Waarover en op welke manier praten organisaties bij het plannen van communicatie?

Een verkennend onderzoek naar communicatieplanning in de praktijk.

MASTERSCRIPTIE

Naam	Tabitha Oosting [3855953]
Cursus	Eindwerkstuk afstudeerstage TLMV1411
Opleiding	Communicatie- en Organisatiewetenschappen Universiteit Utrecht
Begeleider(s)	H.L.W. Pander Maat J.A.L. Hoeken
Stageadres	De Contentkalender Utrecht
Begeleider	M. Lubbers

Universiteit Utrecht

Managementsamenvatting

Communicatieplanning is voor veel organisaties een dagelijkse bezigheid. Organisaties bepalen via welk mediakanaal berichten verstuurd moet worden, in welke vorm en naar welke doelgroep. Maar hoe bepalen zij dit eigenlijk? En hoe kan de Contentkalender - een organisatie met een applicatie voor communicatieplanning - inspelen op de werkwijze en behoeftes van haar klanten? Om daar achter te komen, is het belangrijk om te weten wat organisaties in de praktijk doen als zij hun communicatie plannen. Daarover is echter nog maar weinig bekend. Om te achterhalen wat organisaties in de praktijk doen bij communicatieplanning, kwam ik tot de volgende onderzoeksvragen:

1. Over welke thema's praten organisaties bij communicatieplanning?
2. Op welke manier praten organisaties over deze thema's?
3. Is er een verband tussen de manier van bespreken en het thema waarover gesproken wordt?
4. Hoe worden gesprekken over deze thema's afgerond?

Om een beeld te krijgen van communicatieplanning in de praktijk, heb ik bij verschillende organisaties meegekeken tijdens een communicatieplanningsoverleg. Deze overleggen heb ik getranscribeerd en gecodeerd om vervolgens te kijken welke thema's er besproken werden. Ik had een aantal communicatieplanningsthema's (CP-thema's) opgesteld met behulp van bestaande adviesliteratuur. Dit waren de thema's waar mensen volgens de literatuur over zouden moeten nadenken bij communicatieplanning. Tijdens het coderen van de overleggen heb ik de CP-thema's nog aangepast, opgedeeld en aangevuld. Ik heb dus een zogenoemde inhoudsanalyse uitgevoerd op verschillende CP-thema's.

Daarna heb ik gekeken naar de interactionele aspecten om te inventariseren hoe organisaties in de praktijk over deze thema's praten. Ik heb dus gekeken naar gespreksbijdrages en taalhandelingen. Tot slot heb ik de afronding van sequenties en genomen besluiten onderzocht. Dit heb ik gedaan door een nieuwe analyse uit te voeren, aangezien de taalhandelingslabels niet voldoende laten zien of er afronding is en of mensen besluiten nemen.

Uit het onderzoek bleek dat mensen in overleggen voor communicatieplanning voornamelijk praten over het onderwerp (CP-thema: Thema), het werkproces (CP-thema: Uitvoering), het Mediakanaal, de einddatum (CP-thema: Timing eind) en de vorm die gebruikt gaat worden (CP-thema: Contentformaat).

Meestal worden dergelijke thema's simpelweg gemeld (Taalhandeling: Melden). In andere gevallen kwamen vooral Vraag en Antwoord voor, of Voorstel en Akkoord. We zagen veelal logische combinaties van taalhandelingen: als er een Vraag gesteld werd bij de bespreking van een CP-thema, werd er ook vaak een Antwoord gegeven, en andersom. Datzelfde gold voor Voorstel en Akkoord: in CP-themabesprekingen waar een voorstel gedaan werd, kwam ook vaak een Akkoord voor.

Als we kijken naar het verband tussen de manier van bespreken en het CP-thema waarover gesproken werd, zien we dat Uitvoering vaak in een Probleembeschrijving voorkwam. Dit CP-

thema werd bovendien vaker uitvoeriger besproken: er kwamen meer unieke taalhandelingen voor bij gesprekken over Uitvoering.

Het grootste deel van de CP-themabesprekingen werd afgerond en er was geen besluit nodig. Een vraag werd bijvoorbeeld beantwoord. Toch zagen we bij onafgeronde CP-themabesprekingen bovengemiddeld vaak Probleembeschrijvingen over het CP-thema Uitvoering voorbij komen. Ditzelfde patroon zagen we ook terug bij besluiten. Gevallen waar een besluit genomen had moeten worden maar niet genomen was, bestonden allemaal uit probleembeschrijvingen (in combinatie met een andere taalhandeling) over Uitvoering.

De extra analyse van de dataset op Besluiten maakte bovendien duidelijk dat er ongeveer drie keer zoveel besluiten genomen werden dan op basis van de taalhandelingslabels vermoed werd. Dit betekende dat op de taalhandeling Probleembeschrijving niet altijd een 'logisch' tweede paardeel volgde. Dat zien we ook terug: soms werd een Probleembeschrijving immers gevolgd door een Voorstel (om het op te lossen) en een Akkoord. De taalhandelingen Voorstel en Akkoord konden dus samen ook een Besluit betekenen.

In een overleg praatten organisaties over communicatie-uitingen, of over projecten. Projecten zijn vaak vergelijkbaar met marketingcampagnes binnen deze organisaties, waaronder meerdere communicatie-uitingen vallen. Deze communicatie-uitingen horen vaak bij elkaar doordat zij hetzelfde onderwerp of doel hebben. Uit de analyse van de dataset bleken er ook verschillen te bestaan tussen het bespreken van projecten en het bespreken van communicatie-uitingen. De CP-thema's Mediakanaal en Mediakanaal en contentformaat kwamen vaker voor wanneer er over communicatie-uitingen gesproken werd. De CP-thema's Timing algemeen en Timing eind kwamen juist vaker voor bij de bespreking van projecten. Ook zagen we een verschil bij de taalhandelingen: probleembeschrijvingen kwamen vaker voor bij een projectbespreking. Omdat de onderliggende communicatie-uitingen verbonden zijn aan het project, betekent een probleem op projectniveau, dus ook dat het probleem voor de onderliggende communicatie-uitingen geldt.

Daarnaast gaven de resultaten aan dat de vier overleggen op CP-thema's, taalhandelingen en afronding van elkaar verschilden. Bij het overleg dat zichzelf evaluatieoverleg noemde, werd er bijvoorbeeld vaker over Effect gesproken. En in het afdelingsoverleg kwamen er bijvoorbeeld minder Voorstellen en Akkoorden voor. Dit impliceert het bestaan van verschillende 'subgenres' binnen communicatieplanningsoverleggen.

Al met al bestaan er dus verschillen in de manier waarop CP-thema's besproken werden, maar ook zagen we verschillen tussen de bespreking van projecten en communicatie-uitingen, en verschillen tussen overleggen.

Aanbevelingen aan de Contentkalender zijn op te delen in twee categorieën, namelijk enerzijds aanbevelingen voor aanpassingen in de applicatie zelf. Hierbij zijn de belangrijkste aanbeveling dat de Contentkalender bepaalde presets zou kunnen opnemen bij Mediakanalen (en contentformaten), omdat deze in elke organisatie terugkomen. Daarnaast zou de Contentkalender kunnen kijken of het Budget specificeren daadwerkelijk van toegevoegde waarde is voor haar klanten. Er wordt namelijk in overleggen niet gesproken over Budget. Anderzijds zijn er aanbevelingen voor communicatie ten behoeve van het gebruik van de

applicatie. In eerste instantie moet het belang van overleggen benadrukt worden. De applicatie alleen kan immers geen wonderen verrichten bij organisaties met een communicatieplanning. Voor een goede planning is een (synchroon) contactmoment essentieel. Andere aanbevelingen zijn aan het einde van dit onderzoek opgenomen.

KEYWORDS communicatieplanning; communicatieplan; contentkalender; observatie; taalhandelingen; praktijk; afronding; besluiten; communicatieplanningsthema's

Inhoud

1. Inleiding 8

2. Theoretisch kader 10
   - 2.1 Communicatieplanning of communicatiestrategie? 10
   - 2.2 Verschillende fases bij het opzetten van een communicatieplanning 10
     - 2.2.1 Analysefase 10
     - 2.2.2 Implementatiefase 11
     - 2.2.3 Evaluatiefase 14
   - 2.3 Communicatieplanning in de praktijk 14
     - 2.3.1 Gebruik van communicatieplanningsthema's 14
     - 2.3.2 Werkwijze van organisaties 15
     - 2.3.3 Evaluatiemoment in organisaties 15
   - 2.4 Overleggen 16
     - 2.4.1 Overlegvormen 17
     - 2.4.2 Wat wordt er besproken in overleggen? 18
   - 2.5 Taalhandelingen 18
     - 2.5.1 Gespreksbijdragen 18
     - 2.5.2 Expansies 19
     - 2.5.3 Geprefereerde paardelen 19
   - 2.6 Beslissingen nemen 20
     - 2.6.1 Rationeel 21
     - 2.6.2 Intuïtief 21
     - 2.6.3 Rationele of intuïtieve beslissingen? 21
   - 2.7 In het kort 22

3. Methode 24
   - 3.1 Contact opnemen 24
   - 3.2 Het bezoek 25
   - 3.3 Observatie 25
   - 3.4 Transcriberen 26
   - 3.5 Het codeerproces 27
     - 3.5.1 Stap 1. Segmenteren van het overleg 27
     - 3.5.2 Stap 2a. Communicatieplanningsthema's 30
     - 3.5.3 Stap 2b. Reikwijdte van communicatieplanningsthema's 33
     - 3.5.4 Stap 3. Taalhandelingen 34
     - 3.5.5 Stap 4a. Afronding van een CP-themabespreking 39
     - 3.5.6 Stap 4b. Besluiten nemen 41
     - 3.5.7 Stap 5a. Aantal gespreksdeelnemers 42
     - 3.5.8 Stap 5b. Irrelevante besprekingen 43
     - 3.5.9 Stap 5c. Topic-herhalingen 44
   - 3.6 Interview 44

4. Resultaten 45
   - 4.1 Verschillende overleggen 45

4.2 Communicatieplanningsthema's 47
4.2.1 Verschillen tussen project- en communicatiebesprekingen 48
4.2.2 Verschillen tussen overleggen 49
4.2.3 Komen bepaalde CP-thema's in combinatie voor? 51
4.3 Taalhandelingen 51
4.3.1 Verschillen tussen project- en communicatiebesprekingen 53
4.3.2 Verschillen tussen overleggen 53
4.3.3 Diversiteit van een CP-themabespreking 54
4.3.4 Komen bepaalde taalhandelingen in combinatie voor? 56
4.4 Is er een verband tussen de manier van bespreken en het thema waarover gesproken wordt? 57
4.5 Wordt een CP-themabespreking afgerond? 59
4.5.1 Verschillen CP-thema's in afronding? 60
4.5.2 Verschillen taalhandelingen in afronding? 61
4.5.3 Verschillen de overleggen in afronding? 62
4.6 Worden er beslissingen genomen bij CP-themabesprekingen? 62
4.6.1 Verschillen CP-thema's bij besluiten? 63
4.6.2 Bij welke taalhandelingen worden besluiten genomen? 64
4.6.3 Bestaan er verschillen tussen overleggen? 65

5. Conclusie 67
5.1 Communicatieplanning 67
5.2 Communicatieplanningsthema's 68
5.3 Taalhandelingen 68
5.4 De manier waarop CP-thema's besproken worden 68
5.5 Projectbrede of communicatiespecifieke besprekingen 69
5.6 Afronding 69
5.7 Overleggen 70

6. Discussie 72
6.1 Aanbevelingen aan de Contentkalender 74
6.1.1 Aanbevelingen specifiek voor de Contentkalender (applicatie) 74
6.1.2 Aanbevelingen voor communicatie ten behoeve van het gebruik van de applicatie 74

7. Literatuur 76

8. Bijlage 1. Benaderingen voor observatie 78
Bijlage 2. Topiclijst gestructureerde observatie 82
Bijlage 3. Transcripten 89
Bijlage 4. Originele en definitieve CP-thema's 206
Bijlage 5. Codeboek 211
Bijlage 6. Interviewvragen 243
Bijlage 7. Uitwerking interviews 245

1. Inleiding

Organisaties communiceren enorm veel. Zowel intern als extern, en zowel offline als online. Vaak via meerdere kanalen met meerdere doelgroepen. Maar hoe bepalen organisaties nu wat ze wanneer naar wie willen communiceren? En hoe houden ze grip op alle verschillende werkzaamheden? Veel organisaties maken daartoe een plan. In de vakliteratuur vinden we vooral adviezen en richtlijnen voor communicatieplanning. Met behulp van literatuur ontstaat een beeld van alle relevante factoren die een rol spelen bij communicatieplanning. Maar wat gebeurt er nu in de praktijk wanneer organisaties communicatie plannen? Hoe geven zij invulling aan hun proces van communicatieplanning in een poging overzicht te creëren?

De Contentkalender helpt organisaties hierbij met een gelijknamige *web based* applicatie. De applicatie is een kalender waarmee organisaties hun communicatie kunnen plannen. De kalenderweergave geeft een tijdsplanning weer. En door te onderscheiden in projecten, communicatie-uitingen en acties, wordt ook de werk- en taakverdeling inzichtelijk gemaakt. Naast het plannen, hebben organisaties de mogelijkheid om hun strategie in de applicatie te zetten. Ook kan content als platte tekst, document of internetlink toegevoegd worden en communicatie-uitingen kunnen na afronding worden afgevinkt en geëvalueerd.

De kalender heeft verschillende weergaves (kalender, tijdlijn en lijst) en meerdere filtermogelijkheden. Bovendien is het mogelijk met om met verschillende gebruikers gelijktijdig in dezelfde kalender te werken. En voor iedereen die wel eens een collega heeft gehad die per ongeluk dingen aanpast: in de Contentkalender krijgt elke gebruiker een autorisatieniveau. Dat bepaalt welke rechten een gebruiker heeft om dingen aan te passen. Elke gebruiker kan daarnaast inloggen vanaf iedere willekeurige locatie waar hij of zij een internetverbinding heeft.

De Contentkalender heeft dus veel mogelijkheden, maar biedt de applicatie organisaties wat ze zoeken? Reikt de Contentkalender organisaties de juiste informatie aan om met de applicatie te gaan of blijven werken? Er is weinig informatie bekend over hoe organisaties hun doelstellingen bepalen, hun doelgroepen en kanalen kiezen, of hoe ze beslissen over de hoeveelheid communicatie of de lengte van een bericht. Maar hoe kan de Contentkalender inspelen op de behoeften van (potentiële) klanten als het niet duidelijk is wat organisaties eigenlijk doen?

De Contentkalender heeft momenteel nog niet duidelijk in beeld wat organisaties doen als zij hun communicatie plannen. De organisatie weet niet waar organisaties over praten als zij plannen en hoe zij hierbij te werk gaan. Voor de Contentkalender blijft het hierdoor een gok hoe zij het beste kan communiceren met haar eigen doelgroepen. Er is vrijwel niets bekend over het daadwerkelijke gedrag van mensen en in hoeverre de applicatie hierop aansluit. De adviesvraag van de Contentkalender luidde dan ook als volgt:

> **ADVIESVRAAG**
> Hoe kan de Contentkalender met haar applicatie beter aansluiten bij wat organisaties in de praktijk doen (of laten) bij communicatieplanning?

De organisatie wil meer kennis van communicatieplanning in de praktijk om op die manier in te kunnen spelen op de behoeften van hun doelgroep. Met deze kennis kan de Contentkalender communicatie over de applicatie gerichter opzetten en beter laten aansluiten op de praktijk.

Hierdoor zal de applicatie naar verwachting in de toekomst in hogere mate geadopteerd worden door organisaties en meer naamsbekendheid krijgen.

Het stagebedrijf gaf zelf in een vrij vroeg stadium aan dat zij meer inzicht wilde in de praktijk van communicatieplanning. Hierover is echter nauwelijks informatie beschikbaar Er zijn adviezen en richtlijnen, maar nog niet eerder is onderzocht wat organisaties daadwerkelijk doen. Daarom is mijn onderzoeksvraag algemeen van aard:

ALGEMENE ONDERZOEKSVRAAG

Hoe plannen organisaties hun communicatie in de praktijk?

Om de algemene onderzoeksvraag iets meer vorm te geven, heb ik de volgende (specifiekere) onderzoeksvragen opgesteld:

ONDERZOEKSVRAGEN

1. Over welke thema's praten organisaties bij communicatieplanning?
2. Op welke manier praten organisaties over deze thema's?
3. Is er een verband tussen de manier van bespreken en het thema waarover gesproken wordt?
4. Wat weten we over de afronding van overlegfases?

Deze vragen zullen verder gespecificeerd worden op basis van de literatuur (hoofdstuk 2). Niet alleen voor organisaties zelf - en in het bijzonder de Contentkalender - is dit onderzoek van belang. Aangezien er nauwelijks tot geen informatie bestaat over communicatieplanning in de praktijk, is dit onderzoek ook academisch relevant.

2. Theoretisch kader

Om de vraag "*Hoe plannen organisaties in de praktijk hun communicatie?"* te kunnen beantwoorden, ga ik in dit hoofdstuk in op verschillende aspecten van communicatieplanning die in de literatuur aan bod komen. Op basis daarvan zal ik mijn onderzoeksvragen verder specificeren.

2.1 Communicatieplanning of communicatiestrategie?

Communicatieplanning en communicatiestrategie zijn begrippen die regelmatig door elkaar gebruikt worden als het over communicatieplanning gaat. Strikt genomen is een communicatiestrategie het plan achter de daadwerkelijke planning (Communicatie Kenniscentrum, z.d.; Marketingportaal, z.d.; Ensie, 2017a). Deze communicatieplanning is op haar beurt de operationalisering van de communicatiestrategie (Olsthoorn & Van der Velden, 2007; Ensie, 2017b).

In mijn onderzoek heb ik het over het geheel van voornemens rondom communicatieplanning, dat reikt van strategische tot meer operationele voornemens. Ik ga dus verder niet in op de specifieke verschillen tussen beide begrippen.

2.2 Verschillende fases bij het opzetten van een communicatieplanning

De meeste literatuur deelt het opzetten van een communicatieplanning op in vier fases, namelijk een analysefase, een planfase, een uitvoerfase en een evaluatiefase (Michels, 2006; Olsthoorn & Van der Velden, 2007; Wilson & Ogden, 2016). Hoewel de auteurs allemaal onderscheid maken tussen deze vier fases, wisselen auteurs de inhoud van de tweede en derde fase soms om. Omdat in mijn onderzoek de fases zelf ondergeschikt zijn aan de inhoud, heb ik besloten voor het gemak slechts drie fases te onderscheiden, namelijk de analysefase, de implementatiefase en de uitvoerfase.

2.2.1 Analysefase

In de analysefase is het belangrijk dat een organisatie bepaalt waar zij staat en waar zij naartoe wil. In deze fase is het belangrijk dat een organisatie kijkt naar haar eigen identiteit, haar positie in het beroepsveld, haar klanten en de producten of diensten die zij aanbiedt. Hierbij is het belangrijk om alle mogelijke invloeden mee te nemen, zodat er een volledig beeld ontstaat van de huidige positie. Deze fase is bedoeld om een situatieschets te maken. Volgens de literatuur ('t Lam, 2000; Michels, 2006; Wilson & Ogden, 2016) kan dit op verschillende manieren:

- Probleemanalyse
- Bedrijfsanalyse
- SWOT-analyse
- Marktanalyse
- Segmentstudie
- Situatieanalyse

Met behulp van de informatie die een organisatie in deze fase verkrijgt, kan zij haar doelstellingen opstellen of specificeren (Michels, 2006).

2.2.2 Implementatiefase

In de implementatiefase worden plannen gemaakt. Hoewel de bronnen op sommige punten van elkaar afwijken, komen de volgende aspecten veelvuldig voor: Doelen en doelstellingen, Doelgroepen, Boodschappen, Communicatiemiddelen, mediakanalen en contentformaten, Activiteitenplanning en Budget. Deze zal ik hieronder kort toelichten.

Doelen en doelstellingen
Een organisatie communiceert met een reden. Ze heeft een bepaald doel voor ogen. Volgens Wilson en Ogden (2016) is een doel het resultaat dat nodig is om een probleem op te lossen. Doelstellingen zijn specifieke resultaten die leiden tot het bereiken van dat doel. Volgens ’t Lam (2000) zijn doelstellingen het antwoord op de vraag welke veranderingen een organisatie wil realiseren.

Verschillende auteurs (’t Lam, 2000; Michels, 2006; Wilson & Ogden, 2016) adviseren organisaties hun doelstellingen SMART (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden) te formuleren. Doelstellingen moeten bovendien aansluiten bij de missie en identiteit van de organisatie en te formuleren zijn in termen van kennis, houding en/of gedrag (’t Lam, 2000).

Omdat doelen doorgaans niet op zichzelf staan, maar ondergeschikt zijn aan hoger gelegen (organisatie)doelen, geeft ’t Lam (2000) de suggestie een doelenhiërarchie op te stellen. Enerzijds zorgt het formuleren van doelen en doelstellingen ervoor dat het publiek (de doelgroep) van een organisatie duidelijk wordt (Wilson & Ogden, 2016). Anderzijds is het belangrijk om bij het opstellen van doelen rekening te houden met de (beoogde) doelgroep, aangezien zij het onderwerp moeten zijn van de doelstelling (’t Lam, 2000).

Doelgroepen
Volgens ’t Lam (2000) moet een organisatie ook de vraag beantwoorden bij wie zij een verandering wil realiseren. Een organisatie moet nadenken over de personen die zij wil bereiken. Hoe specifieker een organisatie de doelgroep(en) in beeld heeft, des te gemakkelijker kan zij doelgericht communiceren. Hoewel niet elke doelgroep met iedere communicatie bereikt hoeft te worden, doen organisaties er wel goed aan om alle relatiegroepen in beeld te hebben (’t Lam, 2000).

Verschillende auteurs (’t Lam, 2000; Wilson & Ogden, 2016; Revella, 2015) hebben bepaalde ideeën over wat je moet weten over je doelgroep. Hieronder vallen bijvoorbeeld de volgende kenmerken:

- Inzicht in organisatorische en persoonlijke situatie van de doelgroep
- Motiverende belangen van de doelgroep
- Weerstand van de doelgroep
- Stappen die doelgroepen doorlopen
- Beslissingscriteria van de doelgroep

Een organisatie kan haar doelgroepen specificeren door te segmenteren. Dit kan op basis van verschillende gegevens:

- Demografische gegevens
  Kenmerken zoals leeftijd, geslacht, religie, beroep, opleidingsniveau, bezigheden, woonplaats, levensstijl, et cetera.

- Probleemgerelateerde kenmerken
  Kenmerken die aangeven in welke mate of met welke frequentie mensen met een probleem te maken hebben.
- Communicatieve kenmerken
  Kernmerken die aangeven wat de relatie is tussen organisatie en ontvanger, welke communicatiemiddelen de doelgroep gebruikt, wat de belangstelling of (voor)kennis over een bepaald onderwerp is en wat het begripsniveau is (’t Lam, 2000).
- Linkages
  Kenmerken die specifiek ingaan op de relatie met de doelgroep, ingedeeld in vier ‘niveaus’. Dit zijn donateurs (*enabling linkages*), afnemers (*functional linkages*), actiegroepen (*diffused linkages*) en andere organisaties in een soortgelijke branche (*normative linkages*) (Olsthoorn & Van der Velden, 2007).

Daarnaast stellen de auteurs dat elke organisatie een aantal ‘vaste’ doelgroepen of doelgroepcategorieën heeft. Bijvoorbeeld een interne doelgroep, klanten, andere organisaties, de overheid, belangengroeperingen en massamedia. Massamedia fungeren vaak als tussenschakel om informatie bij de uiteindelijke doelgroep(en) te krijgen (’t Lam, 2000).

Om vervolgens doelgericht te kunnen communiceren, heeft een organisatie kennis nodig over de samenstelling van en rolverdeling binnen de doelgroep (’t Lam, 2000) en over de rendabele kanalen om met deze groep in contact te komen (Wilson & Ogden, 2016).

Boodschappen

Volgens ’t Lam (2000) vormt het uitwisselen van boodschappen de kern van een communicatieproces. Boodschappen bestaan uit zintuiglijk waarneembare elementen: beelden, tekens, geluiden, symbolen, aanrakingen, letters, geuren, et cetera. Om een boodschap op te stellen, is het belangrijk dat organisaties stilstaan bij de vraag wat ze willen overbrengen (’t Lam, 2000). Hierbij kan een organisatie met de volgende factoren rekening houden:

- De organisatie (zender)
- De doelgroep (ontvanger)
- De doelen (kennis, houding of gedrag)
- De strategie
- De communicatiemiddelen (’t Lam, 2000).

Communicatiemiddelen, mediakanalen en contentformaten

Bij communicatieplanning moet een organisatie ook nadenken over de middelen waarmee zij haar aanpak wil vormgeven (’t Lam, 2000). ’t Lam (2000) onderscheidt twee typen communicatiemiddelen:

- Interpersoonlijke middelen
  Dit zijn middelen die een direct contact opleveren tussen communicerende partijen. Bijvoorbeeld gesprekken, discussies en contacten via de telefoon of via nieuwe media.
- Massamediale middelen
  Dit zijn middelen die een organisatie in staat stellen tamelijk snel een relatief grote groep te benaderen. Deze middelen hebben vaak een standaardvorm of -inhoud. Voorbeelden zijn drukwerk, audiovisuele media en elektronische media (’t Lam, 2000).

Niet alleen bestaan er verschillende middelen. Ook kan een organisatie kiezen tussen verschillende mediakanalen en contentformaten (Wilson & Ogden, 2016). Mediakanalen worden gezien als manieren of middelen om berichten mee te verzenden. Facebook, LinkedIn of een website zijn bijvoorbeeld mediakanalen. Elk mediakanaal heeft een aantal ondersteunende 'tactieken' (contentformaten). Volgens Wilson & Ogden (2016) zijn dit de creatieve elementen en tools om berichten via specifieke kanalen te verzenden. Voorbeelden zijn Youtubevideo's, infographics of blogs. Een organisatie staat voor de keuze of zij er één of meerdere middelen, kanalen en formaten wil gebruiken ('t Lam, 2000). Volgens Michels (2006) vraagt succesvolle communicatie om diversiteit, omdat elk middel, kanaal en formaat een eigen bereik heeft. Hierbij geeft hij aan dat het belangrijk is om één hoofdmiddel of -kanaal te kiezen (Michels, 2006).

De keuze voor een bepaald middel of kanaal zal afhangen van de opgestelde doelen en de doelgroepen van een organisatie. Daarnaast is de keuze ook afhankelijk van de boodschap die een organisatie wil overbrengen, eerdere ervaringen van de organisatie en de (al dan niet aanwezige) benodigde deskundigheid van werknemers ('t Lam, 2000).

Activiteitenplanning

De activiteitenplanning is de daadwerkelijke planning van activiteiten. Wat moet er op welk moment gebeuren? Een activiteitenplan geeft een indeling en overzicht van de activiteiten die tijdens de uitvoerfase moeten plaatsvinden ('t Lam, 2000). Communicatieactiviteiten hangen namelijk idealiter onderling samen en worden in een vaste volgorde uitgevoerd (Michels, 2006). Een organisatie kan een activiteitenplanning opstellen in een kalender (Wilson & Ogden, 2016), maar ook met draaiboeken en checklists werken (Michels, 2006).

Budget

Een organisatie staat bij communicatieplanning daarnaast voor de vraag welke financiële middelen zij in moet zetten. De meeste plannen geven daarom ook een weergave van de verwachte en maximaal mogelijke kosten. 't Lam (2000) stelt dat elke organisatie een aantal vaste kostenposten heeft. Voorbeelden hiervan zijn personeel, materiaal en media.

Michels (2006) onderscheidt vier manieren om een budget vast te stellen:

- Taakstellende methode
  Een organisatie plant activiteiten aan de hand van doelstellingen, waarbij de kosten van de activiteiten worden berekend.
- Omzetpercentagemethode
  Een organisatie bepaalt het budget aan de hand van een vast percentage van de omzet.
- Anticyclische methode
  Het communicatiebudget wordt groter naarmate de omzet daalt en kleiner naarmate de omzet stijgt.
- Op basis van voorgaande jaren
  Het communicatiebudget wordt bepaald op basis van de uitgaven van de voorgaande jaren (Michels, 2006).

2.2.3 Evaluatiefase

Evaluatie is een belangrijk onderdeel van de communicatieplanning. Een evaluatie kan op verschillende momenten plaatsvinden. Wel is belangrijk dat de evaluatie op gezette tijden plaatsvindt, zodat de omvang van de doelstellingen hierop afgestemd kan worden (Michels, 2006).

Wilson en Ogden (2016) stellen dat een organisatie er goed aan doet om te kijken of de gewenste resultaten (doelstellingen) bereikt zijn. Dit kan op verschillende manieren. Michels (2006) onderscheidt drie evaluatiemethodes:

- Procesevaluatie
  Geeft antwoord op de vraag hoe het proces verliep.
- Productevaluatie
  Geeft het oordeel van de doelgroep weer over het product dat een organisatie heeft afgeleverd.
- Effectevaluatie
  Geeft weer of het beoogde effect bereikt is (Michels, 2006).

2.3 Communicatieplanning in de praktijk

In de literatuur vinden we vooral adviezen en richtlijnen ('t Lam, 2000; Michels, 2006; Olsthoorn & Van der Velden, 2007; Wilson & Ogden, 2016). Als een organisatie haar communicatie plant, zijn er in theorie verschillende aspecten om rekening mee te houden. Maar doen organisaties dit ook? Wat gebeurt er in de praktijk?

Een eerste beschrijving van communicatieplanning in de praktijk, is afkomstig van Post (2019). Hij keek in zijn afstudeeronderzoek naar het gebruik van richtlijnen door organisaties. Hiervoor nam hij 37 semigestructureerde interviews af bij verschillende organisaties. Dit waren zowel commerciële als niet-commerciële organisaties uit verschillende branches, waarbij het aantal werknemers verschilde. Niet elke organisatie had bovendien een aparte communicatieafdeling (Post, 2019).

2.3.1 Gebruik van communicatieplanningsthema's

Uit het onderzoek van Post (2019) bleek dat organisaties gebruik maakten van een scala aan mediakanalen. Er werden in totaal twaalf verschillende online kanalen gebruikt, zoals een eigen website, Facebook en LinkedIn. Offline was de activiteit van deze organisaties kleiner: ze gebruikten in totaal maar acht verschillende kanalen en minder organisaties maakten gebruik van de offline kanalen (Post, 2019).

Post (2019) vond een verschil tussen grote (>100 werknemers) en kleine (<100 werknemers) organisaties bij het gebruik van mediakanalen. Kleine organisaties maken vaker gebruik van LinkedIn dan grote organisaties. Grote organisaties maken daarentegen vaker gebruik van blogs. Ook bij het gebruik van offline kanalen speelt organisatiegrootte een rol: grote organisaties maken meer gebruik van magazines en flyers dan kleine organisaties. Ook *narrowcasting* wordt meer door grote organisaties dan door kleine organisaties gebruikt. *Narrowcasting* is een manier om informatie (intern) te verspreiden door gebruik te maken van schermen (Post, 2019).

De keuze voor het gebruik van een kanaal kon op verschillende manieren tot stand komen. Zeventien organisaties kozen hun kanalen in overeenstemming met het communicatiedoel en twintig

organisaties kozen kanalen op basis van hun doelgroep. Daarnaast hadden organisaties verschillende motieven om te communiceren. Een deel communiceerde naar beschikbaarheid. Deze groep communiceerde als er iets was om over te communiceren. De andere groep communiceerde om zichtbaar te zijn en te blijven (Post, 2019).

Daarnaast bleek uit het onderzoek dat niet alle organisaties doelgroepen onderscheidden. Zesentwintig organisaties maakten wel onderscheid in doelgroepen. Zij konden echter geen eenduidig antwoord geven op de vraag hoe zij hun doelgroepen onderscheiden hadden (Post, 2019). Ook kwam uit het onderzoek naar voren dat niet elke organisatie specifieke communicatiedoelstellingen had. Organisaties zonder specifieke communicatiedoelstellingen gaven aan dat hun communicatie het doel had aan de bestaande organisatiedoelstellingen bij te dragen. Maar zes van de 37 organisaties hadden communicatiedoelstellingen. De helft hiervan had deze doelstellingen SMART geformuleerd. Twee van de zes organisaties hadden hun communicatiedoelstellingen schriftelijk vastgelegd (Post, 2019).

2.3.2 Werkwijze van organisaties

Post (2019) schetste een beeld van de werkwijze van organisaties tijdens de implementatiefase. Hoe gaan organisaties te werk als zij communicatie plannen? Tien organisaties gaven aan met externen te werken. De organisaties die dit deden, gaven aan vaker content te maken op basis van beschikbaarheid. Zij communiceerden dus als er iets was om over te communiceren. Ook bleek dat grote organisaties eerder dan kleine organisaties met campagnes werken. De organisaties met campagnes bedachten de campagnes in de meeste gevallen zelf, maar sommige organisaties zetten een *product-owner* in. Dat is iemand met veel inhoudelijke kennis over het onderwerp. Van de organisaties met campagnes richtte ongeveer de helft hun campagne op een specifieke doelgroep. De andere helft had een algemenere doelgroep (Post, 2019).

Niet alle organisaties met campagnes werkten bovendien met een budget en een specifieke tijdsplanning, en ook verschilden organisaties in de verspreidingswijze. Het grootste deel verspreidde hun berichten crossmediaal, maar een klein deel koos hun kanalen per campagne (Post, 2019).

2.3.3 Evaluatiemoment in organisaties

Tot slot keek Post (2019) naar de aanwezigheid van een evaluatiemoment. De meeste organisaties hadden een evaluatiemoment. De organisaties met communicatiedoelstellingen, maakten ook allemaal gebruik van een evaluatie. Daarnaast hadden organisaties die werkten met campagnes vaker een evaluatie (Post, 2019).

Doorgaans bevond het evaluatiemoment zich aan het einde, tussentijds of zowel tussentijds als aan het einde van een project. Dertien van de evaluerende organisaties maakten gebruik van statistieken. De overige acht organisaties deden een procesevaluatie. Ongeveer de helft van de evaluerende organisaties deed dit mondeling. De andere helft legde evaluaties ook vast (Post, 2019).

Post (2019) keek ook naar de aanwezigheid van een strategische communicatieplanning. De grootte van een organisatie was hierop van invloed: grotere organisaties hadden vaker een strategische communicatieplanning dan kleinere organisaties. Organisaties met een strategische communicatieplanning werkten meer met campagnes, werkten vaker samen met externen en spraken vaker één specifieke doelgroep aan. Ook hadden organisaties met een strategische

communicatieplanning vaker een tijdsplanning. Dit komt overeen met de literatuur dat een strategische en operationele communicatieplanning hand in hand gaan.

Post (2019) heeft met zijn onderzoek een eerste stap gezet om communicatieplanning in de praktijk te evalueren. Hij heeft organisaties gevraagd naar hun gedrag (communicatieplanning) en gekeken naar bestaande producten. Dit is een gekleurde weergave van de realiteit: we weten wat organisaties zeggen te doen, maar niet wat ze daadwerkelijk doen. We weten dat organisaties bijvoorbeeld zeggen een bepaald kanaal te gebruiken, maar we weten niet hoe deze keuze tot stand gekomen is. Een deel van de keuzes wordt mogelijk individueel geproduceerd en vervolgens afgesteld met collega's en een ander deel wordt in overleggen bedacht. Een van de manieren om deze keuzeprocessen te onderzoeken, is door te kijken naar het daadwerkelijke gedrag. Dit kan bijvoorbeeld door te onderzoeken hoe mensen vergaderen over communicatieplanning.

Bovenstaande literatuur (hoofdstuk 2.2, p. 10) geeft inzicht in de thema's waar mensen in organisaties over zouden moeten nadenken en praten ('t Lam, 2000; Michels, 2006; Olsthoorn & Van der Velden, 2007; Wilson & Ogden, 2016) of waar mensen over zeggen na te denken of te communiceren (Post, 2019) (hoofdstuk 2.3, p. 14). Maar waarover hebben zij het werkelijk?

ONDERZOEKSVRAGEN 1: WAAR PRATEN MENSEN OVER BIJ COMMUNICATIEPLANNING?

Op basis van de bestaande literatuur, heb ik communicatieplanningsthema's opgesteld. Omdat ik meerdere overleggen heb geobserveerd en onderscheid heb gemaakt of er gepraat werd over een project, of over een communicatie-uiting (zie verder hoofdstuk 3.5.3, p. 33) heb ik de volgende deelvragen opgesteld:

1. Welke communicatieplanningsthema's komen voor?
2. Bestaan er verschillen in communicatieplanningsthema's tussen communicatietypes (projectbreed en communicatiespecifiek)?
3. Bestaan er verschillen in communicatieplanningsthema's tussen overleggen?
4. Zijn er communicatieplanningsthema's die vaak samen worden besproken?

2.4 Overleggen

De basis voor een goede communicatieplanning is een regelmatig contactmoment. Een vergadering, overleg of meeting: er worden verschillende termen door elkaar gebruikt, om min of meer hetzelfde uit te drukken. Tot dusver keken we naar de inhoud van het communicatieplanningsoverleg. Maar we moeten ook kijken naar de interactionele kant: hoe is het overleg opgebouwd?

2.4.1 Overlegvormen

Allen, Beck, Scott en Rogelberg (2014) hebben in hun onderzoek gekeken naar het doel van overleggen om vergaderingen te begrijpen. In hun onderzoek hebben zij uiteindelijk zestien verschillende codes opgesteld om verschillende overlegdoelen te onderscheiden. Een brainstormsessie (3,3%) en het bespreken van “productivity and efficiencies” (3,7%) waren de minst genoemde overlegdoelstellingen. Organisaties bespreken in de meeste gevallen “ongoing projects” (11,6%), gevolgd door “routinely discuss the state of business” (10,8%) (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014).

Volgens dit onderzoek bespreken organisaties dus in de meeste gevallen de lopende zaken. Met andere woorden: in de meeste gevallen gaat het om een werkoverleg. Ook Stevens (z.d.-1) noemt het werkoverleg als overlegvorm. Hij stelt dat dit type overleg een essentieel instrument is om de onderlinge communicatie te bevorderen. Het is hierbij belangrijk dat dit overleg met enige regelmaat plaatsvindt (Stevens, z.d.-2).

Stevens (z.d.-2) stelt dat een werkoverleg verschillende doelen kan dienen. Met een werkoverleg kunnen werk- en taakverdeling voor de komende weken opgesteld worden, kunnen projecten geëvalueerd worden of hun voortgang besproken worden. Ook kan de werkwijze bij nieuwe projecten bepaald worden, of een activiteitenplanning worden vastgelegd. Binnen een werkoverleg is ruimte voor bijzonderheden, zoals verlofdagen, vakantie of ziekte. Tot slot kan er ook informatie vanuit het management of de directie worden gedeeld (Stevens, z.d.-2).

Een werkoverleg kenmerkt zich vooral door de korte duur en praktijkgerichtheid. Het overleg is immers gericht op het bespreken van praktische zaken in de nabije toekomst. Daarnaast kan er teruggekeken worden op de afgelopen periode. Idealiter bestaat een werkoverleg uit een paar vaste agendapunten, namelijk opening, besluitenlijst vorig weekoverleg, lopende zaken, nieuwe projecten, rondvraag en sluiting (Stevens, z.d.-2).

Binnen grotere organisaties wordt er vaak een onderscheid gemaakt tussen het werkoverleg en het afdelingsoverleg. Het laatstgenoemde overleg is vaak breder georiënteerd dan een werkoverleg. Afdelingsoverleggen zijn meer gericht op innovatie en verbeteringsprocessen (Stevens, z.d.-3). Kleinere organisaties maken vaak geen onderscheid tussen het werk- en afdelingsoverleg (Stevens, z.d.-2).

In adviesliteratuur wordt er bovendien onderscheid gemaakt tussen verschillende stijlen in overlegvormen met een hoger tempo. Zo onderscheidt de organisatie 2Peak (2015) vijf verschillende stijlen, die elk geschikt zijn in een andere context. De volgende vergaderstijlen worden genoemd:

- Presentatie
- Brainstormsessie
- Puntsgewijze besluitvormende vergadering
- Terugkerende, informerende vergadering
- Instructie (2Peak, 2015)

Deze vergaderstijlen worden niet altijd geheel los van elkaar gebruikt. Ze kunnen ook samen voorkomen binnen één bijeenkomst.

2.4.2 Wat wordt er besproken in overleggen?

We weten nu dat de meeste overleggen 'werkoverleggen' zijn (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014) en wat dat ongeveer inhoudt (Stevens, z.d.-1; Stevens, z.d.-2; Stevens, z.d.-3), maar wat weten we over de manier waarop lopende zaken besproken worden?

Kauffeld en Lehmann-Willenbrock (2012) maakten voor hun onderzoek onderscheid tussen vier soorten uitingen die mensen doen: probleem- en actiegerichte uitingen, socio-emotionele uitingen en procedurele uitingen. Zij keken in hun onderzoek naar het effect van overleggen op het succes van het team en de organisatie. Uit hun onderzoek bleek dan ook dat functionele interactie (probleem- en actiegerichte interactie) positief verband hield met het succes van een organisatie. Het negatieve verband tussen disfunctionele interactie (bekritiseren van anderen) en het succes van een organisatie bleek echter nog groter dan het positieve effect (Kauffeld & Lehmann-Willenbrock, 2012).

De methode waarmee zij overleggen onderscheiden, is echter niet geschikt voor mijn onderzoek. Waar ik een algemeen beeld wil krijgen van de manier waarop thema's in vergaderingen besproken worden, is het model vooral gericht op diepgaande probleembesprekingen. Aangezien ik met name wil inventariseren hoe een thema besproken wordt, ligt mijn zwaartepunt met name bij probleem- en actiegerichte uitingen. Deze zullen dan alleen wel verder gespecificeerd moeten worden.

2.5 Taalhandelingen

In dit onderzoek ga ik in eerste instantie een inhoudsanalyse doen op communicatieplanningsthema's. Om echter daarnaast te kunnen inventariseren hoe mensen deze communicatieplanningsthema's bespreken, ga ik kijken naar interactionele aspecten (taalhandelingen). De bestaande literatuur over overleggen (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014; Kauffeld & Lehmann-Willenbrock, 2012) is voor mijn onderzoek te weinig diepgaand op dit vlak.

2.5.1 Gespreksbijdragen

Om een gesprek te kunnen voeren, is het belangrijk dat gespreksdeelnemers over hetzelfde concept praten. Dit kan in het gedrang komen doordat mensen elkaar verkeerd verstaan of woorden meerdere betekenissen hebben. Daarnaast is belangrijk dat gespreksdeelnemers allebei beschikken over bepaalde kennis. Wanneer dit niet het geval is, levert dit verwarring op (Brinker & Sager, 2010).

Een gesprek bestaat (vaak) uit meerdere gespreksbijdrages: een bijdrage is een geïsoleerde handeling, maar met een logisch vervolg. De ontoevallige en geordende reeks uitingen in opeenvolgende beurten wordt ook wel sequenties genoemd (Mazeland, 2003). In de meest minimale vorm is een sequentie een aangrenzend paar. Dat is een tweetal uitingen die aangrenzend gegeven worden door verschillende sprekers in aparte beurten (Schegloff, 1968; Mazeland, 2003). Het eerste deel van het aangrenzende paar lanceert de sequentie en het tweede deel maakt de handeling af (Mazeland, 2003). Onderstaand een voorbeeld van een aangrenzend paar:

Voorbeeld 1. Aangrenzend paar

Spreker X: Kun je mij vertellen hoe ik naar het ziekenhuis kan komen?

Spreker Y: Ja, natuurlijk. Eigenlijk heel makkelijk. Je loopt hier naar beneden en dan volg je gewoon de weg. Je komt dan bij en kruispunt. Daar steek je over en dan loop je praktisch tegen het ziekenhuis aan.

Volgens Mazeland (2003) zijn uitingen pas delen van een aangrenzend paar als de tweede uiting past binnen het paartype dat met de eerste uiting begonnen wordt. Alleen als iemand het eerste paardeel juist herkent, kan hij of zij het paardeel met een correct tweede paardeel afsluiten. Met andere woorden: er moet sprake zijn van *paired relatedness*. De twee aangrenzende uitingen vormen een relatieve ordening van twee delen: een eerste paardeel gaat vooraf aan het tweede. Ook is er een discriminerende relatie tussen paardelen: het eerste paartype laat alleen maar uitingen toe die als een passend tweede deel van een paar kunnen fungeren (Mazeland, 2003).

Eerste paardelen zetten een normatief sociaal mechanisme in gang. Na een eerste paardeel is het tweede paardeel een (sociale) verplichting (Mazeland, 2003). Vandaar ook dat een gesprek - zoals eerder vermeld - niet bestaat uit één enkele bijdrage. Schegloff (1968 in Mazeland, 2003) noemt de interactionele connectie tussen een eerste en tweede deel van een aangrenzend paar een relatie van conditionele relevantie. Dit blijkt uit hoe gespreksdeelnemers omgaan met het uitblijven van een respons (een tweede paardeel). Wanneer een reactie uitblijft, kan het zijn dat het eerste paardeel herhaald wordt. Door het eerste paardeel te herhalen, maakt de gespreksdeelnemer duidelijk dat er een bepaalde verwachting bestond (de verwachting van een tweede paardeel). Tevens geeft de gespreksdeelnemer aan dat het uitblijven van informatie niet onopgemerkt blijft. Het uitblijven van informatie wordt daarom een *noticeable absence* genoemd (Mazeland, 2003).

2.5.2 Expansies

Een tweede paardeel volgt niet altijd direct op een eerste paardeel. Wanneer een tweede paardeel niet direct volgt, zijn er meer spreekbeurten nodig. Dat zien we bijvoorbeeld in het onderstaande voorbeeld.

Voorbeeld 2. Uitbreiding

Spreker X:	Het is belangrijk dat de NS je vanaf elk adres naar je bestemming kan brengen. Vind je ook niet?
Spreker Y:	Alcatraz? Hoezo vanaf Alcatraz?
Spreker X:	Nee, niet Alcatraz. Ik zei elk adres. Vind je het niet belangrijk dat je vanaf elk adres je gewenste bestemming kan bereiken?
Spreker Y:	Oh, zo! Ja, zou wel fijn zijn...

In dit voorbeeld is er sprake van een insertiesequentie (Mazeland, 2003). Tussen beide delen van het aangrenzende paar zit een uitbreiding. Ook uitbreidingen hebben idealiter de vorm van een aangrenzend paar, zoals ook in het voorbeeld het geval is. Schematisch weergegeven ziet de sequentiestructuur van het voorbeeld er namelijk als volgt uit:

[Vraag $_{S1}$ [[Vraag $_{S2}$] [Antwoord $_{S2}$]] Antwoord $_{S1}$]

De insertiesequentie kent verschillende vormen. Zo kunnen expansies ook voorkomen vóór het eerste deel van een aangrenzend paardeel of ná het tweede deel van een aangrenzend paardeel (Mazeland, 2003).

2.5.3 Geprefereerde paardelen

Gespreksdeelnemers hebben een bepaalde voorkeur voor een tweede paardeel. Deze voorkeur is niet gebaseerd op persoonlijke attitude, maar het is een structurele voorkeur op het niveau van de sequentie. De preferentiestructuren zijn dus neutraal tegenover motieven, verwachtingen of

belangen van de individuele deelnemer. De voorkeur voor een bepaald tweede paardeel is direct verbonden met de handelingslogica van de sequentie (Mazeland, 2003).

Deze voorkeur betekent concreet dat tweede paardelen die het eerste paardeel complementeren de voorkeur hebben boven paardelen die dat niet doen. Wanneer een eerste paardeel bijvoorbeeld een verzoek, voorstel, uitnodiging of een belofte bevat, is het geprefereerde tweede paardeel acceptatie. Een afwijzing is het (niet geprefereerde) alternatief. Bij zogenaamde bedreigende eerste paardelen, zoals verwijten, kritiek en klachten, is acceptatie de geprefereerde voortzetting. Een interactie met zo'n eerste paardeel is geslaagd wanneer de gesprekspartner de ander in het tweede paardeel gelijk geeft. Dit kan bijvoorbeeld met excuses. De gesprekspartner kan het bedreigende eerste paardeel ook rechtvaardigen, maar dat is niet het geprefereerde paardeel (Mazeland, 2003).

Als duidelijk is waar met een eerste paardeel naartoe gewerkt wordt, fungeert dat besef als normatief kader. Niet geprefereerde paardelen worden in een gesprek dan ook vaak afgezwakt. Dit kan met een voorzichtige formulering, maar ook door verzachtende omstandigheden aan te voeren. Ook gaat een niet geprefereerd tweede paardeel vaak samen met een toelichting (Mazeland, 2003).

De literatuur die iets vertelde over overleggen, richtte zich op het effect door vier typen uitingen te onderscheiden (Kauffeld & Lehmann-Willenbrock, 2012). Of het gaf een algemeen beeld van het doel van de bijeenkomst, bijvoorbeeld het bespreken van lopende zaken (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014). Ik wilde me echter specifieker richten op hoe mensen feitelijk thema's bespreken. Om die reden ga ik kijken naar de taalhandelingen die voorkomen bij de bespreking van een communicatieplanningsthema. De onderzoeksvraag met bijbehorende deelvragen staan hieronder weergegeven:

ONDERZOEKSVRAAG 2: OP WELKE MANIER PRATEN MENSEN OVER COMMUNICATIEPLANNING?

We gaan in het volgende hoofdstuk een genrespecifiek analysekader ontwikkelen voor communicatieplanningsoverleggen. Daarin zullen we een set taalhandelingen definiëren en kijken hoe ze met elkaar samenhangen, en het voorkomen van taalhandelingen relateren aan de communicatieplannings-thema's waarover gesproken wordt.

ONDERZOEKSVRAAG 3: IS ER EEN VERBAND TUSSEN DE MANIER VAN BESPREKEN EN HET THEMA WAAROVER GESPROKEN WORDT?

1. Hoe verhouden communicatieplanningsthema's en taalhandelingen zich tot elkaar?
2. Hoe verhouden communicatieplanningsthema's zich tot het aantal unieke taalhandelingen?

2.6 Beslissingen nemen

Met de informatie over wat er besproken wordt (communicatieplanningsthema's) en hoe dit besproken wordt (taalhandelingen) wil ik daarnaast ook graag weten of en hoe mensen beslissingen maken.

2.6.1 Rationeel

In de adviesliteratuur wordt gesuggereerd dat communicatieplanning een rationeel proces is. Het is analytisch, lineair en stap voor stap (Cabantous & Gond, 2010 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Besluitvorming zou daarmee systematisch zijn, een op regels gebaseerd en expliciet mechanisme (Hodgkinson & Healey, 2011 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Maar klopt dit wel?

Een rationeel besluitvormingsproces is een stapsgewijs proces, waarbij mensen problemen identificeren en formuleren, relevante informatie grondig beoordelen, een set alternatieven genereren en evalueren, en de kosten en baten van deze alternatieven naast elkaar zetten. Op deze manier wordt een logische keuze gemaakt, gebaseerd op conclusies van bewuste overwegingen (Elbanna, 2006; Janis & Mann, 1977; Schwenk, 1984 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Door het systematische en gestructureerde karakter kan rationele besluitvorming traag, tijdrovend en inspannend zijn (Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017).

2.6.2 Intuïtief

Het rationele model van besluitvorming wordt vaak impliciet of expliciet beschouwd als het gewenste model. Toch is volgens Calabretta, Gemser en Wijnberg (2017) intuïtie ook belangrijk.

Intuïtieve besluitvorming wordt vaak beschouwd als een mechanisme dat afhankelijk is van snelle, niet bewuste herkenning van patronen en associaties. Het leidt dan ook tot een affectief oordeel (Dane & Pratt, 2007 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Intuïtie helpt besluitvormers om te gaan met onzekerheid. Daarnaast stimuleert intuïtie de creatieve cognities die essentieel zijn bij nieuwe probleemoplossingen, ideeën en zakelijke kansen (Claxton, 1998; Hodgkinson et al., 2009; Miller & Ierland, 2005 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). In een intuïtief besluitvormingsproces herkennen besluitvormers bewust een probleem, doordat zij relevante signalen en patronen waarnemen. Zij activeren niet bewust alle cognitieve schema's die bij het probleem horen, maken onbewust holistische associaties over cognitieve schema's en genereren vervolgens bewust een oplossing (Dane & Pratt, 2007 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017).

Intuïtieve besluitvorming verloopt vaak sneller, doordat het geen lineair, logisch redeneerproces volgt dat grondig kan worden geconstrueerd en verklaard (Bernard, 1983; Simon, 1987 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Het intuïtieve oordeel is affectief geladen en gaat vaak gepaard met een gevoel van zekerheid. Ondanks het ontbreken van een rationele analyse, is het idee vaak dat iemands intuïties correct zijn (Shirley & Langan-Fox, 1996 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Hoe groter de domeinspecifieke expertise van de beslisser, hoe minder willekeurig de beslissing op basis van intuïtie is.

2.6.3 Rationele of intuïtieve beslissingen?

Hoewel rationele besluitvorming vaak wordt nagestreefd, kan een strategische besluitvorming zowel rationaliteit als intuïtie verlangen (Elbanna, 2006; Elbanna & Child, 2007; Hitt & Tyler, 1991; Langley, Mintzberg, Pitcher, Posada, & Saint-Macary, 1995 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Zowel rationaliteit als intuïtie worden dan ook erkend als waardevol (Epstein, 1994 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017), maar hun gezamenlijke gebruik leidt vaak tot spanningen (Hodgkinson & Clarke,

2007; Hodgkinson, Sadler-Smith, Burke, Claxton, & Sparrow, 2009; Salas, Rosen, & DiazGranados, 2010 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017).

Over hoe rationaliteit en intuïtie op elkaar inwerken bij besluitvorming bestaan verschillende theorieën. Vanuit de cognitieve psychologie wordt gesuggereerd dat rationaliteit en intuïtie twee naast elkaar bestaande informatiesystemen zijn die op elkaar inwerken, maar onafhankelijk blijven in het menselijk brein (Epstein, 1994; Evans, 2003 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017).

Sommige onderzoekers suggereren dat intuïtie het belangrijkste mechanisme is waarmee keuzes worden gemaakt. De rol van ratio is het evalueren van het product van de intuïtieve verwerking (Kahneman, Slovic, & Tversky, 1982 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Ratio wordt gebruikt voor het logisch benaderen van de intuïtief gemaakte beslissing. Ratio leidt dan ook zelden tot een wijziging van het oorspronkelijke oordeel. Andere onderzoeken beweren ook dat intuïtie vooraf gaat aan ratio, maar hechten minder waarde aan het al dan niet ondergeschikte karakter van intuïtie bij besluitvorming (Salas et al. in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Intuïtie levert eenvoudigweg nieuwe informatie op.

Er is echter weinig bekend over of individuen overschakelen van intuïtie naar ratio. Dit komt met name door de methodologische moeilijkheid om te observeren wanneer en hoe dergelijke schakelingen plaatsvinden (Hodgkinson, Langan-Fox, & Sadler-Smith, 2008 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017). Bovendien bestaat de opvatting dat elke beslisser een sterke persoonlijke voorkeur ontwikkelt voor intuïtie of rationaliteit, waardoor schakelen tussen ratio en intuïtie een uitdaging is (Hodgkinson et al., 2009; Salas et al., 2010 in Calabretta, Gemser, & Wijnberg, 2017).

Volgens de literatuur zijn er verschillende typen overleggen (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014; Stevens, z.d.-1; Stevens, z.d.-2; Stevens, z.d.-3; Kauffeld en Lehmann-Willenbrock, 2012). Wat betekent dit voor de afronding van een gesprek? Hoe nemen mensen beslissingen in vergaderingen? Daar is relatief weinig over bekend. Wel bestaat de algemene opvatting dat beslissingen zowel rationeel als intuïtief genomen kunnen worden. En hoewel er nog veel open vragen bestaan met betrekking tot deze besluitvormingsmechanismen, is de algemene opvatting wel dat intuïtieve beslissingen minder tijd kosten dan rationele beslissingen. Het is dan ook aannemelijk dat er bij intuïtieve besluitvorming minder thema's en minder taalhandelingen voorkomen. De vierde onderzoeksvraag luidt dan ook als volgt:

ONDERZOEKSVRAAG 4: HOE WORDEN GESPREKKEN OVER CP-THEMA'S AFGEROND?

2.7 In het kort

Ik heb een beeld geschetst van de mogelijke communicatieplanningsthema's. Deze zal ik gebruiken om te kijken waar mensen over praten bij communicatieplanning (onderzoeksvraag 1). Naast dat ik wilde weten waar mensen over praten, wilde ik ook weten hoe mensen deze thema's bespreken. We weten dat er in de praktijk veel werkoverleggen plaatsvinden. Korte overleggen over de lopende zaken. De bestaande literatuur over vergaderingen behandelt echter vooral probleembesprekingen

in vergaderingen. Om toch een beeld te krijgen van hoe thema's besproken worden, ga ik daarom kijken naar taalhandelingen (onderzoeksvraag 2) en hoe deze samenhangen met communicatieplanningsthema's (onderzoeksvraag 3).

Het is onvermijdelijk dat er in sommige gevallen beslissingen moeten worden genomen tijdens vergaderingen. Er is echter weinig bekend over besluitvorming. Wel suggereert de literatuur dat bijvoorbeeld intuïtieve beslissingen minder tijd kosten dan rationele beslissingen. Het is dan ook aannemelijk dat er bij intuïtieve besluitvorming minder thema's en minder taalhandelingen zullen voorkomen dan bij rationele besluitvorming. Met die aanname ga ik dan ook kijken hoe een gesprek(fase) afgerond wordt en hoe mensen beslissingen nemen (onderzoeksvraag 4).

3. Methode

Om antwoord te kunnen geven op de vraag hoe organisaties hun communicatie in de praktijk plannen, heb ik een inhoudsanalyse gedaan op communicatieplanningsthema's (vanaf nu: CP-thema's). Op die manier kon ik achterhalen waar organisaties over praten. Daarnaast heb ik gekeken naar de interactionele aspecten om te zien op welke manier organisaties thema's bespraken.

Omdat er niet tot nauwelijks informatie bestaat over communicatieplanning in de praktijk, heb ik een observatieonderzoek uitgevoerd. Hierdoor kon ik daadwerkelijk het 'gedrag' bestuderen. Ik heb *gekeken* wat mensen daadwerkelijk doen in een situatie waarin zij communicatie plannen. Natuurlijk kan de aanwezigheid van een nieuw gezicht sociaal wenselijk gedrag in de hand werken, maar de invloed van mijn aanwezigheid is beperkt. Gedrag is slechts in beperkte mate aan te passen. Ik was aanwezig bij het gesprek, maar nam zelf niet actief deel.

3.1 Contact opnemen

Om te kunnen observeren bij overleggen, moest ik in contact komen met organisaties. In eerste instantie brachten mijn stagebegeleider en mijn directe collega mij in contact met een organisatie die ermee akkoord was dat een stagiaire een keer mee kwam kijken. Ik kreeg vaak groen licht van mijn stagebegeleider of directe collega, zodat ik vervolgens zelf contact kon opnemen met de organisatie. Op die manier konden details over datum, plaats en tijd besproken worden. In een enkel geval kreeg ik de details over plaats en tijd direct van mijn stagebegeleider of collega door. De mensen met wie ik in contact gebracht werd, waren contactpersonen van organisaties die een account hadden bij de Contentkalender. Dit waren vaak grotere klanten van de Contentkalender, in het beheer van mijn stagebegeleider of mijn collega. Ikzelf had vooral contact met potentiële, kleinere klanten die net een (gratis) proefperiode gestart waren.

Zelf probeerde ik via collega's in contact te komen met organisaties. Dit deed ik via Yammer (16-10-2019), het interne communicatieplatform voor medewerkers van Presenter en de Contentkalender[1]. Ik hoopte dat collega's op dat moment voor Presenter werkzaam waren binnen een andere organisatie waar er een contentoverleg bestond. Organisaties waar ik wilde observeren hoefden namelijk geen gebruiker te zijn van de Contentkalender. Helaas leverde het bericht maar een paar reacties op.

Later in het werkproces heb ik aan sommige collega's direct gevraagd of zij tips hadden. Op die manier heb ik met een aantal organisaties contact opgenomen, maar ook dat leverde niet het gewenste resultaat op.

Daarnaast probeerde ik in contact te komen via de externe nieuwsbrief (17-10-2019) en via mijn persoonlijke LinkedIn (27-11-2019). Het bericht van mijn persoonlijke LinkedIn deelde ik nog dezelfde dag via de bedrijfspagina van de Contentkalender (zie voor de berichten bijlage 1). De berichten werden vaak bekeken, een aantal keer geliket en onder de berichten werd ook een aantal keer gereageerd, maar het leverde uiteindelijk geen observatieadressen op.

[1] De Contentkalender is ontstaan vanuit een blog van Presenter waarin Presenter een contentkalender in Excel deelde. Deze Excelkalender werd dusdanig vaak gedownload dat daar de applicatie en gelijknamige organisatie "de Contentkalender" uit zijn voortgekomen. De Contentkalender is dan ook te beschouwen als een dochteronderneming van Presenter.

Tot slot heb ik via Whatsapp studiegenoten, vrienden en kennissen gevraagd of zij in hun werkomgeving of kennissenkring bekend waren met communicatieplanning (in overleggen) en er wellicht ruimte was voor mij om een keer mee te kijken voor mijn afstudeeronderzoek. Dit bleek relatief effectief.

In totaal heb ik vijf overleggen kunnen observeren, waarvan één overleg uit twee delen bestond. Het was lastig om organisaties te vinden die wilden deelnemen aan dit onderzoek. Niet elke organisatie heeft een communicatieplanning en niet elke organisatie met een communicatieplanning heeft een overleg. Daarnaast stelden niet alle organisaties een observant op prijs. Sommige organisaties waren bijvoorbeeld net bezig met grootschalige, interne veranderingen, waardoor een observatie niet paste binnen de tijd die voor mijn onderzoek gepland stond. In andere gevallen werd een overleg slechts één keer per maand gehouden. Bovendien is de decembermaand en de aanloop daar naartoe voor veel organisaties de drukste tijd van het jaar. Niet alleen moet er veel gecommuniceerd worden, maar ook moeten er vaak al dingen voor het komende jaar bepaald worden.

Een andere moeilijkheid bij het bijwonen van overleggen, was het moment waarop organisaties overlegden: bij praktisch alle organisaties staat een contentoverleg op maandag(ochtend) gepland. Slechts een enkele organisatie overlegt op dinsdag. Hierdoor kon ik maar één dag in de week observeren en op die dag zelf vaak maar één overleg bijwonen.

Door de omvang van het onderzoek, heb ik drie overleggen kunnen meenemen in het onderzoek, waarvan één overleg uit twee delen bestond.

3.2 Het bezoek

Ik heb participanten bij aanvang van mijn onderzoek gevraagd of ik een geluidsopname mocht maken. Ik heb hierbij vermeld dat de geluidsbestanden enkel voor wetenschappelijke doeleinden gebruikt zouden worden. Daarnaast heb ik organisaties verzekerd dat ik in principe de enige ben die het geluidsbestand beluistert. Het transcript dat in dit onderzoek als bijlage te vinden is, is geanonimiseerd. Dat betekent dat zowel de naam van de organisatie als namen van medewerkers niet te herleiden zijn. Vaak was dit ook voorafgaand aan het onderzoek al besproken tijdens de telefonische kennismaking.

In sommige gevallen heb ik organisaties gevraagd of ik foto’s mocht maken van hun communicatieplanning. Dit kon een foto van een applicatie zijn (de Contentkalender, Trello, Hootsuite, et cetera), maar ook een andere vorm van communicatieplanning. Bijvoorbeeld in Excel of op papier. Deze foto’s waren enkel voor eigen gebruik. Hiermee kreeg ik inzicht in hun werkwijze en proces en kon ik de verschillende overleggen onderscheiden. In alle gevallen vroeg ik vooraf om toestemming als ik een foto wilde maken.

Omdat ik de overleggen wilde opnemen, nam ik naar elk overleg twee telefoons mee, zodat ik in alle gevallen het geluid kon opnemen. Ook nam ik naar elke observatie zowel een digitale als een papieren versie mee van mijn topic- en vragenlijst.

3.3 Observatie

Aan het begin van elk overleg werd ik geïntroduceerd aan de gespreksdeelnemers met wie ik eerder nog geen contact had gehad. Ik stelde me voor en vertelde met welke reden ik bij het overleg

aanwezig was. In veel gevallen stelden medewerkers van de betreffende organisatie zich daaropvolgend ook even kort voor. Vaak werd er even kort iets vermeld over de werkwijze van de organisatie en bij het overleg. Dit maakte het voor mij makkelijker om mee te komen in het overleg. Het gebeurde ook dat er tijdens het overleg een uitleg volgde als aanvulling op een gespreksbijdrage van één van de aanwezigen. Omdat ik een zo natuurlijk mogelijke setting wilde observeren, reageerde ik hier vaak op met een bevestigend signaal (een 'ja', 'hmhm' of voorzichtig knikje). Ik wilde voorkomen dat ik deel uit zou maken van de sociale setting die ik observeerde en invloed zou uitoefenen op het gesprek. Door enkel een luisterbevestiging te geven, heb ik mijn invloed zo minimaal mogelijk gehouden.

Tijdens het daadwerkelijke overleg, maakte ik aantekeningen. Ik had in eerste instantie een topiclijst opgesteld aan de hand van literatuur en begrippen die de Contentkalender hanteert in haar applicatie. Met deze topiclijst kon in mijn observatie structureren (zie bijlage 2 voor topiclijst). Het gestructureerd observeren bleek echter niet mogelijk: vergaderingen verliepen niet volgens de structuur die ik vooraf bedacht had.

Ik heb daarom besloten om alle observaties tekstueel te transcriberen en na afloop te coderen. Op die manier kon ik bekijken over welke thema's er op welke manier gesproken wordt. Hoewel ik mijn topiclijst besloot niet te gebruiken, heb ik deze wel bij elk overleg meegenomen. Onder andere op basis van deze lijst heb ik mijn aantekeningen gemaakt.

3.4 Transcriberen

Bij alle observaties nam ik het geluid op via een applicatie op mijn mobiele telefoon. Voorafgaand aan de overleggen heb ik een testfragment opgenomen om te kijken of de applicatie geluid - ook bij een geluidsbron op grotere afstand - goed kon opnemen. De applicatie bleek geschikt: geluidsbronnen op afstand waren redelijk te verstaan. Bovendien waren verschillende stemgeluiden te onderscheiden.

Om in een later stadium codes te kunnen opstellen, heb ik het eerste overleg getranscribeerd. Ik hoopte in het transcript een duidelijke lijn in gesprekstheme's of gespreksvoortgang in te ontdekken. Dat zou betekenen dat ik voor de andere observaties een nieuwe topiclijst kon opstellen om op die manier mijn observaties alsnog te structureren. Ik zag echter geen duidelijke lijn en kon dus geen nieuwe topiclijst opstellen. Om die reden heb ik ook de andere overleggen zelfstandig getranscribeerd. Aan het gebruik van hulpmiddelen voor transcriberen hing namelijk een behoorlijk kostenplaatje. Gratis proefversies van hulpmiddelen hadden een relatief korte looptijd, waardoor ze niet de mogelijkheid boden al mijn overleggen te transcriberen.

Het zelfstandig transcriberen was een tijdrovende bezigheid: per vergaderminuut had ik minimaal tussen de zes en tien minuten nodig om het op papier te krijgen. Dit had enerzijds te maken met de spreeksnelheid van mensen. Anderzijds ook met de manier van spreken: met enige regelmaat verspreken mensen zich, vallen zij stil of worden zij onderbroken door een collega. Vaak had ik een aantal herhalingen nodig. Niet alleen om te weten wat mensen zeiden, maar soms ook om te achterhalen wie de spreker was. Dit was met name lastig als er veel mensen bij een overleg aanwezig waren, wanneer mensen door elkaar praatten of wanneer er achtergrondgeluid was.

De uiteindelijke transcripten zijn enkel een woordelijke weergave van de gespreksbijdrages in observaties. Ik heb toonhoogtes, intonaties en precieze start- en eindtijden niet weergegeven. Voor dit onderzoek is het alleen de inhoud van belang. Bepaalde details of toevoegingen heb ik wel weergegeven tussen vierkante haakjes, bijvoorbeeld als een gespreksdeelnemer specifiek tegen één collega sprak. Het transcript is - waar mogelijk - een woordelijke weergave van de gespreksbijdrages in een overleg. Er worden geen (relevante) stukken weggelaten of onderdelen samengevat.

Uiteindelijk heb ik de transcripten van alle observaties geanonimiseerd. De naam van de desbetreffende organisatie en alle namen van gespreksdeelnemers heb ik vervangen door een bedachte afkorting. Hetzelfde heb ik gedaan met namen van organisaties en collega's die in het gesprek genoemd werden. De volledige transcripten zijn te vinden in bijlage 3.

3.5 Codeerproces

Na het opstellen van de transcripten, volgde het codeerproces. Dit proces bevatte meerdere stappen die ik hieronder zal beschrijven. Het codeerproces zal een aanzienlijk deel van mijn onderzoek in beslag nemen, aangezien het niet alleen de stappen zelf weergeeft, maar ook de opzet van het codeersysteem en de daarbij gemaakte keuzes. Er is immers nog niet eerder op deze manier onderzoek gedaan naar communicatieplanning in de praktijk. Ik houd bij het bespreken van het codeerproces de volgorde van het codeerproces zelf aan.

Omdat dit een verkennend en individueel onderzoek was, was er geen tweede codeur. Twijfelgevallen heb ik wel in alle gevallen besproken met iemand in mijn omgeving.

3.5.1 Stap 1. Segmenteren van het overleg

Een overleg analyseren, betekende niet simpelweg op een lijst aanvinken of een bepaald thema wel of niet besproken werd. Tegelijkertijd kon ik ook niet simpelweg per thema turven hoe vaak het voorbijkwam in een overleg. Afhankelijk van het aantal aanwezigen werd een thema vaker of minder vaak herhaald. Bovendien kwam een thema in verschillende gedaantes (taalhandelingen) voor, afhankelijk van de specifieke communicatie-uiting waar het in besproken werd. Ik moest het overleg dus opdelen om een goed beeld te krijgen. Een organisatie bespreekt in een overleg voor communicatieplanning niet alleen maar communicatie-uitingen die zij wil of moet publiceren (op de planning moeten komen), maar ook communicatie-uitingen die zij daadwerkelijk gaat publiceren (op de planning staan) en communicatie-uitingen die zij gepubliceerd heeft (op de planning stonden en zijn afgerond). Of communicatie-uitingen die zij wilde publiceren, maar niet gepubliceerd heeft (op de planning stonden, maar niet afgerond). Bovendien bespreken mensen niet alleen maar communicatie-uitingen, maar ook overkoepelende projecten, al dan niet met de specifieke communicatie-uitingen.

Om een gestructureerd beeld te krijgen van de verschillende thema's in het overleg, moest ik de overleggen opdelen in verschillende stukken om een bepaalde structuur te creëren. Dit moest ik op zo'n manier doen dat de segmenten zowel geschikt waren voor het coderen van thema's als ook voor het coderen van taalhandelingen.

Ik heb ervoor gekozen vergaderingen in eerste instantie te segmenteren per communicatie-uiting. Een communicatie-uiting is namelijk de kleinst mogelijke thematisch analyseerbare eenheid. In mijn onderzoek noem ik deze communicatie-uitingen ook wel communicaties. Een communicatie is een

bericht dat een organisatie de wereld in wil brengen met als doel haar (potentiële) doelgroep te bereiken.

Omdat niet alles in een overleg specifiek over communicaties ging, heb ik daarna gekeken naar de verschillende projecten die besproken werden. Soms zijn communicaties immers deel van een groter geheel. In dat geval delen zij bepaalde componenten (CP-thema's, zie stap 2a). Wat als een project gezien wordt, is afhankelijk van de organisatie waarin het project ter sprake gebracht wordt. Een organisatie kan bijvoorbeeld een marketingcampagne bedoelen of een wekelijks terugkerende communicatie-uiting via een bepaald kanaal, zoals een blog.

Bij het coderen worden ook elementen die niet duidelijk als communicatie-uiting te herkennen zijn, meegenomen als project. Dit geldt bijvoorbeeld voor beschrijvingen waarbij het duidelijk is dat er meerdere communicaties onder zouden kunnen vallen, ook wanneer deze niet (allemaal) apart besproken worden.

Ik zal het verschil illustreren aan de hand van een voorbeeld (voorbeeld 3). In het voorbeeld worden verschillende communicaties genoemd (gemarkeerd). Het mediakanaal of contentformaat kenmerkt deze communicaties. Toch is er ook iets dat de verschillende communicatie-uitingen met elkaar verbindt. Zij behoren tot hetzelfde project: zij gaan immers allemaal over de "nieuwe premie van [organisatie Z]".

Voorbeeld 3. Verschillende communicaties binnen één project uit observatie 1 (deel I), topic 2.

K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

In sommige gevallen horen communicatie-uitingen niet bij hetzelfde project, of hebben zij helemaal geen overkoepelend project. Dit is veelal het geval bij overleg 2 en 3, waar de planning besproken wordt aan de hand van de communicatieplanning. Er wordt in het grootste deel van deze overleggen per datum gekeken naar geplande communicaties. Projecten werden namelijk niet met begin- en einddatum in de communicatieplanning weergegeven.

Het onderstaande voorbeeld (voorbeeld 4) geeft twee communicatie-uitingen weer (gemarkeerd). Deze horen echter niet bij hetzelfde project. Ze hebben geen overeenkomsten. Er is niets wat erop wijst dat ze deel uitmaken van hetzelfde project. In dit geval bestaan beide topics dus uit een communicatie-uiting.

Voorbeeld 4. Verschillende communicaties die niet bij hetzelfde project horen uit observatie 2, topic 13 en 14.

M: De 28e, dat is vandaag, Tentoonstellingsbouw onderhandelingen van eh... FYI.
[...]

R: Checken.

M: Ja, checken. [organisatie X], zelfde verhaal. Eh… Dan staat er een blog calamiteitenverlof. Daar is [onverstaanbare naam] mee bezig, dus die… Komt er eh… Woensdag op.

Daarnaast bestaat een topic soms ook uit alleen een project. In het onderstaande voorbeeld (voorbeeld 5) wordt er alleen iets gezegd over "de implementatie van [het] nieuwe e-mail marketingplatform". Het gaat hierbij duidelijk niet om een specifieke communicatie-uiting. Dit is groter dan dat. Er komt een nieuw e-mail marketingplatform en daar zou over gecommuniceerd kunnen worden. Over een eventuele specifieke communicatie-uiting wordt in dit stadium nog niet gesproken.

Voorbeeld 5. Project zonder bijbehorende communicatie-uitingen uit observatie 1 (deel I), topic 5.

N: … En eh… De laatste dingetjes voor de start voor de implementatie van de nieuwe e-mail marketingplatform. Dat zijn de twee grootste dingetjes.

A: Ja… De twee grootste dingetjes. Hahaha.

N: Ja, langlopende dingen.

A: Dus het nieuwe e-mailplatform, waarvan… Daar moet nog een nieuw besluit over worden genomen…?

N: Ja, voor de implementatie inderdaad. En officieel ook nog een pakketkeuze daarin maken.

A: Oké… C?

De uiteindelijke topics heb ik gebaseerd op projecten. Hierdoor heeft het ene topic alleen een projectbespreking en het andere een projectbespreking met onderliggende communicaties. De overige, alleenstaande communicatie-uitingen zonder overkoepelend project, heb ik ook als topic beschouwd. In stap 2b ga ik specifieker in op het verschil tussen project- en communicatiebesprekingen.

Bij het bepalen van topics moest ik ook een duidelijk begin en eindpunt van het topic markeren. In veel gevallen sprak dit voor zich, omdat ik projecten en communicatie-uitingen gemarkeerd had. Vaak liep een gesprek over van het ene topic in het andere. Toch waren er ook delen waar een begin- of eindpunt van een topic moeilijker te bepalen was. Dit waren delen van het gesprek waar de inhoud niet meer te koppelen was aan het project en/of de besproken communicatie, maar waar ook geen nieuw project of nieuwe communicatie-uiting geïntroduceerd werd. Dit kon voorkomen als gespreksdeelnemers bijvoorbeeld een gesprek begonnen over een thema dat voor de communicatieplanning niet relevant was. Ook kon het zijn dat de besproken informatie wél relevant was, maar niet specifiek over een communicatie-uiting of een project ging. Ook kwam dit voor als ik context miste of als grotere delen van een gesprek onverstaanbaar waren.

In het onderstaande voorbeeld (voorbeeld 6) houdt het topic op na de gemarkeerde zin. Alle informatie daarboven staat in het teken van "dat dingetje van [C2]". Daarna krijgt W echter de vraag of er nog acties of stakingen spelen. W is persvoorlichter en is dus sowieso verantwoordelijk voor een andere tak van communicatie dan de meeste andere aanwezigen. Alles wat W daarna vertelt over eventuele stakingen of acties in de schoonmaak, is relevante informatie die ook zeker te maken heeft met communicatieplanning. Deze informatie is echter niet te zien als overkoepelend project of communicatie-uiting. Er start dus ook geen nieuw topic.

Voorbeeld 6. Topiceinde uit observatie 1 (deel I), topic 12.

A: W, ik kijk even naar jou. Ik weet niet of jij al [onverstaanbaar]. [C3] is nu echt ziek, hij is nu echt knap beroerd, dus… Nieuws. Is er… Speelt er iets überhaupt? Ik heb een beetje het gevoel dat het loue loene is in Nederland.

W: Het is heel slap allemaal. Bestuurders zijn allemaal met andere dingen bezig.

A: Ja.

W: En… Over… Ik heb dat dingetje van [C2] aan jou teruggegeven. Eh… Maand van de vakbond.

B: Ja.
W: Dus dat heb jij teruggegeven aan hem.
B: Heb ik…
W: Dus dat komt dan weer terug.
B: Ja, ik heb hem om een reactie gevraagd.
A: Spelen er nog stakingen of acties…? In de schoonmaak.
W: Schoonmaak mogelijk morgen iets, maar daar moet ik nog even induiken.
A: Verder… Niks hè?
W: [onverstaanbaar]
A: Wat zei je?
W: Hier en daar een boer die de weg kwijt is.
A: Ja, oké.
W: En dat geef ik jullie wel even mee. Morgen gaan ze hier in Bilthoven natuurlijk… Dus houd daar even rekening mee. En of je morgen hier wel of niet zou willen zijn.

3.5.2 Stap 2a. Communicatieplanningsthema's

Om te kijken waar organisaties over praten bij communicatieplanning, heb ik thema's opgesteld op basis van de adviesliteratuur ('t Lam, 2000; Michels, 2006; Olsthoorn & Van der Velden, 2007; Wilson & Ogden, 2016). Ik had in eerste instantie de volgende thema's (zie bijlage 4 voor definities):

- Strategie- en tactiekbepaling
- Tone-of-voice
- Doel(stelling)
- Doelgroepen
- Boodschap
- Communicatiemiddel, mediakanaal en contentformaat
- Activiteitenplanning
- Tijdsplanning
- Budget
- Kernbehoefte
- Thema

De lijst met CP-thema's is uiteindelijk in veel opzichten aangepast op basis van wat er in overleggen daadwerkelijk besproken werd. De thema's Strategie- en tactiekbepaling, Budget en Kernbehoefte zijn uiteindelijk verwijderd. De CP-thema's Opmaak en/of ruimte, Effect, Missie en/of visie, Initiatief en Vindbaarheid voegde ik toe. Daarnaast heb ik ook een aantal CP-thema's opgedeeld om zo specifiek mogelijk te kunnen coderen. Hierdoor ontstonden uiteindelijk twintig verschillende CP-thema's.

Het oorspronkelijke CP-thema Communicatiemiddel, mediakanaal en contentformaat is opgedeeld in een code voor Mediakanaal, een code voor Contentformaat en een code voor Mediakanaal en contentformaat. Ook de oorspronkelijke code Activiteitenplanning werd gespecificeerd met een code voor Communicatieplanning, een code voor Uitvoering en een code voor Taakverdeling. Tot slot werd Tijdsplanning opgedeeld in Timing begin, Timing eind, Timing algemeen en Vergadertijd. Een vergelijking tussen de oorspronkelijke en definitieve thema's is te vinden in bijlage 4.

De oorspronkelijke definitie voor tijdsplanning was bijvoorbeeld “Communicatieactiviteiten moeten in onderlinge samenhang en een vaste volgorde worden uitgevoerd”. Dit geeft echter niet genoeg nuance aan de gespreksbijdragen in de onderstaande voorbeelden. Voorbeeld 7 gaat specifiek over het beginpunt van een communicatie-uiting of project. In dit voorbeeld pleit I ervoor dit beginpunt naar voren te halen. Voorbeeld 8 gaat daarentegen over het eindpunt van een communicatie-uiting, de deadline. In voorbeeld 9 is geen duidelijk begin- en eindpunt te herkennen, maar het gaat wel over de tijd. Daarom is dit gecodeerd als “Timing algemeen”. In voorbeeld 10 is er sprake van nog een andere manier om over tijd te praten, namelijk de resterende vergadertijd.

Voorbeeld 7. “Timing begin” uit observatie 1 (deel I), topic 14.

I: Ik ben nog wel bezig met de stukjes tekst voor de site over de provincievergoeding, naar aanleiding van de veranderende WAB. Ehm… Het is goed om daar nu al wat over te communiceren, ook op de site. Over de veranderingen die gaan komen, maar die nu… Maar waar je nu mee te maken kan gaan hebben.

Voorbeeld 8. “Timing einde” uit observatie 1 (deel I), topic 1.

A: E, zal ik bij jou beginnen?

E: Ik ben bezig met twee notities voor het bondsbestuur voor aankomende vrijdag.

Voorbeeld 9. “Timing algemeen” uit observatie 3, topic 36.

V: Maatschappelijke thema’s, daar ga ik mee aan de slag vandaag. Met het impact verslag, samen met [C16].

Voorbeeld 10. “Vergadertijd” uit observatie 2, topic 10.

R: We hebben nog 10 minuten.

M: Ik wou het niet zeggen. We gaan -

X: Weet ik, maar dat komt helemaal goed. [lacht]

M: - we gaan nu even door.

De oorspronkelijke definitie voor Communicatiemiddel, mediakanaal en contentformaat was niet per definitie onjuist of onvolledig. Toch kwam dit CP-thema vaak voor, waardoor het een gemiste kans was geweest het thema niet verder op te delen. In voorbeeld 11 wordt bijvoorbeeld een mediakanaal genoemd. Dit is de manier waarop of het hulpmiddel waarmee een bericht van zender naar ontvanger gebracht wordt. Het is ‘de route’ die een organisatie bedenkt om haar communicatie-uiting van zichzelf naar de (potentiële) ontvanger te krijgen.

Voorbeeld 11. “Mediakanaal” uit observatie 1 (deel I), topic 10.

L: Ik heb straks een presentatie over de nieuwe indeling van LinkedIn. Dat noemde ik geloof ik vorige week al. Dat we met geheel [eigen organisatie] naar één overkoepelende LinkedIn page, met bijbehorende careerpage ook. [...]

In voorbeeld 12 wordt een contentformaat genoemd. Dat is de vorm waarin een boodschap gegoten wordt. Het is een formule voor de communicatie-uiting die op een bepaald kanaal gepubliceerd wordt, een soort vormgeving of blauwdruk. Het geeft in meer detail aan hoe de communicatie-uiting eruit ziet. Het kanaal wordt hierbij niet genoemd. Een “formulier” is een manier om tekst op een (al dan niet digitaal) papier te zetten. Het kanaal wordt echter niet gespecificeerd in de gespreksbijdrage. Datzelfde geldt voor “advertentie” en “nieuwsbrieven”.

Voorbeeld 12. "Contentformaat" uit observatie 1 (deel I), topic 2.

K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial [...].

Mediakanaal en contentformaat komen soms samen voor als een gespreksdeelnemer in één adem laat weten via welk kanaal en in welke vorm een communicatie-uiting gegoten wordt. Zie hiervoor voorbeeld 13. In dit geval worden zowel het kanaal (radio) als de vorm (commercial) duidelijk benoemd.

Voorbeeld 13. "Mediakanaal en contentformaat" uit observatie 1 (deel I), topic 2.

K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial [...].

Ook de oorspronkelijke Activiteitenplanning bood te weinig nuanceverschillen. Activiteitenplanning moest gecodeerd worden in gevallen waar het over de planning van activiteiten ging. Dit bleek echter op verschillende manieren voor te komen. Gespreksdeelnemers konden bijvoorbeeld praten over de verdeling van taken en verantwoordelijkheden binnen een communicatie-uiting of project (voorbeeld 14). Maar ook konden gespreksdeelnemers praten over de uitvoering van taken of het werkproces zonder daarbij specifiek te kijken naar wie wat moest doen (voorbeeld 15). Omdat alle organisaties gebruik maakten van een vorm van communicatieplanning, kon ook hier specifiek op ingegaan worden tijdens het overleg (Voorbeeld 16).

Voorbeeld 14. "Taakverdeling" uit observatie 3, topic 20.

I: Indexatie… Nou, laten we even kijken wat lukt qua timing eh… A. Of jij 'm aangepast krijgt vandaag en dat wij nog één keertje even samen kijken en dat 'ie dan naar [C11] kan.

A: Ja, of ik pas 'm even aan en dan stuur ik 'm wel naar [C11] wel eh… Dat 'ie deze week eh… Eruit kan.

Voorbeeld 15. "Uitvoering" uit observatie 1 (deel I), topic 3.

K: We hebben natuurlijk de gewone campagnes. Die lopen, maar daar wordt wel steeds gekeken wat er verbeterd kan worden. Maar goed, daar worden jullie… Voor benaderd. Zijn jullie misschien al voor benaderd. Als dat… Het loopt wel aardig.

Voorbeeld 16. "Communicatieplanning" uit observatie 3, topic 2.

I: Ja, en eh... Daar heeft ze één van drie alvast eh… Ingepland. En twee en drie zijn ook al ingepland en de eerste is er nu uitgegaan via alle social kanalen, dus dat is mooi. En daarbij gebruiken we het corporate oogbeeld, zeg maar.

V: Ja.

In sommige gevallen vond ik het ook moeilijk het verschil tussen CP-thema's te benoemen op zo'n manier dat andere codeurs dezelfde tekstdelen dezelfde code zouden toekennen als ik deed. Dit was bijvoorbeeld het geval bij Inhoud en Thema. Hoewel het voor mij duidelijk was dat Inhoud over de inhoudelijke boodschap ging van een communicatie-uiting of een project en Thema over het onderwerp, vond ik dit in de praktijk soms lastig. Thema was immers een verkorte weergave van de Inhoud, maar ook de Inhoud werd vaak niet heel uitgebreid besproken. Vaak werd uit de context van het gesprek duidelijk of het om Inhoud of om Thema ging. Hieronder een aantal duidelijke voorbeelden (voorbeeld 17 en 18).

Voorbeeld 17. “Inhoud” uit observatie 3, topic 25.

V: Oké.

I: Wat ik namelijk doe is eh… Ik… Het is een duurzame locatie en ik wil dan dus even een Tweet plaatsen met over een uur start de bijeenkomst in de duurzame locatie blablabla en daar was vorige keer al een Tweet van gemaakt.

Voorbeeld 18. “Thema” uit observatie 2, topic 2.

M: Ehm… Bouw pensioenfonds. Daar staat blog pensioen premie?

R: Ja, dat is met de stelling. Heb ik geplaatst, volgens mij.

Over de overige acht CP-thema’s bestond weinig twijfel. Bovendien kwamen deze naar verhouding niet zo vaak voor, zoals in het volgende hoofdstuk zal blijken. Deze - maar ook alle andere CP-thema’s - zijn met voorbeelden terug te vinden in het Codeboek (bijlage 5).

3.5.3 Stap 2b. Reikwijdte van communicatieplanningsthema’s

Na het coderen van de CP-thema’s, heb ik gekeken naar de reikwijdte van de CP-thema’s. Het ging hier niet om de afbakening van de topics, zoals in stap 1, maar echt om de bespreking van alle CP-thema’s. Hoorden deze bij een communicatie-uiting, of bij een project? Ik heb hiervoor de codes communicatiespecifiek en projectbreed onderscheiden.

Ter illustratie laat ik hier hetzelfde fragment zien als in stap 1 (zie onderstaand voorbeeld 19). In dit topic wordt allereerst een project geïntroduceerd, namelijk “nieuwe premie van [organisatie Z]”. Dit project krijgt het CP-thema Thema. Dit thema is projectbreed: het geldt voor het gehele project en zegt daarmee iets over alle communicatie-uitingen die in deze gespreksbijdrage aan bod komen. Alle communicatie-uitingen hebben namelijk de nieuwe premie van [organisatie Z] als onderwerp. Daarnaast wordt er een uitspraak gedaan over Timing begin, namelijk “[b]egin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd[...]”. Ook Timing begin is projectbreed. In de gespreksbijdrage geeft K namelijk aan dat er dan gestart wordt met communiceren.

Daarnaast vertelt K welke mediakanalen en contentformaten gebruikt gaan worden bij de communicatie-uitingen van dit project. Als eerste wordt een formulier genoemd (contentformaat). Dit CP-thema is communicatiespecifiek. Het geldt immers alleen voor deze specifieke communicatie-uiting. Datzelfde geldt ook voor “advertentie”, “nieuwsbrieven”, “link leggen” (contentformaten), “radiocommercial” (mediakanaal en contentformaat) en “online” (mediakanaal).

In haar gespreksbijdrage, zegt K echter nog meer. Er zijn dan ook nog meer CP-thema’s te onderscheiden. Het thema Doelstelling wordt bijvoorbeeld genoemd (“dat je als eerste aan kan melden[, o]m als eerste op de hoogte gesteld [te] worden”). Omdat de Doelstelling specifiek geldt voor “formulier”, is het dus ook communicatiespecifiek. Dit doel geldt namelijk - voor zover bekend - niet voor de andere communicatie-uitingen. Hetzelfde geldt voor de Doelstelling bij “link leggen”. Het doel is namelijk dat de link en de radiocommercial elkaar moeten versterken.

Verder noemt ze bij de verschillende communicatie-uitingen een aantal namen. Dit zijn namen van mensen of afdelingen die zich met deze specifieke communicatie-uiting gaan bezighouden: de Taakverdeling. De Taakverdeling overstijgt echter de specifieke communicatie-uitingen en gaat dus over het gehele project. Wie gaat zich binnen het project met welke communicatie-uiting bezighouden? Dit is dus projectbreed.

Voorbeeld 19. Verschil tussen projectbreed versus communicatiespecifiek uit observatie 1 (deel I), topic 2.

K: Momenteel [organisatie Z]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

3.5.4 Stap 3. Taalhandelingen

Om te inventariseren hoe mensen CP-thema's ter sprake brachten, heb ik vervolgens gekeken welke taalhandelingen voorkwamen bij CP-thema's. Hoe werden de thema's eigenlijk ter sprake gebracht? Ik heb verschillende taalhandelingen onderscheiden op basis van literatuur (Schegloff, 1968; Mazeland, 2003; Brinker & Sager, 2010). Vervolgens heb ik tijdens het codeerproces gekeken wat er daadwerkelijk gebeurde en daar de bestaande codes op aangepast.

Ik had aanvankelijk een code voor Melden als iets gewoon geponeerd werd. Als een CP-thema ter sprake werd gebracht zonder dat verder een inhoudelijke reactie noodzakelijk was (zie voorbeeld 20). Een initiatief, waarbij de respons Luisterbevestiging hoorde. Een melding behoeft immers geen inhoudelijke reactie, maar wel *een* reactie. Aangezien een eerste paardeel een normatief sociaal mechanisme in gang zet, is een tweede paardeel een (sociale) verplichting (Mazeland, 2003). De code voor Luisterbevestiging verwijderde ik later weer uit mijn codeersysteem. Een luisterbevestiging wordt vaak in de vorm van een "ja" of "hmhm" gegeven, maar in het gesprek was niet altijd duidelijk te herleiden of een "ja" een reactie was op een melding, of ergens anders over ging. Soms liepen er namelijk meerdere taalhandelingen en thema's door elkaar. Doordat er geen inhoudelijke reactie nodig is bij een melding, kan een luisterbevestiging bovendien ook non-verbaal gegeven worden. Bijvoorbeeld in de vorm van een knikje. Deze non-verbale reacties kon ik niet uit mijn tekstuele transcript herleiden.

Voorbeeld 20. "Melden" uit observatie 1 (deel I), topic 1.

E: Ik ben bezig met twee notities voor het bondsbestuur voor aankomende vrijdag.

Daarnaast onderscheidde ik de taalhandeling Probleembeschrijving. Hieronder vielen beschrijvingen van moeilijkheden bij een bepaald CP-thema (voorbeeld 21). Een probleembeschrijving behoeft een oplossing in de vorm van een besluit. Vaak ligt er een hulpvraag aan ten grondslag, maar dit komt niet altijd duidelijk naar voren. In het onderstaande voorbeeld van een probleembeschrijving, geeft K te kennen dat de Uitvoering (CP-thema) van een communicatie-uiting over klanttevredenheid (CP-thema Thema) nog een uitdaging is. Het probleem bestaat echter alleen bij de Uitvoering. Met het Thema zijn geen problemen.

Voorbeeld 21. "Probleem" uit observatie 1 (deel I), topic 1.

E: Over gewoon ledenbehoud, dat is een algemene notitie. En over klanttevredenheid onderzoek binnen [eigen organisatie]. Hoe we dat zouden kunnen oppakken op een zodanige manier dat we niet alleen onderzoeken hoe tevreden mensen zijn, maar vooral ook hoe we dan inzicht krijgen aan welke knoppen we moeten draaien om de klanttevredenheid omhoog te krijgen. En eh… Dat is best nog wel een uitdaging.

Problemen moeten opgelost worden. Dat kan door een oplossing te bieden in de vorm van een Besluit. Aangezien ik echter ook nieuwsgierig was naar de verschillende besluiten, heb ik drie vormen onderscheiden, namelijk Besluit tot actie, Besluit tot doorschuiven en Besluit tot delegeren. In een Besluit tot actie wordt er direct een besluit genomen of een knoop doorgehakt. Iemand besluit (zo) direct (mogelijk) actie te ondernemen. Dat zien we in voorbeeld 22, waar M na een tijdje heen en weer praten besluit zelf het heft in handen te nemen met betrekking tot de Communicatieplanning.

Voorbeeld 22. "Besluit actie" uit observatie 1 (deel II), topic 1.

M: Weet je? Anders dan plan ik hem gewoon zelf in. Dan maken we op basis van dat persbericht… [...]

Een Besluit doorschuiven is wanneer gespreksdeelnemers besluiten om op een ander moment verder te praten over het desbetreffende CP-thema. Dit zien we in voorbeeld 23. Daar noemt A dat hij en M er op een ander moment over verder moeten praten. De andere aanwezigen bij dit overleg hoeven daar niet bij te zitten.

Voorbeeld 23. "Besluit doorschuiven" uit observatie 1 (deel I), topic 17.

M: [...] en ook wat dingen die wat meer van het design afhangen, dus dat is dan wat meer langere termijn planning. Daar komen we dan mooi in stappen uit. Dus dat is eigenlijk waar we nu wat meer de focus op hebben liggen, los van lopende cao-trajecten en onderhandelingen.

A: Oké. Dat is misschien wel goed dat je het zegt… Heb het nog niet tegen jou gezegd. Daar moeten we het ook nog even over hebben. Ik heb ook het bestuur nog even gesproken.

M: Ja.

A: Na ons overleg… Over hoe [...]

Daarnaast kan een besluit ook gedelegeerd worden. In dat geval wordt het overgedragen aan een andere persoon (al dan niet op een ander moment). Dit zijn situaties waarin een spreker bepaalt dat een specifieke taak door iemand anders uitgevoerd moet worden. In voorbeeld 24 wordt er een besluit gedelegeerd (gemarkeerde tekst).

Voorbeeld 24. "Besluit delegeren" uit observatie 1 (deel II), topic 2.

J: Vanuit die besturen die gaan verdwijnen? Dus dat elk platform zijn eigen nieuwsbriefje erover mag maken? Willen jullie dat er één centrale tekst komt die wel ook namens dat platform gestuurd wordt, of willen jullie dat het via een Digizine, gewoon vanuit [afdeling binnen eigen organisatie], wordt gecommuniceerd?' Dus die vraag had ik liggen. Ik heb gisteren… Sprak ik [C12] heel kort en die zei: 'Ja, ik heb met [C16] erover gehad en hij komt met een tekst.' En toen zei ik: 'ja, maar hoe? Wat?' 'Ja, ja… Dat weet eigenlijk niet. Ja, oh ja. Dat had je nog gevraagd, maar daar hebben we het niet echt over gehad.' Dus eigenlijk weet ik nog steeds niet wat ze nou precies willen van mij.
[...]

J: Ja, maar goed. Ik wacht even dan tot ik de tekst van [C16] krijg. En dan leg ik het wel weer bij hem terug. Hoe wil je het hebben dan, dat we dit gaan verspreiden? Want dat blad dat komt pas in december, dus ik neem aan dat een Digizine, of een platformnieuwsbrief al eerder de deur uit is.

Daarnaast had ik in eerste instantie een code voor Vragen. Dit waren situaties waarin er een verzoek om (aanvullende) informatie gedaan werd door één van de gespreksdeelnemers. Retorische vragen nam ik hierbij niet mee, aangezien deze niet daadwerkelijk een verzoek om informatie zijn. Toch kwam ik er gaandeweg achter dat niet alle vraagzinnen directe of indirecte vragen om informatie waren. Soms werd er ook een idee geopperd. Om die reden heb ik het onderscheid gemaakt tussen Vragen (voorbeeld 25) en Voorstellen (voorbeeld 26).

Voorbeeld 25. “Vraag” uit observatie 1 (deel I), topic 2.

L: Maar even voor mijn beeld. Die radiocommercials die zijn van ons over [organisatie Z], of over [eigen organisatie]?

K: Het woordje [organisatie Z] wordt niet gebruikt, maar wel dat je korting hebt op een zorgverzekering.

Voorbeeld 26. “Voorstel” uit observatie 2, topic 16.

X: Kunnen we niet gewoon zelf ideeënfase beginnen?

R: - Ik zit ook te denken…

M: [achtergrond, doorheen] Ja.

R: … Misschien dat we wel haar even eh… Kunnen mailen dat we het gewoon als suggestie… Ik heb dat met [C8] met [organisatie U] een keer gedaan. Dat hij gewoon alle… Hij had al een voorstelbrief gemaakt. Toen hebben we die voorstellen er als ideeën opgezet, gewoon uit zijn naam en dat mensen daarop konden stemmen.

G: Ja.

R: Nou, dat kunnen we -

X: Zullen we dat dan ook doen?

Vragen en Antwoorden hadden allebei een ander tweede paardeel nodig. In veel gevallen waar het niet direct duidelijk was of een gespreksbijdrage als Vraag of als Voorstel geïnterpreteerd moest worden, kon naar het antwoord gekeken worden. Bij Vragen moest er als reactie informatie verschaft worden, bij Voorstellen een goed- of afkeuring. Om die reden stelde ik ook codes op voor Antwoord en Akkoord en Niet Akkoord.

In eerste instantie vond ik het ook lastig om Melden en Antwoord consequent van elkaar te onderscheiden. Een Antwoord was immers ook een Melding. Maar dit heb ik al vrij snel opgelost door te stellen dat Antwoord alleen een Melding kon zijn in reactie op een eerste paardeel.

Per CP-thema heb ik gekeken naar alle verschillende taalhandelingen die voorkwamen. Niet in alle gevallen was de bespreking over CP-thema’s namelijk in taalhandelingen als een aangrenzend paar te beschouwen. Sowieso was het lastig geweest om te bepalen wanneer iets nog een aangrenzend paar is en wanneer niet in een context van overleggen met meerdere mensen. In veel gevallen is er sprake van insertiesequentie of een andere vorm van expansie. Met enige regelmaat praten mensen namelijk tegelijkertijd, onderbreken zij elkaar, of maken zij hun eigen zinnen niet af.

Een andere complexiteit bij het coderen van taalhandelingen waren herhalingen. Mensen kunnen een taalhandeling alleen in vorm herhalen. In dat geval verschilt de inhoud (zie voorbeeld 27). Ook kan het zijn dat zowel taalhandeling als inhoud herhaald worden (voorbeeld 28). In het eerste voorbeeld wordt er twee keer een vraag gesteld over het CP-thema Inhoud. De eerste vraag betreft een gestuurde vraag, waarbij de gesprekspartner als het ware de keuze heeft tussen “[organisatie Z]” of “[eigen organisatie]”. Gesprekspartner K geeft antwoord, maar blijkbaar is dit niet voor alle gespreksdeelnemers voldoende. Hierdoor wordt er nog een open vraag gesteld over de Inhoud. Hoewel het CP-thema (Inhoud) en de taalhandeling (Vragen) dus gelijk zijn, is de inhoud verschillend. Doordat de vraag anders gesteld wordt, levert dit logischerwijs ook aan ander antwoord op.

Voorbeeld 27. Herhaling van taalhandeling met andere inhoud uit observatie 1 (deel I), topic 2.

L: Maar even voor mijn beeld. Die radiocommercials die zijn van ons over [organisatie Z], of over [eigen organisatie]?

K: Het woordje [organisatie Z] wordt niet gebruikt, maar wel dat je korting hebt op een zorgverzekering.

A: Korting op een zorgverzekering.

J: En wat is de exacte boodschap van die commercial?
K: Dat gaan we nu samenstellen.
J: Oké, ja.

In het onderstaande tweede voorbeeld breidt E haar probleembeschrijving over de Uitvoering verder uit op verzoek van A. Daarna lijkt A haar probleem samen te vatten. In de reactie die E geeft, herhaalt zij vervolgens haar probleembeschrijving van de spreekbeurt ervoor. De herhalingen van taalhandelingen én inhoud heb ik gemarkeerd in het onderstaande voorbeeld.

Voorbeeld 28. Herhaling van taalhandeling en inhoud uit observatie 1 (deel I), topic 1.

A: Ja, want…?
E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, er vanuit gaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.
A: Kortom, we faciliteren straks de teams bij het meten van hun prestaties. […] Maar hoe weten we nog niet precies.
E: Nee, een lid kijkt niet naar afdelingen. Een lid gaat met zijn klantreizen dwars door een hele organisatie heen. En wij gaan toch weer vanuit teams redeneren om klanttevredenheid te meten. En hoe doe je dat dan op een goede manier?

Ik heb ervoor gekozen om herhaling van taalhandelingen bij de besprekingen van 'CP-thema's niet mee te nemen in de analyse. In de bovenstaande voorbeelden konden bijdrages nog specifiek als herhaling van taalhandeling gecodeerd worden, maar omdat de overleggen ook fragmenten bevatten waar mensen door elkaar heen praten, elkaar onderbreken of hun eigen zinnen niet afmaken, is niet elke gespreksbijdrage even eenvoudig te coderen. Omdat ik bovendien een verkennend onderzoek deed, wilde ik vooral weten welke verschillende taalhandelingen er voorkwamen.

Naast herhalingen, kan een uitbreiding gepaard gaan met de introductie van een nieuwe taalhandeling bij de bespreking van het desbetreffende CP-thema. Uitbreidingen heb ik wel meegenomen in de analyse. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer er in eerste instantie alleen iets wordt gemeld, maar er daarna toch een toevoeging volgt in de zin van een vraag (en antwoord).

Dat zijn de gevallen waar met meer dan één sequentie uitgebreid wordt. Dit zien we bijvoorbeeld in observatie 1 (deel II) in topic 2 (voorbeeld 29). In dit voorbeeld komen er meerdere taalhandelingen voor om zo tot een complete sequentie te komen. Het voorbeeld bevat (meerdere) insertiesequenties.

Voorbeeld 29. Een langere uitbreiding uit observatie 1 (deel II), topic 2.

B: Ja.
J: Vanuit die besturen die gaan verdwijnen? Dus dat elk platform zijn eigen nieuwsbriefje erover mag maken? Willen jullie dat er één centrale tekst komt die wel ook namens dat platform gestuurd wordt, of willen jullie dat het via een Digizine, gewoon vanuit [afdeling binnen eigen organisatie], wordt gecommuniceerd?' Dus die vraag had ik liggen. Ik heb gisteren… Sprak ik [C12] heel kort en die zei: 'Ja, ik heb met [C16] erover gehad en hij komt met een tekst.' En toen zei ik: 'ja, maar hoe? Wat?' 'Ja, ja… Dat weet eigenlijk niet. Ja, oh ja. Dat had je nog gevraagd, maar daar hebben we het niet echt over gehad.' Dus eigenlijk weet ik nog steeds niet wat ze nou precies willen van mij.
B: Nee, nee.

J: En ik vraag me ook af… Ja… Moeten wij er nu achteraan gaan?
M: Nou ja, het moet in het blad, zei je? Toch? Dus…
J: Ja, dat blijkt.
M: … Dat het een beetje goed in het blad komt, of waar dan ook. Dus dan zou ik er zelf achteraan gaan.
J: Ja, maar goed. Ik wacht even dan tot ik de tekst van [C16] krijg. En dan leg ik het wel weer bij hem terug. Hoe wil je het hebben dan, dat we dit gaan verspreiden? Want dat blad dat komt pas in december, dus ik neem aan dat een Digizine, of een platformnieuwsbrief al eerder de deur uit is.

In dit voorbeeld beschrijft J een probleem met de Uitvoering. Hij geeft aan dat hij niet meer weet wat er nu precies van hem verwacht wordt door zijn leidinggevenden. Dit wordt ter kennis aangenomen ('nee, nee'), waarop J zelf een vraag stelt over de Uitvoering ('Moeten wij er nu achteraan gaan?'). In plaats van een antwoord, volgt hierop eerst nog een vraag ('Nou ja, het moet in het blad, zei je? Toch? Dus...'). J beantwoordt deze vraag, waardoor ook zijn oorspronkelijke vraag beantwoord wordt ('Dus dan zou ik er zelf achteraan gaan'). Dit draagt ertoe bij dat J vervolgens zelf tot een oplossing komt ('Ik wacht even dan tot ik de tekst van [C16] krijg. En dan leg ik het wel weer bij hem terug'). Zijn oplossing is dus delegeren.

Om een beeld te krijgen van de taalhandelingsstructuur van het bovenstaande fragment over Uitvoering, heb ik het schematisch weergegeven. Dat ziet er als volgt uit:

[[[[probleem [[[vraag [[vraag] [antwoord]] antwoord]]] oplossing]]]]

In dit voorbeeld zijn dus vier taalhandelingen gecodeerd, namelijk vraag, antwoord, probleem en besluit doorschuiven.

Taalhandelingen toekennen aan de verschillende CP-thema's was mogelijk de grootste uitdaging bij het coderen. Ik zal hieronder een aantal verschillende complexiteiten beschrijven aan de hand van voorbeelden.

In sommige gevallen werd een sequentie niet in één CP-thema gegeven. Als je een vraag over de Taakverdeling stelt, lijkt het aannemelijk ook over dat thema gaat. Toch was dit niet altijd het geval. Dit noemen we sequentiële verschuiving (van CP-thema's).

Het onderstaande voorbeeld (voorbeeld 30) bevat een voorbeeld van een sequentiële verschuiving van CP-thema's. Er wordt een vraag gesteld over Thema ('weten we al meer over de staking in de bouw?'). Het antwoord op de vraag gaat echter over het CP-thema Timing eind ('Woensdag, heb ik gelezen').

Voorbeeld 30. Sequentiële verschuiving van communicatieplanningsthema's uit observatie 2, topic 17.
Y: Eh... Weten we al meer over de staking in de bouw?
R: Woensdag, heb ik gelezen. En beroepsgblergh. Nee. Maar ik heb alleen twee nieuwsbrieven gezien. Die niet op de website zijn geplaatst, volgens mij. Dat is… [C10] en [C11] hebben de nieuwsbrief…

In sommige gevallen is er niet alleen een sequentiële verschuiving van CP-thema's, maar zijn ook de taalhandelingen niet 'logisch' opeenvolgend. Dit zal ik laten zien aan de hand van enkele voorbeelden.

In observatie 1 (deel II, topic 3) praten de gespreksdeelnemers over de WAB. Dit blijkt complexer te zijn dan de deelnemers van te voren gedacht hadden. Om die reden willen ze graag nu al mensen

informeren. Een mogelijkheid om dat nu al te doen, is door het mee te nemen in een communicatie-uiting, zoals de Digizine (zie voorbeeld 31). Er is namelijk een probleem met de deadline vervroegen, want "morgen" is te snel. Maar "november" zou te laat zijn. Op dit probleem met de Timing wordt gereageerd door een voorstel te doen tot een nieuw Mediakanaal en contentformaat ('extra bulletin'). De rest keurt dit voorstel goed.

Niet alleen verschuiven de CP-thema's van Timing naar Mediakanaal en contentformaat, maar ook volgt er op de taalhandeling Probleem een Voorstel (en Akkoord).

Voorbeeld 31. Sequentiële verschuiving uit observatie 1 (deel II), topic 3.

J: Ja. Hoe gaan we dat praktisch doen dan? Want… Ja… Morgen staat de Digizine op het programma en de volgende is pas in november…
[iedereen door elkaar]
I: Ja, kunnen we een extra?
B: We kunnen misschien… Ja.
I: … Editie doen? Omdat het iets speciaals is?
B: Ja, extra bulletin of zo…
I: Ja. Wat jij nu al moet weten over de veranderingen straks.
J: Dat kan… Dat kan zeker… [...]

Andere sequentiële complexiteiten kwamen tot stand, doordat bepaalde gespreksbijdrages soms dubbel te interpreteren zijn. Soms heeft één gespreksbijdrage meerdere taalhandelingen. Van een antwoord zou je bijvoorbeeld in veel gevallen ook kunnen zeggen dat het gemeld wordt. In dit geval besloot ik al snel om melden alleen te gebruiken voor initiatieftaalhandelingen. Op die manier was een melding altijd een initiatieftaalhandeling en een antwoord altijd een responstaalhandeling. Er waren echter ook gevallen met 'dubbele taalhandelingen' waarbij het moeilijker was om een keuze te maken.

In observatie 1 (deel I, topic 4) wordt een probleem als indirecte (hulp) vraag weergegeven. N geeft aan waar hij mee bezig is en geeft aan dat hij in het proces (de uitvoering) de hulp van collega's nodig heeft. Hij stelt hiermee een indirecte vraag. Een vraag wordt echter alleen gecodeerd bij een informatievraag, waardoor het hier als probleem gecodeerd is.

Voorbeeld 32. Dubbele taalhandelingen uit observatie 1 (deel I), topic 4.

A: Oké. Van daaruit naar… Volgens mij wel aardig… Ik kijk even naar… Ik weet even niet naar wie ik moet kijken. Doe maar N, als het gaat om de online werving. Want daar ben je ook aan gekoppeld […].
N: Nee, ik ben meer bezig met het projectplan nu. De afrondende fase van de [eigen organisatie] app. Daar heb ik hulp nog bij nodig, voor de eerste review...
A: Ja.

3.5.5 Stap 4a. Afronding van een CP-themabespreking

Aangezien ik ook wilde weten of en hoe de bespreking van een CP-thema werd afgerond, heb ik ook gekeken naar de sequentiële afronding. In gevallen waar meer dan twee handelingen voorkwamen, was immers de volgorde niet meer te herleiden en dus kon ik ook niet herleiden of een thema afgerond werd. Ik kon geen taalhandelingsstructuur meer herleiden. Bovendien kwam het ook voor dat sommige CP-themabesprekingen wel afgerond werden, maar andere combinaties van taalhandelingen hadden dan op basis van de literatuur verwacht werd. Paardelen volgden elkaar dus ook niet altijd logisch op. En waar ze dat wel deden, wilde de aanwezigheid van een (passend)

tweede paardeel niet zeggen dat er ook afgerond werd. Daarnaast waren er gevallen waar een eerste paardeel gegeven werd over het ene CP-thema, maar het tweede paardeel bij een ander CP-thema volgde.

Kortom: doordat er meerdere taalhandelingen samen voor kunnen komen, kan ik geen volgorde of structuur herleiden. En doordat mensen deels ook andere dingen doen in gesprekken dan op basis van de literatuur te verwachten valt, zijn de combinaties van taalhandelingen niet in alle gevallen even betekenisvol.

Omdat ik sequentiële afronding codeerde per CP-thema, heb ik drie codes opgesteld. Er waren besprekingen die compleet en afgerond waren. Dit kon direct (aangrenzend paar) of indirect (expansies). Als een eerste paardeel van een CP-themabespreking uiteindelijk een (passend) tweede paardeel kreeg, werd het als compleet en afgerond gezien. Dit is het geval in voorbeeld 33. In het voorbeeld vormen vraag en antwoord bij een gesprek over Timing eind (CP-thema) een aangrenzend paar. Ook CP-themabesprekingen die gemeld werden, werden als compleet en afgerond beschouwd, tenzij er andere taalhandelingen volgden.

Voorbeeld 33. "Compleet en afgerond" uit observatie 1 (deel I), topic 2.

K: Het is alleen maar tot […] trouwens, dus de laatste week van het jaar.
A: [onverstaanbaar]
E: Maar dan zijn mensen toch allemaal al overgestapt?
K: Nee, nog op de laatste dag stappen mensen over. Is uit onderzoek gebleken.

Ik had ook een code voor incomplete sequenties die wel afgerond werden. Dit waren gevallen waarin de sequentie zich verdeelde over meerdere CP-thema's. In voorbeeld 34 wordt er een vraag gesteld over het CP-thema Thema ('Weten we al meer over de staking in de bouw?'). Het tweede paardeel Antwoord gaat echter over Timing ('Woensdag, heb ik gelezen').

Voorbeeld 34. "Incompleet en afgerond" uit observatie 2, topic 17.

Y: Eh... Weten we al meer over de staking in de bouw?
R: Woensdag, heb ik gelezen. En beroepsgblergh. Nee. Maar ik heb alleen twee nieuwsbrieven gezien. Die niet op de website zijn geplaatst, volgens mij. Dat is… [C10] en [C11] hebben de nieuwsbrief…

Daarnaast komen er ook CP-themabesprekingen voor die niet worden afgerond. Dit zijn besprekingen waarbij er geen tweede paardeel volgt in reactie op het eerste, terwijl dit wel nodig was. Dit is het geval in voorbeeld 35. Daar wordt een probleem met de Uitvoering beschreven (CP-thema), maar er wordt geen oplossing geboden of besluit genomen. Dit thema is dus niet afgerond.

Voorbeeld 35. "Incompleet, niet afgerond" uit observatie 1 (deel I), topic 1.

E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, ervan uitgaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.
A: Kortom, we faciliteren straks de teams bij het meten van hun prestaties. […] Maar hoe weten we nog niet precies.
E: Nee, een lid kijkt niet naar afdelingen. Een lid gaat met zijn klantreizen dwars door een hele organisatie heen. En wij gaan toch weer vanuit teams redeneren om klanttevredenheid te meten. En hoe doe je dat dan op een goede manier?
A: Opmerkingen, vragen aan E? Ik neem aan dat je daar geen hulp bij nodig hebt?

3.5.6 Stap 4b. Besluiten nemen

Vervolgens heb ik per CP-thema gekeken of er een besluit genomen werd. Een deel hiervan is al gecodeerd bij de taalhandelingen, maar tijdens het coderen bleek dat er meerdere CP-themabesprekingen waren, waarbij een besluit volgde. Bij de taalhandelingen heb ik puur gekeken naar het gespreksverloop door te kijken naar de vorm van de individuele gespreksbijdragen. In deze codeerfase heb ik me alleen gericht op de uitkomst van een CP-themabespreking.

Ik heb allereerst per CP-themabespreking gekeken of er wel of geen besluit nodig was. In gevallen waar zich geen (potentieel) probleem voordoet, hoeft er ook geen actie ondernomen te worden. Als er bijvoorbeeld iets gemeld wordt, hoeft er vaak geen besluit genomen te worden. In voorbeeld 36 doet zich een situatie voor waarin geen besluit nodig is. In dit fragment wordt er iets medegedeeld ('Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul van Presenter'). Deze Melding wordt uitgebreid: er volgt een vraag ('Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?'). Er volgt een gesprek om tot het antwoord van de vraag te komen, waarna het Antwoord ook concreet gegeven wordt ('Dat is hetzelfde wat ik net zei [...]'). In dit geval is er dus geen besluit nodig. Er hoeft niets uitgezocht te worden, er zijn geen onduidelijkheden en er hoeft geen oplossing of besluit te volgen.

Voorbeeld 36. "Geen besluit nodig" uit observatie 1 (deel I), topic 20.

B: Ja, ik heb nog… Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul van Presenter... -
A: Dat is volgens mij hetzelfde… -
B: - Iets over contra… Hè?
A: Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?
[...]
A: Dat is hetzelfde wat ik net zei [...].

In alle andere CP-themabesprekingen was er wel een besluit nodig. Deze groep heb ik vervolgens opgedeeld in vier categorieën. Ik had drie groepen die al eerder voorkwamen, namelijk Besluit actie, Besluit doorschuiven en Besluit delegeren. Bij taalhandelingen kwamen deze besluiten voor als expliciete reactie. Wanneer we in deze stap de verschillende besluiten bekijken, zien we echter dat het de taalhandelingen overstijgt. Het gaat om de uitkomst van een CP-themabespreking. Taalhandelingen zijn ondergeschikt. In het onderstaande voorbeeld (voorbeeld 37) wordt een beslissing genomen. Er wordt op een later moment verder gekeken. Dit betekent dat het in deze stap de code Besluit doorschuiven krijgt. Voor de duidelijkheid: bij het coderen van de taalhandelingen is voor dezelfde gespreksbijdragen Voorstel en Akkoord gecodeerd.

Voorbeeld 37. "Besluit nodig - Besluit doorschuiven" uit observatie 1 (deel I), topic 14.

M: Ja, alleen dat is een beetje vaag, want ik hoorde vanmorgen ook op de radio… En nu gaat het balletje rollen. Vanuit de radio werd verwezen naar de website van Rijksoverheid, dus misschien dat we daar ook nog eventueel nog wat informatie vandaan kunnen halen om een klein beetje die stroomversnelling te… [onverstaanbaar, I er door heen].
I: [onverstaanbaar, want door elkaar] Ja, ja, dus ik zat... Dus misschien even met jou overleggen.
L: Ja, is goed.
[...]
I: We hebben natuurlijk straks contentoverleg, dus daar kunnen we natuurlijk ook even…
L: Ja, ik ben er niet bij.

Naast de drie specifieke besluiten die genomen konden worden bij besprekingen waar wel een besluit nodig was, was er ook een vierde categorie voor de gevallen waar geen besluit genomen werd. Dit waren dus gevallen waar geen besluit voorkwam, terwijl dit wel had gemoeten. Onderstaand nogmaals het fragment uit observatie 1 (deel I, topic 1) weergegeven (voorbeeld 38). In dit voorbeeld wordt er een probleem met de Uitvoering beschreven. Er wordt echter geen besluit genomen of oplossing bedacht.

Voorbeeld 38. "Besluit nodig - Niet genomen" uit observatie 1 (deel I), topic 1.

E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, ervan uitgaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.

A: Kortom, we faciliteren straks de teams bij het meten van hun prestaties. […] Maar hoe weten we nog niet precies.

E: Nee, een lid kijkt niet naar afdelingen. Een lid gaat met zijn klantreizen dwars door een hele organisatie heen. En wij gaan toch weer vanuit teams redeneren om klanttevredenheid te meten. En hoe doe je dat dan op een goede manier?

A: Opmerkingen, vragen aan E? Ik neem aan dat je daar geen hulp bij nodig hebt?

3.5.7 Stap 5a. Aantal gespreksdeelnemers

Ik heb in de slotfase van het codeerproces gekeken naar het aantal gespreksdeelnemers. Ik wist hoeveel mensen er in totaal aanwezig waren bij een overleg, maar wilde ook weten in welke mate er deelgenomen werd aan de bespreking. Door de overlegsetting was het aantal gespreksdeelnemers per CP-thema niet te achterhalen. Verschillende thema's werden immers naast elkaar besproken, mensen praten tegelijkertijd, onderbreken elkaar of maken hun eigen gespreksbijdrage niet af. Om die reden heb ik per topic gekeken naar het aantal gespreksdeelnemers. Bij deze codeerstap was het van belang dat topics een duidelijk begin- en eindpunt hadden.

Ik heb het aantal gespreksdeelnemers geteld. Wanneer mensen door elkaar praatten en ik het aantal personen dat door elkaar praatte niet kon achterhalen, heb ik deze logischerwijs niet meegeteld.

Hoewel op basis van de literatuur verwacht wordt dat er ten minste twee sprekers deelnemen, bleek dit niet altijd het geval (voorbeeld 39). In dit voorbeeld geeft de spreker een statusupdate over haar bezigheden ('ik heb zo een presentatie over de nieuwe indeling van LinkedIn'). L wordt hierbij niet onderbroken door vragen, voorstellen of problemen en noemt dan ook in één adem de campagne "what the VAK". Dit is echter een volgend topic. De reacties die volgen gaan dan ook specifiek in op dat topic. Op het eerste topic uit het voorbeeld volgt geen verbale respons, waardoor er dus maar één gespreksdeelnemer is.

Voorbeeld 39. "Eén gespreksdeelnemer" uit observatie 1 (deel I), topic 10 en 11.

L: Ik heb straks een presentatie over de nieuwe indeling van LinkedIn. Dat noemde ik geloof ik vorige week al. Dat we met geheel [eigen organisatie] naar één overkoepelende LinkedIn page, met bijbehorende careerpage ook. Dus daar zit ik straks bij. En… Die campagne 'what the VAK' die op dit moment loopt. Op onze website hebben we daar ook een Landingspage. En die landingspage is in principe was die voorgesteld door [organisatie P]. Maar had al een beetje mijn twijfels daarover. Gisteren heb ik met hun gezeten. Die conversie is niet helemaal zoals we willen. Dus die… Ik heb wat voorstellen gedaan voor het aanscherpen van die pagina. Dus die ga ik deze week verwerken en hopelijk heeft dat effect. Zien we effect uiteindelijk in cijfers.

N: Het zijn wel heel veel bezoekers.
L: Ja, het zijn heel veel... [...]

3.5.8 Stap 5b. Irrelevante besprekingen

Ik heb overlegbreed gekeken naar hoe vaak er thema's besproken werden die inhoudelijk los stonden van de CP-thema's binnen een besproken topic. Hieronder vielen niet de gesprekken over thema's die wel met communicatieplanning te maken hadden, maar niet gecodeerd werden (zie voorbeeld 6).

Ook herhalingen van zinnen of woorden binnen een topicbespreking vielen hier niet onder. Ook niet wanneer deze herhaling niet inhoudelijk of functioneel was, zoals in voorbeeld 40. In dit voorbeeld wordt het CP-thema Thema meermaals herhaald. Omdat de herhaling echter niet langdurig is en geen discussie oplevert, is dit geen irrelevante bespreking.

Voorbeeld 40. Niet "irrelevante bespreking" uit observatie 1 (deel II), topic 3.
J: Maar nu op korte termijn even niks. En dan het hoofdonderwerp van vandaag, denk ik: de WAB.
B: De WAB.
I: De WAB.
J: The WAAAAAAB [Engels accent]. We hadden gezegd dat we vandaag allemaal tekstjes klaar zouden hebben. Over de zes verschillende onderwerpen, hè? Ik heb gisteren nog even in het mapje gekeken en ik zag inderdaad een aantal… Een aantal zitten. Ik weet niet of jullie zelf ook nog even gekeken hebben?

Daarentegen wordt de herhaling van woorden en zinnen in voorbeeld 41 wel opgevat als irrelevant thema. In dit geval ontstaat er namelijk wel een gesprek over een woord, terwijl dit vooralsnog niets bijdraagt aan de inhoudelijke bespreking van de communicatie-uiting of het project. Het voegt dus inhoudelijk niets toe aan de communicatieplanning.

Voorbeeld 41. "Irrelevant thema" uit observatie 1 (deel II), topic 10.
J: Dus kennisbankpagina over eh… Generatie… Wat is het meervoud van generatiepact? Pacten? Pacts?
I: Pacts.
B: Generatiepact.
J: Is een Engels woord, hè? Gene…
B: Een Engels woord… Generation…
J: Nee, Generation pact.
B: Generation pact.
J: Pact [Nederlandse uitspraak]. Is het een Nederlands woord, pact?
B: Pact.
J: Een pact.
I: Ja, ja.
J: Een pact is een Nederlands woord.
M: Ja, toch?
B: [lacht]
I: Bij geschiedenis leer je toch het pact van huppeldepup?
B: Het… Ja… Het… Pacten.
J: Generatiepacten… Pacts… Ik weet het niet.
I: Maakt niet uit. Maar goed.
J: [onverstaanbaar, in zichzelf]
I: Ehm…

3.5.9 Stap 5c. Topic-herhalingen

Tot slot heb ik gekeken naar het aantal herhalingen van topics per overleg. Soms gebeurt het immers dat iemand aan het begin van het overleg een bepaald topic bespreekt, maar dat het topic nogmaals aan bod komt in de loop van het overleg (voorbeeld 42). Er kunnen wel nieuwe CP-thema's voorkomen in een topic-herhaling (daarom heb ik ze wel meegenomen bij codering), maar dit hoeft niet.

In het onderstaande voorbeeld wordt een herhaling weergegeven:

Voorbeeld 42. Topic-herhaling uit observatie 1 (deel I), topic 15 (links) en topic 20 (rechts).

A: That reminds me of… [door elkaar].
A: Content heb liggen die zij herschreven heeft, of die Presenter herschreven heeft op een aantal thema's. Veel bezochte partners. Volgens mij zitten daar ook twee of drie onderwerpen bij die dit raken en die moeten nog even juridisch gecheckt worden...
I: Oké…
A: … En dat zijn eigenlijk met name voor de site. En die moeten dan terug ook naar Presenter. Wel interessante pagina's als [...]

A: Goed. Oké. Die gaat morgen mee. Dan B.
B: Ja, ik heb nog… Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul van Presenter... -
A: Dat is volgens mij hetzelfde… -
B: - Iets over contra… Hè?
A: Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?
B: Ja, nou ja. Er zijn dus twee artikelen of nou ja, teksten klaar. Contractsoorten en arbeidstijden en de vraag is… Ja. Moet één van onze redacteurs daar nog naar kijken?

3.6 Interview

Na afloop van het gesprek hield ik een interview. Dit was een semigestructureerd interview met degene binnen de organisatie die eindverantwoordelijke was voor de communicatie, of met degene die het meest actief gebruik maakte van de communicatieplanning. Het interview bestond uit een aantal vaste vragen. De semigestructureerde opzet van de interviews maakte het mogelijk om vrij om te gaan met de volgorde van de vragen en door te vragen als dit nodig was. Ook had ik de mogelijkheid om vragen te stellen naar aanleiding van de observatie. Als er dingen waren die ik niet begrepen had, kon ik dit dus achteraf vragen. Ook heb ik - indien dit niet in de voorstelronde aan bod kwam - navraag gedaan over de functies van de gespreksdeelnemers. Daarna volgden er vragen over het gebruik van de communicatieplanning. De standaard vragen waren vooral bedoeld om extra informatie te verkrijgen (zie bijlage 7).

Een deel van de vragen was gebaseerd op een blogbericht over het boek Obviously Awesome, waarin de auteur onder andere een samenvatting van het boek geeft (Chin, z.d.). Daarnaast heb ik vragen gebaseerd op de vraag- en interviewschema's van Presenters database met klantcases.

De informatie uit deze interviews was vooral bedoeld voor de Contentkalender. Toch heb ik de informatie ook gebruikt om een algemeen beeld te schetsen van de verschillende organisaties, hun werkwijze en hun ervaring met de huidige manier van communicatieplanning (hoofdstuk 4.1, p. 45). De interviews met de verschillende organisaties, zijn te vinden in bijlage 8.

4. Resultaten

4.1 Verschillende overleggen

Om allereerst een beeld te krijgen van de verschillende overleggen, geef ik een weergave van de kenmerken per overleg. Deze weergave is te vinden in tabel 1.

Tabel 1. Kenmerken per overleg.

	Overleg 1		Overleg 2	Overleg 3
	Deel I	Deel II		
Soort overleg	Afdelingsoverleg	Contentoverleg	Evaluatieoverleg	Contentoverleg
Overlegduur (in minuten)	30	50	35	45
Frequentie	2x per week	1x per week	1x per maand	1x per week
Aanwezigen	12	5	5	3
Communicatieplanning bij overleg	Nee	Ja, Excel/A3	Ja, Contentkalender	Ja, Contentkalender

Ik heb voor dit onderzoek alleen overleggen gecodeerd van betalende klanten van de Contentkalender. Dit betekende echter niet dat ook al deze organisaties de communicatieplanning gebruikten in hun overleg.

Overleg 1 (deel I) was bijvoorbeeld een *stand up*. Hierbij werd de kalender niet gebruikt. De organisatie noemde het overleg een afdelingsoverleg. Tijdens dit overleg van een half uur werden de bezigheden van verschillende medewerkers kort doorgenomen. Het overleg duurde een halfuur. Doorgaans vindt dit overleg twee keer per week (dinsdag en donderdag) plaats met alle aanwezige medewerkers van de marketingcommunicatieafdeling. Bij mijn observatie waren er 12 aanwezigen. Er waren enkele mensen afwezig (ziek), of vertraagd.

Eén keer per week volgt vrijwel direct na het afdelingsoverleg een contentoverleg, zoals de organisatie het overleg zelf noemde. In dit overleg werden meer inhoudelijke zaken besproken met een deel van de afdeling marketingcommunicatieafdeling. Ook hier mocht ik bij aanwezig zijn (overleg 1 (deel II)). Idealiter zijn er acht mensen aanwezig bij dit overleg: de afdelingsleider, twee redacteuren, twee mensen van een ander team, twee persvoorlichters en een trafficmanager. Tijdens mijn observatie waren er vijf aanwezigen. De afdelingsleider had een andere afspraak en twee andere medewerkers (persvoorlichter en iemand van het andere team) waren ziek. Dat niet iedereen aanwezig kan zijn, is gebruikelijk.

Het tweede deel van het overleg duurde 50 minuten. Bij dit overleg werd wel een communicatieplanning gebruikt. Hoewel de organisatie wel klant is van de Contentkalender, gebruiken zij bij het wekelijkse contentoverleg een andere communicatieplanning. Deze wordt gemaakt in Excel en in het overleg geprint op A3-formaat meegenomen. Ze zeggen over hun 'alternatieve Contentkalender' zelf het volgende:

> "We hebben hier eigenlijk weer een alternatieve Contentkalender [... We zitten hier] veel meer na te denken over content die voor veel grotere groepen leden interessant [is en] die we dan ook als basis willen gebruiken voor nieuwsbrieven die naar alle leden gaan. Of magazines die naar alle leden gaan [...]"

> “We hebben gekeken, helemaal in het begin, of we dit konden onderbrengen in de Contentkalender. [Maar] dit overzicht is wat uitgebreider, omdat hier ook heel uitgebreid in staat voor welke doelgroep het is, onder welk thema, onder welke pijler het valt... Vanuit welke invalshoek we content willen schrijven. En dat zit nu wel een beetje in de Contentkalender, maar niet helemaal. [...]. Dus ik heb dat toen met [collega Contentkalender] besproken[.]”

Het tweede overleg werd door de desbetreffende organisatie zelf als evaluatieoverleg getypeerd. Het overleg duurde tijdens mijn observatie 35 minuten. Bij dit overleg waren vijf mensen aanwezig en de aanwezigen hadden tijdens het overleg allemaal de Contentkalender op een eigen laptopscherm voor zich. Dit overleg vindt één keer per maand plaats.

Net als het eerste overleg (deel I) noemde de derde organisatie haar overleg een contentoverleg. Doorgaans wordt dit overleg één keer per week gehouden. Tijdens mijn observatie duurde het overleg 45 minuten, maar de organisatie geeft zelf aan dat het overleg normaal in 30 minuten afgerond wordt. Bij dit overleg waren drie aanwezigen. Eén collega werkte vanaf huis en deed niet mee aan het overleg. Deze collega was een tijdelijke vervanging voor een vaste medewerker die op het moment van observatie met zwangerschapsverlof was. Bij dit overleg werd de Contentkalender gebruikt. Normaal gesproken via een groot scherm geprojecteerd, maar tijdens mijn observatie lukte dit niet. Hierdoor werd de communicatieplanning via het eigen computerscherm van de aanwezigen bekeken. Zij gebruikten naast de Contentkalender nog een aantal hulpmiddelen voor communicatieplanning, zoals Hootsuite.

Een overleg om communicatie te plannen duurt dus tussen de 30 en 50 minuten en er waren tussen de drie en twaalf mensen aanwezig. Het aantal mensen dat ook daadwerkelijk deelnam aan een topicbespreking lag echter tussen de één en zes mensen. Omdat het aantal aanwezigen per overleg uiteenloopt, heb ik de gespreksdeelnemers ook per overleg bekeken. In het eerste overleg nemen tussen de één en zes (M = 3.71, SD = 1.57) aanwezigen ook daadwerkelijk deel aan het gesprek. Hooguit de helft van de aanwezigen mengt zich dus in een topicbespreking. In het tweede deel van het overleg namen tussen de één en vijf mensen deel (M = 3.85, SD = .67) van de vijf aanwezigen. De participatie was dus hoog. Zeker als hierbij meegenomen wordt dat het grootste deel van het overleg met vier mensen gevoerd werd. Eén collega had namelijk niet begrepen dat het tweede deel direct zou volgen op het eerste deel van het overleg, waardoor hij pas na een half uur binnen kwam. Een andere collega werd op het moment dat deze collega binnenkwam gebeld en verliet daaropvolgend de ruimte voor enige tijd.

In overleg 2 namen ook tussen de één en vijf van de vijf aanwezigen deel aan een topicbespreking (M = 4.02, SD = 1.23). En in het derde overleg namen er tussen de één en vier mensen deel aan het gesprek (M = 2.36, SD = .64). Hoewel er slechts drie gespreksdeelnemers waren, werd er bij één topic een andere collega inhoudelijk betrokken.

Tabel 2. Kenmerken van de overleggen

	Overleg 1		Overleg 2	Overleg 3
	Deel I	Deel II		
Topics	20	10	18	39
Communicatieplanningsthema’s	96	94	95	168
Taalhandelingen	127	144	123	233
Aantal topic-herhalingen	2	1	1	3
Aantal ‘irrelevante besprekingen’	0	4	10	3

In totaal zijn er 87 topics, waarin 453 CP-thema's voorkomen met in totaal 627 taalhandelingen. Ook komen er in totaal zeven topic-herhalingen voor en zeventien irrelevante themabesprekingen (zie tabel 2). Ik zal hieronder kort de verschillen tussen de overleggen benoemen. Op sommige verschillen ga ik later in meer detail in.

In overleg 1 (deel I) komen er in totaal 20 topics, 96 CP-thema's en 127 taalhandelingen voor. Per topic worden er dus gemiddeld 4.80 (*SD* = 4.12) CP-thema's besproken. Per CP-thema komen er tussen de één en vier unieke taalhandelingen voor, wat gemiddeld 1.32 (*SD* = .73) taalhandelingen zijn per CP-thema. Daarnaast bevat dit overleg twee topic-herhalingen. Er zijn geen 'irrelevante besprekingen' in dit overleg.

In het tweede deel van dit overleg zijn er tien topics, waarin 94 CP-thema's besproken worden. Dit zijn gemiddeld 9.40 (*SD* = 5.91) CP-thema's per topicbespreking. Per CP-thema worden tussen de één en zes unieke taalhandelingen gebruikt, wat neerkomt op een gemiddelde van 1.53 (*SD* = .91) taalhandelingen per CP-thema. Er wordt in dit overleg één topic herhaald (topic 5 en 7) en vier keer een 'irrelevant thema' besproken.

Het tweede overleg bespreekt 95 CP-thema's in achttien topics. Gemiddeld komen er 5.28 (*SD* = 3.41) CP-thema's per topicbespreking voor. Per CP-thema worden er tussen de één en drie taalhandelingen gebruikt. Gemiddeld zijn dit er 1.29 (*SD* = .58) per CP-thema. In dit overleg is er één topic-herhaling (topic 9 en topic 15). Er komen tien 'irrelevante themabesprekingen' voor.

Overleg 3 heeft verreweg de meeste topics en CP-thema's. Gemiddeld worden er per topicbespreking 4.31 (*SD* = 2.11) CP-thema's besproken. Per CP-thema worden er tussen de één en vier unieke taalhandelingen gebruikt (*M* = 1.39, *SD* = .73). Het overleg bevatte drie topic-herhalingen en evenveel 'irrelevante themabesprekingen'.

4.2 Communicatieplanningsthema's

Om te kijken hoe mensen communicatie plannen in de praktijk, heb ik eerst gekeken welke thema's er voorkwamen in de overleggen. Allereerst heb ik gekeken hoe de verschillende CP-thema's in totaal voorkomen. In de onderstaande tabel (Tabel 3) is een overzicht weergegeven.

De CP-thema's Thema (18.5%), Uitvoering (15.0%), Mediakanaal (12.4%), Timing eind (10.6%) en Contentformaat (9,3%) kwamen het vaakst voor. Deze vijf thema's vormden samen al 65.8% van het totale aantal CP-thema's. Na deze vijf CP-thema's kwamen Inhoud (5.1%), Mediakanaal en contentformaat (5.1%), Taakverdeling (4.9%), Communicatieplanning (4.0) en Doelgroep (3.3%) het vaakst voor.

De andere helft van de CP-thema's kwam relatief weinig voor. Deze helft vormde samen circa 12.0% van het totale aantal CP-thema's. Dit zijn de thema's Effect (2.2%), Opmaak en/of ruimte (1.8%), Timing algemeen (1.5%), Initiatief (1.3%), Doelstelling (1.3%), Tone-of-voice (1.1%), Timing begin (0.9%), Vindbaarheid (0.9%), Vergadertijd (0.7%) en Missie en/of visie (0.2%).

Tabel 3. Frequenties (en kolompercentages) van communicatieplanningsthema's.

Communicatieplanningsthema	Frequentie (en percentage)
Doelstelling	6 (1.3%)
Tone-of-voice	5 (1.1%)
Opmaak en/of ruimte	8 (1.8%)
Doelgroep	15 (3.3%)
Inhoud	23 (5.1%)
Mediakanaal	56 (12.4%)
Contentformaat	42 (9.3%)
Mediakanaal en contentformaat	23 (5.1%)
Timing begin	4 (0.9%)
Timing eind	48 (10.6%)
Timing algemeen	7 (1.5%)
Vergadertijd	3 (0.7%)
Taakverdeling	22 (4.9%)
Uitvoering	68 (15.0%)
Effect	10 (2.2%)
Communicatieplanning	18 (4.0%)
Thema	84 (18.5%)
Missie en/of visie	1 (0.2%)
Initiatief	6 (1.3%)
Vindbaarheid	4 (0.9%)
Totaal	453 (100.0%)

4.2.1 Verschillen tussen project- en communicatiebesprekingen

Om een specifieker beeld te krijgen van de CP-thema's, heb ik gekeken naar verschillen in CP-thema's tussen besprekingen van projecten en besprekingen van specifieke communicatie-uitingen. Dit noemde ik al eerder het verschil tussen projectbrede en communicatiespecifieke uitingen genoemd.

Bij projectbrede besprekingen komen de CP-thema's Thema (23.2%), Uitvoering (16.7%), Timing eind (8.0%), Mediakanaal (8.0%), Inhoud (8.0%) en Taakverdeling (7.2%) het vaakst voor. Bij communicatiespecifieke besprekingen komen Thema (16.5%), Uitvoering (14.3%) en Timing eind (11.7%) ook het vaakst voor. Daarnaast komen ook de CP-thema's Contentformaat (12.4%), en Mediakanaal en contentformaat (7.0%) vaak voor.

Hoewel er op het eerste gezicht dus veel overeenkomsten bestaan in CP-thema's tussen projectbrede en communicatiespecifieke besprekingen, bestaat er een significant verschil: χ_2 (19) = 59.56; $p < .01$. Om te kijken waar de grootste bijdrage aan het significante verschil tussen de groepen zich bevond, heb ik gekeken naar de residuwaardes. Residuen geven het verschil aan tussen de geobserveerde aantallen en de verwachte aantallen. De waardes lager dan -2.0 en hoger dan 2.0 heb ik in de onderstaande tabel (Tabel 4) grijs gemarkeerd.

De CP-thema's Contentformaat en Mediakanaal en contentformaat komen minder vaak voor bij projectbrede besprekingen (residuwaardes respectievelijk -3.4 en -2.8). Deze thema's komen logischerwijs in verhouding vaker voor bij besprekingen van communicatie-uitingen. Als mensen bezig zijn met de planning van communicatie-uitingen, is het logisch dat zij praten over de manier waarop een communicatie-uiting bij de doelgroep terecht komt (het middel, kanaal of formaat). Een project daarentegen komt vaak niet direct bij de doelgroep terecht.

Tabel 4. Frequenties (en kolompercentages) van communicatieplanningsthema's.

Communicatieplanningsthema	Frequentie (en percentage) per type bespreking		
	Projectbreed (N = 138)	Communicatiespecifiek (N = 315)	Totaal (N = 453)
Doelstelling	2 (1.4%)	4 (1.3%)	6 (1.3%)
Tone-of-voice	2 (1.4%)	3 (1.0%)	5 (1.1%)
Opmaak en/of ruimte	3 (2.2%)	5 (1.6%)	8 (1.8%)
Doelgroep	5 (3.6%)	10 (3.2%)	15 (3.3%)
Inhoud	11 (8.0%)	12 (3.8%)	23 (5.1%)
Mediakanaal	11 (8.0%)	45 (14.3%)	56 (12.4%)
Contentformaat	3 (2.2%)	39 (12.4%)	42 (9.3%)
Mediakanaal en contentformaat	1 (0.7%)	22 (7.0%)	23 (5.1%)
Timing (begin)	4 (2.9%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)
Timing (eind)	11 (8.0%)	37 (11.7%)	48 (10.6%)
Timing (algemeen)	6 (4.3%)	1 (0.3%)	7 (1.5%)
Vergadertijd	3 (2.2%)	0 (0.0%)	3 (0.7%)
Taakverdeling	10 (7.2%)	12 (3.8%)	22 (4.9%)
Uitvoering	23 (16.7%)	45 (14.3%)	68 (15.0%)
Effect	2 (1.4%)	8 (2.5%)	10 (2.2%)
Communicatieplanning	5 (3.6%)	13 (4.1%)	18 (4.0%)
Thema	32 (23.2%)	52 (16.5%)	84 (18.5%)
Missie en/of visie	0 (0.0%)	1 (0.3%)	1 (0.2%)
Initiatief	3 (2.2%)	3 (1.0%)	6 (1.3%)
Vindbaarheid	1 (0.7%)	3 (1.0%)	4 (0.9%)

De overige verschillen tussen besprekingen, komen voor bij de minder frequente CP-thema's. Het thema Timing algemeen komt bijvoorbeeld vaker projectbreed voor (residuwaarde 3.2). In diezelfde lijn komt dit CP-thema logischerwijs minder vaak voor bij communicatiespecifieke besprekingen (residuwaarde -3.2). Datzelfde geldt voor Timing begin. Dit thema komt ook vaker projectbreed voor (residuwaarde 3.0) en minder vaak communicatiespecifiek ten opzichte van de andere CP-thema's. Ook dit is te verklaren: als mensen over een project praten, is het aannemelijk dat zij over een begintijd praten. Projecten worden vaak opgestart door bijvoorbeeld wijzigingen in de wet, of op verzoek van een opdrachtgever of een leidinggevende binnen de organisatie. Dat is het moment waarop een project van start gaat. Binnen dat project worden communicatie-uitingen bedacht die op een bepaalde datum gepubliceerd moeten worden. Dat is de einddatum. Van een begindatum zal dus niet zo snel sprake zijn bij een communicatie-uiting.

Vergadertijd is weliswaar significant vaker projectbreed, maar dit neem ik niet mee. In wezen overstijgt het CP-thema Vergadertijd namelijk zelfs een project. Het gaat immers over de (resterende) tijd voor een vergadering.

4.2.2 Verschillen tussen overleggen

Daarnaast heb ik gekeken of de CP-thema's verschilden per overleg. In de onderstaande tabel (Tabel 5) is te zien dat de overleggen niet verschillend ogen. In vrijwel alle overleggen komen de CP-thema's Thema, Uitvoering, Mediakanaal en Contentformaat relatief vaak voor.

Tabel 5. Frequenties (en kolompercentages) van communicatieplanningsthema's, uitgesplitst per overleg.

Communicatieplanningsthema	Frequentie (en percentage) per overleg				
	Overleg 1		Overleg 2	Overleg 3	Totaal
	Deel I (N = 96)	Deel II (N = 94)	(N = 95)	(N = 168)	(N = 453)
Doelstelling	4 (4.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (1.2%)	6 (1.3%)
Tone-of-voice	3 (3.1%)	2 (2.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (1.1%)
Opmaak en/of ruimte	2 (2.1%)	4 (4.3%)	0 (0.0%)	2 (1.2%)	8 (1.8%)
Doelgroep	3 (3.1%)	5 (5.3%)	0 (0.0%)	7 (4.2%)	15 (3.3%)
Inhoud	4 (4.2%)	7 (7.4%)	8 (8.4%)	4 (2.4%)	23 (5.1%)
Mediakanaal	11 (11.5%)	17 (18.1%)	12 (12.6%)	16 (9.5%)	56 (12.4%)
Contentformaat	10 (10.4%)	6 (6.4%)	9 (9.5%)	17 (10.1%)	42 (9.3%)
Mediakanaal en contentformaat	3 (3.1%)	14 (14.9%)	3 (3.2%)	3 (1.8%)	23 (5.1%)
Timing begin	2 (2.1%)	2 (2.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)
Timing eind	4 (4.2%)	7 (7.4%)	15 (15.8%)	22 (13.1%)	48 (10.6%)
Timing algemeen	1 (1.0%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	5 (3.0%)	7 (1.5%)
Vergadertijd	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.1%)	1 (0.6%)	3 (0.7%)
Taakverdeling	6 (6.2%)	4 (4.3%)	3 (3.2%)	9 (5.4%)	22 (4.9%)
Uitvoering	16 (16.7%)	8 (8.5%)	15 (15.8%)	29 (17.3%)	68 (15.0%)
Effect	2 (2.1%)	1 (1.1%)	5 (5.3%)	2 (1.2%)	10 (2.2%)
Communicatieplanning	3 (3.1%)	1 (1.1%)	1 (1.1%)	13 (7.7%)	18 (4.0%)
Thema	21 (21.9%)	10 (10.6%)	19 (20.0%)	34 (20.2%)	84 (18.5%)
Missie en/of visie	0 (0.0%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.2%)
Initiatief	1 (1.0%)	3 (3.2%)	0 (0.0%)	2 (1.2%)	6 (1.3%)
Vindbaarheid	0 (0.0%)	2 (2.1%)	2 (2.1%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)

Toch blijken de overleggen significant van elkaar te verschillen: χ^2 (57) = 59.56; $p < .01$. Ik heb wederom gekeken waar de grootste bijdrage aan dit verschil zich bevond, door te kijken naar residuwaardes. De waardes lager dan -2.0 en hoger dan 2.0 heb ik in de tabel grijs gemarkeerd.

In overleg 1 (deel I) komt het CP-thema Tone-of-voice in verhouding tot de andere overleggen meer voor dan de andere thema's (residuwaarde 2.1). Timing eind komt in dit overleg juist minder vaak voor dan de andere CP-thema's wanneer dit overleg met de andere overleggen vergeleken wordt (residuwaarde -2.3). Dit past bij de overlegvorm. Overleg 1 (deel I) is een afdelingsoverleg, waar werknemers elkaar kort op de hoogte brengen van de lopende zaken.

In overleg 1 (deel II) komen de CP-thema's Opmaak en/of ruimte en Missie en/of visie vaker dan gemiddeld ter sprake (residuwaardes respectievelijk 2.1 en 2.0). Dit zijn relatief kleine thema's die in andere overleggen sowieso niet of nauwelijks voorkomen. Daarnaast komt het grotere CP-thema Mediakanaal en contentformaat bovengemiddeld vaak ter sprake in dit overleg (residuwaarde 4.9). Dat komt overeen met het idee van een contentoverleg. Zoals de term al aangeeft, wordt er in zo'n overleg veelal gekeken naar de content die op de planning staat of moet komen te staan. Dat daarbij Mediakanaal en Contentformaat van communicatie-uitingen ter sprake komen, is niet vreemd. Verder komen in dit overleg Uitvoering (residuwaarde -2.0) en Thema (residuwaarde -2.2) minder vaak voor dan de andere CP-thema's in vergelijking met andere overleggen.

Overleg 3 werd net als overleg 1 (deel II) door de organisatie zelf een contentoverleg genoemd. Bij komt het CP-thema Mediakanaal en contentformaat minder vaak voor dan bij de andere overleggen (residuwaarde -2.5). Ook Inhoud komt in dit overleg minder vaak voor (residuwaarde -2.0). Dat

Mediakanaal en contentformaat minder voorkomt, is opmerkelijk. Overleg 3 was immers in naam een contentoverleg, net als overleg 1 (deel II). In overleg 1 (deel II) komt het thema Mediakanaal en contentformaat juist bovengemiddeld vaak voor.

In overleg 2 zien we het CP-thema Doelgroep minder vaak dan de andere CP-thema's in vergelijking met de andere overleggen (residuwaarde -2.0). Doelgroep wordt in dit overleg helemaal niet genoemd, terwijl het over alle vergaderingen gezien in 3.3% van de gevallen voorkomt. Dat kan te maken hebben met het doel van het overleg. Hoewel in een evaluatiegesprek gekeken zou kunnen worden naar de gemaakte keuze voor een bepaalde doelgroep, hoeft er niet specifiek invulling gegeven te worden als het gesprek veelal gaat over al gepubliceerde communicaties.

De CP-thema's Vergadertijd (residuwaarde 2.0) en Effect (residuwaarde 2.3) worden in dit overleg juist vaker genoemd. Dat er in dit overleg meer dan gemiddeld gekeken wordt naar effecten, komt overeen met het bestaande beeld van het type overleg. Overleg 2 is namelijk een evaluatieoverleg. Dat Vergadertijd vaker voorkomt, heeft niet zozeer te maken met het type overleg, maar met het feit dat één van de gespreksdeelnemers niet langer dan de geplande tijd had voor het overleg. Hij had direct na het overleg namelijk een andere afspraak staan.

4.2.3 Komen bepaalde CP-thema's in combinatie voor?

Ik wilde weten of bepaalde CP-thema's in combinatie voorkwamen bij een topicbespreking. Kon er gesteld worden dat als bijvoorbeeld Timing eind ter sprake kwam, ook het CP-thema Mediakanaal voorkwam? Kwamen bepaalde CP-thema's vaker in combinatie voor dan andere thema's in topicbesprekingen? Hiervoor heb ik gekeken naar correlaties tussen de frequentste CP-thema's. De negen minst frequente CP-thema's Missie en/of visie, Vergadertijd, Vindbaarheid, Timing begin, Tone-of-voice, Initiatief, Doelstelling, Timing algemeen en Opmaak en/of ruimte (allemaal <2.0%) heb ik niet meegenomen.

Ik heb alleen gekeken naar de significante correlaties met een correlatiecoëfficiënt lager dan -.5 of hoger dan .5. Ik vond alleen een correlatie voor CP-thema Mediakanaal en CP-thema Mediakanaal en contentformaat ($r(85) = .507$, $p < .001$). De correlatie is positief, wat betekent dat in topics waar Mediakanaal en contentformaat voorkomt, ook Mediakanaal voorkomt (en andersom). Toch geeft de correlatiecoëfficiënt aan dat het verband tussen beide CP-thema's een gemiddelde samenhang heeft. Er zijn verder geen middelmatige tot hoge correlaties gevonden.

4.3 Taalhandelingen

Om de tweede onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, heb ik gekeken hoe CP-thema's besproken werden. De literatuur over overleggen, richtte zich op het effect door vier typen uitingen te onderscheiden (Kauffeld & Lehmann-Willenbrock, 2012). Of gaf een algemeen beeld van het doel van de bijeenkomst, bijvoorbeeld het bespreken van lopende zaken (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014). Ik wilde me echter specifieker richten op hoe mensen feitelijk thema's bespreken.

Ik heb daarom gekeken naar taalhandelingen en in mijn code tien verschillende codes onderscheiden. De verschillende taalhandelingen heb ik toegelicht in hoofdstuk 3.

In de overleggen kwamen in totaal 627 taalhandelingen voor, die samen 138.5% vormden. Aangezien ik per CP-thema gekeken heb naar het voorkomen van de taalhandelingen en er meer dan één

taalhandeling kon voorkomen bij een CP-themabespreking, kan het totaal dus hoger uitkomen dan 100.0%. De 74.4% onder Melden in de onderstaande tabel betekent dus ook dat in 74.4% van de CP-thema's de taalhandeling Melden voorkomt (en niet in 74.4% van de taalhandelingen). Hieruit kunnen we ook afleiden dat er per CP-thema gemiddeld 1.38 taalhandeling (*SD* = .75) voorkomt.

Tabel 6. Frequenties (en kolompercentages) van taalhandelingen in alle overleggen.

Taalhandeling	Frequentie (en percentage) (N = 453)
Melden	337 (74.4%)
Vragen	94 (20.8%)
Voorstel doen	33 (7.3%)
Probleem beschrijven	23 (5.1%)
Antwoorden	104 (23.0%)
Akkoord	22 (4.9%)
Niet akkoord	2 (0.4%)
Besluit actie	7 (1.5%)
Besluit doorschuiven	3 (0.7%)
Besluit delegeren	2 (0.4%)
Totaal	627 (138.5%)

Omdat herhalingen van taalhandelingen niet zijn meegenomen, geeft deze weergave niet een volledig beeld van het echte aantal voorkomens. De frequenties moeten vooral geïnterpreteerd worden als een weergave van de onderlinge verdeling en de diversiteit van de verschillende taalhandelingen.

In de overleggen kwamen het vaakst Meldingen voor (74.4%). Daarna kwamen Antwoorden (23.0%) en Vragen (20.8%) het vaakst voor, gevolgd door Voorstellen (7.3%), Probleembeschrijvingen (5.1%) en Akkoord (4.9%). De overige taalhandelingen vormden samen 4% van de taalhandelingen. Dit waren Besluit actie (1.5%), Besluit doorschuiven (0.7%), Besluit delegeren (0.4%) en Niet akkoord (0.4%).

Driekwart van het totale aantal taalhandelingen, waren dus taalhandelingen die doorgaans als initiatief gebruikt worden (Melden, Vragen, Voorstellen, Probleembeschrijving). Dit komt doordat ik geen tweede paardeel gecodeerd heb als respons op Melden. Melden behoeft namelijk geen inhoudelijke reactie en wordt daardoor niet altijd verbaal gegeven. In mijn tekstuele transcript heb ik echter geen non-verbale uitingen meegenomen.

De andere initiatieftaalhandelingen hebben echter wel een inhoudelijke respons nodig. Op vragen kan gereageerd worden met Antwoorden. Op Voorstellen wordt in het ideale geval gereageerd met Akkoord, maar zij kunnen ook met een Niet akkoord een sequentie vormen. Op Problemen volgt normaal gesproken een excuus of erkenning. In de context van overleggen is het echter aannemelijk dat collega's gezamenlijk tot een oplossing komen, of een besluit nemen. Ik heb drie categorieën van Besluiten onderscheiden, namelijk (directe) actie, doorschuiven en delegeren.

Als we de 337 meldingen niet meenemen, zien we een evenwichtigere verdeling tussen initiatieftaalhandelingen en responstaalhandelingen. Van de 290 taalhandelingen die een inhoudelijke respons nodig hebben, bestaat ongeveer de helft uit initiatieftaalhandelingen. Vragen en Antwoorden komen ongeveer even vaak voor. Het eerste paardeel Voorstellen komt iets vaker

voor dan één van de bijbehorende tweede paardelen. Ook Probleembeschrijvingen (eerste paardeel) lijken niet altijd een tweede paardeel in de vorm van een besluit te krijgen.

4.3.1 Verschillen tussen project- en communicatiebesprekingen

Daarnaast wilde ik weten of bepaalde taalhandelingen bijvoorbeeld vaker projectbreed dan communicatiespecifiek voorkwamen. Komen bepaalde taalhandelingen bijvoorbeeld significant vaker voor bij het bespreken van de projecten? Of juist bij besprekingen van communicaties? Hiervoor heb ik per taalhandeling (wel of niet aanwezig) gekeken naar het communicatietype (projectbreed of communicatiespecifiek). De significanties moeten dan ook in dat licht geïnterpreteerd worden. De significante afwijkingen zijn in de onderstaande tabel grijs gemarkeerd.

Tabel 7. Frequenties (en kolompercentages) van taalhandeling, uitgesplitst per type bespreking

Taalhandeling	Frequentie (en percentage) per type bespreking		
	Projectbreed (N = 138)	Communicatiespecifiek (N = 315)	Totaal (N = 453)
Melden	104 (75.4%)	233 (74.0%)	337 (74.4%)
Vragen	28 (20.3%)	6 (21.0%)	94 (20.8%)
Voorstellen	9 (6.5%)	24 (7.6%)	33 (7.3%)
Probleem	12 (8.7%)	11 (3.5%)	23 (5.1%)
Antwoord	30 (21.7%)	74 (23.5%)	104 (23.0%)
Akkoord	6 (4.3%)	16 (5.1%)	22 (4.9%)
Niet akkoord	0 (0.0%)	2 (0.6%)	2 (0.4%)
Besluit actie	2 (1.4%)	5 (1.6%)	7 (1.5%)
Besluit doorschuiven	1 (0.7%)	2 (0.6%)	3 (0.7%)
Besluit delegeren	1 (0.7%)	1 (0.3%)	2 (0.4%)

Problemen laten als enige wel een significant verschil zien: zij komen vaker projectbreed voor dan communicatiespecifiek (χ^2 (1) = 5.39, p = .020). Problemen worden dus vaker besproken als het over projecten gaat. Ze zijn dus vaker overkoepelend van aard. Dit betekent eveneens dat deze problemen ook gelden voor de eventueel onderliggende communicatie-uitingen.

4.3.2 Verschillen tussen overleggen

Net als bij CP-thema's willen we ook bij taalhandelingen een specifieker beeld van de aantallen. Bestaan er verschillen tussen overleggen? Ik heb per overleg gekeken naar het voorkomen van de taalhandelingen. Dit is weergegeven in de onderstaande tabel (Tabel 8).

De testen die ik heb uitgevoerd zijn dus tien afzonderlijke testen, waarbij telkens de aanwezigheid van een taalhandeling (ja of nee) tegenover het overleg (1 (deel I), 1 (deel II), 2 of 3) is gezet. De significanties zijn dus ook op die manier tot stand gekomen. In de tabel zijn de afwijkende residuen gemarkeerd voor die taalhandelingen die een significant effect lieten zien.

De taalhandeling Voorstellen verschilt significant per overleg: χ^2 (3) = 14.83, p = .002. In overleg 1 (deel I) komen Voorstellen minder vaak voor dan in andere overleggen (residuwaarde -2.2). Ook in overleg 3 komt deze taalhandeling minder vaak voor dan verwacht (residuwaarde -2.0). Opvallend genoeg komt deze taalhandeling in overleg 1 (deel II) juist vaker voor dan in de andere overleggen (residuwaarde 2.7).

Ook de taalhandeling Akkoord verschilde per overleg: χ_2 (3) = 10.15, p = .017. In overleg 1 (deel I) kwam deze taalhandeling minder vaak voor dan verwacht (residuwaarde -2.0). In overleg 1 (deel II) wordt er juist vaker een Akkoord gegeven dan verwacht (residuwaarde 2.4). In beide overleggen is het dus zo dat als de taalhandeling Voorstellen minder voorkomt, de taalhandeling Akkoord ook minder voorkomt en vice versa.

In overleg 1 (deel I) komen de taalhandelingen Voorstellen en Akkoord significant minder vaak voor. Het type overleg biedt een mogelijke verklaring voor het verminderde voorkomen van deze taalhandeling. In een afdelingsoverleg waar de stand van zaken besproken wordt, is het niet ondenkbaar dat er minder voorstellen gedaan worden. Ook in overleg 3 kwamen Voorstellen minder voor, maar daar week Akkoord niet af ten opzichte van de andere overleggen. In overleg 1 (deel II) kwamen Voorstellen en Akkoord juist vaker dan gemiddeld voor. In dit overleg worden er dus meer ideeën bedacht.

In hoofdstuk 4.5 en 4.6 zal ik ingaan op wat dit betekent voor de afronding van de besprekingen.

Tabel 8. Frequenties (en kolompercentages) van taalhandelingen, uitgesplitst per overleg.

Taalhandeling	Frequentie (en percentage) per overleg				
	Overleg 1		Overleg 2	Overleg 3	Totaal
	Deel I (N = 96)	Deel II (N = 94)	(N = 95)	(N = 168)	(N = 453)
Melden	74 (77.1%)	61 (64.9%)	71 (74.4%)	131 (78.0%)	337 (74.4%)
Vragen	17 (17.7%)	25 (26.6%)	14 (14.7%)	38 (22.6%)	94 (20.8%)
Voorstellen	2 (2.1%)	13 (13.8%)	11 (11.6%)	7 (4.2%)	33 (7.3%)
Probleem	8 (8.3%)	5 (5.3%)	3 (3.2%)	7 (4.2%)	23 (5.1%
Antwoord	23 (24.0%)	26 (27.7%)	14 (14.7%)	41 (24.4%)	104 (23.0%)
Akkoord	1 (1.0%)	9 (9.6%)	7 (7.4%)	5 (3.0%)	22 (4.9%)
Niet akkoord	0 (0.0%)	2 (2.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.4%)
Besluit actie	0 (0.0%)	1 (1.1%)	2 (2.1%)	4 (2.4%)	7 (1.5%)
Besluit doorschuiven	2 (2.1%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (0.7%)
Besluit delegeren	0 (0.0%)	1 (1.1%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	2 (0.4%)

4.3.3 Diversiteit van een CP-themabespreking

Per CP-thema kan één taalhandeling voorkomen, maar er kunnen ook meerdere taalhandelingen gegeven worden. De verdeling van het aantal unieke taalhandelingen is in de onderstaande tabel weergegeven voor alle CP-themabesprekingen.

De informatie in de onderstaande tabel moet niet geïnterpreteerd worden als de lengte van het gesprek over het desbetreffende CP-thema. Taalhandelingen die meermaals voorkwamen zijn namelijk niet meegenomen in de dataset. Als ik het heb over het aantal taalhandelingen, heb ik het dus over het aantal unieke taalhandelingen. De tabel laat dus de diversiteit van een CP-themabespreking zien.

In de meeste gevallen (74.2%) bestaat de bespreking van een CP-thema uit één unieke taalhandeling. 16.1% bestaat uit twee unieke taalhandelingen en in 7.3% van de CP-thema's zijn er drie unieke taalhandelingen nodig. Het komt maar weinig voor dat er vier (2.2%) of zelfs zes (0.2%) unieke taalhandelingen gebruikt worden. Een bespreking met vijf unieke taalhandelingen komt niet voor.

Tabel 9. Frequenties (en kolompercentages) van het aantal unieke taalhandelingen.

Unieke taalhandelingen	Frequentie (en percentage) (N = 453)
1	336 (74.2%)
2	73 (16.1%)
3	33 (7.3%)
4	10 (2.2%)
5	0 (0.0%)
6	1 (0.2%)

Daarna heb ik gekeken hoe de taalhandelingen verdeeld waren over de eendelige, tweedelige, driedelige, vierdelige en zesdelige CP-themabespreking. Dit heb ik per taalhandeling bekeken. De significantiewaardes moeten dan ook in dat licht geïnterpreteerd worden. Residuen met een waarde lager dan -2.0 en hoger dan 2.0 zijn grijs gemarkeerd.

Tabel 10. Taalhandelingen, uitgesplitst over de taalhandelingscontexten.

Taalhandelingen	Aantal unieke taalhandelingen					
	1 (N = 336)	2 (N = 73)	3 (N = 33)	4 (N = 10)	6 (N = 1)	Totaal (N = 453)
Melden	305	5	23	3	1	337
Vragen	8	49	27	9	1	94
Voorstellen	4	18	5	5	1	33
Probleem	5	7	5	5	1	23
Antwoord	14	51	29	9	1	104
Akkoord	0	15	3	3	1	22
Niet akkoord	0	0	1	1	0	2
Besluit actie	0	1	4	2	0	7
Besluit doorschuiven	0	0	1	2	0	3
Besluit delegeren	0	0	1	1	0	2

Wanneer één van de taalhandelingen (wel/niet) tegenover een aantal unieke taalhandelingen gezet wordt, blijkt het verband in alle gevallen significant (Melden: χ^2 (4) = 233.22, p <.001, Vragen: χ^2 (34) = 272.22, p <.001, Voorstellen: χ^2 (4) = 93.86, p < .001, Probleem: χ^2 (4) = 79.58, p < .001, Antwoord: χ^2 (4) = 265.29, p < .001, Akkoord: χ^2 (4) = 90.60, p < .001, χ^2 (4) = 27.64, p < .001, Besluit actie: χ^2 (4) = 51.95, p < .001, Besluit doorschuiven: χ^2 (4) = 62.39, p = <.001, Besluit delegeren: χ^2 (4) = 27.64, p < .001).

De taalhandeling Melden blijkt significant vaker voor te komen in een context van één unieke taalhandeling. Melden komt in verhouding veel vaker wel dan niet voor in een context van één unieke taalhandeling in vergelijking tot contexten met meerdere unieke taalhandelingen (residuwaarde 13.5). Dit is aannemelijk, aangezien ik in mijn codeersysteem geen reactie voor melden heb gecodeerd. Het aantal keer Melden in een context met twee (residuwaarde -14.4) of vier unieke taalhandelingen (residuwaarde -3.3) is significant lager dan verwacht.

Als we kijken naar de andere taalhandelingen, zien we dat zowel Antwoord, Vragen, Voorstellen, Akkoord en Problemen het vaakst voorkomen in een context van twee unieke taalhandelingen (N = 73). Deze taalhandelingen komen dan ook significant vaker voor in een set van twee unieke taalhandelingen (residuwaardes respectievelijk 10.4, 10.7, 6.2, 6.8 en 2.7). Antwoorden en Vragen komen ook significant vaker voor in een context met drie unieke taalhandelingen (residuwaarde 9.2

en 9.0). Hetzelfde geldt voor een context van vier unieke taalhandelingen. Ook daar komen Antwoorden (residuwaarde 5.1) en Vragen (residuwaarde 5.5) significant vaker voor.

Antwoorden en Vragen komen dus voornamelijk voor in een context met meer dan één unieke taalhandeling. Toch zijn contexten met maar één unieke taalhandeling per definitie niet uitgesloten. Taalhandelingen kunnen namelijk verspreid over meerdere CP-thema's voorkomen. Hierdoor kan het zijn dat een vraag in een context van één unieke taalhandeling voorkomt, terwijl het antwoord van die vraag in een context van een andere unieke taalhandeling te vinden is (zie voorbeeld 30, p. 38). Het aantal Antwoorden en Vragen in een context met één unieke taalhandeling is significant lager (residuwaardes -16.1 en -16.3). Ook alle andere taalhandelingen komen significant minder vaak voor in een context met één unieke taalhandeling.

Problemen komen voor in alle verschillende taalhandelingscontexten. In een context met één unieke taalhandeling komen zij in verhouding echter minder vaak voor (residuwaarde -5.9). Bij drie en vier unieke taalhandelingen komen ze in verhouding juist vaker voor (residuwaarde 2.7 en 6.5).

Kortom: bij een lager aantal unieke taalhandelingen is de kans groter dat er zaken vermeld worden, terwijl bij langere besprekingen eerder vragen gesteld worden, antwoorden gegeven worden, voorstellen gedaan worden, akkoorden gegeven worden, en problemen beschreven worden. Met name vragen, antwoorden en problemen komen voor in meerdelige besprekingen.

Als je de taalhandelingen die als tweede paardelen voor zouden moeten komen, optelt, dan zie je dat maar veertien tweede paardelen voorkomen bij een eendelige CP-themabespreking. Bij de tweedelige besprekingen komen er 66 tweede paardelen voor, bij driedelige CP-themabesprekingen 39, bij vierdelige 18 en bij de zesdelige één. Omdat het totale aantal unieke taalhandelingen gebaseerd is op het aantal CP-themabesprekingen, betekent dit in de praktijk dat er bij eendelige besprekingen 336 taalhandelingen geteld worden. Bij 73 tweedelige besprekingen, worden er 146 taalhandelingen geteld. Als er namelijk 73 CP-themabesprekingen voorkomen met allemaal twee unieke taalhandelingen, zijn er dubbel zoveel taalhandelingen. Voor de driedelige besprekingen worden er met diezelfde logica drie keer zoveel taalhandelingen geteld ten opzichte van het totale aantal CP-themabesprekingen, et cetera.

Dit betekent dat eendelige CP-themabesprekingen in 4.2% van de gevallen een tweede paardeel bevatten, tweedelige in 45.2%, driedelige in 39.4%, vierdelige in 45.0% en zesdelige in 16.7%.

4.3.4 Komen bepaalde taalhandelingen in combinatie voor?

Waar we eigenlijk nieuwsgierig naar zijn, is of de taalhandelingen samen voorkomen in een bepaalde sequentie. Ik wilde weten of er 'logische' combinaties van paardelen voorkwamen (Mazeland, 2003). Komen vragen bijvoorbeeld vaker samen voor met antwoorden. En voorstellen met een (al dan niet) akkoord? Volgt er op een probleem een besluit (actie, doorschuiven of oplossing)? Kortom: komen taalhandelingen in logische paardelen voor? Op basis van de literatuur bestaat deze verwachting wel, maar zien we dat ook terug? Tijdens het codeerproces bleek dat mensen soms onverwachtse dingen doen in gesprekken. Soms reageren ze niet met het verwachte tweede paardeel, of spreiden paardelen zich uit over verschillende CP-thema's.

Ik heb daarom gekeken of taalhandelingen met elkaar correleerden. Hieronder zal ik alleen de correlaties met een correlatiecoëfficiënt lager dan -.5 en hoger dan .5 weergeven. Deze correlatiecoëfficiënt geeft immers aan dat de samenhang minimaal middelmatig is.

Taalhandelingen kwamen wel in combinaties voor. Zo werd er een hoge correlatie gevonden tussen Vragen en Antwoorden ($r(451) = .821$, $p < .001$). Dit betekent dus dat in veel van de CP-themabesprekingen waar een Vraag voorkomt, ook een Antwoord voorkomt en andersom: in veel van de gevallen waar een Antwoord voorkomt, komt een Vraag voor, namelijk in 93 van de 94 gevallen. Slechts één keer komt vragen niet met Antwoorden voor. Voor Antwoorden (N = 104) geldt dus ook dat er in de meeste gevallen een Vraag staat in dezelfde CP-themabespreking. In andere gevallen kwamen Antwoorden bijvoorbeeld voor in combinatie met een Voorstel of een Probleem.

Ook tussen Voorstellen en Akkoord bestond een hoge correlatie ($r(451) = .806$, $p < .001$). Voorstellen kwamen dan ook in tweederde van de CP-themabesprekingen voor met een Akkoord. In andere gevallen kwamen Voorstellen voor met een Antwoord of Probleem (Voor Voorstel met Probleem, zie voorbeeld 31, p. 39).

Voorstellen correleerden ook met Niet akkoord, maar deze correlatie vertoonde weinig samenhang ($r(451) = .238$, $p < .001$). Dat is niet vreemd: Niet akkoord komt wel vaak voor bij Voorstellen, maar Voorstellen komt niet in veel gevallen voor met Niet akkoord. Vaak komen Voorstellen namelijk samen voor met Akkoord. En het is minder waarschijnlijk dat er bij een Voorstel met Akkoord ook een Niet akkoord voorkomt. In het algemeen zullen Akkoord en Niet akkoord niet vaak binnen dezelfde CP-themabespreking voorkomen. Daarnaast kan het zijn dat er bij Niet akkoord meer 'ruis' is, doordat Niet akkoord niet het geprefereerde tweede paardeel is, waardoor er een voortzetting van het gesprek volgt (dus: meer taalhandelingen).

Problemen correleerden ook met de drie verschillende besluiten, maar deze correlaties waren laag. Dit kan komen, doordat het eerste paardeel Probleembeschrijving vaker voorkomt dan de passende tweede paardelen Besluit actie, Besluit doorschuiven en Besluit delegeren samen. Ook kan het zijn dat Probleembeschrijvingen veelal voorkomen in contexten waar naast Probleem en Besluit ook andere taalhandelingen voorkomen.

Melden correleerde negatief met andere taalhandelingen. Dit is bijvoorbeeld het geval bij Melden en Vragen ($r(451) = -.585$, $p = <.001$) en Melden en Antwoorden ($r(451) = -.654$, $p < .001$). Dat laat zich verklaren door het codeersysteem. Voor Meldingen heb ik immers geen tweede paardeel gecodeerd. Een logisch tweede paardeel zou een luisterbevestiging zijn, maar deze heb ik niet gecodeerd. Een 'logische' combinatie in mijn codeerset was dus dat er geen andere taalhandeling met Melden gecombineerd zou worden.

4.4 Is er een verband tussen de manier van bespreken en het thema waarover gesproken wordt?

Om te kunnen beantwoorden of er een verband is tussen de manier van bespreken en het thema waarover gesproken wordt, heb ik per taalhandeling gekeken naar het voorkomen van een taalhandeling (wel of niet) in combinatie met één van de CP-thema's (wel of niet). Zijn er CP-thema's die vooral gemeld worden? En zijn er CP-thema's die vooral geproblematiseerd worden? Significante

waardes moeten dan ook in dat licht geïnterpreteerd worden. De significante uitkomsten zijn in de onderstaande tabel (Tabel 11) grijs gemarkeerd.

Ik heb hierbij in eerste instantie gekeken naar de meest voorkomende CP-thema's. Dit zijn Thema (18.5%), Uitvoering (15.0%), Mediakanaal (12.4%), Timing eind (10.6%) en Contentformaat (9.3%). De andere CP-thema's kwamen allemaal in minder dan 6% van de gevallen voor.

Tabel 11. Frequenties (en kolompercentages) van taalhandelingen, uitgesplitst frequentste CP-thema's.

Taalhandeling	Frequenties (en percentages) van communicatieplanningsthema's				
	Mediakanaal (N = 56)	Contentformaat (N = 42)	Uitvoering (N = 68)	Thema (N = 84)	Timing eind (N = 48)
Melden	39 (69.6%)	38 (90.5%)	37 (54.4%)	77 (91.7%)	38 (79.2%)
Vragen	9 (16.1%)	2 (4.8%)	28 (41.2%)	8 (9.5%)	8 (16.7%)
Voorstellen	6 (10.7%)	2 (4.8%)	12 (17.6%)	0 (0.0%)	1 (2.1%)
Probleem	0 (0.0%)	1 (2.4%)	16 (23.5%)	2 (2.4%)	1 (2.1%)
Antwoord	12 (21.4%)	2 (4.8%)	28 (41.2%)	10 (11.9%)	11 (22.9%)
Akkoord	4 (7.1%)	1 (2.4%)	9 (13.2%)	0 (0.0%)	1 (2.1%)
Niet akkoord	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Besluit actie	1 (1.8%)	1 (2.4%)	2 (2.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Besluit doorschuiven	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Besluit delegeren	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

We zien dat Mediakanaal het vaakst voorkomt in Meldingen (69.6%), gevolgd door Antwoorden (21.4%). We zien echter geen verschillen in de mate waarin taalhandelingen voorkomen als we kijken naar het wel of niet voorkomen van dit gesprekstheme. Voor het CP-thema Timing eind geldt hetzelfde. Dit thema komt ook het vaakst voor bij Melden (79.2%) en Antwoorden (22.9%). Ook hier zijn er geen verschillen in de mate waarin taalhandelingen voorkomen ten opzichte van het wel of niet voorkomen van dit CP-thema.

Bij de andere frequente CP-thema's zagen we in enkele gevallen wel verschillen in de mate waarin taalhandelingen voorkwamen. Zo bleek Contentformaat bovengemiddeld vaak in Meldingen voor te komen (χ^2 (1) = 6.29, p = .012). Over Contentformaat werden significant minder vragen gesteld χ^2 (1) = 7.20, p = .007) en antwoorden gegeven (χ^2 (1) = 8.67, p = .003).

Thema laat eenzelfde tendens zien als Contentformaat. Ook dit CP-thema wordt vaker dan gemiddeld gemeld (χ^2 (1) = 16.15, p < .001) en komt significant minder vaak voor op andere taalhandelingen, zoals Vragen (χ^2 (1) = 7.90, p = .005), Voorstellen (χ^2 (1) = 8.10, p = .004), Antwoorden (χ^2 (1) = 7.12, p = .008) en Akkoord (χ^2 (1) = 5.26, p = .022).

Het CP-thema Uitvoering laat een andere tendens zien. Het CP-thema wordt vaak geproblematiseerd (χ^2 (1) = 56.53, p <.001). Daarnaast is Uitvoering ook vaker het onderwerp van Vragen (χ^2 (1) = 20.30, p < .001) en Antwoorden (χ^2 (1) = 15.01, p <.001) en van Voorstellen (χ^2 (1) = 12.72, p <.001) en Akkoord (χ^2 (1) = 12.16, p < .001). Ook bij Besluiten (Doorschuiven: χ^2 (1) = 6.32, p = .012; Delegeren: χ^2 (1) = 11.37, p = .001) komt Uitvoering vaker ter sprake. Het is dan ook niet opmerkelijk dat Uitvoering minder vaak vermeld wordt (χ^2 (1) = 16.77, p <.001).

De minder frequente CP-thema's heb ik niet opgenomen in de bovenstaande tabel, maar er zijn meer significanties te vinden. Met het CP-thema Taakverdeling (N = 22) wordt significant vaker Antwoord

gegeven (χ^2 (1) = 6.62, p = .010, residuwaarde 2.6). Het thema komt significant minder vaak voor in Meldingen (χ^2 (1) = 4.78, p = .029, residuwaarde -2.2).

Over het CP-thema Communicatieplanning (N = 18) wordt significant vaker een vraag gesteld (χ^2 (1) = 13.81, p <.001). Ook wordt dit thema bovengemiddeld vaak geproblematiseerd (χ^2 (1) = 7.75, p = .005). Minder vaak wordt er iets gemeld over dit CP-thema (χ^2 (1) = 8.83, p = .003). Niet zo vreemd, want antwoorden zijn in principe meldingen die als respons gegeven worden.

Daarnaast heb ik gekeken naar het gemiddelde aantal taalhandelingen dat voorkwam per CP-thema. Op deze manier kan ik herleiden welke CP-thema's het uitgebreidst besproken worden. Hoe meer taalhandelingen een CP-thema heeft, hoe uitgebreider (diverser) de bespreking.

Het aantal unieke taalhandelingen per CP-thema varieert tussen 1.000 (SD = .000) en 2.0157 (SD = 1.14). Een ANOVA liet zien dat er een significant verschil bestaat in het aantal unieke taalhandelingen tussen verschillende CP-thema's, F(18, 433) = 5.107, p <.001. Hierbij is CP-thema Missie en/of visie niet meegenomen, omdat deze in totaal maar één keer voorkomt.

Uit een post hoc analyse komt naar voren dat het CP-thema Uitvoering significant meer unieke taalhandelingen heeft dan Doelstelling (p = .008), Mediakanalen (p <.001), Contentformaten (p <.001), Mediakanalen en contentformaten (p <.001), Thema (p <.001) en Timing eind (p < .001). Het thema Uitvoering heeft dan ook gemiddeld het hoogste gemiddelde aantal unieke taalhandelingen (M = 2.0147, SD = 1.14).

Dat Uitvoering gemiddeld gezien met meer unieke taalhandelingen besproken wordt, is niet vreemd. Uitvoering kwam namelijk minder dan verwacht voor in Meldingen en bovengemiddeld vaak bij andere taalhandelingen. Bij Vragen gaat bijvoorbeeld 29.8% over Uitvoering en bij Antwoorden 26.9%. Voorstellen gaan in 36.4% over Uitvoering. Probleembeschrijvingen gaan zelfs in 69.6% over Uitvoering (zie voorbeeld 35, p. 40).

Andere CP-thema's vertoonden geen significante afwijkingen.

4.5 Wordt een CP-themabespreking afgerond?

Vervolgens heb ik gekeken naar de afronding van een CP-themabespreking. Dat een eerste paardeel gevolgd werd door een 'passend' tweede paardeel, betekende namelijk niet dat een CP-themabespreking ook daadwerkelijk afgerond werd. Er kwamen immers ook sequentiële verschuivingen en 'dubbele taalhandelingen' voor (zie hoofdstuk 3.5.4, p. 34). Bovendien komen er in een CP-themabespreking vaak meer dan twee unieke taalhandelingen voor en is de volgorde van taalhandelingen niet meer te achterhalen.

Ik heb onderscheid gemaakt tussen drie categorieën (afrondingsmogelijkheden), namelijk Compleet en afgerond, Incompleet en afgerond en Incompleet en niet afgerond (zie hoofdstuk 3.5.5, p. 39). In 87.4% van de CP-themabesprekingen was er sprake van een complete sequentie, waarbij het CP-thema succesvol afgerond werd. Dit waren grotendeels meldingen die één unieke taalhandeling hadden (67.3%). In 7.7% van de gevallen waren sequenties incompleet, maar werd het desbetreffende CP-thema wel succesvol afgerond. Dit waren veelal sequentiële verschuivingen. Slechts een klein deel (4.9%) van de CP-themabesprekingen werd niet afgerond. Deze CP-themabesprekingen waren logischerwijs ook incompleet (zie voorbeeld 35, p. 40).

Tabel 12. Frequenties (en kolompercentages) van afrondingsmogelijkheden.

Sequentiesoorten	Aantal (en percentage)
Compleet, afgerond	396 (87.4%)
Incompleet, afgerond	35 (7.7%)
Incompleet, niet afgerond	22 (4.9%)
Totaal	148 (100.0%)

4.5.1 Verschillen CP-thema's in afronding?

Ik heb daarna gekeken of er verschillen bestonden tussen de verschillende afrondingsmogelijkheden bij CP-thema's. Omdat Meldingen met één unieke taalhandeling (N = 305) bij voorbaat al afgerond waren, heb ik deze niet meegenomen in de vergelijking. In de onderstaande tabel heb ik deze groep voor de volledigheid wel weergegeven.

Tabel 13. Frequenties (en kolompercentages) van CP-thema's, uitgesplitst per afrondingsmogelijkheid.

CP-thema	Afgerond			Niet afgerond	Totaal
	Compleet, afgerond (N = 305)	Compleet, afgerond (N = 91)	Incompleet, afgerond (N = 35)	Incompleet, niet afgerond (N = 22)	(N = 453)
Doelstelling	6 (2.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (1.3%)
Tone-of-voice	3 (1.0%)	2 (2.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (1.1%)
Opmaak en/of ruimte	5 (1.6%)	1 (1.1%)	1 (2.9%)	1 (4.5%)	8 (1.8%)
Doelgroep	11 (3.6%)	2 (2.2%)	2 (5.7%)	0 (0.0%)	15 (3.3%)
Inhoud	12 (3.9%)	8 (8.8%)	2 (5.7%)	1 (4.5%)	23 (5.1%)
Mediakanaal	39 (12.8%)	7 (7.7%)	8 (22.9%)	2 (9.1%)	56 (12.4%)
Contentformaat	37 (12.1%)	3 (3.3%)	0 (0.0%)	2 (9.1%)	42 (9.3%)
Mediakanaal en contentformaat	19 (6.2%)	2 (2.2%)	2 (5.7%)	0 (0.0%)	23 (5.1%)
Timing begin	4 (1.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)
Timing eind	35 (11.5%)	9 (9.9%)	4 (11.4%)	0 (0.0%)	48 (10.6%)
Timing algemeen	4 (1.3%)	1 (1.1%)	1 (2.9%)	1 (4.5%)	7 (1.5%)
Vergadertijd	3 (1.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (0.7%)
Taakverdeling	10 (3.3%)	7 (7.7%)	4 (11.4%)	1 (4.5%)	22 (4.9%)
Uitvoering	25 (8.2%)	29 (31.9%)	3 (8.6%)	11 (50.0%)	68 (15.0%)
Effect	8 (2.6%)	2 (2.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	10 (2.2%)
Communicatieplanning	7 (2.3%)	9 (9.9%)	1 (2.9%)	1 (4.5%)	18 (4.0%)
Thema	70 (23.0%)	6 (6.6%)	6 (17.1%)	2 (9.1%)	84 (18.5%)
Missie en/of visie	1 (0.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.2%)
Initiatief	5 (1.6%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (1.3%)
Vindbaarheid	1 (1.6%)	2 (2.2%)	1 (2.9%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)

In de tabel (Tabel 13) heb ik de Meldingen met één unieke taalhandeling (N = 305) voor de volledigheid weergegeven. Meldingen met één unieke taalhandeling gaan het vaakst over Thema (18.5%), Mediakanaal (12.8%), Contentformaat (12.1%), Timing eind (11.5%) en Uitvoering (8.2%).

Van de 91 complete en afgeronde CP-themabesprekingen, vormt Uitvoering de grootste groep (31.9%). Daarna volgen Communicatieplanning (9.9%). Timing eind (9.9%). Inhoud (8.8%). Mediakanaal (7.7%). Taakverdeling (7.7%) en Thema (6.6%). Bij incomplete en afgeronde CP-

themabesprekingen (N = 35) werd er het vaakst over Mediakanaal (22.9%), Thema (17.1%), Timing eind (11.4%) en Taakverdeling gesproken.

Wat echter opvalt, is dat incomplete en niet afgeronde CP-themabesprekingen in de helft van de gevallen over Uitvoering gaan (50.0%).

Tussen de drie verschillende manieren van afronden werden geen significante verschillen gevonden voor de CP-thema's: χ_2 (30) = 35.67, p = .219.

4.5.2 Verschillen taalhandelingen in afronding?

Daarna heb ik gekeken of er verschillen in taalhandelingen bestaan in de afrondingsmogelijkheden. In eerste instantie heb ik gekeken naar verschillen in taalhandelingen tussen wel afgeronde CP-themabesprekingen (N = 431) en niet afgerond gezet (N = 22). In CP-themabesprekingen die afgerond worden, komen het vaakst meldingen voor (77.0%), gevolgd door Antwoorden (22.7%) en Vragen (19.7%). Probleembeschrijvingen blijven het vaakst van alle taalhandelingen onafgerond (45.5%). Ook Vragen (40.9%) en Voorstellen (27.3%) komen vaak voor in niet afgeronde CP-themabesprekingen.

Tabel 14. Frequenties (en kolompercentages) van gespreksafrondingen.

Taalhandeling	Afgerond			Niet afgerond	Totaal
	Compleet (N = 305)	Compleet, afgerond (N = 91)	Incompleet, afgerond (N = 35)	Incompleet, niet afgerond (N = 22)	(N = 453)
Melden	305 (100.0%)	26 (28.6%)	1 (2.9%)	5 (22.7%)	337 (74.4%)
Vragen	0 (0.0%)	76 (83.5%)	9 (25.7%)	9 (40.9%)	94 (20.8%)
Voorstellen	0 (0.0%)	17 (18.7%)	10 (28.6%)	6 (27.3%)	33 (7.3%)
Probleembeschrijving	0 (0.0%)	9 (9.9%)	4 (11.4%)	10 (45.5%)	23 (5.1%)
Antwoorden	0 (0.0%)	79 (86.8%)	19 (54.3%)	6 (27.3%)	104 (23.0%)
Akkoord	0 (0.0%)	12 (13.2%)	10 (28.6%)	0 (0.0%)	22 (4.9%)
Niet akkoord	0 (0.0%)	1 (1.1%)	1 (2.9%)	0 (0.0%	2 (0.4%)
Besluit actie	0 (0.0%)	7 (7.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (1.5%)
Besluit doorschuiven	0 (0.0%)	2 (2.2%)	1 (2.9%)	0 (0.0%)	3 (0.7%)
Besluit delegeren	0 (0.0%)	1 (1.1%)	0 (0.0%)	1 (4.5%)	2 (0.4%)

Vervolgens heb ik gekeken naar de verschillen tussen de drie afrondingsmogelijkheden wanneer de Meldingen met één unieke taalhandeling (N = 305) niet meegenomen worden. Er blijven dan 148 CP-themabesprekingen over. In complete en afgeronde CP-themabesprekingen komen Antwoorden (86.8%) en Vragen (83.5%) het vaakst voor.

Bij incomplete, maar afgeronde CP-themabesprekingen komen Antwoorden (54.3%), Voorstellen (28.6%) en Akkoorden (28.6%) het vaakst voor. Ook Vragen komen relatief veel voor (25.7%).

Incomplete en niet afgeronde CP-themabesprekingen zijn in de meeste gevallen Probleembeschrijvingen (45.5%) of Vragen (40.9%).

Daarnaast zien we weinig verschillen tussen kortere en langere besprekingen wat betreft compleetheid. Het verschil tussen wel en niet afgeronde CP-themabesprekingen komt immers tot stand door de eendelige Meldingen (N = 305). Gegevens zijn te vinden in de onderstaande tabel (Tabel 15).

Tabel 15. Frequenties (en kolompercentages) van aantal unieke taalhandelingen, gesplitst op afronding.

Aantal unieke taalhandelingen	Wel afgerond (N = 431)	Niet afgerond (N = 22)
1	324 (96.4%)	12 (54.5%)
2	67 (15.5%)	6 (27.3%)
3	30 (7.0%)	3 (13.6%)
4	9 (2.1%)	1 (4.5%)
6	1 (0.2%)	0 (0.0%)

4.5.3 Verschillen de overleggen in afronding?

Er bestaan nauwelijks verschillen tussen de overleggen bij afrondingen van CP-themabesprekingen. De Meldingen (N = 305) zijn voor het totaaloverzicht weergegeven in de onderstaande tabel. Hieraan zien we dat ongeveer tweederde van de CP-themabesprekingen in overleggen bestaat uit eendelige meldingen. In alle overleggen wordt meer dan 90.0% van de CP-themabesprekingen afgerond.

Tabel 16. Frequenties (en kolompercentages) van gespreksafrondingen per overleg

Overleg	Afgerond			Niet afgerond	Totaal
	Compleet (N = 305)	Compleet, afgerond (N = 91)	Incompleet, afgerond (N = 35)	Incompleet, niet afgerond (N = 22)	(N = 453)
Overleg 1 (deel I)	66 (21.6%)	13 (14.3%)	10 (28.6%)	7 (31.8%)	96 (21.2%)
Overleg 1 (deel II)	58 (19.0%)	23 (25.3%)	10 (28.6%)	3 (13.6%)	94 (20.8%)
Overleg 2	67 (22.0%)	18 (19.8%)	4 (11.4%)	6 (27.3%)	95 (21.0%)
Overleg 3	114 (37.4%)	37 (40.7%)	11 (31.4%)	6 (27.3%)	168 (37.1%)

4.6 Worden er beslissingen genomen bij CP-themabesprekingen?

Zoals we eerder in het methodehoofdstuk (hoofdstuk 3.5.4, p. 34) zagen, worden er soms ook besluiten genomen in sequenties waar andere taalhandelingen gecodeerd waren (zie voorbeeld 43). Het gaat in dit topic over de congrescommunicatie. Al snel blijkt er een probleem te zijn met de Uitvoering. De beoogde inhoud van de communicatie in combinatie met het moment waarop deze communicatie-uiting klaar moet liggen bij de drukker, zorgt voor een moeizaam werkproces. Om dit probleem op te lossen doet W een voorstel om het met de voorzitter van de organisatie [C14] te overleggen. Dit voorstel doet hij later nog een keer. Het akkoord dat J geeft op dit voorstel, impliceert dus dat de beslissing inderdaad doorgeschoven wordt. Qua taalhandelingen zijn hier echter Probleembeschrijving, Voorstel en Akkoord gecodeerd.

Voorbeeld 43. "Voorstel of doorschuiven?" uit observatie 1 (deel II), topic 6.

W: Je kunt ook met hem overleggen van ehm… Oké, kan ik die maandag voordat ik moet produceren jouw uiteindelijke speech inzien, want dat zal het moment zijn dat 'ie ultiem is.

M: Ja, precies.

[...]

W: Wacht. Wacht even. Ik wil er in ieder geval voor pleiten dat je even het overleg aangaat met [C14] van wat denk je zelf. Vind je dat datgene wat jij daar gaat zeggen aparte attentiewaarde heeft? Nodig heeft? En er zal op zich... Als hij zegt 'nee hoor, als ik maar een sfeerimpressie krijg van het congres, ben ik wel tevreden. En zoek voor dat maar iets anders.' Maar ik wil het gewoon even geregeld hebben, voor die tijd.

J: Ehm... Ja, is goed. Ik zal hem binnenkort wel dan het verhaal sturen voor zover ik nu heb.

Om die reden heb ik een inhoudelijke heranalyse gedaan. De CP-themabesprekingen waar al wel een besluit was gecodeerd, werden hier overgenomen.

Als eerste heb ik gekeken in hoeveel CP-themabesprekingen er een beslissing genomen moest worden. In de meeste gevallen bleek er geen beslissing nodig te zijn. De 305 meldingen met één unieke taalhandeling hebben bijvoorbeeld geen specifiek besluit nodig. Ook Vragen hebben in sommige gevallen voldoende aan een Antwoord en Voorstellen aan een goed- of afkeuring.

Bij 35 CP-themabesprekingen (7.7% van het geheel) bleek wel een beslissing noodzakelijk. Zoals ook in de onderstaande tabel te zien, wordt er in de meeste gevallen waar een besluit nodig is, ook daadwerkelijk een besluit genomen (85.7%). Er komen dus bijna drie keer zoveel besluiten voor dan de taalhandelingen deden vermoeden (zie Tabel 6, p. 52). Slechts in 14.3% van de CP-themabesprekingen waar een beslissing genomen moest worden, werd dit niet gedaan.

Tabel 17. Frequenties (en kolompercentages) van besluiten.

Besluiten	Frequentie (en percentage)
Besluit actie	19 (54.3%)
Besluit doorschuiven	8 (22.9%)
Besluit delegeren	3 (8.6%)
Geen besluit	5 (14.3%)
Totaal	35 (100.0%)

4.6.1 Verschillen CP-thema's bij besluiten?

Ik wilde niet alleen weten welke beslissingen er genomen werden, maar was met name benieuwd bij welke CP-thema's er een besluit werd genomen, en bij welke niet. In het overzicht in de onderstaande tabel (Tabel 18), zijn ook de CP-themabesprekingen opgenomen waar geen besluit nodig was (N = 418).

Besluiten om actie te ondernemen, werden het vaakst genomen wanneer er over de Uitvoering gesproken werd (31.6%). Andere besluiten tot actie werden genomen wanneer er over Inhoud (15.8%), Mediakanaal (10.5%), Taakverdeling (10.5%), Communicatieplanning (10.5%) en Thema (10.5%) gepraat werd.

Een besluit om er op een later moment nog eens naar te kijken, werd het vaakst over de Uitvoering gemaakt (75.0%), gevolgd door Opmaak en/of ruimte (12.5%) en Inhoud (12.5%). Delegeren gebeurt het vaakst bij de CP-thema's Uitvoering (66.7%) en Taakverdeling (33.3%).

Wat het meest in het oog springt, is dat in alle gevallen waar geen beslissing is genomen terwijl dit wel had gemoeten, dit bij gesprekken over de Uitvoering was (100.0%).

Tabel 18. Frequenties (en kolompercentages) van communicatieplanningsthema's, gesplitst over beslissingen.

CP-thema	Geen besluit nodig	Besluit nodig			
	(N = 418)	Geen besluit (N = 5)	Besluit actie (N = 19)	Besluit doorschuiven (N = 8)	Besluit delegeren (N = 3)
Doelstelling	6 (0,0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Tone-of-voice	5 (1.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Opmaak en/of ruimte	7 (1.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)
Doelgroep	15 (3.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Inhoud	19 (4.5%)	0 (0.0%)	3 (15.8%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)
Mediakanaal	54 (12.9%)	0 (0.0%)	2 (10.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Contentformaat	41 (9.8%)	0 (0.0%)	1 (5.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mediakanaal en contentformaat	23 (5.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Timing begin	4 (1.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Timing eind	47 (11.2%)	0 (0.0%)	1 (5.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Timing algemeen	7 (1.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Vergadertijd	3 (0.7 %)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Taakverdeling	19 (4.5%)	0 (0.0%)	2 (10.5%)	0 (0.0%)	1 (33.3%)
Uitvoering	49 (11.7%)	5 (100.0%)	6 (31.6%)	6 (75.0%)	2 (66.7%)
Effect	10 (2.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Communicatieplanning	16 3.8%)	0 (0.0%)	2 (10.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Thema	82 (19.6%)	0 (0.0%)	2 (10.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Missie en/of visie	1 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Initiatief	6 (1.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Vindbaarheid	4 (1.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

4.6.2 Bij welke taalhandelingen worden besluiten genomen?

Aangezien er bij deze codeerstap meer besluiten voorkwamen dan bij de taalhandelingen, was ik benieuwd bij welke taalhandelingen een besluit voor kon komen. Ik heb hierbij alleen gekeken naar alle contexten die een besluit nodig hadden (N = 35).

Tabel 19. Frequentie (en kolompercentage) van Taalhandelingen in situaties waar al of niet besluit genomen is.

Taalhandeling	Besluit nodig		
	Besluit genomen (N = 30)	Geen besluit genomen (N = 5)	Totaal (N = 35)
Melden	9 (30.0%)	2 (40.0%)	11 (31.4%)
Vragen	21 (70.0%)	2 (40.0%	23 (65.7%)
Voorstellen	9 (30.0%)	0 (0.0%)	9 (25.7%)
Probleembeschrijving	8 (26.7%)	5 (100.0%)	13 (31.7%)
Antwoord	22 (73.3%)	2 (40.0%)	24 (68.8%)
Akkoord	8 (26.7%)	0 (0.0%)	8 (22.9%)
Niet akkoord	1 (3.3%)	0 (0.0%)	1 (2.9%)
Besluit actie	7 (23.3%)	0 (0.0%)	7 (20.0%)
Besluit doorschuiven	3 (10.0%)	0 (0.0%)	3 (8.6%)
Besluit delegeren	2 (6.7%)	0 (0.0%)	2 (5.7%)

De taalhandelingen Antwoorden (73.3%) en Vragen (70.0%) kwamen het vaakst voor bij CP-themabesprekingen waar besluiten genomen werden. Ook Voorstellen (30.0%), Meldingen (30.0%),

Probleembeschrijvingen (26.7%) en Akkoord (26.7%) komen vaak voor als er besluiten genomen werden. Wanneer er geen besluit genomen werd terwijl dit wel nodig was, kwam in alle gevallen een Probleembeschrijving voor (100.0%). Ook Vragen (40.0%), Meldingen (40.0%) en Antwoorden (40.0%) kwamen voor.

Met deze informatie over besluiten, weten we dat alle vijf besprekingen die niet afgerond worden allemaal in elk geval een probleem beschrijven. Eerder zagen we al dat deze vijf CP-themabesprekingen over de Uitvoering gingen. Dit is opvallend, want we hebben ook gezien dat juist het CP-thema Uitvoering vaak in meerdelige CP-themabesprekingen besproken wordt. Dus hoewel er diverser over Uitvoering gepraat wordt, wordt een gesprek over dit CP-thema ook het vaakst niet afgerond. Toch is een niet afgeronde CP-themabespreking niet in alle gevallen even erg.

In voorbeeld 32 (p. 39) heeft N bijvoorbeeld hulp nodig bij de eerste review. Het spreekt voor zich dat die eerste review niet op het moment van het overleg moet plaatsvinden. En dat een besluit tot bijvoorbeeld doorschuiven niet genoemd wordt, betekent niet dat er niet op een later moment naar gekeken wordt. In dit geval kan het bijvoorbeeld goed zijn dat collega's te zijner tijd een mail ontvangen voor de review. Ook in voorbeeld 35 (p. 40) zien we dat het probleem onafgerond blijft. Toch wordt er voor het moment niet verder op ingegaan, ook niet door degene die het probleem in de eerste instantie deelde met de groep. Blijkbaar wordt er genoegen genomen met een onafgerond probleem. In andere gevallen is er ook weinig te veranderen aan de situatie, zoals in het onderstaande voorbeeld (voorbeeld 44). Er wordt gesproken over bepaalde teksten die nog even door een jurist bekeken moeten worden (mededeling over de Uitvoering). Dat er geen juristen beschikbaar zijn, is dan ook een Probleem. Maar wel een probleem dat buiten de macht van de gespreksdeelnemers ligt. In dit geval is er dan ook weinig te veranderen aan de situatie.

Voorbeeld 44. Onopgelost probleem uit observatie 1 (deel I), topic 15.

A: [...] Volgens mij zitten daar ook twee of drie onderwerpen bij die dit raken en die moeten nog even juridisch gecheckt worden...

I: Oké…

A: … En dat zijn eigenlijk met name voor de site. En die moeten dan terug ook naar Presenter. Wel interessante pagina's als het … Ook over transitievergoeding en de transitievergoedingsonderdelen die de WAB raken. Maar dit is ook even een reminder naar mezelf, dat ik even een jurist moet zien te vinden… Maar dat is op dit moment nog niet zo makkelijk.

De vijf CP-themabesprekingen waar een besluit genomen had moeten worden, zijn dus logischerwijs ook incompleet en niet afgerond. In totaal hadden we 22 incomplete en niet afgeronde CP-themabesprekingen. Dit betekent dat de andere zeventien incomplete en onafgeronde besluiten Vragen en Voorstellen bevatten, waar geen Antwoord of goed- of afkeuring op volgde. Bij deze CP-themabesprekingen miste dus het tweede paardeel.

4.6.3 Bestaan er verschillen tussen overleggen bij beslissingen?

De overleggen die ik heb geobserveerd, verschilden in bepaalde opzichten van elkaar. Was dit ook het geval bij de besluiten? In de onderstaande tabel (Tabel 20) worden de gegevens over besluitvorming weergegeven.

De overleggen zijn redelijk gelijk verdeeld in hoe vaak zij wel of niet een besluit nodig hebben. Binnen de CP-themabesprekingen waar wel een besluit nodig is, zien we wel kleine verschillen tussen de

overleggen. De CP-themabesprekingen die wel een besluit nodig hadden, maar geen besluit kregen, bevonden zich voornamelijk in overleg 1 (deel I). Dit is te verklaren door het type overleg. Het afdelingsoverleg was immers vooral bedoeld om even kort de huidige stand van zaken door te nemen. Dat er geen knopen definitief doorgehakt worden, is dus niet vreemd. Wel was het vollediger geweest om het besluit door te schuiven.

In overleg 1 (deel II) en overleg 3 worden vaak besluiten genomen. Besluiten tot actie worden het vaakst genomen in overleg 3 (52.6%) en Besluiten om door te schuiven komen het vaakst voor in overleg 1 (deel II). Dat er beslissingen genomen worden in een contentoverleg ligt binnen het verwachtingspatroon. Bij het plannen van de communicatie moeten immers knopen doorgehakt worden.

Tabel 20. Frequenties (en kolompercentages) van besluiten per overleg.

Overleg	Geen besluit nodig	Wel besluit nodig			
	(N = 418)	Geen besluit (N = 5)	Besluit actie (N = 19)	Besluit doorschuiven (N = 8)	Besluit delegeren (N = 3)
Overleg 1 (deel I)	85 (20.3%)	4 (80.0%)	3 (15.8%)	3 (37.5%)	1 (33.3%)
Overleg 1 (deel II)	87 (20.8%)	0 (0.0%)	2 (10.5%)	4 (50.0%)	1 (33.3%)
Overleg 2	89 (21.3%)	1 (20.0%)	4 (21.1%)	0 (0.0%)	1 (33.3%)
Overleg 3	157 (37.6%)	0 (0.0%)	10 (52.6%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)

5. Conclusie

Dit onderzoek is gebaseerd op een adviesvraag van de Contentkalender. De Contentkalender is een *start up* en is daardoor soms nog zoekende hoe hun applicatie het beste aansluit bij het werkproces van hun doelgroep en hoe zij daar zelf daarop succesvol kunnen inspelen. De organisatie streeft naar meer naamsbekendheid en uiteindelijk hogere omzetcijfers.

ADVIESVRAAG

Hoe kan de Contentkalender met haar applicatie beter aansluiten bij wat organisaties in de praktijk doen (of laten) bij communicatieplanning?

Kortom: hoe kan de organisatie inspelen op de vragen en behoeftes van (potentiële) klanten? En hoe kan de organisatie gerichter communiceren met een doelgroep die de applicatie waarschijnlijk gaat gebruiken? Wat maakt dat organisaties ervoor kiezen om de tool (al dan niet betaald) te blijven gebruiken? Om hier antwoord op te kunnen geven wilde de organisatie graag inzicht in het huidige gedrag van mensen: wat doen organisaties als zij hun communicatie plannen? En hoe ziet het proces van communicatieplanning eruit? De organisatie had namelijk zelf een beperkt beeld hiervan, en wil met nieuwe inzichten over communicatieplanning in de praktijk beter op de doelgroep kunnen inspelen. Doordat de Contentkalender al in een vrij vroeg stadium de behoefte naar meer inzicht in het communicatieproces kenbaar maakte, is de onderzoeksvraag vrij algemeen opgesteld:

ALGEMENE ONDERZOEKSVRAAG

Hoe plannen organisaties hun communicatie in de praktijk?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, heb ik bij verschillende organisaties een overleg voor communicatieplanning geobserveerd. Om daadwerkelijk gericht te kunnen onderzoeken, heb ik de onderzoeksvraag opgedeeld in verschillende, meetbare onderzoeksvragen. Dit zijn de volgende vragen:

ONDERZOEKSVRAGEN

1. Over welke thema's praten organisaties bij communicatieplanning?
2. Op welke manier praten organisaties over deze thema's?
3. Is er een verband tussen de manier van bespreken en het thema waarover gesproken wordt?
4. Hoe worden gesprekken over CP-thema's afgerond?

5.1 Communicatieplanning

Wat kunnen we na dit onderzoek zeggen over communicatieplanning in de praktijk? Om te achterhalen hoe organisaties in de praktijk communicatie plannen, heb ik drie overleggen geobserveerd. Eén van de overleggen bestond uit twee delen. Ik heb deze overleggen getranscribeerd, gesegmenteerd en gecodeerd: er waren in totaal 87 topics, waarin 453 CP-thema's aan bod kwamen. Per CP-themabespreking codeerde ik één of meerdere (unieke) taalhandelingen. In totaal kwamen er 627 taalhandelingen voor.

5.2 Communicatieplanningsthema's

Ik heb onderscheid gemaakt tussen 20 verschillende CP-thema's. De meest voorkomende CP-thema's waren Thema, Uitvoering, Mediakanaal, Timing eind en Contentformaat. Ik heb daarbij ook gekeken of CP-themabesprekingen vaak in combinatie voorkwamen bij een topicbespreking. Mediakanaal en Mediakanaal en contentformaten correleerden, maar hadden een middelmatige samenhang.

5.3 Taalhandelingen

Ook maakte ik onderscheid tussen 10 verschillende taalhandelingen die per CP-themabespreking aan bod konden komen. Ik wilde weten of er 'logische' combinaties van paardelen werden gebruikt (Mazeland, 2003). Dit bleek het geval. Zo werd er een hoge correlatie gevonden tussen Vragen en Antwoorden. Dit betekent dus dat in veel van de CP-themabesprekingen waar een Vraag voorkomt, ook een Antwoord voorkomt en andersom: in veel van de gevallen waar een Antwoord voorkomt, komt een Vraag voor. Ook tussen Voorstellen en Akkoord bestond een hoge correlatie. Voorstellen correleerden ook met Niet akkoord, maar deze correlatie vertoonden weinig samenhang. Dat is niet vreemd: Niet akkoord komt wel vaak voor bij Voorstellen, maar Voorstellen komt niet in veel gevallen voor met Niet akkoord. Vaak komen Voorstellen namelijk samen voor met Akkoord. En het is minder waarschijnlijk dat er bij een Voorstel met Akkoord ook een Niet akkoord voorkomt. In het algemeen zullen Akkoord en Niet akkoord niet vaak binnen dezelfde CP-themabespreking voorkomen. Daarnaast kan het zijn dat er bij Niet akkoord meer 'ruis' is, doordat Niet akkoord niet het geprefereerde tweede paardeel is, waardoor er een voortzetting van het gesprek volgt (dus: meer taalhandelingen).

Problemen correleerden ook met de drie verschillende besluiten (Besluit actie, Besluit doorschuiven, Besluit delegeren), maar deze correlaties waren laag. Dit kan komen, doordat het eerste paardeel Probleembeschrijving vaker voorkomt dan de passende tweede paardelen Besluit actie, Besluit doorschuiven en Besluit delegeren samen. Ook kan het zijn dat Probleembeschrijvingen veelal voorkomen in contexten waar naast Probleem en Besluit ook andere taalhandelingen voorkomen.

Melden correleerde negatief met andere taalhandelingen. Dat laat zich verklaren door het codeersysteem. Voor Meldingen heb ik immers geen tweede paardeel gecodeerd. Een logisch tweede paardeel zou een luisterbevestiging zijn, maar deze heb ik niet gecodeerd. Een 'logische' combinatie in mijn codeerset was dus dat er geen andere taalhandeling met Melden gecombineerd zou worden.

Ik keek ook naar het aantal unieke taalhandelingen dat per CP-themabespreking gebruikt werd. Dit aantal lag tussen de één en zes (met uitzondering van vijf), waarbij eendelige besprekingen het vaakst voorkomen. Zoals de correlaties ook doen vermoeden, komen bij eendelige CP-themabesprekingen het vaakst Meldingen voor. Bij meerdelige CP-themabesprekingen komen het vaakst taalhandelingen voor die een inhoudelijke reactie vormen of nodig hebben (of een inhoudelijke reactie zijn).

5.4 De manier waarop CP-thema's besproken worden

Uit het onderzoek kwam naar voren dat de CP-thema's Thema en Contentformaat significant vaker voorkomen in meldingen ten opzichte van andere taalhandelingen. Wanneer er gemeld werd, kwam

Uitvoering juist minder vaak voor dan verwacht. Dit CP-thema kwam vaker voor bij vragen, antwoorden, voorstellen, akkoorden en besluit delegeren. Maar in het bijzonder werd dit CP-thema vaak geproblematiseerd. CP-themabesprekingen over Uitvoering waren bovendien diverser: zij hadden gemiddeld genomen meer unieke taalhandelingen.

Ook minder frequente CP-thema's lieten in sommige gevallen significante verschillen zien. Het CP-thema Taakverdeling kwam bovengemiddeld vaak voor in Antwoorden en minder dan verwacht in meldingen. Over het CP-thema Communicatieplanning werd in verhouding vaak een vraag gesteld. Ook werd dit thema vaak geproblematiseerd.

5.5 Projectbrede of communicatiespecifieke besprekingen

Daarnaast heb ik gekeken naar verschillen tussen CP-themabesprekingen die over projecten gingen en CP-themabesprekingen die over communicatie-uitingen gingen. Was er verschil tussen projectbreed of communicatiespecifiek in CP-thema's of taalhandelingen?

Uit de analyse bleek dat de CP-thema's Contentformaat of Mediakanaal en contentformaat vaker communicatiespecifiek voorkwamen dan projectbreed. Als mensen bezig zijn met de planning van communicatie-uitingen, is het logisch dat zij praten over de manier waarop een communicatie-uiting bij de doelgroep terecht komt (het middel, kanaal of formaat). Een project daarentegen komt vaak niet direct bij de doelgroep terecht.

Timing algemeen en Timing begin kwamen juist vaker projectbreed voor. Ook dit is te verklaren: als mensen over een project praten, is het aannemelijk dat zij over de begintijd praten. Projecten worden vaak opgestart door bijvoorbeeld wijzigingen in de wet, of op verzoek van een opdrachtgever of leidinggevende binnen de organisatie. Dat is het moment waarop een project van start gaat. Binnen dat project worden communicatie-uitingen bedacht die op een bepaalde datum gepubliceerd moeten worden. Dat is de einddatum. Van een begindatum zal dus niet zo snel sprake zijn bij een communicatie-uiting.

Wat betreft de taalhandelingen vonden we dat Probleembeschrijvingen vaker bij gesprekken over projecten voorkwamen. Ze zijn dus vaker overkoepelend van aard. Dit betekent eveneens dat deze problemen ook gelden voor de eventueel onderliggende communicatie-uitingen.

5.6 Afronding

Het merendeel van de CP-themabesprekingen was compleet en afgerond. Hiervan bestond het grootste deel uit eendelige Meldingen over Thema, Mediakanaal, Contentformaat, Timing eind en Uitvoering. De meest frequente CP-thema's over het geheel, zagen we dus ook het vaakst terug bij complete en afgeronde CP-themabesprekingen.

Andere complete en afgeronde CP-themabesprekingen (meerdelige sequenties) gingen het vaakst over Uitvoering, Communicatieplanning, Timing eind, Inhoud, Mediakanaal en Taakverdeling. Succesvolle sequentiële verschuivingen van CP-thema's gingen het vaakst over Mediakanaal, Thema, Timing eind en Taakverdeling. Bij het CP-thema zagen we dat dit thema vaker dan gemiddeld voorkwam in Antwoorden (en niet in vragen).

Incomplete en niet afgeronde CP-themabesprekingen beschreven het vaakst een Probleem. In de meeste gevallen gingen incomplete en niet afgeronde besprekingen over de Uitvoering.

Toen ik later de overleggen heranalyseerde op besluiten, bleken er bijna drie keer zoveel besluiten genomen te worden dan de taalhandelingen deden vermoeden. Daarnaast bleef er een minimaal aantal gevallen over waar een besluit nodig was, maar niet genomen werd. In deze CP-themabesprekingen werd een probleem over Uitvoering beschreven. Deze CP-themabesprekingen zijn logischerwijze ook incompleet en niet afgerond.

In het algemeen kunnen we echter stellen dat beslissingen beperkt nodig zijn: slechts in 7.7% van de CP-themabesprekingen was een besluit nodig.

5.7 Overleggen

Door dit onderzoek zijn we ook iets wijzer geworden over overleggen waarin communicatie gepland wordt. Ik heb verschillende overleggen bijgewoond die allemaal in het teken stonden van communicatieplanning. Overleg 1 (deel I) typeerde zichzelf als afdelingsoverleg, overleg 2 als evaluatieoverleg en overleg 1 (deel II) en overleg 3 typeerden zichzelf als contentoverleg. In overleg 1 (deel I en II) werd niet met de Contentkalender gewerkt. Het tweede deel had wel een alternatieve contentkalender bij het overleg. In overleg 2 en 3 werd de Contentkalender gebruikt tijdens het overleg door alle aanwezige gespreksdeelnemers. Dit had ook invloed op de structuur van het overleg: in overleg 1 (deel I) vertelden alle aanwezigen over hun werkzaamheden. In overleg 1 (deel II) werd er aan de hand van grote projecten gekeken naar stappen die genomen waren of moesten worden genomen. In het tweede overleg werd per datum (terug)gekeken naar de bezigheden (communicatie-uitingen).

We zien allereerst verschillen tussen de duur van de overleggen en het aantal aanwezigen. In overleggen waar minder mensen aanwezig waren (drie tot vijf), nam een groter deel van deze aanwezigen ook deel aan een topicbespreking. Bij het overleg met twaalf aanwezigen, namen maximaal de helft ervan deel aan het gesprek.

De overleggen verschillen deels van elkaar als het gaat om de besproken CP-thema's. Zo kwam Timing eind in het eerste overleg (deel I) minder aan bod. Dit is niet heel gek als je kijkt naar het overlegdoel en de vorm van het overleg. Overleg 1 (deel I) was namelijk een afdelingsoverleg met als doel elkaar op de hoogte te brengen van de lopende zaken. In die lijn kan ook verklaard worden waarom er in dit overleg minder vaak Voorstellen en Akkoorden voorkomen.

In overleg 1 (deel II) wordt er vaker gepraat over Mediakanaal en contentformaat, terwijl dit CP-thema in het andere contentoverleg (overleg 3) juist minder vaak besproken wordt. In overleg 1 (deel II) komen ook Uitvoering en Thema minder vaak ter sprake. Naast dat het CP-thema Mediakanaal en contentoverleg in overleg 3 minder vaak voorkomt, komt ook Inhoud minder vaak voor. De verschillen tussen deze twee overleggen zijn opmerkelijk, aangezien beide overleggen zichzelf typeren als contentoverleg. In overleg 1 (deel II) worden CP-thema's bovendien vaker dan gemiddeld besproken met Voorstellen en Akkoord. In overleg 3 komt Voorstellen minder vaak voor.

In het tweede overleg wordt er bovengemiddeld vaak over Effect gesproken. Deze bevinding komt overeen met het bestaande beeld van het type overleg. Overleg 2 was namelijk een evaluatieoverleg.

Wat betreft afronding zien we weinig verschillen tussen de overleggen. De overleggen verschillen niet in de CP-themabesprekingen die wel en niet afgerond moeten worden. Ook waren er geen opvallende verschillen tussen de manier waarop overleggen hun CP-themabespreking afrondden.

Bij de besluiten was het voornamelijk opvallend dat overleg 1 (deel I) de meeste keren een CP-themabespreking had waar een beslissing niet genomen werd waar dit wel nodig was geweest. Terwijl in dit overleg niet meer CP-themabesprekingen voorkwamen die een besluit nodig hadden dan in de andere overleggen. Een mogelijke verklaring hiervoor is het overlegsoort: dit overleg is voornamelijk bedoeld om kort de huidige stand van zaken door te nemen. Dat er geen knopen doorgehakt worden, is dus niet vreemd.

Wat betreft topic-herhalingen laten de overleggen geen opmerkelijke verschillen zien. Wel zien we in overleg 2 veel “irrelevante thema’s”. Hier is geen duidelijke verklaring voor te vinden. Het afdelingsoverleg heeft de minste “irrelevante thema’s”, wat past bij het snelle karakter van het overleg waarin de huidige stand van zaken per medewerker besproken wordt.

6. Discussie

Dit exploratieve onderzoek heeft ons een aantal interessante inzichten geboden over hoe organisaties communicatie plannen in de praktijk. De literatuur over communicatieplanning bood vooral adviezen en richtlijnen over communicatiestrategie en -planning ('t Lam, 2000; Michels, 2006; Olsthoorn & Van der Velden, 2007; Revella, 2015; Wilson & Ogden, 2016; Post, 2019). Uit deze literatuur kon ik CP-thema's afleiden, maar niet overnemen. Ook heb ik codes voor CP-thema's afgeleid uit de applicatie van de Contentkalender. Andere codes voor CP-thema's zijn verkregen op basis van inzichten uit de transcripten van overleggen (inductief). Ook zijn bestaande CP-thema's op basis van deze inzichten gewijzigd.

Dat deze CP-thema's bovendien afhankelijk zijn van of er over een project of communicatie-uiting gepraat wordt, is een interessant gegeven dat uit dit onderzoek naar voren kwam.

Ook het kijken naar de manier waarop CP-thema's ter sprake werden gebracht, bleek een uitdaging. Literatuur over overleggen of vergaderingen gaf een beeld over de effecten (Kauffeld en Lehmann-Willenbrock, 2012) of doelen (Allen, Beck, Scott, & Rogelberg, 2014) van een overleg, maar bood onvoldoende handvatten om op basis daarvan te kijken naar de manier van CP-themabespreking. De manier waarop CP-thema's ter sprake werden gebracht, heb ik daarom bekeken door middel van taalhandelingen (Schegloff, 1968; Mazeland, 2003; Brinker & Sager, 2010). Elke taaluiting wordt gezien als handeling. Ik maakte hierbij een categorie voor eerste paardelen en tweede paardelen, aangezien eerste paardelen een normatief, sociaal mechanisme in gang zetten. Hoewel Mazeland (2003) stelt dat op een eerste paardeel een tweede paardeel moet volgen en dat deze taalhandelingen van hetzelfde paartype moeten zijn, bleek dit in de praktijk niet altijd het geval.

Soms werden Vragen (eerste paardeel) opgevolgd door Voorstellen (eerste paardeel), wat volgens de literatuur een onlogische combinatie is. In andere gevallen werden Probleembeschrijvingen (eerste paardeel) opgevolgd door een Voorstel (eerste paardeel) en een Akkoord (tweede paardeel), waarbij het Voorstel en Akkoord samen het besluit vormden. Er was daarmee sprake van 'dubbele' taalhandelingen (of: incongruentie). Mogelijkheden van dergelijke combinaties van taalhandelingen werden in literatuur niet genoemd, maar zijn niet onlogisch in de overlegcontext. In veel gevallen moet een besluit ook eerst als voorstel zijn intrede doen bij een bespreking met meerdere gespreksdeelnemers.

In literatuur werd er daarnaast beperkt informatie gegeven over overlegvormen en -stijlen. De meeste overleggen waren werkoverleggen waarin kort de voortgang besproken werd van projecten en communicatie-uitingen (Stevens, z.d.-1; Stevens, z.d.-2; Stevens, z.d.-3; 2Peak, 2015). In de praktijk bleken er wel degelijk verschillen te bestaan tussen overleggen. Alle overleggen voor communicatieplanning die ik heb geobserveerd, zijn inderdaad werkoverleggen. Dit onderzoek geeft echter aanleiding om aan te nemen dat er wel verschillende subcategorieën van werkoverleggen voor communicatieplanning bestaan. Vervolgonderzoek kan uitwijzen of en hoeveel categorieën er te onderscheiden zijn en wat dit betekent voor het bespreken van CP-thema's en de manier van bespreken (taalhandelingen).

Dit onderzoek heeft ons kennis opgeleverd hoe communicatieplanning er in de praktijk uit ziet: we weten nu welke thema's er voorkomen en op welke manier deze besproken worden. Ook hebben we

meer inzicht in verschillen tussen project- en communicatiebesprekingen. Bovendien geven de resultaten aanleiding om aan te nemen dat het soort overleg van invloed kan zijn op de bespreking. Daarnaast heeft het onderzoek een manier opgeleverd om communicatieplanning in de praktijk te kunnen analyseren (codeersysteem). Iets wat ingewikkelder bleek dan aanvankelijk verwacht en wat ook zeker als opbrengst van dit onderzoek gezien kan worden.

Dit onderzoek moet dan ook gezien worden als basis voor een eerste beeldvorming van communicatieplanning in de praktijk. Met vervolgonderzoek met een grotere dataset kunnen CP-thema's en taalhandelingen in de toekomst gespecificeerd worden. Een interessante invalshoek zou zijn om niet de CP-thema's als basis te laten gelden voor de analyse, maar juist de taalhandelingen. Op die manier kunnen herhalingen van taalhandelingen, of deze nu wel of niet inhoudelijk van aard zijn, meegenomen worden en kan er gekeken worden naar het echte aantal taalhandelingen en de daadwerkelijke interactielengte (in plaats van het aantal unieke taalhandelingen).

Zoals elk onderzoek kent ook dit onderzoek zijn beperkingen. Zo bleek het lastig om genoeg deelnemers te vinden. Niet elke organisatie heeft een communicatieplanning en niet elke organisatie met een communicatieplanning heeft een overleg. En niet alle organisaties met een communicatieplanning en een overleg stelden een observant op prijs. Sommige organisaties waren bijvoorbeeld net bezig met grootschalige, interne veranderingen, waardoor een observatie niet paste binnen de tijd voor mijn onderzoek. Bij andere organisaties werd een overleg slechts één keer per maand gehouden. Bovendien is de decembermaand en de aanloop daar naartoe voor veel organisaties de drukste tijd van het jaar. Niet alleen moet er veel gecommuniceerd worden, maar ook moeten er vaak al dingen voor het komende jaar bepaald worden. Daarnaast vonden de overleggen bij de meeste organisatie op maandag plaats.

Uiteindelijk kon ik slechts drie van de vijf organisaties meenemen in mijn analyse. Zowel het observeren, als het transcriberen en het opzetten van een codeersysteem bleken tijdrovende activiteiten. Toch is het in het kader van het type onderzoek geen beperking dat er slechts drie observaties meegenomen zijn. Zij genereerden een relatief omvangrijke dataset die voor het onderzoeksdoel (verkennen en inventariseren) meer dan voldoende was.

In retrospect had het CP-thema Vergadertijd niet meegenomen moeten worden in de analyse. Om te inventariseren waarover organisaties vooral spraken tijdens communicatieplanning, was dit CP-thema een interessant gegeven. Echter, het CP-thema is eigenlijk projectoverstijgend en daarmee overlegbreed. Hierdoor kon dit CP-thema niet geïnterpreteerd worden.

We weten door dit onderzoek dat overleggen in zekere zin behoorlijk functioneel zijn. Het overleg wordt in het algemeen beschouwd als een moment van elkaar op de hoogte brengen. Problemen worden dan ook in veel gevallen niet tijdens een overleg besproken als dat niet strikt noodzakelijk is. Wel komen er veel Vragen en Antwoorden voor in overleggen. Voor vervolgonderzoek is het interessant om bijvoorbeeld Vragen en Antwoorden nader te bekijken om daarmee verder te onderzoeken welke soorten vragen er te onderscheiden zijn en welke functie deze vervullen in een overleg.

6.1 Aanbevelingen aan de Contentkalender

De Contentkalender biedt organisaties een manier om meer overzicht te in hun taken te verkrijgen en om de processen rondom hun communicatieplanning te optimaliseren. De Contentkalender biedt hiervoor een (gelijknamige) *web based* applicatie aan. De organisatie wilde graag meer kennis over communicatieplanning om op die manier haar applicatie en communicatie beter te laten aansluiten op de behoeften van hun klanten. De aanbevelingen heb ik opgedeeld in twee categorieën, namelijk een categorie specifiek op de applicatie gericht en een categorie op de communicatie gericht. De aanbevelingen uit de tweede categorie zouden ook door andere organisaties ter harte genomen kunnen worden om daarmee hun eigen communicatieplanning te optimaliseren.

6.1.1 Aanbevelingen specifiek voor de Contentkalender (applicatie)

Om beter aan te sluiten op wat organisaties in de praktijk doen, is het raadzaam bepaalde presets in te stellen in de applicatie. Elke organisatie praat over Mediakanalen en Contentformaten. Onder deze categorie zouden dan ook alvast een aantal veel gebruikte kanalen en formaten ingevuld kunnen worden. Dit scheelt de gebruiker tijd en maakt het aanmaken van communicaties in de Contentkalender makkelijker.

Ook moet de Contentkalender zich afvragen of Budget in de applicatie van toegevoegde waarde is, aangezien er bij overleggen niet over gesproken wordt. Wanneer de Contentkalender “Budget” behoudt in de applicatie, doet de organisatie er goed aan om te heroverwegen waaraan gebruikers “Budget” moeten toekennen. Momenteel kennen organisaties “budget” aan een specifieke actie toe, maar komt dit overeen met de werkwijze van organisaties? Hiervoor is meer kennis nodig: bepalen organisaties hun Budget per uitgevoerde handeling, per communicatie-uiting of per project?

Het zou helpen beginmomenten van Projecten in de kalender te markeren, of de duur van een project weer te geven wanneer een gebruiker van de applicatie een communicatie-uiting aanmaakt. Bij projecten wordt immers vaak gesproken over een beginpunt. Bij zowel gesprekken over projecten als over communicatie-uitingen wordt gesproken over een eindtijd. In overleggen zagen we bovendien dat er met enige regelmaat een communicatie-uiting verschoven wordt. Omdat projecten en communicatie-uitingen onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn, is het voor gebruikers fijn een overzicht te hebben van waar binnen de projectperiode een communicatie-uiting zich bevindt. Op deze manier kan bij een verschuiving direct gezien worden hoeveel ruimte er binnen de duur van het project nog beschikbaar is.

6.1.2 Aanbevelingen voor communicatie ten behoeve van het gebruik van de applicatie

De Contentkalender dient daarnaast via communicatie in te spelen op een aantal aspecten van de applicatie die bij gebruikers onbekend zijn. Voorbeelden hiervan zijn een werkverdeling maken via acties, waarmee een duidelijk to-do-lijstje ontstaat en het toevoegen van iconen aan mediakanalen.

De Contentkalender moet in communicatie-uitingen ook inspelen op het belang van een contentoverleg. Bij het vinden van respondenten, bleken veel organisaties geen overleg voor communicatieplanning te hebben. De applicatie alleen kan echter geen wonderen verrichten bij organisaties. Er moet binnen een organisatie ook voldoende gecommuniceerd worden over de communicatieplanning. Hiervoor is het handig één centraal moment te kiezen, zodat iedereen op de hoogte is van de stand van zaken. Op die manier is iedereen op de hoogte wie er eventueel waarmee

vastloopt, en wat dit betekent voor de eigen werkzaamheden (vaak werken er meerdere medewerkers mee aan een communicatie-uiting). Ook kan er op deze manier gezamenlijk bepaald worden wat een organisatie doet met niet communicatie-uitingen die op de planning stonden, maar niet gepubliceerd zijn.

In deze communicaties kan de Contentkalender verschillende aspecten benoemen, namelijk: aantal deelnemers, verschillende 'subgenres' en wat deze betekenen voor de CP-thema's die besproken worden. Als organisaties zich in een overleg bewust zijn van het doel van hun overleg, kunnen zij met die kennis een overleg voeren en vormgeven. Kortom: zij zullen daarmee efficiënter en effectiever communiceren.

Daarnaast kan de Contentkalender klanten attenderen op de verschillende invalshoeken van overleggen, waarbij de organisaties zelf een passende manier kunnen bepalen voor hun organisatie. Een overleg kan namelijk in de vorm van een *stand up* zonder kalender, maar ook met een communicatieplanning bij de hand. Overleggende organisaties kunnen de werkzaamheden per persoon bespreken, op datum van de communicatie-uitingen of per project.

7. Literatuur

2Peak (2015, 5 november). Welke vergaderstijlen zijn te onderscheiden? *2Peak* Geraadpleegd 09-10-2019 via https://2peak.nl/welke-vergaderstijlen-zijn-te-onderscheiden/

Allen, A., Beck, T., Scott, C., Rogelberg, S.G. (2014). Understanding workplace meetings: A qualitative taxonomy of meeting purposes. *Management research review*, 37 (9), 791 - 814.

Calabretta, G., Gemser, G., Wijnberg, N.M. (2017). The interplay between intuition and rationality in strategic decision making: a paradox perspective. *Organization Studies*, 38(3-4), 365-401.

Communicatie Kenniscentrum (z.d.). Actie, campagne of strategie? Geraadpleegd 30-09-2019 van https://communicatiekc.com/actie-campagne-of-strategie/

Ensie (2017a, 10 mei). Communicatiestrategie. Geraadpleegd op 28-09-2019 van: https://www.ensie.nl/communicatie-handboek/communicatiestrategie

Ensie (2017b, 7 juni). Communicatieplanning. Geraadpleegd 30-09-2019 van https://www.ensie.nl/jim-emanuels/communicatieplan

Kauffeld, S., Lehmann-Willenbrock, N. (2012). Meetings matter: Effects of team meetings on team and organizational success. *Small group research*, 43 (2), 130-158.

Marketingportaal (z.d.) Communicatiestrategie. Geraadpleegd 28-09-2019 van https://www.marketingportaal.nl/communicatie/communicatiestrategie-2/

Mazeland, H.J. (2003). *Inleiding conversatieanalyse*. Bussum: Coutinho.

Michels, D. J. (2006). *Communicatie handboek*. Groningen, The Netherlands: Wolters Noordhoff bv.

Olsthoorn, A. C., Van der Velden, J. H. (2007). *Elementaire Communicatie*. Utrecht: Thieme Meulenhoff.

Post, L.C. (2019). Communicatieplanning, een 'uitgewerkt plan' of 'staat op de planning'? Een analyse van hoe richtlijnen voor het gebruik van een communicatieplanning vorm krijgen. Universiteit Utrecht: Masterscriptie Communicatie- en Organisatiewetenschappen.

Revella, A. (2015). *Buyer Personas. How to gain insight into your customer's expectations, align your marketing strategies, and win more business*. Canada: John Wiley & Sons.

Schegloff, E.A. (1968). Sequencing in conversational openings. *American Anthropologist*, 70, 1075 - 1095.

Stevens, J. (z.d. – 2). Werkoverleg. Geraadpleegd 11-10-2019 van https://www.desteven.nl/training-coaching-vraagbaak/communicatie-intern/overlegvormen-organisaties/werkoverleg

Stevens, J. (z.d. – 3). Afdelingsoverleg of afdelingsvergadering. Geraadpleegd op 11-10-2019 van https://www.desteven.nl/training-coaching-vraagbaak/communicatie-intern/overlegvormen-organisaties/afdelingsoverleg

Stevens, J. (z.d. -1). Overlegvormen en overlegstructuren binnen organisaties. Geraadpleegd op 11-10-2019 van https://www.desteven.nl/training-coaching-vraagbaak/communicatie-intern/overlegvormen-organisaties

't Lam, P. (2000). *Werkboek Communicatieplanning. Het communicatieplan: stappen, kernvragen en elementen*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Wilson, L.J. , Ogden, J.D. (2016). *Strategic Communications. Planning for public relations and marketing* (6e editie). Dubuque: Kendall Hunt Publishing Company.

Bijlage 1. Benaderingen voor observatie

A Bericht Yammer (intern), 16 oktober 2019

Tabitha Oosting, October 16 at 04:32 PM

Hee hallo allemaal,

Inmiddels loop ik hier dus anderhalve maand rond. De tijd vliegt. En die weekly's zijn er dan ook niet helemaal van gekomen... Sorry, ik zal binnenkort eten meenemen om het goed te maken. De "Twentse Stierenballen" vielen de vorige keer best in de smaak, toch?

En nu ik dan toch jullie aandacht heb...
Zoals veel mensen vast wel weten, loop ik stage bij de Contentkalender. Ik werk deels mee, en schrijf deels mijn afstudeeronderzoek. En ik hoopte dat jullie me misschien konden helpen met organisaties vinden voor mijn afstudeeronderzoek. Dat onderzoek heeft alles te maken met communicatieplanning. En om dat te kunnen onderzoeken, zou ik graag in verschillende organisaties een keer meekijken bij een (content- of redactie)overleg. Kennen jullie misschien nog organisaties die hier wel voor openstaan? Het mogen organisaties zijn die met de Contentkalender werken, maar dit hoeft niet. Organisaties die mee willen werken, kunnen contact met me opnemen via t.oosting@contentkalender.nl of +316 526 58 114

Alvast bedankt!

PS: Even voor de goede orde. De "Twentse stierenballen" waren eigenlijk gewoon speculaastruffels. Voor iedereen die ze ook wil maken: https://www.keukenliefde.nl/speculaastruffels/

B Nieuwsbrief, 17 oktober 2019

Een Facebookbericht hier, een LinkedInbericht daar. Oh, en ook nog even een nieuwsbrief. In de alledaagse werkzaamheden is het soms moeilijk om structuur te ontdekken. Gelukkig maak jij die structuur zelf. En de Contentkalender? Die faciliteert waar hij kan. Daarom gaan wij een paar dingen wijzigen.

Campagnes > Projecten

Vanaf nu werk je in de Contentkalender niet meer met campagnes, maar met projecten. We hebben het even nagevraagd en campagnes dekt niet helemaal de lading. Projecten wel, denken we. Alles blijft hetzelfde, alleen de naam verandert.

Kernbehoeften > Subdoelgroepen

Aan wie richt jij je berichten? Soms is dat voor een hele doelgroep, maar soms juist voor een gedeelte van je doelgroep. Ook dat wil je kwijt in de Contentkalender. En dat kan nu. Deel je doelgroepen op in subdoelgroepen. Je campagne richt je op een doelgroep en per communicatie kan je een subdoelgroep kiezen. En richt je de communicatie op de hele doelgroep, dan laat je het veld 'Subdoelgroep' lekker leeg. Zo krijg jij het overzicht wat je wil, hoe je het wil.

Feestdagen > Bijzondere dagen

Feestdagen die je zelf toevoegt, worden bijzondere dagen. Omdat nu eenmaal niet alle bijzondere dagen ook feestelijk zijn. Niet iedere dag is een feestdag, maar iedere feestdag is wel een bijzondere dag. Daarom veranderen we de naam. De rest blijft hetzelfde. Klik op jouw initialen > 'Instellingen' > 'Bijzondere dagen'.

Wil jij ons helpen?

Jou helpen overzicht te krijgen in je werkzaamheden, dat is onze missie. We doen ons best om te blijven verbeteren, zodat jij nog meer overzicht krijgt. Niet alleen door onze applicatie te verbeteren, maar ook door onze kennis over communicatieplanning te vergroten. Tabitha Oosting doet momenteel onderzoek naar communicatieplanning als onderdeel van haar Master. Hiervoor kijkt ze graag in verschillende organisaties mee bij een (content)overleg. Wil je hieraan meewerken? Neem dan nu contact op met Tabitha Oosting via +316 526 58 114 of tabitha.oosting@contentkalender.nl.

Wat vind jij van de wijzigingen? We zijn erg benieuwd. Klik op je initialen in de rechterbovenhoek en ga naar 'Feedback' om jouw mening te laten horen. Wil je meer weten, of heb je nog andere vragen? Mail mij: luuk.post@contentkalender.nl of neem even contact met ons op: +316 158 678 85. We helpen je graag verder met het verbeteren van jouw communicatieplanning.

Tot mails,
De Contentkalender

C LinkedIn Bericht Persoonlijk, 27-11-2019

Tabitha Oosting
Studente MA Communicatie & Organisatie
1 w • Bewerkt •

Contentoverleg, redactievergadering of planningsbijeenkomst. Het maakt mij niet uit hoe je het noemt, maar heb je nu met enige regelmaat zo'n overleg? Of zit je in een organisatie waar een contentoverleg plaatsvindt? Misschien kun je me dan helpen.

Momenteel loop ik voor mijn Master Communicatie- en Organisatiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht stage bij de Contentkalender. Tijdens deze stage werk ik mee in de organisatie en voer ik daarnaast een onderzoek uit. Dit onderzoek gaat over communicatieplanning. Er is namelijk een aantal adviezen voor communicatieplanning, maar er is weinig bekend over wat mensen nu écht doen als zij communicatie plannen. Daarom zou ik graag op korte termijn bij verschillende organisaties een keer meekijken bij een contentoverleg (en achteraf nog een paar vragen stellen).

Zit jij nu wekelijks (of maandelijks) in zo'n overleg? En mag ik op korte termijn wel een keer meekijken? Dan hoor ik graag van je. Mail naar tabitha.oosting@contentkalender.nl.

#communicatieplanning #onderzoek #contentoverleg #contentkalender #hulp #redactievergadering

9 • 2 commentaren

D LinkedIn Bericht Contentkalender, 27-11-2019

Geplaatst door Tabitha Oosting • 27-11-2019 •••

Contentkalender
168 volgers
1 w •

Jou helpen overzicht te krijgen in je werkzaamheden, dat is onze missie. We doen ons best om te blijven verbeteren, zodat jij nog meer overzicht krijgt. Niet alleen door onze applicatie te verbeteren, maar ook door onze kennis over communicatieplanning te vergroten. Tabitha Oosting doet momenteel onderzoek naar communicatieplanning als onderdeel van haar master. Hiervoor kijkt ze graag op korte termijn in verschillende organisaties mee bij een (content)overleg. Wil jij ons helpen met het onderzoek naar communicatieplanning? Neem dan contact op met Tabitha via tabitha.oosting@contentkalender.nl

#communicatieplanning #ontwikkeling #kennis #contentoverleg #vergadering #onderzoek

Tabitha Oosting
Studente MA Communicatie & Organisatie
1 w • Bewerkt •

Contentoverleg, redactievergadering of planningsbijeenkomst. Het maakt mij niet uit hoe je het noemt, maar heb je nu met enige regelmaat zo'n overleg? Of zit je in een organisatie waar een contentoverleg plaatsvindt? Missc ... meer weergeven

Bijlage 2. Topiclijst gestructureerde observatie

Mensen en Tijdsduur

Hoeveel mensen zijn er aanwezig?

Zijn er één of meerdere Presenter-collega's aanwezig?

Ja
Nee

Wanneer is de vergadering (dag, tijdstip)?

Hoe lang duurt de vergadering?

Over de vergaderstijl of -vorm

Wat zijn de agendapunten tijdens deze vergadering?

Welk van de volgende onderdelen komen aan bod in het overleg?

- Werk- en taakverdeling
- Doorspreken van voortgang van projecten
- Evaluatie van projecten
- Werkwijze rond nieuwe projecten bepalen
- Planning voor komende weken (wie doet wat)
- Informatie van hogeraf delen/bekendmaken
- Bijzonderheden (verlofdagen, vakantie, ziekte)
- Anders, namelijk

Welke vergaderstijl hanteert deze vergadering? (wat komt het dichtst in de buurt?)

- Presentatie
  (mensen op de hoogte brengen, aankondigen, besluit – luisteren + vragen stellen)
- Brainstormsessie
  (open, out-of-the-box, creativiteit, vaak geen agenda)
- Puntsgewijs besluitvormend
  (veel aandacht deelnemers, belangrijke beslissingen)
- Repetitief informerend
  (update geven van relevante ontwikkelingen, bijv. dagstart)
- Instructie
  (taken & activiteiten uitgelegd)

Communicatie plannen

Wordt er concreet communicatie gepland tijdens de vergadering?

Ja
Nee

Waar in het communicatieplanningsproces bevindt de organisatie zich?

- Voor campagne
  (dus campagnes worden besproken tijdens deze vergadering)
- Begin
  (dus ten minste campagne wordt besproken, misschien ook globale communicaties)
- Middenin
  (dus ten minste communicatie wordt besproken)
- Eind
  (dus evalueren van afgelopen campagne, misschien globaal nieuw plan opzetten)

Wordt de Contentkalender gebruikt tijdens de vergadering?

Nee (Dan in vervolggesprek naar vragen)
Ja > Geprojecteerd op groot scherm
Ja > Iedereen voert / meerdere mensen voeren zelf in CK in
Ja > Eén iemand voert centraal in

Worden er andere tools gebruikt tijdens de vergadering?

Nee (dan in vervolggesprek naar vragen)
Ja > Geprojecteerd op groot scherm
Ja > Iedereen voert / meerdere mensen voeren zelf in CK in
Ja > Eén iemand voert centraal in
Bij ja: Welke?

Zijn er ook 'elementen' die verkeerd gebruikt worden? (opschrijven welke) – kan in CK, kan genoemd

Komen de volgende thema's aan bod?

STRATEGIE (COMMUNICATIE – DOEL)

Ja
Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee
Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee
Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

STRATEGIE- EN TACTIEKBEPALING (COMMUNICATIE – AANTALLEN)

Ja
Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee
Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee
Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

DOEL(STELLING)EN

Ja
Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee
Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee

Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

D O E L G R O E P E N

Ja

Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee

Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee

Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

B O O D S C H A P

Ja

Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee

Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee

Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

COMMUNICATIEMIDDELEN (KANAAL)

Een organisatie moet ook nadenken over het kanaal waar ze haar communicaties wil plaatsen. Dit is het mediakanaal. Denk hierbij bijvoorbeeld aan LinkedIn, Facebook, Twitter, etc.

Ja

Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee

Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee

Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

CONTENTFORMATEN

Het format van de boodschap. Voor een organisatie is het handig na te denken over de manier waarop zij hun boodschap willen presenteren. De vorm van het bericht. Dit kan een foto zijn, maar ook een video, infographic, een blogtekst, etc. Zowel het contentformaat als de mediakanalen zijn afhankelijk van het doel van de organisatie en de kernbehoefte die zij wil vervullen.

Ja
Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?
Nee
Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?
- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?
Nee
Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?
- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

ACTIVITEITENPLANNING

Ja
Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?
Nee
Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?
- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee
Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

B U D G E T

Ja
Nee

Wordt er teruggekoppeld naar ander thema/eerder thema, of gerelateerd aan iets anders?

Nee
Ja (Welke?)

Hoeveel discussie vindt er plaats?

- 1 = topic ongenoemd
- 2 = topic genoemd
- 3 = topic genoemd + argument
- 4 = topic genoemd + argument + discussie

Hoeveel mensen praten mee over dit thema?

Wordt er een besluit genomen?

Nee
Ja (welke)

Hoe worden beslissingen genomen?

- Unaniem (iedereen stemt er mee in)
- Consensus (niemand heeft principiële bezwaren)
- Meerderheid (op basis van stemming, meerderheid eens)
- Delegatie (overgelaten aan personen die daartoe bevoegd zijn)
- Geen beslissing genomen

Z I J N E R N O G A N D E R E T H E M A ’ S A A N B O D G E K O M E N ?

Denk aan: tijdsplanning, kernbehoefte, tone-of-voice.

Bijlage 3. Transcripten

A Observatie 1

Dinsdag 15-10-2019. Ochtend. Het overleg bestond uit twee delen. Eerste overleg was het afdelingsoverleg. Dit was met de hele marketing-communicatieafdeling (m.u.v. zieken). Dit overleg vond plaats op de 11e verdieping (daar zit dit team normaal ook) rondom een 'chillplekje' met een tafel en vier of vijf grote stoelen. Oorspronkelijk was het eerste deel van de vergadering een 'stand-up'. Een updategesprek, waarbij iedereen stond. Tijdens deze vergadering zat ook een groot deel van de deelnemers. Wel was het om elkaar op de hoogte te houden van bezigheden en ontwikkelingen.

Het tweede deel volgde vrijwel direct op het eerste overleg. Dit tweede overleg was het contentoverleg. Hierbij waren slechts een aantal mensen van het marketing-communicatieteam aanwezig.

Op het moment van dit overleg werd de term "campagnes" nog gebruikt in de Contentkalender. Dit veranderde per 17-10-2019 naar "Projecten".

DEEL I. HET AFDELINGSOVERLEG

A: Nou goed, Welkom. Misschien wel handig om even te vertellen waarom je hier bij ons bent. Je loopt stage bij Presenter…

T: Klopt.

A: … Dus stel jezelf even voor. Er komt ook een collega van Presenter aan. Ik weet niet of jullie elkaar kennen.

M: Hoi. Voor dit overleg gingen we naar een gereserveerde ruimte op tiende verdieping.

T: Heeee.

A: M, er wordt voor je opgestaan.

M: Ah, dat is wel fijn.

T: Nou, ik loop dus stage bij de Contentkalender en doe daarbij ook mijn afstudeeronderzoek en ik wil graag weten… Er is wel een beeld hoe communicatie nou gepland wordt, maar eigenlijk niet gedaan wordt. Er zijn voorschriften, adviezen en richtlijnen, maar ik wil heel graag weten wat mensen nu echt doen. Dus daarom ben ik hier.

A: Je bent niet de enige. Wij ook.

[gelach]

T: Nou goed, aan het eind hoop ik daar meer over te weten.

A: Heel goed. Prima. Goed. Dit is wat wij noemen gewoon even de… Een overleg twee keer per week. Een stand-up, waarbij de helft zit en andere helft staat. Eh… En hier komen gewoon even de onderwerpen voorbij die deze week spelen of waar mensen hulp bij nodig hebben. Het is niet zozeer dat we ook kijken wat we gedaan hebben, dat geloven we wel. Maar met name vooruit kijken.
En meestal maken we een rondje. Vaak beginnen we bij de voorlichters, maar één daarvan is ziek. Hij heeft zich ziekgemeld. En W komt nu binnen. Die heeft waarschijnlijk wat files gezien. En de voorlichters hebben bij ons de rol, met name wat er in het actuele nieuws nog speelt.

[geluid verstoord, doordat iemand mijn mobiel verplaatste]

Topic 1

A: E, zal ik bij jou beginnen?

E: Ik ben bezig met twee notities voor het bondsbestuur voor aankomende vrijdag.

A: Over?

E: Over gewoon ledenbehoud, dat is een algemene notitie. En over klanttevredenheid onderzoek binnen [eigen organisatie]. Hoe we dat zouden kunnen oppakken op een zodanige manier dat we niet alleen onderzoeken hoe tevreden mensen zijn, maar vooral ook hoe we dan inzicht krijgen aan welke knoppen we moeten draaien om de klanttevredenheid omhoog te krijgen. En eh… Dat is best nog wel een uitdaging.

A: Ja, want…?

E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, ervan uitgaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.

A: Kortom, we faciliteren straks de teams bij het meten van hun prestaties. […] Maar hoe weten we nog niet precies.

E: Nee, een lid kijkt niet naar afdelingen. Een lid gaat met zijn klantreizen dwars door een hele organisatie heen. En wij gaan toch weer vanuit teams redeneren om klanttevredenheid te meten. En hoe doe je dat dan op een goede manier?

A: Opmerkingen, vragen aan E? Ik neem aan dat je daar geen hulp bij nodig hebt?

E: Ik heb jou gister…

A: Oh ja, da's ook waar.

W: Het helpt niet, maar ze heeft je wel nodig. Hahaha.

Topic 2

A: K? […] proposities?

K: Momenteel [organisatie Z]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

A: Met name dus die radiospots en alles wat daar gebeurt… Staan die ook in de Contentkalender? Want volgens mij gaat er een heleboel… Er moeten straks op de site dingen gebeuren, denk ik. Weet ik even niet. Eh… Voor [organisatie Z], moeten er nog dingen aangepast worden op onze site?

K: Ja, dat is allemaal al gedaan. Dus L heeft het allemaal… Die heeft de tekst aangepast op de site. Dat staat al klaar. En J kwam gisteren met 'wat moet er in de nieuwsbrief?' En… Eh…

[K en A door elkaar]

A: Ja, daarom… In de Contentkalender staat.

K: Ja.

A: En ik weet niet of het zo is met deze campagne? Gaat echt om de zorgverzekeringscampagne van [organisatie Z].

B: Ja, nee. Die campagne, daar ben ik nog niet op aangesloten. Dus die staat – tenminste ik heb niks ontvangen. Dus ik heb niets in de Contentkalender gezet hiervoor. Maar goed, dat ga ik wel even…

A: Ik zou het in die zin wel als een aparte campagne beschouwen, omdat het in z'n geheel…

B: Ja, ja…

A: Het is ook gewoon belangrijk in de beleving van een deel van onze leden. Omdat ze of al een zorgverzekering hebben.

B: Ja.

A: En we zetten ons natuurlijk ook in voor leden… Voor mensen die nog niets hebben.

L: Maar even voor mijn beeld. Die radiocommercials die zijn van ons over [organisatie Z], of over [eigen organisatie].

K: Het woordje [organisatie Z] wordt niet gebruikt, maar wel dat je korting hebt op een zorgverzekering.

A: Korting op een zorgverzekering.

J: En wat is de exacte boodschap van die commercial.

K: Dat gaan we nu samenstellen.

J: Oké, ja.

K: Ook daar wordt [organisatie P] ingeschakeld. En alles mede mogelijk gemaakt door [organisatie Z], laten we het maar even zo zeggen.

A: Maar deze campagne raakt bijna alle kanalen…

K: Ja.

A: … En daarom is het wel van belang dat 'ie gewoon even goed in beeld is. En ik denk dat we het naar de werkorganisatie, maar wel zelfs misschien wel naar alle leden niet onaardig is om op een gegeven moment te melden wat we daar…

K: Het is alleen maar tot […] trouwens, dus de laatste week van het jaar.

A: [onverstaanbaar]

E: Maar dan zijn mensen toch allemaal al overgestapt?

K: Nee, nog op de laatste dag stappen mensen over. Is uit onderzoek gebleken.

A: Oké, andere nog?

Topic 3

K: We hebben natuurlijk de gewone campagnes. Die lopen, maar daar wordt wel steeds gekeken wat er verbeterd kan worden. Maar goed, daar worden jullie… Voor benaderd. Zijn jullie misschien al voor benaderd. Als dat… Het loopt wel aardig. Of het heel goed is dat gaan we later wel evalueren. Ze zien wel nieuwe kansen nog om daar nog iets te verbeteren. Niet alleen in de online aanpak, maar ook in de boodschap. Dus daar gaan ze ook het één en ander aanpassen.

A: Waar heb je het dan specifiek over?

K: De online campagnes, die momenteel lopen.

A: Dus voor het VAK en de ledenwerving.

N: What the VAK.

W: De boodschap daarvan wordt aangepast?

K: Dat kan zijn. Het kan zijn dat het nu bijvoorbeeld op ontwikkeling zit, maar die slaat wat minder goed aan dan bijvoorbeeld salaris, dus misschien dat ze bijvoorbeeld op salaris gaan zitten.

W: Oké. Want sinds.

N: Want sinds […] word ik daar helemaal mee gebombardeerd. Gewoon overal en nergens…

[iedereen door elkaar]

K: En dan hebben we een ander dingetje. Het kan zomaar zijn – ik weet niet of ik het nu al moet zeggen – dat we met een andere rechtsbijstandsverzekeraar in zee gaan. En voor de rest

houd ik het maar even op wat het is. Maar dat zal dan ook gaan spelen. En eh… Voor de rest heb ik even… Nieuwe proposities hebben we nog even niet.

Topic 4

A: Oké. Van daaruit naar… Volgens mij wel aardig… Ik kijk even naar… Ik weet even niet naar wie ik moet kijken. Doe maar N, als het gaat om de online werving. Want daar ben je ook aan gekoppeld […].

N: Nee, ik ben meer bezig met het projectplan nu. De afrondende fase van de [eigen organisatie] app. Daar heb ik hulp nog bij nodig, voor de eerste review...

A: Ja.

Topic 5

N: … En eh… De laatste dingetjes voor de start voor de implementatie van de nieuwe e-mail marketingplatform. Dat zijn de twee grootste dingetjes.

A: Ja… De twee grootste dingetjes. Hahaha.

N: Ja, langlopende dingen.

A: Dus het nieuwe e-mailplatform, waarvan… Daar moet nog een nieuw besluit over worden genomen…?

N: Ja, voor de implementatie inderdaad. En officieel ook nog een pakketkeuze daarin maken.

Topic 6

A: Oké… C?

C: Ik ben een notitie aan het schrijven over ledenraadpleging voor het bestuur. En…

A: Waterdicht, leden raadplegen.

Topic 7

C: Wa-ter-dicht. Eerste hoofdstuk… Waterdicht is niet mogelijk. En… Ik moet weer een paar nieuwsbrieven versturen. Voor [C1] en… Nog iets anders. Ik weet niet meer wat.

A: ZZP.

C: Meer heb ik niet te vertellen.

A: Goed, L?

L: Ik heb straks een presentatie over…

Topic 8

C: Oh, sorry…

L: Oh.

C: … De nieuwsinbox. Daar zit weer mail in. En ik heb er vorige keer 300 gedaan en daar heb ik nu geen zin in. Dus als iemand anders….

N: Ik doe het wel.

I: Ik wil er ook wel naar kijken.

Topic 9

A: Wat mij brengt op iets wat ik net eventjes constateerde. Als mensen zich uitschrijven voor de nieuwsbrief dan moeten ze ook naar dat mailadres mailen…?

C: Nee, dat is onderaan de nieuwsbrief. Daar heb je natuurlijk zo'n…

A: Ja, zo'n ding. En dan krijg je een scherm en daar staat 'als je wilt uitschrijven, stuur dan een mail naar'…

I: Waar?

C: Als je… Het hangt… Je krijgt iets te zien wat op jouw situatie van toepassing is. In sommige gevallen is dat 'stuur een e-mail naar…'

A: Dan moet ik even weten waar die gevallen… Want ik meende ook een andere gezien te hebben.

Topic 10

Topic 11

L: Ik heb straks een presentatie over de nieuwe indeling van LinkedIn. Dat noemde ik geloof ik vorige week al. Dat we met geheel [eigen organisatie] naar één overkoepelende LinkedIn page, met bijbehorende careerpage ook. Dus daar zit ik straks bij. En… Die campagne 'what the VAK' die op dit moment loopt. Op onze website hebben we daar ook een landingspage. En die landingspage is in principe was die voorgesteld door [organisatie P]. Maar had al een beetje mijn twijfels daarover. Gisteren heb ik met hun gezeten. Die conversie is niet helemaal zoals we willen. Dus die… Ik heb wat voorstellen gedaan voor het aanscherpen van die pagina. Dus die ga ik deze week verwerken en hopelijk heeft dat effect. Zien we effect uiteindelijk in cijfers.

N: Het zijn wel heel veel bezoekers…

L: Ja, het zijn heel veel… Het filmpje wordt ontzettend goed bekeken, wordt heel leuk op gereageerd. Maar de overstap van het filmpje, van toch een beetje edgy en humor en… Naar een redelijk statige, saaie pagina… Eh… Die is best wel groot. En dat is gewoon nog zaak om dat even aan te pakken.

A: Lastig.

L: Ja, en we zitten natuurlijk ook aan de mogelijkheden van onze eigen site. En ik bedoel. We kunnen er nu eenmaal geen enorm flitsende pagina van maken, maar we kunnen het wel aanscherpen, dus… En dat ga ik doen. En dat was het.

Topic 12

A: W, ik kijk even naar jou. Ik weet niet of jij al [onverstaanbaar]. [C3] is nu echt ziek, hij is nu echt knap beroerd, dus… Nieuws, is er… Speelt er iets überhaupt? Ik heb een beetje het gevoel dat het lou loene is in Nederland.

W: Het is heel slap allemaal. Bestuurders zijn allemaal met andere dingen bezig.

A: Ja.

W: En… Over… Ik heb dat dingetje van [C2] aan jou teruggegeven. Eh… Maand van de vakbond.

B: Ja.

W: Dus dat heb jij teruggegeven aan hem?

B: Heb ik…

W: Dus dat komt dan weer terug?

B: Ja, ik heb hem om een reactie gevraagd.

A: Spelen er nog stakingen of acties…? In de schoonmaak.

W: Schoonmaak mogelijk morgen iets, maar daar moet ik nog even induiken.

A: Verder… Niks hè?

W: [onverstaanbaar]

A: Wat zei je?

W: Hier en daar een boer die de weg kwijt is.

A: Ja, oké.

W: En dat geef ik jullie wel even mee. Morgen gaan ze hier in Bilthoven natuurlijk… Dus houd daar even rekening mee. En of je morgen hier wel of niet zou willen zijn.

K: In Bilthoven, waar… Waar…?

W: [onverstaanbaar antwoord]

K: Oh, ja.

W: Was aangekondigd.

K: Ik dacht… Oh ja.

W: Nee, maar goed. Voel je daar vrij in.

A: Oké, verder geen andere dingen?

W: Nee.

Topic 13

A: I?

I: Nee, ik ben bezig met het blad. Daar heb ik verder… Dat loopt.

A: En gaat dat goed? Ik kijk… J is er niet, maar…

I: J is deze ronde eindredacteur, dus het moet een beetje gaan blijken natuurlijk… Volgende week moeten we onze… Moeten alle teksten ingeleverd zijn. Er zitten natuurlijk vier pagina's belasting in, dus dat scheelt ook wel weer [onverstaanbaar]. Volgens mij loopt het aardig.

A: Oké.

Topic 14

I: Ik ben nog wel bezig met de stukjes tekst voor de site over de provincievergoeding, naar aanleiding van de veranderende WAB. Ehm… Het is goed om daar nu al wat over te communiceren, ook op de site. Over de veranderingen die gaan komen, maar die nu… Maar waar je nu mee te maken kan gaan hebben.

A: Die hadden wij toch ook al opgenomen? Of ben ik nou…

I: Ja.

M: Ja, alleen dat is een beetje vaag, want ik hoorde vanmorgen ook op de radio… En nu gaat het balletje rollen. Vanuit de radio werd verwezen naar de website van Rijksoverheid, dus misschien dat we daar ook nog eventueel nog wat informatie vandaan kunnen halen om een klein beetje die stroomversnelling te… [onverstaanbaar, I er door heen].

I: [onverstaanbaar, want door elkaar] Ja, ja, dus ik zat... Dus misschien even met jou overleggen.

L: Ja, is goed.

I: Misschien een gele balk met… Wat nu al van belang is wat straks.

L: We zijn natuurlijk eigenlijk… Weken mee bezig. Maar er is nog niet echt heel veel…

A: … Oké.

I: Ja, maar goed. Dat loopt.

A: Ja, want er zijn ook uitzendbureaus die inmiddels reclame ervoor beginnen te maken… En eh…

L: Ja.

A: … Campagne van de WAB of zoiets, vond het wel grappig.

I: We hebben natuurlijk straks contentoverleg, dus daar kunnen we natuurlijk ook even…

L: Ja, ik ben er niet bij.

W: Zit je op WAB...

N: What's WAB.

Topic 15

A: That reminds me of…

[door elkaar].

A: Content heb liggen die zij herschreven heeft, of die Presenter herschreven heeft op een aantal thema's. Veel bezochte partners. Volgens mij zitten daar ook twee of drie onderwerpen bij die dit raken en die moeten nog even juridisch gecheckt worden...

I: Oké…

A: … En dat zijn eigenlijk met name voor de site. En die moeten dan terug ook naar Presenter. Wel interessante pagina's als het … Ook over transitievergoeding en de transitievergoedingsonderdelen die de WAB raken. Maar dit is ook even een reminder naar mezelf, dat ik even een jurist moet zien te vinden… Maar dat is op dit moment nog niet zo makkelijk.

[iedereen lacht]

Topic 16

A: Goed, oké. Nog andere dingen. Nee? Goed?

L: Ja, ik ga met L en B heeft het ingeschoten… Over die aanwas nieuwe chauffeurs. Eh… En dan ook vrouwelijke vrachtwagenchauffeurs wat eraan zit te komen. Daar gaan we een plannetje voor maken. L sluit van online aan en ik heb D ook aangesloten. Moet even kijken of we dat wat grondiger aan kunnen pakken, ook eventjes samen met [onverstaanbaar]instituut. Even kijken wat we daar mee kunnen doen of van kunnen krijgen of via via kunnen doen. Eén van de drie of alle drie. B had ook ingeschoten over de andere kansrijke sectoren waar we dingen mee kunnen doen…

B: Ja, dat had [C4] aangezwengeld.

L: Ja, ja. Maar dan gaan we eerst wel heel even kijken wat er allemaal al loopt, in de sector. Want ik weet dat er in de schoonmaak, in de recreatie… Je had er nog twee geloof ik.

B: Ja. Vijf.

L: Daar lopen ook al dingen. Moet even kijken.

B: Oké.

L: Misschien kunnen we samen dingen even wat aanscherpen.

B: Ja.

L: Misschien dat ik D ga vragen om eventjes te kijken wat er in die sectoren allemaal al loopt. En dan kijken wat we daar dan gezamenlijk, ook wellicht met online, dat we dat meer homogeen kunnen maken, zodat dat beter wordt.

A: Goed.

L: En voor de rest nog geen… Duizend andere dingen, maar te klein om hier te noemen.

A: Oké. D, heb jij nog iets?

D: Nee.

Topic 17

A: Nee? M?

M: Eh… Drie dingen waar we nu eigenlijk bij de Achterban mee bezig zijn. We hebben geïnventariseerd wat we nu zien in het huidige CMS. Wat we anders zouden willen zien, dat gaan we nog verder uitwerken. En we zijn bezig met *roadmap*, als in: hoe komen we… Hoe gaan we onze KPI's die we wel hebben gesteld… Wat is de weg daar naar toe? Wat zijn de

stappen die we daarin willen zetten? We hebben deze week deel twee van een overleg hoe we meer met *persuasion* kunnen doen op Je Achterban. Om mensen meer in het platform te betrekken. Nu is het eigenlijk nog best wel statisch en ja. Heel veel aannames dat mensen wel weten wat ze er überhaupt kunnen doen. Dus daar… Dat zijn we nu in kaart aan het brengen en daar zitten denk ik een heleboel *quick wins* in die we direct door kunnen voeren en ook wat dingen die wat meer van het design afhangen, dus dat is dan wat meer langere termijn planning. Daar komen we dan mooi in stappen uit. Dus dat is eigenlijk waar we nu wat meer de focus op hebben liggen, los van lopende cao-trajecten en onderhandelingen.

A: Oké. Dat is misschien wel goed dat je het zegt… Heb het nog niet tegen jou gezegd. Daar moeten we het ook nog even over hebben. Ik heb ook het bestuur nog even gesproken.

M: Ja.

A: Na ons overleg… Over hoe verder met Je Achterban en de site. Breder getrokken. Ben op dit moment aan het nadenken, ook omdat ze dat zelf geadviseerd hebben, om het te integreren of we twee verschillende CMS'en moeten krijgen. Los van het feit dat ik niet weet welk CMS dat zou moeten zijn, wilde ik eigenlijk vooral even terug naar de oorsprong. Van waarom… Hoe met Je Achterban begonnen. Hetzelfde geldt voor de site. Wat is het doel van de verschillende kanalen. En dat wat meer naast elkaar proberen te leggen. En dat moet eigenlijk leiden tot een gesprek met het bestuur om uiteindelijk de beslissingen te nemen van ja… Gaan we wel of niet investeren in een nieuwe site et cetera. Of gaan we het nog op een iets andere manier doen. Het is niet meer zozeer discussie voor wat Je Achterban wel of niet voor gaat zetten, maar wel om te kijken van… Of de manier waarop we nu bezig zijn… Of dat inderdaad de meest ideale is en dat heeft er ook mee te maken nog steeds de strategie hanteren van "stel je vraag". En waarvan ik en volgens mij jij ook[…] of dat wel de meest handige vraag is. Nu nog dat is handig om te genereren. Maar de vraag is of dat ook handig is om de draagkracht te vergroten. Dat is vaker gesteld. Je bent er. Is er dan een vervolgactie. Dat zijn dingen waar we over aan het nadenken zijn, dus daar moeten wij het zo meteen… Of zo meteen: deze week ook nog over hebben.

M: Ja.

Topic 18

A: Maar goed… Dat komt. Dus daar… [onverstaanbaar]. Even kijken, volgens mij heb ik de meeste gehad. J. J? Je komt op de valreep binnen… Nog… Voor ik naar B overga die precies gaat vertellen wat jullie allemaal moeten doen.

J: Eh… Digizine is morgen, in principe.

A: Oké.

Topic 19

J: Daar heb ik alle lijntjes uitstaan volgens mij. En eh… Een reminder voor de contributiebrief [onverstaanbaar door hoest]. Staat die nog op de planning?

K: [C5] is straks hier en dan kijken of we die… Want hij moet die verzendgroep nog maken.

A: Oké.

K: Ik kan niets verzenden zonder…

A: Even kijken wat handig is. ’t Was vanmorgen al […] buiten.

K: Is het trouwens geregeld… Kunnen we uit het e-mailadres invul besturen? Of moet dat nieuwsbrief nog steeds… A?

A: Eh… Dat is heel goed. Dat heb ik aangekondigd twee weken terug bij [C4]. Dat zouden we daarna weer over hebben. Daar kom ik… Daar hebben we het nu over gehad, en morgen spreek ik hem weer...

K: Oké.

A: … Persoonlijk, maar is goed dat je het zegt. Want ik heb gezegd van [onverstaanbaar door gekuch] krijgen we dit als afzender en dat betekent dat jullie ze moeten behandelen. Dat we jullie zo moeten behandelen en toen zei hij “ja, maar als wij het niet weten dan sturen ze het toch weer terug naar jullie toe.” En toen zei ik [gekuch], maar hij zou het ook nog even bij het team aankaarten en bij [C8] gaan uitvragen.

K: Ja, dat kunnen zij gewoon oppakken. Er zullen vast wel dingen…

I: Er zijn zelden inhoudelijke vragen. Het is allemaal…

K: Ja, 99% adreswijzigingen…

I: [onverstaanbaar]

A: Is dat zo? Oké, dat heb ik er niet bij gezegd. Dat is dan nog wel goed.

K: Ja, het is echt eigenlijk gewoon grotendeels voor [andere afdeling binnen eigen organisatie].

I: En *bounces* die krijgen ze dan ook. Die krijgt er honderden… Vooral…

K: Maar ja, dan moeten zij misschien ook wat voor instellen ofzo. Dat je automatisch… Kan je gewoon…

[onverstaanbaar]

A: Oké… En als laatste hebben we de… Dus het is nog niet opgelost, wat ze vragen?

I: Het is… Het is dan… E-mailwijziging, adreswijziging, opzeggen.

A: Ja.

I: En… Opzeggingen kunnen…

A: En nog iets regelen voor de *bounces*…

I: Hè?

A: En iets regelen voor de *bounces*?

I: Ja.

Topic 20

A: Goed. Oké. Die gaat morgen mee. Dan B.

B: Ja, ik heb nog… Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul van Presenter... -

A: Dat is volgens mij hetzelfde… -

B: - Iets over contra… Hè?

A: Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?

B: Ja, nou ja. Er zijn dus twee artikelen of nou ja, teksten klaar. Contractsoorten en arbeidstijden en de vraag is… Ja. Moet één van onze redacteurs daar nog naar kijken?

A: Van wie kreeg je dat? Sp -

B: - Ja van… Eh… [naam werknemer Presenter], geloof ik. Bij Presenter?

M: Nou, ik zou gewoon… Het moet door iemand op de website gezet worden en dan nog een laatste check gedaan worden.

B: Ja, oké. Dus dat kan… Dus dat kan ik -

K: Tenzij je nog een redactieslag overheen -

B: Nee, maar ik bedoelde -

A: Ik eh… -

B: - bedoelde er moet iemand… Moeten we even naar kijken of wij het ook wat vinden.

[A probeert tussendoor iets te zeggen, maar wordt onderbroken]

M: Voordat het op de website gezet wordt… Het wordt natuurlijk nooit klakkeloos… Geplakt… -

B: Nee... -

A: Het zijn al heropgemaakte. Dus daar mankeert niet zo heel veel aan. Het ging met name om de inhoudelijke check volgens mij. Ik heb het over de WGA, uitkering dan…

B: Nee, dat heb ik niet…

A: … Opzegtermijn, overwerk, ontslagbrief, […]loon-

B: Ja, die zie ik.

A: - En bedrijfsregelement. Die heb ik gekregen.

B: Oh, die heb jij gekregen?

A: Ja.

B: Oh, dus jij hebt ook eh…

A: Ja. En welke had jij, zei je?

B: Ik heb contractsoorten en arbeidstijden.

A: Ja, oké. Die horen er ook nog bij.

B: Oh, oké.

A: En die moeten vooral juridisch even voor alle zekerheid nagekeken worden. Dat is… Daar gaat het -

B: Oh, oké.

A: - Dan kunnen zij ze aanpassen naar eh…

B: Oh, dus die moeten -

A: Dat is hetzelfde wat ik net zei. Daar heb ik dus nog even een jurist voor nodig.

B: Ja, oké.

A: Maar omdat er maar één of meerdere juristen maar te plaatsen is, wordt het lastig, denk ik…

B: Ja.

A: Want er zijn er wel een paar niet meer actief, maar nog niet vervangen… En dat moet [gekuch doorheen] paar kwesties… Dus eh…

B: Ja verder? Verder loopt er van alles.

A: Ja… Flyertjes en zo…

A: Houdt iedereen de Contentkalender bij? Kijkt 'ie daarnaar?

B: Nou ja [schraapt keel], dat… -

A: Anders gaan we binnenkort toch een keer teamoverleg aan de hand van de Contentkalender doen.

B: Ja. Want ook die radiocampagne en zo. Dat... Daar was ik dus nog niet echt op aangesloten, dus… En ik weet ook niet of iemand dat dan…

E: Ik heb wel de indruk dat jij de enige bent die dat doet -

B: Jaaa –

E: Want dat is volgens mij niet de bedoeling.

[allemaal door elkaar]

B: Ja, ik zet ook alles, alle projectjes, activiteiten die voorbijkomen –

E: We krijgen de taken niet uit de kalender, maar die worden los naar ons toegestuurd, dus…

B: Ja, dat klopt. Je krijgt dus… Als je een taak hebt…

E: Sowieso…

A: Als je een taak toegewezen krijgt, krijg je die toegestuurd. Dat klopt.

B: Ja, dan krijg je daar melding van inderdaad. Maar je kunt natuurlijk af en toe eens gewoon in de Contentkalender kijken om te kijken of er nog meer in staat. Eh…

E: Om te kijken of andere mensen… -

B: Ja, en als er dan een radiocampagne is. Ja, dat kan in de kalender gezet worden. Dat hoef ik dan niet per se te doen. Daar zijn de marketeers dan ook verantwoordelijk voor.

A: Goed, dat heeft met planning te maken. Oké, dan voor dit moment was dat het. Dank jullie wel. Er is zo meteen contentoverleg, volgens mij.

M: Ja.

B: Ja.

J: Ja, in Sydney.

B: Oh, in Sydney.

A: Dat wordt voor mij heel krap om daarbij te zijn.

[allemaal mensen maken geluid, pakken spullen, dus slecht verstaanbaar]

A: En jij zit er wel bij, hè?

T: Ja.

B: Ja.

A: Ik weet niet of je het weet. Dit is een stagiaire Presenter -

[B, A, J door elkaar]

J: Ja, ik eh... Het was doorgekomen.

B: Ja, het is Tabitha met een b toch, hè? Ik zei Talitha met een l. Sorry hoor.

T: Kan gebeuren.

A: Was ik niemand vergeten? Nee, hè?

[iedereen door elkaar over contentoverleg]

B: Oké, dan gaan we naar de tiende.

T: Nou, bekende verdieping!

[J en T stellen zich voor aan elkaar, aangezien J later binnenkwam]

DEEL II. HET CONTENTOVERLEG

[Meerdere mensen door elkaar vragen zicht af waar [C3] is?]

I: [C3] is ziek.

J: Oh? [C3] is ziek?

B: Oh ja, [C3] is ziek.

I: Ja, hij was gisteren al thuis, omdat hij niet lekker was. En nu is desperately ziek.

J: Oké.

B: Desperately ziek, hahaha.

M: Idem voor [R].

J: Oh, jee.

M: Die heeft migraine.

B: Ja, maar het heerst ook.

[wordt even over verder gepraat]

J: Volgens mij zijn we er ook echt zo doorheen als het… -

B: Ja…

J: - Als ik het zo zag.

B: Klein gezelschap, T?

T: Ah, gezellig.

B: Ja, gezellig.

J: Ja, want jij… Ik begreep dat jij… Ik weet het eigenlijk niet precies… Van de Contentkalender…

T: Ja, klopt.

J: … Of zo.

T: Daar loop ik stage.

J: Ja.

T: En ik ga… Ik wil graag weten wat mensen nu eigenlijk echt doen tijdens overleggen.

[gelach]

J: Oké.

M: Dat weten wij ook niet.

T: Nee, dat hoorde ik al. Maar dat weten volgens mij heel veel mensen niet. Wat er nu… Er zijn heel veel richtlijnen…

J: Hmhm.

T: … Maar waar gaan mensen nou eigenlijk mee aan de slag? En ik wil daar een beeld van krijgen.

J: Oké.

T: Dus dat ben ik aan het doen.

J: Ja, oké. Ja, wij hebben eigenlijk hier weer een alternatieve Contentkalender.

[gelach]

B: Die ernaast loopt.

M: Ernaast inderdaad.

J: Ernaast. Dit zijn eigenlijk veel meer… -

B: Dit is echt meer de content…

J: - De boven/over onderwerpen. Dus je wilt dat even scheiden van de dagelijkse dingen die we doen met campagnes, flyertjes, foldertjes die vooral heel erg op sectoren of bedrijven gericht zijn. Zitten we hier veel meer na te denken over content die voor veel grotere groep leden interessant kan zijn. En die we dan ook als basis willen gebruiken voor nieuwsbrieven die naar alle leden gaan. Of magazines die naar alle leden gaan. Of… Facebook doelgroep bijvoorbeeld. Dat soort dingen.

T: [kijkt naar geprint A3-blaadje met alternatieve Contentkalender] Dat ziet er ook nog wel indrukwekkend uit.

[gelach]

J: Nou, dat valt op zich wel mee.

[iedereen door elkaar]

B: ... In Excel…

M: We hebben gekeken, helemaal in het begin, of we dit konden onderbrengen in de Contentkalender, maar dit overzicht is wat uitgebreider, omdat hier ook heel uitgebreid in staat voor welke doelgroep het is, onder welk thema, onder welke pijler het valt… Vanuit welke invalshoek we content willen schrijven. En dat zit nu wel een beetje in de Contentkalender, maar niet helemaal. En je kan er ook niet echt lekker op filteren. Dus ik heb dat toen ook al met [collega Contentkalender] besproken en die zei van ’ja, dat is… Dat zit er nu inderdaad niet echt in’. En daarom hebben we nu besloten om…

T: … Deze ernaast te houden.

M: Dit… Ernaast te houden, zodat we daar eigenlijk de onderwerpen die hierin staan, staan qua acties ook wel in de Contentkalender uitgewerkt, maar dit is een overzicht van voor wie doen we het, hoe den we het, met welke invalshoek… Zodat we voor onszelf kunnen bijhouden 'oké, we spreken nu met al deze onderwerpen ook al deze doelgroepen aan', enzovoorts, enzovoorts… Op dit moment is het overzichtelijker dan…

T: … Dat ook in de Contentkalender te zetten.

M: Dan dat in de Contentkalender erbij doen. Ja. Omdat we gewoon. Je kan niet dit overzicht zoals wij het nu hebben… Kunnen we hier niet uitfilteren.

T: Blijft dan toch makkelijker op deze manier, in ieder geval vooralsnog?

M: Ja.

J: In ieder geval wat overzichtelijker.

B: Ja.

J: Je hebt hier bijvoorbeeld inderdaad de pijlers geformuleerd, de doelgroepen zoals we die voor onszelf, en in ieder geval voor het magazine, hebben geformuleerd. En vanuit welke kant de content kunnen gaan benaderen.

M: Kijk, hierin staat bijvoorbeeld niet 'op dag X gaat er een mailtje uit naar Y. En twee dagen later gaat er nog…' Daarvoor zetten we wel acties in de Contentkalender, in principe.

B: Ja, het is meer het overzicht van de verschillende activiteiten eigenlijk, hè?

M: Hmhm.

J: Ja.

B: En dan echt… Per sector ook. Ja.

Topic 1

J: Laten we even beginnen met een rondje stand van zaken over de onderwerpen die erop staan. En hoe ver we daarmee zijn. Het arbeidsvoorwaardenonderzoek? Daarvan is in ieder geval een persbericht verschenen. [tegen T] Oh, ik zal het je even uitleggen… Rood is wat we gepland hebben, in zwart is wat er uiteindelijk al is uitgevoerd.

T: Klinkt best logisch, ja.

J: Ja… Het persbericht was in ieder geval eruit gegaan. Ik neem dat persbericht ook zo goed als basis voor het Digizine. En in het magazine ben ik daar ook mee bezig. Dat is dat ik in ieder geval een afspraak heb met [C10]. Want ik zou het, als het gaat om een magazine, zou het gaan richten op de leerrekening, omdat we inderdaad vanuit de pijler Opleiding nog weinig hadden…

B: Oké.

J: … Maar dat is eigenlijk ook wel één van de belangrijkste dingen en dat vindt de bond ook. Dus dat is ook niet heel erg gezocht verder. Dus ik ga het daar met [C10] over hebben. Over waarom dat zo belangrijk voor ons is. Vanuit de beleidskant. En ik wil ook nog eventjes met [C11] het hebben over de praktische invulling daarvan. Maar goed, ik heb één pagina. Dus ik zal waarschijnlijk veel meer informatie krijgen dan dat ik kwijt kan. Ik vraag me al bijna af of ik die twee mensen nog moet spreken of dat ik dat niet zelf ook kan bedenken, maar goed.

I: Ik vind quootjes wel heel… Het levendig maken.

J: Ja, maar ja. Twee mensen quoten in een verhaal van drie- vierhonderd woorden?

I: Ja, het maakt het toch wat levendiger. Ik zou er wel voor zijn.

J: Maar even kijken hoe we dat doen. Maar goed, ik heb die afspraak met [C10] staan…[onverstaanbaar] drie uur heb ik dat vrijdagmiddag met hem… Maar ik heb ook de auto bedacht dat ik die een grote beurt zou gaan geven.

I: Oh…

J: Oh shit, maar ik moet ook weer op tijd terug zijn, anders gaat die garage natuurlijk dicht. Volgens mij moet dat allemaal nog net te redden zijn. Ehm…

B: Even plannen…

J: Dat is even plannen, ja. Ehm... Maar dan staat nog wel open, de website… Nou, ja. En website zit natuurlijk samen een beetje met Digizine. En Je Achterban. Dus ik weet niet of het ook nog iets is voor Je Achterban?

B: Ja, ja…

M: Ik denk het wel, maar volgens mij staat die inderdaad nog niet… Hebben we die nog niet concreet ingepland?

J: Nee.

M: Staat er wel… Staat er al iets over dat onderwerp op de… Ja, sorry. Ik ben twee weken weggeweest…

J: Ja, nee. Maakt niet uit.

M: … Dus ik ben er nog helemaal in, maar staat er al iets over dit onderwerp ook in de kalender. Dat we daar gewoon nog wat acties aan kunnen hangen voor onszelf, of… ?

J: Weet ik niet. Dan moet ik even naar [onverstaanbaar] kijken… Hebben we die enquête uitgedaan. Daar zijn heel veel reacties op binnengekomen. Op basis daarvan is dus het persbericht gemaakt. K trekt een beetje haar handen er vanaf. Zij zegt ‘dit is het en jullie kunnen ermee doen wat jullie willen.’ Dus het is een beetje aan ons om te kijken of we er nog meer mee willen doen.

B: Ja.

J: Ja, en ik vind… -

M: Weet je? Anders dan plan ik hem gewoon zelf in. Dan maken we op basis van dat persbericht… Dan maken we ook gewoon een korte blog slash… Zoiets. Wat we gewoon kunnen publiceren, want het is voor alle… Al onze doelgroepen of alle sectoren gewoon interessant, gewoon overstijgend. Dus… Dan zet ik die er voor eind van de week op, denk ik? Dat is nog wel oké toch? Qua planning?

J: Ja, ja zeker. Ja, weet je. Dat geldt natuurlijk pas per 2020.

M: Ja, daarom…

B: Ja.

J: Dus, zelfs al zou je het begin 2020 doen… Ik bedoel niet overal gaan gelijk die cao-veranderingen… [onverstaanbaar, iedereen door elkaar]. Maar ja.

M: Nee, ja. Precies.

J: En wat ik mij verder nog afvroeg: is dit ook nog iets voor social? Kunnen we daar wat mee? Is wel jammer dat… L er niet is. We hebben natuurlijk nog niet echt concreet beleid op dat gebied. Ik weet dat er een plan is, maar zijn we dat ook al daadwerkelijk aan het uitvoeren?

I: Ik… Nee. Er gaat bij niet een enorm belletje rinkelen dat dit leuk is voor social, maar we kunnen het even -

J: Nee, ja…

I: - Vragen aan L… Of die een ingang weet. Of iets leuks weet. Een haakje.

Topic 2

J: Ja. Die leerrekening is natuurlijk voor ons wel weer belangrijk, dus… Nou, ik zal eens L vragen… Oké. Yes? Dan volgende onderwerp is het verdwijnen van de platforms… Ik heb het in Vakkracht gezet en toen ben ik eigenlijk zelf al tot de conclusie gekomen achteraf dat ik het iets te hard heb opgeschreven.

B: Te hard…

I: Kwamen er reacties?

J: Ik heb niets gehoord. Misschien dat ze bij C zijn binnengekomen…?

B: Oh, zo hard was het dan ook weer niet.

M: Dan is het ook niet heel hard... –

J: Nou ja. Nee. Hahaha.

B: Dan was het niet zo hard.

J: Nee, vanuit [eigen organisatie] perspectief. Ik heb gewoon erboven gezet ‘platforms verdwijnen in 2020’ -

B: De schok komt nog misschien…

J: - Maar het was eigenlijk meer de bedoeling dat we zouden zeggen ‘we gaan iets nieuws doen’ en ik had… Had al voor mezelf geconcludeerd dat gaat nooit meer zo goed worden of daar gaat niks van terecht komen en dat weten we eigenlijk allemaal. [zacht]. Dat hadden we eigenlijk moeten communiceren, dus dat er iets… -

I: En is er… Heeft [C12] er iets van gezegd, of… ?

J: Nee, ik heb het zelf tegen [C12] gezegd en hij bevestigt dat inderdaad van ‘ja, we moeten wel even kijken voor de communicatie naar de rest van de leden -

B: Oh, ja.

J: - Dat we dat wel ietsje anders doen.’ Maar ik had aan [C12] gevraagd van ‘ja, wat willen jullie nu?

[er wordt onverstaanbaar doorheen gepraat]

J: Willen jullie nu dat het vanuit de platforms gecommuniceerd wordt?

B: Ja.

J: Vanuit die besturen die gaan verdwijnen? Dus dat elk platform zijn eigen nieuwsbriefje erover mag maken? Willen jullie dat er één centrale tekst komt die wel ook namens dat platform gestuurd wordt, of willen jullie dat het via een Digizine, gewoon vanuit [afdeling binnen eigen organisatie], wordt gecommuniceerd?’ Dus die vraag had ik liggen. Ik heb gisteren… Sprak ik [C12] heel kort en die zei ‘ja, ik heb met [C16] erover gehad en hij komt met een tekst.’ En toen zei ik: ‘Ja, maar hoe? Wat?’ ‘Ja, ja… Dat weet ik eigenlijk niet. Ja, oh ja. Dat had je nog gevraagd, maar daar hebben we het niet echt over gehad.’ Dus eigenlijk weet ik nog steeds niet wat ze nou precies willen van mij.

B: Nee, nee.

J: En ik vraag me ook af… Ja… Moeten wij er nu achteraan gaan?

M: Nou ja, het moet in het blad, zei je? Toch? Dus…

J: Ja, dat blijkt.

M: … Dat het een beetje goed in het blad komt, of waar dan ook. Dus dan zou ik er zelf achteraan gaan.

J: Ja, maar goed. Ik wacht even dan tot ik de tekst van [C16] krijg. En dan leg ik het wel weer bij hem terug. Hoe wil je het hebben dan, dat we dit gaan verspreiden? Want dat blad dat komt pas in december, dus ik neem aan dat een Digizine, of een platformnieuwsbrief al eerder de deur uit is.

B: Ja.

J: Dus… Maar ja, to be continued.

B: Ja.

Topic 3

J: Maar nu op korte termijn even niks. En dan het hoofdonderwerp van vandaag, denk ik: de WAB.

B: De WAB.

I: De WAB.

J: The WAAAAAAB [Engels accent]. We hadden gezegd dat we vandaag allemaal tekstjes klaar zouden hebben. Over de zes verschillende onderwerpen, hè? Ik heb gisteren nog even in het mapje gekeken en ik zag inderdaad een aantal… Een aantal zitten. Ik weet niet of jullie zelf ook nog even gekeken hebben?

[alle aanwezigen die ook een stukje moesten schrijven, geven aan dat ze niet hebben gekeken]

I: Mijne zit er nog niet in, maar hij is wel zo goed als af. Maar [C7] is nog wat aan het checken.

J: Oh, [C7] is… Oké!

I: Ja, bij mij weer. Want ik wist… Ik snapte iets niet uit zijn presentatie en hij wist nu ook niet meer precies hoe dat zat. Dus hij is even iets aan het nakijken.

J: Oh, zo. Oké. Zo, dan ben je er heel diep op in gegaan, als je zelfs [C7] aan…

I: Nee, ik had gewoon een paar punten, wat als tekstje… Ik had wel die vragen, maar niet het basistekstje, maar… Ik kwam uit één ding niet goed uit, dus dat heb ik even aan [C7] gevraagd. Ik kan het wel weglaten, maar ik kan het ook vragen. En waar ik een beetje tegenaan liep… Ik weet niet of dit al het goede moment is… Ja, dat het al belangrijk is om nu dingen te communiceren over die transitievergoeding. Je hebt eigenlijk verschillende soorten… Je hebt een stuk straks 'wat verandert er per 1 januari?' Wat we op 1 januari moeten hebben, of 31 december ofzo…

J: Hmhm.

M: Hmhm.

I: … Maar het moet nu ook al op de site. Wat gaat er straks veranderen, maar wat moet je nu al weten daarvoor. Omdat het gaat spelen dat… Het voor werkgevers in een aantal gevallen slim is om mensen juist nu te ontslaan, zodat ze niet onder de nieuwe regeling vallen. Of juist het te rekken, omdat ze dan onder de nieuwe regeling vallen. Dus er zijn twee groepen die eigenlijk een beetje op moeten letten nu.

J: Ja.

I: En… Wat van belang is, is dat het moment van opzeggen telt. Dus als je nu opgezegd wordt. Of in december. Maar de regeling wordt pas in januari ondertekend, dan telt toch janu… Eh… December als opzegmoment. Dus val je onder de oude regeling. Dat kan duizenden euro's schelen voor -

J: Oké.

I: - Bijvoorbeeld een 50+'er met een lang dienstverleden.

B: [praat onverstaanbaar door I heen]

J: Ja, dus daar moeten we eigenlijk zo snel mogelijk mee komen.

I: Dus er zijn dingen waar mensen eigenlijk nu al heel erg alert op moeten zijn. En dan heb ik alleen maar voor die transitievergoeding gekeken.

J: Ja.

I: En eigenlijk is dat ook weer breder dan de WAB, want er zijn ook weer een paar veranderingen die niet met de WAB te maken hebben, maar die wel veranderen. Dus ik heb het maar gewoon breder gemaakt voor -

M: Ja.

I: - … In ieder geval voor de site, want… -

M: Ja.

I: - Iemand gaat niet zoeken op veranderingen van de WAB -

M: Nee.

I: - Maar op transitievergoeding. Maar [C7] zei net ook nog 'ja, maar dat geldt ook voor nog een paar andere puntjes, waar ook dingen in zitten die je nu al moet weten.'

J: Oké.

I: Dus ik dacht volgens mij moeten we een soort alert hebben op de site. Bijvoorbeeld een gele balk op de kennisbankpagina transitievergoeding. Dat daar boven staat -

M: Ja.

B: Ooooh, ja.

I: - 'Let op: per 1 januari veranderen dingen'. Als je nu al wilt weten wat dat is en wat dat voor nu betekent… Dat je gelijk daar even naar kijkt. Dus je hebt de gewone regeling van nu, waar mensen nog onder vallen en nu nog mee te maken hebben. Je hebt de regelingen van mensen die in een overgangsfase zitten. En je hebt natuurlijk straks.

J: Ja.

M: Ja, wel… -

I: Ik weet helemaal niks van transitievergoeding, dus dit is voor mij geheel nieuwe materie. Maar ik probeer het me eigen te maken.

J: Ja.

I: Maar dit is dus een beetje de situatie. En toen vroeg ik nog aan [C7] vanochtend weer van is het eigenlijk belangrijk… Zou je daar nog een aparte nieuwsbrief voor moeten maken, of iets… Nog iets apartigs? Ja, toen zei hij: 'ik geloof dat dat toch wel heel…' Dat dat wel zijn motivatie was om in augustus dat ding te maken. Maar zo had ik dat helemaal niet zo goed begrepen. Maar nu zie ik het overal. Mensen… Of… Potjes en dingen…

J: Ja…

M: Misschien… -

[B en M door elkaar. Onverstaanbaar]

J: Oké, maar dan moeten we denk ik…

I: Ja, dus niet alleen wat verandert er straks, maar wat moeten we nu al weten? Dat …

B: Dus mensen nu al inform… Ja.

J: Nou, dat dreigt… Om ook bij die payrolling maar even met een voorbeeld te komen, maar dat stopt dus gewoon bij [C6].

B: [C6], ehm…

I: Ja!

J: Dan eh… Dit hoor ik nu van jou... Ik moet zeggen -

I: Ontslagrecht was ook een dingetje, zei die… Eh… Zei [C7].

J: Ja?

B: [praat zacht en onverstaanbaar, beetje in zichzelf]

I: Ja! Dat daar ook een paar dingen waren… Wat nu al van belang is. Maar goed, daar heb ik me dus niet goed in verdiept, want -

J: Nee, nee. Want ontslagrecht was van mij.

I: Dus wat ik bijna zou denken is om toch nog even met [C7] om de tafel te zitten wat… Dat hij, want hij zit er het diepst in. Hij kan gewoon zeggen… De dingetjes eruit pikken die we nu moeten… Die leden nu al moeten weten… -

B: Die nu belangrijk zijn… Ja, ja.

I: - Die in een bepaalde situatie zitten. Dat is niet het brede van alles WAB algemeen, maar tijdtechnisch… Dat je dat eruit zou pikken.

J: Ja. Hoe gaan we dat praktisch doen dan? Want… Ja… Morgen staat de Digizine op het programma en de volgende is pas in november…

[iedereen door elkaar]

I: Ja, kunnen we een extra?

B: We kunnen misschien… Ja.

I: … Editie doen? Omdat het iets speciaals is?

B: Ja, extra bulletin of zo…

I: Ja. Wat jij nu al moet weten over de veranderingen straks.

J: Dat kan… Dat kan zeker… En dan moeten we die rond 1 november of zo uit doen? Maar ja, misschien is dat wel weer te laat?

I: Nee, nee. Volgens mij zou dat nog wel… Zou dat wel oké zijn.

J: Dat is denk ik wel mooi, want dan kunnen we daar ook de website even op inrichten. Want zo'n alertbalk bij de kennisbank… Ja, ben bang dat dat echt niemand opvalt. Er zit echt niemand in die kennisbank… Maar als we -

I: Als iemand zoekt op transitievergoeding dan komt 'ie daar terecht, hoor.

J: Ja, maar als je niet weet dat je erop moet zoeken… Laat ik het zo zeggen…

I: Ja, precies.

J: Hoe gaan wij actief…? Mensen die het niet doorhebben dat het belangrijk voor ze is, hoe we gaan we die…?

B: Op de homepage, of zo?

I: Nee, dan zou je dat eh… -

J: Ja.

M: Op de homepage, maar je zou ook…

J: Maar dit moet je dus…

M: … Ook via social kan je er dan aandacht voor vragen.

J: Ja.

B: Oh ja.

M: En je zou er zelfs op kunnen adverteren.

B: Ja.

J: Dus…

M: Misschien zelfs wel moeten adverteren, want dan bereik je misschien wel mensen die je… Die er überhaupt niet bij stil staan dat het een issue zou kunnen zijn…

B: Ja.

M: Terwijl het wel voor hun geldt.

B: Ja.

J: Oké.

B: Ja.

I: En nu is het natuurlijk belangrijk dat het allemaal door de WAB komt, maar volgens mij slaan mensen daar niet direct op aan.

M: Nee, joh!

J: Nee.

B: Nee, dat is… [B en I door elkaar]

I: … Dat er nu dingen gaan veranderen… Of dat het per 1 januari… Waar je nu al…

B: Ja, ja.

J: Oké, dus dan maken we daar een soortement van thema Digizine van…?

I: Ja, wat je nu moet weten over de veranderingen straks.

J: Juist. En dan kunnen we dat ook op de website een beetje… Maar dan moeten we er goed over nadenken, want we zitten natuurlijk ook nog wel met die WAB zelf die we natuurlijk in eerste instantie zelf als uitgangspunt hebben genomen.

B: Ja.

J: ... We moeten bijna…

I: Wat ik nu voor transitievergoeding heb gedaan is dat… Waar… Paar… Soorten tekstjes gemaakt heb. Eentje wat nu zou kunnen – en dat kunnen we ook weer aanpassen. Maar er moet eigenlijk ook een basistekst komen voor straks, voor 1 januari. Dit is er veranderd. En er moet een tekstje wat er nu… -

J: Ja, nee. Daarom. Je hebt een tekst 'wat gaat er veranderen' en dat is zowel WAB als dingetjes die er nog bij horen, maar vervolgens willen we die dingen met die WAB ook gaan communiceren. Moet haast een schema maken met iemand van... Met iemand die verstand heeft van de website, hè? En ook met blokken die doorlinken ook weer naar elkaar. Met wanneer wat, maar ook hoe het eruit komt te zien. Wat… -

I: [praat eerst door J heen, onverstaanbaar]. Bij mij helpt het ook om dat uit te tekenen.

J: Ja, dat bedoel ik. Want dan heb je eerst zo'n landingspagina met wat je nu moet weten. En van daaruit ga je dan weer door naar de WAB.

M: Is het dan een idee om eh… Deze week [C7] erbij te betrekken en te... Aan hem vragen 'Wat is er… Wat moeten we nu eigenlijk al gaan communiceren?' En dat we meteen dan… Inderdaad, dit gaan uittekenen. Ik weet niet of we dat nu…

J: Nee, ja.

B: [Onverstaanbaar erdoor]

M: … Kunnen uitdenken.

J: Dat denk ik ook niet.

M: Dat we dan even een los overlegje voor inplannen van…

I: Ja, volgens mij… Die zo'n onderwerpje heeft, die weet misschien al wel een paar dingen. Waarvan je denkt oh ja. En je dat even… Dat [C7] daar even bij komt zitten. Van klopt het dat dit en dat? Misschien…

J: Maar dat vind ik dus interessant dat jij dat zegt, want jij zegt er is dus ook iets met ontslagrecht dat mensen nu al moeten weten -

I: Ja -

J: - En ik heb dus ontslagrecht gedaan en ik had juist zoiets van 'oké, bij mij valt dat wel mee.' Maar dat is dus niet zo. Dus dan heb ik dat ook niet hele-

I: Het kan zijn dat ik dat niet goed begrepen… Maar ik vroeg wel aan [C7] -

J: Nee, nee…

I: - Op welke onderwerpen speelt het nog meer. En toen zei hij ja, bij ontslagrecht en payrolling zit natuurlijk wat. En payrolling is dat hokje timmeren, waar we het natuurlijk over hadden…

J: Ja, ja.

M: Ja.

I: En ontslagrecht eh… Dacht ik. Maar het kan zijn dat… -

M: Laten we dan niet zelf proberen hier achter te komen. Kijk, [C7] weet dit.

I: Ja.

M: Laten we kijken of we vandaag of later deze week -

J: Ja!

M: - Even bijeen kunnen komen om dat boven -

I: Ja.

M: - Tafel te halen.

J: Gaan we dat dan met z'n allen doen…?

B: En op welke plekken… -

[B onverstaanbaar door J, M ook aan het woord door B heen]

M: Jaaa, weet ik niet. Misschien één aanspreekpunt, of twee mensen… Denk dat dat efficiënter is -

J: Ja, ik denk. Ja. Ik denk ook wel iemand die een beetje website minded is.

I: Ik denk L misschien, want die heeft altijd wel… Die is snel met plannen… Hoe je dat het beste weg kan zetten en…

B: Ja, en waar dan. Op de website?

J: Ja, maar goed. Ja.

I: L beide. Of misschien wij vanwege die teksten. Ehm… [C7]? Misschien [C3], want die zat hier natuurlijk ook in, toch? Of niet? Had [C3] ook een onderwerpje?

J: Jazeker.

B: Ja, die… -

I: Hij is natuurlijk ziek misschien nog…

B: Was vooral met die payrolling, toch?

I: En die zat ook in die transitievergoeding, daar was hij ook mee bezig.

B: [onverstaanbaar, door elkaar]

B: …Maar weet op een andere manier, met N.

I: Ik vind het wel grappig als je zo'n dingetje hebt en je begint te trekken aan touwtjes… Dat er dan van alles los komt.

J: Ja.

I: Blijkt N wat gedaan te hebben op die transitiepagina. En [C3] wil daar ook meer mee naar buiten komen en hij was namen aan het verzamelen.

M: Ja.

I: Dat werkt wel weer als je zo'n onderwerpje…

M: Ja.

I: … Tenminste…

J: Ja, en dat is nog maar 1/6 deel van de WAB…

B: Ja, die transitie…

[B, J, I door elkaar]

B: Die transitiepagina, dat is dan een… Artikel in de kennisbank?

I: Ja.

B: Oh ja.

I: Maar die is pas aangepast.

B: Ooh, oké. Ja.

[J, B, I willen allemaal tegelijk beginnen met praten]

I: Maar goed, dat moet dus weer aangepast worden.

B: Want inderdaad… Waar -

J: [praat onverstaanbaar]… Kennisbank.

B: - Kondig je dan die dingen aan? Van let hier op, let daar op?

J: Vaak… Nou ja, dat zouden we dus in die Digizine -

B: Ja…

J: - Die extra Digizine kunnen doen.

B: Ja… Ja, maar ook de website dan ook… Dus…

I: Ja, dus ik dacht in ieder geval op die kennisbank -

B: Want… Want als dat in die kennisbank verstopt zit -

I en J: [tegelijk] Ja.

I: Ja, maar in ieder geval…

B: Nou ja.

I: Er staat er in ieder geval ergens -

B: Ja.

I: - Dat we weten waar het over gaat.

B: Ja.

I: En dan kunnen we vervolgens daar naartoe linken. Maar…

B: Ja.

I: Of L moet een plan hebben hoe we dat inrichten…

B: Ja, ja.

J: Ja, dit moeten we denk ik toch nog wel iets meer gaan uitzoeken, inderdaad. Nou ja, maar wel goed dat we er nu mee bezig zijn, want -

I: Ja.

J: - Dat we dus tot dit soort conclusies komen.

B: Ja.

J: Eh… Ja.

M: Die eh… Wie plant dat in? Dat overlegje?

J: Ja, dat doe ik wel. En dan -

B: Met [C7] -

J: Met [C7] en eh… L dan, wellicht. Al is zij natuurlijk wat minder aanwezig… Maar goed… Anders kunnen we natuurlijk N nog vragen, of zo.

B: Donderdag?

J: Ja. Want? Hierin hebben we de hele link naar Je Achterban nog niet eens gelegd, hè?

M: Nee. Nee, maar ik denk dat als deze structuur duidelijk is, dat het voor ons… Dat wij daar makkelijker op kunnen aanhaken. Ik denk dat wij dat dan eigenlijk soort van kunnen overnemen. In ieder geval qua timing ook.

J: Ja.

M: Oké dit is nu urgent. Dan zetten wij er dus ook nu een korte… Een banner op met een link naar 'Dit is wat er nu sp…' Of 'Wat je nu al moet weten'.

J: Ja, ja.

M: … Zoiets.

J: En dan… Is het niet een idee nog apart op die zes verander…Of zes… [onverstaanbaar].

M: Ook, ook. Jawel. Dus dat zal aanhaken op… Zeg maar. Die zes thema's die uiteindelijk sowieso nog wat uitgebreider worden besproken.

J: Ja.

M: Dus daar haken wij dan ook op aan. Dus wij doen een soort van light versie van wat we hier uitdenken.

J: Ja… Oké… Maar goed, wat gaan we nu concreet met deze stukken dan doen? Ja, dat…

M: Ik zou… Ik zou -

J: Even wachten dan totdat we die -

M: Ja. Eerst -

J: - Hebben gedaan. Anders wordt het alleen maar verwarrend.

M: Ja.

J: En met een beetje pech gaat dit dan uiteindelijk kennisbank worden. Ach, het is op zich ook niet erg. Als je er maar genoeg linkjes naartoe hebt. En ik ga het natuurlijk nog meenemen in een magazine.

M: Ja.

J: Ja, dan moet het wel gewoon zes keer WAB worden. Want wat je nu al moet weten, terwijl die op 15 december uitkomt, is een beetje… [iedereen door elkaar] maakt niet uit.

M: Nee, precies.

I: Hoewel dat natuurlijk wel van belang kan wezen, want het speelt natuurlijk ook nog na januari. Dat als er mensen zijn die inderdaad in december opgezegd zijn -

B: Je zit met opzegtermijnen.

I: … Om die overbruggingsregeling… Dan gelden toch nog als je vaststellingsovereenkomst pas in… Eind januari wordt getekend, maar in december ben je opgezegd. Dan val je toch nog weer onder de oude regels…

J: En is dat dan WAB?

I: En dat is -

J: Of is dat weer zo'n -

I: Nee, dat is WAB. Eh… Want in de WAB zit die overbruggingsregeling.

J: Oké.

I: En niet iedereen weet… Dat zei [C7] ook. Een hoop mensen denken dat de datum van handtekening telt, dat je vast… Dat je uit dienst gaat.

J: Ja.

I: Of dat je een vaststellingsovereenkomst. En dat is niet zo. Het moment van opzeggen telt.

J: Hm.

I: Dus daarna heb je waarschijnlijk ook nog werkgevers die dat niet weten of expres niet willen weten.

J: Ja.

I: Dus dat gaat dan nog een poosje spelen.

J: Ja.

B: Nou ja, dat is wel belangrijk.

I: En daar moet je dan nog een tijdje mensen op wijzen.

B en J: [tegelijk] Ja.

J: Oké.

I: Ik weet niet hoe groot het probleem gaat worden, maar… Maar voor ouderen kan het echt. Er zat een rekenvoorbeeldje bij, kwam ik weer ergens tegen. In plaats van 30.000 20.000 of zo.

[wordt doorheen gepraat]

I: Dat gaat echt wel over veel geld dan.

B: Ja, nou.

J: Ja.

[er worden een paar woorden zacht en onverstaanbaar gezegd]

J: Oké, ehm… Ik vind het toch handig als jij daar ook even bijzit dan. Is dat goed? Dat we dan… ?

I: Ja.

J: Twee pikken dan toch meer op dan één.

I: Ja.

J: Oké. Ehm… Ja… Dit is verder niet echt meer in doelgroepen… Ja, het geldt voor alle doelgroepen. Iedereen kan ontslagen worden. Volgens mij qua pijlers zit het vooral. Ja… Die hele WAB zit over alles verdeeld natuurlijk…

B: Ja, ja.

J: Ja, nou… Het gaat vooral om inkomen en recht. Heeft natuurlijk weinig met opleiding, gezondheid, leven, inkomen en recht… Ja, maar goed. Dat had ik eigenlijk ook al. Ehm… Het volgende onderwerp valt er eigenlijk wel een beetje mee samen, hè? Wat verandert er met ingang van 1 januari. Daar zou L ook al naar kijken, dus…

I: Ja, ja.

Topic 4

J: Dat is wel handig. Laten we haar er meteen maar bij betrekken. Ja. Ehm... Ik ga er even snel doorheen. De rouw. Hoe gaan werkgevers om met rouw en werknemers hebben we even uitgesteld.

I: Ik moet even een telefoontje opnemen. [loopt naar gang]

J: Roep ik ondertussen nog wat over de Vakvrouw van het jaar verkiezing…

[W komt binnen]

J: Hee, hee.

M: Hallo.

J: Haha, ik was je helemaal vergeten.

B: Ooh.

W: Ja?

[B en W lachen]

B: Ah, gos…

W: Ik zal het met je verjaardag onthouden, dat dat zo is. Maar gelukkig weet ik je verjaardag niet, dus…

B: We zouden natuurlijk… In onze agenda staat gewoon half 11, ja.

W: Ja, want?

B: Ja, nee. We zijn meteen -

W: Jullie zitten hier al?

B: We zijn meteen -

J: Ja.

B: We zijn meteen doorgegaan naar het afdelingsoverleg.

J: Gevraagd zullen we maar meteen doorgaan? Van ja, laten we maar doen.

W: Goed…

J: Ja, ik had half 11, maar het was wel eigenlijk mijn bedoeling om…

W: Ga maar lekker door.

J: Gewoon in één keer door. Direct na het… Voortaan ook na het -

M: Ja, misschien moeten ‘m gewoon ook inderdaad -

B: We zetten het gewoon om 10 uur.

M: Ja.

B: Ja.

J: Alleen soms red je dat niet, omdat we wel heel lang nog boven zitten. Ja.

[er wordt intussen heel veel gepraat door iedereen]

W: Ik heb het er niet mee eens.

J: Dat snap ik.

W: Alle voorgaande punten.

B: Sorry, W. Sorry.

W: Jullie slaan mooi de verkeerde kant op. T, schrijf je mee?

T: Sowieso.

W: Goed zo.

M: Bedankt voor je input.

W: [lacht]

W: Dat is wel mooie collega, zo'n antwoord. Heel goed.

J: Eh...

Topic 5

M: We waren bij de Vakvrouw van het jaar.

J: De Vakvrouw van het jaar.

W: Kijk.

J: Wat ik heb afgesproken inmiddels met [C17] is dat ik van… De drie genomineerden, waarvan er eentje uiteindelijk op het congres gekozen wordt. Dat ik van die drie genomineerden een klein portretje ga maken… Het was mijn bedoeling om dat in het magazine te plaatsen, alleen we hebben gewoon helemaal geen ruimte in het magazine, vanwege alle moetjes. Eh… Nou ja, zoals Bostongids en dat soort dingen. En meer puzzelpagina's, advertenties… En input van [organisatie Z]. Ehm… Dus ik heb met haar afgesproken dat ik het op de website zet dan, die portretjes en eh… In het Digizine van november aandacht aan wordt besteed. Ze vond het op zich wel jammer, maar ze begreep het ook wel weer. Ehm… En ze hoopte dat we misschien met de uiteindelijke winnaar dan nog wel wat zouden kunnen. Maar goed, die winnaar wordt pas in het congres bekend gemaakt… Ja, weet je. Voordat je… In een magazine in maart heeft het denk ik niet zo heel veel zin meer…

W: Nee, dat lijkt me niet nee.

Topic 6

J: Dus ik wil in ieder geval die winnares, die wil ik wel meenemen in de congrescommunicatie. Dus ik heb al een heel verslag over het congres geschreven. Ik weet alleen nog niet wie de winnares wordt.

M: Insert name here.

W: Je hebt al een verslag van het congres...?

J: Heb ik al geschreven, ja.

M: Wat een vakvrouw, bladieblablablabla.

J: We moeten toch voor de congresdatum… Moeten we het al inleveren, de… We hebben nog wel die zaterdag erna dat we de foto's nog erbij kunnen doen. [C15] heeft met de drukker bedongen dat er twee pagina's op zaterdag mogen komen, als de rest maar op donderdag is. Dat is precies dus de zaterdag na het congres.

B: Foto's van het congres…

J: Dus daar komen dan de congresfoto's bij. Dus het is zaak dat ze het van tevoren al zo opmaken… Dat je die foto's eigenlijk alleen nog maar hoeft te laten inlopen. En dus kun je van tevoren dat je daar een foto wil van de vakvrouw van het jaar, dat je een foto wil van eh… De minister. Foto van [onverstaanbaar]. En nog een foto. Mocht dat nou… Mocht er nou om wat voor gekke reden dan ook, waardoor… Ja, dan zal ik toch op vrijdagavond nog – of op zaterdagochtend… Aan de slag moeten, maar daar gaan we maar even niet vanuit.

W: En wat doe je met datgene wat [C14] daar te zeggen heeft?

J: Ehm… Het plan is, maar dat moet ik ook A informeren… Ehm… Dat de visie, want daar komt als het goed is een infographic van. Dat we die infographic ook erbij zetten, omdat we zelf ook geen infographic hebben. En voor de rest… Eh… Heb ik me nu gebaseerd, maar goed dat zijn twee drie zinnen, op wat hij al eerder heeft geroepen. En dan hoop niet dat hij met grote veranderingen en andere dingen gaat komen…

B: Een infographic van de visie…

M: [eerste deel door elkaar, dus onverstaanbaar] … Gaat zeggen dat staat toch ook al voor het congres enigszins uitgerekt op papier?

J: Ja, dat weten we toch al?

M: Ik weet niet [onverstaanbaar, want zij en J door elkaar]

J: [onverstaanbaar, door elkaar]… Te maken en zo. Hebben we het natuurlijk [onverstaanbaar] over gehad.

M: Ja, maar goed dan zou je dat… Ja.

W: Nou, mijn vraag is tweeledig. Eén: houd je daar ruimte vrij? En daar apart aandacht aan besteden?

[I komt weer terug binnen]

W: Of eh… Waardeer je [onverstaanbaar] in het *großen und ganzen* verhaal, van wat er over is?

J: Ja, dat.

W: Je kunt ook met hem overleggen van ehm… Oké, kan ik die maandag voordat ik moet produceren jouw uiteindelijke speech inzien, want dat zal het moment zijn dat 'ie ultiem is.

M: Ja, precies.

W: En dat je daar dan een apart stuk… Maar dan moet je dus ruimte vrijhouden.

J: Jaaa…

W: Ik zou daar wel voor willen pleiten. In ieder geval willen pleiten -

J: Maar, die ruimte hebben we niet, toch?

W: Wacht. Wacht even. Ik wil er in ieder geval voor pleiten dat je even het overleg aangaat met [C14] van wat denk je zelf. Vind je dat datgene wat jij daar gaat zeggen aparte attentiewaarde heeft? Nodig heeft? En er zal op zich... Als hij zegt 'nee hoor, als ik maar een sfeerimpressie krijg van het congres, ben ik wel tevreden. En zoek voor dat maar iets anders.' Maar ik wil het gewoon even geregeld hebben, voor die tijd.

J: Ehm... Ja, is goed. Ik zal hem binnenkort wel dan het verhaal sturen voor zover ik nu heb.

W: Dat zou ik zeker doen.

J: Dat was ik sowieso al van plan, maar het hing ook nog even samen met in hoeverre die infographic wel of niet doorkomt. Er komt een infographic en ik begreep dat die bedoeld is voor die goodiebag, voor wat mensen mee naar huis krijgen. Maar ik zou het wel fijn vinden als die infographic ook zo gemaakt wordt dat we het één op één in het magazine kunnen plaatsen. Nou, [C13] zelf is degene die die infographic gaat maken, dus die weet natuurlijk alles van ons blad. Maar ik moet dat via A doen. En ik heb… Ben wel bij hem geweest, maar toen zei hij 'Oh ja, ik had al wat moeten zien. Ik heb nog niets gezien. Oh, ik moet nog even contact met hem opnemen.' Nou, dat is denk ik ook alweer een week geleden. Heb niks meer gehoord. Maar het is wel een goede. Ik neem dat mee. Ehm… Maar dat was mijn punt. De ruimte is gewoon beperkt. We hebben nog maar drie pagina's. Of maar drie, ik vind het nog steeds best wel veel. We hebben drie pagina's waar natuurlijk een heleboel foto's in moeten, wat het bestuur wil. En waar we dat hele programma ook moeten doorlopen en we… [onverstaanbaar]… Dus… Maar, ik hoor het wel van hem dan.

W: Nou ja, kijk.

J: Ik snap je punt, hoor.

W: Da's mooi.

J: Dat eh… Maar ik… Het bestuur wil altijd dingen die niet altijd kunnen. Daar ben ik zo bang voor. Dan willen ze en foto's en een uitgebreide speech en dit en dat… En het moet een dag nadat het bij de drukker ligt, moet het klaar.

W: Nou, kijk. Dat is een kwestie van organiseren. Op het moment dat het bestuur roept. Als de voorzitter vindt dat datgene wat hij zegt over een 125 jarige bond, dat doet er dit keer echt toe. Ja? Ook in dat magazine. Dan is dat zo. Punt. Dan moet hij daar iets op inleveren.

J: Ja, dat is het, ja.

W: Dat is een keuze die hij dan tegelijkertijd maakt. Als dat zo is, dan kan hij dus die maandag die tekst leveren. Aan jou.

J: Ja, ja, ja.

W: [onverstaanbaar, beetje door elkaar] ... Zegt van ‘dit is het, maak daar maar wat van’.

J: Ja.

W: Ja? En dat lijkt me een redelijk geschikt moment. Je kunt ook dan de keuze maken nou weet je wat, dat is allemaal te ingewikkeld. Of te ingeblikt en ingedikt. We gaan die hele tekst – ik zeg even iets geks – integraal op het internet uitzetten. Dit heeft hij gezegd ten tijde van het 125 jarig bestaan. Het is niet zomaar een congres hè? Het is even bijzonder. Ik weet niet wat hij gaat zeggen, op dit moment…

J: Schrijf jij zijn speech? Nee, toch?

W: Nee, deze speech krijg ik niet te schrijven. Dat is één ding –

J: Nee?

W: Nee, nee, nee.

J: Wat gek.

W: Hem kennende eh... Haha, dat vind je gek?

J: Ja, dat vind ik gek.

W: Oké, mooi.

J: Omdat jij een professional bent en…

W: Maar goed, daarbij blijven… Dat is verder niet zo relevant.

J: Bizar.

W: Maar ehm… Dus het zou zomaar kunnen dat hij wel zegt ‘dit is wel een markeringsmoment.’ Vooral ook omdat we dichter tegen de vakcentrale aanschuiven enzovoorts, enzovoorts, enzovoorts. Maar dan is dat een keuze.

J: Is goed. Maar ik ga… -

W: Dan heb je hem voor die tijd gemaakt en dan heb je handen vrij om door te stomen of op de rem te gaan…

J: Maar ik ga hem die tekst mailen. En dan vraag ik hem wat ‘ie eh -

W: Ja?

J: - Wat ‘ie wil? Geinig, want dat was bij de Vakvrouw van het jaar.

M: Ja… Hoe zijn we hier eh…?

B: [lacht]

J: Vanwege het congres… Oh ja, het congresverhaal. Eh…

W: Zal ik weer weg? Dan wordt het meteen een stuk makkelijker.

J: Nee, nee. Ja.

W: Het wordt wel makkelijker, hè?

M: Maar het is wel belangrijk…

Topic 7

J: Ja. Eh… Dus. Die Vakvrouw van het jaar in het Digizine. Komt daarmee dus ook gewoon op de website. Is denk ik leuk om ook op social even aandacht aan te besteden. En is dus de vraag… Er zal ook een persbericht over gaan komen, maar dat zal ook tegen de tijd van het congres komen. Eh… Is het ook nog iets voor Je Achterban? Hebben we iets speciaals voor vrouwen?

M: Nee, dat hebben we niet. Ik vind deze een beetje twijfelachtig.

J: Snap ik.

M: Eerlijk gezegd. Ik neig naar een nee. Ik kan zo snel niet echt het… Het linkje helemaal bedenken. Ja, misschien dat we wel via social kunnen delen, maar ik weet niet of die op Je Achterban zelf nog echt een plek […].

J: Ik vind het ook wat ver af staan bij het…

M: Ja.

J: Bij dat waar Je Achterban voor staat.

M: Ja.

J: Om heel eerlijk te zijn.

M: Ik neig naar nee. In ieder geval niet op Je Achterban zelf.

J: Ja. [korte stilte]. Oké.

B: Alright…

J: Ehm… Ik heb het trouwens ingedeeld onder de pijler ‘solidariteit en idealen’.

B: Kijk…

J: Maar ik vind die vakvrouw -

B: Vind ik een mooie pijler

J: - De Vakvrouw van het jaar.

B: Gewoon solidair.

Topic 8

J: Nou, ja… Dat is toch… Ik heb het niet verzonnen, hè? Maar als ze het dan toch verzinnen, dan is dit de enige invalshoek, volgens mij. Ehm… Nog een hele praktische: de feestdagen. Hoe zit het met werken tijdens de feestdagen?

B: Hmhm.

J: [R] had daar wat voor aangeleverd. En ik zag dat L inmiddels een pagina daarover heeft gemaakt. Dat wil ik ook zeker even in het Digizine meenemen.

B: Leuk.

J: En dat is ook denk ik ook voor Je Achterban…

M: Ja.

J: … S*ehr interessant* [Duits accent]. En dan kunnen we zelfs wat met social mee [stilte]. Dat zijn de onderwerpen. Zoals ze er nu liggen. Yes?

M: Ja.

B: Yes. Wat wordt er dan aangekaart met werken met de feestdagen? Wat is daar dan de… -

J: Wat je rechten en je plichten zijn…

B: Ja.

J: … Van ik word ingezet op Tweede Kerstdag.

B: Oh, ja.

J: Dat is officieel wel mijn rooster, heb ik nou recht op -

B: [onverstaanbaar, praat door J heen]… Met Oud & Nieuw…

J: Ja. Heb ik nou recht op 100 of 200% Of…

B: Ja.

J: … Zeg. Volgens mij is het Tweede Kerstdag. Ik ben toch gewoon vrij? Mijn werkgever mag mij toch helemaal niet verplichten -

B: Oh, ja.

J: - Dat soort dingen. [even stil]. Dus dat. Ehm…

W: Ja -

J: Hebben wij -

W: Moet je het ook nog een beetje luchtig maken? Dat mensen met de kerst dit keer wel heel erg goed zitten, omdat kerst op donderdag en woensdag valt? Dus met een beetje… Beetje constructief en hobbyistisch met de vrije dagen of verlofdagen omgaan, heb je zomaar een week vrij. Of… Gering aantal inleverdagen?

J: Nou, nee. Want het is denk ik echt een hele praktische -

W: Oké.

J: - Maar ik heb de site… Ik heb de pagina nog niet gezien. Ik weet niet helemaal zeker hoe L dat in elkaar gezet heeft. Wat ik eigenlijk van plan ben, is vanuit de Digizine naar één regel direct daarop door te linken.

W: Ja, ik geef het alleen maar mee.

J: Ja, nee. Het is op zich…

W: … Een overweging.

M: Wat overigens wel misschien een leuke invalshoek is voor een iets volgend jaar. Want er zullen… Dan kan je ook kijken. Dan valt het… Nee, volgend jaar is een schrikkeljaar, hè? Maar dan kan je wel kijken van oké, wanneer vallen welke feestdagen… Hoe zit het met Hemelvaart, Pinksteren en hoe kan je tactisch je vrije dagen inzetten. Geldt natuurlijk niet alleen nu voor kerst.

W: Nee, zeker.

J: Is dat iets toe moeten oproepen, want daar zullen de werkgevers niet zo blij mee zijn?

W: Nee, maar dat is niet dat je oproept.

M: Nee -

J: Nou ja, maar g-

M: - Attendeert… -

J: Attendeert 'hé, als je dan en dan vrij neemt -

I: Oh!

J: - Wat een goed idee, denkt iedereen die dat leest.

M: Je wilt niet weten hoe veel… Dat gebeurt heel veel, hoor!

J: Je kunt 't -

I: Vorig jaar hadden we op NextNow zoiets van 'neem zes dagen op en je hebt drie weken vrij.'

M: Nou ja, …

W: Dan kon in één keer dertien dagen hebben. Maar. Nee, het is niet alleen vanuit de werknemers, want werkgevers zitten ook met stuwmiddel van verlofdagen. Van wij hebben nu -

M: Ja.

W: En dit is juist een aanzet dat mensen die -

J: Nee, juist niet! Want met zo min mogelijk vrij nemen -

B: Min mogelijk opnemen.

J: Ze nemen zo min mogelijk op daarmee. Ja.

B: Zoveel mogelijk vrij met zo min mogelijk opnames.

W: Ja, maar als ze -

M: Buiten hun andere vakanties om…

B: [lacht]

J: Ja, als je dat nou direct achter je zomervakantie plakt…

B: Lekker veel vrij…

W: Volgende punt.

J: Volgende punt. Eh… Volgende punt is eigenlijk of er nog nieuwe dingen zijn die we op deze lijst moeten gaan zetten.

W: Ik zou niet durven, J.

J: Dat is een nee. I, heb jij nog iets nieuws? Iets tegengekomen van de week, waarvan je denkt van…

I: Nee, niks acuuts. Niks eh… Korte termijn.

J: Nee. [kijkt naar B]

B: Nee.

J: B ook niks. W niks. [kijkt naar M]

M: Nee.

J: Ik vraag me ook echt serieus af of we nog ruimte gehad zouden hebben voor nog iets erbij, maar…

B: Ja.

M: Ja, dat was inderdaad… -

[iedereen door elkaar]

J: Maar als er iets is, wat… Ja, we kunnen dingen niet laten liggen om het la… Omdat we even geen tijd hebben. Als het acuut is.

B: Hmhm.

J: Je hoeft ze niet te gaan zoeken, laat ik het zo zeggen.

M: Nee.

I: Ik heb geen acute dingen. Wel de ideeën misschien [komt niet uit haar woorden, daardoor vrij onverstaanbaar] nog langer. Maar niet voor. Maar dat is niet voor nu en we hebben nu al onze handen vol.

J: Oké.

I: Dus ik denk laten we eerst maar…

B: Voor volgend jaar?

I: Precies.

B: [lacht]

Topic 9

J: Ik kijk even het lijstje vanuit info. Maar dat gaat nog steeds door over verlofdagen tijdens ziekte of vakantie… Nou, volgens mij hebben we daar… In ieder geval op vakantie, daar hebben we wel op ingespeeld.

B: Ja.

M: Nou, dat is wel echt al maanden zo, dat dat nummer één is qua vragen.

I: Misschien nog bij 'stel je vraag' een keer… Wat duidelijk ehm… In de rubriek die in het blad komt…

J: Oh ja.

I: Dat daar nog een keer -

J: Ja.

I: - De aandacht op komt.

M: Ja.

J: Ja, die zou [R] doen. Maar vooral even gebaseerd dit keer op de vragen die op Je Achterban gesteld worden.

I: Oh ja.

J: Dus eh…

I: En daar is dat minder aan de orde, toch?

M: Durf ik even niet te zeggen. Er wordt ook wel naar gevraagd, maar ik weet niet of dat in verhouding staat tot hoeveel erover wordt gebeld…

J: Ja.

[korte stilte]

J: Even bij, ja. Als [R] straks de tekst heeft…

M: Ja.

J: Even afwegen of we die nu wel of niet moeten meenemen. Maar goed, [onverstaanbaar] tijdens je vakantie. Ja ja, kerstvakantie komt eraan.

I: Ja, kerstvakantie komt eraan. En het is dus al drie maanden bezig…

J: Ja.

I: … Dat hele vakantie gedoe. Lijkt me een belangrijk onderwerp.

J: Ja.

M: Ja.

J: Oké, ik vraag het even aan [R]. Ehm… Vragen over nieuwe contracten controleren. Dat is ook iets wat we natuurlijk niet al te veel willen stimuleren, hè? Omdat er natuurlijk wel veel werk uitkomt.

[iemand mompelt iets op achtergrond]

Topic 10

J: En het generatiepact. Maar daar komen vooral vragen vanuit metaaltechniek, begrijp ik? En diverse leden willen hier meer informatie over hebben.

M: Ja, dat nu ook mensen uit andere sectoren denken dat ze daar aanspraak op maken, begreep ik.

J: Ja, terwijl het een soort regeling is.

M: Ja.

[I en B door elkaar]

I: Kan dat beter op de site? Ik weet niet zo goed hoe goed of dat…

B: Dus we moeten dat dan... Iets over uitgelegd worden.

J: Ja, het staat niet echt op de site, volgens mij. Het is natuurlijk in een aantal nieuwsbrieven gecommuniceerd. Die gaan naar mensen in cao's waar dat is afgesproken.

I: Ja.

B: Ja.

I: En dus als mensen zelf gaan zoeken, kunnen ze bij ons eigenlijk niet goed vinden, hoe het zit?

J: Durf ik niet te zeggen. Als je bij ons op generatiepact… Ja, ga je waarschijnlijk…

I: Maar is het iets -

J: Wil jij eens kijken -

B: Dan kom je echt gewoon op een specifieke cao of zo.

J: - Als je op generatiepact zoekt…

M: Ja.

J: … Waar je dan uitkomt?

I: We zouden ervoor kunnen kiezen om een algemene pagina nog te maken.

B: Ja. Als daar inderdaad zoveel vragen over zijn…

I: [tegelijk] Als daar zoveel vragen naar komen.

B: Ja, precies.

J: Als je zoekt dan kom je meteen in combinatie met een bedrijf of een sector.

[M zegt iets op achtergrond]

B: Ja.

I: Ja, ja. Dus is het wat om daar dan een aparte pagina voor te maken, een keer? Als er zo op gezocht wordt? Of eh… En vervolgens gebeld, omdat mensen er niet uitkomen?

J: Laten we daar een soort kennisbankpagina van maken.

I: Ja.

[B mompelt iets op achtergrond]

I: En dan eventueel allemaal doorlinkjes wie wat… Volgens mij zou dat uitgezocht worden, toch ook?

J: Is dat zo?

I: Dat hadden we toch vorige keer… -

B: Ooh ja, dat zei eh… Oh ja… Want dat zou die jongen van eh…

I: [doorheen] Wie zou dat doen…?

M: [Y].

B: Ja. Ja.

M: Ja, ik heb [R] daar gisteren inderdaad over gemaild.

B: Ohw.

I: Oh, en [R] zei dat ze -

J: Oooh, ja!

I: - Dat ze dat zou vragen.

J: Ja, dat is waar ook.

I: Per cao, dat dat zou kunnen.

M: Ja, ik weet niet wat…

I: … Of dat al gebeurd is.

M: Ik weet dat ze dat heeft gevraagd, maar dat is volgens mij nog niet gebeurd. En [Y] was gisteren ook ziek, dus eh…

I: Ik heb ook een zieke, dus ik moet straks naar huis.

M: Oh nee, vervelend!

I: Ze wordt nu ergens anders opgevangen, maar eh… Ja.

J: Het heerst, hè?

M: Dus, dat is to be continued even.

J: Oké. Maar... -

M: Maar volgens mij loopt dat wel.

J: Maar wat [Y] gaat doen is niet dus een paginatekst maken voor eh…

[B, M, I tegelijk. Niet alles verstaanbaar]

M: Nee, [iemand] levert een lijstje aan met hoe de […] in het eh… In alle cao's.

J: Maar het is afgesproken?

M: Ja.

J: Maar dan nog zullen wij dus een tekst -

I: Dan moeten wij het maken.

M: Ja.

B: Precies, ja.

J: - En in deze cao's is het afgesproken, maar dat is ook maar één maand houdbaar.

B: Ja, dus een…

J: Want daarna zijn er alweer cao's verlopen of komen er weer nieuwe -

I: Maar goed, dat kunnen we dan. Daar zouden voor kunnen kiezen, om dat in de gaten te houden. Of dat [Y] dat monitort, waar de nieuwe…

J: Ja, er moet iemand… Ja, ja.

M: Ja.

J: Da's lastig. Daar heb je echt wel een dagtaak bijna.

I: Maar je kan in ieder geval iets algemeens hebben, want dat is het dus nu niet -

J: Ja, dat sowieso. Oké -

I: En daarom gaan ze bellen. En dat willen we niet, toch?

B: Wie zou dat willen schrijven dan?

J: Ja.

[B en J lachen]

J: Dat is dus echt een fors punt.

B: Want dat zou dus een webpagina moeten zijn onder de kennisbank? Een pagina onder de kennisbank? In de kennisbank?

I: Ja.

B: Ja.

J: Dus kennisbankpagina over eh… Generatie… Wat is het meervoud van generatiepact? Pacten? Pacts?

I: Pacts.

B: Generatiepact.

J: Is een Engels woord, hè? Gene…

B: Een Engels woord… Generation…

J: Nee, Generation pact.

B: Generation pact.

J: Pact [Nederlandse uitspraak]. Is het een Nederlands woord, pact?

B: Pact.

J: Een pact.

I: Ja, ja.

J: Een pact is een Nederlands woord.

M: Ja, toch?

B: [lacht]

I: Bij geschiedenis leer je toch het pact van huppeldepup?

B: Het… Ja… Het… Pacten.

J: Generatiepacten… Pacts… Ik weet het niet.

I: Maakt niet uit. Maar goed.

J: [onverstaanbaar, in zichzelf]

I: Ehm…

[korte stilte]

J: Oké. Ehm… Ja, dat kwam nog uit info.

I: Oké.

J: Meer heb ik niet.

B: [praat zacht in zichzelf]

M: Alright.

J: Iedereen knows what to do?

M: Yes.

J: Dus jouw dingetje komt nog straks in die map te staan, en die van [C3] denk ik dan ook…

I: Ja, straks af. En eh…

[J en I door elkaar]

J: … Belangrijkste ding voor mij is even ook met [C7]. Om tafel te gaan.

I: Ja, en jij stuurt een uitnodiging daarvoor?

J: Ja.

I: Ik ga… Ik moet straks een kind ophalen -

J: Ja.

I: - die ziek is, dus ik ga straks thuis werken.

J: Oké.

I: Niet zoveel zin om weer terug te komen.

[B en I lachen]

J: Nah, ik eigenlijk ook niet.

M: Meenemen. Oh, wacht.

J: Meenemen?

M: [bootst niesgeluid na]

I: Nou, volgens mij gaat het hard al hier, met al die zieken, toch?

M: Ja, het is eh…

[korte stilte]

J: Heb jij een beetje…? Idee dat een soort psycholoog die erbij zit… Van dat is helemaal niet handig hoe ze dit doen en… En moeten ze anders doen…

B: Ja, ben wel benieuwd naar jouw richtlijnen straks.

J: Ja.

T: Nou, ik heb nu vooral meegeschreven. Als in de hoofdlijnen.

J: Oké, dus je gaat het nog even laten bezinken, voordat je er oordeel over velt?

T: Ik ga hier ook niet per definitie een oordeel over vellen, hoor.

J: Oh.

I: Hè jammer!

[iedereen door elkaar]

T: … Bij meerdere organisaties en dan ga ik kijken wat… Wat komt er altijd aan bod? Hoe doen ze dingen wel, of juist niet?

J: Oké.

W: Ik denk dat de rondvraag altijd aan bod komt… [onverstaanbaar]

M: Misschien is het ook wel leuk om een keertje… Wij hebben met Je Achterban ook nog gewoon een overlegje op maandagochtend. Dat je daar ook nog een keertje meekijkt. Maar, daar kunnen wij het wel even over hebben.

T: Ja, is goed.

B Observatie 2

Maandag 28-10-2019. Ochtend (09.30 uur). Het overleg was bij dezelfde organisatie als Observatie 1, alleen andere afdeling. M had beneden op me gewacht en samen liepen we naar de 1e verdieping. Daar was een klein zaaltje gereserveerd. Daar zaten we met het groepje binnen [eigen organisatie] dat verantwoordelijk was voor [deel organisatie]. Deze (evaluatie)vergadering vindt eens per maand plaats.

Tijdens deze vergadering werkten de gespreksdeelnemers vanaf hun eigen laptop – indien ze deze bij zich hebben – met de Contentkalender. Er is geen groot scherm aanwezig om deze communicatieplanning op te tonen.

Op het moment van dit overleg was de term "campagne" niet meer in gebruik in de Contentkalender. Deze term is per 17-10-2019 vervangen door "projecten". Ook de term "kernbehoeftes" zijn verwijderd. In plaats daarvan kunnen gebruikers "subdoelgroepen toevoegen. Tot slot is de term "feestdagen" vervangen door "bijzondere dagen". Het gaat hier om de dagen die gebruikers zelf invoeren in de Contentkalender. De standaard feestdagen in Nederland worden nog wel steeds "feestdagen" genoemd.

HET OVERLEG

[kort gesprekje tussen T en M over vergaderen, mijn onderzoek, etc.]

Y: We hebben vorige week verplicht overuren moeten draaien, omdat de meldbox was ontploft.

M: De mailbox was ontploft?

Y: Ja, we zaten plotseling op eh… Uit het niks zaten er 400 e-mails in de belbox van inbox.

M: Kwamen die van eh… Uit de webredactie?

Y: Nee, die kwamen vanuit een bestuurder van [afdeling V, eigen organisatie] die een nieuwsbrief had gestuurd en de autoreplyfilter niet had aangezet.

M: Oh kak. Ik dacht heel even dat je ging zeggen 'iedereen in de CC had gezet'.

Y: Nee, dat is ook een mooie dat je het hele bestand even weggeeft zonder dat je het door hebt.

M: Ja.

Y: Nou ja, dat was echt… En we zitten natuurlijk met die periode van die FVC's. Dus mensen die niet kunnen inloggen op de website…

M: Ja.

Y: En dan zowel [afdeling V, eigen organisatie] als [afdeling C, eigen organisatie] hebben honderden foutieve herinne… Betalingsherinneringen gestuurd.

M: Oh…

Y: Dus we hadden het al druk…

M: Dus het was al gezellig bij jullie…

Y: … En dan zag je [onverstaanbaar]. Nee he, ik heb geen zin om 400 van die mails eh… Te beantwoorden. Dat ze echt wel of echt niet moeten betalen.

M: Want dat ging allemaal over die betalingsherinnering dan?

Y: Nee ja, plotseling kwam ik dus 's avonds kwam ik plotseling op een uur. Op één uur berichten. En toen…

[G en R komen binnen]

Y: … En die moet je dan handmatig wegklikken.

[T stelt zich voor aan G en R, en vice versa]

[iedereen door elkaar, gaat over de kleine ruimte waar we in zitten]

M: Ja, dan hadden we gewoon inderdaad rock-paper-scissors, dan moest er iemand staan.

[stuk overgeslagen, aangezien het 'echte' overleg nog niet begonnen was]

M: Nou, we gaan terugblikken. En eh… Ik had al even een mailtje gestuurd, maar T die kijkt vandaag eventjes mee bij het overleg. Ja, misschien… Vertel zelf maar…

T: Eh nou… Ik loop dus stage bij Presenter of de Contentkalender. En dat is ook mijn afstudeerstage en daarvoor ga ik onderzoeken wat mensen nou precies doen bij overleggen. Dus vandaar dat ik hier vandaag even zit.

R: Oké, spannend.

M: Dus… Doe je best.

[iedereen door elkaar]

X: Dus als mensen de contentkalender bespreken, dan wil jij graag weten wat ze zeggen?

Y: Moeten we dan net zo inefficiënt zijn als normaal, of moeten we doen alsof we wel efficiënt zijn?

T: Vooral net zo doen als normaal.

M: Ik denk dat we juist nu gewoon moeten doen wat we normaal doen en dan…

Y: [onverstaanbaar]

M: En dan komen we er vanzelf achter…

G: [onverstaanbaar] Hoort er ook altijd bij.

M: Ja, taart op maandagochtend. Nee, want R is er. Hahaha.

R: Dus geen taart…

M: Dus geen taart.

G: Oké.

X: Ja, precies, we hebben eigenlijk alleen taart als R er niet is. Is mijn stuk taart nog aangekomen, of eh…

R: Nee, ik ben de hele week ziek geweest…

X: Is het boek wel aangekomen?

[iedereen door elkaar]

M: Dat ligt… Die ligt klaar. Die ligt in de vensterbank klaar, maar die heb jij natuurlijk ook nog niet gezien. Het kattenboek.

R: Ik ben echt net gearriveerd, weer.

X: Waar?

R: Op aarde, dus eh…

X: Oh, nou. Dat klinkt wel heel dramatisch.

R: Ja, was het ook wel.

X: Op welke planeet was je geweest?

R: Ja, de hel. Nee, sorry. En in Groningen ben ik geweest nog een weekje. Dat bedoelde ik niet met de hel. Ik bedoelde meer die week daarvoor.

X: Vrij rustig… Weet je hoe ver dat is?

R: Valt echt wel mee.

X: Heb net mijn zusje op de trein gezet, die moet naar Groningen…

R: Oh.

M: Je zei ‘sterkte’.

X: Nou, ik zei dat is nog wel een stukje.

M: Ja, dat wel ja.

Topic 1

R: Nou, zo gaat dat dus, een contentoverleg.

G: Ja.

M: Ja.

R: Oké.

X: Geen haast, ik moet wel om 10 uur weg.

M: Dat is mooi, dat gaan we halen. Dan beginnen we gewoon even bij 1 oktober en wat daar allemaal op staat en of we dat allemaal gedaan hebben. [organisatie A] onderhandelingen, zeven.

R: Dat moet er even af denk ik, want dat is volgens mij klaar.

M: Volgens mij klopt dat n… Dat is klaar?

R: Ja, er was gewoon heel lang ingepland en dat heb ik er allemaal toen ingezet. Maar omdat ze eerder klaar zijn, is dat gewoon…

M: Ja, is het gewoon…

R: Dus ik ga [C1] wel even vragen of ze… Wat ze nog verwacht van communicatie.

M: Ja, dan zet je dat er even opnieuw in.

R: Ja.

Y: En een afrondende blog zou wel leuk zijn.

X: Volgens mij is dat voor het eerst dat ik een keer hoor dat iets sneller is gegaan dan verwacht.

M: [lacht]

R: Ja, toch?

X: Meestal…

M: Mag ook wel eens benoemd worden…

R: Ja.

M: Dat mag ook wel eens benoemd worden.

X: Ja, nou lijkt die [C2] me ook altijd wel een vlotte, maar hè?

Y: Maar ze stopt, hè? Dus er moet eh… Ze moet vervangen worden.

G: Echt?

M: Ze stopt?

R: Ja, ze gaat weg.

G: Oh, dat is jammer.

M: Wat?

X: Dat is vervelend.

R: Ja, dat vind ik ook wel heel jammer.

M: Dat heb ik niet mee gekregen, dat is echt super jammer.

R: Ja.

Y: Haar functie…

M: … Is…

Y: [onverstaanbaar] Is haar functie weg.

G: No way.

M: Wat zonde zeg.

R: Ja.

M: Of all the people. Oké.

R: Ja.

M: Dat zei ik niet hardop.

Y: Een heel gesprek dat ze me vorige week al. Ik had een afspraak met haar, omdat zij ook onze cao doen. En we hadden zoiets van 'ja, maar volgend jaar ben je toch niet mee'.

M: Nou…

[stuk overgeslagen in transcript. Het gesprek gaat hierover door]

Y: Nee, ik.

G: Ja, ik ken haar niet zo goed, maar van wat ik zag wat ze aan content produceerde was ze gewoon echt wel… -

Y: Ja, ze was wel één van de beteren.

G: [onverstaanbaar, door elkaar] Voor de andere mensen.

M: Ja.

Y: Ze zeurde ook heel weinig als je een vraag stuurde.

M: Hahaha, dat wisten we nog niet.

R: Ik denk ook dat het zeuren voornamelijk ook wel komt door soms een beetje onbegrip of zo en dat… Omdat [C2] ook wel heel betrokken was, dus die…

M: Ja, klopt.

R: Dus die… Op een bepaald moment had ze het wel door en dan…

M: Ja.

R: ’t Is ook niet moeilijk, en niet lastig of zo.

M: Oké, met het oog op de tijd gaan we even door…

R: Ja.

M: Maar jammer dat ze weggaat.

R: Zeker.

Topic 2

M: Ehm… Bouw pensioenfonds. Daar staat blog pensioenpremie?

R: Ja, dat is met de stelling. Heb ik geplaatst, volgens mij.

M: Ja, Ja. Facebookpost is er volgens mij ook uitgegaan.

R: Oh ja, die had eh… Ja, klopt.

M: Dan vink ik hem nu even af?

G: Dan heb ik hem niet afgevinkt.

Y: Daar hebben we weinig vragen over gehad, over die…

M: Over die eh…

R: Maar wel veel reacties op de stem, toch?

M: Heel veel.

Y: Ja, ja, ja.

R: Dat was die stem die van liever stoppen of geen geld?

Y: Nee, dat klopt. