

Een nieuw communicatiemiddel voor Stichting LombokCare



Afstudeerrapport

Een nieuw communicatiemiddel voor Stichting LombokCare



Senggigi, Indonesië, versie 22 juni 2012
Afstudeerrapport Stichting LombokCare

Hogeschool van Utrecht
Faculteit Communicatie & Journalistiek
Bedrijfscommunicatie

Student: Pleun Usman
Studentnummer: 1535746

Afstudeerbegeleider: Arthur Blok

Voorwoord

Voor mijn afstudeeropdracht ben ik naar Indonesië gegaan. Een uitdaging die ik erg spannend vond, maar met beide handen heb aangepakt. Drie jaar geleden ben ik al eens naar Indonesië geweest. Mijn opa is geboren en opgegroeid op Lombok. Hierdoor heb ik veel familie wonen in Indonesië. Omdat zij niet de mogelijkheid hebben om naar Nederland te komen, wilde ik ze graag nog een keer opzoeken in Indonesië. Het combineren van mijn studie met mijn 'roots' leek me geweldig en leerzaam. Het land heeft voor de tweede keer weer erg veel indruk op me gemaakt. De natuur, de mensen, het eten en de cultuur zijn heel bijzonder. Ik vond het een interessante en leerzame ervaring om een keer te werken in dit land. Ik heb veel van de mensen daar geleerd en ik hoop ook dat de mensen veel van mij geleerd hebben.

Ik wil Destination Indonesia graag bedanken voor hun inzet en begeleiding, voor en tijdens mijn afstudeerperiode. Stichting LombokCare wil ik bedanken voor de kans die ze mij gegeven hebben en hun flexibiliteit. Ook wil ik ze bedanken voor de geweldige ervaring die ik hier heb opgedaan. Daarnaast wil ik alle mensen die mij geholpen hebben met mijn afstudeeropdracht bedanken. De donateurs en medewerkers van LombokCare, de mensen in Indonesië en de Nederlandse studenten die ik in Indonesië ontmoet heb. Zonder hen had ik deze ervaring niet gehad en had ik mijn afstudeeropdracht niet zo voldaan afgerond als nu.

Pleun Usman

Inhoud

Inleiding	6
Hoofdstuk 1 Analyse	
1.1 Beschrijving organisatie	
1.1.1 Doelstellingen Stichting LombokCare	7
1.1.2 Missie en visie	7
1.1.3 Strategie	8
1.1.4 Kernwaarden, identiteit en imago	8
1.1.5 Bestuur Stichting LombokCare	9
1.1.6 Beschrijving omgeving	9
1.1.7 ANBI	10
1.2 Communicatie LombokCare	
1.2.1 Interne communicatie	10
1.2.2 Externe communicatie	10
1.3 Theorie	
1.3.1 SWOT analyse	11
1.3.2 DESTEP analyse	12
1.4 Probleembeschrijving	
1.4.1 Aanleiding	15
1.4.2 Behoeften opdrachtgever	15
Hoofdstuk 2 Aanpak	
2.1 Probleemstelling	16
2.2 Doelstellingen	16
2.3 Methodische aanpak	
2.3.1 Onderzoek	16
2.3.2 Voorbehoud	17
Hoofdstuk 3 Resultaten	
3.1 Respons enquête	18
3.2 Resultaten	18
3.3 De bladformule	19
3.4 Het tijdschrift	20
Hoofdstuk 4 Procesverslag	
4.1 Verrichte activiteiten	
4.1.1 Informatie verzamelen	22
4.1.2 Teksten schrijven	23
4.1.3 Teksten controleren	23
4.1.4 Ontwerp maken	24
4.1.5 Foto's maken	24
4.1.6 Tijdschrift vormgeven	24
4.1.7 Drukker zoeken	25
4.1.8 Sponsor zoeken	25
4.1.9 Tijdschrift laten drukken en implementeren	25
4.2 Samenwerking met docent school	25
4.3 Planning	25
4.4 Knelpunten en oplossingen	26

4.5 Urenverantwoording	27
4.6 Competenties bespreking	31
 Hoofdstuk 5 Evaluatie	
5.1 Eigen beoordeling	32
5.2 Beoordeling vanuit opdrachtgever	33
5.3 Beoordeling vanuit organisatie	33
5.4 Beoordeling vanuit beroepsperspectief	34
 Bronvermelding	35
 Bijlage I Plan van Aanpak	37
 Bijlage II Feedbackverslagen	53
 Bijlage III Bladformule tijdschrift Stichting LombokCare	55
 Bijlage IV Enquête	68

Inleiding

In de zomer van 2011 ben ik gaan nadenken wat ik voor mijn afstudeeropdracht, begin april 2012, wilde gaan doen. Ik heb toen besloten dat ik in een andere cultuur en omgeving mijn afstudeeropdracht wilde uitvoeren. Ik heb ervoor gekozen om dit in Indonesië te doen.

Ik ben in contact gekomen met Destination Indonesia. Een organisatie die stages, vrijwilligerswerk en afstudeeropdrachten regelt op Lombok. Zij hebben mij in contact gebracht met Stichting LombokCare. Deze stichting heeft als doel, het bieden van hulp en zorg aan hulpbehoevenden die in de maatschappij op Lombok een slechte kans hebben. Dit realiseren ze door kleinschalige ontwikkelingsprojecten op te zetten op het gebied van primaire levensbehoeften, onderwijs, zorg en werk. Deze stichting draait volledig op donateurs. Zonder de donateurs zouden ze al deze projecten niet kunnen uitvoeren.

Voor deze donateurs bestond er nog geen goed communicatiemiddel om ze op de hoogte te houden van alle projecten die er lopen. Er is wel af en toe een nieuwsbrief rondgestuurd, maar dit kon veel beter. LombokCare had dus een nieuw communicatiemiddel nodig. Dat was voor mij de perfecte opdracht. Zo ben ik met Stichting LombokCare in zee gegaan en in april naar Indonesië vertrokken.

Tijdens het begin van de afstudeerperiode heb ik onderzoek gedaan naar de doelgroep van het tijdschrift (door middel van interviews en enquêtes) en een hoofdvraag geformuleerd. Deze luidt als volgt: *'Wordt Stichting LombokCare door middel van een tijdschrift nog transparanter tegenover de donateurs en verloopt de communicatie beter tussen de donateurs en Stichting LombokCare?'* De belangrijkste deelvragen die hier bij horen zijn: *'Wie zijn de donateurs'* en *'Hoe transparant is Stichting LombokCare?'*

Tijdens mijn afstudeerperiode in Indonesië, merkte ik dat het werken in een andere cultuur soms heel lastig is. Ik moest er aan wennen dat ik ver weg was van mijn vertrouwde omgeving in Nederland. Tegelijkertijd moest ik direct aan de slag met mijn afstudeeropdracht, omdat er maar weinig tijd was. Gedurende de afstudeerperiode heb ik mijn weg kunnen vinden en heb ik leren omgaan met de taal- en cultuurverschillen.

Het doel van dit afstudeerrapport is laten zien hoe er aan de algemene competenties is gewerkt en hoe deze ontwikkeld zijn, gedurende de afstudeerperiode. Er wordt uitgebreid beschreven welke aanpak en methodes zijn gebruikt. Als laatste wordt er vanuit vier verschillende perspectieven geëvalueerd. Het afstudeerrapport is in de eerste plaats bestemd voor de Hogeschool Utrecht. Dit afstudeerrapport wordt ook gelezen door de opdrachtgever.

Pleun Usman

Hoofdstuk I Analyse

In dit hoofdstuk wordt Stichting LombokCare geanalyseerd. Wat is het voor soort organisatie? In welke branche is ze actief, welke producten en/of diensten biedt ze aan? Verder worden de missie, visie, kernwaarden, strategie en imago beschreven. Daarnaast wordt ingegaan op de wijze waarop de organisatie bestuurd wordt. In dit hoofdstuk komt ook de communicatie binnen het bedrijf en het probleem van het bedrijf aan bod.¹

1.1 Beschrijving organisatie

Stichting LombokCare is een stichting die zich bezig houdt met het verwezenlijken van kleinschalige ontwikkelingsprojecten op Lombok (Indonesië). De projecten hebben voornamelijk te maken met de primaire levensbehoeften: onderwijs, zorg en werk. De stichting richt zich op verschillende doelgroepen, maar voornamelijk op kinderen. Zij zijn de toekomst. Ook streeft Stichting LombokCare naar bewustwording van de armoedeproblematiek in ontwikkelingslanden.

Stichting LombokCare is opgericht door de familie Schreurs. In 1980 zijn Christ en Gerda Schreurs voor het eerst naar Indonesië geweest. Het land en de mensen hebben vanaf het allereerste moment zoveel indruk achtergelaten, dat ze er vaak terugkwamen. Wel schrokken ze van de armoede die er heerst en vonden dat ze mensen in Indonesië moesten helpen. Tien jaar geleden zijn ze begonnen met het zoeken naar kleinschalige projecten die ze konden financieren. Het eerste project wat de familie Schreurs heeft gefinancierd, is een blindetehuis in Mataram (de hoofdstad van Lombok). Omdat de projecten steeds grootschaliger worden, heeft de familie Schreurs de stichting in het leven geroepen.²

1.1.1 Doelstellingen Stichting LombokCare

De stichting heeft ten doel het bieden van hulp en zorg aan hulpbehoevenden die in de maatschappij op Lombok een slechte kans hebben. In 2000 hebben de regeringsleiders van 189 landen afgesproken om voor 2015 de belangrijkste wereldproblemen aan te pakken: de millenniumdoelen.³ Ook Stichting LombokCare draagt een steentje bij aan deze doelen. De stichting zal onder andere meewerken aan de volgende doelen:

- Halveren van de armoede en zorgen dat minder mensen honger hebben
- Iedereen moet de kans hebben om naar school te gaan
- Mannen en vrouwen zijn gelijkwaardig
- Iedereen heeft schoondrinkwater⁴

Daarnaast heeft de stichting als grootste doel natuurlijk het inzamelen van zoveel mogelijk financiële middelen om alle projecten te bekostigen. Mensen of bedrijven kunnen geld doneren aan de stichting. Hieraan zit geen minimum verbonden. Ook mag het geld eenmalig of structureel gedoneerd worden. Alles is welkom. Het is ook mogelijk om via een andere weg de stichting te helpen. Bijvoorbeeld door middel van vrijwilligerswerk, een stage of een inzamelingsactie te organiseren.

1.1.2 Missie en visie

Mindie Schreurs van Stichting LombokCare zegt, dat zij zich inzetten voor het verbeteren van het welzijn van verschillende doelgroepen op Lombok. Deze doelgroepen verschillen van lokale inwoners van armoedige dorpen en bejaarden, tot visueel en lichamelijk gehandicapten. Door het opzetten, uitvoeren en begeleiden van kleinschalige ontwikkelingsprojecten wil Stichting LombokCare stap voor

¹ *Afstudeergids BC 2011-2012*, Borsboom, P.

² Schreurs, C. (2011). *Informatie over LombokCare*. Geraadpleegd op 09-04-2012, www.lombokcare.com/lombokcare.html

³ De wereld van de VN (2012). *De millenniumdoelen*. Geraadpleegd op 09-04-2012, www.dewereldvandevn.nl/de_verenigde_naties/millenniumdoelen

⁴ Schreurs, C. (2011) *Doelen van LombokCare*. Geraadpleegd op 09-04-2012, www.lombokcare.com/lombokcare/doelen.html

stap werken aan de gestelde doelen. Hier worden Nederlandse én Indonesische instanties bij betrokken. Uitgangspunten van de stichting zijn:

- Uitgaan van de mogelijkheden van de doelgroep
- Functioneel te werk gaan door middel van netwerken
- Actieve participatie van de doelgroepen
- Oplossingsgericht werken⁵

1.1.3 Strategie

Mindie Schreurs van Stichting LombokCare zegt dat de stichting streeft naar het zelfstandig laten functioneren van de projecten, zodat er plaats en tijd vrij komt voor nieuwe projecten. Reeds uitgevoerde projecten zullen structureel geëvalueerd, en waar nodig, bijgesteld worden. Stichting LombokCare schrijft voor aanvang van een project altijd een projectplan en zorgt dat dit project financieel gedekt is.

De stichting is op twee plaatsen gevestigd. Christ en Gerda Schreurs wonen in Roermond, Nederland. Zij zijn wel vaak in Indonesië te vinden. Hun kinderen, die ook voor de stichting werken, wonen op Lombok en in Australië. Doordat de stichting dus op twee plaatsen gevestigd is, kan er goed gecommuniceerd worden met de Nederlandse en Indonesische instanties.

1.1.4 Kernwaarden, identiteit en imago

Identiteit

Mindie Schreurs van Stichting LombokCare zegt dat de stichting als belangrijkste kernwaarden open, eerlijk, integer, ambitieus, omgevingsbewust en ondernemend heeft. De optelsom van wat de medewerkers met de vrijwilligers en de mensen in Indonesië bindt én van wat zij gezamenlijk tot stand brengen, vormen de identiteit van Stichting LombokCare. Stichting LombokCare neemt zijn vrijwilligers, donateurs en de mensen in Indonesië zeer serieus en is blij met elke input.

Voor de *donateurs* wil Stichting LombokCare transparant zijn en duidelijk aangeven waar het gedoneerde geld naartoe gaat. Het vertrouwen van de donateurs is voor Stichting LombokCare van groot belang.

Voor de *vrijwilligers* wil Stichting LombokCare een inspiratiebron zijn, waardoor zij nog meer betrokken raken bij de organisatie en de projecten.

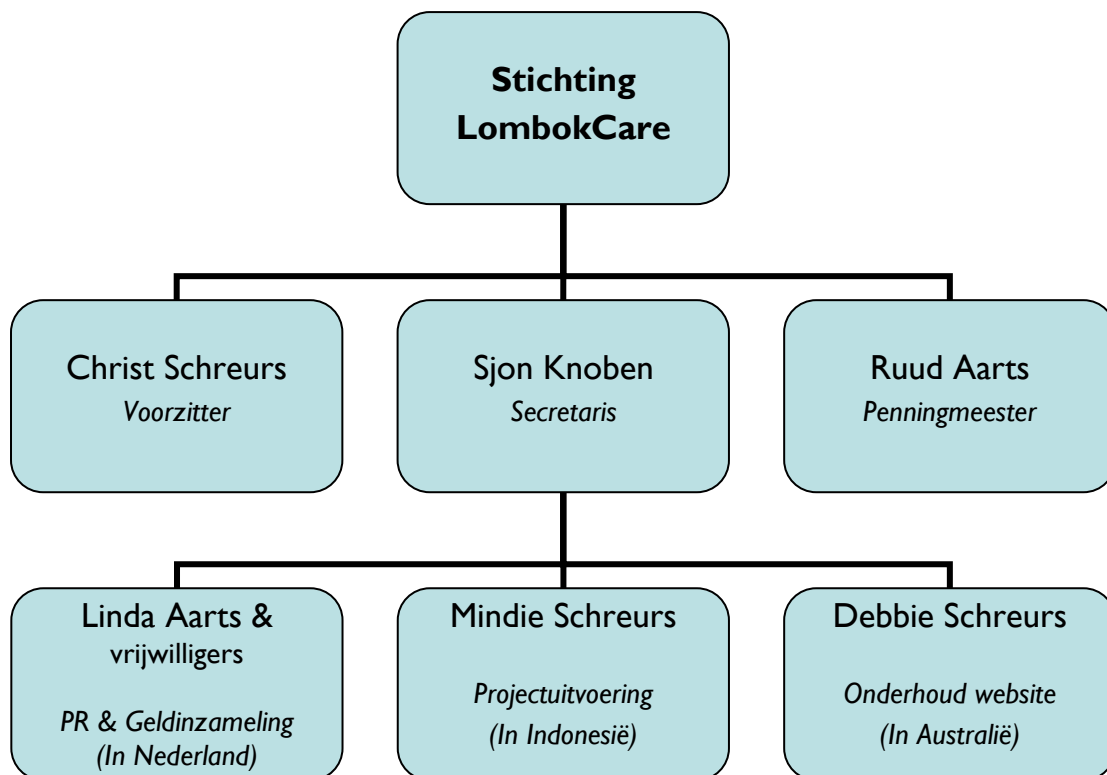
Voor de *mensen in Indonesië* wil Stichting LombokCare een steun in de rug zijn en genoeg hulp bieden, waar nodig. De stichting zorgt ervoor dat kennis in begrijpelijke vorm wordt overgedragen en behouden. Ook stimuleert de stichting de samenwerking tussen lokale mensen en buitenlandse vrijwilligers/ studenten. Zo kunnen op langere termijn de mensen in Indonesië zelf de projecten uitvoeren en kennis kan worden overgedragen en behouden.

Imago

Mindie Schreurs van Stichting LombokCare zegt dat de stichting er naar streeft om het imago in 2013 aan te laten sluiten bij de doelstellingen. Dit betekent ondermeer het verhogen en behouden van naamsbekendheid, vertrouwen en waardering van Stichting LombokCare. Het tijdschrift (wat gemaakt wordt) is daar een middel voor en werkt ondersteunend.

⁵ Schreurs, C. (2011). *Visie van LombokCare*. Geraadpleegd op 09-04-2012, www.lombokcare.com/lombokcare/visie.html

1.1.5 Bestuur Stichting LombokCare



Figuur 1: Organogram Stichting LombokCare

1.1.6 Beschrijving omgeving

Stichting LombokCare voert alleen projecten uit op Lombok. Natuurlijk zijn er meer instanties en stichtingen die op Lombok projecten uitvoeren om de bevolking te helpen. Deze instanties en stichtingen worden niet gezien als concurrenten. LombokCare heeft zelfs een aantal samenwerkingen gehad met andere organisaties op Lombok. De meeste organisaties hebben niet dezelfde doelen als LombokCare en richten zich dus op andere projecten.

Zo is er de stichting 'Anak Bangsa Foundation'. Deze stichting richt zich met name op straatkinderen op Lombok. Stichting LombokCare heeft goed contact met Anak Bangsa en ze proberen zoveel mogelijk kennis uit te wisselen.⁶

Als Stichting LombokCare fondsen wil krijgen vanuit Nederland, moeten zij een samenwerking aangaan met een lokale stichting op Lombok. Zo kan LombokCare de kennis overdragen aan de lokale bevolking. Daarnaast kunnen zij ook het project draaiende houden op het moment dat LombokCare haar handen er vanaf trekt. Maar helaas blijkt dat dit af en toe voor problemen zorgt. De lokale mensen ruiken geld zodra ze met een buitenlandse stichting in zee gaan. Door de mensen te snel te vertrouwen is LombokCare al een keer flink belazerd.

LombokCare heeft samen met de lokale stichting een opleidingscentrum voor lichamelijk beperkte kinderen gebouwd. Hiervoor moesten beide partijen contracten ondertekenen bij de notaris. De oprichter van de lokale stichting is, zonder het medeweten van LombokCare, naar de notaris gegaan. Hij heeft daar samen met de notaris de namen in het contract veranderd. Hierdoor had hij volledige macht over het opleidingscentrum. Zo kon hij materialen en grond verkopen voor veel geld. Gelukkig

⁶ Jurgens, J (2008). *Algemene informatie Anak Bangsa*. Geraadpleegd op 07-06-2012, www.anakbangsafoundation.org

bleek later dat het contract niet rechtsgeldig was en kon het weer teruggedraaid worden. Die man was er toen wel al met veel geld vandoor gegaan.

Hierdoor is LombokCare veel sponsorgeld kwijtgeraakt aan de verkeerde mensen. Hier hebben ze natuurlijk van geleerd, maar het maakt het werken in een andere cultuur wel lastig.

1.1.7 ANBI

Stichting LombokCare is aangesloten bij de ANBI (Algemeen Nut Beogende Instelling). ANBI gecertificeerde instellingen zijn levensbeschouwelijke, charitatieve, culturele of wetenschappelijke instellingen, die bijdragen aan het algemeen nut. De stichting voldoet aan de voorwaarden van de ANBI, en is door de overheid aangewezen en geregistreerd.⁷

1.2 Communicatie LombokCare

In deze paragraaf wordt het communicatiebeleid van Stichting LombokCare beschreven en geanalyseerd. Er wordt ingegaan op de interne en externe communicatie van de stichting.

1.2.1 Interne communicatie

Stichting LombokCare werkt vanuit twee landen, Nederland en Indonesië. Dit maakt de interne communicatie lastig. Om miscommunicatie te voorkomen is het van belang dat de interne communicatie duidelijk en helder is.

Het bestuur heeft minimaal vier keer per jaar gezamenlijk een vergadering in Nederland. Meestal worden er jaarlijks meer vergaderingen gehouden. Van de vergaderingen worden notulen gemaakt. Deze notulen worden altijd, naar iedereen die bij de stichting werkzaam is, rondgestuurd. Tijdens de vergaderingen worden er diverse zaken besproken, zoals: inkomsten, uitgaven, voortgang van projecten, afgeronde projecten en natuurlijk ook de toekomstige projecten.

Daarnaast communiceert Stichting LombokCare veel met elkaar via Skype. Dit is een eenvoudige manier om met elkaar te overleggen en de gang van zaken in Nederland en Indonesië te bespreken.

Als derde interne communicatiemiddel wordt de mail gebruikt. Ook dit is een eenvoudige manier om uitgebreide informatie met meerdere mensen te delen.

