage levert. Dan zou ik actief worden en geïnteresseerd zijn om te horen. Dat landelijke zie ik wel via die nieuwsbrief of via de adviseur. Via de adviseur kom ik wel aan de persoon om te sparren. En dat sparren kan dan eventueel wel weer via een social medium, dus een platform of WhatsAppgroepje maken. Je zou het misschien op de JOGG-site kunnen doen. Dat je zelf een groep aan kan maken rondom een thema en dat je dan met hun kan discussiëren. Maar dan naar aanleiding van iets. En dan bijvoorbeeld bij de GGD dat kennisnet, maar daar kan ik bijvoorbeeld zelf een groep aanmaken en mensen uitnodigen om met mij daarover mee te discussiëren. En daar kun je bestanden in aanhaken en bijlagen. Ik heb wel nog wel een mooi projectplan, oh ik ook. En dat soort dingen.
Iets groots en unieks, vragen stellen, JOGG beter leren kennen, lijntjes korter houden	6	Ik zou niet alles plaatsen wat ik doe, want dan komt er toch wel heel veel spam op. Maar als ik iets heb wat iets groter is en heel uniek is dan ja, dan zou ik het echt op prijs stellen als iedereen dat daar plaatst. Maar ook gewoon vragen stellen, dus als ik iets wil weten kan daar reactie op komen. Nee dat lijkt me echt een leuk platform. En dan zijn er ook dingen, waardoor je ook een hele JOGG-organisatie beter kan leren kennen. Dan kunnen de lijntjes misschien wel korter worden. Als Marjon, de directrice, die zou er ook wel op kunnen reageren wat een JOGG-regisseur kan stimuleren. Uhm... nee gewoon zoals ik gewend ben, vragen stellen, het moet makkelijk en toegankelijk zijn. Je moet er iets kunnen oogsten en je moet groepen kunnen maken. Dat zijn de dingen die mij in eerste instantie te binnen schieten.
Positieve insteek, hoe iets is gegaan, nieuwe ambassadeurs, heel breed	7	Positieve insteek, hoe goed iets gaat en hoe goed iets gegaan is. Positieve resultaten, nieuwe

		ambassadeurs, bekende Nederlanders, eigenlijk heel breed. Ik zou het heel breed maken, maar goed dat zou ik doen.
Te weinig ervaring, ideeën en plan, voorkomt dat ik zelf lang loop te zoeken	8	Omdat ik denk dat ik daar eigenlijk te weinig ervaring mee heb, dat als er dan ideeën of een plan voorbijkomt of ik dat zelf kan neerleggen bij iemand die daar al langer mee bezig is, dat voorkomt dat je zelf heel lang loopt te zoeken.
Succes delen of vragen stellen, hoe je ouders kunt bereiken, privacywet,	9	Ja, om succes te delen of vragen te stellen waar je tegenaan loopt. Je kunt elkaar sterker maken. Ik heb het gevoel dat je nu echt alles helemaal zelf moet doen en ik denk dat we veel meer van elkaar kunnen leren en overnemen. En dat dat alleen maar voor de algemene JOGG goed zou zijn als we dat zouden doen. Ja ik denk over hoe je beter ouders kan bereiken. Het gaat denk wel steeds beter, maar hoe doe je dat. De privacywet, hoe je dat kan aanpakken. Maar ik zou bijna zeggen als JOGG zijnde landelijk, die weet dat er een nieuwe privacywet aankomt, ze hadden op voorhand kunnen zeggen dit is het protocol van een JOGG-gemeente. Zodat alle 136 gemeenten in een keer weten hoe ze dat moeten doen. Dat ze dat opleggen is misschien een groot woord. Maar zo doende. Dat zou van mij dus ook wel vanuit JOGG zelf mogen komen. Ik zou er bijvoorbeeld een bericht op zetten van hoe zit het met de privacywet.
Kalender, samenwerkingsovereenkomst, dialoog minder belangrijk, documenten	10	Net als die kalender, die wordt nu met ons gedeeld, maar dat die dingen daar standaard op staan. Of de samenwerkingsovereenkomsten met de Albert Heijn. Dan kan je dat eraf halen en een paar woorden verantwoorden voor je lokale strategie. De dialoog is minder belangrijk denk ik. Je hebt eerst even dat document nodig en daarna stel je je vragen nog. Dus je oriënteert eerst en daarna wil je even telefonisch of afspreken om de diepte in te gaan. En anders is zo'n dialoog wat jij online bedoelt best wel oppervlakkig. Of dat iemand zegt van hé kan het

		interessant zijn om en dan moeten ze je maar net aanspreken, om dat op te pakken.
Database met documentatie, handig,	11	Ik zou het heel handig vinden als ze gewoon een database hebben met heel veel documentatie, waarin je kan rondsnuffelen. Dat kan dus veel groter. Daarvoor is het wel handig, Anja kan dan zeggen supertof zet het even op de wiki of wat het dat ook is, zodat het weer meer wordt gevuld. Nu krijg ik alleen dingen te zien waar ik zelf naar vraag en daar kun je dan nog meer ideeën opzetten. Ik heb gister bij de bijeenkomst in Schagen hebben ze een hele grote aanvraag gedaan voor geld binnen de gemeente. Toen vroeg ik ook van wil je die even naar mij toesturen. Maar dat is toevallig omdat ze het erover hadden en toen dacht ik oh dat is misschien voor ons ook handig. Maar als je dat nergens tegenkomt, of als je een database zou hebben.
-	12	-

Conclusie: Het is belangrijk dat het platform snelle reactie op vragen biedt. Daarnaast willen lokale professionals vragen stellen over specifieke onderwerpen, zoals de privacywet en het coalitieakkoord en documenten delen met elkaar. Goede argumentatie hiervoor is dat het voorkomt dat een lokale professional lang zoekt naar een voorbeeld, dat een ander al heeft uitgevoerd.

Analyseschema 33 – Vraag 30 (doorvraag): Wilt u vragen stellen op het platform en/of gebruik maken van een chatfunctie?

Label	Respondent	Item: vragen stellen en chatten
Bel wel, liever nu antwoord	1	Ik bel dan wel. Ik heb liever nu antwoord dan dat ik daarop moet wachten. Maar dat ben ik. Maar soms zie ik collega's, die hebben 200 ongelezen mails, en dan denk ik waar ben je mee bezig. Ik ben iemand die alles direct weg werkt, dus ik wil alles graag direct geregeld hebben. Ik pak het liever zo aan.
Als het relevant is, handiger en sneller	2	Als het echt relevant voor mij is, zou dat kunnen. Maar de vraag is dan hoe actief andere mensen dat gebruiken en reageren. Dan is de vraag of ik mijn vraag hier op het platform stel of dat ik gewoon even naar Lisa bel en mijn vraag stel. En of ze dan zelf reageert of een expert laat reageren. Ja ik weet niet wat ik dan zou doen. Het gaat

		mij erom wat handiger is en wat sneller zou werken. Dus net hoe actief het gebruikt wordt.
Heb er verder niks mee, ik gebruik geen chatfunctie	3	Ja, ik heb daar verder niks mee. Ik heb de app gedownload zodat ik niet te laat kwam en zag waar ik moest zijn. Ik moest zelf ook een workshop verzorgen. Dus ik het is wel even om te weten van hé wat is het programma. Maar zo'n chatfunctie gebruik ik dan niet. Nee, waarom weet ik eigenlijk ook niet.
Ben niet zo'n chatter, eerder bellen of afspraak maken, typen kan verkeerd interpreteren	4	Ja, ik ben niet zo'n chatter. Dus nee ik zou eerder bellen of een afspraak maken als ik iets wil weten. Dat vind ik fijner dan chatten. Ja toch een beetje dat persoonlijke contact. Je kunt dan makkelijker ook even doorvragen. Met typen kun je het vaak ook nog verkeerd interpreteren. Met gesprekken kan dat niet. Met chatten heb ik altijd het idee dat ik met een robot zit te kletsen. Dat zal vast niet het geval zijn. Maar ik weet dus niet of ik dat meteen zou doen.
Koos roepen, persoonlijk contact, ligt misschien aan mijn leeftijd	5	Ik denk het niet. In de fase waarin we zitten zou ik gewoon Koos in roepen. Ja, misschien hou ik wel meer van persoonlijk contact. En misschien is het ook wel in de fase waarin wij zitten dat waarschijnlijk dan de standaard informatie ook niet meer toereikend is en dat je vraagt om te specifieke dingen. Kijk als je nog in een opstartfase zit, dan zijn er nog heel veel standaarden van hoe je iets neerzet en opzet. Daar zou ik me best kunnen voorstellen dat die mensen er wel behoefte aan hebben. Die zouden er misschien anders op reageren dan als je al in een andere fase zit. Waarin je weer opnieuw dingen aan het ontdekken bent ofzo. Van hoe nu verder. Nee, ik denk dat ik Koos zou bellen. Oké. Hé maar ik had niet gezegd hoe oud ik was. Maar ik ben 52, dus misschien ligt het ook aan mijn leeftijd. Dat jongere JOGG-regisseurs daar anders mee om gaan. Dat kan ook nog.
Nee, net iets minder, niet 24/7 beschikbaar hoeven te zijn	6	Nee, ik denk nog net iets minder. Om even praktisch te denken. Ik denk niet dat een expert of wat dan ook constant beschikbaar moet zijn. Dan gewoon de vraag stellen en zorgen dat wel bij die experts, dat die bewust zijn van oké ik moet daar dagelijks op kijken. Het is wel een platform waar niet direct wat mee gedaan moet worden. Sommige dingen moeten uitgezocht worden, dat moet je dan wel zeggen, niet dat er niks mee gedaan wordt. Maar de chatfunctie vind ik dan, dat gaan wel ver vind ik dan. Ik vind niet dat JOGG 24/7, de hele dag, via chat beschikbaar moet zijn. Ook omdat je zoveel verschillende waarden hebt. Zoals bijvoorbeeld de experts die

		overal weer hun een eigen vakgebied hebben. Ik denk niet dat ze constant op een chatfunctie moeten zitten.
Nee, niks voor mij, leeftijd	7	Nee, dat wil ik niet. Dat is niks voor mij. Dat is de leeftijd denk ik dan.
Ja, een op een kan wel, groepen organiseren en plannen, beeld bij hebben is beter, Skype	8	Ja, zeker. Ik denk dat dat heel lastig is. Een op een zou dan nog kunnen. In groepen moet je dat echt organiseren en plannen. Dat zie ik zo gauw niet gebeuren. Maar zeker, maar ook je hebt... we zijn hier nu begonnen met een digitaal platform waar wijken zich de een na de ander aansluiten en daar zit ook een chatfunctie in. En net wat ik zeg, als je op forums contact hebt, prima, maar als je er beeld bij hebt is het nog veel beter. Daar wordt nog niet heel veel gebruik van gemaakt. Maar mensen moeten daar nog aanwennen. Mensen kunnen dan een soort Skypen op het platform om contact met elkaar te onderhouden.
Contact zoeken wel, vragen stellen en beantwoorden minder, chatfunctie zou ik wel doen, snel reactie	9	Contact zoeken wel. Vragen stellen en beantwoorden denk ik nu wel minder. Maar misschien als ik zie dat het loopt en dat ik zie dat andere JOGG-regisseurs vragen stellen dan zou ik het misschien wel doen. Om even snel een vraag te stellen. Ik bedoel laatst waren we met een factsheet bezig en toen hadden we nog een uur de tijd en als er toen een chatfunctie geweest was had ik het nog wel even naar het communicatieteam sturen. En ik dacht ik ga niet mailen, want dan duurt het heel lang voor ik antwoord heb en dan heb ik er niks aan. Maar bij een chatfunctie ga ik er van uit dat je daar snel reactie op hebt, dus dat zou ik wel doen ja.
-	10	-
Anja, neemt altijd direct op, oriënterende vragen zijn misschien handig	11	Als ik een vraag heb en ik kan kiezen tussen Anja, want Anja neemt altijd direct op, of ik moet naar een platform en ik zet hem daarop, wachtende op antwoord, dan zou ik Anja bellen. Het hangt misschien ook wel van de vraag af. Oriënterende vragen zijn misschien handig om juist een keer te vragen van hé jongens ik wil een Gezonde leefomgeving, wat doen jullie nu al en wat is jullie ervaring en zo ideetjes ophalen. Ik denk dat ik heel gauw ook denk ik pak de telefoon.
Ja, denk het wel, meer tips dan alleen van Annemarie, wel fijn, info waar je niet op zit te wachten	12	Ja, dat denk ik wel. Want ik zit nu zelf na te denken over waterkoelers, dan dacht ik ja ik zou wel willen weten hoe dat zit. Maar wat ik nu ga doen, dan ga ik naar de wiki, dan ga ik erover lezen en als ik het dan nog niet weet dan vraag ik het aan Annemarie of ze tips heeft. Maar anders krijg je misschien meer tips

		dan alleen van Annemarie. Je krijgt meer antwoorden, dus dat is misschien wel fijn. Maar misschien krijg je ook wel info waar je niet op zit te achten. Dat mensen reageren.
--	--	--

Conclusie: De respondenten geven aan een voorkeur te hebben voor bellen en persoonlijk contact met hun adviseur, maar geven wel specifieke voorbeelden waarin ze gebruik hadden willen maken van de vraag- en chatfunctie. Hieruit is op te maken dat lokale professionals wel van de functie gebruik gaan maken. Onder andere om meer antwoorden en voorbeelden te krijgen dan dat ze nu van de adviseur krijgen. Een manier om het persoonlijke contact te ondersteunen is om een Skypefunctie in te voegen, zodat lokale professionals beeld hebben bij het gesprek.

Analyseschema 34 – Vraag 30 (doorvraag): Wilt u een melding krijgen van berichten? En hoe dan?

Label	Respondent	Item: melding berichten
-	1	-
-	2	-
Geen melding in mijn mail, die neem ik voor lieve, krijg al genoeg mail, als ik er al ben, pop-up op het scherm interessant,	3	Nee. Ik hoef geen meldingen in mijn mail. Weet ik eigenlijk niet. Meestal met meldingen in mijn mail, die neem ik voor lieve. Ik krijg al genoeg mail, dus dan hecht ik aan de mails niet zoveel belang. Eigenlijk zou je dagelijks op dat platform moeten zitten om vragen te beantwoorden. Maar ik weet niet of ik dat zou doen. Maar ik zou het ook heel irritant vinden als ik elke keer meldingen krijg van goh er is weer een vraag. Ik denk dat er al heel veel open blijft staan. Er zijn 136 gemeenten, dus dan denk ik dat het heel irritant gaat worden. Dan haak ik af. Ja, wel als ik er al ben. En ik dan een melding zie van goh deze vraag staat al heel lang open. Ik ga er dan ook echt bewust naar toe, omdat ik dan informatie zoek of iets anders op de wiki wil vinden. Wie weet vind ik dat platform wel zo leuk dat ik dagelijks ga kijken wat er online gebeurt. Dat zou ik nog wel kunnen waarderen denk ik. En als je dan zo'n pop-up op het scherm krijgt met open vragen, dan zou dat wel interessant kunnen zijn. Het zou ook interessant kunnen zijn, als je ingelogd blijft, dat iemand redelijk makkelijk met jou in contact komt. In een soort chatbericht. Dat is dan heel irritant, want dan moet je ingelogd zijn. En dat doe je dan niet?
Ja, fijn, in een nieuwsbrief update	4	Ja, dat zou ik wel fijn vinden ja. Even in een nieuwsbrief een update krijgen van welke vragen er zijn gesteld. Dat werkt wat mij betreft prima.

