

Verantwoordingsdocument

kaliber

kunstenschool

Student

Dan Dezijn (452047)

Afstudeerbegeleider

Susanne Wormgoor

Tweede beoordelaar

Janneke Blenke

Bedrijf

Kaliber Kunstenschool
Willem Wilminkplein 1
7511 PG Enschede

Bedrijfsbegeleiders

Annette Brugman
Manager HR

Karen Kaspers
Teamleider klantenservice

Voorwoord

Voor u ligt het verantwoordingsdocument dat het product is van mijn afstudeerperiode voor de opleiding Creative Business aan Saxion Hogeschool. Van februari 2021 tot en met juni 2021 heb ik mij beziggehouden met onderzoek, wat resulteerde in dit verslag en het beroepsproduct wat daaruit voortkwam. Dit alles in opdracht van Kaliber Kunstenschool. Het beroepsproduct dat ontwikkeld is, is een intranet voor de interne communicatie van deze organisatie.

Tijdens mijn afstudeerproject ben ik begeleid door twee bedrijfsbegeleiders bij Kaliber Kunstenschool; Annette Brugman, Manager HR en Karen Kaspers, Teamleider klantenservice. Vanuit Saxion ben ik begeleidt door Susanne Wormgoor en Janneke Blenke. Mede door de goede en waardevolle ondersteuning heb ik deze afstudeeropdracht kunnen afronden. De personen uit mijn testgroep ben ik zeer dankbaar voor hun medewerking aan dit onderzoek. Zonder hen waren er geen resultaten en geen product geweest.

Ik wens u veel leesplezier.

Dan Dezijn

Enschede, 10 juni 2021.

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Onderwerp, aanleiding en probleemstelling.....	5
<i>Kaliber Kunstenschool.....</i>	<i>5</i>
<i>Probleem.....</i>	<i>5</i>
<i>Interne communicatie.....</i>	<i>6</i>
<i>Kanalen.....</i>	<i>7</i>
<i>Beperkingen.....</i>	<i>7</i>
Vraagstelling.....	9
<i>Hoofdvraag.....</i>	<i>9</i>
<i>Mediaproduct.....</i>	<i>9</i>
<i>Deelvragen.....</i>	<i>9</i>
Resultaten.....	11
<i>Deelvraag 1: Wie zijn de stakeholders waarvan de behoeftes in kaart moeten worden gebracht?.....</i>	<i>11</i>
<i>Deelvraag 2: Wat is de huidige stand van zaken wat betreft interne communicatie en hoe wordt deze ervaren door de medewerkers?.....</i>	<i>12</i>
<i>Deelvraag 3: Hoe hebben andere bedrijven een intranet ingericht?.....</i>	<i>17</i>
<i>Deelvraag 4: Wat is de informatiebehoefte vanuit de verschillende rollen in de organisatie en waarom?.....</i>	<i>23</i>
<i>Deelvraag 5: Wat zijn de voorwaarden van het nieuwe intranet en hoe worden deze doorgevoerd in het ontwerp?.....</i>	<i>27</i>
Conclusie hoofdvraag.....	29
<i>Hoe kan kaliber een intranet inrichten dat af is gestemd op de behoeften van de verschillende afdelingen, posities en rollen binnen de organisatie?.....</i>	<i>29</i>
Aanbevelingen en ontwerp.....	31
Testfase.....	32
<i>Methode.....</i>	<i>32</i>
<i>Testresultaten.....</i>	<i>32</i>
Reflectie.....	33
Referenties.....	35
Bijlages.....	36
<i>Bijlage 1: Organogram.....</i>	<i>36</i>
<i>Bijlage 2: Smoelenboek.....</i>	<i>36</i>
<i>Bijlage 3: Testgroep.....</i>	<i>36</i>
<i>Bijlage 4: Enquête opzet, vragen en verantwoording.....</i>	<i>36</i>

<i>Bijlage 5: Antwoorden enquête.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 6: Interview antwoorden op basis van enquête.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 7: Samenvatting enquête.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 8: Interview David Nooteboom.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 9: Interview Marjo van Ostaijen.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 10: Interview Marc Perik.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 11: Transcriptie interviews.....</i>	<i>37</i>
<i>Bijlage 12: Samenvatting informatiebehoefte interviews.....</i>	<i>38</i>
<i>Bijlage 13: Huisstijl.....</i>	<i>38</i>
<i>Bijlage 14: Ontwerp voortgang en functie uitleg.....</i>	<i>38</i>
<i>Bijlage 15: Mediaproduct.....</i>	<i>39</i>
<i>Bijlage 16: Advies.....</i>	<i>39</i>
<i>Bijlage 17: Verantwoording testen.....</i>	<i>40</i>
<i>Bijlage 18: Testresultaten.....</i>	<i>40</i>

Onderwerp, aanleiding en probleemstelling

Kaliber Kunstenschool

Kaliber Kunstenschool biedt muziek-, theater-, dans-, nieuwe media en beeldende lessen. Er is een uiteenlopend aanbod op verschillende locaties, bijvoorbeeld Enschede, Almelo, Oldenzaal en Hellendoorn. De doelgroep is iedereen die iets wil doen met zijn of haar creatieve ambitie. Kaliber Kunstenschool gelooft dat creativiteit waardevol is voor de ontwikkeling van mensen en daarmee voor de Twentsche maatschappij. De missie van Kaliber is:

“Wij brengen groei, plezier, trots en verbinding door mensen te stimuleren in hun creatieve ambitie en maken daarmee onze samenleving een beetje mooier en beter.”

De bedrijfsstructuur van Kaliber is complex. Dit komt in eerste instantie al door de verschillende werkgebieden:

1. Vrije tijd, hieronder vallen alle de kunstenlessen die aan particulieren worden aangeboden. Deze lessen worden gegeven door docenten. Van gitaarlessen tot accordeon, van ballet tot impro-choreo, kleding maken tot schilderen en musical en nog veel meer kunstlessen, elke discipline is breed vertegenwoordigd.
2. Onderwijs, hieronder valt het aanbod voor primair en voortgezet onderwijs. Kaliber biedt diverse workshops en kennismakingslessen voor de leerlingen. Daarna is er een doorlopende leerlijn, in de vorm van onderwijsaanbod binnen de scholen zelf.
3. Sociaal domein, waar projecten als Twents Zilver en de locatie Studio15 onder vallen.

Er zijn in totaal bijna 180 mensen in dienst bij Kaliber, waarvan ongeveer 95 medewerker en 85 ZZP'ers. Kalibers werkgebied bevat Enschede, Almelo, Oldenzaal, Tubbergen, Wierden en Hellendoorn. Het organogram is te zien in [Bijlage 1](#).

Probleem

De interne communicatie is van toepassing op veel verschillende afdelingen en rollen, waardoor er geen vaste structuur is voor deze communicatie (bijvoorbeeld om deze op te slaan), omdat de inhoud van de groepen verschillend is en sommige niet eens toegang hebben tot de communicatie. Kaliber Kunstenschool merkt momenteel dat medewerkers, nieuw en bestaand, niet weten waar ze de juiste informatie moeten halen. Dit zit hem waarschijnlijk in een drietal problemen:

1. Niet alle informatie is up-to-date. De informatie komt bijvoorbeeld op een algemene plek, maar wordt daarna niet aangepast als er een verandering wordt doorgevoerd.
2. Kaliber faciliteert niet genoeg in informatievoorziening of heeft hier geen duidelijke structuren en afspraken over. Een nieuwe medewerker krijgt bijvoorbeeld van de teamleider of manager

mondeling de basis verteld en waar het te vinden is, maar na de introductie komt geen vervolg en check over deze informatie en of de medewerker alles heeft kunnen vinden. Dit alles gaat naar eigen inzicht en interpretatie waardoor er geen uniformiteit in zit. Ook wordt in het Huishoudelijke Reglement opnieuw verwezen naar de algemene schijf, waar een hele mappenstructuur is ingericht die onoverzichtelijk is (en dus niet altijd up-to-date).

3. De medewerkers weten zelf niet waar ze deze informatie kunnen vinden. Dit heeft twee redenen: omdat ze er zelf geen moeite voor doen, de technische kennis er niet voor hebben, of omdat ze niet genoeg gefaciliteerd worden in hoe dit werkt.

Gevolgen hiervan zijn bijvoorbeeld dat medewerkers niet voldoende ingelicht zijn over alle regels, geen inzicht hebben in nieuws uit het bedrijf en minder betrokken zijn bij Kaliber. De motivatie om dan bijvoorbeeld te helpen bij een open huis is laag, of om uren en lessen op te vullen. Daarnaast zijn de verschillende afdelingen ook weinig tot niet met elkaar verbonden, waardoor ze niks van elkaar afweten en niet gemotiveerd zijn om elkaar te helpen. Hoe kan Kaliber dit dan verbeteren?

Wanneer gekeken wordt naar interne communicatie geeft Kaliber aan vier verschillende soorten te hebben:

1. Periodieke communicatie: vaste berichten die elk jaar gestuurd worden, zoals vakantieberichten, regiobijeenkomsten of recentelijk ook updates over de corona maatregelen. Deze communicatie vindt plaats via de mail.
2. Bedrijfscommunicatie: nieuws en updates vanuit de organisatie. Deze communicatie vindt plaats via de mail.
3. Informatiestroom documenten: bijvoorbeeld handleidingen, werkwijzers, procedures, gebruiksaanwijzingen en veiligheidsinformatie. Deze documenten staan opgeslagen op een algemene schijf binnen Citrix.
4. Actuele communicatie: telefonisch and WhatsApp.

Interne communicatie

Zoals hierboven omschreven gaat het bij interne communicatie om periodieke communicatie, bedrijfscommunicatie en de informatiestroom van documenten. Actuele communicatie is in dit onderzoek niet relevant. De doelgroep van deze communicatie is de medewerkers van Kaliber. Kaliber wil met deze interne communicatie de medewerker op de hoogte houden van interne afspraken, nieuws vanuit de organisatie (of indien van toepassing, buiten de organisatie) en een plek creëren waar belangrijke documenten teruggevonden kunnen worden. Wie verantwoordelijk is voor de communicatie verschilt per categorie:

1. Periodieke communicatie: wordt gedaan door de bestuurder, Angelina Schoonewille. Gemiddeld is dit één bericht per maand, maar in coronatijd kan dit vaker zijn.
2. Bedrijfscommunicatie gaat via 'de Actueel', deze komt ook maandelijks uit. Deze wordt samengesteld door Nessah Hulschers-

Badenhof van Marketing & Communicatie. De berichten die erin staan komen vanuit de gehele organisatie: een introductie door Angelina Schoonewille, berichten van docenten, managers of klantenservice, informatie vanuit HR (jubilea, in dienst, geboortenieuws, uit dienst), nieuwe medewerkers die worden voorgesteld en informatie vanuit de OR. Het is als het ware de nieuwsbrief waar de belangrijkste informatie verzameld staat. Deze wordt per mail verzonden.

3. Informatiestroom documenten: staat op de algemene schijf binnen Citrix (een digitale werkruimte waarin het mogelijk is applicaties en documenten centraal aan te bieden aan werknemers). Deze documenten staan in mappen ingedeeld. Er is bijvoorbeeld een map voor HR, regiobijeenkomsten en opmaak documenten. Deze schijf wordt niet door één persoon beheerd, men zet er op wat nodig is vanuit hun eigen functie en vanuit de eigen gedachte of inzicht.