1.2.2 Externe communicatie

Voor de externe communicatie (de communicatie met donateurs, potentiële donateurs en andere belangstellenden) zet LombokCare een aantal communicatiemiddelen in.

Als belangrijkste communicatiemiddel gebruikt Stichting LombokCare de *website* (www.lombokcare.com). Hier is alles te vinden over de stichting, de projecten, foto's, Indonesië en eventuele andere stichtingen. Ook de nodige contactgegevens zijn te vinden op de site. Op de site kunnen mensen ook doorverwezen worden naar de Facebook-, LinkedIn- en Twitterpagina van Stichting LombokCare.

Als tweede communicatiemiddel gebruikt de stichting een *nieuwsbrief*. De nieuwsbrief is bestemd voor alle donateurs van de stichting en voor alle andere betrokkenen van de stichting. Door middel van de nieuwsbrief wordt de doelgroep persoonlijk geïnformeerd over de projecten die lopen op Lombok. Zo worden de sponsors op de hoogte gehouden van wat er met hun geld gebeurt. De nieuwsbrief verschijnt niet heel frequent en er zit geen regelmaat in. De laatste is ongeveer een jaar geleden (juni 2011) verstuurd.

⁷ Schreurs, C. (2011). *Informatie over ANBI*. Geraadpleegd op 10-04-2012, www.lombokcare.com/lombokcare/anbi.html

Het derde externe communicatiemiddel is sociale media. Door naar de website van Stichting Lombok Care te gaan, kunnen bezoekers verwezen worden naar de sociale media pagina's van de stichting. Ze hebben icoontjes op de website staan van Facebook, Twitter en LinkedIn. Als de bezoeker van de site op één van deze icoontjes klikt, wordt de bezoeker wel doorverwezen naar de Facebook-, Twitter- of LinkedIn pagina. Eenmaal op die pagina aangekomen, wordt de bezoeker weer terugverwezen naar de website van LombokCare.

Het laatste communicatiemiddel wat LombokCare inzet is mond-op-mond communicatie. De mensen achter LombokCare kennen heel veel donateurs ook persoonlijk. Dit komt doordat LombokCare echt een familiebedrijf is en heel nauw betrokken is bij hun donateurs. LombokCare ziet en spreekt de donateurs veel en vertelt dan over de stichting en de projecten op Lombok. Dit is een handige en directe vorm van een communicatiemiddel. De donateurs vinden het ook prettig, zo horen ze gelijk de juiste informatie.

Nu komt er als vijfde externe communicatiemiddel een tijdschrift. Dit tijdschrift is ook bedoeld voor alle donateurs en andere betrokkenen van Stichting LombokCare. Het tijdschrift zal één keer per jaar verschijnen. De eerste uitgave zal eind augustus uitkomen. Het tweede nummer wordt ook in augustus het jaar daarop uitgegeven. In het eerste nummer zullen onder andere reportages van verschillende projecten te zien zijn, een aantal medewerkers van Stichting LombokCare worden voorgesteld en er zijn ook een aantal interviews met donateurs te lezen.

1.3 Theorie

Aan de hand van twee verschillende theorieën die behandeld zijn tijdens de opleiding Bedrijfscommunicatie, zal LombokCare nog verder geanalyseerd worden. De 'SWOT analyse' en de 'DESTEP analyse' zijn hiervoor gebruikt.

1.3.1 SWOT-analyse

De SWOT-analyse bevat vier aspecten. Strengths (sterktes), weaknesses (zwaktes), opportunities (kansen) en threats (bedreigingen). Aan de hand van de SWOT-analyse kan er een (nieuwe) strategie bepaald worden. Hieronder is de SWOT-analyse van LombokCare te vinden.

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Kleinschalig	Afhankelijk van donaties en giften	Overdragen van kennis	Cultuurverschillen
Charity	Geld in de juiste projecten steken	Behouden van kennis	Samenwerking met mensen die niet te vertrouwen zijn (met het geld en de projecten)
Bezitten van kennis	Gebrek aan (lokale) mensen die de overgebrachte kennis kunnen behouden	Meer financiële middelen verkrijgen door meer bekendheid te creëren in Nederland	Fondsen die zich terugtrekken (minder inkomsten)
Openheid van de stichting naar donateurs toe	Communicatie tussen Nederland en Indonesië kan beter	Eigen projecten opzetten	

Figuur 1.3 (Bron: Plan van Aanpak, Pleun Usman)

De openheid van Stichting LombokCare is een sterkte van de organisatie. Deze kan worden behouden door middel van het tijdschrift. Het tijdschrift kan ervoor zorgen dat die openheid blijft en wordt vergroot. Alles wat de stichting wil of moet vertellen kan in het tijdschrift worden verteld aan de donateurs.

Een zwakte van de stichting is, dat ze afhankelijk zijn van donaties en giften van donateurs. Zonder donateurs kunnen ze de projecten op Lombok niet uitvoeren. Door middel van het tijdschrift kunnen er meer potentiële donateurs worden benaderd. Ook mensen die in het verleden de stichting hebben gesponsord, worden door het tijdschrift weer opnieuw aan het denken gezet. Het tijdschrift kan de huidige donateurs ervan overtuigen om te blijven sponsoren. Het tijdschrift kan de potentiële donateurs overhalen om de stichting te gaan sponsoren. En het tijdschrift kan donateurs uit het verleden ‘triggeren’ om opnieuw de stichting te gaan sponsoren.

1.3.2 DESTEP-analyse

De DESTEP-analyse is een middel waarmee een beeld verkregen kan worden van de externe omgeving waarin een organisatie actief is. Inzicht in de externe omgeving van een organisatie is van belang om effectief gebruik te maken van de kansen en bedreigingen, veroorzaakt door het landschap waarin een onderneming opereert.⁸

<i>Demografisch</i> - Er leven ongeveer 1,7 miljoen mensen op Lombok - 80% van de bewoners leeft in steden en dorpen op de smalle vlakte in het middenwesten van het eiland. - In heel Indonesië leven driehonderd verschillende etnische groepen. - De Chinezen, van wie er meer dan vijf miljoen in Indonesië zijn, vormen de belangrijkste etnische subgroep in de Indonesische samenleving. Ze domineren de handel en behoren tot de kapitaalkrachtigen van Indonesië. - Gemiddelde leeftijd mannen is 25,4 jaar. - Gemiddelde leeftijd vrouwen is 26,2 jaar.⁹	<i>Economisch</i> - Door de crisis zijn naar schatting zeventien miljoen Indonesiërs onder de armoedegrens geraakt. Daarmee steeg het totale aantal mensen onder deze grens tot meer dan vijftien miljoen, ofwel meer dan een kwart van de bevolking.¹⁰ - BNP (Bruto Nationaal Product) ligt op 432.944, in miljoenen Amerikaanse dollars.¹¹ - Door de snelle bevolkingsgroei stijgt de werkloosheid.¹²
<i>Sociaal-cultureel</i> - In 2010 werd het basisonderwijs gevolgd door ca. vijfenzeventig procent van de kinderen. In stedelijke gebieden lag dit percentage op bijna negentig procent en op het platteland op bijna vijftien procent.¹³ - In 2010 volgde gemiddeld meer dan de helft van de kinderen middelbaar onderwijs (in 1968 dertien procent).	<i>Technologisch</i> - De vraag naar elektriciteit in Indonesië zal de komende jaren met gemiddeld negen procent stijgen. Voor achtentwintig provincies buiten Java en Bali dreigt een elektriciteitstekort.¹⁷ - Er zijn diverse plannen voor de bouw van kerncentrales in Indonesië.

⁸ Muilwijk, E. (2010) *Handleiding Marketingplan*. Sleeuwijk: Intemarketing

⁹ Team Landenweb (2011). *Bevolking van Indonesië*. Geraadpleegd op 07-06-2012, www landenweb.net/indonesie/bevolking/

¹⁰ Team Landenweb (2011). *Economie van Indonesië*. Geraadpleegd op 07-06-2012, www landenweb.net/indonesie/economie/

¹¹ Wikipedia (2012). *BNP lijst van landen*. Geraadpleegd op 07-06-2012, www.wikipedia.org/wiki/Lijst_van_landen_naar_bnp

¹² Team Landenweb (2011). *Economie van Indonesië*. Geraadpleegd op 07-06-2012, www landenweb.net/indonesie/economie/

¹³ Afdeling onderwijsvergelijking (2010). *Landenmodule Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.nuffic.nl/nederlandse-organisaties/docs/extranet/moduleindonesie.pdf

- In 2011 volgden tien procent van de jongeren een vorm van hoger onderwijs¹⁴. - Jongeren in Indonesië delen veel interesses met jongeren uit de rest van de wereld; zoals internetten, winkelen, uitgaan en films kijken met vrienden.¹⁵ - Fastfood, zoals Mc Donalds, wordt nauwelijks gegeten. Dat is alleen voor de rijkere mensen weggelegd¹⁶.	- Indonesië heeft op 31 december 2011, vijftien miljoen internetgebruikers¹⁸. - Er zijn nu 43,523,740 Facebook gebruikers in Indonesië¹⁹. - De rol van social media, met name Facebook en Twitter, is in Indonesië gigantisch. Een smartphone is vooral voor de jongeren onmisbaar. Niet om mee te bellen, maar om dingen met elkaar te kunnen delen²⁰. - In 2011 was Indonesië na de Verenigde Staten het tweede Facebook-land ter wereld en vijftien procent van alle wereldwijde tweets (Twitter) worden verstuurd door Indonesiërs²¹.
<i>Ecologisch</i> - Indonesië ligt vrijwel rond de evenaar in het zuidoosten Azië. - Het grootste deel van Indonesië heeft een zeer vochtig (vaak boven de negentig procent) tropisch regenklimaat. - De gemiddelde maandtemperaturen verschillen maar weinig. Het hoge jaargemiddelde ligt rond de vijfentwintig tot zevenentwintig graden Celsius. De maximumtemperatuur kan een waarde bereiken van zesendertig graden Celsius²². - Van oktober tot mei is het de natte-moessontijd. In de namiddag regent het dan vaak enkele uren zeer plaatselijk, waardoor de temperatuur iets daalt. De meeste regen valt in januari en februari.	<i>Politiek</i> - In de Indonesische staat ligt de uitvoerende macht berust bij de president en bij de ministers. De ministers worden door de president benoemd en zijn alleen aan hem verantwoording schuldig. - De president en de vicepresident worden voor vijf jaar gekozen en sinds 2004 worden deze voor het eerst via directe verkiezingen gekozen. De huidige president is oud-generaal Susilo Bambang Yudhoyono, de vicepresident is Boediono. - De wetgevende macht berust bij het parlement, de DPR. Van de vijfhonderd leden van de DPR worden er vierhonderd direct door het volk gekozen en worden er honderd door de president benoemd. Na 2004 werden de benoemde zetels voor politie en militairen opgeheven²³. - Het meest duidelijk is het verschil in partijen tussen de islamitische en de nationalistische partijen²⁴.

¹⁴ Team Landenweb (2011). *Samenleving van Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www landenweb.net/indonesie/samenleving/

¹⁵ AFS Intercultural Programs (2011). *Herkomst Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.afs.nl/gastgezin/Herkomstlanden/indonesie/

¹⁶ AFS Intercultural Programs (2011). *Herkomst Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.afs.nl/gastgezin/Herkomstlanden/indonesie/

¹⁷ Kas, F. (2010). *Indonesië bereid zich voor op de productie van kernenergie*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.tegenstroom.nl/node/889

¹⁸ Miniwatts Marketing Group (2012). *Internet usage in Asia*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.internetworldstats.com/stats3.htm

¹⁹ Miniwatts Marketing Group (2012). *Asia marketing research*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.internetworldstats.com/asia.htm#id

²⁰ Wijnen, M. (2012). *Smartphone op Bali*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.marleenwijnen.nl/blog/

²¹ Wijnen, M. (2012). *Smartphone op Bali*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.marleenwijnen.nl/blog/

²² Team Landenweb (2011). *Klimaat van Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www landenweb.net/indonesie/klimaat/

²³ Klein, F. (2011). *De Indonesische staat en politiek*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.indonesie.nl/id/1/939/politiek_en_de_staat_indonesie/

²⁴ Wikipedia (2011). *Politiek in Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.nl.wikipedia.org/wiki/Politiek_in_Indonesi%C3%AB

	- De rechterlijke macht bestaat uit het Hoog Gerechtshof, die de hoogste rechterlijke instantie is en het Constitutioneel hof, die toeziet op het handhaven van de grondwet - Indonesië staat hoog op de lijst van meest corrupte landen ter wereld.²⁵
--	--

Na het maken van bovenstaande DESTEP-analyse kan er bepaald worden, of deze factoren invloed hebben op de organisatie en het tijdschrift.

Armoede is een factor waar Stichting LombokCare zich continu mee bezig houdt. LombokCare probeert de arme mensen op Lombok te helpen. De doelgroep van het tijdschrift is daar ook mee bezig. De (potentiële) donateurs moeten in het tijdschrift kunnen lezen wat precies de situatie is in Indonesië. Hoe arm zijn de mensen op Lombok, hoe leven de arme mensen daar en wat doet LombokCare precies om deze armoede te bestrijden of tegen te gaan. Door de armoede in het tijdschrift in beeld te brengen, kunnen de (potentiële) donateurs lezen hoe belangrijk het is om de stichting te blijven (of gaan) sponsoren.

²⁵ NOS (2012). *Indonesië pakt corruptie aan*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.nos.nl/video/239476-indonesie-pakt-corruptie-aan.html

1.4 Probleembeschrijving

In deze paragraaf wordt besproken wat het probleem bij Stichting LombokCare is. Wat speelde er intern en extern bij het bedrijf? Welke andere problemen of aspecten spelen een rol? Wat willen de opdrachtgever en de stakeholders?

1.4.1 Aanleiding

Stichting LombokCare was al enige tijd op zoek naar een goede manier om met hun stakeholders (de donateurs en andere belangstellenden) te communiceren. De communicatie verliep voornamelijk via de website. Er was weinig tijd om de website actueel te houden en de donateurs in details te vertellen wat er allemaal gebeurt met het geld. Stichting LombokCare vindt het van groot belang dat ze voor de donateurs transparant zijn. Een overzichtelijk en helder communicatiemiddel om deze doelstelling te realiseren had de stichting dus nog niet.

Een tweede communicatieprobleem waar Stichting LombokCare mee te maken had, was het werven van nieuwe donateurs. Er werden te weinig potentiële donateurs bereikt en benaderd. Elk jaar begint LombokCare in oktober met een wervingsactie die ongeveer één maand duurt. Ze sturen dan folders naar bedrijven en particulieren. In de folder staat net te weinig informatie om een potentiële donateur te overtuigen om LombokCare te steunen. LombokCare wil dit verbeteren, zodat ze meer donateurs krijgen.

Als laatste wil LombokCare af en toe iets terugdoen voor haar donateurs. LombokCare wil niet dat er sponsorgeld gestoken wordt in cadeautjes als een kladblok of pennen van de stichting. Door een nieuw communicatiemiddel te maken, gefinancierd uit een ander potje, kan LombokCare haar donateurs op een nuttige en informatieve manier bedanken.

1.4.2 Behoeften van de opdrachtgever

Door middel van een tijdschrift kunnen bovenstaande communicatieproblemen opgelost worden. In een tijdschrift kunnen veel verschillende aspecten op een overzichtelijke manier worden gepubliceerd. De donateurs komen te weten wie precies de mensen zijn achter Stichting LombokCare. Ze worden tot in de details geïnformeerd over de projecten die op Lombok uitgevoerd worden. Stichting LombokCare vindt het belangrijk dat de donateurs niet alleen lezen wat er allemaal goed gaat, maar óók wat er minder soepel verloopt. Donateurs kunnen lezen met wie de stichting allemaal samenwerkt en kunnen de veranderingen zien. Ook worden de mensen uit Indonesië geïnterviewd die veel baat hebben bij de projecten. Zo kunnen de donateurs zien dat de projecten die uitgevoerd worden, ook daadwerkelijk helpen en dat de mensen op Lombok er gelukkig mee zijn. Zo laat je zien aan de donateurs dat het belangrijk is om bijvoorbeeld geld te blijven doneren.

Hoofdstuk 2 Aanpak

In dit hoofdstuk wordt de aanpak van de afstudeeropdracht besproken. Welke methodische stappen zijn er gezet? De probleemstelling en bijbehorende deelvragen worden besproken. Hoe is op een logische wijze het tijdschrift tot stand gekomen?

2.1 Probleemstelling

De probleemstelling verwoordt het probleem dat de opdrachtgever opgelost wil hebben.²⁶ De probleemstelling die voor de afstudeeropdracht is geformuleerd luidt, als volgt: *‘Wordt Stichting LombokCare door middel van een tijdschrift transparanter tegenover de donateurs en verloopt de communicatie beter tussen de donateurs en Stichting LombokCare?’*

De probleemstelling is ook tevens de hoofdvraag die gebruikt wordt voor het onderzoek.

2.2 Doelstellingen

Stichting LombokCare heeft het allerbeste voor met alle donateurs. Van grote giften tot aan kleine donaties, de stichting is overal blij mee. Omdat al het geld wat binnenkomt direct wordt besteed aan projecten op Lombok, krijgen de donateurs niks aan bijvoorbeeld merchandise (zoals bij andere goede doelen wel vaak gebeurd, pennen, kladblokken etc.). Nu wil Stichting LombokCare in ieder geval voor één keer iets geven aan de donateurs, om ze te bedanken voor hun giften van de afgelopen jaren. Het tijdschrift wordt niet gefinancierd met sponsorgeld. Dat is wat de stichting heel belangrijk vindt. Daarnaast is het doel om door middel van het tijdschrift de transparantie en het vertrouwen van de stichting te vergroten.

Dus kort samengevat zijn de doelstellingen:

- De transparantie van de stichting vergroten
- Het vertrouwen van de donateurs in de stichting verhogen
- De donateurs op een nuttige en informatieve manier bedanken

2.3 Methodische aanpak

In deze paragraaf wordt uitvoerig ingegaan op de methodische stappen die gezet zijn. Hoe is het onderzoek naar de doelgroep uitgevoerd? Hoe is de bladformule tot stand gekomen?

2.3.1 Onderzoek

Bij het maken van een (nieuw) tijdschrift is het belangrijk dat de doelgroep (de lezers) bepaald wordt. Er moet dus onderzoek gedaan worden naar de donateurs en potentiële donateurs van Stichting LombokCare. Bij dit onderdeel worden onder andere de deelvragen *‘Wie zijn de donateurs?’* en *‘Wat vinden de donateurs belangrijk om te weten van Stichting LombokCare?’* beantwoord.

Allereerst is er met acht donateurs van Stichting LombokCare een interview (kwalitatieve methode) afgenomen. Tijdens die gesprekken kwamen aspecten als: leeftijd, beroep, motivatie, wat ze beweegt en waarom ze betrokken zijn bij de stichting aan bod. Een interview is een vraaggesprek waarin de beleving van de geïnterviewde voorop staat. Het interview heeft tot doel informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp. Er is gekozen voor een open interview. Er wordt namelijk gevraagd naar achterliggende motieven van de respondenten en de beleving van de respondent is van belang. Daarnaast gaat het om een beperkte groep (populatie) en is daarom makkelijker te interviewen. Ook is er voor een halfgestructureerd interview gekozen. Van te voren is er een lijst met vragen en

²⁶ Borsboom, P. (2011) *Afstudeergids 2011-2012*

onderwerpen gemaakt. Maar tijdens het interview is er zeker ruimte om daar van af te wijken en de respondent kan zijn eigen inbreng geven.²⁷

De acht gesprekken zijn opgenomen en volledig uitgetypt. De interviews zijn geanalyseerd en de resultaten zijn verwerkt in een verslag. Aan de hand van de resultaten van het hierboven genoemde kwalitatieve onderzoek, is er een enquête opgesteld.

Er is een online enquête gemaakt. Deze zijn naar alle donateurs verstuurd die de afgelopen twee jaar hebben gedoneerd aan Stichting LombokCare. Door middel van de enquête worden ook de rest van de deelvragen beantwoord: *‘Wat weten de donateurs al van Stichting LombokCare’, ‘wat vinden de donateurs belangrijk om te lezen in het tijdschrift’, ‘wat willen de donateurs niet lezen in het tijdschrift’ en ‘hebben de donateurs nu al vertrouwen in Stichting LombokCare?’*

Een surveyonderzoek is een gestructureerde dataverzamelmethode. Het opnemen van ‘open vragen’ wordt tot het minimum beperkt. Er wordt bij de meeste vragen al een klein aantal antwoorden gegeven waaruit de respondent kan kiezen. Er is dus gekozen voor een internetenquête. De donateurs zijn via hun mail benaderd om mee te doen aan de enquête. De elektronisch verzonden gegevens worden direct in een database geplaatst.²⁸

Alle enquêtes zijn verwerkt in Excel. De resultaten van enquêtes zijn te vinden in paragraaf 2.5. Daarnaast is de enquête te vinden in bijlage IV. De resultaten die uit het onderzoek komen, worden gebruikt voor het maken van de bladformule en het tijdschrift.

2.3.2 Voorbehoud

Er zijn veel factoren die de respons op een enquête beïnvloeden. Respons betekent dat deel van de uitgezette vragenlijsten dat ingevuld terugkomt en daadwerkelijk informatie oplevert. Het deel van de vragenlijsten dat niet of oningevuld terugkomt, heet de non-respons.²⁹

Het kan zo zijn dat er, uit het onderzoek naar de doelgroep van het tijdschrift, een te kleine respons komt. In dat geval is het onderzoek niet representatief, maar verkennend. Dit houdt in dat er met name wordt beschreven wat de werkelijkheid is. Een verkennend onderzoek is inventariserend van aard.