Goed zichtbaar met icoontje, moet uitdagen, mail,	5	Het moet wel met een goed zichtbaar icoontje of iets. Wel dat je mensen uitdaagt. Dat zou je op het moment dat je de site opent zou er kunnen staan: hé discussieer je mee, of hé denk je mee. Dat zou misschien mij nog wel prikkelen. Of dat er een mail in je inbox komt. Van hé er is nu een discussie gaande over dat en dat. Heb je ideeën of kun je meediscussiëren? Misschien als ik dan een goede brainwave had, dat ik dan nog zou zeggen dat ik wel aan zou haken. Nee, maar serieus, dan denk ik hoe zou ik wel uitgedaagd kunnen worden. Kijk je moet ervan uit gaan ik kijk niet dagelijks op die wiki, dus er gaat ook veel langs mij heen dan. Maar ik kijk wel dagelijks in mijn mailbox. Dus op het moment dat er een discussie gestart wordt en je wil mij motiveren, dan zal je dat of via de JOGG-nieuwsbrief moeten doen, die screen ik wel altijd even, of via een aparte mail die daaraan gewijd is, die met een hyperlink door linkt naar het platform. Niet wekelijks. Dan moet het echt wel ergens over gaan. Ja, dat zou inderdaad wel handig zijn. Dat je ook aan kan passen van wij hebben heel lang niks aan sport gedaan. Dat ik zeg als daarop landelijk iets gebeurt, dan zou ik er wel van willen weten om dat dan nog te bepalen of ik eraan mee doe. Ik ga al overstag eh, merk je dat. Ik zit ook te denken wanneer zou ik nou zo gek zijn om mee te doen. Wanneer kun je iemand als mij verleiden om mee te doen.
-	6	-
Mail, niet te vaak, per JOGG-update, moet geen spam worden, een keer per maand	7	Dat zou wel via de mail kunnen dan. Dat moet ook niet te vaak zijn. Je wordt doodgegooid met meldingen. Ja, per JOGG-update denk ik. Ik had toevallig pas kreeg ik reclame dat je elke dag een nieuwsbrief kreeg. Ik heb het een week gehad en heb het er gelijk weer afgegooid. Ik werd er doodziek van. Het moet geen spam worden. Maar goed voor de een is het iedere dag en voor de ander een keer per maand. Ja, met die nieuwsbrief. Eens in de twee weken. Mits er echt iets belangrijks is, dan kun je er een nieuwsbrief voor maken.
Geen tijd voor allemaal berichten, niet dagelijks, een keer in de week, moet interessant zijn	8	Ja, dat vind ik wel lastig. Met de platformen die we hier nu hebben, die digitale. Bij de eerste week waar ik betrokken was bij de eerste opzet, daar ben ik nu lid van. Je wordt doodgegooid met allemaal berichten met er staat iets nieuws. Daar heb ik geen tijd voor om dat allemaal te checken en te kijken wat dat is. En als je dan alles in een keer weggooit dan gooi je ook het belangrijke weg. Dus je moet niet dagelijks krijgen dat je een nieuw berichtje hebt. Een keer in de

		week is voldoende. Ja, ik heb verschillende van dat soort nieuwsbrieven, voornamelijk op de gezondheidszorg. Ik heb een Engelstalige die ik eigenlijk nooit lees. Daar moet ik me echt een keer voor afmelden. Daar kom ik maar heel zelden iets tegen waarvan ik zeg dat is echt interessant. Ja het moet wel interessant zijn. Maar die mensen sturen wekelijks een overzicht met 4, 5 of 6 onderwerpen en die heb je zo gezien. En als je die dan gezien hebt en het is niks voor jou dan werkt dat wel snel. Je doet dan toch wel informatie op.
Melding op het platform met een sterretje, krijg al genoeg mail, JOGG-update is een optie, ik zou dagelijks kijken	9	Ja, want in principe je hebt zoveel gemeenten. Dus er moet echt wel iemand kunnen reageren op die vraag. Of het landelijke. Stel er heeft al 3 dagen niemand gereageerd, dan mag iedereen wel even een melding krijgen van hé kunnen jullie even kijken naar de vraag die door Pietje is gesteld. Ik denk een melding op het platform. Iets met een sterretje of een 1'tje. Dat iedereen ziet oh ik heb een notificatie. Iedereen krijgt al genoeg mail en die worden ook vaak weggegooid. Of dan denk je dat doe ik straks wel of dan vergeet je het weer. En als het op het platform staat dan denk je o ja, die moet ik nog even beantwoorden of bekijken. In de JOGG-update is ook een optie. Zoiets van dit zijn de belangrijke onderwerpen of waar het nu om gaat. Dat zou mij wel triggeren. Als er een platform zou zijn zou ik er ook wel dagelijks even op kijken, is er wat nieuws, een vraag of een weetje of weet ik veel wat.
Ja, Anja moet dat doen	10	Ja, Anja zou dat moeten doen.
-	11	-
Nee, als je kijkt dan kijk je, ik zou hem uitzetten	12	Nee, als je het kijkt, dan kijk je. Ik zou geen melding willen. Of dat je het aan kan zetten ja of nee. Maar ik zou hem uitzetten.

Conclusie: De respondenten willen wel een melding ontvangen van openstaande berichten, maar het liefst geen melding in hun mailbox met als redenering dat ze al veel mail krijgen. Een optie is om via de JOGG-update actuele onderwerpen aan te kaarten en mensen aan te sporen naar het platform te gaan om openstaande vragen te beantwoorden. Daarnaast willen de respondenten een melding op het platform zelf zien als ze berichten hebben.

Analyseschema 35 –Vraag 31: Welke communicatiefunctie vindt u een vereiste? Informeren, amuseren, overtuigen of activeren?

Label	Respondent	Item: Welke communicatiefunctie vindt u een vereiste? Informereren, amuseren, overtuigen of activeren?
Informereren en activeren	1	Informereren en activeren. Dat is het wel het belangrijkste. Kijk, informatie krijgen we wel al genoeg, maar dat kan geen kwaad. En activeren, het is belangrijk dat je genoeg nieuwe ideeën krijgt en aangezet wordt om je werk zo goed mogelijk te doen.
Combinatie	13	Ik denk uiteindelijk wel dat je ze allemaal moet terug laten komen. Je laat daarmee een divers geluid van ons zelf zien en horen. En sommige dingen zijn informeren, maar bepaalde dingen zijn ook weer enthousiasmerend en prikkelend. Overtuigend zit er denk ook wel allemaal in. Dus ik denk het hele pallet. Bijvoorbeeld de groenten pakken van koen de komkommer, daar zit ook een amusant karakter aan.
Combinatie	14	De JOGG-update kun je een soort afvangen daar. Een stukje nieuwsvoorziening dus. Misschien dat je zelfs interactie wil over bepaalde onderwerpen, dus ik zit meer daaraan te denken. Maar ook nieuws, actualiteiten en statements. Ik denk veel corporate statements, lokaal vragen ze vaak hoe denkt landelijk daarover. Misschien ook wel oproepen tot medewerking, bijvoorbeeld voor onderzoeken of juist expertise in huis laten. Misschien met een poll of juist advies vanuit hen. Dus meer hulp vragen eigenlijk. Dan heb je ook betrokkenheid, meer draagvlak creëren. De gebruiker als expert in zetten. Ja, ik denk dat mijn antwoorden die allemaal wel dekt. Amuseren kun je ook in een statement kwijt, niet dat het heel leuk wordt maar met een filmpje zou je dat wel leuk kunnen maken.
Combinatie	15	Ja een combi van alles denk ik. Iedereen wil op een andere manier communiceren. Sommigen lezen de JOGG-update, anderen niet. Een aantal zal je altijd even een extra belletje moeten geven. Moet dat dan een blog of praktisch zijn. Nee daar heb ik geen eenduidig antwoord op. Daar moeten we over nadenken, waar past zo'n forum in het strategisch communicatieplan. Of wil je het alleen maar om meer interactie te hebben. Wat vinden wij het belangrijkste. Daar zouden we goed over na moeten denken. We gaan nu meer vanuit de omgeving communiceren. Dat is ook een andere manier van communiceren, dus dat moeten we ook meenemen.

Conclusie: Deze vraag is niet voldoende beantwoord door lokale professionals om er een geldige conclusie uit te trekken. Echter, interne medewerkers beantwoordden deze vraag wel

en gaven aan dat het belangrijk alle varianten van communicatie door te voeren op het platform, omdat iedereen op een andere manier wil communiceren. Zo kan JOGG een grotere doelgroep bereiken.

Analyseschema 36 – Vraag 32: Heeft u een voorkeur voor content in de vorm van tekst, video of beeld?

Label	Respondent	Item: content in de vorm van tekst, video of beeld
Niet zo van het lezen, meer van het kijken, moet toegevoegde waarde hebben	1	Ik ben niet zo van het lezen ik ben meer van het kijken. Ik ben iemand die graag iets visualiseert. Ik zie liever een leuk filmpje dan dat ik iets lees in de nieuwsbrief. Dan kan ik het veel meer voor me zien. Als ik lees ja 20 procent van de kinderen heeft minder overgewicht, ja dan denk ik leuk dat is een getal. Ik moet het echt voor me zien en die filmpjes hebben dan echt veel invloed op me. Ook de filmpjes moeten dan wel een toegevoegde waarde hebben.
Ligt aan de inhoud, vorm is niet heel interessant,	2	Het ligt wel een beetje aan wat de inhoud is natuurlijk. Ja de vorm is voor mij niet zo heel interessant. Ik weet niet hoelang een webinar duurt. Stel het gaat om een webinar van drie kwartier en ik kan een blog lezen van tien minuutjes, dan weet ik wel waar mijn voorkeur ligt. Het is lastig aan te geven wat het juiste middel is.
Plaatjes of filmpjes, mag wel tekst bij staan, beelden inspireren, tekst kan je aantrekkelijker maken met beeld	3	Ja, plaatjes of filmpjes mag beiden. Er mag van mij best wel wat tekst bij staan. Maar ik ben er wel van overtuigd dat beelden inspireren en teksten niet. Ik denk dat het belangrijk is afhankelijk van het onderwerp wat voor middel je inzet en op welke manier. Als het een heel serieus onderwerp is zou ik een webinar organiseren. Maar als je even wilt laten zien wat er mogelijk is met fruit om te inspireren, dan zou ik daar een animatiefilmpje van maken. Of het nou een filmpje is of een animatie of een audio. Het kan ook nog een audio zijn. Een tekst kun je wel aantrekkelijk maken door er een mooi beeld bij te zetten.
Foto's, geen lange filmpjes kijken	4	Foto's. En als het wel of niet pakt dan kun je erna lezen of doorklikken. Nee foto's spreken wel het meest aan. Ja, als dat bijvoorbeeld animaties zijn, vind ik het prima. Ik heb verder geen zin om hele lange filmpjes te kijken. Een paar minuten is goed. 2 minuutjes ofzo.
-	5	-
Video en beeld kan inspirerend werken	6	Video en beeld kan zeker wel inspirerend werken. Maar dan moet het wel echt nuttig zijn. Dus ja, dat kan wel inspireren, maar als er leuke filmpjes zijn of voorbeelden die te maken hebben met iets

		waar ik mee bezig wil gaan, dan zou ik het echt wel leuk vinden als ik dan bijvoorbeeld een filmpje uit een andere gemeente krijg, die ook met zo iets bezig zijn. Ik heb een filmpje over PPS in Harderwijk gezien. Dat vind ik wel inspirerend. Dat vind ik wel leuk om te zien hoe dat is gedaan. Omdat het werkt als een soort voorbeeld en het inspireert mij om daar mee aan de slag te gaan. Echt plaatjes, weet ik niet of dat het juiste middel is. Maar dat vond ik dus een mooi voorbeeld. Ja beiden. Ik kan me voorstellen dat animaties ook wel heel leuk kan zijn. Dus het is niet per se dat het met real life people moet zijn. Ja dat moet altijd maar een bepaald aantal minuten zijn.
Niet altijd beeld boven tekst, ligt aan onderwerp, lees liever een blog dan webinar, is sneller	7	Ik verkies niet altijd beeld boven tekst. Ik zeg al dat ligt aan het onderwerp. Ja. En als je bijvoorbeeld een informatief onderwerp hebt vanuit JOGG, waar je zelf interesse in hebt, zou je er liever een blog over willen lezen waar je alle informatie uit kan halen of zou je dan liever een webinar kijken? Maar ik lees liever een blog. Dat is sneller. Je kunt dan in je eigen tempo lezen en doorlezen. En die webinar moet je helemaal volgen van A tot Z. En daar ben je dan veel tijd aan kwijt.
Allebei belangrijk, tekst nodig, beeld versterkt tekst,	8	Ik vind het allebei belangrijk. Tekst heb je altijd wel nodig, want met alleen beeld ga je het niet redden. Maar beeld versterkt wel altijd de tekst. Kijk toen ik hier begon hadden alle adviezen alleen maar tekst. We konden er niet eens foto's bij insturen, die gingen naar een typkamer. En nu is het heel gebruikelijk om daar allerlei visuele middelen bij te gebruiken van foto's en filmpjes en statistieken en grafieken. Zonder dat gaat er bijna nooit meer een advies naar het college voor ondersteuning van het advies. Dus ik vind het allebei wel belangrijk
Als onderwerp aanspreekt niet erg om te lezen of filmpjes te kijken	9	Nee, als het onderwerp me aanspreekt vind ik het niet erg om te lezen of filmpjes te kijken.
Mix van alles, ene keer foto en dan weer een tekstje	10	Een mix van alles. De ene keer een foto en de andere keer een tekstje.
Niet echt voorkeur, verschilt per platform	11	Nee, ik heb niet echt een voorkeur. Het verschilt per platform. Maar Instagram heb je natuurlijk alleen maar foto's en filmpjes. Facebook

		klik ik eerder door op artikelen en heb ik vaak geen zin om filmpjes te bekijken.
Plaatje in combinatie met tekst, ligt ook aan wie het zegt	12	Een plaatje in combinatie met tekst. Ja, alleen een plaatje zegt weer weinig en alleen tekst vind ik veel te saai. Maar het ligt er ook aan wie het zegt. Dan wil je het wel even lezen.

Conclusie: Opvallend is dat respondenten uit het zuiden meer behoeften hebben aan filmpjes en beeld dan andere respondenten. Andere lokale professionals geven aan geen voorkeur te hebben, maar dat een combinatie van tekst en beeld elkaar wel versterkt. Een combinatie kan volgens de respondenten inspirerend werken.

Analyseschema 37 – Vraag 33: Welke functies van het platform vindt u een vereiste?

Label	Respondent	Item: Card Sorting-test
Voorbeelden en informatie meest van toepassing, de rest is minder interessant. Landelijke informatie, aanpak, geïnspireerd worden, lokaal contact, vragen stellen, chatfunctie, amusement kijken en delen en vrijetijdsbesteding, geen behoefte aan	1	Voorbeelden en informatie krijgen van lokaal is voor mij het meest van toepassing, want ik moet ermee aan de slag. Dat is voor mij het belangrijkste. De rest is voor mij minder interessant, omdat ik dat niet direct nodig heb. Dit heb ik echt nodig. De landelijke informatie is voor mij daarna het meest interessant en de aanpak is voor mij dan twee. Geïnspireerd worden en inspireren is voor mij daarna het belangrijkste, maar dat hangt er dan ook weer een beetje aan. Lokaal contact komt daarna, dan kan ik vragen stellen. Dan kan voor mij via internetfunctie of ik bel. En amusement kijken en delen, daar zie ik de waarde wel voor in, maar ik weet hoe het werkt en ik weet wat het is. En vrijetijdsbesteding daar heb ik geen behoefte aan.
Leuke voorbeelden relevant, good practise voorbeelden, vragen stellen, lokale voorbeelden en informatie en geïnspireerd worden koppelen, direct contact via een chatfunctie lokaal en landelijk, op de hoogte blijven, JOGG-aanpak ken ik, minder relevant, amusement kijken en delen en vrijetijdsbesteding is meer voor privé	2	Nou heel relevant, wat zijn leuke voorbeelden. Good practise voorbeelden in andere gemeenten die we wellicht hier kunnen toepassen. Vragen stellen, dat weet ik niet. Wat we hiervoor hebben liggen dan denk ik ja, dan past hij hier wel. Maar dan vraag ik me af of dat het juiste platform is. Maar goed het zou kunnen. Lokale voorbeelden en informatie delen en krijgen en daardoor geïnspireerd worden, dus die zijn enigszins aan elkaar te koppelen. Direct contact met lokale professionals via een chatfunctie datzelfde geldt voor JOGG. Dat weet ik niet. Als de nood heel hoog is dan bel ik wel. Dus ik denk niet dat ik er veel gebruik van maak. Maar vragen stellen in zijn algemeenheid, dat zou ik dan eerder

		doen dan direct contact via een chatfunctie. Dan bel of mail ik gewoon. Dat is net zo makkelijk. Oké, dan op de hoogte blijven over JOGG landelijk en informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Ja de JOGG-aanpak ken ik, dus die vind ik wat minder relevant. Amusement kijken en delen en vrijetijdsbesteding bespreken vind ik helemaal niet relevant. Dat vind ik meer voor privé, dat is niet iets wat ik met andere JOGG-regisseurs zou delen.
Snel en handig, direct sparren, chatfunctie met andere professionals zou ik wel fijn vinden, makkelijk in contact en kennis delen, gebeurt veel maar ze zitten allemaal ver weg, moet niet een grote zendpartij worden, JOGG-aanpak ken ik ondertussen wel, amusement en vrijetijdsbesteding hoeft niet	3	Buiten het feit dat ik heel makkelijk met de regio-accountant kan bellen en dergelijke. Het maakt het wel even heel snel en handig, waarin je direct kan sparren, waaruit weer het een en ander voort kan ontstaan. Dat zou ik wel heel fijn vinden als dat er is. Als ik dan kijk, met de andere professionals praten via een chatfunctie of een andere vorm, dat maakt mij niet uit, maar dat zou ik wel fijn vinden. Dat je makkelijk in contact komt met de andere regisseurs en kennis kan delen. Want er gebeurt wel erg veel, maar ze zitten allemaal ver weg. Ik ken de regio Brabant, dus als je daardoor nog meer contact krijgt landelijk, dan is dat wel interessant. Ik zou het ook wel fijn vinden als ik op het platform een vraag kan droppen en dat daar dan uit verschillende hoeken op gereageerd kan worden. Ik weet niet welke vraag dat zo is, maar vragen stellen vind ik altijd wel prettig. Plek vier is lokale voorbeelden en informatie delen en krijgen. Dat vind ik gewoon hartstikke leuk om te zien, wat er gebeurt en het is niet dat ik denk van o god alle voorbeelden zijn ook meteen toe te passen hier. Maar ik heb wel dat ik niet alle voorbeelden te zien hoe mensen iedere dag The Daily Mile rennen. Echt inhoudelijk, wat ik net ook zei op die vijf pijlers. Van oké hoe heb je dat gedaan met politiek bestuurlijk draagvlak. Ja, communicatieplannen bijvoorbeeld zijn echt organisatorisch. Van goh heeft iemand daar een voorbeeld van en kan iemand mij hier mee verder hebben. Dus echt de organisatorische kant. Dit zijn allemaal leuke activiteitjes, maar dat heb ik niet nodig. Inspireren en geïnspireerd worden, dat bedoel ik ook op het

		organisatorische. Stel dat ik in een keer iemand zie van goh er komt een coalitieakkoord voorbij en op punt twee staat JOGG. Dat ik dan denk van goh hoe krijg je dat voor elkaar, dus dat je elkaar zo inspireert. Ik zou andere inspireren door een plan van aanpak neer te zetten. Iets waarvan ik achter sta, welke stappen ik heb ondernomen om daadwerkelijk een breed draagvlak te krijgen binnen het gemeentehuis bijvoorbeeld. Dus daar zit mijn succes. Zo iets. Maar misschien ook wel iets van goh dit is totaal misgegaan, ik waarschuw even de rest van het land. Ik heb hier een deal gesloten met McDonalds, maar McDonalds doet toch een andere weg bij wijzen van spreken. Dat je mensen kan inspireren van denk goed na over. Op de hoogte blijven van de werkzaamheden van het landelijk JOGG-bureau. Ja dat word ik toch wel. Hartstikke leuk, maar het moet niet een grote zendpartij worden. We krijgen al veel informatie door JOGG-updates etc. Ja interactie vind ik wel belangrijk, daar zit voor mij wel echt het begin. En dan vooral het informatie krijgen over de JOGG-aanpak, ja die ken ik onder tussen wel. Maar net startende JOGG-regisseurs kunnen dat best interessant vinden. Maar voor mij is dat dan dus minder interessant, omdat ik al lang bezig ben met JOGG. Amusement hoeft van mij niet en vrijetijdsbesteding bespreken ook niet hoor. Bel me maar even op als je iets wilt weten over bezienswaardigheden Waalwijk, maar op een platform ga ik daar niet op reageren.
Lokale informatie is belangrijker dan landelijke informatie, vragen stellen is handig, inspiratie en nieuwe dingen is altijd leuk, het moet lokaal gebeuren,	4	Dit omdat het werk is. (Amusement en vrijetijdsbesteding) Dit doe ik meestal privé dus dit wil ik gewoon gescheiden houden. Dat chatten daar voel ik niet zo veel voor. De lokale informatie vind ik belangrijker dan landelijke informatie. Vragen kunnen stellen is handig. Maar ook inspiratie en nieuwe dingen dat is altijd leuk. Dus dat is wel een beetje wat ik vind. Omdat het uiteindelijk toch lokaal moet gebeuren. Dus dat is mooi, maar ja ik kan er niet zoveel mee als er iets vanuit landelijk komt in een relatief kleine gemeente, dus daarvoor zou ik meer lokale informatie willen. Dus als het

		verbonden is dan is het wel belangrijk. Ik vind landelijke dingen minder relevant, omdat ik dat niet hier uitvoer. Dus als er een vertaalslag gemaakt wordt vind ik het wel interessant. Maar zo'n kleine gemeente als dit, dan vind ik het niet relevant.
Klikken op het platform, omdat ik geïnspireerd wil worden, ik zou er niet snel iets op zetten, als Koos het zegt zou ik het wel doen, JOGG-aanpak aan het eind, dat is de wiki al, hot items van de nieuwsbrieven op het platform,	5	In eerste instantie zou ik klikken op het platform omdat ik geïnspireerd wil worden, eerlijk gezegd, ja dat is wel egoïstisch, meer dan dat ik zelf zou inspireren. Hoewel, als wij iets in onze eigen nieuwsbrief zetten dat dat lokaal door de landelijke overgenomen worden. Dus indirect. Ja, als ik iets zoek op een thema dan zie ik dat wel. Maar met andere woorden, ik zou er niet snel iets op zetten. Maar Koos zegt goh dat is wel interessant, wil je dat delen op het platform voor anderen. Dan zou ik dat wel doen. Dat vind ik ook de taak van een JOGG-adviseur. Als Koos dat zegt ga ik daar inspanning opnemen. Maar van die 9 uur die ik heb, ben ik niet continue bezig met hoe ik anderen kan inspireren. Het zijn beperkt aantal uren, dan ga je meer bezig met hoe kan ik die goed kan inzetten voor de gemeente. Dus het heeft misschien ook te maken met het aantal uren. Ja, maar als ik dan iets moet aanpassen of iets op het platform moet zetten dan wil ik dat ook wel doen. Maar er gebeurt nu ook veel in de nieuwsbrief. Maar nieuwsbrieven gaan voorbij. Als die hot items ook wel op het platform blijven staan, zou ik daar wel meerwaarde in zien. Omdat dat voor mij de snelste ingang is en ik denk hé daar wil ik meer over weten. En als je er dan nog meer over wilt weten, dan hé daar staat een contactpersoon. Oké, de volgende informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Dat is de wiki eigenlijk al. Dus eigenlijk kan die wel aan het eind. Dat ken ik ondertussen wel. En inderdaad als je iets interessants ziet dat je dan een professional kan benaderen. Hoewel ik dat vaak nog via Koos laat lopen. Dus ik denk dat dit hem wel is.
Vooraf inspireren en voorbeelden zien van anderen, vragen stellen, delen wat nog kan komen, chatfunctie vind ik wat	6	Uhm... ja ik denk een beetje dit. Vooraf inspireren en voorbeelden zien van anderen. Vragen kunnen stellen. Daarnaast zei ik al als iemand iets leuk vindt, bijvoorbeeld

extreem, vrijetijdsbesteding, ik zie het wel als een zakelijk platform		een leuk filmpje creëert als we het net over Harderwijk hadden, dan zou ik het ook leuk vinden als het daarop komt. Landelijk kan ook inbreng hebben door iets leuks te delen. Het is vooral belangrijk delen dat ze iets delen wat nog kan komen. Dus bijvoorbeeld de Week voor de Gezond Jeugd. Dat je daar informatie op kan zetten, dat dat veel eerder land. Dan weet je wat er speelt en wat gaat komen. En dat de update wat statisch is, daar zie ik dan ook wel een voordeel in. Een chatfunctie heb ik net al even toegelicht, dat vind ik wat extreem. Vrijetijdsbesteding, ja ik zie het wel als een zakelijk platform. Dus op deze manier.
Met inspiratie kan je werken, leuk voorbeeld, belangrijk om te weten waar het landelijke naar toe gaat, vragen stellen,	7	Met inspiratie kan je werken. Dat is een leuk voorbeeld of dat is een leuke actie of leuk filmpje. Dan kan ik dat zelf ook doorvoeren. Ik vind het belangrijk om te weten waar het landelijk naar toe gaat. Waar zijn ze mee bezig en kan ik daar zelf ook wat mee. Ook wel, vragen stellen. Dat is wel heel breed. Ik zou nu vragen stellen over de gezonde sportkantine. Team:Fit richt zich echt op sportverenigingen om te kijken of we ook commerciële horeca bij sportclubs of we daar wat mee kunnen. Daar is landelijk helemaal niks mee.
Vragen, inspireren en geïnspireerd worden, hoofdfunctie van JOGG, lokale voorbeelden en informatie krijgen hoort daarbij, informatie over JOGG-aanpak is ook belangrijk, persoonlijk contact vind ik belangrijk, niet via chatfunctie, vrijetijdsbesteding komt ver achter, amusement kijk en delen zou ik zo'n site niet voor gebruiken privé en persoonlijk houd ik graag gescheiden,	8	Wat eigenlijk ook wel bij de vragen naar voren, inspireren en geïnspireerd worden is voor mij een hoofdfunctie van het JOGG. Daarbij hoort lokale voorbeelden en informatie krijgen. Dat ligt daar dichtbij voor mij. Verder is het, denk ik, van belang dat je weet wat het JOGG, waar ze mee bezig zijn en wat er aan ontwikkelingen zijn. Voor mij is op dit moment, dan zeker dit ook nog van belang informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Als je het dan over het lokale of over het regionale trekt, dan is het contact met andere professionals goed. Dus dat zou ik hiervoor misschien nog wel zetten. Een persoonlijk contact vind ik wel belangrijk, niet via chatfunctie, maar een bijeenkomst dus dat je ze echt ontmoet. Vragen stellen komt daar dan eigenlijk achteraan, dat is meer een gevolg van als je dit gedaan hebt en je bent met iets bezig en dan komen er vragen op, dat je die dan daar kwijt kan bij JOGG. Vrijetijdsbesteding bespreken, dat kan ik er niet zo goed

		plaatsen. Die komt dan nog ver achter. Dan komt amusement kijken en delen, nee. Nee daar zou ik zo'n site niet voor gebruiken. Dus die komen echt helemaal achteraan. Privé en persoonlijk houd ik graag gescheiden ja. Soms regionaal contact dan heb je altijd wel mensen waar je meer binding mee hebt dan met anderen en als je dan een vergadering hebt dan zoek je elkaar vaak wel op. Maar voor of na een bijeenkomst wissel je dan wel eens persoonlijke dingen uit. Maar dat is zeker niet bij iedereen en dat zou ik zeker niet via zo'n platform of site doen.
Chatfunctie, vragen stellen, op de hoogte blijven van werkzaamheden, mag van mij meer, dat iedereen aanbod komt, ook de kleintjes, informatie over de JOGG-aanpak blijft goed, lokale voorbeelden, amusement hoeft van mij niet per se. Vrije tijd valt voor mij helemaal af, privé en zakelijk gescheiden houden.	9	Ja, nou als eerst de chatfunctie. Ik denk dat het heel handig is om vragen te stellen aan JOGG landelijk, wat al zei laatst met de factsheet. Dat je even snel een vraag kan stellen en kan vragen van wat vind je hiervan en hoe doe je dit. Zelfde met lokale professionals dat je heel makkelijk met iedereen in contact kan komen. De gegevens zijn nu wel beschikbaar op de wiki, maar dan moet je ze eerst opzoeken en bellen. Dus ik denk dat dit makkelijker is. Vragen stellen, omdat je een vraag kan uitzetten en dan kijken wie er reageert. Op de hoogte blijven van de werkzaamheden, zodat je toch wel een goede update krijgt, het mag van mij wat meer zijn. Dat iedereen aanbod komt. Ook de kleintjes. En informatie krijgen over de JOGG-aanpak. Dat blijft goed, dat je de nieuwste dingen weet en hoe ze ervoor staan of dingen veranderen of juist niet. Lokale voorbeelden, misschien dat je toch wel weet wat er in de buurgemeenten gebeurt. Of dat een beetje hetzelfde is. Amusement hoeft van mij niet per se, maar misschien dat ik dan iets te zakelijk ben. En vrijetijd valt voor mij helemaal af. Daar hoeft van mij ook niemand mee te komen. Ik vind het fijn om privé en zakelijk gescheiden te houden. Als ik privé iemand een leuk berichtje wil sturen, dan doe ik dat wel met WhatsApp.
Gericht dingen kunnen vinden en vragen, specifieke vragen, inspiratie, ideeën op doen, algemene dingen	10	Ik denk dat we gewoon heel gericht dingen willen kunnen vinden of vragen. Want we hebben natuurlijk al hele specifieke vragen. Dus je ziet ook die hebben we nu een beetje vooropgezet. En daarna die inspiratie, ideeën op

hebben we vaak nu niet meer nodig, we zijn al bijna in de derde fase.		doen, ja en verder hele algemene dingen hebben we vaak nu niet meer nodig. Omdat we al bijna in de derde fase zijn. Ja voor de lol, daar hebben we geen tijd voor. En geen behoefte aan.
Gericht dingen kunnen vinden en vragen, specifieke vragen, inspiratie, ideeën op doen, algemene dingen hebben we vaak nu niet meer nodig, we zijn al bijna in de derde fase.	11	Ik denk dat we gewoon heel gericht dingen willen kunnen vinden of vragen. Want we hebben natuurlijk al hele specifieke vragen. Dus je ziet ook die hebben we nu een beetje vooropgezet. En daarna die inspiratie, ideeën op doen, ja en verder hele algemene dingen hebben we vaak nu niet meer nodig. Omdat we al bijna in de derde fase zijn. Ja voor de lol, daar hebben we geen tijd voor. En geen behoefte aan.
Lokale voorbeelden krijgen en delen, meer voorbeelden dan nu, ik zou lokale voorbeelden erop zetten als mijn adviseur dat vraagt, fijn om inspiratie te krijgen, direct contact is een meerwaarde, zodat je direct antwoord krijgt, waarbij ik wel meteen denk, dan bel ik Annemarie toch of een andere lokale regisseur, Waarom wil ik dat op een platform?, documenten delen is handig, maar ik mis nu niks, informatie over JOGG-aanpak helemaal niet belangrijk, dat weet ik wel, vrijetijdsbesteding en amusement hoef ik daar niet te delen.	12	Ja, ik vind het meest belangrijk als er een platform is om lokale voorbeelden te krijgen en te delen. Die staan nu ook op de wiki, maar dat zijn maar een aantal dingen, die uitgekozen zijn. Dus dan heb je meer voorbeelden, waarvan je kan scrollen over bijvoorbeeld die jerrycan en hoeveel ervaring er is. Maar dat betekent ook dat ik mijn ervaring erop zou zetten? Jawel, maar ook heel veel niet. Ja, natuurlijk als de adviseur zou zeggen dat ik iets moet delen zou ik dat doen. En dan inspireren en geïnspireerd worden. Dat is altijd fijn om inspiratie te krijgen. Direct contact zou ik ook echt een meerwaarde vinden, want dit vind ik ook wel dat het op de wiki staat, maar dan uitgebreider. Maar direct contact kan nog niet met JOGG-landelijk en lokaal, zodat je direct antwoord krijgt. Maar wanneer ga ik mijn chat aan zetten? Ik weet het nog niet. En vragen kan stellen. Waarbij ik wel meteen denk, dan bel ik Annemarie toch of een andere lokale regisseur. Waarom wil ik dat op een platform? Dan documenten delen. Dat is handig, maar ik mis nu niks. Op de hoogte blijven van werkzaamheden van JOGG landelijk, dat ben ik wel. Dus dat hoeft niet meer nu. En wat ik helemaal niet belangrijk vind is informatie krijgen over JOGG-aanpak, dat weet ik nu wel en amusement en vrijetijdsbesteding hoef ik niet daar te delen.

Conclusie: De respondenten willen geen amusement of vrijetijdsbesteding delen op het platform, omdat ze graag privé en zakelijk gescheiden willen houden. Wel willen de respondenten vragen stellen op het platform, geïnspireerd worden en chatten. Chatten wordt als meerwaarde gezien, omdat lokale professionals dan direct in contact kunnen komen met (andere) lokale professionals en JOGG. Informatie over de JOGG-aanpak is niet meer nodig, omdat de respondenten hiervan al op de hoogte zijn.

Analyseschema 38 – Vraag 34: A/B-test

Label	Platform	Respondent	Item: A/B-test
Boeiend, inspiratie krijgen en voorbeelden, toegevoegde waarde, niet iedere week, maandelijks gaan mensen er wel voor zitten, interactief is ook wel boeiend, vragen stellen, dan bel ik wel, webinars boeiend	Wiki	1	Dit vind ik wel boeiend. Een keer per week vind ik veel. Ik denk dat mensen het leuk vinden, omdat ze inspiratie krijgen leuke voorbeelden. En ik kan veel beter mijn aandacht erbij houden als ik iemand zie vertellen dan als ik moet lezen. Maar voor mij heeft dit wel toegevoegde waarde. Maar wat ik zeg, als je het iedere week doet is het wat veel, dan denk ik dat ik niet meer kijk. Maar als je maandelijks een thema hebt wat je echt uitgebreid uitlicht, dan denk ik dat mensen er wel echt even voor gaan zitten. Ja, ik zou dit wel live kijken. Ik heb er een nog niet gezien, die moet ik nog terugkijken, maar daar heb ik nog geen tijd voor gehad. Maar ik heb er pas een voor bij zien komen en dat vind ik best wel jammer, want dat vind ik wel leuk om te zien. En dat interactieve vind ik heel boeiend, want je kunt je vraag stellen en je krijgt meteen antwoord. Dat vind ik wel echt een toegevoegde waarde hebben. Dat komt omdat het dan interactief is en dat vind ik meer interessant. Ik heb bij beeld gewoon veel meer gevoel dan bij tekst lezen. Ik zou het wel interessant vinden. Als je zegt ik wil puur een vraag stellen via een chatfunctie, dan bel ik wel. Maar de webinars vind ik wel echt boeiend.
Interessante thema's, kan het erg leuk zijn voor anderen die uitvoerend zijn	Wiki	2	Ja, als het interessante thema's zijn dan kan dat inderdaad heel erg leuk zijn. Niet alleen voor mij, maar ook juist voor andere mensen die meer uitvoerend zitten. Die bijvoorbeeld The Daily Mile en de DrinkWatercampagne uitvoeren in de praktijk. Dus dan zou mijn advies gelijk zijn: zorg ook dat niet alleen regisseurs, maar ook buurtsportcoaches en scholen hier ook gebruik van kunnen maken. Wellicht als gast. Daar zit nog weinig in, maar het kunnen wel heel interessante dingen zijn. Het kan heel waardevol zijn.

Heel goed, makkelijk informatie, webinars fijne manier om informatie te vergaren, poll zou ik wel invullen	Wiki	3	Ik denk dat het heel goed is. Het is heel makkelijk informatie krijgen, ik vind webinars een hele fijne manier om informatie te vergaren zeg maar. Ik zou dat wel heel goed vinden en ook dat je vraagt waarom organiseren we een webinar, wat moet het thema zijn. Je kunt van alles zelf verzinnen, maar de mening van anderen vragen vind ik wel interessant. Dan sluit het ook echt aan op mijn informatiebehoefte. Ik denk dat je met de webinars wel lekker divers mee aan de slag gaan. De poll zou ik ook wel invullen.
Dit is wel wat, ziet er fris uit, ik kijk wel	Wiki	4	Heel veel informatie. Dit is wel wat. Het ziet er wel fris uit. Ik heb wel dat ik laatst was er ook een webinar. Dat heb ik wel zitten kijken. Dat vond ik er een beetje amateuristisch eruitzien. Ik was ook na twintig minuten afgehaakt Ja, als het uitkomt dan zou ik de webinars wel kijken. Tegenwoordig kijk ik tv ook niet meer live, dan kijk ik ook heel veel terug. Dus alles nu online zou kunnen staan. Moet je het dan live kunnen kijken? Ja, maar goed als er een forumfunctie is, dan hoeft dat misschien ook niet. Misschien heeft iemand anders er al een vraag over gesteld, dan zou je ook mee kunnen lezen. Maar goed soms komt het wel uit en soms komt het niet uit.
Positief, zou wel klikken op de Gezonde Werkvloer, terugkijken is fijn	Wiki	5	Ja, ik sta er wel positief tegenover. Als ik het zo zie dan zou ik er wel eens op klikken als ik zie de Gezonde Werkvloer. Maar weer hoe breng je mij op deze site. Dat is nog veel meer de vraag. Ja, ik weet dat we ooit een webinar hadden, die had ik ook doorgestuurd naar scholen. Dat ging over de gezonde schoolomgeving. Ik vond het toen wel belangrijk om door te sturen. Waar scholen ook op gereageerd hebben. Dat verbindt ook wel mensen voor samenwerkingen. Ik heb toen zelf niet gekeken, omdat ik dacht ik geloof dat ik er wel iets van weet. Het kan tweeledig zijn dat je er wel iets mee wilt. Dat je andere inspireert of dat je zelf nog aan het zoeken bent. Als ik zelf aan het zoeken zou zijn dan zou ik sowieso kijken. En of ik iets live kan kijken dat maakt mij niet zoveel uit. Het is mooi dat het kan, dus als je de tijd en gelegenheid hebt dat je ook vragen kan stellen. Maar ik vind het zeker fijn dat je het terug kan kijken. Want ik bedoel dat is net als met tv kijken tegenwoordig. Het

			wordt steeds meer on demand. En als ik echt vragen heb dan kan ik die ook stellen via Koos.
Vragen moeten zichtbaar blijven, dat is hier niet, groep werkt beter, per regio vind ik handig, webinars ben ik positief over, ik ben iemand die alsnog een vraag stelt, betere ervaringen dialoog dan webinar	Wiki	6	Ja, ik vind het wel belangrijk dat vragen altijd zichtbaar blijven. Dus ik denk niet dat dat hier is. Dus als ik hier vragen ga stellen dat iemand anders hier ook die vragen gaat zien. Ik denk wel dat het belangrijk is, want anders gaat iedereen dezelfde vraag stellen. Als er een groep van is, dan is dat wel beter. Per regio vind ik een groep ook wel handig, zodat je weet wat er leeft in een regio. En die webinars ben ik op zich ook wel positief over. Ja. Ik kijk ze eigenlijk wel. Als ze worden aangekondigd door JOGG zijnde, dan kijk ik ze altijd wel. En als het live uitkomt, dan zou ik dat ook wel doen. Ja, als ik zoiets heb van wat ik die dag heb of iets wat ik dan heb en ik denk dat kan ook een uur later, dan zou ik daar wel tijd voor vrij maken. Maar ik ben wel zo iemand die dan alsnog een vraag stelt. Omdat ik ook weet dat ik vragen noteer aan de hand van de webinar. Ja, webinars zou ik ook redelijk onderaan gelegd hebben. Op zijn tijd is een webinar wel nuttig, maar ik heb betere ervaringen met die dialoog. Wat we net al besproken hebben.
Vind ik wel leuk, kan dingen lezen, LinkedIn, wel controle adviseurs, zodat niet iedereen alles er op zet	Yammer	7	Dit vind ik wel leuk. Je kan erop doorklikken. Je kan dingen lezen, het lijkt een beetje op LinkedIn. Je kunt iets leuk vinden. Ja mensen mogen best aanhaken aan de gesprekken. Maar er moet wel controle zijn van de adviseurs. Niet dat iedereen alles erop kan zetten, zodat de plannen wel kloppen. Anders gaat iemand wat creëren, terwijl dat helemaal niet past binnen de richtlijnen.
Oud, zou aansluiten, moet wel goed onderhouden worden, anders tijdverspilling, ik zou er zelf niet aan beginnen,	Yammer	8	Ja, maar dat is wel oud eh? Ja, volgens mij wel. Dat hebben we jaren geleden, toen is er een ICT-er ermee begonnen om dat voor collega's in te zetten. Dat is toen een stille dood gestorven. Er waren veel mensen die daar geen behoeften aanhadden, die zoiets hadden van nou daar sluit ik me niet bij aan. Er kwamen weinig berichten op en volgens mij is het er helemaal niet meer. Ik heb het niet meer in mijn systeem zitten. Het ligt eraan of ik het wil, ik denk dat ik mij in eerste instantie wel zou aansluiten en ik zou kijken hoe het werkt. En dan moet ik van het begin af aan, dan moet het goed onderhouden worden. En regelmatig gebruik van maken met onderwerpen waarvan je zegt dat is wat en daar heb ik iets aan. En als er na

			een aantal weken niet blijkt te zijn, dan zeg je al heel gauw van nou dat is tijdsverspilling of daar doe ik niks mee. Dus het moet wel echt slaan in de eerste periode. Ik zou het leuk vinden om daar nog veel tijd en moeite in te steken om daarop te zitten. Ik zou er zelf niet meer naar beginnen om het op te zetten, maar als er gekozen wordt om het op die manier te doen, dan zeg ik ja dan geef ik het voordeel van de twijfel. Maar dan moet het wel goed georganiseerd zijn en goed moeten werken. Dat er breed en zorgvuldig gebruik van wordt gemaakt. Dat mensen ook echt reageren en dingen interessant vinden en liken. Dat je vaak wel veel interactie ziet. Anders denk ik ja wat heb ik eraan als ik er tijd in steek om dingen te lezen waar ik dan toch niks mee doe. Omdat ik zelf denk ik hoef niet al die vragen en antwoorden van andere gemeenten te zien. En ik vind het een taak van het JOGG om het meest interessante eruit te filteren en dat in een nieuwsbrief te zetten. En dat moet dan echt beperkt zijn tot een paar onderwerpen. Maar voor mijn gevoel zou dit vooral mij om er gebruik van te maken om alle berichten te lezen, als het er al veel zijn, dat zou mij denk ik ja, redelijk snel een gevoel geven van vind ik dit wel de moeite waard om te blijven volgen? Ja, daar zit ik aan te denken. Ik ja, ik kan daar niet echt een goede reden voorgeven van daarvoor zou ik dit nou echt willen gebruiken. Het was ook heel snel dat er dingen opgezet worden bij dat andere platform door mensen die dat leuk vonden en mensen dingen deelden. En dat was allemaal niet relevant voor mij en er was geen interesse voor mij. Je kreeg veel overbodige ballast en dat hoef ik allemaal niet te weten. Ik hoef daar geen tijd in te steken om dat te lezen.
--	--	--	---

Zou het goed vinden, via Office weet ik niet of iedereen daarop gaat, werkt goed, landelijke adviseurs moeten aansturen, leuk en goed	Yammer	9	Dat zou ik wel goed vinden. Of zoiets. Dat het dan via Office is, dan weet ik niet of iedereen daarop gaat. Maar inschrijven voor de trainingen gaat volgens mij ook via Office. Dus ik denk dat veel gemeenten en JOGG-regisseurs dat al hebben. Wat je zegt per regio of provincie of per interventie dat zou wel goed zijn. Ik denk dat het dan wel goed werkt. Landelijke adviseurs moeten dan aansturen om op het platform te gaan en mogen ons vragen antwoord te geven en dan niet omdat de adviseur geen antwoord wil geven, maar meer om iedereen samen te brengen, in plaats van dat de adviseur een oplossing geeft. Nee, het zal natuurlijk aangepast moeten worden aan JOGG met de onderwerpen, maar ik denk dat zoiets wel heel leuk en goed is. Ik kende het nog helemaal niet.
Gemeente gebruikt het voor minder interessante belangrijke dingen, goed om te weten, informeel	Yammer	10	De gemeente gebruikt het heel veel om even de minder interessante belangrijke dingen te melden. Dingen die toch wel goed zijn om te weten. Dingen met de koffieautomaat en zo. Om die dan te delen. Meestal reageren mensen met leuk of goed bezig. Maar echt algemene dingen als ik ben mijn oorbel vergeten. Dus meer voor de informele. Ja, je kan wel groepen aanmaken. Maar goed dat zijn meer groepen die daartoe behoren en niet zo zeer ja.
Enige nuttige is gepost vanuit organisatie zelf, kan nuttig zijn	Yammer	11	Ik denk dat de enige nuttige dingen waar je echt wat aan hebt worden gepost vanuit de organisatie zelf. Dus stel dat JOGG landelijk een bericht hebben wat ze graag kwijt willen, dan kan dat wel heel nuttig zijn ja. Maar je zou ook ene mail met die informatie kunnen sturen. Het platform is eigenlijk meer om even een berichtje te posten, zodat iedereen het heeft gelezen.
Slack, chatten, zou er niet veel mee doen, kost veel tijd, heeft wel winst, maar mis het nu niet, zou groep aanmaken met mensen die hier zitten, maar	Yammer	12	Het doet me denken aan Slack. Is dat ook zoiets? Ja, die Slacken wat af. Daar kun je ook chatten terwijl je aan het werk bent. Dus ik snap wel een beetje wat het is. Ik denk dat ik daar niet veel mee zou doen, omdat ik het niet mis. Omdat ik persoonlijk weet ik ze te vinden. Maar de corebusiness ligt hier, maar er komt ook veel info voorbij die ik wil bij houden, omdat ik het interessant vind, dat kost ook veel tijd. Het heeft wel winst, maar ik mis het nu niet. Omdat ik mensen zelf durf te bellen of langs ga.

vraag me ook af of het in de regio werkt, gaat hier allemaal heel snel			Ik denk dat lokaal heel leuk zou zijn, maar iedereen is bezig met zijn eigen gemeente. Dus het zou wel van landelijk moeten afkomen. Ik zou dan eerder een groep aanmaken met mensen die hier zitten om met elkaar te praten over wat we hier gaan doen en hé jongens wat doe jij bij de Avondvierdaagse, zoiets, dan met landelijk. Ik heb gevoel nu, dat ik wel genoeg info krijg en dat ik op weg kan. Ja, maar en of het in de regio werkt, dat vraag ik me af, omdat je elkaar nu persoonlijk weet te vinden. Het gaat hier allemaal heel snel.
Minder enthousiast, weer een nieuw platform, vind het te veel, op de wiki wel, groepen aanmaken op thema's en regio's goede optie	Yammer	13	Daar ben ik minder enthousiast over, omdat dat weer een nieuw platform is naast SharePoint, wat we intern hebben. Ik vind het dan te veel. Denkend vanuit de doelgroep denk ik niet dat het goed gebruikt gaat worden dan. Ja, dat zou ik wel zien op de wiki. Dat je groepen maakt op regio's en op thema's dat kan wel een goede optie zijn.
Moet niet voelen als aparte omgeving, fijn om te integreren, fijn via wiki, via een linkje kan ook	Yammer	14	Het moet niet voelen als een aparte omgeving, dus het is wel fijn als je het kan integreren. Het is nog fijner als je het makkelijk kan gebruiken als het binnen ons eigen pakket zit of als appvariant. Dat maakt het makkelijk in gebruik. Dus dat is een voordeel. Het klinkt wel oké. Het is net hoe uitgebreid je het wil toepassen. Wat versta je onder een platform en hoe ziet de doelgroep dat. Het biedt mogelijkheden als ik dit zie. Je kan dossiers delen en je kunt mensen verantwoordelijk stellen. Als het op de wiki staat kun je al je documentatie en alle informatie. Dan zou het super zijn als het op de wiki komt. Maar puur focussen op de professional, coach en experts lijkt het mij fijn dat het via de wiki is. Dat kan ook via een linkje eh. Je kunt nu ook via de corporate site naar de wiki. Maar er moet wel een link zijn.
Gaaf, binnen een week nieuw item iets te snel,	Wiki	15	Gaaf. Zeker. Wat de frequentie is dat ligt hier niet vast. Om binnen een week een nieuw item te maken, dat is misschien iets snel. Maar je houdt het wel gestructureerd zo. Je houdt het

houdt het gestructureerd, speciaal voor hen gemaakt, zo wordt er naar je geluisterd, leuk idee			binnen de pijlers of binnen een bepaald expertise gebied of binnen een regio, dat zou ook nog kunnen. Je geeft jezelf ook de tijd om daar een antwoord op te geven. Wat denk ik nog belangrijker is, is dat het voor alle gemeenten meerwaarde heeft. Het wordt speciaal voor hen gemaakt, in plaats van leuk wat ze daar in Den Haag maken, maar dat is een ver-van-ons-bed-show. Maar ik vind het belangrijk dat ze het idee hebben dat het voor hun lokaal is en het moet ook passen binnen onze structuur. Je hebt het idee dat er zo goed naar ze geluisterd wordt. Als er iedere keer een categorie bij zit waar ze niet mee bezig zijn, dan zullen ze misschien denken doe daar is iets mee. Misschien moet je dan zeggen doe is bij de poll of anders... dat ze zelf iets in kunnen vullen. Maar leuk idee.
--	--	--	---

Conclusie: De respondenten zijn over het algemeen meer enthousiast over de wiki dan over Yammer, omdat Yammer wordt gezien als weer een nieuw middel, veel tijd kan kosten en het al gebruikt wordt binnen sommige gemeenten als informeel middel. Volgens de respondenten is een struikelblok van het platform, dat lokale professionals via een Officeaccount zich moeten aanmelden voor het platform.

Echter, over de wiki geeft een respondent de opmerking dat vragen lijken te verdwijnen en dat het platform goed georganiseerd moet worden, zodat alles is terug te vinden. De respondenten zijn wel enthousiast over de webinars, omdat het een fijne manier is om informatie te vergaren. Deze moeten niet wekelijks maar maandelijks terugkomen, zodat de informatie niet te veel wordt. Daarnaast is het volgens interne medewerkers goed bij lokale professionals te pijlen waar deze webinars over moeten gaan, zodat zij het gevoel hebben dat de webinars speciaal voor hen is.

Analyseschema's lokale professionals

Wensen en behoeften rondom inzet communicatie

Huidige communicatie(doel)

Analyseschema 38 – Vraag 1: Hoe communiceert u momenteel met lokale professionals?

Label	Respondent	Item: communicatie
Mail, telefonisch, WhatsApp, Twitter, face-to-face	13	We spreken natuurlijk JOGG-gemeenten veel persoonlijk. Ik ben wel adviseur in Friesland, wat een JOGG-regio is, dat maakt wel dat ik minder face-to-face contact heb. Daar zit een regiocoördinator en die heeft veel directe lijntjes. Dat is voor mij wel een uitdaging om te zorgen dat ik wel een goede verbinding hou met Friesland. Dus dat

		doe ik verder daarna ook via de mail of telefonisch of via de Whatsapp, Twitter.
Mail, telefonisch, face-to-face	14	Dat is een brede vraag. Veel per mail en telefonisch en bij bijeenkomsten, dat je face-to-face gesprekken voert. Maar met name echt telefonisch en per mail of face-to-face. Dat is ook een beetje de volgorde denk ik.
Mail, telefonisch, face-to-face, WhatsApp	15	Ik ga langs face-to-face. Of ik ben onderdeel van een stuurgroep of vergadering. Telefonisch, mail, WhatsApp in sommige gevallen. Dat zijn wel de meest voorkomende communicatiekanalen.

Conclusie: De interne medewerkers van JOGG communiceren via de mail, telefoon, WhatsApp, Twitter, Face-to-face en WhatsApp met lokale professionals.

Analyseschema 39 – Vraag 4: Wat is uw (organisatie) doel met communicatie?

Label	Respondent	Item: (organisatie)doel met communicatie
Ondersteunen, inspireren	13	Ondersteunen voornamelijk. Wat ik zei en je relatie onderhouden en zorgen dat de gemeenten het gevoel hebben dat ze voor hun vragen altijd hier terecht kunnen. Maar we willen natuurlijk ook inspireren en goede voorbeelden laten zien, bijvoorbeeld met de JOGG-update.
Goed gevoel en helpen	14	Het is een mooie vraag. Dat kan natuurlijk alle kanten op gaan, maar allereerst gewoon een goed gevoel en helpen. Dat is belangrijk. Tuurlijk ga je iemand netjes te woord staan, maar het is vooral even zoeken naar een oplossing en wat is de hulpvraag en daar een antwoord op proberen te bieden. Als ik dat niet weet ga ik kijken van hoe kan ik degene het beste verder helpen. Ik denk dat dat het belangrijkste is.
Informerende, ondersteunen, faciliteren	15	Soms is het informatie verschaffen, soms is het met de gemeenten in overleg of dat je kan ondersteunen of faciliteren. Ze kunnen deelnemen in een pilot van een partner of we vragen of ze deel willen nemen in een onderzoek. Dus vooral daarom communiceer ik.

Conclusie: Het doel met communicatie van JOGG naar landelijk is ondersteunen en helpen. De adviseurs willen ook inspireren en faciliteren, terwijl de communicatieadviseur meer zit op het zorgen voor een goed gevoel.

Analyseschema 40 – Vraag 4 (doorvraag): Wat vindt u van de afstand?

Label	Respondent	Item: afstand
-------	------------	---------------

Een regiocoördinator weet beter wat speelt in de gemeente	13	Mijn opdracht hier binnen de gemeenten is om via die JOGG-regio's de aanpak te borgen in die gemeenten en die regio's, zodat wij onze opdracht als afgerond kunnen omschrijven en zij zelfstandig door kunnen. Een regiocoördinator weet beter, dan het poppetje vanuit het landelijk bureau, wat er speelt in de gemeente. Je positioneert zo'n regiocoördinator, maar dat is ook van invloed op de relatie die je hebt en ook hoe vaak je contact hebt.
Ligt aan situatie, per mail kan net een andere toon hebben, persoonlijke band behouden, afstand verklein je door het team, gaat goed	14	Ik vind daar zeker wat van. Dat ligt ook wel aan de situatie, als je het hebt over vragen en dingen die makkelijk even telefonisch kunnen. Per mail kan het net even een toon hebben of iemand heeft het in een onhandige bui gezegd. Maar ik heb zelf steeds wel meer de neiging om meer te bellen. Je wil die persoonlijke band behouden en een visitekaartje zijn voor de buitenwereld. Als je ernaartoe zou kunnen dan zou dat wel helpen. Maar die afstand verklein je door het team van adviseurs die je om je heen creëert. Zij moeten die afstand verkleinen, adviseurs en experts. Het is maar net hoe je dat zelf indeelt. Het is ook een opzet hoe wij werken. Dus die afstand overbrug je via collega's, dus dat gaat nu wel goed.
Afstand verkleinen, kunnen ons gebruiken voor ondersteuning en advies, waardevol en relevant,	15	Die afstand zou ik wel willen verkleinen. We hebben veel te bieden voor gemeenten. Ze kunnen ons goed gebruiken voor ondersteuning en advies. Er is zoveel beschikbaar en zelfs dingen die ze niet zomaar kunnen vinden, maar via hun adviseur wel. Het kost vaak meer tijd als ze het niet aan ons vragen. Kijk we bouwen geen raketten, moeilijk is het niet. Maar vaak hebben mensen het begin nodig van de puzzel. Dus ja, ik wil de afstand verkleinen, ik vind dat zeker waardevol of relevant. Ik merk ook dat het voor 10 in de week aan de JOGG-aanpak dat heel lastig is om alles daarin te proppen. Er zijn ook andere prioriteiten in zo'n week. Het is geen onwil, maar andere prioriteiten en weinig tijd.

Conclusie: De afstand wordt verkleind door collega's in te zetten, zoals regiocoördinatoren. Toch is er de behoefte om de afstand te verkleinen, zodat lokale professionals meer gebruik kunnen maken van ondersteuning en advies.

Wensen en behoefte communicatie

Analyseschema 41 – Vraag 5: Hoe zou u indien nodig de communicatie willen verbeteren?

Label	Respondent	Item: communicatie willen verbeteren
-------	------------	--------------------------------------

Maatwerk, er zijn altijd dingen die beter kunnen	13	Het is een beetje een dooddoener, maar overal is maatwerk en het is aan ons als adviseurs om te bepalen van wat is er hier bij deze gemeente een effectieve manier om te communiceren. Sommigen regisseurs en beleidsambtenaren worden heel blij van een duidelijke mail en een ander weet dat het beter werkt om eens af en toe te bellen, van hoe gaat het en samen telefonisch even te sparren. Er zijn altijd dingen die beter kunnen.
Helpt om elkaars gezicht zien, non-verbale communicatie	14	Ik denk wel dat Skype kan helpen. Het helpt om elkaars gezicht te zien of gedrag om non-verbale communicatie te zien.
Gaat niet allemaal perfect, niet iedereen leest JOGG-update, weinig tijd, ander middel om ze bewust te maken, maatwerk	15	Ja, het gaat niet allemaal perfect, maar ik weet niet direct hoe dan. Daar ben ik nog niet helemaal uit. Ik vind dat in de JOGG-update veel dingen staan die wij willen overbrengen aan JOGG-gemeenten. Daar staan veel nieuwtjes in waar ze echt wat mee kunnen, dat is hapklaar. Niet iedereen leest dat, omdat het een van de zoveel nieuwsbrieven is die ze ontvangen. Een JOGG-regisseur heeft vaak maar zestien uur, dus daarom. Maar je wil eigenlijk wel dat het belangrijkste is wat daarin staat, dat ze dat weten of lezen. Dus dan gebruik je nog een ander middel om ze bewust te maken, dus via de mail of telefonisch. Dat doe ik dan echt persoonlijk, maar dat kan nog wel beter. Iedereen is daar op een andere manier ontvankelijk voor. De een zegt ja goed dat je het zegt, ik heb het niet gezien en de ander zegt ja dat heb ik gezien. Je probeert daar een optimum in te vinden. Dat is een soort maatwerk, dat kan beter. Lokale professionals kunnen echt wat met de JOGG-update, dus ik vind dat ze dat echt moeten weten. Dan is het aan mij om te zorgen dat ze daar ook allemaal van op de hoogte zijn.

Conclusie: De communicatie zou meer maatwerk kunnen zijn, omdat alle professionals behoeften hebben aan een andere manier van communiceren. Daarnaast zou het kunnen helpen om non-verbale communicatie te zien tijdens de communicatie volgens de communicatieadviseur.

Analyseschema 42 – Vraag 6: Hoe kan JOGG volgens u communicatie inzetten om een relatie op te bouwen met lokale professionals?

Label	Respondent	Item: relatie en communicatie
Meer contactmomenten, meer maatwerk, niet te dichtbij komen	13	Misschien nog meer contactmomenten en nog meer maatwerk. Dan zullen gemeenten het idee hebben dat we echt voor hun klaar staan. Maar dat doen we nu natuurlijk ook al. En je moet ook weer

		niet te dichtbij komen, want je wil uiteindelijk dat ze zelfstandig aan de slag kunnen.
Contact maken en onderhouden, informatie brengen, interactie, leren hoe iedereen in contact staat en inspelen op behoeften.	14	Je zit dan in contact maken en onderhouden, informatie brengen, interactie. Ik denk dat we dat eerst goed moeten organiseren, in beeld brengen van wat zijn contactmomenten. Goed weten, met wie heb ik te maken, hoe is dat contact nu, hoe kan ik dat verder verbeteren. En leren hoe ieder met elkaar in contact staat, dat kan ok nog wel verschillen. En je moet kijken waar heeft diegene behoeften aan en hoe kan je daarop inspelen. Ik denk als we dat nog beter in beeld zouden brengen, dan kun je daar beter op inspelen. Misschien zien we wel iets over het hoofd en onderschatten we dat. Dan heb ik het meer over nieuwe ontwikkelingen blijven volgen en daarop in spelen.
Op maat proberen in te richten, de een wil twee keer per week bellen, gemeenten	15	Ik heb daar vanaf het moment dat ik begonnen ben als eerst aan gewerkt, door afspraken te maken over hoe we dingen gaan doen. De een wil zo weinig mogelijk bemoeial van landelijk, om het zo maar even te noemen en anderen willen graag meer begeleiding. Dus dat heb ik op maat proberen in te richten per gemeenten. De een wil elke twee weken bellen, dat scheelt ook per gemeenten en de fase waarin de gemeenten zitten. Gemeenten die net zijn begonnen hebben daar meer behoeften aan dan gemeenten die wat langer zijn. Die zeggen dan geen bericht is goed bericht. Als ik dan wel bel schrikt iemand bijna op, omdat ze het dan niet verwachten, maar dan bel ik even om te checken hoe het gaat. Maar ik probeer het wel even op maat te maken voor gemeenten.

Conclusie: De relatie kan volgens de interne medewerkers verbeterd worden door op maat te communiceren, contact te houden en in te spelen op de behoeften van lokale professionals.

Wensen en behoeften online dialoog

Analyseschema 43 – Vraag 7: In hoeverre vindt u het belangrijk om de dialoog aan te gaan met lokale professionals?

Label	Respondent	Item: dialoog
Ja, wij kunnen lokaal inbrengen wat we willen veranderen, ondersteunen	13	Ja, natuurlijk. Wij kunnen lokaal inbrengen wat we willen veranderen, maar ik geloof wel in de kennis en expertise die wij als adviseurs hebben in te brengen. En daar moeten wij dan ondersteunen en over in gesprek met lokaal om hun te helpen met de implementatie van het product, de JOGG-aanpak. Hiervoor hebben we allemaal tools en materialen om hun hierbij te helpen.

		Maar het is continue een proces hoe je dat nog beter kunt doen. Een beetje de voorgeschiedenis. De voorgeschiedenis is dat we redelijk klein zijn begonnen, toen hebben we allemaal tools en instrumenten bedacht en toen dachten we ook hoe zetten we een voortgangstool in om. We doen altijd vier keer per jaar een voortgangsgesprek. We gaan heel erg af op de adviseur, die kent de gemeenten het best, dus die weet wanneer er wat gebeurd in de gemeente. De adviseur krijgt een soort rugzak mee met allerlei instrumenten en tools om dingen in gang te zetten binnen de gemeente of te prikkelen om na te denken over hoe integraal ben ik nu bezig als gemeente of kunnen er daar nog dingen beter in. Dat is dan uiteindelijk de expertise van een adviseur en dat is dan het toverwoord, maatwerk.
Ja, helpt om persoonlijk contact te maken	14	Ja, bij de eerste communicatietraining waren er 20 mensen en je wist wie, wie was. Maar het helpt, dan kan je persoonlijk contact maken en meer de persoonlijke manier van communiceren, dat past heel erg bij onze organisatie. Dat persoonlijke maakt het bij ons ook informeel. Dus ik denk dat het wel belangrijk is. En persoonlijk kan dan real life contact zijn, maar ook mail. Dat kan in alle vormen.
Ja, heel belangrijk	15	Ja dat vind ik heel belangrijk. Maar zoals ik net al in mijn antwoord vertelde vind ik het fijn om maatwerk te leveren. Dus als mensen behoeften hebben aan vaak contact dan doe ik dat graag en als ze het zien als bemoeial dan trek ik mij wat terug. Maar ik merk vaak dat ze er juist wel meer gebruik van kunnen maken, omdat dat hen ook gewoon tijd scheelt.

Conclusie: Het is belangrijk de dialoog aan te gaan met lokale professionals, omdat de adviseurs lokaal veranderingen kunnen inbrengen.

Analyseschema 44 – Vraag 7 (doorvraag): Voelt u die betrokkenheid lokaal?

Label	Respondent	Item: betrokkenheid
-	13	-
Ja, word er blij van, ik ben trots op wat we neerzetten, dat proef ik lokaal ook, mooi	14	Ja, ik word er heel blij van. Dat verschilt ook per persoon, maar dat zullen ze vanuit hier ook hebben. Je schakelt beter met de een dan met de ander. Maar ik word er heel blij van als ik merk wat er in het land allemaal gebeurt. Dat is een soort trots. Dan ben ik vooral trots op het netwerk, wat je met elkaar doet en wat we allemaal weten neer te zetten. Dat proef ik ook lokaal wel een beetje. Dat is gewoon

		mooi. Je mag er ook wel trots op zijn, want je geeft ze een format en ze gaan er zelf mee aan de slag. Dan kan je het ook loslaten.
Niet zozeer bij de landelijke organisatie, maar wel bij de beweging	15	Ik weet niet zozeer of het bij de landelijke organisatie is, maar ik denk bij de beweging. Het is een driedeling denk ik. Een derde voelt zich onderdeel van de organisatie, een derde twijfelt, die weet het nog niet helemaal en wil graag goede voorbeelden en informatie als ondersteuning en een derde ziet meer in de lokale kracht en niet zozeer in de landelijke organisatie. Zij zien de meerwaarde wat minder, dat komt soms ook door de afstand.

Conclusie: Interne medewerkers voelen de betrokkenheid lokaal, doordat ze de trots voelen van de beweging en wat lokale professionals en JOGG samen neerzetten. De adviseur geeft aan dat niet alle lokale professionals zich betrokken voelen en denkt dat ze voornamelijk bij de beweging betrokken zijn.

Mening platform

Analyseschema 45 – Vraag 12: Welk doel wilt u met het platform bereiken?

Label	Respondent	Item: doel platform
Vraag-en-antwoordplatform, laagdrempelig, praktisch,	13	Het is denk ik vooral als vraag-en-antwoordplatform. Laagdrempelig je vraag kunnen neerleggen en die vragen kunnen heel divers en praktisch zijn. Dat blijft ook wel de hamvraag: hoe kan je de goede voorbeelden vinden. Dat zou daar ook moeten terugkomen, maar ook dat daar laagdrempeligheid is. Dat iemand op zoek is naar een goed voorbeeld van DrinkWater en dat makkelijk kan vragen.
Informatievoorziening	14	Ik denk informatievoorziening, maar ik denk niet dat je het persoonlijke bereikt. Maar eerder om dingen te bundelen en mensen te voorzien van informatie.
Interactie, meer community vormen, dat mensen in JOGG-teams elkaar makkelijker vinden, landelijk en lokaal, snellere uitwisseling informatie	15	Wat meer interactie, wat meer community vormen. Als de mensen in de JOGG-teams elkaar wat makkelijker zouden vinden en ons ook, van landelijk naar lokaal, als je sneller toegang hebt, snellere informatie en meer informatie. Daar zie ik wel een bijdragen in ja. Meer en snellere uitwisseling van goede informatie. Dat vind ik belangrijk vooral als je als beweging wil groeien en dezelfde gedachtegang uit wil dragen is dat wel de manier om wat minder hiërarchisch en gestructureerd te opereren. Dus niet jullie van lokaal en wij als landelijk, maar je bent een. Dus wij. Dat helpt bij het

		versterken van de beweging en het versterken en groter maken van de beweging.
--	--	---

Conclusie: Het doel van platform moet zijn om interactie mogelijk te maken. Lokale professionals moeten vragen kunnen stellen, antwoorden kunnen krijgen en makkelijk met elkaar in contact komen op het platform. De communicatieprofessional denkt dat het platform niet zou helpen bij het persoonlijker maken van de communicatie, maar dat het middel dient als informatievoorziening.

Wensen en behoeften rondom kennisvoorziening

Analyseschema 46 – Vraag 13: Heeft u op dit moment voldoende kennis om deel te nemen aan een platform en/of een platform te beheren?

Label	Respondent	Item: kennis
Ja, vragen zijn niet anders dan wat we nu doen, alleen ander medium	13	Ja, ik denk dat de vragen die daar gesteld worden niet heel anders zijn dan wat we nu doen. Het is alleen een ander medium.
Nee, training voor nodig, wie zou wat kunnen en willen doen	14	Nee, daar is wel een stuk training voor nodig. Je moet goed kijken wie dat zou kunnen en willen doen. De vraag is ook of we dat vanuit hier doen of we dat extern beleggen.
Ja, we doen niet heel anders dan normaal, verschil is dat we via een platform communiceren	15	Ja, dat denk ik wel. Ik denk dat we op het platform niet veel anders doen dan dat we normaal doen, het enige verschil is dat we via een platform communiceren, in plaats van via de mail. Maar het blijft adviseren en ondersteunen en daar heb ik de kennis voor.

Conclusie: De JOGG-adviseurs denken voldoende kennis te hebben om actief te zijn op het platform, omdat lokale professionals met dezelfde vragen zullen komen als dat ze nu doen. De communicatieprofessional denkt niet voldoende informatie te hebben en denkt dat daar een training voor nodig is.

Analyseschema 47 – Vraag 14: Heeft u ervaring met het monitoren van berichten?

Label	Respondent	Item: berichten monitoren
Niet heel erg, training van communicatiedames nodig, wij hebben inhoudelijke rol, monitoren kan wel weer bij communicatie liggen	13	Niet heel erg. Maar dan hebben we denk wel een training van de communicatiedames nodig. We moeten het er wel met elkaar over hebben, van wat houdt dat monitoren in, wie heeft daar een rol in, wie is verantwoordelijk. Ik kan me voorstellen dat wij als adviseurs over de inhoud een rol hebben, maar het monitoren kan ook wel weer bij communicatie liggen. Dat zie ik daar meer. Daar zie ik wel een scheiding in taken.

Ja, ik denk gelijk aan Meltwater, sentiment weet ik wel, kan altijd beter, basis heb ik, goed als we elkaar ondersteunen, mogen wel externen komen	14	Ja, het zou gek zijn als ik nee zou zeggen. Ik denk dan al gelijk aan een Meltwater. Als je kijkt vanuit signaleringsfunctie of kijkt wie wat voor bericht heeft geplaatst of sentiment, dan weet ik dat wel. Het kan altijd beter, maar ik vind dat ik de basis wel heb. Met elkaar kun je die afstand verkleinen en je moet heel erg kijken naar wie heeft het meeste directe contact. Ik denk dat het dan alleen maar goed is dat we elkaar ondersteunen. Ik denk ook dat je een goede rolverdeling moet maken. En ik denk best dat er externen mogen komen, het is goed dat je kijkt waar ieders expertise ligt en waar kun je het aanvullen. Je moet goede afspraken maken. Maar ik zou het ook goed vinden om dingen uit handen te geven aan externen. Dat vind ik persoonlijk wel lastig, maar dat moet ik wel doen. Maar je moet wel goed kijken wat er ontbreekt en dan moet je expertise in huren, dus dan moet je het wel loslaten.
Technisch gezien niet, wel mijn taak in de regio, misschien wel extra tools voor hebben,	15	Technisch gezien niet, maar nee. Daar zou ik me in moeten verdiepen. Als het over de regio gaat wel. Als een collega of professionals uit die regio iets vraagt of over PPS of een dossier, dan wel. Daar moet wel iemand forummanager zijn. Ik denk wel dat iemand daarvoor opgesteld moet zijn. Ik denk dat we dat nu ook wel kunnen. Als we een vraag krijgen dan haak ik de juiste persoon aan of over mijn regio dan kan ik wel een goed antwoord geven. Ieder kan dat wel goed inschatten, dus dat kan ik wel. Online advies hoort ook bij je rol. Dat zijn geen gescheiden werelden meer ten opzichte van wat er gebeurt in meetings of per telefoon. Moeten we daar extra tools of trainingen voor in handen hebben? Ja misschien wel. In telefonische gesprekken of het schrijven van mails zijn mensen ook getraind of het voeren van advies gesprekken, maar in het monitoren of goed online zaken delen zijn we niet getraind, behalve de collega's van communicatie. Maar ik denk wel dat we daar wat scholing moeten hebben.

Conclusie: Zowel de communicatieadviseurs als de JOGG-adviseurs hebben behoeften aan meer kennis over het monitoren van berichten. Wanneer de communicatieprofessionals voldoende kennis hebben, kunnen zij de adviseurs meenemen in het juist monitoren van berichten. Het monitoren van social media wordt niet direct gezien als de taak van de adviseurs.

Analyseschema 48 – Vraag 15: Weet u hoe u socialmediaresultaten moet meten?

Label	Respondent	Item: socialmediaresultaten meten
Expertise van communicatie	13	Ik denk dat dat de expertise is van communicatie.
Te weinig, zou ik meer kennis van willen	14	Ja, maar te weinig. Dus daar zou ik ook wel meer kennis van willen hebben.
Eerst centraal bijhouden, een verantwoordelijke aanstellen,	15	Nee, ik denk dat je dat in het begin centraal moet doen. Dat je dat even bijhoudt met zijn alle tijdens de pilot. De inhoudelijke verantwoordelijke, zoals de adviseurs, moeten vooral over de inhoudelijke input van het platform gaan, vragen beantwoorden. Iemand zal de verantwoordelijkheid krijgen van het platform, dus daar moet je dat leggen.

Conclusie: Het meten van de resultaten wordt door de JOGG-adviseurs gezien als een taak voor de communicatieafdeling. De communicatieafdeling heeft hier te weinig kennis van. De communicatieafdeling wil meer kennis over het onderwerp en de JOGG-adviseurs niet.

Analyseschema 49 – Vraag 16: Weet u hoe u een contentstrategie moet opstellen?

Label	Respondent	Item: contentstrategie
Expertise van communicatie	13	Ik denk dat dat de expertise is van communicatie.
Kunnen we wel, richtlijnen, vrijheid voor collega's, randvoorwaarden scheppen, delen met de rest van de organisatie	14	Ja, dat kunnen we wel. Maar dat heeft meer met richting geven te maken, we kunnen het ook samen doen, maar je zou kunnen zeggen dat communicatie een soort richtlijnen geeft, maar dat er ook vrijheid is voor collega's en voor de doelgroep. Een soort randvoorwaarden scheppen denk ik eigenlijk. Ja, een soort organisatieverantwoordelijkheid denk ik. Je moet iedereen wel vrij laten, dus je kunt elkaar alleen maar versterken als je iedereen vrij laat in zijn creativiteit. Ja, ik denk dat je dat wel moet delen met de hele organisatie. Je kan wel zeggen als je dit type bericht uitstuurt, dan sla je de plank mis. Ik zie het al een beetje als een soort gedragscode of protocol. Je kan wel zeggen wat werkt wel en wat werkt niet. Als iedereen verantwoordelijk is, dan moet iedereen ook die kennis hebben.
Vanuit communicatie hebben we andere middelen, zij zijn daar meest handig in	15	Ik denk dat we dat vanuit communicatie voor andere middelen ook wel hebben. Zij zijn daar het meest handig in, al dan niet met externen die meer weet over het gebruik van een platform, kunnen zij dat op zich kunnen nemen. Daar hoeft ik geen kennis over, daar zijn andere mensen veel beter in. We hebben voldoende slimme

		mensen in huis die goed weten hoe je dat moet doen. Of je hebt externen nodig.
--	--	--

Conclusie: Het maken van een contentstrategie valt onder de expertise van de afdeling communicatie. Daar is geen scholing voor nodig. De communicatieafdeling moet de contentstrategie delen met de organisatie, zodat iedereen er van op de hoogte is.

Analyseschema 50 – Vraag 17: Weet u hoe u content moet creëren op een deelbare, creatieve en informatieve manier?

Label	Respondent	Item: creatieve, deelbare en informatie content
Wij kunnen berichten posten om het levendig te houden en te prikkelen, poll bijvoorbeeld, om creatief te maken expertise bij communicatie	13	Ik denk dat wij ook wel berichten moeten posten om het levendig te houden en om te prikkelen en bepaalde dingen te stimuleren of bij bepaalde nieuwe ontwikkelingen of nieuwe producten, dat je die onder de aandacht kan brengen. Van hé wat vinden mensen hier van. Een poll bijvoorbeeld. Ja, ik denk wel dat ik mensen kan prikkelen en informatie kan delen via het platform. Maar om het echt creatief te maken denk ik dan dat we de expertise van het communicatieteam wel kunnen gebruiken.
Onvoldoende kennis	14	Het ene bericht wordt meer geliked en gedeeld dan een ander bericht. Dan kun je je afvragen, stoor ik mij daaraan. Als ik het wil delen doe ik dat gewoon, privé dan. Zakelijk is dat anders. Dan heb je doelstellingen. Ik denk dat ik daar onvoldoende kennis van heb.
Denk het wel	15	Ja, ik denk het wel. De vraag is of het op een eenduidige manier wordt. Dat je bijvoorbeeld bij elk bericht twee foto's maakt en zoveel woorden. Dat het een bepaalde structuur heeft. Het is de vraag of dat een vast format wordt of dat iedereen dat op zijn eigen manier doet. Een vast format kan een belemmering zijn om iets te plaatsen. Als het niet gebruiksvriendelijk is dan kan het me wel belemmeren. Het is juist een forum waar je dingen kan posten, dus dan zou dat mij belemmeren. Ik wil wel wat ruimte en eigen creativiteit is ook wel leuk juist. De organisatie is heel goed in vaste formaten maken, dus dat mag wel anders nu. Wat meer creativiteit.

Conclusie: De JOGG-adviseurs kunnen berichten posten om het levendig te houden, maar het posten van creatieve, deelbare content is een expertise van communicatie. Daarin wil het communicatieteam meer kennis op doen. Deze kennis kan het communicatieteam vervolgens delen met de adviseurs.

Analyseschema 51 – Vraag 18: Weet u hoe u op (negatieve) berichten moet reageren?

Label	Respondent	Item: reageren op (negatieve) berichten
-------	------------	---

Wij kunnen berichten posten om het levendig te houden en te prikkelen, denk dat ik het wel kan	13	Ik denk dat wij ook wel berichten moeten posten om het levendig te houden en om te prikkelen en bepaalde dingen te stimuleren of bij bepaalde nieuwe ontwikkelingen of nieuwe producten, dat je die onder de aandacht kan brengen. Van hé wat vinden mensen hier van. Een poll bijvoorbeeld. Maar ik denk dat ik dat wel kan ook. Ik kan nu ook reageren als iemand een vraag heeft, dus dat zal ik op het platform niet anders doen.
Ligt er aan, misschien niet direct antwoord, tijd voor nemen, dan wel	14	Het ligt er een beetje aan. Ik heb misschien meer informatie nodig, stel ik heb niet direct een antwoord dan moet je daar even de tijd voornemen. Dan weet ik wel hoe te reageren, maar dan heb ik wel het juiste antwoord. Je weet wel hoe, maar misschien heb je meer informatie nodig.
Ja, kan er wel mee omgaan, niet gelijk terugvuren en anders hulp vragen	15	Ja, ik kan er wel mee omgaan. Ik zou niet gelijk terug vuren als er iets negatiefs in zit. Een negatieve klant of iets sarcastisch. Ik weet wel hoe ik er mee om moet gaan, maar hoe je dat via social media heel handig doet, daar zou ik even hulp bij vragen. Ook al is het heel negatief, dan zou ik wel reageren en vervolgens even bellen. Zodat je niet online iets gaat uitvechten. Maar als er wel een reactie wordt verwacht kan je daar wel op een gepaste manier reageren, dat zou ik even vragen aan communicatie. En een workshop of iets zou ik ook leerzaam vinden, maar de vraag is of dat echt nodig is. Hebben wij dat als adviseurs nodig of is dat meer voor communicatie, waar dat echt een onderdeel is van hun rol. Kijk, als ik het niet weet dan stap ik naar hun toe om te bespreken wat de beste manier is om te reageren. Dus de vraag is of wij daar als adviseurs voor getraind moeten worden. Ik denk het niet, maar ik sta er niet negatief tegen over.

Conclusie: Er is voldoende kennis in huis om te reageren op berichten, zowel negatief als positief. Wanneer een JOGG-adviseur op een negatief bericht moet reageren vraagt hij de hulp van een communicatieadviseur.

Analyseschema 52 – Vraag 18 (doorvraag): Richtlijnen social media

Label	Respondent	Item: richtlijnen
Geen nieuwe Twitter, indelen op pijlers	3	Ja, dat het geen nieuwe Twitter wordt. Je ziet op Twitter iedereen alles delen. Maar je zou het platform wel kunnen delen op de pijlers. Dat zijn wel belangrijke organisatorische dingen in plaats van leuke activiteitjes. Die zou ik erop zoeken.

Controle van adviseurs, niet iedereen moet alles erop kunnen zetten	7	Ja dat mag gerust. Maar er moet wel controle zijn van de adviseurs. Niet dat iedereen alles erop kan zetten, zodat de plannen wel kloppen. Anders gaat iemand wat creëren, terwijl dat helemaal niet past binnen de richtlijnen. Dus JOGG mag wel een controlerende functie hebben. Maar ik denk ook wel dat ze dat gaan doen. Daar zijn ze professioneel genoeg voor. Ze mogen wel kijken van klopt dat met wat we afgesproken hebben en zo voort.
-	13	-
Samenwerkingsovereenkomst, verwachtingsmanagement, snelheid en je eigen verachtingen, afspraken maken,	14	Ja, het is een beetje een samenwerkingsovereenkomst. Je kan wel zeggen, we verwachten dat je je zo gedraagt. Dat zou ik wel doen. Ja, ik denk dat dat ook onderdeel van die regels moet zijn. Het is ook wat je zelf verwacht. Het heeft met verwachtingsmanagement te nodig. Snelheid en je eigen verwachtingen daarom heen kan wel helpen. Je moet daar wel afspraken over maken. Je kan bijvoorbeeld zeggen binnen drie dagen moet er wel antwoord zijn. Het heeft ook met eigen verwachtingen te maken hebben. Zelf wil ik zo snel mogelijk, dat is in mijn geval niet binnen drie dagen. Het ligt er ook aan hoe hoog heb je die klant zitten, ik denk dat adviseurs wel kunnen zeggen daar ligt nu niet mijn prioriteit. Gewoon een appje zou ook kunnen, naar een algemeen nummer. Het moet passen bij de organisatie, maar je moet ook kijken, wil je iedereen daar onderdeel van uit laten maken. Ik vind het niet gek, het is niet ondenkbaar. Maar als je kijkt naar grote ondernemingen, we zijn een stichting en geen commerciële organisatie. Dus we hoeven dan misschien niet altijd direct bereikbaar te zijn. Je moet ook kijken waar is het, het meest nodig en wie is bereid dat op zich te nemen. 24 /7 zou ik zelf niet willen, maar wel piketdienst. Maar sommige mensen hebben zo'n kennis van iets, dat je het toe kan wijzen. Je kunt ook spreekuur momenten of

		contactmomenten. Dat je dan ook in contact kan komen.
Goed managen, goede content manager, deadlines duidelijk maken	15	Mits het wel goed gemanaged wordt, niet dat er niet gereageerd wordt. Dus je moet daar een content manager voor hebben. Het zou kunnen werken. Het zou interactie kunnen bespoedigen. Uitproberen kan geen kwaad. Zelf lijkt het me ook goed. Ik heb ook wel eens vragen die ik wil delen. Ik denk dat het duidelijk moet zijn of er een deadline is voor het antwoorden en dat je goede groepen moet maken om een scheiding te houden en overzicht te houden. Ik zou zelf ook wel eens een vraag kunnen hebben die ik dan wil stellen of dat ik denk ik ben benieuwd wat mensen vinden.

Conclusie: Niet alleen interne medewerkers vinden dat er richtlijnen moeten zijn voor het platform, maar ook lokale professionals kwamen met dit idee. Er moet controle zijn op wat er allemaal geplaatst wordt op het platform. Daarnaast is verwachtingsmanagement belangrijk, zodat iedereen weet wat hij of zij kan verwachten van het platform. Bijvoorbeeld hoe snel lokale professionals een reactie kunnen verwachten.

Analyseschema 53 – Vraag 19: Weet u hoe u om moet gaan met een mogelijke crisis?

Label	Respondent	Item: crisis
Daar zie ik voor ons wel een rol in, input van en afstemming met Communicatie	13	Uiteindelijk zie ik voor ons daar wel een rol in. Maar de hoe en de verwoording, daar ligt wel een taak voor communicatie. Bijvoorbeeld ook hoe zij nu reageren op negatieve berichten op Twitter, daar heb ik dan wel een beeld bij, maar ik denk dat het heel krachtig is dat we daar een team voor hebben. Wij hebben als adviseurs een relatie met gemeenten, wij kunnen communiceren, maar de input daarvoor moet je wel hebben vanuit een afstemming met communicatie.
Onvoldoende, daarop moet je getraind zijn	14	Onvoldoende denk ik. Daarop moet je ook zo getraind zijn. Je hebt externen nodig en mensen van het MT. De buitenwereld is daarin ook belangrijk en grip daarop hebben heeft ook met informatievoorziening te maken. Stel Marjon doet greep uit de kas, daar zouden we beter op voorbereid kunnen zijn.
Kan ik mee omgaan	15	Ja, daar kan ik wel mee omgaan. In mijn mening moet je dat niet gaan bediscussiëren op zo'n platform, maar met de persoon die dat aanzwengelt in gesprek gaan. Face-to-face. Er zit online vaak veel emotie, waar mensen wat gekke dingen gaan roepen. Iedereen gaat

		haakjes schrijven, dus ik denk dat je het bij de kern aan moet pakken.
--	--	--

Conclusie: Hoewel de JOGG-adviseurs aangeven met een crisis om te kunnen gaan, zegt de communicatieadviseur dat er een getraind persoon ingehuurd moet worden. Om deze reden is het goed om het communicatieteam op een eventuele crisis voor te bereiden en tijdens de crisis een extern persoon in te huren. De JOGG-adviseurs kunnen dan aanhaken op het moment zelf en hoeven hier geen training voor te krijgen

Analyseschema 54 – Vraag 19 (doorvraag): Vind u het belangrijk dat er een risicoplan klaar ligt?

Label	Respondent	Item: risicoplan
Niet nodig, algemeen beleid hoe er wordt gereageerd,	13	Dat klinkt zo zwaar, maar voor mij is dat niet nodig. Nee, maar volgens mij gaat het dan meer om algemene en beleidscommunicatie en dat staat het los van het platform. Het is in algemene zin: hoe wordt hier op gereageerd op negatieve berichtgeving. Ik denk niet dat, dat direct een crisisplan hoeft te zijn, maar we hebben er intern wel een beeld bij hoe je reageert op berichten. Dat pas je dan ook toe. En die visie kan ik wel uitdragen Ja, rondom Twitter weet ik dat wel, maar vooral op een positieve manier mensen toe leiden naar de feitelijke informatie. Verwijzen naar de visie die op onze website staat. Dit is waarvoor wij staan en dit zijn de feiten. En dat is wel goed om via Twitter op die manier uit te dragen en soms ook wel de betreffende personen uit te nodigen en persoonlijk het gesprek aan te gaan.
Ja, voorbereid zijn, kwestie van vertrouwen, iedereen moet er van op de hoogte zijn	14	Ja, we moeten dan wel voorbereid zijn, daar zijn we al beter in. Het is ook een kwestie van vertrouwen. Leuk als er een plan ergens ligt, maar als iemand daar niets vanaf weet dan heb je er niks aan. Maar iedereen moet er dan vanaf weten hoe je daarop reageert. Het plan is wel fijn, dat je een protocol hebt waar je aan vast kan houden.
Weet ik niet, collega's van communicatie aanhaken	15	Weet ik niet. Als er iets gebeurd zou ik ook collega's van communicatie aanhaken om te vragen hoe en wat.

Conclusie: Er hoeft geen crisisplan klaar te liggen, wel is het belangrijk dat de organisatie voorbereid is. Er moet tevens in het contentplan opgenomen worden hoe mensen reageren op negatieve berichten, om crises te voorkomen.

Analyseschema 55 – Vraag 20: Heeft u behoefte aan verdere informatie over het onderhouden van een platform?

Label	Respondent	Item: verdere informatie
Met name intern scherp moeten hebben wat ieders rol en taak en verantwoordelijkheid is	13	Ik denk dat we met name intern wel scherp moeten hebben met elkaar wat ieders rol en taak en verantwoordelijkheid binnen het platform. De rol van de adviseurs en de rol van communicatie. Ik denk dat het goed is om daar aan de voorkant wel helderheid over te hebben. Het helpt wel om succesvol gebruik te maken van je platform. Het wordt altijd wel snel bedacht dat zo'n platform goed is, maar je moet wel nadenken over wat ieders rol dan is.
Misschien meer informatie over onderhouden platform	14	Ik denk dat je alles wel op hebt genoemd. En misschien moeten we meer informatie krijgen over het onderhouden van het platform of daar moet iemand van extern komen die zegt hoe we met het platform om moeten gaan.
Niets wat ik nu kan opnoemen	15	Nee, niet iets wat ik nu kan opnoemen.

Conclusie: Er is behoefte aan informatie over de werking van het platform. Verder moet het voor de interne medewerkers scherp zijn wat de rolverdeling is.

Analyseschema 56 – Vraag 21: In welke vorm zou u informatie willen vergaren? Webinars, colleges, workshops, etc.

Label	Respondent	Item: vorm informatievoorziening
Workshop, richtlijnen niet creatief	13	Een workshop denk ik. Richtlijnen vind ik niet heel creatief klinken.
Online masterclass of e-learning, eigen tijd bepalen	14	Een online masterclass of e-learning. Dan kan je gewoon je eigen tijd bepalen.
Vlog, leuk en leerzaam, praktisch, niet lang duren,	15	Een vlog zou ik wel wat vinden. Dat is heel leuk en leerzaam, er zit iets praktisch in en het hoeft niet lang te duren in plaats van dat je een artikel moet lezen. Je moet verschillende manier aanbieden om mensen te prikkelen. Dus ik zou dat wel leuk vinden. Als het op een positieve manier in een mail wordt geschreven, zoals Karin doet, dan doe ik dat ook wel even. En als je het met een glimlach op je gezicht doet, omdat het een creatieve mail is, dan doe je het wel. Het is wel een beetje verleiden van de boodschap. Ik wil graag dat je dit nog even voor me doet en dan kijk ik dat wel. Een workshop

		zou ook kunnen. Als de organisatie elke dag een beetje beter wil maken, dan moet je daar voor open staan. En dat sta ik ook.
--	--	--

Conclusie: De informatie moet online in videovorm verspreid worden, zodat JOGG-medewerkers kunnen bepalen wanneer ze het bekijken. Dit kan zijn in de vorm van online masterclass, e-learning of een korte vlog. Het is daarbij belangrijk dat de informatie creatief wordt gebracht en het filmpje niet te lang duurt.

Analyseschema 57 – Vraag 21 (doorvraag): Heeft u een voorkeur om deze informatie intern of extern te verkrijgen?

Label	Respondent	Item: intern of extern
Ligt aan of communicatieteam expertise heeft en voldoende kennis	13	Ja, dat ligt eraan of het communicatieteam zelf de expertise heeft en denkt voldoende kennis te hebben om ons te helpen. Ik denk dat ze dat prima kunnen, maar dat is voor hen om te bepalen.
Extern iemand nodig die uitlegt hoe alles werkt en blijven ontwikkelen	14	Ja, je hebt wel extern iemand nodig die vertelt hoe het platform werkt. Je moet die verhouding zien, ga je iets er naast zetten of kan het in het systeem waar we al zicht op hebben. Je moet wel kijken wat hebben we al en waar kunnen we gebruik van maken. Maar je hebt wel extern iemand nodig die uitlegt hoe het werkt. Maar je moet dan ook wel blijven mee ontwikkelen, dus dat is ook belangrijk.
Vanuit andere communicatiemiddelen hebben we dat wel, geen kennis over, voldoende slimme mensen hier of anders externen	15	Ik denk dat we dat vanuit communicatie voor andere middelen ook wel hebben. Zij zijn daar het meest handig in, al dan niet met externen die meer weet over het gebruik van een platform, kunnen zij dat op zich kunnen nemen. Daar hoef ik geen kennis over, daar zijn andere mensen veel beter in. We hebben voldoende slimme mensen in huis die goed weten hoe je dat moet doen. Of je hebt externen nodig.

Conclusie: De adviseurs geven aan dat deze voorkeur afhankelijk is van de voorkeur van het communicatieteam, omdat het ervan afhangt of het communicatieteam zelf de expertise in huis heeft. Vanuit communicatie is er een voorkeur om de informatie extern te halen. Deze informatie kan vanuit het communicatieteam verspreid worden door de organisatie.

Wensen en behoeften sturing

Analyseschema 58 – Vraag 22: Vindt u het belangrijk dat fase twee op fase drie langzaam verloopt binnen de organisatie?

Label	Respondent	Item: overgang fase twee op drie
-------	------------	----------------------------------

Wensen en behoeften is belangrijk, eerst moet ik dat weten, voor we de stappen doorlopen	13	Zoals ik hem zie kijk jij vast naar de wensen en behoeften en wij kunnen daar als adviseur wel een beeld bij hebben. Maar het moet ook een platform zijn voor de gemeenten, wat willen zij eruit halen. Dus ik zou wel graag willen weten wat de doelgroep wil. Ik ben nog wel een stap daarvoor. Ik heb nog geen antwoord hoe het medium gaat zijn wat we nodig hebben. Eerst moet ik zeker weten dat het van toegevoegde waarden gaat zijn aan wat we nu al doen. Maar ik denk wel als je die stappen langzaam doorloopt, dat je met elkaar vertrouwen krijgt in het middel en de gemeenten goed van dienst kan zijn.
Nee, mits regels en uitgangspunten helder	14	Als je regels hebt en uitgangspunten voor iedereen, dan is dat niet eng. Je wil in contact staan met, dus moet je bereid zijn om dat te doen. Ik denk wel dat je dan de juiste middelen nodig hebt om het gesprek aan te gaan. Je wilt het toch goed doen en iedereen moet weten waar hij of zij aan toe is.
Ja, belangrijk, overal goed over nadenken, rollen verdelen, vertrouwd met het platform en actief blijven	15	Ja, ik denk dat het belangrijk is dat we niet zomaar een platform moeten beginnen, maar over al goed over na moeten denken. Iedereen moet weten wat zijn rol is en wat er moet gebeuren op het platform, zodat het direct ook echt loopt en mensen vanaf dag een vertrouwd zijn met het platform en actief blijven. Het is denk zeker belangrijk om langzaam die stap te zetten om te zorgen dat iedereen er achter staat. Zo krijg je ook vertrouwen van je medewerkers en durf je ook het gesprek aan te gaan.

Conclusie: Het is voor de werknemers belangrijk om vertrouwd te raken met het platform, de wensen en behoeften van de doelgroep in kaart te brengen, regels en uitgangspunten op te stellen en rollen te verdelen, voordat de organisatie overgaat op fase drie door actief het gesprek aan te gaan met lokale professionals op een interactief platform.

Analyseschema 59 – Vraag 23: In hoeverre vindt u dat u verantwoordelijk bent voor het onderhouden van het platform?

Label	Respondent	Item: verantwoordelijkheid platform
Invloed uitoefenen programmteam, MT geen goed zicht, ondersteunend aan de JOGG-aanpak	13	Nee, in die zin zie ik het platform als onderdeel van de JOGG-aanpak en daar is het team van adviseurs en het programmteam verantwoordelijk voor. Ik denk dat wij daar eerder invloed op moeten uitoefenen dan het MT. Het MT heeft daar minder goed zicht op, dus dan denk ik dat de verantwoordelijkheid bij ons ligt, omdat het heel ondersteunend is aan de JOGG-aanpak. Het omvat

		niet de hele organisatie, maar echt de JOGG-aanpak. Dus dan vind ik dat de aansturing van het platform bij ons ligt.
Ligt bij communicatie, eind verantwoording, niet uitvoer, wij geven sturing	14	Ja, dat vind ik wel. Niet ik als persoon, maar het ligt wel bij communicatie. Eind verantwoording, niet in de uitvoer. Communicatie bepaald kun je zeggen, wij geven sturing, maar niet per se de uitvoering. En de berichtgeving, daar kan de verantwoordelijkheid in verschuiven. Dat kan een collega prima als je ze zou trainen.
Antwoorden vragen regio	15	Wij hebben natuurlijk een goede verdeling of inrichting voor gemeenten. Per gemeenten in een bepaalde regio is een adviseur gekoppeld. Je zou de adviseur in de lead kunnen houden voor het monitoren van een bepaalde vraag uit een regio of iets met een thema. Als het gaat om PPS dat collega's die daarover gaan een melding krijgen, zodat mensen daar wel een antwoord op krijgen. Of een communicatievraag die bij het team communicatie terecht komt. Niet alleen maar vragen schieten, dan wordt het een vergaarbak van vragen, maar ik denk dat dan wel meerwaarde kan hebben. Nu als er een vraag komt in een algemene mailbox komt hij ook bij de goede persoon terecht, dus dat zou daar ook voor gelden. Dat weten we dan ook naar wie welke vraag moet. Dus dat komt wel goed.

Conclusie: Het programmateam moeten sturing geven aan het platform, omdat het platform ondersteunend is aan de JOGG-aanpak. De adviseurs geven antwoorden op vragen uit de regio, omdat dit aansluit bij hun huidige werkzaamheden. Daarnaast ligt de eindverantwoordelijkheid bij het communicatieteam en ziet het team zichzelf niet als verantwoordelijke voor de uitvoer.

Analyseschema 60 – Vraag 24: Hoe zou u de rolverdeling willen indelen? Hoe strak moet deze zijn?

Label	Respondent	Item: rolverdeling
Intern scherp hebben wat ieders rol en taak en verantwoordelijkheid is	13	Ik denk dat we met name intern wel scherp moeten hebben met elkaar wat ieders rol en taak en verantwoordelijkheid binnen het platform is. De rol van de adviseurs en de rol van communicatie. Ik denk dat het goed is om daar aan de voorkant wel helderheid over te hebben. Het helpt wel om succesvol gebruik te maken van je platform. Het wordt altijd

		wel snel bedacht dat zo'n platform goed is, maar je moet wel nadenken over wat ieders rol dan is.
Ja, bepaalde expertise in het team, wil weten waarvoor je bij iemand kan aankloppen, structuur houden	14	Ja, je hebt bepaalde expertise in het team en je wilt weten waarvoor je bij iemand aan kan kloppen. Dat voelt wel logisch. Je moet wel een beetje structuur houden en dat in het belang van degene met wie in je in contact staat.
Niet zo erg, handig met groter worden organisatie, moet duidelijk zijn,	15	Ik vind het zelf niet zo erg, maar met het groter worden van de organisatie is het wel handig dat we dat afspreken met een vraag. Dat iemand die daar het beste antwoord over kunnen geven daar ook echt antwoord op geven. Het hoeft niet helemaal vast te liggen, maar wel dat het duidelijk is. Dat is nu natuurlijk niet anders voor andere vraagstukken. Als andere vragen uit het land komen dan schuiven we die ook door naar de juiste persoon.

Conclusie: Er moet duidelijk zijn wat de rollen zijn van iedereen in de organisatie, zodat mensen weten waarvoor je bij iemand kan aankloppen en de organisatie structuur kan houden. Ook groeit de organisatie, waardoor de rollen duidelijk moeten zijn.

Analyseschema 61 – Vraag 25: Heeft u behoefte aan informatie van bovenaf om dit goed te kunnen uitvoeren?

Label	Respondent	Item: informatie van bovenaf
Programmateam	13	Nee, in die zin zie ik het platform als onderdeel van de JOGG-aanpak en daar is het team van adviseurs en het programmateam verantwoordelijk voor. Ik denk dat wij daar eerder invloed op moeten uitoefenen dan het MT. Het MT heeft daar minder goed zicht op, dus dan denk ik dat de verantwoordelijkheid bij ons ligt, omdat het heel ondersteunend is aan de JOGG-aanpak. Het omvat niet de hele organisatie, maar echt de JOGG-aanpak. Dus dan vind ik dat bij ons liggen.
-	14	-
-	15	-

(Deze vraag is niet voldoende beantwoordt, waardoor deze niet relevant is voor het onderzoek)

Conclusie: Nee, de informatie en controle mag meer vanuit het programmateam komen dan van bovenaf.

Analyseschema 62 – Vraag 26 en 27: Vindt u het belangrijk om vertrouwen te krijgen van de organisatie? En hoe wilt u dit vertrouwen krijgen?

Label	Respondent	Item: vertrouwen
Ja, heb ik ook wel, platte organisatie, je hebt ruimte, en ze geloven dat je de kennis en expertise hebt	13	Ja, dat heb ik ook wel. Dat vind ik gewoon hier, dat zit heel erg in de organisatie. Het is een platte organisatie waar je eigen initiatieven kan nemen. Net als het platform. Hier je hebt de ruimte om het te doen en dat je daar de kennis en expertise voor hebt, daar geloven ze wel in. En als je het goed onderbouwt dan zullen ze er zeker wat in zien.
Ja zeker, zijn voor vernieuwing, ruimte voor ontwikkelingen en nieuwe ideeën	14	Ja zeker, sowieso zijn we wel voor vernieuwing. Dat komt ook doordat de organisatie een groei maakt. Maar mensen hebben ruimte voor ontwikkelingen en nieuwe ideeën. Als creativiteit genoeg onderbouwt is en je kan dat neerleggen bij het MT, die ruimte is er zeker. Ja, dat denk ik wel. Als je vanuit de organisatie het vertrouwen krijgt, dan kun je je werk goed doen. Goede inschatting op kennis, ervaring, dus iets goed uit kunnen voeren. Dus meer van: diegene kan je die rol wel geven. Dus het kan ook zijn dat iets bij een persoon niet neergelegd wordt. En vertrouwen zit ook in loslaten, dus als er crisis is, dan weet je ons te vinden en tot die tijd mag je het zelf doen. Ja, je krijgt de ruimte voor nieuwe projecten en vrijheid heb je. Dus dat voel ik wel.
Ja, wordt veel gegeven	15	Ja, ik denk dat dat veel gegeven wordt. Er is veel vertrouwen onderling tussen collega's. Op de manier dat je invulling kan geven aan je eigen rol, dan vind ik dat er veel vertrouwen is. Ook de in en uitloop hier. Of ik hier nu elke dag ben of dat ik hier nooit ben, dat maakt werkelijk niet uit, omdat ze vertrouwen in me hebben. Dat vind ik heel positief. Ja zeker. Als er iets is dat helpt om de beweging te versterken, zodat wij sneller en effectiever 1 miljoen kinderen bereiken en overgewicht laten dalen en gezonde kinderen te laten realiseren. Als dat helpt, moeten we het platform in zetten. Er is veel verandering binnen de organisatie, om het doel te bereiken en daar moet je tegen kunnen. Maar dat vind ik wel fijn.

Conclusie: Vanuit de organisatie is er veel vertrouwen in de medewerkers. Dat voelen ze door het geloof in de kennis en expertise die de medewerkers krijgen om iets uit te voeren en de ruimte voor vernieuwing. De respondenten vinden dit allen ook belangrijk.

Analyseschema 63 – Vraag 28: Vindt u risicobeheersing de verantwoordelijkheid van het management?

Label	Respondent	Item: risicobeheersing
-------	------------	------------------------

-	13	-
Ja, ook communicatieteam	14	Ja, maar ook van het communicatieteam. Je moet gewoon goed voorbereid zijn.
Mix management en communicatieteam, communicatie moet bedenken en management misschien uitdragen	15	Ik denk eerder dat dat een mix is tussen het management en het communicatieteam. Communicatie zal het moeten bedenken en het management misschien wel uitdragen. Dus ik denk een mengeling.

Conclusie: Zowel het management als communicatie moeten de organisatie van risicobeheersing voorzien, omdat communicatie de risicobeheersing bedenkt en het management dit waarschijnlijk moet uitvoeren.

Analyseschema 64 – Vraag 30: Welke functies van het platform vindt u een vereiste?

Label	Respondent	Item: functies platform
Zoekfunctie, goed gedocumenteerd, zodat alles goed vindbaar is	13	De zoekfunctie. Alles moet goed gedocumenteerd zijn en goed vindbaar zijn. Ik vind dat de huidige wiki, daar kun je een goede slag in maken door alles beter te taggen. Daar zijn gemeenten heel erg mee geholpen. Maar er ligt veel hoop op jouw onderzoek, wat mist men nu nog op de wiki of in andere communicatie, waar wij wel in kunnen ondersteunen.
Gemak, laagdrempeligheid, contactmomenten moeten zo minmogelijk tijd kosten intern en extern, bij primaire behoefte passen, zo uitgebreid maken als je zelf wil	14	Het gemak. Laagdrempeligheid bedoel ik daarmee. Gemak in gebruik, dus een bestaand platform is dan fijn. Je weet hoe je dat moet gebruiken en het moet gemakkelijk zijn in bereik. Contactmomenten en het moet zo minmogelijk tijd kosten. Het liefst intern en extern. Ook voor intern en voor de eindverantwoordelijke. Maar zeker ook voor de doelgroep, zodat je hen makkelijk bindt en ze er makkelijk komen. Dat zie ik als laagdrempelig. Volgens mij kun je dat zo uitgebreid maken als je wil. Het moet bij de primaire behoefte van de doelgroep passen. Het is wel fijn dat je weet je dat je misschien later nog functies kan toepassen. Je moet makkelijk dingen kunnen vinden en delen. En los van Skype moet je dat integreren of kun je dat niet gewoon los gebruiken. Als het heel groot wordt kan het ook afschrikken in gebruik.
Categorieën, actief, goed nadenken wat we willen bereiken	15	Er moeten categorieën inzitten en daar moeten we over nadenken. Een soort marktplaats met categorieën. Bijvoorbeeld een nice-to-have-categorie, vragen waar je snel antwoord op wil, vragen vanuit landelijk JOGG of lokaal JOGG

		of een partner. Of dat je kan in zien hoe veel mensen dingen gelezen hebben. Als maar zes mensen iets gelezen hebben, dan is dat nogal teleurstellend. Dus we moeten goed nadenken wat we willen bereiken.
--	--	--

Conclusie: Het platform moet laagdrempelig zijn voor zowel de interne medewerkers als lokale professionals en aansluiten bij de primaire behoeften van de doelgroep. Daarnaast moet het platform gecategoriseerd zijn, zodat alles goed vindbaar is, moet het weinig tijd kosten en moet de organisatie goed nadenken wat ze willen bereiken.

Extra vragen over toonmateriaal

Topic guide lokale professionals

Analyseschema 65 – Vraag 35: Wat vindt u van bericht 1? Vindt u dit bericht informatief, creatief en/of deelbaar? Zou u onder dit bericht reageren, het bericht liken of delen?

Label	Respondent	Item: bericht 1
Informatief, belangrijk om te weten, vraag onder stellen, voorkeur eerste bericht.	1	Nou ik vind alle berichten wel interessant. Ik denk dat ik bericht 1 wel informatief vind. Het is voor ons wel belangrijk te weten wat voor rol grote commerciële bedrijven hebben binnen JOGG. Wij moeten dat toch weer door communiceren naar het draagvlak binnen de gemeente. Anders krijg je allerlei vragen van mensen die niet snappen dat Coca-Cola helpt bij het tegengaan van overgewicht bij jongeren. Wat ook logisch is. Dat moet je goed uitleggen. Ik denk bericht 1 wel. Dat vind ik wel een interessante. Als ik na het lezen van het artikel nog vragen heb, zou ik die er misschien wel onder stellen. Of Lisa opbellen.
Niet heel interessant, ik weet dat allemaal wel.	2	Ja, wat vind ik ervan. Niet heel interessant. Niet per se voor mij bedoel ik dan. Bericht 1 is wel goed om te weten, maar ook denk ik meer voor de buitenwereld. Dat JOGG kan verantwoorden waarom ze samen werken met Coca-Cola. Dat is ook wel goed. Maar niet zozeer op mij gericht. Ik weet dat allemaal wel.
Bericht 1 interessant, artikel lezen, geen lang artikel zijn, ik zou het delen of liken	3	Oké, duidelijk. Even kijken. Bericht 1 gaat over Coca-Cola zie ik. Ja, dat vind ik altijd wel interessant. Mensen blijven kritisch over dit soort samenwerkingen. Dat is ook juist heel goed, maar hiervoor moeten we wel op scherp staan. Dus ik denk dat dit soort berichten wel goed zijn om te delen. Maar ja, of ik het dan zou liken of delen? Ik zou het artikel wel lezen, maar dan moet het geen heel lang artikel zijn. En als dat aanspreekt, ja dan zou ik het misschien wel delen of liken. Ik zou het wel delen als ik denk

		hé, dit is voor die van belang of die had daar pas een vraag over. Dan zou ik dat zeker doen.
Interessant, partners belangrijk, artikel niet lezen, duurt te lang, liken.	4	Ja wel interessant. Partners zijn heel belangrijk, dus dit is goed om te weten. Ik denk dat ik het artikel niet zou lezen, dat duurt me te lang. Nee, ik denk het niet. Ja of ik moet echt een dringende vraag hebben. Maar ik denk het niet. Daar ben ik meestal niet zo van. Liken doe ik nog wel eens. Dus dit zou ik dan misschien wel liken.
Informatief, liken.	5	Bericht 1 vind ik wel informatief. Coca-Cola werkt samen, ja ik weet eigenlijk ook niet zo goed wat ik daarvan vind. Het is belangrijk natuurlijk en brengt geld in het laatje. Maar ja echt betrouwbaar klinkt het niet. Dus ik snap best dat mensen daar twijfels bij hebben. Dan is het denk ik wel goed om zo'n bericht te delen met uitleg. En vragen kun je er dan natuurlijk onder stellen. Dan moet iemand natuurlijk wel goed kunnen antwoorden. Niet dat het een hele discussie wordt, dat vind ik ook weer niks. Als ik ze heb wel. Maar die heb ik nu niet, dus dan zou ik het niet doen. Ik vind het trouwens wel goed dat ze dit soort berichten delen. Dus ik zou het misschien wel leuk vinden. Liken.
-	6	-
Interessant, transparant, mooi, liken.	7	Ik vind dit bericht wel interessant. Het bedrijfsleven is belangrijk om doelen te behalen. Dat zien we hier in de gemeente ook. Zonder commerciële bedrijven krijgen we niks voor elkaar, want we hebben toch sponsors nodig. Met Coca-Cola bereik je ook meteen wel een groot publiek. Dus dit is zeker wel interessant. Ik vind het ook goed dat JOGG zo transparant is. Ze staan toch altijd wel sterk in hun schoenen en weten uit te leggen waarom ze doen wat ze doen. Dus dat is mooi. Maar ja zou ik dit liken of delen? Ik denk wel liken. Ik vind het een prima bericht.
-	8	-
Goed bericht, artikel lezen, interessant, hoe pak je dit lokaal aan dan liken, delen of eronder reageren.	9	Ja dit vind ik wel een goed bericht. Over Coca-Cola. Ik denk ook dat ik het artikel erbij wel zou lezen. Heb ik nu niet gedaan. Maar ik vind het wel interessant. Want ik weet natuurlijk dat we met grote commerciële partners samen werken. En die kunnen wij lokaal ook inzetten. Dus dat is zeker wel interessant. Ik zou alleen dan nog wat meer willen zien hoe dit van invloed is op ons lokaal. Dus niet zozeer heel algemeen, maar meer van samenwerken met Coca-Cola, hoe pak je dit lokaal aan. Ja als ik het zou zien en

		ik denk daar heb ik wat aan, dan zou ik dat wel liken, delen of eronder reageren.
Niet heel interessant, informatief, voorbij scrollen	10	Ja, even kijken. Bericht 1. Ja, ik vind het wel een oké bericht. Niet heel interessant voor ons lokaal. Daarmee bedoel ik dat het niet iets is wat ik lokaal kan inzetten. Maar ik denk wel dat het informatief is. Goed om te weten. Nee ik denk het niet. Ik zou het lezen en er dan voorbij scrollen.
-	11	-
Bericht 1, interessant, mooi voorbeeld, lezen, leuk vinden, reageren bij vragen, adviseur bellen.	12	Ja, bericht 1. Even kijken. Coca-Cola. Ja ik vind dit altijd wel interessant. Het bedrijfsleven blijft een gevoelig puntje. En dan vooral Coca-Cola. Maar wel een mooi voorbeeld. Interessant wel ook. Het is toch belangrijk dat wij als lokale professionals hiervan op de hoogte zijn. Dus ik denk wel dat ik dit zou lezen. En misschien ook wel leuk zou vinden. Mocht ik vragen hebben zou ik reageren, maar ik denk het niet. Misschien dat ik dan mijn adviseur bel ook.

Conclusie: De respondenten vinden het bericht interessant, omdat het informatie bevat over partners en samenwerkingen. Zij geven aan dat dit interessant is om te weten en het bericht te liken en bij vragen onder het bericht te reageren of te bellen. Te concluderen is dat lokale professionals actie ondernemen na het zien van dit bericht.

Analyseschema 66 – Vraag 36: Wat vindt u van berichten 2 en 3? Welk bericht heeft uw voorkeur? Zou u onder deze berichten reageren, de berichten liken of delen?

Label	Respondent	Item: berichten 2 en 3
Leuk, concrete informatie, allebei leuk geschreven, scrol door.	1	Bericht 2 vind ik ook wel leuk. Een bericht over wat er gebeurt in een JOGG-gemeente. Maar toch zou dit mij niet zo interesseren. Ja leuk dat ze dat daar doen. Maar ik wil concrete informatie, iets waar ik hier in Limburg ook wat aan heb. Ja, ik denk het wel. Even kijken. Ja ik zie twee berichten. Maar ik denk dat ik ze allebei wel leuk geschreven vind. Ik heb wel de voorkeur naar die eerste. Die is wat korter. Leuk al die details, maar die hoef ik allemaal niet te weten. Onder bericht 2 denk ik niet. Dat is zo iets algemeen. Dan denk ik ja leuk en scrol ik weer door.
Bijna hetzelfde, leuk, kern weten, niet interessant genoeg, stappenplan, meer	2	Bericht 2 en 3 zijn bijna hetzelfde zie ik. Ja dat tweede bericht hiervan is met wat meer details. Is denk ik wel leuk voor op social media. Maar mijn voorkeur gaat uit naar korte berichten. Ik wil altijd gewoon de kern van het verhaal weten. Nee, ik denk het niet. Ik denk dat ik de berichten daarvoor niet interessant genoeg

concreet, dan bericht sturen of bellen.		vind. Ja, dan denk ik berichten waar ik echt wat aan heb. Dus gemeente Groningen, ik zeg maar wat, heeft een drinkwaterspel opgezet voorop basisscholen met goed resultaat. Hier is het stappenplan en als je vragen hebt neem contact met hem op. Ik denk iets meer iets concreets. Ja, dat zou ik wel liken denk ik. Als ik het zie dan. Ik hou dat waarschijnlijk niet de hele dag in de gaten. Maar als ik het zie en ik vind het een leuk plan, dan zou ik denk ik die persoon ook wel een bericht sturen. Of even bellen. Dat is dan nog sneller denk ik.
Tweede spreekt meer tot de verbeelding, liken.	3	Dit vind ik wel creatief ja. Die tweede is leuk geschreven, ik zie het gelijk helemaal voor me. Maar of het echt veel meer toegevoegde waarde heeft. Misschien ook wel, het maakt het wel leuker om te lezen. Ja, ik denk het wel. Dit spreekt meer tot de verbeelding, dus dat zou ik wel liken.
Interessant, partners belangrijk, artikel niet lezen, duurt te lang, liken, bericht twee liken, bericht delen om draagvlak te creëren en liken.	4	Ja wel interessant. Partners zijn heel belangrijk, dus dit is goed om te weten. Ik denk dat ik het artikel niet zou lezen, dat duurt me te lang. Nee, ik denk het niet. Ja of ik moet echt een dringende vraag hebben. Maar ik denk het niet. Daar ben ik meestal niet zo van. Liken doe ik nog wel eens. Dus dit zou ik dan misschien wel liken. Bericht twee is ook prima toch. Ja ik zou het wel leuk vinden, de gemeente is goed bezig. Ik vind dit soort berichten altijd wel leuk om te zien. Jammer dat onze gemeente niet vaak wordt genoemd. Dat zou natuurlijk wel leuk zijn, dat je zelf ook eens zo'n berichtje krijgt en dat JOGG laat zien dat ze weten wat je doet. Maar ja, iedere gemeente is anders natuurlijk. Ja, ik zou het liken. Wat ik zeg het is een leuk bericht. Ja, dat vind ik een heel goed filmpje. Het laat goed zien dat de omgeving van invloed is op de volksgezondheid. Helemaal binnen de gemeente is dat dan belangrijk om te laten zien. Dus ik zou dit bericht delen denk ik. En ook wel leuk vinden. Het bericht laat gewoon goed zien waarom JOGG belangrijk is. Dus voor mij is dat van belang om te delen binnen de gemeente. Dan creëer je draagvlak.
Leuk geschreven, creatief, niet op platform, meer informatie.	5	Ah, de rode kinderhoofdjes. Ja leuk geschreven! Creatief, daar hou ik wel van. Dit zou ik ook wel leuk vinden. Maar of ik hier nou direct iets aan heb. Dat weet ik niet. Als het echt een bericht is voor op het platform, dan zou ik dit er niet opzetten. Eerder berichten die wat meer informatie omvatten, waar wij echt mee kunnen werken. Een volgende is natuurlijk of ik het ook echt lees

		als het erop staat. Ik moet dan natuurlijk wel eerst het platform bezoeken. Maar goed, daar hebben we het toen ook al over gehad.
-	6	-
Leuk, positief, motiveert anderen, leuk vinden.	7	Dat tweede bericht vind ik erg leuk geschreven. Lekker positief, daar hou ik wel van. Een mooi voorbeeld ook van de gemeente. Dat motiveert denk ik andere gemeenten ook. Dus ik zou dit zeker wel leuk vinden. Ik vind ook dat op het platform een positieve sfeer moet hangen. Dus dit soort berichten zijn dan erg leuk om te lezen.
-	8	-
Leuk, wat kan ik hier mee, moet concreet.	9	Ja, leuk geschreven. Ik vind dit wel leuk om te lezen. Ook dat het in de gemeente Roosendaal is, dat scheelt ook weer. Kijk als het in Amsterdam is, dan denk ik ja leuk grote gemeente. Dat kan ik hier lokaal niet. Roosendaal is dan weer net wat kleiner denk ik. Dus dat vind ik dan wel leuk, dat ze dit soort dingen doen. Maar ja dan nogmaals, wat kan ik hiermee. Ze moeten het wel concreet op mij richten denk ik dan. Ja, misschien wel. Misschien om de regisseur te benaderen, van hoe heeft die dit gedaan en kan ik dit ook doen. Maar alleen als ik echt denk dat ik er iets aan heb.
Kan hier niet direct iets mee, niks mee doen, te algemeen.	10	Ja, leuk. Maar dit soort berichten staan ook in de JOGG-update. Ik kan hier niet direct iets mee, dus ja vind ik het dan echt interessant. Ik weet het niet. Ik zou hier denk ook niks mee doen. Het is iets te algemeen. Als ze nu een mooi plan neerleggen, daar kan ik wat mee. Maar ik heb het idee dat ik dat in het interview toen ook al heb gezegd.
-	11	-
Leuk geschreven, liken, meer concreet voorkeur	12	Even kijken. Ja leuke berichtjes. Die tweede vind ik wel leuk geschreven. Die zou ik wel liken. De eerste eigenlijk ook wel. Die is wat meer concreet. Misschien dat daar toch wat meer mijn voorkeur naar uit zou gaan.

Conclusie: Voorbeeldberichten 2 en 3 spreken de respondenten aan, omdat deze leuk zijn geschreven. Enkele respondenten zouden bij het zien van deze berichten de berichten liken. Echter, de voorbeelden zijn niet concreet genoeg voor lokale professionals. Zij geven aan weinig te hebben aan de informatie, waardoor ze er voorbij scrollen. Ook heeft het eerste bericht de voorkeur, omdat dit bericht concreter is. Te concluderen is dat niet alle lokale professionals actie ondernemen na het zien van dit bericht. De informatie moet meer concreter zijn.

Analyseschema 67 – Vraag 37: Wat vindt u van bericht 4? Vindt u dit bericht informatief, creatief en/of deelbaar? Zou u onder dit bericht reageren, het bericht liken of delen?

Label	Respondent	Item: bericht 4
Interessant, meer voor de buitenwereld, van belang is binnen de gemeente, delen.	1	Ja, interessant. Kijk, misschien is dit meer iets voor de buitenwereld. Ik weet natuurlijk dat de omgeving een belangrijke rol speelt in de gezondheid van kinderen. Ik bedoel daar ben ik een groot gedeelte van de week mee bezig. Qua beleidsniveau dan. Maar ik denk dat dit filmpje van belang is voor mensen binnen de gemeente. Die het nog niet helemaal snappen dat het zo werkt. Misschien ook om scholen over te halen zo'n vignet te halen. Ja, ik zou het wel delen binnen de gemeente ja.
Leuk, niet gericht op mij, doorsturen, ik ben niet de doelgroep, mijn doelgroep wel, mooie manier om in contact te komen.	2	Ja leuk, denk ik dan. Maar ook weer niet heel gericht op mij. Wel handig om te weten denk ik. Ik zou het misschien wel weer doorsturen naar mensen met vragen of delen op social media zelf. Omdat ik denk dat ik er niet heel erg de doelgroep van ben, maar mijn doelgroep dat wel is. Dus scholen en commerciële bedrijven binnen de gemeente. Is ook weer een mooie manier om met ze in contact te komen. Dat ik dan zeg, goh heb je dit al gezien en wie weet komt daar weer wat moois uit voort.
Delen, wat ik doe is goed, onderbouwing JOGG, liken, animatie pakkend.	3	Bericht drie vind ik goed om te delen binnen de gemeente. Dit laat eigenlijk zien dat wat ik doe ook goed is. Het bericht is dus een goede onderbouwing dat JOGG werkt en belangrijk is voor de volksgezondheid. Dus dit bericht vind ik wel goed. Ik zou dit ook wel liken. Ik vind het trouwens ook wel leuk dat het een animatiefilmpje is. Dat vind ik altijd wel pakkend.
Goed filmpje, delen, laat zien waarom JOGG belangrijk is, draagvlak.	4	Ja, dat vind ik een heel goed filmpje. Het laat goed zien dat de omgeving van invloed is op de volksgezondheid. Helemaal binnen de gemeente is dat dan belangrijk om te laten zien. Dus ik zou dit bericht delen denk ik. En ook wel leuk vinden. Het bericht laat gewoon goed zien waarom JOGG belangrijk is. Dus voor mij is dat van belang om te delen binnen de gemeente. Dan creëer je draagvlak.
Animatie leuk, goede boodschap, delen binnen GGD, interessant.	5	Ja, ik ga het even kijken. Leuk zo met die animaties. Dat vind ik altijd heel duidelijk. Ja dit is een filmpje van het ministerie natuurlijk. Maar wel een goede boodschap. Ook met die vergrijzing en werkdruk. Wij richten ons in de gemeente natuurlijk

		niet alleen op jongeren, maar ook op ouderen. Dus dit dekt voor ons bijvoorbeeld goed te lading. Ik zou dit filmpje ook wel delen met collega's van de GGD. Ik werk natuurlijk eigenlijk bij de GGD en doe dit ernaast. Dus dan zou ik dit wel interessant vinden om te delen met ze. Het laat goed zien dat het van belang is wat we doen. Dus een stukje waardering, dat is wel fijn.
-	6	-
Informatief, goed om te weten, buitenwereld, leuk vinden.	7	Bericht 3 is ja informatief. Goed om te weten. Maar dat wisten we natuurlijk bij JOGG al lang. Het is denk meer gericht op de buitenwereld. Voor hen is dit goed om te weten. Dat we allemaal invloed hebben op de volksgezondheid. Ook voor ouderen. Niet alleen voor kinderen. Ja ik denk het wel. Moet ik het natuurlijk wel gelezen hebben. Maar dan zou ik het wel leuk vinden.
-	8	-
Interessant, leuk, leuk vinden.	9	Ja, ik had het filmpje al even bekeken. Wel interessant om te zien. Ook leuk dat ze zeggen dat die omgevingen zo'n grote invloed hebben. Dat is toch uiteindelijk wat ik in de praktijk breng. Dus dat vind ik wel heel leuk. Dit zou ik denk ik wel leuk vinden.
Oké, leuk filmpje, draagvlak voor JOGG, liken, niet voor dit soort berichten naar het platform, eerder concretere berichten.	10	Bericht 3 vind ik ook wel oké. Leuk filmpje. Gemaakt door het ministerie zie ik. Ja voor JOGG handig, want het creëert draagvlak. Het benadrukt natuurlijk het belang van de omgeving. Dus dat is wel mooi. Zou ik dit liken? Ja misschien wel. Als ik het zou zien, dan zou ik het liken. Maar voor dit soort berichten zou ik niet naar het platform komen. Dan wil ik eerder concrete berichten zien met plannen.
-	11	-
Delen, belang laten zien van de omgeving, mooi bericht, wij ook gelijk op de hoogte.	12	Ik denk dat ik dit bericht wel zou delen. Binnen de gemeente en met sportcoaches. Om het belang te laten zien van die invloed van de omgeving. Dat is ook echt wel belangrijk. Ja ik vind dit wel een mooi bericht. Het is ook mooi als JOGG dit deelt, zij hebben natuurlijk meer contact met het ministerie dan wij. Dus dan zijn wij er ook gelijk van op de hoogte!

Conclusie: Het vierde bericht willen lokale professionals delen met de buitenwereld, om draagvlak te creëren. Het bericht is niet zo zeer van belang voor hen, maar wel voor hun eigen doelgroep. De respondenten willen bij het zien van dit bericht het bericht ook liken.