Kanalen

De kanalen om de communicatie in de organisatie te delen zijn zeer divers. Zoals gezegd vindt de informatiestroom van documenten plaats binnen Citrix, op een algemene schijf. Er wordt in sommige gevallen een mail gestuurd als er een nieuw document is toegevoegd, om te laten weten waar deze precies staat. Het Huishoudelijk Reglement verwijst ook naar relevante documenten op de schijf. De periodieke en bedrijfscommunicatie gaan beiden via de mail. Bij de periodieke informatie wordt ook wel eens een bijlage toegevoegd met extra informatie.

Beperkingen

De eerste beperking die naar voren komt is het feit dat de interne communicatie over verschillende kanalen verloopt, waarbij er niet één kanaal is dat over alle informatie beschikt. Wanneer men dus op zoek is naar informatie is het onduidelijk waar iets terug te vinden is. Daarnaast is de informatiestroom van documenten alleen binnen Citrix beschikbaar. Dit is een probleem omdat niet iedereen toegang heeft tot deze digitale werkruimte. ZZP'ers hebben deze bevoegdheid niet en een aantal medewerkers beschikken niet over een computer of laptop die met Citrix kan werken. Daarnaast is er niemand die de verantwoordelijkheid over de algemene schijf heeft, dus is het de vraag of alle informatie die er staat wel actueel is. Bij de schijven hebben de meesten autorisatie om mappen aan te maken, maar iedereen doet dit op een eigen manier. Er zit dus geen structuur in de informatiestroom documenten. Tot slot is de mappenstructuur niet altijd overzichtelijk en door de grootte van de schijf werkt de zoekfunctie niet optimaal.

Kaliber loopt dus tegen verschillende problemen aan wanneer het gaat over interne communicatie. Management heeft geen zicht op welke informatie beschikbaar is en er is geen plek waar de periodieke en actuele berichten verzameld worden, om later terug te vinden. De medewerkers

moeten vaak zoeken naar informatie en werken soms met verouderde of dubbele documenten.

Kaliber heeft om die reden de vraag bij mij neergelegd om een platform te ontwerpen waar al deze informatie samenkomt, die voor iedereen toegankelijk en makkelijk te navigeren is. Hierbij moet rekening gehouden worden met de behoeftes van de verschillende posities binnen het bedrijf.

De problemen die naar voren komen, kunnen worden opgelost door het gebruik van een intranet. Een intranet is een intern netwerk van informatie en diensten vanuit het bedrijf, verzameld op één plek. Dit kan afgestemd worden op de behoeftes van de verschillende afdelingen en posities binnen de organisaties. Elke 'rol' kan als het ware een eigen paginaontwerp krijgen, waar de informatie staat die zij nodig heeft. Eén investering lost dus meerdere problemen op wanneer het gaat om de interne communicatie, wat investeren in een intranet een goede keuze maakt voor Kaliber.

Vraagstelling

Hoofdvraag

Hoe kan Kaliber Kunstenschool een intranet inrichten dat af is gestemd op de behoeften van de verschillende afdelingen, posities en rollen binnen de organisatie?

Mediaproduct

Wanneer het binnen Kaliber gaat over een intranet wordt er al snel gesproken over een docentenportaal of een medewerkersportaal. Bij een 'docentenportaal' lijkt het of het alleen gaat over de docenten, terwijl het in principe om alle interne communicatie gaat, dus hebben we het hier toch over een medewerkersportaal. Dit is het mediaproduct waar het uiteindelijk om draait: een ontwerp en, op basis van een test, aanbevelingen voor deze omgeving, om deze zo goed mogelijk in te richten, op basis van behoeftes vanuit verschillende posities binnen de organisatie.

Het uiteindelijke product dat wordt opgeleverd is een ontwerp van een intranetomgeving die is afgestemd op de behoeften van de verschillende groepen binnen Kaliber. Deze wordt geleverd in de vorm van wireframes, de testomgeving en een visueel pdf-ontwerp. Het gaat daarbij om één ontwerp dat de ideale situatie laat zien (dus: waarin ook alles kan wat iedereen zou willen), dat toepasbaar is op alle groepen, met minimale aanpassingen per groep (alleen in details). Vervolgens komt er een kort adviesrapport met aanbevelingen voor deze omgeving die in dit onderzoek naar voren kwamen, maar in het ontwerp zelf niet terug te zien zijn.

Deelvragen

1. Wie zijn de stakeholders waarvan de behoeftes in kaart moeten worden gebracht?

Allereerst is het belangrijk om in kaart te hebben voor wie de omgeving moet worden ingericht. Vooral omdat Kaliber zeer uiteenlopende functies heeft waar rekening mee gehouden moet worden, maar ook zodat duidelijk is wat de testgroep is.

Deze deelvraag wordt onderzocht door middel van gesprekken met de bedrijfsbegeleiders en interne documenten als het organogram en het smoelenboek.

2. Wat is de huidige stand van zaken wat betreft interne communicatie en hoe wordt deze ervaren door de medewerkers?

Om erachter te komen wat precies misgaat, is het belangrijk om uit te zoeken hoe de interne communicatie op dit moment verloopt en wat de medewerkers daarvan vinden, welke problemen ze tegen aan lopen. Op die manier kunnen deze problemen in het nieuwe ontwerp voorkomen

worden. Ook wordt op deze manier gecontroleerd of de probleemstellingen in de aanleiding kloppen.

Deze deelvraag wordt onderzocht door middel van een onderzoek over de (interne) communicatiesystemen van Kaliber. Tevens wordt er een testgroep samengesteld op basis van de stakeholder groepen uit de eerste deelvraag. Deze testgroep krijgt een enquête toegestuurd die hun mening over de huidige stand van zaken omtrent interne communicatie bij Kaliber moet toetsen, en die controleert of de probleemstelling zoals deze in de aanleiding is genoemd ook daadwerkelijk door hen ervaren wordt.

3. Hoe hebben andere bedrijven een intranet ingericht?

Vervolgens moet gekeken worden hoe een intranet er over het algemeen uit ziet, om een beeld te krijgen van wat allemaal mogelijk is en hoe dit werkt. De makkelijkste manier om dit te doen is om te kijken naar andere bedrijven (bij voorkeur scholen) die al met een intranet werken.

MijnSaxion, Cendris en Coulissee zouden goede voorbeelden kunnen zijn. Hierbij kunnen de voor- en nadelen van een intranet naar voren komen.

Deze deelvraag wordt onderzocht door deskresearch over hoe intranetten in het algemeen worden ingericht en met drie diepte-interviews over het intranet bij Coulissee, Marga Klompe en TKC Digital.

4. Wat is de informatiebehoefte vanuit de verschillende rollen in de organisatie en waarom?

Dan moet de informatiebehoefte van deze stakeholders worden opgehaald. Het is belangrijk om te weten wat iedereen wensen zijn, om neer te leggen naast wat er mogelijk is, om vervolgens op een zo'n compleet mogelijk ontwerp te komen.

Deze deelvraag wordt onderzocht door middel van diepte-interviews met de testgroep, die de informatiebehoeftes van de verschillende groepen in kaart moet brengen. Hierbij wordt gekeken naar wat relevant is voor alle groepen en welke onderdelen groep specifiek zijn.

5. Wat zijn de voorwaarden van het nieuwe intranet en hoe worden deze doorgevoerd in het ontwerp?

Tot slot komt een conclusie van de voorwaarden van het nieuwe intranet. Wat is er qua informatiebehoefte uitgekomen, wat is haalbaar, wat is daadwerkelijk belangrijk? Wat moet minimaal in het ontwerp zitten om het intranet goed te laten functioneren voor Kaliber?

Deze deelvraag wordt onderzocht door middel van eerdere bevindingen die naar voren zijn gekomen in het onderzoek, gesprekken met relevante partijen en een klein stukje deskresearch.

Resultaten

Deelvraag 1: Wie zijn de stakeholders waarvan de behoeftes in kaart moeten worden gebracht?

Voor dit gedeelte van het onderzoeken zijn gesprekken geweest met de bedrijfsbegeleiders en is gekeken naar het organogram en het smoelenboek.

Relevante rollen

De verschillende rollen die relevant zijn binnen dit onderzoek zijn vastgesteld op basis van het organogram, het smoelenboek en gesprekken met de bedrijfsbegeleiders. De uiteindelijke lijst omvat:

- MT
- HR
- Financiën & informatievoorziening
- Bedrijfsvoering
- Teamleiders
- Zakelijk adviseurs
- Marketing & Communicatie
- Klantenservice
- Docenten vrije tijd
- Team onderwijs
- Sociaal domein
- Ondernemingsraad

([Bijlage 1](#) en [Bijlage 2: Smoelenboek](#))

Verschil in rollen

Binnen sommige groepen zijn verschillende categorieën waar rekening mee gehouden moet worden. Deze zijn vastgesteld samen met de bedrijfsbegeleiders. Bij docenten vrije tijd zijn dat de volgende:

1. Medewerkers in loondienst
2. ZZP'ers
3. Werken op interne locatie
4. Werken op externe locatie

Hier zit tussen medewerkers en ZZP'ers ook een verschil in informatie waar ze toegang tot mogen hebben. De informatie die betrekking heeft op een dienstverband is niet relevant voor ZZP'ers, bijvoorbeeld de instellingsregeling, NJT of cao-aanpassingen. Dit geldt niet alleen voor ZZP-docenten, maar ook voor andere ZZP-medewerkers.

Conclusie

Op basis van deze indeling van groepen is een lijst gemaakt met de mensen die binnen Kaliber betrokken worden bij het onderzoek. Hierbij is geprobeerd om twee tot drie mensen per groep bij het onderzoek te betrekken. Zie hiervoor [Bijlage 3: Testgroep](#). Alleen uit de groep 'Bedrijfsvoering' heeft niemand meegedaan aan dit onderzoek.

Deelvraag 2: Wat is de huidige stand van zaken wat betreft interne communicatie en hoe wordt deze ervaren door de medewerkers?

Indeling interne communicatie

De methode voor dit gedeelte van het onderzoek was het onderzoeken van de interne communicatiemiddelen, op basis van gesprekken met de bedrijfsbegeleiders en onderzoek in de mappen in Citrix. De verschillende soorten interne communicatie zijn opgehaald en de manier waarop bepaalde informatie wordt gecommuniceerd. Wanneer gekeken wordt naar interne communicatie geeft Kaliber aan vier verschillende soorten te hebben:

1. Periodieke communicatie: vaste berichten die elk jaar gestuurd worden, zoals vakantieberichten, regiobijeenkomsten of recentelijk ook updates over de corona maatregelen. Deze communicatie vindt plaats via de mail en wordt gedaan door de bestuurder, Angelina Schoonewille. Gemiddeld gaat het om één bericht per maand, maar in coronatijd kan dit vaker zijn.
2. Bedrijfscommunicatie: nieuws en updates vanuit de organisatie. Deze communicatie vindt plaats via de mail via de nieuwsbrief genaamd 'de Actueel' en wordt samengesteld door Nessah Hulskers-Badenhop van marketing & communicatie. De berichten die erin staan komen echter vanuit de gehele organisatie: een introductie door Angelina Schoonewille, berichten van docenten, managers of klantenservice, informatie vanuit HR (jubilea, in dienst, geboortenieuws, uit dienst), nieuwe medewerkers die worden voorgesteld en informatie vanuit de OR.
3. Informatiestroom documenten: bijvoorbeeld handleidingen, werkwijzers, procedures, gebruiksaanwijzingen en veiligheidsinformatie. Deze documenten staan opgeslagen op een algemene schijf binnen Citrix. Citrix is een digitale werkruimte waarin het mogelijk is applicaties en documenten centraal aan te bieden aan werknemers. Deze documenten staan in mappen ingedeeld. Er is bijvoorbeeld een map voor HR, regiobijeenkomsten en opmaak documenten. Deze schijf wordt niet door één persoon beheerd, men zet er op wat nodig is vanuit hun eigen functie.
4. Actuele communicatie: telefonisch en WhatsApp. Dit gebeurt bijvoorbeeld bij medewerkers onderling, wanneer een docent contact opneemt met klantenservice om te laten weten of een les wel of niet doorgaat, of bij mensen uit zakelijk team die een winst delen. Deze vorm van communicatie is niet relevant voor het huidige onderzoek, maar het is wel goed om te weten dat deze er ook is.

Indeling Citrix

De mappenstructuur is opgevraagd bij HR. De mappenstructuur binnen Citrix is momenteel als volgt ingedeeld:



(Figuur 1: Screenshot Citrix mappen)

Zoals te zien is zijn er veel verschillende mappen voor de verschillende afdelingen, maar soms ook specifieke mappen als 'Archief Roy'. Het probleem is dat aan sommige mapnamen niet te zien is wat er precies in staat en voor wie het relevant is. Ook zijn het er best veel. In de meeste gevallen is dat geen probleem, omdat alleen de bestuurder toegang heeft tot alle mappen, de rest van het bedrijf heeft alleen toegang tot de relevante map(pen) voor hun rol. Echter zorgt dit ook voor het probleem dat iemand soms juist wel een andere map nodig heeft waar ze geen toegang toe hebben, of weten ze überhaupt niet dat die map bestaat en dat die informatie al beschikbaar is.

Waarna je verder klikt in een van de mappen is de structuur ook niet meer te zien. Elk team heeft hun omgeving anders ingedeeld. Als men moet zoeken in een andere map gaat dit dus lastig (soms ook al in eigen map). Er zijn ook geen kaders of regels hoe een document op te slaan.

Uitslag ervaring medewerkers enquête

Om erachter te komen hoe deze huidige vorm van interne communicatie wordt ervaren door de medewerkers van Kaliber is een enquête ([Bijlage 4: Enquête opzet, vragen en verantwoording](#)) naar de testgroep gestuurd. In totaal hebben 28 mensen van de testgroep deze ingevuld ([Bijlage 5: Antwoorden enquête](#)). Alleen uit de groepen 'bedrijfsvoering' en 'ondernemingsraad' heeft niemand meegedaan aan de enquête. In sommige gevallen zijn er nog extra vragen over de vragen uit de enquête gesteld in de interviews van deelvraag vier ([Bijlage 6: Interview](#)).

[antwoorden op basis van enquête](#)). Dit is gedaan omdat sommige vragen uit de enquête stellingen waren, waarvan de score in de interviews werd toegelicht. De uitslag van de verschillende groepen zijn samengevat in [Bijlage 7: Samenvatting enquête](#) en op basis daarvan is de volgende conclusie geschreven.

De conclusie die voortkwam uit de enquête is dat er voor alle groepen wel degelijk nog veel verbeterd moet worden in de huidige vorm(en) van communicatie. Onderstaande resultaten zijn een combinatie van de antwoorden op de enquête en de vragen over de enquête in de interviews.

Algemeen gezien kwamen er enkele punten naar voren waar de huidige interne communicatie nog verbeterd kan worden. Sommige zijn een gevolg van elkaar. Zo ervaart 83% van de testgroep het 'eilandjesgevoel': men weet niet genoeg van andere afdelingen waar ze mee bezig zijn of wie erbij hoort, en daardoor voelen ze zich niet met elkaar verbonden. Dit wordt bij sommigen versterkt omdat ze niet weten wie wat precies doet of wie waar verantwoordelijk voor is, 55% geeft aan hier last van te hebben. Opvallend is dat dit minder ervaren wordt door het ondersteunend personeel, omdat die via kantoor nog wel met elkaar in contact komen, en juist vooral wel door docenten.

Daarnaast speelt de vorm van interne communicatie een grote rol in verbeterpunten. Citrix is hierbij de grootste dwarsligger: 97% van de testgroep geeft aan Citrix niet fijn te vinden en ziet liever een andere optie. De redenen zijn meestal dat het langzaam werkt, niet iedereen toegang heeft en niet vanaf elke device toegankelijk is, en omdat de informatie niet gestructureerd en up-to-date is. Daarnaast noemt 72% van de testgroep ook de mail als een onprettig medium voor nieuws, omdat het door de volle mailbox of haast niet altijd gelezen wordt of kan worden en omdat het lastig terug te vinden. Informatie terugvinden wordt ook door 62% genoemd als iets wat momenteel lastig gaat.

Tot slot nog de informatie zelf. 72% van de testgroep vindt de huidige informatie niet altijd volledig, relevant of op tijd. Daarnaast noemt 69% dat de informatie pakkender en creatiever kan, nu wordt het vooral gezien als een lap tekst die optioneel is omdat het niet inspireert. Men heeft liever iets visueels om naar te kijken.

Periodieke communicatie krijgt in de huidige vorm gemiddeld een 7,3. De verbeterpunten die naar voren kwamen in de enquêtes zijn:

- Nu door COVID-19 waren bijvoorbeeld regiobijeenkomsten online, dit werd niet ervaren als een optimale vorm (al hadden mensen wel begrip waarom dat nu zo was);
- De informatie is niet altijd relevant of compleet;
- Omdat het meestal via de mail gaat, raakt de mailbox erg vervuild, men heeft het liever via een ander medium;

- Doordat het veelal via de mail gaat, is de informatie ook niet makkelijk of snel terug te vinden;
- Men vindt veel mails in de huidige versie te lang.

Bedrijfscommunicatie krijgt in de huidige vorm gemiddeld een 6,9. De verbeterpunten die naar voren kwamen in de enquêtes zijn:

- Het mag nog wel creatiever, nu is het droge, saaie stof;
- Nu is de informatie heel eentonig, het mag meer divers van verschillende afdelingen en docenten (en daarin dan ook meer structuur, dat dat normaal wordt);
- De stukken tekst mogen minder lang in de mail, men heeft liever een linkje naar langer stuk;
- Ook bij deze de informatie liever niet via mail, vervuult de mailbox en de informatie is lastig terug te vinden;
- Op de verschillende stukken meer redactie, het staat momenteel vol met fouten en is allemaal in een hele andere stijl.

Informatiestroom documenten krijgt in de huidige vorm gemiddeld een 6,5. De verbeterpunten die naar voren kwamen in de enquêtes zijn:

- Niet iedereen heeft toegang tot Citrix;
- Informatie en mappen zijn ongestructureerd, waardoor zoeken lastig is;
- Informatie is niet up-to-date, ontbreekt of is dubbel (want er is geen beheer);
- Citrix is niet op alle apparaten (goed) beschikbaar;
- Bewerken van documenten is vaak lastig of kan helemaal niet door de indeling van de rechten.

Het faciliteren van informatievoorziening kan dus nog stukken beter, niet meer via verschillende kanalen maar juist ergens centraal opgeslagen/gearchiveerd zodat je het weer (makkelijker) terug kan vinden. Ook moet er betere en completere informatie komen voor nieuwe mensen die ingewerkt worden. Momenteel kost het zoeken van informatie dus teveel tijd. Dit zou gemakkelijker en meer gestructureerd kunnen.

Verbondenheid met andere afdelingen is vooral slecht omdat men niet weet van elkaar wat ze doen of wat er speelt. De onderlinge communicatie tussen teams en afdelingen moet dus beter. Nu hebben veel medewerkers (vooral docenten) een hiërarchisch gevoel, terwijl dit door ondersteunend personeel juist niet ervaren wordt, omdat zij meer contact hebben met elkaar en dus ook makkelijker naar elkaar toegaan voor hulp. Ook is niet goed bekend wie wat doet, wat ervoor zorgt dat men of veel moet zoeken om te weten waar ze ergens mee terecht kunnen of dat ze ermee blijven zitten en er niks gebeurt. De meesten hebben wel een grote verbondenheid met Kaliber in het algemeen.

Conclusie

De problemen die in de aanleiding tot het vraagstuk stonden zijn in de meeste gevallen waar: Citrix is niet inspirerend of logisch ingericht en

daarnaast heeft niet iedereen toegang tot de omgeving. Daarbij is Citrix ook 'vervuild', omdat niemand beheer heeft over de documenten zijn er veel dubbele versies en is niet alles up-to-date. De verschillende kanalen voor interne communicatie zijn onprettig en ook gaat hierdoor veel via de mail, waardoor berichten vaak gemist worden. Hiermee ontbreekt ook een omgeving waar alle informatie (makkelijk) teruggevonden kan worden. Er wordt duidelijk aangegeven dat Kaliber zelf beter in informatievoorziening moet faciliteren. Het huidige systeem heeft een negatieve invloed op de verbondenheid en motivatie van de medewerkers.

Om dit te verbeteren ziet men liever een andere optie voor interne communicatie buiten Citrix, die voor iedereen toegankelijk is. Deze omgeving moet daarbij gebruiksvriendelijk zijn door een logische inrichting. Het liefst zien de meesten ook een inspirerende omgeving die niet alleen zakelijk is. Naast de logische indeling moet ook het beheer van de documenten beter, om te zorgen dat documenten up-to-date zijn en verouderde documenten de ruimte niet vervuilen. Door alle verschillende interne communicatie via één omgeving te doen is informatie makkelijker terug te vinden en kan het nieuws dus ook beter gelezen worden. Door een plek in de omgeving in te richten waar de verschillende afdelingen en teams worden toegelicht, met een helder overzicht wie tot welk team behoort en wat hun rol is, wordt de verbondenheid met andere afdelingen groter.

Deelvraag 3: Hoe hebben andere bedrijven een intranet ingericht?

Om deze vraag te beantwoorden, is eerst een deskresearch gedaan naar hoe een intranet in het algemeen wordt ingericht. Hierbij wordt een stappenplan gecreëerd van de stappen die belangrijk zijn om tot een goed ontwerp te komen. Ook heeft Kaliber aangegeven dat ze graag de voor- en nadelen van een intranet in kaart willen hebben. Deze zijn hier ook toegevoegd. Daarna zijn drie diepte-interviews gehouden met bedrijven die interessant zijn voor dit onderzoek. Per interview is uitgelegd waarom dit bedrijf gekozen is. De vragen uit het interview zijn gebaseerd op de stappen die tijdens de deskresearch naar voren zijn gekomen.

Algemeen

Bij het inrichten van een intranet moet eerst bepaald worden wat het doel is van een intranet. Daarna inventariseren welke content meegenomen wordt. Dit is een combinatie van de doelen en de wensen van de medewerkers. Het handigst is om dit te doen met een content audit, waarbij in kaart wordt gebracht wat de content is in het oude intranet en welke meegenomen moet worden naar de nieuwe versie [CITATION Emb18 \l 1043].

De volgende stap is het beheer van het intranet. Zonder beheer is een intranet geen werkbare omgeving. Er zijn verschillende opties:

I. Kernteam

Eén groep (of persoon) van content-, community- en technisch-specialisten die alle beheer op zich nemen [CITATION Lus17 \l 1043].

II. Vereniging van eigenaars

Afdelingen hebben een eigen persoon aangesteld die verantwoordelijk is voor het beheer binnen die groep. Een intranetmanager(groep) houdt balans tussen de wensen van de medewerkers en de eisen van de organisatie [CITATION Lus17 \l 1043].

III. Sociaal intranetstrategie

Bij de sociaal intranetstrategie wordt de content in verschillende soorten ingedeeld, waarbij elke groep een eigen vorm van beheer heeft:

1. *Managed content* – beheerd door communicatie en MT/HR. Denk aan nieuws, procesinformatie, facilitaire informatie of HR-gerelateerde zaken. Medewerkers kunnen deze content zelf niet plaatsen, wijzigen of verwijderen.
2. *User generated content* – documenten van medewerkers zelf. Deze kunnen ze zelf plaatsen, wijzigen en verwijderen.
3. *Automated content* – komt vanuit externe applicaties, bijvoorbeeld roosters en takenlijsten [CITATION Emb18 \l 1043].

IV. Gedeelde verantwoordelijkheid

Tot slot is er nog de optie om geen tot weinig beheer van bovenaf te doen. Iedereen krijgt rechten om documenten te plaatsen, wijzigen en te verwijderen. Hier zou wel een team of persoon boven kunnen die achteraf controleert of het aan de regels voldoet [CITATION Lus17 \l 1043].

Wanneer beheer is vastgesteld, is het belangrijk om te kijken naar algemene applicatie- en informatiebehoefte. In het verlengde hiervan moet duidelijk worden welke koppelingen gemaakt moeten worden met achterliggende bedrijfssoftware. Welke bedrijfsinformatie heb je nodig voor welke gebruikersrol? Ook is de zoekstrategie belangrijk:

1. Zoeken op basis van trefwoorden (of volledige tekst). Een zoekveld zoals die bestaat bij zoekmachines op het internet.
2. Hiërarchisch zoeken. Meestal gebruikt voor het inrichten van documenten.
3. Thematisch zoeken. Informatie op de startpagina wordt meestal in thema's in blokken ingedeeld, dezelfde soort informatie staat dan bij elkaar [CITATION OIS14 \l 1043].

Nadat het onderzoek klaar is en de strategie is bepaald is het tijd voor design en ontwikkeling. Van de informatiebehoefte maak je een categorisering van onderwerpen en die vertaal je naar een interactieontwerp. Hierin komt het concept, de functionaliteiten, navigatie en de informatiestructuur. Het is een wireframe. Hierbij kan gekozen worden om verschillende ontwerpen te maken en er één uit te werken en te testen [CITATION The13 \l 1043].

Ontwerp

Een intranet is tegenwoordig meer gebaseerd op een websiteontwerp: dit maakt dat je meer functionaliteiten kan toevoegen en dat het beter bereikbaar is voor de meeste groepen. Het is daarbij ook aan te raden om het een personaliseerbaar intranet te maken, want dit is bij een social intranet in principe de regel. Op deze manier wordt de indeling van de pagina's bepaald door het ontwerp, maar ook door persoonlijke indelingsvoorkeuren van de gebruiker, zodat ze kunnen aangeven welke widgets ze op hun startpagina willen hebben en eventueel kunnen weghalen wat ze niet willen zien. Het ontwerp bestaat dan uit alle onderdelen die in het intranet moeten zitten, maar de gebruikers zouden deze zelf kunnen aanpassen [CITATION Gun21 \l 1043].

Voor- en nadelen

Een intranet verbetert de interne communicatie. Medewerkers kunnen kennis delen, in contact blijven met elkaar en updates geven. Het verbindt zo mensen over locaties heen, omdat het een plek is waar bedrijfsnieuws gedeeld wordt en evenementen worden gepland. Elke medewerker van elke locatie heeft inzicht in wat er speelt in het bedrijf.

Daarnaast helpt een intranet ook met het vinden van informatie, omdat het alle online interne communicatie omvat, zonder dat je mailbox te vol raakt om het bij te houden. Het helpt nieuwe medewerkers om hun weg te vinden in het bedrijf, doordat ze makkelijk toegang hebben tot documenten, het organogram, smoelenboek en nieuws. Op deze manier stimuleer je ook het delen van kennis [CITATION Ver20 \l 1043].

Hiermee bestaat echter ook het gevaar dat er te veel informatie is, wat zorgt voor een 'informatie overload'. Hier kan het ontwerp een grote rol in spelen. Ook ligt het initiatief bij de ontvanger: als een medewerker zelf kiest het intranet niet te gebruiken, ontbreekt voor deze dus veel informatie. Tot slot is het beheer een groot vraagstuk: geef je iedereen de kans om informatie toe te voegen, met de kans dat ze dit zelf niet doen (of niet netjes volgens richtlijnen doen), of haal je deze mogelijkheid bij ze weg wat het proces lastiger maakt? Hierbij is de ene optie niet beter dan de andere, maar door de optie te kiezen die niet bij het bedrijf past kan je een niet-functioneel product creëren [CITATION Mic19 \l 1043].

TKC Digital

TKC Digital is voor dit onderzoek gekozen omdat zij voor andere (grote) bedrijven kennisbanken en intranetten inrichten, en dus veel kennis hebben over het ontwerpen van een intranet. Het interview was met David Nooteboom, business consultant en de aantekeningen zijn te lezen in [Bijlage 8: Interview David Nooteboom](#).

David Nooteboom geeft aan dat ze zelf bij TKC Digital niet echt een intranet hebben omdat het een klein bedrijf is, maar ze maken dus wel kennisbanken en intranet voor hun klanten. Zelf maken ze gebruik van een SharePoint omgeving voor documenten. Voor verdere interne communicatie wordt meestal de mail gebruikt.

Voor hun klanten verzorgen ze de opbouw en structuur van een kennisbank of intranet. David Nooteboom merkt op dat systemen die gebruikmaken van zoektermen het meest voorkomen, deze hebben ook altijd de optie om door te klikken. Structuur is dus heel belangrijk. Ze richten een intranet in op basis van de klantreis van het bedrijf en kijken welke content daarbij hoort voor de medewerkers. Ook is het procesgericht: welke processen lopen er voor een medewerker binnen een organisatie? Wat is een handige structuur? Belangrijk is om als organisatie iets van een visie of strategie te hebben op het informatiesysteem: dit is wat we willen en dit is hoe we het gaan doen. Vaak is het doel dat medewerkers zo snel mogelijk antwoord krijgt op een vraag of de instructie kunnen vinden die ze nodig hebben.

David Nooteboom noemt dat het belangrijk is om alle informatiebronnen in kaart te hebben. Welke heb je, welke doe je weg en wat komt in welke informatiebron? Daarna kun je nadenken over de onderdelen van een intranet. Over het algemeen heeft een intranet een menustructuur, werkinstructies, nieuwsitems.

Tot slot stelt David Nooteboom dat het beheer eigenlijk het belangrijkste is. Er moet continu gekeken worden of de informatie nog relevant en up-to-date is. Ze raden aan om één persoon of groep in de lead te hebben, zodat niet iedereen zomaar wat kan doen. Zo zijn er bijvoorbeeld mensen met rechten om dingen aan te passen en om alleen te lezen.

Marga Klompe

Marga Klompe is voor dit onderzoek gekozen omdat hun bedrijfsstructuur redelijk gelijk is aan Kaliber: er is uitvoerend personeel (het zorgpersoneel) en ondersteunend personeel (ofwel kantoorpersoneel). Uitvoerend personeel is, net als bij Kaliber, de grootste groep. Daarnaast heeft de geïnterviewde, Marjo van Ostaijen, ook ervaring met het intranet bij Saxion, wat overlap heeft met Kaliber omdat het een schoolomgeving is. Bij Marga Klompe is hij senior applicatiebeheerder. De aantekeningen zijn te lezen in [Bijlage 9: Interview Marjo van Ostaijen](#).

Marjo van Ostaijen geeft aan dat ze onlangs een nieuw intranet hebben ingericht wat zeer goed bevalt. Het bestaat uit veel lagen en onderdelen, een tijdlijn met nieuwtjes, twee groepen waar men verplicht lid van is (algemeen en corona) waar beleidsstukken, richtlijnen, beslissingen en de stand van zaken rondom belangrijke informatie worden gedeeld. Voor deze groepen kan men zich dan ook niet uitschrijven. Voor alle andere groepen, die een beetje ingericht zijn zoals op Facebook, kan men zich zelf inschrijven. Zo zijn er afdelingspagina's, besloten groepen, open groepen.

Hun intranet bevat ook zaken als nieuwsberichten, het smoelenboek, handleidingen, instructies, applicaties, checklists en formulieren. Er zijn icoontjes met koppelingen naar andere applicaties, waardoor je vanaf de startpagina naar een ander programma kan. Ze hebben evenementen, spreekuren waar je je voor kan inschrijven, bijeenkomsten. Er zijn algemene pagina's met informatie over de verschillende afdelingen: wie doet wat, bij vragen bel dit nummer, mailadressen, etc. Er is een interne vacaturesite.

Marjo van Ostaijen stelt dat hun intranet enigszins op facebook lijkt: je kan reageren op berichten en jezelf inschrijven voor groepen. Er zijn echter wel regels over wat wel en niet mag. Het is overal bereikbaar en dus niet gekoppeld aan een bepaald netwerk.

Het wordt technisch beheerd door de leverancier van het intranet, en inhoudelijk door de mensen van communicatie en een paar andere aangestelde beheerders. Hun intranet staat echt voor LIV: leren, inspireren en verbinden. Leren van elkaar, elkaar inspireren en verbinden met elkaar.

Essentieel in het intranet is de tijdlijn, zegt Marjo van Ostaijen: de communicatie vanuit de organisatie, maar ook de dingen die het smeugig maken zoals verhalen, foto's en filmpjes. Dan ziet men ook waar ze het werk voor doen.

Coulisse

Coulisse is voor dit onderzoek gekozen omdat het een intranet op een net wat andere manier heeft ingericht, waardoor meer mogelijke opties voor Kaliber in kaart gebracht worden. Zij hadden vroeger een intranet wat een

interne website was en dus niet of lastig van buitenaf te bezoeken was. Ze zijn recent overgegaan op een online intranet. Deze overgang wordt ook voor Kaliber een hele stap. Het interview was met Marc Perik, IT-manager en de aantekeningen zijn te lezen in [Bijlage 10: Interview Marc Perik](#).

Marc Perik begint meteen met uitleggen dat hun intranet vroeger dus een interne website was, die kon men alleen vanaf een intern netwerk bereiken. Ze zijn een paar weken geleden overgegaan naar Office 365, dus nu is het een online portal, dat overal te bereiken is als ze via de website ingelogd zijn in de office omgeving.

Het is als het ware ook een website, volgens Marc Perik. Je kan documenten zoeken, de homepagina bestaat uit verschillende subsites. Er staat informatie, bestanden, formulieren. Afdelingen hebben het beheer over de eigen pagina. Op de introductiepagina staat nieuws, verjaardagen, facebookberichten en coronaregels. Er staat aangegeven wie de informatie geplaatst heeft en wanneer het is aangepast. Leuke dingen zijn ook belangrijk, daarmee haak je mensen aan. Het is belangrijk om te weten waarom mensen een intranet willen en wanneer ze tevreden zijn.

Zoals gezegd heeft iedere afdeling beheer over de eigen pagina, maar iedereen kan in principe bijdragen. De technische kant wordt door IT beheerd, waar Marc Perik aangeeft zelf onderdeel van te zijn, maar zij doen geen inhoudelijk beheer. Nieuws komt meestal van HR of de receptie, maar afdelingen zijn zelf verantwoordelijk voor het beheer van de content. Er zijn wel afspraken gemaakt wat er wel en niet geplaatst mag worden, ook met oog op AVG. Marc Perik is zelf sterk van mening dat als één persoon of afdeling verantwoordelijk is voor het beheer je een vertraging krijgt.

Conclusie

Het stappenplan dat uit het algemene gedeelte naar voren is gekomen is als volgt:

1. Analyseren: wensen duidelijk maken, waarvoor wordt het intranet gebruikt, doelen stellen.
2. Inrichten: functionaliteiten bepalen, lay-out bepalen, startpagina inrichten, beheer en gebruiksvriendelijkheid in gedachten houden.
3. Ontwerpen: huisstijl gebruiken, lettertype en kleuren uitzoeken, visuals verzamelen.
4. Feedback: testen, aanpassingen evalueren en toepassen op het ontwerp.

Voordelen van een intranet zijn de verbeterde en gemakkelijke communicatie, het verbinden van de medewerkers en verschillende afdelingen, het vinden van informatie, leeghouden van de mail inbox en helpt nieuwe medewerkers sneller hun weg te vinden in het bedrijf. Tot slot stimuleert het ook het delen van nieuws en kennis. Nadelen zijn

meestal gebaseerd op de keuzes die gemaakt worden in het ontwerp of door de gebruiker en zijn niet een intraneteigen.

Uit het onderzoek en de interviews kwamen verschillende soorten beheer naar voren. Er lijken grofweg vier opties te zijn:

1. Eén groep of persoon doet al het beheer. Alles wat geplaatst, gewijzigd of verwijderd moet worden, wordt gedaan door hen.
2. Er is een groep of persoon met een controlerende functie van het beheer, maar binnen de verschillende groepen of teams zijn vertegenwoordigers aangesteld die binnen dat gedeelte het beheer doen.
3. Er is een verantwoordelijke groep of persoon met het beheer van de algemene of bedrijfsbrede groepen. De andere groepen of teams hebben binnen hun eigen omgeving allemaal rechten van beheer. Deze worden wel gecontroleerd door de verantwoordelijke groep of persoon.
4. Iedereen heeft rechten om aan te passen, toe te voegen en te verwijderen. Er zijn wel regels gemaakt over het beheer. Eventueel kan hier ook een persoon of groep opgezet worden die achteraf controleert.

Deelvraag 4: Wat is de informatiebehoefte vanuit de verschillende rollen in de organisatie en waarom?

Om de informatiebehoefte van de verschillende rollen in de organisatie op te halen zijn interviews uitgevoerd met de testgroep ([Bijlage 11: Transcriptie interviews](#)). De deelnemers en de bijbehorende functie zijn te zien in [Bijlage 3: Testgroep](#). Hierbij is per groep de informatiebehoefte opgehaald, maar ook de informatiebehoefte in het algemeen, wat voor elke groep van toepassing is. Deze informatie staat hieronder per groep samengevat. Onderdelen die bij elke groep naar voren kwamen zijn samengevat onder 'algemeen'.

MT

Voor MT heeft het intranet twee doelen: zowel informeren als geïnformeerd worden. Vanuit hun rol in het management is het eerste ook heel belangrijk. Ze zien graag iets anders dan wat er nu binnen de organisatie is, Citrix. Informatie en onderdelen die specifiek bij hun naar voren komt zijn de management- en directiemappen, een functie om te zien wie er aan het werk is op welke locatie, informatie die op dat moment relevant is zoals zakelijke meldingen of een nieuwtje van de dag. Ze geven aan dat ze automatisch de omgeving zouden gebruiken als deze er is en geen extra stimulans nodig hebben.

HR

Voor HR is het doel voornamelijk informatieverstrekking. Medewerkers moeten informatie kunnen neerzetten en ophalen. Ook zou een functionaliteit waarbij meldingen voor een verwerking door HR, bijvoorbeeld ziektemeldingen, wenselijk zijn. Daarnaast willen ze aan informatie graag wat nu op de HR-schijf binnen Citrix staat en de algemene schijf. Zolang het nieuwe intranet makkelijk en snel te bereiken is hebben ze geen extra stimulans nodig om het te gebruiken.

Financiën en informatievoorziening

Voor Financiën en informatievoorziening heeft het intranet vooral als doel om connectie te hebben met andere afdelingen. Momenteel zitten ze best afgezonderd van de rest, terwijl zij juist aan het begin en het einde van veel processen staan. Hun informatiebehoefte is vooral hun eigen gedeelte aan mappen (de financiële schijf), maar ook HR-gegevens. Daarbij geven zij aan dat ze over het algemeen wel toegang nodig hebben tot informatie van alle groepen, omdat zij met iedereen te maken hebben. Ze geven aan dat als het intranet er is, ze het gaan gebruiken: er is geen extra stimulans nodig.

Teamleiders

Voor teamleiders gaat het vooral om snellere en duidelijkere communicatie met hun teams. Daarnaast noemen zij ook dat het intranet kan helpen met up-to-date blijven over nieuws en informatie in de rest van de organisatie. Omdat de teamleiders over verschillende afdelingen zijn verdeeld zien ze graag hun eigen afdelingsmap, maar ook informatie-

uitwisseling met andere teams: vrije tijd, onderwijs, zakelijk, marketing, docenten en HR worden genoemd. Als het intranet goed is ingericht en gebruiksvriendelijk is zullen ze het ook gaan gebruiken: ze geven zelfs aan hun eigen teams te stimuleren het te gebruiken indien nodig.

Zakelijk adviseurs

Het doel van het intranet voor de zakelijk adviseurs is voornamelijk informatievoorziening, maar ze geven ook aan dat communicatie met collega's een doel kan zijn. Ze zien graag hun eigen mappen en documenten terug, maar ook een gedeelde map met onderwijs, omdat daar hun projecten staan. Offertes zijn voor hun daarna het belangrijkste, maar dit zien ze liever terug in Navision dan in het intranet. Ze geven aan dat als het systeem sneller en beter is, en als dingen makkelijker te regelen zijn, dat ze het automatisch gaan en moeten gebruiken zonder extra stimulans.

Marketing en communicatie

Voor marketing en communicatie is het voornamelijk doel van het intranet de informatievoorziening die zij doen, maar dan op een makkelijkere en efficiëntere manier. Ze denken hierbij aan de Actueel, nieuwsberichten en oproepjes. Ook kunnen ze zelf beter geïnformeerd worden. De informatiebehoefte ligt voor hun voornamelijk in de eigen marketing- en communicatiemappen, maar ook een snellere toegang tot belangrijke, bedrijfsbrede documenten als de jaarplanning en het huishoudelijk reglement. Zelf hebben ze geen extra stimulans nodig om het te gebruiken, maar ze kunnen zich voorstellen dat dit voornamelijk voor docenten wel handig zou zijn (omdat ze merken dat die op dit moment het minst op de hoogte zijn binnen de organisatie).

Klantenservice

Klantenservice geeft ook aan dat het intranet een informatievoorzieningsdoel heeft, maar voor hen moet het ook een vergemakkelijking van hun werk betekenen. Bijvoorbeeld door een koppeling met Navision waardoor ze sneller lessen kunnen inplannen (of dat docenten dat zelf kunnen doen), meldingen van aanmeldingen voor lessen, makkelijker zoeken in de database en een pagina waar alle relevante informatie op staat voor hun werk achter de balie, in plaats van dat ze in de mappen of op de website alles los op moeten zoeken. Ze hebben aan informatie nodig de HR, Klantenservice en algemene map, de agenda van de docenten, facilitair en logistiek en ook een overzicht van de projecten. Zelf zouden ze het gebruiken als het er is, maar ook zij geven aan dat docenten waarschijnlijk wel extra stimulans nodig hebben.

Docenten vrije tijd

In het onderzoek waren docenten vrije tijd en de ondernemingsraad twee aparte groepen, maar omdat de ondernemingsraad bestaat uit docenten was de informatiebehoefte eigenlijk hetzelfde. Er zat alleen verschil in een paar documenten, maar dit verandert niks aan de algemene informatiebehoefte. Het doel van het intranet voor deze groep is het

terugvinden van informatie op één plek maar ook zelf dingen kunnen regelen en inplannen voor lessen, in plaats van dat dat langs klantenservice moet. Voor hen is dit ook het middel om meer te weten te komen van andere afdelingen (voornamelijk ondersteunend personeel) en om te zoeken wie waarvoor verantwoordelijk is en wat doet. Ook is voor hen de eigen planning zeer belangrijk. Ze hebben graag hun eigen informatiemappen, een plek voor communicatie met klantenservice, een overzicht van lokaalindeling en voorzieningen, maar ook veiligheid, ziekmelden en een knop naar de digitale muziekschool (die momenteel in aanmaak is door Kaliber). Als het makkelijker te bereiken is en gebruiksvriendelijker dan Citrix dan helpt het deze groep al om het te gebruiken. Het helpt ook als de relevante informatie alleen via die weg te vinden is, dan worden ze gedwongen om er gebruik van te maken. Deze groep geeft echter ook aan graag een extra stimulans te zien in de vorm van een 'opstartcursus', zodat ze goed leren hoe ze het intranet moeten en kunnen gebruiken.

Onderwijs

Voor onderwijs is het doel van het intranet voornamelijk om informatie terug te vinden. Ze zien graag informatieonderdelen over workshops, projecten en muziek ABC. De relevante mappen voor hen zijn de onderwijs- en educatiemap. Als het er is gaan ze het intranet ook gebruiken, daarbij zijn de 'leukere' onderdelen als collega's leren kennen ook een grote motivatie, omdat zij veel extern werk doen.

Sociaal domein

Bij sociaal domein staat geïnformeerd worden over de rest van de organisatie centraal in het intranet, omdat ook zij vaak extern werk doen. Het makkelijk terugvinden van handleidingen, werkdocumenten, nieuws en de gezamenlijke kalender is daarbij voor hun belangrijk. Ze zien graag hun eigen mappen terug, maar ook een algemene sociaal domein map en een koppeling met het MT en onderwijs. Als het gebruiksvriendelijker en sneller is dan Citrix dan gaan ze het gebruiken en hebben ze geen extra stimulans nodig.

ZZP'ers

Het doel van intranet voor ZZP'ers is voornamelijk geïnformeerd worden, momenteel hebben zij geen werkmail waardoor informatie vaak in de persoonlijke verdwijnt en ze hebben geen toegang tot Citrix, dus komen niet bij de documenten die ze nodig hebben. Door het intranet worden deze problemen opgelost. In principe is hun informatiebehoefte hetzelfde als de rest van het team waar ze bij horen (ZZP docenten hetzelfde als docenten in loondienst, ZZP docent muziek abc hetzelfde als de rest van team onderwijs), alleen zonder alle informatie over dienstverband. Deze groep geeft ook aan makkelijker naar bedrijfsbrede documenten te kunnen, omdat ze daar nu geen toegang toe hebben en dus veel informatie missen. Hierbij noemen ze de OR-notulen, budgetinformatie, jaarplan en huishoudelijk reglement.

Algemeen

De volgende onderdelen van een intranet kwamen bij elke groep terug: een plek voor de documenten, een eigen documentenomgeving, een plek voor afspraken voor het gebruik van het intranet, een archief voor verouderde documenten, nieuwsberichten, leuke onderdelen (jubilea, verjaardagen, voorstellen), wie doet wat (smoelenboek, vertrouwenspersoon, veiligheid), contactgegevens van collega's, vacatures, informatie over de verschillende locaties, mail, agenda en evenementenkalender, de applicaties, een zoekfunctie, link naar sociale media en een takenlijst.

Ook kwamen tijdens de interviews bepaalde groepen naar voren die handig zouden zijn in het intranet. Iedereen benoemde wel dat de huidige indeling die Kaliber in de mail heeft al wel prima is, maar er werden ook een paar extra genoemd. De docenten noemde speciale groepen voor de klassieke en de popafdeling, examens en theorielessen, talentenklassen en samenspel. In het algemeen werden ook groepen genoemd per locatie, combinaties van verschillende afdelingen, werkgroepen op thema (bijvoorbeeld inclusie). Tot slot nog een groep voor vrijwilligers, bijvoorbeeld voor Studio15.

Conclusie

De samenvatting van deze vraag, welke onderdelen in het algemeen en per groep in het intranet moeten, zijn terug te vinden in [Bijlage 12: Samenvatting informatiebehoefte interviews](#).

Deelvraag 5: Wat zijn de voorwaarden van het nieuwe intranet en hoe worden deze doorgevoerd in het ontwerp?

Voor dit gedeelte van het onderzoek is een combinatie van deskresearch, interne gesprekken en onderzoek gebruikt.

Voorwaarden privacy

Omdat een intranet te maken heeft met persoonlijke gegevens zijn er ook bepaalde AVG-regels van toepassing. Bij het delen van foto's en namen moeten medewerkers al toestemming geven om het op het intranet te zetten. Er moet dus goed geïnventariseerd worden welke persoonlijke data op het intranet opgeslagen wordt, en daar moeten de gebruikers toestemming voor geven (en deze moeten ze ook makkelijk kunnen aanpassen). Hierbij is een actieve opt-in de beste manier van toestemming vragen: door niet alvast een vinkje in te vullen (wat ook niet meer mag) wordt er actief toestemming verleend [CITATION Nov18 \l 1043].

Voorwaarden vanuit de testgroep

De voorwaarden die uit de interviews naar voren kwamen om het intranet te gebruiken waren voornamelijk dat het intranet makkelijk en snel toegankelijk moet zijn, en voor iedereen toegankelijk moet zijn. Informatie moet gestructureerd opgeslagen, up-to-date en terug te vinden zijn. Tot slot moet het intranet worden uitgelegd en een korte introductiecursus of gezamenlijke opstart hebben, in ieder geval voor de docenten ([Bijlage 11: Transcriptie interviews](#)).

Voorwaarden huisstijl

Kaliber heeft geen brandbook, dus de huisstijlelementen zijn opgezocht in de mappen en opgevraagd bij marketing en communicatie. Deze staan verzameld in [Bijlage 13: Huisstijl](#).

Voorwaarden beheer

In het onderzoek is bij deelvraag drie naar voren gekomen dat het beheer van het intranet een belangrijke stap is in de ontwikkeling van een intranet. Dit is in het onderzoek meegenomen. Tijdens de interviews is eerst de losse vraag gesteld hoe ze het beheer van het intranet voor zich zien, daarna zijn de vier opties die in het onderzoek gevonden zijn en is de testgroep gevraagd welke van de vier ze het liefste zouden zien. Even kort herhaald zijn de opties:

1. Optie 1 – het beheer ligt bij één persoon of groep.
2. Optie 2 – het beheer ligt bij één persoon of groep, maar eerder een controlerende functie. Per team is ook een verantwoordelijke aangewezen.
3. Optie 3 – het beheer licht bij één persoon of groep voor de bedrijfsbrede en algemene groepen, binnen de teams heeft iedereen rechten. De beheergroep of -persoon heeft wel een controlerende functie.

4. Optie 4 – iedereen heeft rechten voor beheer, eventueel zit er nog een groep of persoon boven die het achteraf controleert.

De meningen van de testgroep zijn verdeeld. 13,8% kiest voor optie 1 en 17,2% voor optie 4, maar de rest is met twee keer 34,5% verdeeld over optie 2 en 3. Hierbij zijn er wel mensen die aangeven liever optie 2 te hebben, dat het wel zou kunnen dat je na een tijdje over gaat naar optie 3 ([Bijlage 11: Transcriptie interviews](#)).

Voorwaarden techniek en oplevering

Wanneer het aankomt op de vorm van het intranet zijn voorkeuren uitgesproken tijdens de interviews met de testgroep ([Bijlage 11: Transcriptie interviews](#)). 44,8% van de testgroep gaf aan een voorkeur te hebben voor een website omgeving, 6,9% sprak een voorkeur uit voor een applicatie en 48,3% had geen voorkeur. Daarbij gaf ook 58,6% aan graag een mobiele en iPad-applicatie te zien. Gezien de meeste deelnemers van de testgroep geen voorkeur hebben, en daarna de grootste groep het liefst een website omgeving ziet, wordt het intranet als een website ontworpen.

Voor de voorwaarden van de techniek en de oplevering zou een samenwerking zijn met bedrijfsvoering. Echter bleek de samenwerking met bedrijfsvoering lastig, dus is deze stap niet uitgevoerd zoals het was bedoeld. Bij het ontwerp is uitgegaan van functionaliteiten die in het algemeen in intranetten voorkomen in ontwerpen zelf [CITATION Emb17 \l 1043], met de veronderstelling dat als dat gemiddeld kan, dit ook voor Kaliber mogelijk moet zijn. Daarbij is het ontwerp wat wordt opgeleverd een ideale versie: als alles mogelijk is wat iedereen zou willen gekoppeld kan worden aan de software die nodig is. Het is als het ware een wensenlijst. Voor de oplevering komt een wireframes ontwerp met uitleg waarom welke onderdelen gekozen zijn en hoe het functioneert, met een testversie die ook met de look en feel van Kaliber is aangekleed. Dit zullen de versies zijn die zijn aangepast op basis van de feedback die bij het testen wordt opgehaald. Daarbij komt een kort adviesrapport over hoe bepaalde onderdelen in het intranet bedacht zijn, het ontwerp, ideeën over vervolgonderzoek en het beheer van het intranet.

Conclusie

De belangrijkste voorwaarden zijn die van de AVG-regels: zonder toestemming om de medewerkersgegevens te mogen gebruiken heb je geen gebruikers in het intranet. Het veiligst is om opnieuw toestemming te vragen voor het gebruik van hun gegevens via de opt-in manier.

De voorwaarden van de verschillende gebruikersgroepen, de huisstijl en de techniek worden meegenomen in het ontwerp. De voorwaarden voor het beheer worden meegenomen in het advies.

Conclusie hoofdvraag

Hoe kan kaliber een intranet inrichten dat af is gestemd op de behoeften van de verschillende afdelingen, posities en rollen binnen de organisatie?

Om een intranet in te richten moet binnen Kaliber ten eerste rekening gehouden worden met de verschillende groepen en afdelingen binnen de organisatie. Deze zijn:

- Management (MT)
- HR
- Financiën en informatievoorziening
- Bedrijfsvoering
- Teamleiders
- Zakelijk adviseurs
- Marketing en communicatie
- Klantenservice
- Docenten vrije tijd
- Team onderwijs
- Sociaal domein

Hierbij zijn bij verschillende groepen zowel personeel in loondienst als ZZP'ers. Dit is voornamelijk het geval bij docenten vrije tijd. De informatie met betrekking op een dienstverband is voor de groep ZZP'ers niet relevant en hoeft voor hen dus ook niet in het intranet.

Ten tweede moet gekeken worden naar wat in de huidige interne communicatie niet bevalt en dus anders moet in het nieuwe intranet. Het grootste en belangrijkste wat naar voren kwam was de vorm van de huidige interne communicatie. Citrix is voor de meeste gebruikers niet werkbaar, omdat er geen goede structuur in zit, het langzaam werkt, er geen plek is om informatie goed terug te vinden, het niet vanaf elke device toegankelijk is en omdat niet alle informatie up-to-date is.

Daarna is het 'eilandjesgevoel' een probleem bij Kaliber, omdat men niet weet wie waar verantwoordelijk voor is en wat elke afdeling precies doet of op dat moment mee bezig is, is er geen verbondenheid tussen de afdelingen. Hierbij is de huidige vorm van informatie die wel gedeeld wordt uit de organisatie – de mail – ook niet optimaal. Omdat er veel mailverkeer is in het bedrijf worden dit soort berichten vergeten of minimaal gelezen. De huidige informatie die wel gedeeld wordt is daarbij meestal ook niet volledig, relevant of op tijd. Deze informatie is tot slot niet pakkend of op een creatieve manier gepresenteerd.

Het faciliteren van de informatievoorziening moet dus beter. Het moet via één kanaal en ergens centraal worden opgeslagen en gearchiveerd zodat het makkelijk is terug te vinden. Er is vooral een plek nodig voor nieuwe medewerkers die alle informatie die ze nodig hebben op één plek terug kunnen vinden.

Als derde is het ontwerp: tegenwoordig zijn de meeste intranetten in een websiteontwerp verwerkt. Hierdoor kunnen er meer functionaliteiten toegevoegd worden en is het voor iedereen, overal bereikbaar. Dit maakt het ook voor iedereen personaliseerbaar. Het ontwerp wordt dan de ideale versie van het intranet: alles wat iedereen erin wil hebben zit in het ontwerp, gebruikers kunnen achteraf zelf instellen welke onderdelen ze wel of niet willen zien. Om het ontwerp te maken is geanalyseerd wat de wensen en informatiebehoefte van de verschillende groepen zijn. Dit gedeelte van het onderzoek is samengevat in [Bijlage 12: Samenvatting informatiebehoefte interviews](#). Hierbij wordt sterk aangegeven dat het intranet pakkend, persoonlijk en alleen zakelijk maar ook leuk en creatief moet zijn.

Belangrijke voorwaarden zijn de AVG-regels, een snelle toegang naar het intranet en de gebruiksvriendelijkheid. Het ontwerp moet voldoen aan de huisstijl van Kaliber. Zoals eerder gezegd is een websiteontwerp de beste versie voor een social intranet, maar dit werd ook gespiegeld door de doelgroep.

Door met alle bovengenoemde onderdelen rekening te houden kan voor Kaliber een intranet worden ingericht die rekening houdt met alle groepen binnen het bedrijf.

Tot slot is er advies over de inrichting, het vervolg van dit onderzoek, overgang naar het intranet en het beheer van het intranet. Deze worden apart bij het intranetontwerp toegevoegd en zijn te lezen in [Bijlage 16: Advies](#).

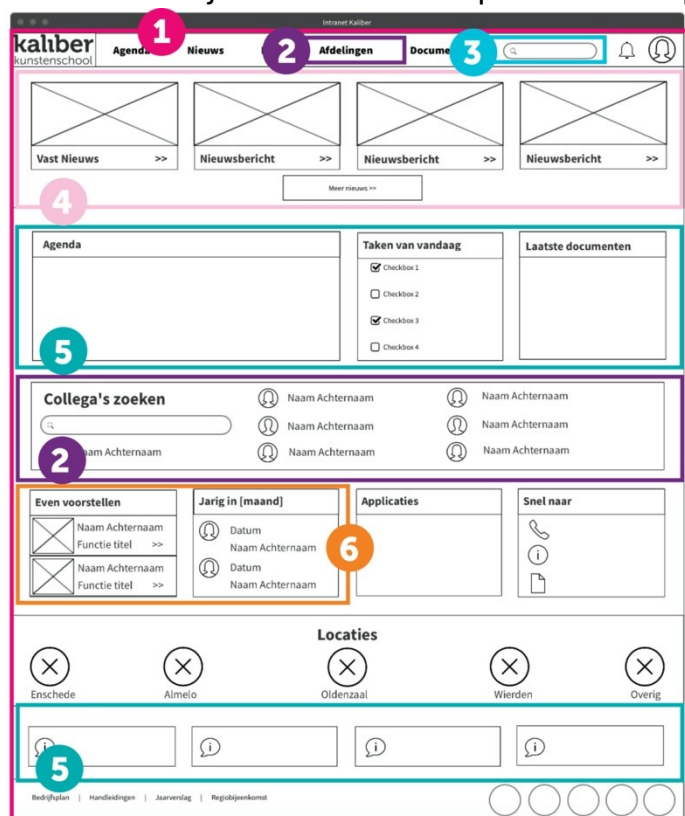
Aanbevelingen en ontwerp

De aanbevelingen op basis van het onderzoek zijn:

- Verschillende inrichting voor de groepen wanneer het aankomt op informatie.
- Informatievoorziening over dienstverband weglaten in de omgeving voor ZZP'ers.
- Een makkelijke manier om informatie terug te vinden.
- Er moet een plek komen voor nieuws uit alle afdelingen van de organisatie, zodat men up-to-date is van elkaar maar ook zodat dit niet meer via de mail hoeft.
- Er moet een plek zijn waar men terug kan vinden wie waar verantwoordelijk voor is en wat elke afdeling precies doet.
- Het intranet moet een websitestructuur hebben.
- Het intranet moet pakkender en persoonlijker zijn, door een creatief ontwerp en 'leuke' onderdelen.
- Alle onderdelen die in het intranet moeten terugkomen voor de testgroep zijn te vinden in [Bijlage 12: Samenvatting informatiebehoefte interviews](#).

Op basis van de aanbevelingen en resultaten uit het onderzoek is een ontwerp gemaakt. Om de voortgang van het ontwerp te zien en hoe het ontwerp tot stand is gekomen, zie [Bijlage 14: Ontwerp voortgang en functie uitleg](#). Hierin wordt ook uitgelegd waarom welke keuzes zijn gemaakt.

De uiteindelijke schets waarop het ontwerp is gebaseerd:



1. Het intranet is ontworpen met een websitestructuur.
2. Een plek waar men kan vinden wie waar verantwoordelijk voor is en wat elke afdeling precies doet, het opent een pagina waar dit beschreven staat.
3. Een makkelijke manier om informatie terug te vinden door een zoekbalk.
4. Nieuws uit alle afdelingen van de organisatie, meteen bovenaan zodat men het belangrijkste eerst ziet en van elkaar up-to-date blijft.
5. Plekken waar men eigen informatie kan

neerzetten en verwerken per afdeling. De informatie in deze onderdelen zullen voor elke afdeling dus anders zijn.

(Figuur 2: Wireframe van het intranet met nummering)

Voor de volledige versie van het mediaproduct, zie de startpagina in of in het losse pdf-bestand.

Testfase

Methode

Het ontwerp zelf moet getest worden, maar ook de gebruiksvriendelijkheid en het gemak van het ontwerp, omdat die als belangrijkste punten naar voren kwamen bij de testgroep.

Voor het testen van het ontwerp zijn twee opties gegeven aan de testgroep. De meeste nadruk lag hierbij op optie 1: de think and talk aloud test. Daarnaast was er optie 2: via de mail de vragen en testonderwerpen sturen, met de link naar de testomgeving voor hun groep, zodat ze deze zelf konden invullen en bekijken. Deze optie was alleen bedoelt voor mensen die niet genoeg tijd hadden om af te spreken en het samen door te nemen. Om te zien wie mee heeft gedaan met de testfase en welke optie ze gekozen hebben, zie [Bijlage 3: Testgroep](#). Er is geprobeerd om met minstens één persoon uit elke groep de test uit te voeren. Alleen uit de groepen docenten in loondienst en sociaal domein heeft niemand aan de test meegedaan. Voor de volledige verantwoording van de testfase, zie [Bijlage 17: Verantwoording testen](#).

De test is opgebouwd uit vier onderdelen:

- Vooraf: dit gedeelte gaat om de eerste indruk.
- Wel aanklikbaar: dit gedeelte test de gebruiksvriendelijkheid en duidelijkheid van het ontwerp op basis van een paar opdrachten. Hierbij is gevraagd of de testgroep zo uitgebreid mogelijk wilde uitleggen welke stappen ze namen, wat hun gedachtes en gevoelens erbij waren.
- Niet aanklikbaar: dit gedeelte gaat om theoretische vragen, waarbij getest wordt welke route ze zouden nemen in het ontwerp om te zien wat voor hen logisch is. Voor deze is al wel van te voren bedacht waar het zou komen als het ontwerp volledig interactief was. Het is dus een controle of dat de juiste keuze is.
- Achteraf: als de persoon er een tijdje in heeft gewerkt, komen dezelfde vragen van het begin nog een keer terug om te zien hoe het intranet dan bevalt en of het is wat ze verwacht hadden.

De vragen die tijdens de think and talk aloud test zijn gevraagd en die via de mail zijn gestuurd staan in [Bijlage 17: Verantwoording testen](#). Die van de mail zijn iets meer uitgebreid en gedetailleerder dan die van de think and talk aloud test, omdat hierbij het meeste mondeling al te spraken komt. De resultaten van de think and talk aloud test zijn genoteerd tijdens het overleg, maar omdat het alleen om de belangrijkste punten gaat is dit met aantekeningen gedaan en niet met een transcriptie.

Testresultaten

De volledige resultaten zijn te vinden in [Bijlage 18: Testresultaten](#). De samenvatting van de testresultaten worden gepresenteerd tijdens de verdediging, samen met de nieuwe versie van het ontwerp op basis van de feedback uit de test.

Reflectie

Algemeen

Ik kijk terug op een leerzame afstudeerperiode. Binnen Kaliber heb ik kennis mogen opdoen van verschillende mensen in verschillende groepen en afdelingen. Ik kijk dan ook zeer tevreden terug, en ondanks dat niet alles helemaal ging zoals gehoopt of gepland ben ik tevreden met het eindresultaat. Motivatie en samenwerking met bepaalde afdelingen waren de grootste tegenslagen in deze periode. Ook kreeg ik meerdere malen de feedback van een van mijn bedrijfsbegeleiders dat ik niet te bescheiden moet zijn en dat ik de waarde van mezelf, mijn ontwerp en wat ik gedaan heb meer mag benoemen.

Proces

Het duurde iets langer dan gehoopt tot ik ook echt daadwerkelijk kon beginnen met het project, omdat de plan van aanpak fase wat langer duurde, maar toen het eenmaal kon ging ik ook lekker bezig. Het eerste gedeelte was vooral een zelfstandig intern onderzoek en voortborduren op het plan van aanpak. Toen het echter eenmaal op de testgroep aankwam liep ik vast op motivatie, en tijdig reactie krijgen van de verschillende individuen en groepen. Ik merkte dat dit nog meer invloed had op mijn toen al wat gezakte motivatie. Het (bijna) alleen maar thuis werken, binnen dezelfde vier muren zitten en elke dag maar weer zolang achter de laptop zitten hakte er bij mij echt in. Pas toen ik het werk echt een paar dagen liet liggen om weer tot mezelf te komen merkte ik dat de motivatie terugkwam. Dit was een leerzaam moment voor mij: het is soms juist goed om een pauze te nemen of om niet altijd met het werk bezig te zijn, omdat dat juist zorgt voor meer motivatie en energie. Daarbij was ik er al wel op voorbereidt dat de testgroep bij elkaar krijgen een lang en lastig werkje zou zijn, omdat ik al langer bekend ben bij Kaliber. Echter was het in combinatie met de verminderde motivatie een lastig punt. Ik ben trots dat ik uiteindelijk alle groepen heb weten te betrekken op één na. Dit was al meer dan dat ik had verwacht.

Toen het eenmaal aankwam op de onderdelen waarbij de testgroep ook daadwerkelijk betrokken was ging het heel snel. Het was een relatief grote groep, dus er ging meer tijd in zitten dan ik had verwacht. Achteraf gezien had ik liever wat langer de tijd gehad om de resultaten tussendoor te verwerken, maar door eerst voor mezelf een korte samenvatting te maken kon ik in ieder geval verder in het proces. Toen het eenmaal aankwam op het ontwerp had ik niet veel tijd meer over om er veel over na te denken, omdat het testen ook nog op tijd af moest zijn. Op dat moment was ik helemaal blij met de korte samenvattingen en lijstjes die ik voor mezelf had gemaakt, het was daardoor makkelijker om het ontwerp ook echt op het onderzoek te baseren.

Tot slot de testfase, waarbij niet de hele testgroep betrokken is geweest maar toch wel uit bijna elke groep minstens één persoon. Ik merkte dat ik best beïnvloed werd door de negatieve feedback die ik van een aantal

mensen kreeg, omdat ik heel erg het gevoel kreeg dat zij dachten dat ik het ontwerp maar zo uit de lucht had getoverd en het niet op mijn onderzoek had gebaseerd, wat weer aanvoelde alsof zij mijn onderzoek waardeloos vonden. Maar ik ken deze eigenschap al langer van mijzelf dus ik wist hoe ik hiermee om moest gaan. Door het te relativiseren (het was echter maar een klein gedeelte van de volledige groep, grotendeels was heel positief) en door de interessante en psychologische kant ervan in te zien (het is juist goed dat niet iedereen het geweldig vindt, want dat geeft aan hoe uniek iedereen en hun werkwijze is) kon in het uiteindelijk goed verwerken. Het was dus een zeer zelfstandig en leerzaam proces.

Product

Het uiteindelijke product komt nog, omdat de aanpassingen op basis van de feedback. Toch vind ik het huidige product al professioneel: het heeft de look en feel van een intranet gecombineerd met de huisstijl van Kaliber, zoals de bedoeling was. Daarbij kwam uit het testen eigenlijk voor naar voren dat bepaalde onderdelen er anders in moesten, maar de onderdelen waren al wel volledig (voor nu). Al met al is het product compleet, al dan misschien nog niet helemaal in de juiste vorm. Ik zou het zeker aanleveren.

Daarbij was het nog best een leerproces voor mij om dit product te kunnen presenteren. Mijn kennis over intranetten was minimaal, dus daar moest ik ten eerste bijscholen. Daarnaast was ook een testbare versie creëren nog een hele uitdaging. Dit heb ik uiteindelijk in Adobe Xd gemaakt, een programma wat ik nog nooit eerder gebruikt had, dus hier heb ik mezelf ook het een en ander moeten aanleren. Ik vond het jammer dat de technische partij minder betrokken was bij dit onderzoek, daar had ik ook nog zeker meer van kunnen leren. Voor nu ben ik echter toch al heel blij met het resultaat dat ik heb neergezet.

Vooruitblik

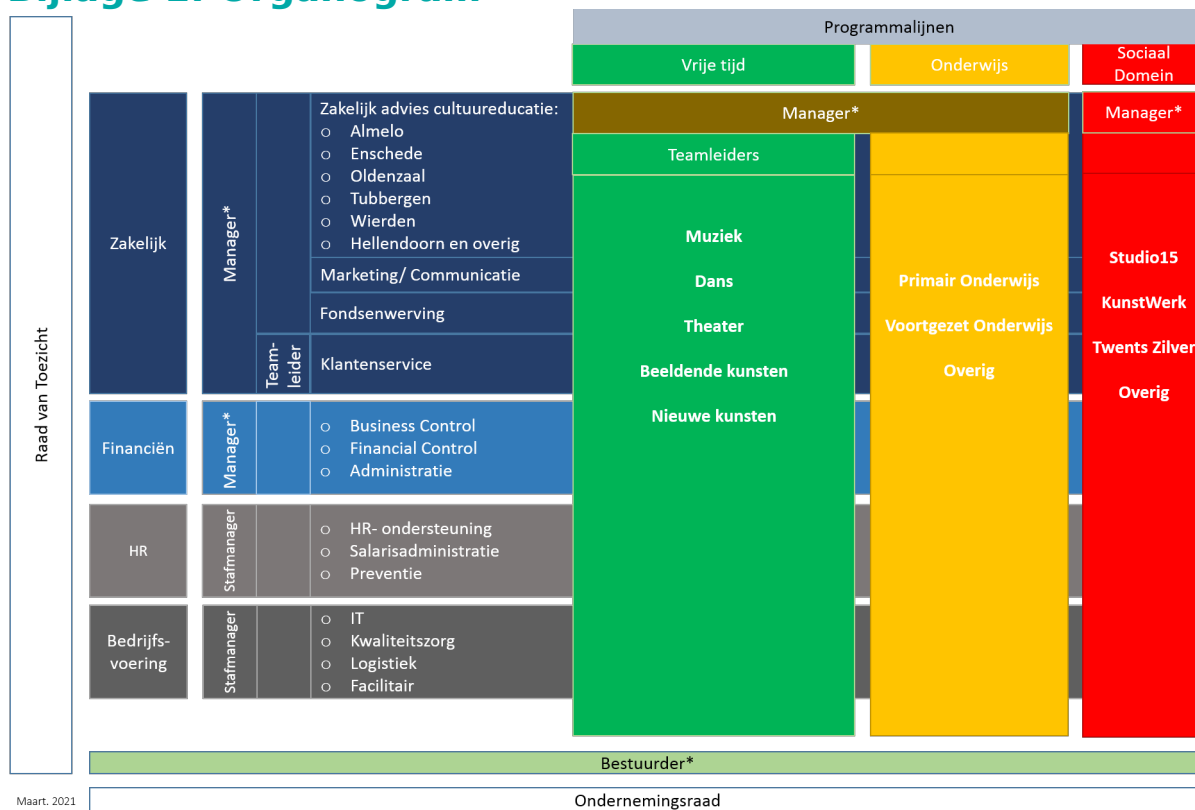
Op basis van dit project zijn er een paar dingen die ik meeneem naar mijn toekomstige werkveld. Als eerste natuurlijk dat ik meer kan dan ik zelf denk: ik kan met een onderwerp bezig gaan waar ik niet zoveel van afweet, mezelf bijscholen en een professioneel resultaat neerzetten. Dit werd duidelijk door zowel eigen inzicht aan het einde van het project als uit de feedback van mijn bedrijfsbegeleider. Daarnaast neem ik de les mee dat ik niet altijd alleen op werk geresulteerd hoeft te zijn: afstand nemen resulteert soms juist op de lange termijn voor betere motivatie en resultaten. Tot slot neem ik mee wat mijn verwachtingen zijn ten opzichte van samenwerken en hoe ik goed kan omgaan met negatieve feedback. Wat ik tijdens dit project heb geleerd op het gebied van mijn persoonlijke werkhethiek, maar ook van intranetten, zijn allemaal lessen die ik meeneem naar mijn carrière als marketing en communicatiemedewerker bij Studio15 en andere uitdagingen die op mijn pad terecht komen.

Referenties

- Lustig, C. (2017, september 21). *De 5 pijlers van een succesvol intranet*. Opgehaald van Frankwatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2017/09/21/de-5-pijlers-voor-een-succesvol-intranet/>
- O&I Services. (2014, januari 22). *Benodigde techniek inventariseren*. Opgehaald van O&I Services: <http://oi-services.nl/benodigde-techniek-inventariseren/>
- Theelen, L., & van Midden, N. (2013, juli 8). *Een responsive intranet realiseren: wat zijn de voor- en nadelen?* Opgehaald van Frankwatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2013/07/08/een-responsive-intranet-realiseren-wat-zijn-de-voor-en-nadelen/>
- Verbeeck, D. (2020, november 24). *De onmiskenbare voordelen van een intranet tijdens de COVID-19-crisis*. Opgehaald van Motionmill: <https://motionmill.com/2020/11/voordelen-intranet/>
- Michels, W. (2019). Communicatie strategie. In W. Michels, *Communicatie strategie* (p. 120). Groningen: Noordhoff.
- Novaware. (2018). *Wat je moet weten over AVG en jouw website, intranet of klantportaal*. Opgehaald van Novaware: <https://www.novaware.nl/blog/wat-je-moet-weten-over-avg-en-jouw-website-intranet-of-klantportaal/>
- Embrace Cloud. (2018, september 27). *In 7 Stappen Naar een Succesvol Social Intranet*. Opgehaald van Embrace Cloud: <https://www.embracecloud.nl/ebook-in-7-stappen-naar-een-succesvol-sociaal-intranet-v1/>
- Embrace Cloud. (2017, oktober 17). *Intranet voorbeelden: Hoe zorg je voor een goed intranetdesign?* Opgehaald van Embrace Cloud: <https://www.embracecloud.nl/blog/intranet-voorbeelden-zorg-voor-goed-intranetdesign/>
- Gundersen, L. H., Leijendekker, S., & Mulder, W. (2021). *Intranet voorbeelden: Hoe zorg je voor een goed intranetdesign?* Opgehaald van Embrace Cloud: <https://www.embracecloud.nl/blog/intranet-voorbeelden-zorg-voor-goed-intranetdesign/#intranetvoorbeelden>

Bijlages

Bijlage 1: Organogram



Terug naar:
Kaliber Kunstenschool
Relevante rollen

Bijlage 2: Smoelenboek



Smoelenboek.docx

Omdat het als worddocument is toegevoegd, kan de layout aangetast zijn.

Terug naar:
Relevante rollen

Bijlage 3: Testgroep



Testgroep.xlsx

Terug naar:

[Conclusie deelvraag 1](#)

Deelvraag 4: Wat is de informatiebehoefte vanuit de verschillende rollen in de organisatie en waarom?
Methode

Bijlage 4: Enquête opzet, vragen en verantwoording



Enquête opzet, vragen en

Terug naar:

Uitslag ervaring medewerkers enquête

Bijlage 5: Antwoorden enquête



Terug naar:

Uitslag ervaring medewerkers enquête

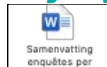
Bijlage 6: Interview antwoorden op basis van enquête



Terug naar:

Uitslag ervaring medewerkers enquête

Bijlage 7: Samenvatting enquête



Terug naar:

Uitslag ervaring medewerkers enquête

Bijlage 8: Interview David Nooteboom



Terug naar:

TKC Digital

Bijlage 9: Interview Marjo van Ostaïjen



Terug naar:

Marga Klompe

Bijlage 10: Interview Marc Perik



Terug naar:

Coulisse

Bijlage 11: Transcriptie interviews



Terug naar:

Deelvraag 4: Wat is de informatiebehoefte vanuit de verschillende rollen in de organisatie en waarom?

Voorwaarden vanuit de testgroep

Voorwaarden beheer

Voorwaarden techniek en oplevering

Bijlage 12: Samenvatting informatiebehoefte interviews



Terug naar:

[Conclusie deelvraag 4](#)

[Conclusie hoofdvraag](#)

Aanbevelingen en ontwerp

Bijlage 13: Huisstijl

FONTS

Billy the Gang

Museo

Museo Sans

KLEUREN

	
#23B9D6	#009BA4
	
#702677	#F8C9DF
	
#E50069	#FFD300
	
#DEDC00	#13A538
	
#EF7D00	#000000

STIJLELEMENTEN (mogen in alle kleuren)

Schuine balk



Highlights



K's



Getekende elementen

(meestal lijntjes of simpele vormen)



Terug naar:

Voorwaarden huisstijl

Bijlage 14: Ontwerp voortgang en functie uitleg



Terug naar:

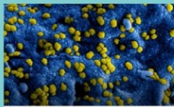
Aanbevelingen en ontwerp

Bijlage 15: Mediaproduct

Voor het volledige ontwerp, zie de losse pdf-bijlage.

kaliber
kunstenschool

Agenda Nieuws Mail Afdelingen Documenten

**Corona Protocol**
Lees meer >>

**Update huiskamer van Enschede**
Lees meer >>

**Zomervakantie 2021**
Lees meer >>

**Deelnemers gezocht: Afstudeeropdracht**
Lees meer >>

Meer nieuws >>

Agenda

01 JUNI	08:30 Workshop
	10:00 Optreden orkest
	14:30 Expositie kunstafdeling
02 JUNI	10:30 Regiobijeenkomst

Agenda overzicht >>

Taken

☐	Voorbereiding workshop
☒	Planning projecten juni
☐	Presentatie intranet

Takenlijst >>

Laatste documenten

	Benodigdheden workshop
	Planning projecten_week...
	Presentatie intranet onlw...

Alle documenten >>

Collega's zoeken

Els Halink-Kolbrink

Annette Brugman

Alice Oosterveen

Dan Dezijn

Ian Muller

Monique Braakhuis

Voorstellen

**Diandra Huizing**
Muziekdocent
ABC

**Dan Dezijn**
Medewerker
Marketing &
Communicatie
Studio15

Nieuwe collega's >>

Jarig in Juni

**Evi Zaalberg**
2 juni

**Angelina Schoonewille**
6 juni

**Brigitte de Leeuw**
11 juni

Alle verjaardagen >>

ApplicatiesAlle applicaties >>

Snel naar...

Klantenservice

Contactgegevens

Eigen Documenten

Locaties

**Enschede**

**Almelo**

**Oldenzaal**

**Overig**

Algemeen

Onderwijs

Projecten

Workshops

Home Bedrijfsplan Jaarverslag Financiën Vacatures

Terug naar:
Aanbevelingen en ontwerp

Bijlage 16: Advies

Terug naar:
[Conclusie hoofdvraag](#)

41

Bijlage 17: Verantwoording testen



Terug naar:
Methode

Bijlage 18: Testresultaten



Terug naar:
Methode
Testresultaten