In het geval van dit onderzoek is dat juist erg handig. Wat vooral uit het onderzoek naar voren moet komen is, wat de doelgroep al weet van de stichting en wat de doelgroep graag wil lezen in het tijdschrift. Een verkenning sluit hier bij aan.

²⁷ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

²⁸ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

²⁹ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

Hoofdstuk 3 De resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het kwantitatieve onderzoek gepresenteerd. Daarna wordt besproken waar de resultaten voor gebruikt worden.

3.1 Respons enquête

Om te bepalen wanneer het onderzoek representatief is moet er allereerst een berekening gemaakt worden. Allereerst moet de steekproefgrootte berekend worden.

De steekproefgrootte is berekend door middel van een rekentool op de website www.checkmarket.com. De grootte van de populatie wordt ingevuld. Bij dit onderzoek is de populatie tweehonderdtwaalf. De foutenmarge, de grootte van de fout die wordt toegestaan, is ingesteld op 5%. Het betrouwbaarheidsniveau, vertelt hoe betrouwbaar de foutenmarge is, is ingesteld op 95%. Met behulp van de rekentool komt het getal van de steekproefgrootte eruit rollen. Dit getal is bij het onderzoek naar de doelgroep van LombokCare, honderdzevenendertig.³⁰

Na het uitrekenen van de steekproefgrootte moet het minimale aantal respondenten berekend worden. Volgens N. Verhoeven in het boek 'Wat is onderzoek' wordt dit als volgt berekend: (steekproef / populatie) x 100%. Dus in dit geval is dit $(137 / 212) \times 100\% = 65\%$. Dit betekent dat er bij een representatief onderzoek minimaal negenentachtig respondenten moeten zijn. Bij minder respondenten is het onderzoek niet representatief maar verkennend.³¹

Bij een respons van vijfenzeftig procent (negenentachtig respondenten) zou het onderzoek representatief zijn. Van de tweehonderdtwaalf enquêtes die verstuurd zijn, hebben er achtentwintig gereageerd. Dit is een respons van 31,5%. In dit geval is het onderzoek dus een verkenning.

3.2 Resultaten

In deze paragraaf worden de onderzoeksresultaten van het verkennende onderzoek gepresenteerd.

Er is een respons van 31,5%. Dit betekent dat bijna één vierde van de benodigde respondenten heeft gereageerd. Het onderzoek is hierdoor verkennend. Dat is niet erg, want door de verkenning kan er wel antwoord gegeven worden op de deelvragen. En met de resultaten van de verkenning kan er een bladformule en een tijdschrift gemaakt worden.

Geslacht

Man	Vrouw
13 mannen	15 vrouwen

De verhouding tussen man en vrouw ligt bijna gelijk.

Leeftijd

21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	71-80
3	3	2	8	11	1

De jongste respondent is 21 jaar. De oudste is 76 jaar.

³⁰ Checkmarket (2012). *Berekenen steekproefgrootte*. Geraadpleegd op 10-05-2012, www.checkmarket.com/nl/marktonderzoek-hulpbronnen/steekproefgrootte-berekenen

³¹ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

Burgerlijke staat

Samenwonend	Gehuwd	Ongehuwd
4	17	7

Opleiding

MAVO	HAVO	MBO	HBO	WO
1	1	4	16	6

De meeste respondenten hebben HBO gedaan.

Op de vraag hoe de respondenten in aanraking is gekomen met Stichting LombokCare reageren 24 mensen dat ze de oprichters persoonlijk kennen. Drie anderen kennen de stichting via hun omgeving. Er is één persoon die de stichting op internet heeft gevonden.

De meeste respondenten doneren aan LombokCare omdat het een goed doel is. Op nummer twee van redenen om aan de stichting te doneren is de betrokkenheid van de medewerkers van de stichting. Drie respondenten zeggen dat ze weten dat het geld goed besteed wordt en dat het een vertrouwde organisatie is.

Elke respondent wil de actuele stand van zaken lezen in het tijdschrift. Dit houdt voornamelijk in: de vooruitgang van de projecten, afgeronde projecten en nieuwe projecten. Daarnaast vinden ze het belangrijk om de ervaringen van de kinderen en de mensen daar te lezen. Negen respondenten vinden het belangrijk dat er aandacht wordt besteed aan de kostenbesteding en de overhead.

Vijftien mensen vinden Stichting LombokCare transparant. Zeven mensen vinden de stichting zelfs zeer transparant. Er zijn drie mensen die de stichting niet transparant vinden. Drie mensen weten het niet of hebben er geen overzicht over.

De communicatie tussen de stichting en de donateurs vinden de meeste respondenten gemiddeld, namelijk 16. 10 mensen vinden de communicatie goed. Twee vinden de communicatie slecht. Bij 1 komt dit voornamelijk doordat zij nooit meer iets van de stichting heeft gehoord, nadat ze contact met de stichting opgenomen had.

3.3 Bladformule

Met de resultaten van het verkennende onderzoek kan er een complete bladformule opgesteld worden. De bladformule is onder andere gemaakt om ervoor te zorgen dat het tijdschrift daadwerkelijk inspeelt op de wensen van de doelgroep. Daarnaast mag de doelstelling van het magazine tijdens het productieproces niet uit het oog worden verloren.

Uit de resultaten van de enquête zijn een aantal aspecten naar voren gekomen, die bruikbaar zijn voor de bladformule. Veel respondenten hebben verteld wat ze graag willen lezen in het tijdschrift en wat ze van de transparantie en communicatie van de stichting vinden. Deze resultaten worden meegenomen bij het maken van de bladformule en het tijdschrift.

Een bladformule heeft een groot aantal voordelen:

- De verhouding beeld/tekst en de omvang van de artikelen staan vast
- Zorgt ervoor dat lezers het blad herkennen
- Een blad met een vaste formule maakt het makkelijker om te evalueren

- Een bladformule zorgt ervoor dat je de boodschap van de organisatie beter vast kunt houden en sturen.³²

Samen met de opdrachtgever is er een brainstorm gehouden over de bladformule en het tijdschrift. Puntsgewijs is er opgeschreven welke informatie en ideeën er nodig zijn om de bladformule zo uitgebreid en gedetailleerd mogelijk te maken. Tijdens de brainstorm zijn aspecten als formaat, kleurgebruik, stijl, lettertype en doelgroep besproken. Ook is de inhoud en de pagina-indeling van het tijdschrift besproken. De opdrachtgever heeft de wensen uitgesproken en voorgelegd.

Na de brainstorm is er een debriefing gemaakt en weer aan de opdrachtgever voorgelegd. Toen deze goedkeuring had gegeven, is de bladformule ingevuld. De bladformule geeft een houvast tijdens het maken van het daadwerkelijke tijdschrift.

3.4 Tijdschrift

Na het maken van de bladformule, staat bijna alles voor de inhoud en lay-out van het tijdschrift vast. Er kan gestart worden met het maken van het tijdschrift. De bladformule dient als een soort handleiding tijdens het produceren van het tijdschrift.

Het belangrijkste was om eerst alle informatie voor de artikelen en overige content te verzamelen. In Nederland zijn er al een aantal interviews gedaan. Daarnaast is er een informatiemap gemaakt met bijna alle informatie over de projecten van de afgelopen tien jaar. Deze is helemaal doorgelezen, om in Nederland alvast een beeld van de projecten te krijgen.

In Indonesië zijn de projecten bezocht, er zijn (lokale) mensen geïnterviewd en er is algemene informatie over de projecten verzameld. Ook zijn er tijdens het bezoek van de projecten foto's gemaakt. Deze worden gebruikt als beeldmateriaal in het tijdschrift.

Na het verzamelen van alle benodigde informatie is er begonnen met het schrijven van de artikelen. Tijdens het schrijven van de artikelen is steeds geprobeerd aan de wensen van de doelgroep te voldoen. Ook is er rekening gehouden met het niveau van de doelgroep. Samen met de opdrachtgever is er per artikel gekeken welke informatie nog nodig was. Vervolgens zijn alle afgeronde artikelen naar de opdrachtgever gestuurd. Het was de bedoeling dat de opdrachtgever de artikelen zou doorlezen en feedback erop zou geven. De feedback kwam pas nadat de artikelen al in het tijdschrift waren vormgegeven.

Ook is er geprobeerd om verschillende advertenties te krijgen in het tijdschrift. Door middel van advertenties in het tijdschrift kunnen de kosten gedeeltelijk of geheel gedekt worden. Tot nu toe is er één bedrijf die een advertentie in het tijdschrift wilde, namelijk Destination Indonesia. Om de kosten van het tijdschrift geheel te dekken, moeten er nog meer advertenties in het tijdschrift komen.

Nadat alle artikelen geschreven waren, was het tijd om te beginnen aan de vormgeving van het tijdschrift. Aan de hand van de bladformule is er eerst begonnen met de cover en later volgde de rest van het tijdschrift. Ook bij de vormgeving is geprobeerd om het tijdschrift zoveel mogelijk herkenbaar te maken voor de doelgroep. Het tijdschrift moet passen bij de doelgroep, het thema, de stichting en bij de mensen in Indonesië.

Tijdens het proces van het tijdschrift ontwerpen en produceren is er af en toe contact geweest met de opdrachtgever. De opdrachtgever gaf aan wat beter kon en wat goed was. Uiteindelijk is er een conceptversie naar de hele organisatie gestuurd. Zo konden ook de andere medewerkers van de

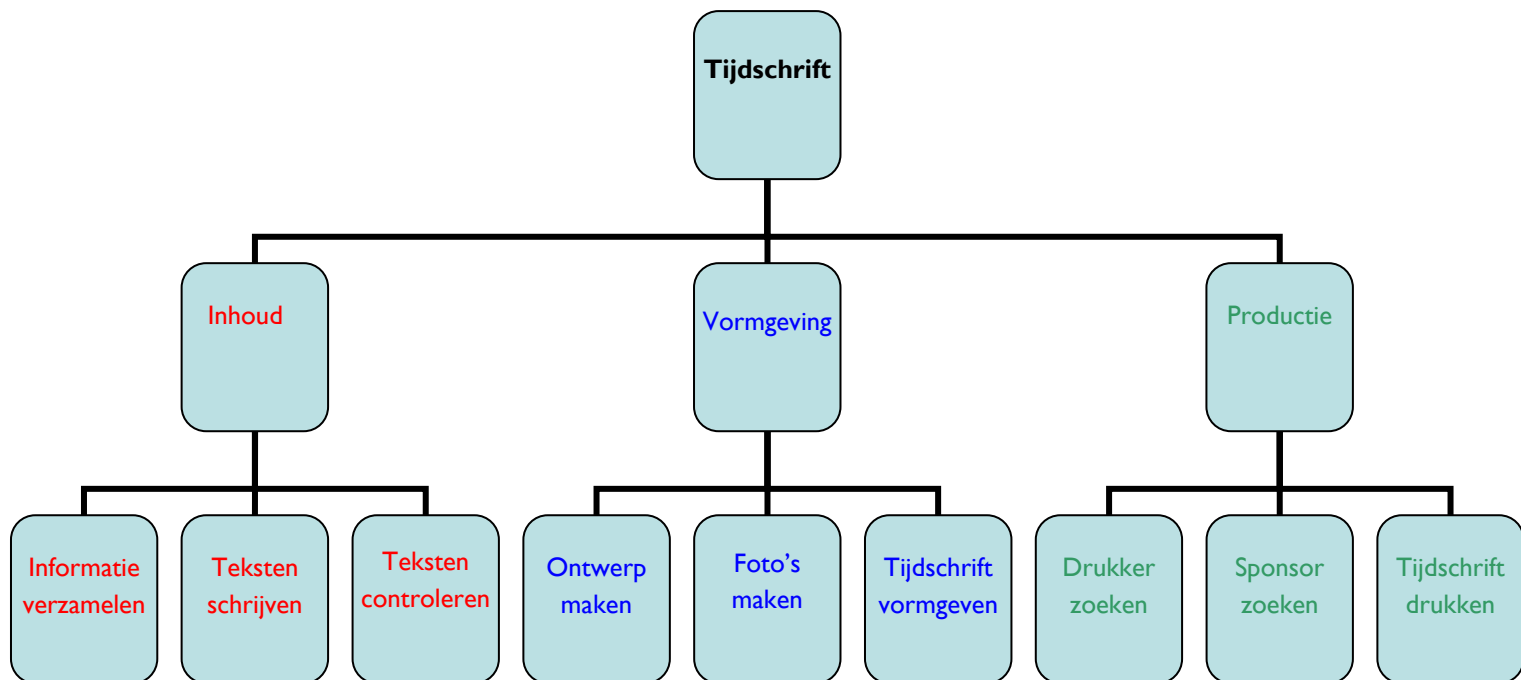
³² Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho.

organisatie het tijdschrift beoordelen. Uiteindelijk heb ik de definitieve versie aan de opdrachtgever voorgelegd.

Hoofdstuk 4 Procesverslag

Het eerste product van het afstudeerproject was het Plan van Aanpak. Daarin is beschreven hoe de opdracht uitgevoerd zou worden. In dit hoofdstuk wordt besproken hoe die aanpak in werkelijkheid is geweest. Hoe is de planning verlopen? Welke activiteiten zijn uitgevoerd en welke niet? Ook de urenverantwoording is een onderdeel van dit hoofdstuk.

4.1 Verrichte activiteiten



Figuur 3.1 (Bron: Plan van Aanpak, Pleun Usman)

In bovenstaand schema (figuur 3.1) staan de activiteiten die in het Plan van Aanpak genoemd worden. Per activiteit benoem ik hoe het is verlopen.

4.1.1 Informatie verzamelen

Aankankelijk ging het verzamelen van informatie erg goed. Toen ik nog in Nederland was heb ik al veel informatie over Stichting LombokCare en haar projecten verzameld. Met de opdrachtgever en een medewerkster van de stichting heb ik drie keer een afspraak gehad om een aantal dingen te bespreken. Ook heb ik in Nederland een aantal interviews gedaan en daar kwam ook veel bruikbare informatie vandaan.

Toen ik eenmaal op Lombok (Indonesië) aankwam, kreeg ik met andere medewerkers van de stichting te maken. Zij lieten mij erg vrij en toonden weinig interesse. De eerste drie weken vond ik dat niet zo erg. Ik moest immers erg wennen aan het nieuwe land, de mensen en de cultuur. Ik ging zelf op pad naar projecten om foto's te maken en mensen te interviewen. Ik merkte dat ik te weinig algemene informatie had over de projecten en kon er vaak geen wijs uit worden.

Toen ik merkte dat ik vastliep met mijn project, heb ik een gesprek met de opdrachtgever aangevraagd. Ik vertelde dat ik maar weinig feedback van ze kreeg en dat ik het moeilijk vond dat ze weinig interesse toonde. Daarnaast had ik veel informatie en input van hen nodig, maar dat kreeg ik niet. In eerste instantie keken ze mij aan alsof ze er niks van begrepen. Ze zeiden dat het mijn opdracht was en dat ze geen idee hadden hoe ze een tijdschrift moesten maken. Ik vertelde ze, dat ze dat niet hoefden te doen. Ik kan ze adviseren, maar vond dat ze wel met mij mee moesten denken. Na een uur praten zijn we toen tot de conclusie gekomen dat we allebei beter moesten

communiceren. Zij zouden beter meedenken, informatie aanleveren en meer interesse tonen. Ik zou ze op de hoogte houden van alles waar ik mee bezig was. Daarnaast hebben we de afspraak gemaakt dat ik elke donderdag bij hen op kantoor werk (dit kon maar op één dag, aangezien zij ook maar één dag per week daar aanwezig zijn). Zo kon ik direct met hen communiceren en hoefden we allebei niet op reacties, bijvoorbeeld via de mail, te wachten. Ook hebben we ervoor gezorgd dat ik één aanspreekpunt had. Die persoon (Debbie Schreurs) kon ik bellen of mailen als er iets was of als ik iets moest weten.

Na het gesprek liep de communicatie veel beter en heb ik ook veel beter alle benodigde informatie kunnen verzamelen. Ik had voor hen puntsgewijs opgeschreven welke informatie en foto's ik nog nodig had. Deze informatie kreeg ik gelijk toegestuurd per mail.

4.1.2 Teksten schrijven

Nadat ik alle informatie over de projecten, de stichting en andere zaken had verzameld, kon ik beginnen met het schrijven van de teksten. Dit ging erg goed. Ik had duidelijk op een rijtje staan welke teksten ik moest schrijven, wat de insteek was en hoeveel pagina's een artikel moest worden. Uiteindelijk heb ik bij elkaar negentien artikelen geschreven. Bij het schrijven van de artikelen heb ik alle interviews, aantekeningen, websites en informatie eraan gehouden. Ik heb dingen op een rijtje gezet en afgestreept, zodat ik niks zou vergeten. Ik vond het een fijne manier van werken. Het schrijven van de artikelen ging ook redelijk snel.

Tijdens het schrijven heb ik geprobeerd het doel van het tijdschrift voor ogen te houden. Door middel van het tijdschrift moet de transparantie van de stichting vergroot worden. Donateurs moeten kunnen lezen en zien waar hun geld naar toe gaat. Ik was van mening dat dit niet alleen door het beschrijven van de projecten zou lukken. Daarom heb ik de stichting geadviseerd om bij elk artikel over het desbetreffende project een soort begroting erbij te zetten. Met daarin precies hoeveel geld er beschikbaar was voor dat project en hoeveel geld er is uitgegeven aan bijvoorbeeld materialen, salarissen etc. Deze informatie wilden ze mij niet geven en ik kreeg het idee dat ze dat absoluut niet wilde. Dat vind ik jammer, want daarmee wordt de transparantie van de stichting niet genoeg vergroot.

4.1.3 Teksten controleren

Toen ik een aantal artikelen had geschreven, ben ik met de artikelen naar de opdrachtgever gegaan. Bij sommige artikelen had ik nog geen juiste gegevens, dus die wilde ik met mijn opdrachtgever bespreken. Per artikel heb ik gevraagd wat de juiste gegevens waren en hoe sommige projecten precies in elkaar zaten. De opdrachtgever en medewerkers hadden de artikelen toen nog niet gelezen. De goede gegevens heb ik verwerkt in de artikelen. Alle artikelen heb ik toen opgestuurd naar de opdrachtgever en naar mijn afstudeerbegeleider. Vanaf de kant van de opdrachtgever kwam er geen enkele vorm van feedback. Ik vond dit erg lastig werken omdat ik geen flauw idee had of ze de artikelen goed vond of juist niet. Dit heb ik aangekaart bij mijn afstudeerbegeleider en samen hebben we het daar over gehad.

In de zesde week van mijn verblijf in Indonesië kwam er nog een medewerkster uit Nederland naar Lombok. Ik ben met haar in contact gekomen en zij was veel geïnteresseerder in mijn opdracht. Ze was erg benieuwd naar de artikelen die ik had geschreven. Dus heb ik ook alle artikelen naar haar opgestuurd. Helaas kreeg ik daar pas in de laatste week voor mijn afstuderen feedback op. Het kwam een beetje laat, maar toch had ik er wel veel aan. Ze gaf niet alleen feedback op de inhoud, maar ook op spelling, grammatica en zinsopbouw. Dat was heel fijn, want eindelijk kreeg ik ook feedback van de kant van de opdrachtgever.

Voordat ik de feedback van de opdrachtgever kreeg had ik de artikelen door verschillende mensen laten lezen. Onder andere door studiegenoten, Nederlandse mensen in Indonesië en vrienden. Zij hebben voornamelijk gelet op de spelling, typefouten, grammatica en de opbouw van het verhaal.

Zelf heb ik de artikelen ook uitgeprint en twee keer doorgelezen. Met deze aanpak hoop ik dat alle spel-, grammatica- en typefouten uit de artikelen gehaald zijn.

4.1.4 Ontwerp maken

Hiervan vind ik zelf dat ik dit iets minder goed heb aangepakt. In de bladformule heb ik gedetailleerd beschreven wat er in het tijdschrift komt en hoe het tijdschrift er uit zal komen te zien. Ik heb onder andere beschreven welk lettertype en welke kleuren worden gebruikt. Maar meer dan de bladformule heb ik voor het ontwerp van het tijdschrift niet gedaan. Ik had wel veel ideeën in mijn hoofd zitten. Ook heb ik tien verschillende bedrijfsbladen en andere tijdschriften opgezocht en bekeken. Daar heb ik ook een aantal ideeën uitgehaald.

De opdrachtgever heeft mij het idee voor de voorpagina aangeleverd. Bij de rest van de pagina's wilde ik het ontwerp tijdens het vormgeven van het tijdschrift gaan bepalen. Achteraf denk ik dat het beter was geweest om wel een aantal ontwerpen te maken. Ik denk dat ik dan sneller had kunnen werken met het vormgeven van het tijdschrift.

4.1.5 Foto's maken

Alle foto's die in het tijdschrift zijn gepubliceerd heb ik zelf gemaakt, met een paar uitzonderingen. Er moesten namelijk een paar foto's in het tijdschrift komen, die bijvoorbeeld een half jaar of zelfs een jaar geleden al zijn gemaakt. Toen was ik nog niet betrokken bij het project en de stichting. Vandaar dat ik er voor gekozen heb om ook een aantal foto's van anderen te gebruiken. Dit staat ook vermeld bij de foto's in het tijdschrift (fotobijschriften). De meeste foto's die ik van anderen gebruikt heb, zijn aangeleverd door de opdrachtgever.

Het foto's maken zelf verliep goed. Ik gebruikte een spiegelreflexcamera van Canon, waar ik af en toe wel even aan moest wennen. Met zo'n camera fotograferen vereist toch wat oefening en kennis over de camera. Maar ik vind het resultaat van de meeste foto's goed gelukt.

Sommige foto's zijn ook bewerkt. Ik heb er een aantal bijgesneden en de kleuren wat veranderd.

4.1.6 Tijdschrift vormgeven

Het vormgeven van het tijdschrift nam meer tijd in beslag dan dat ik gepland had. Dit kwam grotendeels doordat ik geen overzichtelijk ontwerp van het tijdschrift had gemaakt. Achteraf had ik dat anders willen doen.

Ook in deze fase van het produceren, kreeg ik weinig feedback van de opdrachtgever. Wederom toonden de opdrachtgever geen interesse en heb ik veel keuzes zelf moeten maken. Dit kwam grotendeels doordat de opdrachtgever zei dat het mijn opdracht was. De opdrachtgever had zelf niet goed voor ogen welke kant hij met het tijdschrift op wilde.

Ik heb geprobeerd de opdrachtgever zo goed mogelijk te adviseren over het tijdschrift. Meestal vond de opdrachtgever het wel goed. Steeds weer kreeg ik het gevoel dat mijn opdrachtgever weinig of niet met het tijdschrift bezig was. Hierdoor begon ik aan de juistheid van het tijdschrift te twijfelen. Ik heb toen besloten om te doen wat ik goed vond en heb mijn eigen stijl aangehouden. Ik vond het niet erg om alleen te werken aan het tijdschrift, maar er zijn veel momenten geweest waarop ik echt feedback nodig had.

Pas in de laatste twee weken vroeg een medewerker van de stichting naar het tijdschrift. Samen hebben we de laatste twee weken zoveel mogelijk besproken en verbeterd. In de laatste weken zijn er, qua inhoud en vormgeving, nog een aantal nieuwe ideeën bijgekomen. Ook al kwam de feedback een beetje laat, ik was er wel blij mee.

4.1.7 Drukker zoeken

De taak van een drukker zoeken waar het tijdschrift wordt gedrukt, heeft Stichting LombokCare op zich genomen. Zij weten een drukker in Limburg waar ze waarschijnlijk een goede deal mee kunnen maken om de kosten te beperken. Hier heb ik mij dus verder niet mee bezig gehouden.

4.1.8 Sponsor zoeken

Omdat het tijdschrift niet gefinancierd wordt door het sponsorgeld van LombokCare, wordt dit op een andere manier bekostigd. Om de uitgave van het tijdschrift te realiseren moet er dus een andere sponsor (of meerdere sponsoren) gezocht worden. Ook deze taak heeft Stichting LombokCare zelf op zich genomen.

4.1.9 Tijdschrift drukken en implementeren

Zodra het tijdschrift helemaal klaar is moet het gedrukt worden. Dit gebeurt bij de drukkerij die Stichting LombokCare uitgekozen heeft.

Na het drukken moet het tijdschrift verspreid worden. Ook dit zal Stichting LombokCare op zich nemen. Wel heb ik ze advies gegeven om bijvoorbeeld het tijdschrift op de website te zetten (een e-zine). De website wordt veel bezocht door donateurs en potentiële donateurs. Zij kunnen dan ook op de site het tijdschrift bekijken. Verder wordt het tijdschrift verstuurd naar alle donateurs die de afgelopen twee jaar aan LombokCare gedoneerd hebben. Tijdens de jaarlijkse wervingsactie in oktober worden de tijdschriften verstuurd naar potentiële donateurs (particulieren en bedrijven).

De verwachte periode om het tijdschrift uit te geven is eind augustus. Dit hangt af van de opdrachtgever. Het kan zijn dat de opdrachtgever niet in Nederland is. Dan zal het tijdschrift op een later moment uitgegeven worden.

4.2 Samenwerking met docent van school

Arthur Blok is mijn afstudeerbegeleider vanuit school. Via Skype en mail hebben we contact gehouden. We hebben acht gesprekken gehad. Af en toe was het wel lastig om een afspraak te maken. Dit kwam vanwege het tijdsverschil en de verbinding.

Ik vond de gesprekken via Skype wel fijn en belangrijk om te voeren. Zo kreeg ik feedback vanuit zijn kant en kon ik weer verder met mijn opdracht.

Als eerste heb ik mijn Plan van Aanpak opgestuurd naar Arthur. Deze heeft hij bekeken en er feedback opgegeven. Ik heb hem daarna nog twee keer verbeterd. Vervolgens heb ik ook een aantal andere tussenproducten aan Arthur gestuurd, zoals de bladformule en een aantal artikelen. In week negen heb ik de concepten van mijn afstudeerrapport en het tijdschrift aan hem gestuurd. Hier kreeg ik feedback op in het begin van week tien. Op vrijdag 22 juni 2012 heb ik de definitieve versies opgestuurd.

4.3 Planning

Vooraf in het begin van mijn afstudeerperiode heb ik me goed aan de planning gehouden (voor de planning: zie het Plan van Aanpak in bijlage I). De interviews liepen goed op schema en ook het bezoek van de projecten verliep volgens schema.

Het Plan van Aanpak heb ik iets later dan gepland ingeleverd. Dit kwam onder andere doordat ik eerst naar Indonesië moest reizen en daar ongeveer een week de tijd nodig had om mijzelf te settelen in Indonesië. Daarnaast liep in het begin de communicatie tussen mij en Stichting LombokCare een beetje stroef. Voor het Plan van Aanpak had ik namelijk ook informatie over het bedrijf nodig, informatie die bijvoorbeeld niet op de site te vinden was. Uiteindelijk heb ik het Plan van Aanpak ingeleverd en moest ik twee keer een paar dingen verbeteren.

Vanaf het moment dat ik begon met het schrijven van de artikelen, kwam ik een beetje achter op schema te liggen. Door de stroeve communicatie met de stichting had ik niet genoeg informatie om volledige artikelen te kunnen schrijven. Ook de uiteindelijke pagina-indeling was nog niet helemaal compleet. Toen ik eenmaal met de opdrachtgever een gesprek heb gehad, zat de vaart er weer in. Met een goed tempo heb ik in korte tijd veel artikelen kunnen schrijven en zat ik weer redelijk op schema.

Voor mijn afstudeerrapport en het vormgeven van het tijdschrift had ik minder tijd dan dat in de planning stond. Hierdoor heb ik veel in de avonduren gewerkt en lange dagen moeten maken. Dat had wel beter gekund.

4.4 Knelpunten en oplossingen

Natuurlijk is niet alles vlekkeloos verlopen en ben ik tijdens mijn afstudeerperiode tegen een aantal problemen aangelopen. Gelukkig zijn er problemen om opgelost te worden. Hieronder wordt besproken hoe ik dat heb gedaan.

Zoals ik al eerder in het rapport beschreven heb liep de communicatie tussen mij en de stichting niet zo goed. In Nederland had ik met andere mensen van de stichting te maken dan in Indonesië. In Nederland was het contact dan ook erg goed. Eenmaal in Indonesië kwam ik een beetje in een zwart gat terecht. De opdrachtgever vroeg nooit aan mij hoe het ging en hoe het met het tijdschrift stond. Nadat ik drie weken in Indonesië was en tegen een aantal dingen aanliep heb ik een gesprek met de opdrachtgever aangevraagd. Ik heb het gesprek voorbereid en precies opgeschreven wat mij dwars zat. Tijdens het gesprek ben ik al deze punten afgegaan. De opdrachtgever reageerde goed, maar in eerste instantie begrepen ze mij niet echt. We hebben er lang over gepraat en uiteindelijk hebben we duidelijke afspraken gemaakt. Ook hebben zij taken onderling (binnen de stichting) verdeeld. Na het gesprek verliep de communicatie echt stukken beter. Ik hield ze op de hoogte van hoe het met mijn opdracht ging en zij toonden veel meer interesse en gaven meer begeleiding en sturing. Dus de laatste paar weken zijn op het gebied van communicatie veel beter verlopen dan voorheen.

Een tweede knelpunt was het meningsverschil tussen mij en de opdrachtgever over de inhoud van het tijdschrift. Om de transparantie van de stichting te vergroten, vond ik dat er een begroting van het sponsorgeld in het tijdschrift moest komen. Dit was ook de wens van een groot aantal respondenten van de enquête. De opdrachtgever wilde deze informatie niet geven en vond het overbodig. Ik heb het idee gekregen dat er iets niet helemaal klopt als het op administratie aankomt. Ze geven sterk de schijn dat ze open en transparant willen zijn. Maar ondertussen geven ze zulke belangrijke informatie niet vrij. Ik vond dat lastig om mee om te gaan. Ik probeerde het doel van het tijdschrift voor ogen te houden, maar dat werd door dit meningsverschil belemmerd. Ik wilde in deze fase van mijn afstudeerperiode ook niet het contact met mijn opdrachtgever verpesten. Dus uiteindelijk heb ik de begroting gelaten voor wat het is. Als mijn afstudeeropdracht afgerond is, ben ik van plan om het hier nog wel met mijn opdrachtgever over te hebben.

In het Plan van Aanpak (bijlage I) heb ik een aantal risico's beschreven. Één risico die genoemd is, gaat over materiaal wat kapot kan gaan. Hier in Indonesië is dat niet zo makkelijk om dat te repareren. Tijdens de derde week van mijn afstuderen is het toetsenbord van mijn laptop kapot gegaan. Zonder toetsenbord kan ik natuurlijk niks, omdat ik vrijwel alles voor mijn afstuderen op de laptop moet doen. Gelukkig was dit probleem makkelijk te verhelpen en heb ik een extern toetsenbord aangeschaft. Zo kon ik gewoon typen en was er eigenlijk niks aan de hand.

Het andere risico wat in het Plan van Aanpak beschreven is, was het cultuurverschil. De cultuur, het omgaan met de mensen verschilt in Indonesië zoveel van Nederland. Dit heb ik af en toe wel gemerkt. Ik had op een gegeven moment bijvoorbeeld een afspraak gemaakt met een leraar Engels van een school. Ik zou hem 's middags interviewen. Ik kwam daar aan op de afgesproken tijd. De

leraar was er wel, maar zei dat hij vandaag geen tijd had en dat ik de volgende dag maar terug moest komen. Na deze situatie drie keer achter elkaar te hebben meegemaakt, was ik het redelijk zat. Ik ben op die school gebleven totdat hij met mij het interview wilde doen. Deze aanpak werkte en heb ik vervolgens bij andere afspraken ook gedaan. Dan wel gelijk vanaf de eerste keer. Met dit soort situaties ben ik er achter gekomen hoe het hier werkt en hoe je dit kan oplossen. In het begin heeft het mij dus wel redelijk wat tijd gekost, maar daarna niet meer.

Nog een knelpunt is dat er nog steeds één project is die ik moet bezoeken. De opdrachtgever heeft nog geen tijd gehad om met mij daar naar toe te gaan. Het gaat om het blindetehuis in Mataram. Ik kan daar niet alleen naartoe, omdat ik het waarschijnlijk niet zelf ga vinden. Daarnaast spreken de mensen daar geen Engels en ik maar een heel klein beetje Indonesisch. Ik heb mijn opdrachtgever dus echt nodig bij het bezoeken van het project. Waarschijnlijk is bij het inleveren van het tijdschrift aan school dan nog één pagina leeg. Mijn opdrachtgever heeft geen tijd om voor mijn deadline het project te bezoeken. Ik heb met mijn opdrachtgever afgesproken dat we dit na mijn deadline gaan doen. Ik zal dan ook nog het artikel schrijven en het in het tijdschrift plaatsen.

Verder vormde de taalbarrière af en toe ook een knelpunt. Voor het schrijven van de artikelen kwam ik veel in contact met Indonesische mensen die geen of maar een beetje Engels spraken. Veel van hen moest ik interviewen of had ik informatie van nodig. Ik heb dit deels opgelost door Indonesische les te nemen en deels door een tolk mee te nemen naar de interviews en projecten.

4.5 Urenverantwoording

Naam	Pleun Usman		Totaal aantal uur	443:00
	Bedrijfscommunicatie			
Semester	4	2011/2012		

Week	Dag	Datum	Beschrijving	Locatie	Begintijd	Eindtijd	Totaal
1	Maandag						0:00
	Dinsdag						0:00
	Woensdag						0:00
	Donderdag	5-apr	Interviews sponsoren	Roermond	20:00	23:00	3:00
	Vrijdag	6-apr	Interviews sponsoren	Roermond	9:00	16:00	7:00
	Zaterdag						0:00
	Zondag						0:00
2	Maandag	9-apr	Plan van Aanpak	Amsterdam	9:30	15:00	5:30
	Dinsdag	10-apr	Plan van Aanpak	Den-Haag	14:00	17:45	3:45
	Woensdag	11-apr	Interviews uitwerken	Den-Haag	9:00	17:00	8:00
		11-apr	Interviews analyseren	Den-Haag	19:00	22:00	3:00
	Donderdag	12-apr	Plan van Aanpak	Den-Haag	9:00	15:00	6:00
		12-apr	Enquête maken	Den-Haag	15:30	19:45	4:15
	Vrijdag	13-apr	Enquêtes verbeteren	Den-Haag	10:00	13:00	3:00
	Zaterdag	14-apr	Enquêtes verspreiden	Den-Haag	11:00	12:00	1:00
	Zondag						0:00
3	Maandag	16-apr	Vertrek Indonesië	Amsterdam	21:00	0:00	3:00
	Dinsdag						0:00
	Woensdag	17-apr	Aankomst Lombok	Lombok, Indonesië	9:00	22:00	13:00
	Donderdag	18-apr	1e gesprek stichting	Senggigi, Indonesië	14:00	16:00	2:00

			Lombok Care				
	Vrijdag	19-apr	Enquêtes analyseren	Senggigi, Indonesië	9:00	13:30	4:30
	Zaterdag						0:00
	Zondag						0:00
4	Maandag	23-apr	Plan van Aanpak	Senggigi, Indonesië	11:00	15:00	4:00
		23-apr	Afspraak Stichting LombokCare	Kerandangan, Indonesië	16:00	18:00	2:00
	Dinsdag	24-apr	Plan van Aanpak	Senggigi, Indonesië	11:00	16:00	5:00
		24-apr	Interview school Kerandangan	Indonesië	9:00	11:00	2:00
	Woensdag	25-apr	Plan van Aanpak	Senggigi, Indonesië	12:00	16:30	4:30
	Donderdag	26-apr	Doelgroep analyse maken	Senggigi, Indonesië	9:00	13:00	4:00
	Vrijdag						0:00
	Zaterdag	28-apr	Interview blindetehuis Praya	Praya, Indonesië	11:00	14:15	3:15
		28-apr	Foto's maken aankomst Gilde Opleidingen	Mataram, Indonesië	18:30	21:30	3:00
	Zondag	29-apr	Bezoek waterproject Senggigi	Senggigi, Indonesië	8:00	10:00	2:00
		29-apr	Bezoek school Kerandangan	Kerandangan, Indonesië	10:00	13:00	3:00
	Maandag	30-apr	Bladformule maken	Senggigi, Indonesië	10:00	14:15	4:15
5	Dinsdag	1-mei	Foto's maken Waterproject Senggigi	Senggigi, Indonesië	9:00	11:00	2:00
		1-mei	Foto's maken school Kerandangan	Kerandangan, Indonesië	11:30	13:00	1:30
	Woensdag	2-mei	Bladformule maken	Senggigi, Indonesië	10:30	15:00	4:30
		2-mei	Foto's bewerken	Senggigi, Indonesië	15:15	17:00	1:45
	Donderdag	3-mei	Enquêtes verwerken	Senggigi, Indonesië	9:00	15:30	6:30
	Vrijdag						0:00
	Zaterdag						0:00
	Zondag						0:00
6	Maandag	7-mei	Plan van Aanpak verbeteren	Senggigi, Indonesië	21:00	22:30	1:30
		7-mei	Afspraak Stichting LombokCare	Kerandangan, Indonesië	10:00	12:00	2:00
	Dinsdag	8-mei	Plan van Aanpak verbeteren	Senggigi, Indonesië	21:00	22:00	1:00
			Bezoek Opleidingscentrum Lichamelijk gehandicapte kinderen		11:00	13:45	2:45
	Woensdag	9-mei					
	Donderdag	10-mei	Plan van Aanpak verbeteren	Senggigi, Indonesië	9:30	10:30	1:00
		10-mei	Bladformule afmaken	Senggigi, Indonesië	10:00	13:00	3:00
		10-mei	Beginnen met schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	13:00	16:00	3:00
	Vrijdag						0:00
	Zaterdag						0:00
	Zondag	13-mei	Interviews voorbereiden en	Senggigi, Indonesië	10:30	17:00	6:30

			uitvoeren				
7	Maandag	14-mei	Bladformule afmaken	Senggigi, Indonesië	9:00	14:00	5:00
		14-mei	Project bezoeken (opleidingscentrum)	Mantong,	14:00	17:00	3:00
	Dinsdag	15-mei	Bladformule afmaken + interviews uitwerken	Senggigi, Indonesië	9:00	14:30	5:30
		15-mei	Project bezoeken (opleidingscentrum)	Mantong, Indonesië	14:30	16:00	1:30
		15-mei	Afspraak Stichting LombokCare	Kerandangan, Indonesië	16:00	18:00	2:00
		15-mei	Interview	Senggigi, Indonesië	20:30	22:30	2:00
	Woensdag	16-mei	Bezoek school Kerandangan	Kerandangan, Indonesië	9:00	10:30	1:30
		16-mei	Bladformule	Senggigi, Indonesië	11:00	15:00	4:00
		16-mei	Bezoek Opleidingscentrum Lichamelijk gehandicapte kinderen	Mantong, Indonesië	15:00	17:00	2:00
		16-mei	Bezoek project Go For Belanda	Mataram, Indonesië	17:00	22:00	5:00
	Donderdag						0:00
	Vrijdag						0:00
	Zaterdag						0:00
8	Zondag	20-mei	Bladformule afmaken	Senggigi, Indonesië	9:00	12:00	3:00
	Maandag	20-mei	Interviews uitwerken	Senggigi, Indonesië	12:00	15:00	3:00
		21-mei	Bezoek project school	Kerandangan, Indonesië	8:30	10:00	1:30
		21-mei	Foto's uitzoeken + bewerken	Senggigi, Indonesië	10:00	12:00	2:00
		21-mei	Interviews uitwerken	Senggigi, Indonesië	12:00	17:15	5:15
		21-mei	Interviews medewerkers voorbereiden	Senggigi, Indonesië	17:15	18:30	1:15
	Dinsdag	22-mei	Interview medewerker 1	Kerandangan, Indonesië	8:30	10:30	2:00
		22-mei	Begin opmaak blad	Senggigi, Indonesië	10:30	14:00	3:30
		22-mei	Artikel GoForLombok Schrijven	Senggigi, Indonesië	14:00	18:00	4:00
	Woensdag	23-mei	Schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	8:30	18:00	9:30
		23-mei	Afspraak Stichting LombokCare	Kerandangan, Indonesië	19:00	20:30	1:30
		23-mei	Interview medewerker 2	Kerandangan, Indonesië	20:30	22:00	1:30
	Donderdag	24-mei	Schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	8:30	12:00	3:30
		24-mei	Interview fysiotherapeute	Meninting, Indonesië	12:30	15:00	2:30
		24-mei	Interview uitwerken	Senggigi, Indonesië	16:00	18:30	2:30
	Vrijdag						
	Zaterdag						
	Zondag	27-mei	Schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	9:00	14:00	5:00

Maandag	28-mei	Schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	9:00	16:30	7:30
Dinsdag	29-mei	Schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	9:00	17:30	8:30
Woensdag	30-mei	Schrijven artikelen	Senggigi, Indonesië	9:00	18:30	9:30
Donderdag	31-mei	Bespreking LombokCare	Meninting, Indonesië	9:00	12:00	3:00
	31-mei	Schrijven artikelen	Meninting, Indonesië	12:00	17:00	5:00
	31-mei	Interview medewerker 3	Kerandangan	18:00	20:00	2:00
	31-mei	Uitwerken interview + afschrijven interviews	Senggigi, Indonesië	20:00	23:00	3:00
Vrijdag	1-jun	Afstudeerrapport	Senggigi, Indonesië	8:00	18:00	10:00
Zaterdag						
Zondag						
Maandag	4-jun	Alle artikelen afronden	Senggigi, Indonesië	8:30	18:30	10:00
Dinsdag	5-jun	Afstudeerrapport	Senggigi, Indonesië	8:30	20:00	11:30
Woensdag	6-jun	Start vormgeving	Senggigi, Indonesië	8:00	18:00	10:00
Donderdag	7-jun	Vormgeving tijdschrift	Senggigi, Indonesië	8:30	17:30	9:00
	7-jun	Afspraak Stichting LombokCare	Senggigi, Indonesië	18:00	20:00	2:00
Vrijdag	8-jun					
Zaterdag	9-jun					
Zondag	10-jun	Afstudeerrapport	Senggigi, Indonesië	8:00	17:30	9:30
Maandag	11-jun	Afstudeerrapport	Senggigi, Indonesië	8:00	19:00	11:00
Dinsdag	12-jun	Afstudeerrapport	Senggigi, Indonesië	8:00	13:00	5:00
	12-jun	Vormgeving tijdschrift	Senggigi, Indonesië	13:00	21:00	8:00
Woensdag	13-jun	Vormgeving tijdschrift	Senggigi, Indonesië	8:30	19:00	10:30
Donderdag	14-jun	Laatste dingen tijdschrift + afstudeerrapport	Senggigi, Indonesië	10:00	0:00	14:00
Vrijdag	15-jun					
Zaterdag	16-jun					
Zondag	17-jun					
Maandag	18-jun	Tijdschrift	Senggigi, Indonesië	9:00	18:00	9:00
Dinsdag	19-jun	Afspraak Stichting LombokCare	Kerandangan, Indonesië	19:00	23:30	3:30
	19-jun	Tijdschrift	Senggigi, Indonesië	8:30	18:30	10:00
Woensdag	20-jun	Afstudeerrapport + tijdschrift	Senggigi, Indonesië	8:00	20:30	12:30
	20-jun	Afstudeerrapport verbeteren	Senggigi, Indonesië	20:00	1:00	5:00
Donderdag	21-jun	Afstudeerrapport verbeteren en tijdschrift	Meninting, Indonesië	7:30	20:30	13:00
Vrijdag	22-jun	Afstudeerrapport verbeteren en tijdschrift	Meninting, Indonesië	8:00	15:00	7:00
Zaterdag	23-jun					

4.6 Competentie bespreking

Tijdens mijn afstudeeropdracht is er aan verschillende competenties gewerkt. Deze competenties worden hieronder besproken.

Probleem analyseren

Aan het begin van mijn afstudeerperiode heb ik een uitgebreide analyse van de organisatie uitgevoerd. Al snel had ik een duidelijk beeld van de organisatie, de interne en externe communicatieprocessen en het probleem binnen de organisatie. Gedurende mijn afstudeeropdracht kwam ik steeds meer te weten over de organisatie. Bijvoorbeeld over de manier van werken en hoe de taken intern verdeeld zijn.

Onderzoeken

Ik heb een klein verkennend onderzoek gedaan naar de doelgroep van het tijdschrift. Deze verkenning was zeer bruikbaar voor het produceren van het tijdschrift. Ik vind dat ik me wat meer had kunnen verdiepen in het onderzoek doen. Ik vond het lastig om in tien weken én onderzoek te doen, een tijdschrift te produceren én een afstudeerrapport te schrijven. Door tijd te kort is de competentie onderzoeken een beetje naar de achtergrond geschoven.

Adviseren

Ik heb geen uitgebreid adviesverslag gemaakt. Ik heb wel geprobeerd de opdrachtgever, op communicatiegebied, zoveel mogelijk te adviseren. Zo heb ik geadviseerd om meer met social media te doen en in dit ook in het tijdschrift terug te laten komen. Naast het tijdschrift heb ik ook een bijlage voor de opdrachtgever gemaakt. Hierin staat kort de probleembeschrijving, resultaten van het onderzoek en een advies.

Produceren

Ik heb in samenwerking met mijn opdrachtgever een nieuw tijdschrift geproduceerd. Ik heb mijn opdrachtgever gestuurd en geadviseerd bij het produceren van het tijdschrift. Veel ideeën en keuzes zijn door mij bedacht en gemaakt.

Evalueren

In hoofdstuk vijf evalueer ik mijn afstudeeropdracht vanuit vier verschillende perspectieven. Hierbij onderzoek ik het gebruik en het effect van het tijdschrift. En kijk ik kritisch naar mijzelf. Wat heb ik goed gedaan en wat had ik beter moeten doen.

Projectmatig werken

Ik vind dat ik er in geslaagd ben om projectmatig te werken. Voordat ik begon met het produceren van het tijdschrift heb ik een uitgebreid Plan van Aanpak geschreven. Alle stappen die in het Plan van Aanpak beschreven stonden heb ik genomen. Ze zijn op een logische en chronologische wijze gezet. Ik heb de meeste werkzaamheden volgens de beschreven aanpak uitgevoerd. Ik denk dat ik de knelpunten die ik tijdens mijn afstudeerperiode tegenkwam, projectmatig heb opgelost. Alle knelpunten en moeilijkheden die ik heb gehad zijn namelijk snel opgelost en daarna kon ik altijd weer goed verder met mijn afstudeeropdracht.

Er is één aspect waar ik minder tevreden over ben en waarom ik vind dat ik niet helemaal geslaagd ben in het projectmatig werken. Voor het maken van mijn tijdschrift heb ik geen goed ontwerp gemaakt. Het heeft mij niet heel erg belemmerd in mijn werk, maar ik had wel een stuk sneller kunnen werken. Volgende keer ga ik dat zeker anders aanpakken en maak ik meerdere ontwerpen.

Professioneel handelen

Tijdens lastige situaties vind ik dat ik professioneel gehandeld heb. Ik heb geprobeerd op een professionele manier samen te werken met mijn opdrachtgever. Soms vond ik dit lastig, maar ik heb juist van die moeilijke situaties veel geleerd.

Hoofdstuk 5 Evaluatie

In dit hoofdstuk wordt het verrichte werk en de resultaten besproken. Dit wordt uit vier verschillende perspectieven gedaan: vanuit de afstudeerder, de opdrachtgever, de organisatie en het vakgebied.

5.1 Eigen beoordeling

Voor mijn afstudeeropdracht ben ik naar Indonesië gegaan. Daar kwamen een aantal aspecten kijken die los staan van mijn afstudeeropdracht. Zoals niet in Nederland zijn, het missen van je vrienden en familie op sommige momenten en de totaal andere cultuur waar ik me drie maanden in bevond. Deze aspecten hebben soms wel invloed gehad op het werken aan mijn afstudeeropdracht. Door de keuze om in het buitenland af te studeren, heb ik flink wat geld moeten sparen. Ik heb geen vergoeding gekregen voor mijn werkzaamheden in Indonesië. Al met al heeft het me heel veel geld gekost. Ik denk dat het aantoont dat ik dit heel graag wilde en dat ik er alles voor over had. Ik ben met de volle honderd procent voor deze uitdaging gegaan en daar ben ik eigenlijk best trots op.

Over het algemeen vind ik dat ik goede producten opgeleverd heb. Ik heb in een zeer korte tijd een geheel nieuw tijdschrift gemaakt, bijna helemaal alleen.

Ik vind het goed dat ik veel initiatief heb genomen. Ik ben zelf naar heel veel projecten gegaan, heb zelf uitgekozen wie ik wilde interviewen en afspraken gemaakt. Daarnaast heb ik alle foto's zelf gemaakt en alle artikelen ook zelf geschreven. Het komt niet vaak voor dat mensen alles wat bij een tijdschrift komt kijken, alleen doen. Door weinig feedback vanuit de opdrachtgever, heb ik met mijn eigen kennis en stijl veel keuzes zelf moeten maken. Dit was soms lastig werken, maar heb er wel veel van geleerd. Dat kan ik zeker weten meenemen naar de beroepspraktijk.

Toch ben ik niet helemaal tevreden over mijn eindproduct, het tijdschrift. Ik had graag gewild dat ik er iets meer creativiteit op los had kunnen laten. Ik vind het tijdschrift van voldoende niveau, maar er zijn zoveel dingen die je, bijvoorbeeld met vormgeving, kan doen. Daarmee kan je het tijdschrift er nog mooier en meer pakkend uit laten zien. Ik heb daar niet meer de tijd voor kunnen vinden. Er zijn een paar dingen die ik nog wil veranderen. Ik heb samen met mijn opdrachtgever afgesproken dat als ik weer terug ben in Nederland, we samen het tijdschrift tot in de puntjes afmaken. Zodat het klaar is om uitgegeven te worden.

Misschien had ik er voor kunnen zorgen dat het tijdschrift voor de deadline ook al helemaal af zou zijn. Dit had ik kunnen voorkomen door mij strakker aan de planning te houden. Ik denk dat door een aantal risico's en knelpunten (zoals de communicatieproblemen en de cultuurverschillen) mijn planning in de war is geschoten. Ik vind wel dat ik snel gehandeld heb op het moment dat er problemen ontstonden. Maar door de krappe planning is er weinig speling zodra er iets mis gaat. Ik heb er veel van geleerd. Ik zal bij een volgende keer de planning nog een keer goed bekijken en beoordelen of deze wel realistisch is. Daarnaast zal ik de risico's voor ogen houden tijdens het proces en proberen deze te voorkomen. Dat bespaart een hoop tijd.

De volgende keer wil ik van te voren ook duidelijkere afspraken maken met de opdrachtgever. Van te voren bespreken wat we van elkaar verwachten, wat onze taken precies worden en wat er moet gebeuren. Dat is beter voor de communicatie en het proces van het produceren van een product. Ik heb gemerkt dat de opdrachtgever en ikzelf daar een steekje hebben laten vallen. Hierdoor werd ik af en toe belemmerd in mijn werk en dat had voorkomen kunnen worden. Dit ga ik de volgende keer dus zeker anders aanpakken.

5.2 Beoordeling vanuit de opdrachtgever

Het tijdschrift, het eindproduct, is zeker bruikbaar voor de opdrachtgever. De inhoud en de lay-out sluiten aan bij de behoeften van de opdrachtgever. Er zijn alleen wel een aantal aspecten die nog veranderd moeten worden, voordat het tijdschrift wordt verspreid onder de donateurs en potentiële donateurs.

Ik ben nog steeds van mening dat het tijdschrift pas echt bruikbaar is als LombokCare nog transparanter is naar haar donateurs toe. Dit kan door middel van een begroting of meerdere begrotingen aan het tijdschrift toe te voegen. Daarmee bereiken ze het doel van het tijdschrift, namelijk een transparant communicatiemiddel met hun donateurs.

Er is ook nog een artikel dat afgemaakt moet worden over het blindetehuis in Praya. Het blindetehuis ga ik pas na de deadline bezoeken. Dus vandaar dat er ook een lege pagina in het tijdschrift zit. Ook wil de opdrachtgever dat er een soort puzzelwedstrijd in het tijdschrift komt. De wedstrijd moet de opdrachtgever alleen nog bedenken. De plek van de puzzelwedstrijd is ook nog leeg in het tijdschrift. Dit is een halve pagina. Dit soort dingen moeten nog veranderen voordat het tijdschrift wordt uitgegeven.

De doelgroep wordt absoluut bereikt door middel van het tijdschrift. De eerste groep zijn donateurs. Zij willen graag lezen wat er met de projecten gebeurt, ze willen weten hoe het eerst was en hoe het is geworden en of de mensen in Indonesië er tevreden mee zijn. Dit kunnen de donateurs allemaal vinden in het tijdschrift. Daarnaast worden ook de potentiële donateurs benadert. In het tijdschrift is veel algemene informatie te vinden over Indonesië en Stichting LombokCare. Zo kunnen de potentiële donateurs een duidelijk beeld krijgen van de organisatie.

Als het tijdschrift helemaal in orde is en klaar om uit gegeven te worden, moet de opdrachtgever nog een aantal stappen ondernemen. De opdrachtgever moet uitzoeken naar welke donateurs het tijdschrift opgestuurd moet worden. Dit kunnen bijvoorbeeld alle donateurs zijn die ooit aan LombokCare hebben gedoneerd. De opdrachtgever kan er ook voor kiezen om het tijdschrift aan de donateurs te sturen die de afgelopen twee jaar nog hebben gedoneerd. Daarnaast moet de opdrachtgever bepalen naar hoeveel potentiële donateurs het tijdschrift wordt gestuurd.

Als de definitieve oplage bekend is, kan de opdrachtgever naar de drukkerij om het tijdschrift te laten drukken. Daarna is het tijd om het tijdschrift te implementeren. Dit gebeurt door het versturen van het tijdschrift naar de donateurs en potentiële donateurs. Ik heb de opdrachtgever ook geadviseerd om het tijdschrift op de website te zetten, een zogeheten e-zine. Op de website komen namelijk ook veel (potentiële) donateurs. Daarnaast heb ik ze geadviseerd om hun Facebook- en Twitterpagina bij te houden. Zo kan de organisatie de mensen ook op de hoogte houden op het moment dat er geen tijdschrift wordt uitgegeven.

5.3 Beoordeling vanuit de organisatie

Ik denk dat het tijdschrift bijdraagt aan het realiseren van de strategische doelen. LombokCare wil meer mensen kunnen helpen, door meer projecten op Lombok op te zetten. Dit kan alleen maar als de stichting meer donateurs krijgt en behoud. Door middel van het tijdschrift kunnen potentiële donateurs overtuigd worden om de stichting te gaan sponsoren. De stichting wordt in het tijdschrift als het ware blootgelegd en donateurs krijgen zo een duidelijk beeld van de organisatie.

Ik heb het idee dat de ene helft van de organisatie ontzettend blij is met het tijdschrift en grootste plannen heeft. De andere helft van de organisatie is iets minder bezig met de commerciële kant en communicatie van de stichting. Die helft ziet nog wat minder het nut van het tijdschrift en is voornamelijk gericht op het organiseren van projecten en het helpen van mensen. Ik heb geprobeerd hen zo goed mogelijk te adviseren op het gebied van communicatie.

Het product, het tijdschrift, is zeker innovatief voor de organisatie. Op het gebied van communicatie gaan ze er een heel stuk op vooruit. Ik heb ze wel geadviseerd om het niet alleen bij een jaarlijkse uitgave van een tijdschrift te houden. Er moet ook kritisch gekeken worden naar het gebruik van social media. In combinatie daarmee kan het tijdschrift een groot succes worden.

5.4 Beoordeling vanuit het vakgebied

Tijdens het proces van mijn afstudeeropdracht heb ik mij continu bezig gehouden met de doelgroep. Wat wil de doelgroep lezen, weten en zien. Naar mijn mening is dat typerend voor een BC'er. Altijd bezig zijn voor wie je het product maakt en wat de doelgroep wil.

Mijn beroepskwaliteit is het professioneel communiceren met mensen waarmee ik op zakelijk gebied te maken krijg. Ik vind dat ik goed met collega's kan overleggen. Als er problemen zijn kan ik die op een rustige, maar eerlijke manier bespreken en verwoorden. Tot nu toe zijn daar alleen maar positieve dingen uit voort gevloeid.

Ook vind ik dat ik dat goed initiatief neem en mensen kan aansturen. Ik moet dan wel mijn positie kennen en niet teveel gaan delegeren. Maar ik denk dat het belangrijk is om als BC'er taken te kunnen verdelen en ergens de leiding over te nemen. Ook met een kijk naar de beroepspraktijk. Regelmatig zal je voor jezelf moeten kiezen of initiatief te nemen, om hogerop te komen. Ik denk dat ik over die kwaliteit beschik.

Verder heb ik gemerkt dat ik mezelf goed kan motiveren. Op het moment dat ik ergens voor wil gaan, steek ik flink de handen uit de mouwen en werk ik er hard voor. Ik heb in Indonesië veel afleiding gehad van dingen die niks met mijn studie te maken hadden. Toch kon ik mezelf elke keer weer motiveren, omdat ik een bepaald doel voor ogen had.

Wat ik nog wel kan verbeteren is het plannen van mijn tijd en ontwerpen van mijn producten. Ik heb gemerkt dat ik liever snel aan de slag ga, in plaats van uitgebreid bezig zijn met het ontwerpen. Dit is een beroepskwaliteit die ik bij een BC'er vind horen en waar ik dus nog aan moet werken.

Ik vind dat ik voldoende ben opgeleid voor het vakgebied bedrijfscommunicatie. Ik heb mij bijna drie maanden staande weten te houden in Indonesië. Een land met een heel andere cultuur, werksfeer en gewoonten dan dat ik gewend ben in Nederland. Met alle afleiding die daar is, de heftige dingen die ik heb gezien (bijvoorbeeld om te zien hoe sommige kinderen verwaarloosd worden) en de knelpunten die ik ben tegengekomen, heb ik een bruikbaar communicatiemiddel gemaakt. Soms heb ik verstoeld van mezelf gestaan en wist ik niet dat ik bepaalde kwaliteiten bezit. Het kan zijn dat ik nu een te sterk gevoel heb dat ik alles aan kan. Als ik weer in Nederland ben, word ik misschien wel keihard met mijn neus op de cijfers gedrukt. Maar voor nu denk ik dat ik, gezien de omstandigheden, een goed product heb neergezet en voldoende opgeleid ben voor het vakgebied.

Bronvermelding

Boeken

Hermans, M. (2010) *Schrijven met effect*. Bussum: Coutinho

Muilwijk, E. (2010) *Handleiding Marketingplan*. Sleeuwijk: Intemarketing

Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho

Publicaties

Borsboom, P. (2011) *Afstudeergids 2011-2012*

Internet

AFS Intercultural Programs (2011). *Herkomst Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012,

Jurgens, J (2008). *Algemene informatie Anak Bangsa*. Geraadpleegd op 07-06-2012,
www.anakbangsaoundation.org

Checkmarket (2012). *Berekenen steekproefgrootte*. Geraadpleegd op 10-05-2012,
www.checkmarket.com/nl/marktonderzoek-hulpbronnen/steekproefgrootte-berekenen

Klein, F. (2011). *De Indonesische staat en politiek*. Geraadpleegd op 10-06-2012,
www.indonesie.nl/id/1/939/politiek_en_de_staat_indonesie/

Miniwatts Marketing Group (2012). *Internet usage in Asia*. Geraadpleegd op 10-06-2012,
www.internetworldstats.com/stats3.htm

Miniwatts Marketing Group (2012). *Asia marketing research*. Geraadpleegd op 10-06-2012,
www.internetworldstats.com/asia.htm#id

Team Landenweb (2011). *Bevolking van Indonesië*. Geraadpleegd op 07-06-2012,
[www.landenweb.net/indonesie/bevolking/](http://www landenweb.net/indonesie/bevolking/)

Team Landenweb (2011). *Economie van Indonesië*. Geraadpleegd op 07-06-2012,
www.landenweb.net/indonesie/economie/

Team Landenweb (2011). *Klimaat van Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012,
www.landenweb.net/indonesie/klimaat/

Team Landenweb (2011). *Samenleving van Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012,
www.landenweb.net/indonesie/samenleving/

Schreurs, C. (2011) www.lombokcare.com. Geraadpleegd op 09-04-2012.

Wijnen, M. (2012). *Smartphone op Bali*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.marleenwijnen.nl/blog/

NOS (2012). *Indonesië pakt corruptie aan*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.nos.nl/video/239476-indonesie-pakt-corruptie-aan.html

Afdeling onderwijsvergelijking (2010). *Landenmodule Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.nuffic.nl/nederlandse-organisaties/docs/extranet/moduleindonesie.pdf

Kas, F. (2010). *Indonesië bereid zich voor op de productie van kernenergie*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.tegenstroom.nl/node/889

De wereld van de VN (2012). *De millenniumdoelen*. Geraadpleegd op 09-04-2012, www.dewereldvandevn.nl/de_verenigde_naties/millenniumdoelen

Wikipedia (2012). *BNP lijst van landen*. Geraadpleegd op 07-06-2012, www.wikipedia.org/wiki/Lijst_van_landen_naar_bnp

Wikipedia (2011). *Politiek in Indonesië*. Geraadpleegd op 10-06-2012, www.nl.wikipedia.org/wiki/Politiek_in_Indonesi%C3%AB

Plan van Aanpak

Naam: Pleun Usman
Studentnummer: 1535746
Afstudeerbegeleider: Arthur Blok
Datum: 21-04-2012

Inhoud

Inleiding	3
I. Analyse	
1.1 Organisatiebeschrijving	5
1.2 SWOT	6
1.3 Imago en identiteit	7
1.4 Communicatiebeleid	7
1.5 Aanleiding vraag en probleem	8
2. Opdrachten en resultaten	
2.1 Probleemstelling	9
2.2 Doelstellingen	10
2.3. Onderzoek	10
2.4 Tussen- en eindproducten	11
3. Planning en activiteiten	
3.1 Activiteitschema	13
3.2 Activiteitenlijst	13
3.3 Research en literatuur	14
4. Risico's en afspraken	
4.1 Risico's	15
4.3 Afspraken	15
Bronvermelding	16

Inleiding

Ik zit nu in mijn vierde, tevens laatste jaar van Bedrijfscommunicatie. Afgelopen zomer ben ik gaan nadenken over het afstuderen en wat ik voor opdracht zou willen doen. Ik heb toen besloten dat ik dit heel graag in het buitenland wil gaan doen. Twee jaar geleden heb ik zeven weken door Indonesië gereisd en mijn hart is verkocht aan dit land. Daarom wil ik hier graag mijn afstudeerproject doen.

Ik heb contact gezocht met een bemiddelingsbureau (www.destination-indonesia.com). Ik heb met Linda Aarts een afspraak gehad en dat beviel goed. Ik had gelijk al een goed gevoel bij deze organisatie. We hebben het onder andere gehad over mijn studie, wat ik leuk vind, waarom ik naar Indonesië wil, wat de mogelijkheden zijn, enzovoorts. Ook zijn we tot wat leuke ideeën gekomen voor eventuele stages.

Waarom wil ik in Indonesië afstuderen?

Zoals ik al eerder zei, ben ik twee jaar geleden een tijd door Indonesië getrokken. Het land heeft erg veel indruk op me gemaakt. De natuur, de mensen, het eten en de cultuur zijn heel bijzonder. Het lijkt me erg interessant en een goede ervaring om een keer te werken in dit land. Doordat het zo een ander land is dan Nederland, denk ik dat ik er erg veel kan leren. Maar ook andersom; dat de mensen heel veel van mij kunnen leren.

Daarnaast is mijn opa geboren op Lombok en heb daar nog steeds veel familie wonen. Ik vind het erg fijn om terug naar mijn 'roots' te kunnen en te ervaren hoe het is om een tijdje in Indonesië te wonen en te werken.

Wat ga ik doen?

Ik heb tijdens mijn gesprek met Linda Aarts (van Destination Indonesia) een brainstormsessie gedaan over stages/projecten die mijn interesseren. We zijn op verschillende dingen gekomen, maar één sprong er voor mij heel erg uit.

Destination Indonesia is gekoppeld aan een andere organisatie: Stichting LombokCare. Deze stichting heeft als doel, het bieden van hulp en zorg aan hulpbehoevenden die in de maatschappij op Lombok een slechte kans hebben. Dit realiseren ze door kleinschalige ontwikkelingsprojecten op te zetten op het gebied van primaire levensbehoeften, onderwijs, zorg en werk. Deze stichting draait volledig op sponsoren. Zonder de sponsoren zouden ze al deze projecten niet kunnen uitvoeren.

Voor deze sponsoren bestaat er nog geen goed communicatiemiddel om ze op de hoogte te houden van alle projecten die er lopen. Er wordt wel af en toe een nieuwsbrief gestuurd, maar dit kan veel beter.

Dus ik ga een communicatiemiddel voor Stichting Lombok Care maken, waarmee ze onder andere naar de sponsoren (en bijvoorbeeld potentiële sponsoren en andere belangstellenden) de ontwikkelingen van de projecten kunnen communiceren. Waar gaat hun geld naar toe, wat zijn er voor nieuwe projecten in ontwikkeling en hoe staat het met afgeronde projecten.

Dit communicatiemiddel wordt een tijdschrift. De reportages, de interviews, het tijdschrift, de opmaak, vormgeving, foto's, alles doe ik zelf. Natuurlijk zal ik hier de nodige begeleiding bij krijgen.

Het lijkt me erg interessant om voor een ontwikkelingsorganisatie te werken. Ik heb mijn eerste stage gedaan bij een groot commercieel communicatiebureau. Nu lijkt het me erg leuk om voor een niet-commerciële organisatie te werken.

Wat wil ik gaan leren?

Om te kunnen afstuderen moet ik natuurlijk bepaalde competenties behalen.

Voor dit project zal ik in ieder geval aan de competentie probleem analyseren werken. Ik ga uitzoeken waar precies het knelpunt zit met de communicatie naar sponsors, potentiële sponsors en andere geïnteresseerden, hoe de communicatie nu verloopt, wat er beter kan, enzovoorts.

Verder zal ik projectmatig te werk moeten gaan en professioneel moeten handelen. Het is de bedoeling dat het eindproduct wat ik ga maken ook daadwerkelijk gebruikt gaat worden. Dus dat ik professioneel te werk moet gaan, lijkt mij meer dan logisch. Ook projectmatig werken is erg belangrijk, alleen dan kan ik een goed en compleet eindproduct maken.

Evalueren is ook een competentie die ik zal moeten uitvoeren. Voor mijzelf, maar ook voor de opdrachtgever is dit prettig werken.

Omdat ik echt een concept/ product ga maken zijn de competenties ontwikkelen & ontwerpen en produceren ook van groot belang. Ik zal een totaal nieuw concept voor deze stichting moeten ontwikkelen, bedenken, vormgeven, ontwerpen en produceren.

Begeleiding

De mensen die bij Destination Indonesia werken, werken vanuit Nederland en vanuit Indonesië. Linda helpt mij nu met het voorbereiden in Nederland. Maar op Lombok zijn ook mensen van het bemiddelingsbureau die mij daar begeleiden. Dus als er wat is, zijn zij gelijk ter plekke en hoef ik bijvoorbeeld niet naar Nederland te bellen.

Vanuit de Stichting Lombok Care is er natuurlijk ook begeleiding voor het begeleiden van mijn opdracht. Zij zal voornamelijk fungeren als opdrachtgever en minder als bedrijfsmentor.

Op 17 april ben ik aangekomen op Lombok in Indonesië. Ik heb wel even tijd nodig gehad om te wennen en van mijn jetlag af te komen. Nu ik daar vanaf ben ga ik keihard aan de slag om een mooi eindproduct voor Stichting LombokCare neer te zetten. Het resultaat zal eind juni te zien zijn.

Pleun Usman

I. Analyse

1.1 Organisatiebeschrijving

Stichting LombokCare is een stichting die zich bezig houdt met het verwezenlijken van kleinschalige ontwikkelingsprojecten op Lombok (Indonesië). De projecten hebben voornamelijk te maken met de primaire levensbehoeften: onderwijs, zorg en werk. De stichting richt zich op verschillende doelgroepen, maar voornamelijk op kinderen. Zij zijn de toekomst. Ook streeft Stichting LombokCare naar bewustwording van de armoedeproblematiek in ontwikkelingslanden.

Stichting LombokCare is opgericht door de familie Schreurs. In 1980 zijn Christ en Gerda Schreurs voor het eerst naar Indonesië geweest. Het land en de mensen hebben vanaf het allereerste moment zoveel indruk achtergelaten, dat ze er vaak terugkwamen. Wel schrokken ze van de armoede die er heerst en vonden dat ze mensen in Indonesië moesten helpen. De laatste jaren zijn ze opzoek geweest naar de mogelijkheid om kleinschalige projecten te verzorgen. Zo zijn ze onder andere bij een blindentehuis in Mataram (de hoofdstad van Lombok) terecht gekomen. Omdat de projecten steeds grootschaliger worden, heeft de familie Schreurs de stichting in het leven geroepen.³³

De stichting heeft ten doel het bieden van hulp en zorg aan hulpbehoevenden die in de maatschappij op Lombok een slechte kans hebben. In 2000 hebben de regeringsleiders van 189 landen afgesproken om voor 2015 de belangrijkste wereldproblemen aan te pakken: de millenniumdoelen. Ook Stichting LombokCare draagt een steentje bij aan deze doelen. De stichting zal onder andere meewerken aan de volgende doelen:

- Halveren van de armoede en zorgen dat minder mensen honger hebben
- Iedereen moet de kans hebben om naar school te gaan
- Mannen en vrouwen zijn gelijkwaardig
- Iedereen heeft schoondrinkwater³⁴

Daarnaast heeft de stichting als grootste doel natuurlijk het inzamelen van zoveel mogelijk financiële middelen om alle projecten te bekostigen. Mensen of bedrijven kunnen geld doneren aan de stichting. Hieraan zit geen minimum verbonden. Ook mag het geld eenmalig of structureel gedoneerd worden. Alles is welkom. Het is ook mogelijk om via een andere weg de stichting te helpen. Bijvoorbeeld door middel van vrijwilligerswerk, een stage of een inzamelingsactie te organiseren.

Stichting LombokCare zet zich dus in voor het verbeteren van het welzijn van verschillende doelgroepen op Lombok. Deze doelgroepen verschillen van lokale inwoners van armoedige dorpen en bejaarden, tot visueel en lichamelijk gehandicapten. Door het opzetten, uitvoeren en begeleiden van kleinschalige ontwikkelingsprojecten wil Stichting LombokCare stap voor stap werken aan de gestelde doelen. Hier worden Nederlandse én Indonesische instanties bij betrokken. Uitgangspunten van de stichting zijn:

- Uitgaan van de mogelijkheden van de doelgroep
- Functioneel te werk gaan door middel van netwerken
- Actieve participatie van de doelgroepen
- Oplossingsgericht werken³⁵

LombokCare streeft naar het zelfstandig laten functioneren van de projecten, zodat er plaats en tijd vrij komt voor nieuwe projecten. Reeds uitgevoerde projecten zullen structureel geëvalueerd, en waar nodig, bijgesteld worden. Stichting LombokCare schrijft voor aanvang van een project altijd een projectplan en zorgen zij dat dit project financieel gedekt is.

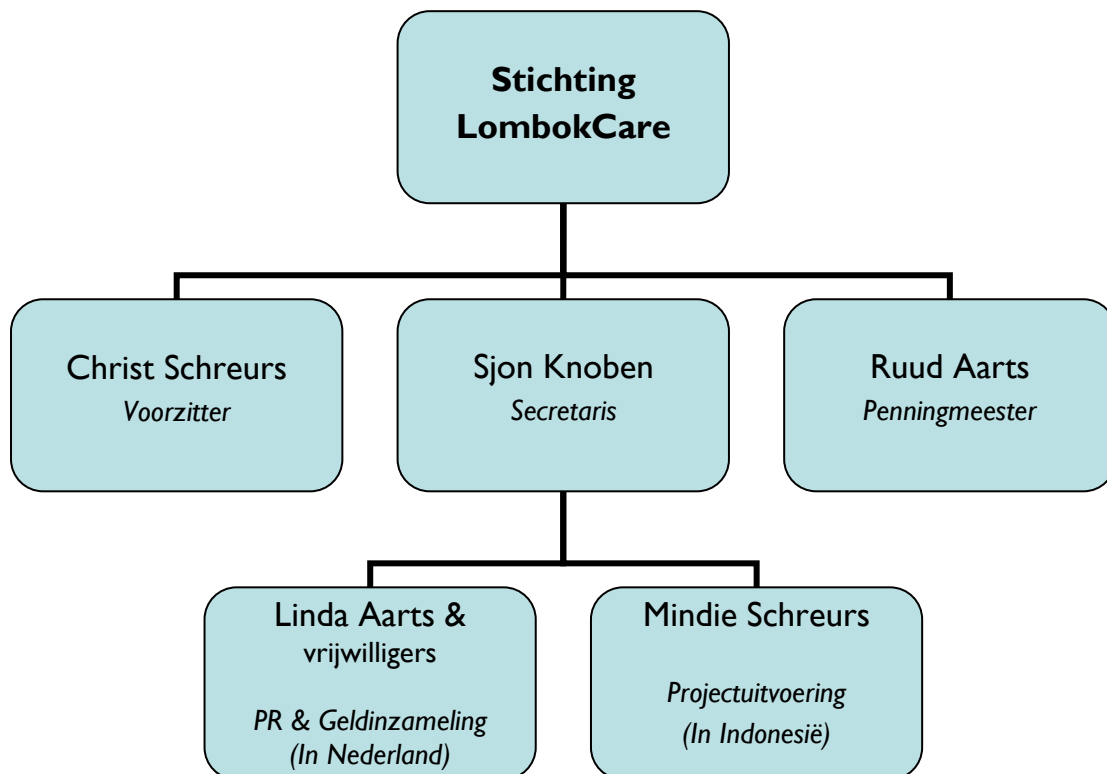
De stichting is op twee plaatsen gevestigd. Christ en Gerda Schreurs wonen in Roermond,

³³ www.lombokcare.com/lombokcare.html (10-04-2012)

³⁴ www.lombokcare.com/lombokcare/doelen.html (10-04-2012)

³⁵ www.lombokcare.com/lombokcare/visie.html (10-04-2012)

Nederland. Zij zijn wel vaak in Indonesië te vinden. Hun kinderen, die ook voor de stichting werken, wonen op Lombok. Doordat de stichting dus op twee plaatsen gevestigd is, kan er goed gecommuniceerd worden met de Nederlandse en Indonesische instanties.



Figuur 1: Organogram Stichting LombokCare

Stichting LombokCare is aangesloten bij de ANBI (Algemeen Nut Beogende Instelling). ANBI gecertificeerde instellingen zijn levensbeschouwelijke, charitatieve, culturele of wetenschappelijke instellingen, die bijdragen aan het algemeen nut. De stichting voldoet aan de voorwaarden van de ANBI, en is door de overheid aangewezen en geregistreerd.³⁶

1.2 SWOT

<i>Strenght</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Kleinschalig	Afhankelijk van donaties en giften	Overdragen van kennis	Cultuurverschillen
Charity	Geld in de juiste projecten steken	Behouden van kennis	Mensen die niet te vertrouwen zijn (met het geld en de projecten)
Bezitten van kennis	Gebrek aan (lokale) mensen die de overgebrachte kennis kunnen behouden	Meer financiële middelen verkrijgen door meer bekendheid te creëren in Nederland	
Openheid van de stichting	Communicatie tussen Nederland en Indonesië kan beter		

³⁶ www.lombokcare.com/lombokcare/anbi.html (10-04-2012)

1.3 Imago en identiteit

Identiteit

Stichting LombokCare heeft als belangrijkste kernwaarden open, eerlijk, integer, ambitieus, omgevingsbewust en ondernemend. De optelsom van wat de medewerkers met de vrijwilligers en de mensen in Indonesië bindt én van wat zij gezamenlijk tot stand brengen, vormen de identiteit van Stichting LombokCare. Stichting LombokCare neemt zijn vrijwilligers, donateurs en de mensen in Indonesië zeer serieus en is blij met elke input.

Voor de donateurs/sponsors wil Stichting LombokCare transparant zijn en duidelijk aangeven waar het gedoneerde geld naartoe gaat. Het vertrouwen van de donateurs is voor Stichting LombokCare van groot belang.

Voor de vrijwilligers wil Stichting LombokCare een inspiratiebron zijn, waardoor zij nog meer betrokken raken bij de organisatie en de projecten.

Voor de mensen in Indonesië wil Stichting LombokCare een steun in de rug zijn en genoeg hulp bieden, waar nodig. De stichting zorgt ervoor dat kennis in begrijpelijke vorm wordt overgedragen en behouden. Ook stimuleert de stichting de samenwerking tussen lokale mensen en buitenlandse vrijwilligers/ studenten. Zo kunnen op langere termijn de mensen in Indonesië zelf de projecten uitvoeren en kennis kunnen overdragen en behouden.

Imago

Stichting LombokCare streeft ernaar dat het imago in 2013 aansluit bij de doelstellingen. Dit betekent ondermeer het verhogen en behouden van naamsbekendheid, vertrouwen en waardering van Stichting LombokCare. Het tijdschrift (wat gemaakt wordt) is daar een middel voor en werkt ondersteunend.

Huisstijl

Ook de huisstijl van Stichting LombokCare zal terugkomen in het tijdschrift. Helderheid, herkenbaarheid en eenduidigheid zijn belangrijk voor de stichting. De huisstijl is onderscheidend van andere organisaties en bevordert de communicatie met sponsors en andere betrokkenen van de stichting.³⁷

1.4 Communicatiebeleid

Interne communicatie

Stichting LombokCare werkt vanuit twee landen, Nederland en Indonesië. Dit maakt de interne communicatie soms wat lastig. Om miscommunicatie te voorkomen is het van belang dat de interne communicatie duidelijk en helder is.

Het bestuur heeft minimaal vier keer per jaar gezamenlijk een vergadering in Nederland. Meestal worden er jaarlijks meer vergaderingen gehouden. Van de vergaderingen worden notulen gemaakt. Deze notulen worden altijd, naar iedereen die bij de stichting werkzaam is, rondgestuurd. Tijdens de vergaderingen worden er zaken besproken als, inkomsten, uitgaven, voortgang van projecten, afgeronde projecten en natuurlijk ook de toekomstige projecten.

Daarnaast communiceert Stichting LombokCare veel met elkaar via Skype. Dit is een eenvoudige manier om elkaar te spreken en te zien en de gang van zaken in Nederland en Indonesië te bespreken.

³⁷ www.dickhoffdesign.com/huismetstijl/huismetstijl2003.pdf (09-04-2012)

Als derde interne communicatiemiddel wordt de mail gebruikt. Ook dit is een eenvoudige manier om uitgebreide informatie met meerdere mensen te delen.

Externe communicatie

Als belangrijkste communicatiemiddel gebruikt Stichting LombokCare de *website* (www.lombokcare.com). Hier is alles te vinden over de stichting, de projecten, foto's, Indonesië en eventuele andere stichtingen. Ook de nodige contactgegevens zijn te vinden op de site. Op de site kunnen mensen ook doorverwezen worden naar de Facebook-, LinkedIn- en Twitterpagina van Stichting LombokCare.

Als tweede communicatiemiddel gebruikt de stichting een *nieuwsbrief*. De nieuwsbrief is bestemd voor alle sponsors/ donateurs van de stichting en voor alle andere betrokkenen van de stichting. Door middel van de nieuwsbrief wordt de doelgroep persoonlijk geïnformeerd over de projecten die lopen op Lombok. Zo worden de sponsors op de hoogte gehouden van wat er met hun geld gebeurt. De nieuwsbrief verschijnt niet heel frequent en er zit geen regelmaat in. De laatste is ongeveer een jaar geleden (2011) verstuurd.

Het laatste externe communicatiemiddel is sociale media. Door naar de website van Stichting Lombok Care te gaan kunnen bezoekers verwezen worden naar de sociale media pagina's van de stichting. Helaas zijn de pagina's nog niet goed in werking en wordt je als bezoeker alleen weer terugverwezen naar de website. Hier kan Stichting LombokCare nog veel meer mee doen.

Nu komt er als vierde externe communicatiemiddel een tijdschrift. Dit tijdschrift is ook bedoeld voor alle sponsors en andere betrokkenen van Stichting LombokCare. Het is nog niet helemaal duidelijk hoe vaak het tijdschrift zal verschijnen. De eerste uitgave zal eind augustus uitkomen. Waarschijnlijk zal het tweede nummer een half jaar later uitkomen. Dit hangt af van de hoeveelheid content die beschikbaar is. In het eerste nummer zullen onder andere reportages van verschillende projecten te zien zijn, de medewerkers van Stichting LombokCare worden voorgesteld en er zijn ook een aantal interviews met sponsors te lezen.

1.5 Aanleiding vraag en probleem

Stichting LombokCare vindt het van groot belang dat ze voor de donateurs transparant zijn. Een overzichtelijk en helder communicatiemiddel om deze doelstelling te realiseren heeft de stichting nog niet. Nu worden de donateurs af en toe, zonder enige consistentie, met een nieuwsbrief geïnformeerd. Door middel van een tijdschrift kan dit probleem opgelost worden. De sponsors komen te weten wie precies de mensen zijn achter Stichting LombokCare. Ze worden tot in de details geïnformeerd over de projecten die op Lombok uitgevoerd worden. De sponsors krijgen niet alleen te lezen wat er allemaal goed gaat, maar óók wat er minder soepel verloopt. Sponsors kunnen lezen met wie de stichting allemaal samenwerkt en kunnen de veranderingen zien. Ook worden er mensen uit Indonesië geïnterviewd die heel veel baat hebben bij de projecten. Zo kunnen de sponsors zien dat de projecten die uitgevoerd worden ook daadwerkelijk helpen en dat de mensen op Lombok er gelukkig mee zijn. Zo laat je zien aan de sponsors dat het belangrijk is om bijvoorbeeld geld te blijven doneren.

Daarnaast wordt er nog een doel bereikt met het tijdschrift. Er wordt meer naamsbekendheid gecreëerd door de verspreiding van het tijdschrift. Hopelijk zorgt het tijdschrift ervoor dat er nog meer mensen zijn die de stichting financieel willen ondersteunen.

2. Opdrachten en resultaten

2.1 Probleemstelling

De hoofdvraag die ik voor mijn afstudeeropdracht heb geformuleerd luidt als volgt: *‘Wordt Stichting LombokCare door middel van een tijdschrift nog transparanter tegenover de donateurs en verloopt de communicatie beter tussen de donateurs en Stichting LombokCare?’*

De bijbehorende deelvragen luiden als volgt:

- *Wie zijn de donateurs?*

Ik ga samen met Stichting LombokCare onderzoeken waar de donateurs vandaan komen, hoe oud ze zijn, wat ze voor werk hebben etcetera. Stichting LombokCare heeft een bestand met alle donateurs die de stichting de afgelopen jaren hebben geholpen. Aan de hand daarvan kan ik onderzoeken wie de donateurs zijn van Stichting LombokCare.

- *Wat vinden de donateurs belangrijk om te weten van Stichting LombokCare?*

Om er achter te komen wat de donateurs willen weten van de stichting zal ik een enquête naar alle donateurs sturen. Hier voorafgaand heb ik al een aantal interviews gedaan met sponsoren. Met de informatie die hieruit kwam heb ik een enquête gemaakt.

- *Wat weten de donateurs al van Stichting LombokCare?*

Door middel van een enquête zal ik de donateurs benaderen om er achter te komen wat zij al weten van Stichting LombokCare. Hier voorafgaand heb ik al een aantal interviews gedaan met sponsoren. Met de informatie die hieruit kwam heb ik een enquête gemaakt.

- *Wat vinden de donateurs belangrijk om te lezen in het tijdschrift?*

Door middel van een enquête zal ik de donateurs benaderen om te onderzoeken wat zij belangrijk vinden om in het tijdschrift te lezen. Hier voorafgaand heb ik al een aantal interviews gedaan met sponsoren. Met de informatie die hieruit kwam heb ik een enquête gemaakt.

- *Wat willen de donateurs niet lezen in het tijdschrift?*

Door middel van een enquête zal ik de donateurs benaderen om te onderzoeken wat zij minder belangrijk vinden om in het tijdschrift te lezen. Hier voorafgaand heb ik al een aantal interviews gedaan met sponsoren. Met de informatie die hieruit kwam heb ik een enquête gemaakt.

- *Hebben de donateurs nu al vertrouwen in Stichting LombokCare?*

Samen met de medewerkers van Stichting LombokCare zal ik bekijken of zij denken dat de donateurs nu al vertrouwen hebben in de stichting. Daarnaast zal ik tijdens de interviews met de donateurs ook het onderwerp vertrouwen te sprake brengen.

- *Hoe transparant is Stichting LombokCare nu?*

Ik zal onderzoeken wat de stichting nu al doet om transparant te zijn tegenover de donateurs. Daarnaast zal ik vanuit de donateurs kijken hoe zij over de transparantie van Stichting LombokCare denken.

2.2 Doelstellingen

Stichting LombokCare heeft het allerbeste voor met alle donateurs. Van grote giften tot aan kleine donaties, de stichting is overal blij mee. Omdat al het geld wat binnenkomt direct wordt besteed aan projecten op Lombok, krijgen de sponsors niks aan bijvoorbeeld merchandise (zoals bij andere goede doelen wel vaak gebeurd, pennen, kladblokken etc.). Nu wil Stichting LombokCare in ieder geval voor één keer iets geven aan de sponsors, om ze te bedanken voor hun giften van de afgelopen jaren. Het tijdschrift wordt niet gefinancierd met sponsorgeld. Dat is wat de stichting heel belangrijk vindt. Daarnaast is het doel om door middel van het tijdschrift de transparantie en het vertrouwen van de stichting te vergroten.

Dus kort samengevat zijn de doelstellingen:

- De transparantie van de stichting vergroten
- Het vertrouwen van de donateurs in de stichting verhogen
- De donateurs op een goedkope en nuttige manier bedanken

2.3 Onderzoek

Allereerst zal ik met acht donateurs van Stichting LombokCare een interview (kwalitatieve methode) afnemen om erachter te komen wie de doelgroep is, wat ze beweegt en waarom ze betrokken zijn bij de stichting. Een interview is een vraaggesprek waarin de beleving van de geïnterviewde voorop staat. Het interview heeft tot doel informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp. Ik heb gekozen voor een open interview. Er wordt namelijk gevraagd naar achterliggende motieven van de respondenten en de beleving van de respondent is van belang. Daarnaast gaat het om een beperkte groep (populatie) en is daarom makkelijker te interviewen. Ik heb voor een halfgestructureerd interview gekozen. Ik heb een lijst met vragen en onderwerpen gemaakt, maar er is zeker ruimte om daar van af te wijken en voor eigen inbreng van de respondent.³⁸

Aan de hand van de resultaten van het hierboven genoemde kwalitatieve onderzoek zal ik een surveyonderzoek doen. Hiervoor maak ik enquête en stuur ik deze naar alle donateurs die de afgelopen twee jaar hebben gedoneerd aan Stichting LombokCare. Door middel van de enquête wil ik de deelvragen 2 t/m 5 beantwoorden. Een surveyonderzoek is een gestructureerde dataverzamelmethode. Het opnemen van 'open vragen' wordt tot het minimum beperkt. Er wordt bij de meeste vragen al een klein aantal antwoorden gegeven waaruit de respondent kan kiezen. Ik kies voor een internetenquête. De donateurs worden via hun mail benaderd om mee te doen aan de enquête. De elektronisch verzonden gegevens worden direct in een database geplaatst.

³⁹

Er zijn veel factoren die de respons op een enquête beïnvloeden. Respons betekent dat deel van de uitgezette vragenlijsten dat ingevuld terugkomt en daadwerkelijk informatie oplevert. Het deel van de vragenlijsten dat niet of oningevuld terugkomt, heet de non-respons. Het kan hierdoor zijn dat dit onderzoek niet representatief is, maar verkennend.⁴⁰

³⁸ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

³⁹ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

⁴⁰ Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma

2.4 Tussen- en eindproducten

Ik zal verschillende tussen- en eindproducten gaan opleveren gedurende mijn afstudeeropdracht. De eindproducten worden beoordeeld door de opdrachtgever én de examinatoren van de Hogeschool Utrecht. De tussenproducten zullen voornamelijk beoordeeld worden door de opdrachtgever.

Tussenproducten

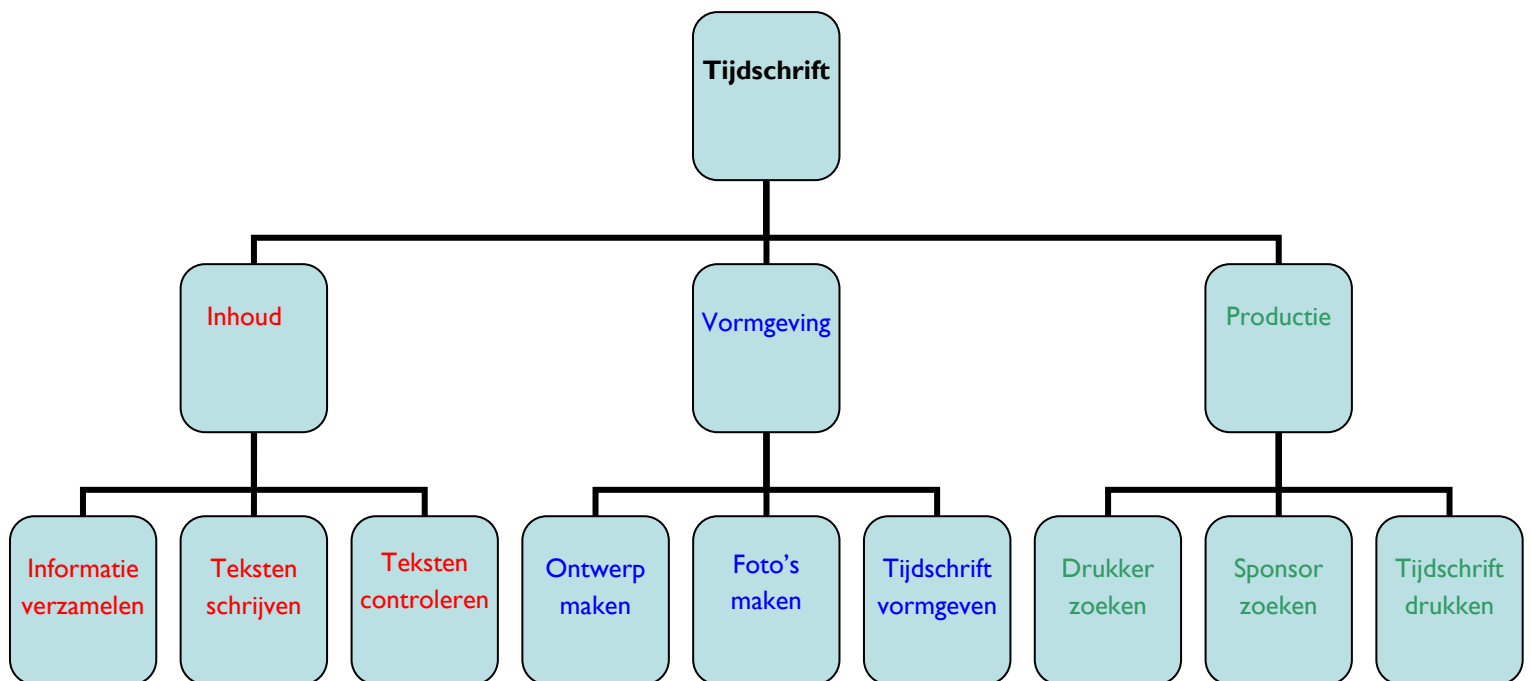
Tussenproduct	Randvoorwaarden	Presentatie
Teksten/ interviews voor het tijdschrift	- Duidelijk geschreven - De tekst moet klaar zijn - Geen spelling- en/of grammaticafouten	- Mondeling - Per mail
Vormgeving/ opmaak tijdschrift	- Moet klaar zijn - Kunnen verschillende stijlen zijn, moet uiteindelijk 1 gekozen worden	- Mondeling - Eventueel per mail (hangt er vanaf of de opdrachtgever in NL is of in Indonesië)
Foto's	- Moeten scherp genoeg zijn voor in het tijdschrift - Foto's moeten klaar zijn om in het tijdschrift geplaatst te worden	- Per mail - Mondeling
Bladformule	- Moet volledig uitgewerkt zijn - Geen spelling- en grammaticafouten	- Per mail (digitaal)

Eindproducten

Eindproduct	Randvoorwaarden	Presentatie
Beroepsproduct: tijdschrift	- Moet volledig zijn - Geen spelling- en grammaticafouten	- Hardcopy - Digitaal
Afstudeerrapport	- Moet volledig zijn - Geen spelling- en grammaticafouten - Zakelijk en bondig - Goed lopend verhaal - Verzorgde lay-out	- Hardcopy - Digitaal
Logboek	- Volledig zijn en kloppen - Geen spelling- en grammaticafouten	- Hardcopy - Digitaal
Procesverslag	- Volledig zijn en kloppen - Geen spelling- en grammaticafouten	- Hardcopy - Digitaal
Eindgesprek	- Goed voorbereid - Alles klaar en ingeleverd	- Mondeling

3. Planning en activiteiten

3.1 Activiteitschema



3.2. Activiteitenlijst

Activiteit	Start	Afronding	Aantal dagen de tijd	Aantal uren ermee bezig
Interview sponsoren	05-04-2012	05-04-2012	1 dag	4 uur
Interview basisschool (organisatie sponsorloop)	06-04-2012	06-04-2012	1 dag	4 uur
Plan van Aanpak	09-04-2012	25-04-2012	17 dagen	40 uren
Bezoek school in Kerandangan	24-04-2012	24-04-2012	1 dag	2 uur
Bladformule	25-04-2012	30-04-2012	6 dagen	35 uur
Bezoek weeshuis Praya	28-04-2012	28-04-2012	1 dag	3 uur
Opmaak / vormgeving tijdschrift	28-04-2012	25-05-2012	28 dagen	50 uur
Bezoek waterproject	29-04-2012	29-04-2012	1 dag	3 uur
Uitschrijven interviews	30-04-2012	03-05-2012	4 dagen	25 uur

Bladformule	25-04-2012	30-04-2012	6 dagen	35 uur
Vormgeven huisstijl tijdschrift	01-05-2012	06-06-2012	37 dagen	60 uur
Interviewen medewerkers Stichting LombokCare	05-05-2012	07-05-2012	3 dagen	7 uur
Uitschrijven interviews	07-05-2012	08-05-2012	2 dagen	10 uur
Schrijven van teksten/ reportages/ interviews	09-05-2012	22-05-2012	14 dagen	60 uur
Afronden school project (foto's maken + interviews)	20-05-2012	20-05-2012	1 dag	3 uur
Overige content schrijven voor tijdschrift (agenda, weetjes, inhoud, sponsoren, Editorial)	21-05-2012	06-06-2012	17 dagen	50 uur
Alle content in InDesign vormgeven/ zorgen dat het op de goede plek komt	07-06-2012	15-06-2012	9 dagen	40 uur
Eindredactie	16-06-2012	21-06-2012	6 dagen	25 uur
Overige producten				
Maken afstudeerrapport	05-05-2012	21-06-2012	48 dagen	60 uur
Bijhouden logboek	Wekelijks	-	10 weken	15 uur
Procesverslag	05-05-2012	21-06-2012	48 dagen	40 uur

3.3. Research en literatuur

Literatuur die ik ga gebruiken voor het maken van het tijdschrift zijn:

- Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho.
- Hermans, M. (2006) *Schrijven met effect*. Bussum: Coutinho.
- Nico Kussendrager, Dick van der Lugt, *Basisboek journalistiek*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma.

Literatuur die ik ga gebruiken voor het maken van het afstudeerrapport zijn:

- Braas, C. en Couwelaar, R. (2006) *Taal-topics Rapporteren*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

4. Risico's en afspraken

4.1 Risico's

Zoals eerder gezegd zal ik mijn afstudeeropdracht in Indonesië uitvoeren. Door de taal- en cultuurverschillen zijn er een aantal dingen die mijn opdracht kunnen bedreigen.

Tijd

In Indonesië gaan dingen een stuk langzamer dan in Nederland. Het kan zomaar zijn dat ik een afspraak met iemand heb voor een interview. Dat ik aankom op de afgesproken tijd en plaats en blijkt dat die persoon er helemaal niet is. Dit schijnt normaal te zijn. Met dit soort taferelen zou ik rekening moeten houden in mijn planning zodat ik niet in tijdnood kom.

Daarnaast is het maken van een nieuw tijdschrift erg veel werk. Het zou kunnen zijn dat door tijdnood een interview bijvoorbeeld nog niet helemaal af is op het moment dat het tijdschrift ingeleverd moet worden. Ook hier moet ik rekening mee houden en duidelijke afspraken met de opdrachtgever en examinatoren maken.

Middelen

Ik heb uit Nederland alle benodigdheden om een tijdschrift te maken meegenomen. Dit zijn spullen als mijn laptop, externe harde schijf, boeken, het "Adobe CS5 pakket", spiegelreflexcamera etc. Het kan zo zijn dat bijvoorbeeld mijn laptop kapot gaat. Dan kan ik niet, zoals in Nederland, mijn laptop laten maken of op school mijn opdracht gaan afmaken. Voor mij is een computer met de programma's die nodig heb erg belangrijk. Dan zal ik een andere oplossing moeten gaan vinden. Bijvoorbeeld door een laptop van iemand te lenen en daar de benodigde programma's op te installeren.

4.3 Afspraken

Om de risico's zo veel mogelijk te verkleinen heb ik verschillende afspraken met mijn opdrachtgever gemaakt.

- We bespreken elke twee weken hoe het gaat. Hoe ver ik ben, of ik op schema loop en waar ik vast loop. Zo houden we beiden goed in de gaten hoe het proces verloopt.
- Als er iets mis is met de middelen gaan we samen op zoek naar een oplossing. Mijn opdrachtgever woont op Lombok en is bekend hier. Dus samen met haar zal ik zeker een goede oplossing kunnen vinden.

Ik zal later ook nog goede afspraken maken met Arthur Blok, mijn afstudeerbegeleider.

Bronvermelding

1. Schreurs, C. (2011) www.lombokcare.com/lombokcare.html, *Stichting LombokCare*. URL bezocht op 9 april 2012
2. Schreurs, C. (2011) www.lombokcare.com/lombokcare/doelen.html, *Stichting LombokCare*. URL bezocht op 9 april 2012.
3. Schreurs, C. (2011) www.lombokcare.com/lombokcare/visie.html, *Stichting LombokCare*. URL bezocht op 9 april 2012.
4. Schreurs, C. (2011) www.lombokcare.com/lombokcare/anbi.html, *Stichting LombokCare*. URL bezocht op 10 april 2012.
5. Hoff, D. (2003) www.dickhoffdesign.com/huismetstijl/huismetstijl2003.pdf, *Huis met Stijl*. URL bezocht op 10 april 2012.
6. Verhoeven, N. (2011) *Wat is onderzoek?* Den Haag: BoomLemma.

Bijlage II – Feedbackverslagen

Maandag 07-05-2012

Tweede Skype gesprek gehad met Arthur Blok. Vandaag hebben we de eerste versie van mijn Plan van Aanpak besproken. Er zijn een aantal dingen die ik moet veranderen.

- Mijn hoofdvraag is goed, maar kan nog beter geformuleerd worden.
- De deelvragen moeten worden uitgelegd. Hoe denk ik de deelvragen te gaan beantwoorden, op welke manier ga ik dat doen.
- Een stukje over LombokCare moet genuanceerd worden.
- Er staan een aantal spelfouten in.
- Het onderzoek wat ik naar de doelgroep van het tijdschrift ga doen, moet worden beschreven en uitgelegd.

We hebben afgesproken dat ik deze week het Plan van Aanpak aanpas. Deze stuur ik naar Arthur op en dan maken we een nieuwe afspraak om de tweede versie van het Plan van Aanpak te bespreken.

Dinsdag 08-05-2012

Vandaag het derde Skype gesprek met Arthur gehad. Dit keer over de tweede versie van mijn Plan van Aanpak. Er zijn nog een paar kleine dingen die ik moet veranderen.

- De hoofdvraag is goed, er moeten nog twee woorden veranderd worden.
- Er staan nog een aantal spelfouten in.
- De risico's moeten nog iets beter beschreven worden.

De derde versie stuur ik weer naar Arthur op. We hebben ook afgesproken om te proberen wekelijks contact te hebben.

Donderdag 24-05-2012

Vandaag een Skype gesprek gehad over de gang van zaken. Ik heb wat problemen met de communicatie tussen mij en de organisatie. We hebben besproken hoe ik dit ga oplossen.

- Haal je voordeel eruit
- Ik stuur mijn artikelen en bladformule ook naar Arthur Blok, zodat hij er ook naar kan kijken.

Donderdag 07-06-2012

Het voornemen om wekelijks te Skypen is niet helemaal gelukt. Vandaag even een gesprek gehad om bij elkaar bij te praten. We hebben afgesproken dat ik aan het einde van week negen mijn concept tijdschrift en afstudeerrapport inlever. Na het weekend krijg ik hier feedback op, in week tien. Dan heb ik nog een week de tijd om het te verbeteren. Dan kan ik het 22 juni 2012 inleveren.

Woensdag 20-06-2012

Vandaag de conceptversie van mijn afstudeerrapport besproken. Er zijn een aantal dingen die veranderd moeten worden.

- Inleiding → is een soort verslag voor LombokCare
- Sommige aspecten moeten wat concreter verteld worden.
- Het feit dat ze open willen zijn, maar geen cijfers vrijgeven is heel raar → moet besproken worden.
- Resultaten moeten in een nieuw hoofdstuk → koppelen aan bladformule, bladformule knipoog naar enquêtes.
- Paragraaf 3.1.6 is knullig geformuleerd.
- In paragraaf 3.3 wordt de planning herhaald.
- In paragraaf 3.6 moeten competenties bc besproken worden.

- In paragraaf 4.1 moet betaling reis vermeld worden (kosten)
- Inkomsten advertenties → extra kopje
- Eventueel bijlage maken voor opdrachtgever (situatie, aanbevelingen etc.)
- Bladformule: - veel meer tijdschriften drukken

Algemeen

- Meer koppelen aan casus
- Nog een keer kijken naar de bronvermelding (volgens de APA-richtlijnen)
- Spelling checken (algemeen)

Vrijdag 22 juni worden de definitieve versies van het eindproduct en het afstudeerrapport ingeleverd.

Bladformule

Naam: Pleun Usman

Studentnummer: 1535746

Tijdschrift: Stichting LombokCare

Afstudeerbegeleider: Arthur Blok

Datum: 25-04-2012

Inhoud

Inleiding	3
1. Doelgroep	
1.1 Doelgroepbeschrijving	4
1.2 Ijkgpersoon	4
2. Doelstelling	5
3. Inhoud	
3.1 Onderwerpen en gebieden	6
3.2 Soorten artikelen	6
3.3 Pagina-indeling	7
3.4 Openheid	7
4. Algemene informatie	
4.1 Bladtitel en ondertitel	8
4.2 Schrijfstijl	9
4.3 Verschijningsfrequentie	9
4.4 Wijze van verspreiding	9
4.5 Oplage	10
4.6 Omvang	10
5. Grafisch ontwerp	
5.1 Papiersoort en –formaat	11
5.2 Lettertypes	11
5.3 Kleurgebruik	12
7. Bronvermelding	13

Inleiding

Stichting LombokCare is een stichting die hulp en zorg biedt aan hulpbehoevenden die in de maatschappij op Lombok een slechte kans hebben. Dit realiseren ze door kleinschalige ontwikkelingsprojecten op te zetten op het gebied van primaire levensbehoeften, onderwijs, zorg en werk. Deze stichting draait volledig op sponsors. Zonder de sponsors zouden ze al deze projecten niet kunnen uitvoeren.

Voor deze sponsors bestaat er nog geen goed communicatiemiddel om ze op de hoogte te houden van alle projecten die er lopen. Er wordt wel af en toe een nieuwsbrief gestuurd, maar dit kan veel beter.

Daarom is er in samenwerking met Stichting LombokCare besloten om een tijdschrift te maken voor de stichting en zijn sponsors. Door middel van een tijdschrift kunnen de sponsors op een uitgebreide manier op de hoogte worden gebracht van alle projecten die de stichting uitvoert.

Om ervoor te zorgen dat het tijdschrift daadwerkelijk inspeelt op de wensen van de doelgroep en dat de doelstelling van het magazine tijdens het productieproces niet uit het oog wordt verloren, heb ik een bladformule opgesteld.

Een bladformule heeft een groot aantal voordelen:

- De verhouding beeld/tekst en de omvang van de artikelen staan vast
- Zorgt ervoor dat lezers het blad herkennen
- Een blad met een vaste formule maakt het makkelijker om te evalueren
- Een bladformule zorgt ervoor dat je de boodschap van de organisatie of – in dit geval – een stichting beter vast kunt houden en sturen⁴¹

Pleun Usman

⁴¹ Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho.

I. Doelgroep

Als tijdschriftenmaker heb je een bijzonder positie tussen twee partijen. Enerzijds is de opdrachtgever, in dit geval Stichting LombokCare. Zij stellen het budget vast, vertellen wat er in het tijdschrift moet staan en keuren het tijdschrift goed. Aan de andere kant staat de lezer, die geen geld ter beschikking stelt aan het blad, maar wel aandacht en waardering, en daarmee bijdraagt aan het behalen van de doelstelling van het blad.⁴²

1.1 Doelgroepbeschrijving

De belangrijkste doelgroepen van dit tijdschrift zijn: sponsors, medewerkers, potentiële sponsors en andere belangstellenden. Tevens zal het relatieblad ook voor zusterorganisaties en vakbonden bestemd zijn.

De doelgroep bestaat uit mannen en vrouwen, voornamelijk tussen de dertig en zeventig jaar. De meesten wonen in de omgeving van Limburg en Noord-Brabant. De meeste donateurs zijn in aanraking gekomen doordat ze de oprichters van stichting LombokCare kennen. Een aantal zijn door de omgeving betrokken geraakt met de stichting. De meeste donateurs hebben dus een nauwe band met de stichting en de mensen achter de stichting. De sponsors komen grotendeels uit Nederland. Een aantal van hen zijn van Indonesische afkomst of hebben een nauwe band met Indonesië. Meer dan de helft van de donateurs is op HBO of WO niveau opgeleid. Meer dan de helft is getrouwd of woont samen.

1.2 Ijkgpersoon

Een ijkpersoon wordt meestal gebruikt als dwarsdoorsnede van de doelgroep. Door een ijkpersoon te gebruiken is het makkelijker om de doelgroep te bepalen.⁴³

Ella van Osch is 50 jaar en woont in Roermond. Ella werkt al 20 jaar als lerares van groep 5 op een basisschool in haar woonplaats. Ze is getrouwd en heeft twee kinderen. Buiten haar werk om leest ze veel, gaat ze naar de fitness en gaat ze vaak uit eten met haar man of vriendinnen. Elk jaar gaat ze met het gezin op wintersport en in de zomer blijven ze meestal in Europa. Één keer in de vijf jaar maken ze een grote reis. Het liefst gaan ze naar Indonesië. Ze is nauw betrokken bij haar werk en organiseert elk jaar een sponsorloop voor alle kinderen van de basisschool. Het verzamelde geld wordt jaarlijks gedoneerd aan Stichting LombokCare. Ella kent de oprichter van de Stichting al erg lang. Verder heeft ze een abonnement op de 'Esta' en kijkt ze vaak naar programma's als 'Spoorloos' en 'Ik vertrek'.

⁴² Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho.

⁴³ www.ijkpersoon.nl/ijkpersoongebruik.html (10-05-2012)

2. Doelstelling

Om met tijdschrift het beste en meest effectieve resultaat te bereiken zijn er een aantal (communicatie) doelstellingen opgesteld. Deze doelstellingen zullen tijdens het productieproces steeds weer terugkomen en meespelen bij beslissingen die gemaakt worden.

Stichting LombokCare heeft het allerbeste voor met alle donateurs. Van grote giften tot aan kleine donaties, de stichting is overal blij mee. Omdat al het geld wat binnenkomt direct wordt besteed aan projecten op Lombok, krijgen de sponsors niks aan bijvoorbeeld merchandise (zoals bij andere goede doelen wel vaak gebeurd, pennen, kladblokken etc.). Nu wil Stichting LombokCare in ieder geval voor één keer iets geven aan de sponsors, om ze te bedanken voor hun giften van de afgelopen jaren. Dit is geheel kosteloos voor de stichting, omdat het door een stagiaire wordt geproduceerd. Daarnaast is het doel om door middel van het tijdschrift de transparantie en het vertrouwen van de stichting te vergroten.

Dus kort samengevat zijn de doelstellingen:

- De transparantie van de stichting vergroten
- Het vertrouwen van de donateurs in de stichting verhogen
- De donateurs op een informatieve en nuttige manier bedanken⁴⁴

⁴⁴ Usman, P. (2012) *Plan van Aanpak*.

3. Inhoud

In het blad komen verschillende onderwerpen aan bod. Om alvast een goed beeld te krijgen van de inhoud van het tijdschrift zal in dit hoofdstuk de onderwerpen, artikelen en de belangen van opdrachtgever en lezer besproken worden.

3.1 Onderwerpen en gebieden

Allereerst is het belangrijk dat alle projecten die Stichting LombokCare opzet en uitvoert in het tijdschrift aan bod komen. Dit zijn projecten die al afgerond zijn, nog bezig zijn of toekomstige projecten.

Afgeronde projecten

- Blindetehuis Mataram
- Waterproject Nanggul
- Weeshuis Patmos
- Watertankproject in Sandik en Kekeri

Lopende projecten

- School Kerandangan
- Weeshuis Praya
- Opleidingscentrum voor lichamelijk beperkte kinderen
- Waterproject Kerandangan
- Verschillende operaties/ consulten door artsen

Al deze projecten zullen een plek krijgen in het tijdschrift. De één krijgt wat meer pagina's dan de ander. Dit hangt af van wat voor soort artikel het wordt en hoe recent de projecten zijn.

In het tijdschrift zal ook plaats zijn voor het voorstellen van de medewerkers van Stichting LombokCare. De medewerkers worden geïnterviewd en hebben zo de mogelijkheid om aan hun sponsors te vertellen wat bijvoorbeeld hun drijfveer is om zich in te zetten voor de stichting.

Daarnaast zullen er een aantal interviews met sponsors in het tijdschrift komen.

Verder zal er in het tijdschrift op elke pagina een leuk weetje/ feitje komen over Stichting LombokCare/ Indonesië/ Lombok.

Ook zal de voorzitter van de stichting, Christ Schreurs, de Editorial schrijven en ik, als maker van het tijdschrift, zal ook een stukje schrijven over mijn ervaringen op Lombok.

Als laatste zullen er nog verschillende kleine onderwerpen aan bod komen. Neem bijvoorbeeld de agenda. In de agenda zullen de verschillende activiteiten en projecten in komen te staan. Stichting LombokCare werkt ook veel samen met andere stichtingen. Deze zullen zeker niet vergeten worden en ook genoemd worden in het tijdschrift.

3.2 Soorten artikelen

Om het tijdschrift creatief en onderscheidend te maken, zal er gebruik gemaakt worden van verschillende soorten artikelen. De meeste artikelen zullen interviews en achtergrondverhalen zijn. Daarnaast zal er ook een nieuwspagina of een nieuwsbericht in komen.

3.3 Pagina-indeling

In samenwerking met Stichting LombokCare heb ik een voorlopige pagina-indeling van het tijdschrift gemaakt. Hier kan tijdens het proces nog van afgeweken worden. De onderwerpen staan wel vast.

Voorlopige pagina-indeling

1. Voorpagina
2. Advertentie 1
3. Editorial
4. Advertentie 2
5. Inhoud
6. Foto
7. Nieuwspagina
8. Informatie Indonesië/ Lombok
9. Stichting LombokCare in samenwerking met....
- 10 + 11. Achtergrondverhaal Stichting LombokCare
12. Blindetehuis Mataram
13. Interview sponsor 1
- 14 t/m 17. Reportage Go For Lombok
18. Advertentie 3 / of foto
19. Sponsorloop Ankertje Kompas
20. Interview medewerker 1
21. Reportage weeshuis Praya
22. Interview sponsor 2
- 23 t/m 25. Reportage opleidingscentrum
26. Interview medewerker 2
27. Agenda
28. Interview sponsor 3
29. Reportage GoForBelanda
30. Interview medewerker 3
31. Colofon en stukje Pleun
32. Advertentie 4

3.4 Belangen opdrachtgever en lezer

Stichting LombokCare vindt het belangrijk dat het tijdschrift open communiceert met alle donateurs. Zij moeten weten waar het geld naartoe gaat, welke projecten er op de planning staan en hoe het met de lopende projecten staat. Er moet bijvoorbeeld verteld worden hoeveel geld er in totaal binnenkomt, wat er uitgaat en wat er aan de strijkstok blijft hangen. Hoeveel geld is er beschikbaar voor een bepaald project en waar wordt het geld aan uitgegeven.

De doelgroep wil lezen hoe de zaken van Stichting LombokCare er in het algemeen voorstaan. Wat zijn de nieuwe ontwikkelingen, hoe is het met de afgeronde projecten en wat zijn de toekomst plannen.

De lezers van het tijdschrift vinden het ook belangrijk dat ze in het tijdschrift de reacties van de mensen die geholpen zijn kunnen lezen. Daarnaast willen ze niet alleen maar goede dingen horen, want er gaat natuurlijk ook wel eens iets mis bij een project. Het is belangrijk dat ook die minder goede dingen verteld worden.

4. Algemene informatie

In dit hoofdstuk worden alle praktische zaken van het tijdschrift besproken. Zoals de titel, verschijningsfrequentie en de wijze van publicatie en verspreiding.

4.1 Bladtitel en ondertitel

Om een goede bladtitel te vinden hebben ik in samenwerking met Stichting LombokCare een brainstorm gedaan over alles wat met het bedrijf te maken heeft. Zo hebben we gekeken of er in de begrippen die ter sprake kwamen, aansprekende klanken of woorden zitten en of we die aan elkaar konden plakken.

Daarnaast vonden we het belangrijk dat voor de donateurs meteen duidelijk was dat het om een blad van Stichting LombokCare gaat. Voor een aantal donateurs kan het tijdschrift als verrassing komen, dus moeten ze wel gelijk kunnen zien dat het om LombokCare gaat. Het is dus van groot belang dat de lezer aan de titel kan aflezen waar het over gaat.⁴⁵

Mindmap brainstorm titel



⁴⁵ Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho

Na de brainstormsessie hebben we besloten dat het blad bij de eerste uitgave een iets andere naam krijgt dan bij de rest van de uitgaven. De eerste uitgave zal heten: "10 jaar Lombok Care". De rest van de uitgaven zal het tijdschrift 'LombokCare' heten. De titel is herkenbaar voor alle donateurs, dat was het belangrijkste aspect bij het kiezen van een titel.

Om de titel iets spannender en creatiever te maken hebben we ook gekozen voor een ondertitel. Deze luidt als volgt: "Nog altijd even hard nodig".

4.2 Schrijfstijl

Schrijven lijkt heel simpel en vanzelfsprekend, maar dat is het niet. Al het voorwerk en alle informatie moet worden omgezet in een tekst die het onderwerp levensecht neerzet. Bij een bedrijfsblad is het belangrijk dat de lezer aangesproken wordt. Dit gebeurt helaas niet met het woordje 'u', zoals in een brief. Het woordje 'ik' wordt niet gebruikt in het tijdschrift van Stichting LombokCare. Behalve bij citaten, editorial, ingezonden brieven, etcetera.

Daarnaast verdienen lezers concrete, belangrijke informatie in het blad. Het bijbehorende taalgebruik in het blad van Stichting LombokCare moet prettig, verfrissend zijn en prikkelt de nieuwsgierigheid. Om de leesbaarheid van de teksten te bevorderen wordt er in het tijdschrift veel gebruik gemaakt van koppen, tussenkoppen, beeldmateriaal en kleuren. Daarnaast zal jargon zoveel mogelijk vermeden worden.

In de reportages en artikelen zullen diverse citaten voorkomen. Het maakt de tekst geloofwaardiger en beter leesbaar. Daarnaast maakt een citaat ons attent op de noodzaak om te schrijven in spreektaal.⁴⁶

4.3 Verschijningsfrequentie

Stichting LombokCare is vooral in de periode maart tot en met september bezig met het opzetten van nieuwe projecten. De rest van de tijd, september tot en met februari, wordt voornamelijk gebruikt om de projecten te begeleiden en draaiende te houden. Daarom is er besloten om het blad één keer per jaar uit te geven. De verschijningsdatum zal rond 30 augustus liggen, ieder jaar.

Er is dus voor gekozen om het blad niet vaker dan één keer per jaar uit te geven. De reden daarvoor is dat bij meerdere uitgaven per jaar er niet genoeg content is om het blad mee te vullen. Om de sponsors toch af en toe op de hoogte te houden zal er meer gebruikt worden gemaakt van Social Media.

Door het tijdschrift maar één keer per jaar uit te geven, worden ook de kosten van het tijdschrift beperkt. Immers wordt het tijdschrift niet betaald van sponsorgeld. Dus zal er elke keer weer een aparte sponsor gevonden moeten worden om het tijdschrift te betalen.

4.4 Wijze van verspreiding

Het tijdschrift wordt aan alle donateurs die de afgelopen twee jaar aan Stichting LombokCare hebben gedoneerd, naar hun huisadres verzonden. De bedrijven die hebben gedoneerd zullen op hun kantoor e.d. het tijdschrift ontvangen. Doordat het tijdschrift naar het huisadres verzonden wordt krijgen bijvoorbeeld ook huisgenoten en bezoek met het tijdschrift te maken. Zo komen ook andere (potentiële sponsors) met de stichting in aanraking.

Naast het verspreiden van het tijdschrift via de post, komt het tijdschrift ook als e-zine op de website van Stichting LombokCare te staan. Zo komen bezoekers van de site, die misschien nog nooit

⁴⁶ Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho

hebben gedoneerd aan Stichting LombokCare, ook in aanraking met het tijdschrift. Zo kan er een grote groep mensen bereikt worden.

In oktober start ook altijd de fondsenwerving van Stichting LombokCare. Tijdens deze actie worden er folders en informatie verstuurd naar potentiële sponsors. Bij de eerstvolgende fondsenwerving zal de eerste uitgave van het tijdschrift ook meegestuurd worden.

4.5 Oplage

De oplage van de eerste uitgave zal rond de 1500 zijn. Er worden ongeveer 300 tijdschriften naar de donateurs verstuurd. De verspreiding vindt eind augustus plaats. In oktober gaat de fondsenwerving van Stichting LombokCare weer van start. Als het budget het toelaat zal er waarschijnlijk een tweede druk van de eerste uitgave komen. Zo kan naar alle potentiële donateurs het tijdschrift worden verstuurd.

Omdat het tijdschrift maar één keer per jaar gaat uitkomen, is het slim om een grote oplage te laten drukken. Zo zijn er waarschijnlijk genoeg tijdschriften voor het hele jaar.

4.6 Omvang

In paragraaf 3.3 wordt de pagina-indeling besproken. Hier is te zien dat er tot nu toe 32 pagina's in het eerste tijdschrift komen. Deze pagina-indeling kan in de loop van de tijd nog veranderen. Dit betekent ook dat het aantal pagina's nog kan veranderen. Het kunnen er meer, maar ook minder worden.

5. Grafisch ontwerp

Het grafisch ontwerp wordt gebaseerd op de huisstijl van de organisatie en bevat onder andere: papierformaat, papiersoort, lettertypes, kleurgebruik en soorten beeldmateriaal. ⁴⁷

5.1 Papiersoort- en formaat

Het formaat van het tijdschrift is niet een standaard formaat. Het meest gebruikte formaat is namelijk A4. Dit formaat is makkelijk bewaarbaar, is in veel papiersoorten leverbaar en heeft een stevige uitstraling. Ook A5 wordt nog steeds veel gebruikt. In plaats van de standaardformaten worden tussenformaten steeds populairder. De voornaamste reden is dat het blad dan meer opvalt. Stichting LombokCare heeft hier ook voor gekozen. ⁴⁸

De lengte van het blad is: 25 cm.

De breedte van het blad is 18 cm.

De papiersoort van het tijdschrift wordt dik, mat papier. Stichting LombokCare wil niet dat het tijdschrift te veel op een glossy lijkt, dus is er niet voor glanzend papier gekozen. Door het dikke, matte papier dat gebruikt wordt, oogt het tijdschrift stevig en betrouwbaar. Als je door dit papier (later het tijdschrift) bladert, dan ruikt de lezer lichtjes de geur van inkt en het papier. De uitstraling van het tijdschrift moet passen bij de stichting. Het moet er dus niet te duur en te luxe uitzien, want dat zou een verkeerd beeld opwekken bij de lezers. ⁴⁹

5.2 Lettertypes

Het type van de broodletter (de letter voor de gewone, 'lopende tekst') is van invloed op de sfeer van het blad, zoals de lezer deze ervaart. Van belang hierbij is de aanwezigheid van schreven, korte balkjes aan het begin en eind van de poot. Van schreven wordt gezegd dat ze fungeren als een soort rails voor de ogen en daarmee voorkomen ze dat de ogen van de lezer verdwalen naar een andere regel.

Voor de broodtekst wordt in het tijdschrift het lettertype Palatino Linotype gebruikt. Palatino Linotype is een lettertype met schreef. De letter kan een beetje een ouderwetse uitstraling hebben, maar is tegelijkertijd ook fris.⁵⁰

Voor de overige teksten (zoals koppen, kaderteksten, etc.) zal voornamelijk gebruikt gemaakt worden van het lettertype Trebuchet MS. Trebuchet MS is een schreefloze letter. De letter is goed in verhouding. Een frisse letter met open vormen. ⁵¹

⁴⁷ Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho

⁴⁸ Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho

⁴⁹ Gruppen, W (2012) www.axioma.nl/blogs/wies-gruppen/1913/, *Axioma*. (20-05-2012)

⁵⁰ Jannon, J (2012) nl.wikipedia.org/wiki/Garamond, Wikipedia. (20-05-2012)

⁵¹ Slimbach, R(2012) new.fonts.com/font/adobe/myriad, *Fonts*. (20-05-2012)

5.3 Kleurgebruik

De menselijke hersenen zijn uitermate ontvankelijk voor kleurstemmingen, ook al zijn ze zich daar meestal niet van bewust. Kleuren hebben verschillende functies.

- Profileren: bij een bedrijf hoort een bepaalde kleur, associatie.
- Aandacht trekken: een logo in een kleur wordt veel eerder gezien dan een logo in zwart-wit.
- Het geheugen stimuleren: een boodschap die in drie of meer kleuren is weergegeven, word beter onthouden
- Structuur geven: voor de lezer het tijdschrift makkelijk herkenbaar maken door middel van kleur structuur aan te geven (bijvoorbeeld bij elke rode balk boven een tekst komt er een interview).
- Sfeer oproepen en een boodschap overdragen: elke kleur heeft een positieve en een negatieve associatie, die afhankelijk van de situatie, een kleur (on)geschikt maken.

De onbewust effecten van kleur zijn zo sterk dat het verstandig is er bewust mee om te gaan. Het ligt voor de hand om aan te sluiten bij de huisstijl.⁵²

Voor het tijdschrift van Stichting LombokCare worden voornamelijk de kleuren groen en wit gebruikt. Deze kleuren komen ook terug in de huisstijl en het logo van de stichting. Groen wordt vaak geassocieerd met duurzaamheid, natuur en gezond.

Daarnaast zal er ook gebruik gemaakt worden van de kleuren rood, oranje en geel. De associatie met deze kleuren is vooral warmte, zon, vrijheid en vrolijk. Aspecten waar Stichting LombokCare veel mee bezig is en ook belangrijk vindt.

⁵² Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho

Bronvermelding

1. Visser, R. (2005) *Een bedrijfsblad maken*. Bussum: Coutinho
2. Gruppen, W (2012) [www.axioma.nl/blogs/wies-gruppen/1913 /](http://www.axioma.nl/blogs/wies-gruppen/1913/), *Axioma*. URL bezocht op 20-05-2012
3. Jannon, J (2012) www.nl.wikipedia.org/wiki/Garamond, *Wikipedia*. URL bezocht op 20-05-2012
4. Slimbach, R(2012) www.new.fonts.com/font/adobe/myriad, *Fonts*. URL bezocht op 20-05-2012

Bijlage 4 – Enquête

Enquête Stichting LombokCare

Mijn naam is Pleun Usman en ik ben vierdejaars student Bedrijfscommunicatie aan de Hogeschool Utrecht. Voor mijn afstudeerproject ben ik bezig om voor Stichting LombokCare een tijdschrift te maken voor alle sponsors. Om dit goed te kunnen uitvoeren doe ik eerst onderzoek naar de doelgroep van het tijdschrift, namelijk de donateurs. Daarom heb ik deze enquête opgesteld. Alle gegevens zullen uitsluitend voor het onderzoek worden gebruikt en niet vrijgegeven aan derden. Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking.

Naam		M / V
Woonplaats		
Leeftijd		
Gehuwd/ ongehuwd		
Gezinssamenstelling		
Beroep		
Opleiding		

Vraag 1 Hoe bent u in aanraking gekomen met Stichting LombokCare?

- Ik ken de oprichters
- Via mijn omgeving
- Internet
- Radio/ televisie
- Gelezen in de krant/ tijdschrift
- Anders, namelijk

Vraag 2 Hoe lang doneert u al aan Stichting LombokCare?

- Korter dan 1 jaar
- 1 jaar
- Langer dan 1 jaar
- Anders, namelijk

Vraag 3 Waarom doneert u aan Stichting LombokCare?

Vraag 4 Doneert u ook nog aan andere stichtingen/ goede doelen? Zo ja, welke?

- Ja, namelijk aan
- Nee, alleen aan Stichting LombokCare

Vraag 5 Wat zou u als donateur willen lezen in het tijdschrift van Stichting LombokCare?

Vraag 6 Wat zou u als donateur liever niet in het tijdschrift willen lezen?

Vraag 7 Hoe transparant vindt u Stichting LombokCare tot nu toe? Licht eventueel toe

- Zeer transparant
- Transparant
- Niet transparant
- Zeer niet transparant
- Anders, nl

Vraag 8 Wat vindt u van de communicatie richting de donateurs tot nu toe? Licht eventueel toe.

- Communicatie is zeer goed
- Communicatie is goed
- Communicatie kan beter
- Communicatie is slecht
- Communicatie is zeer slecht

Vraag 9 Heeft u nog tips voor Stichting LombokCare?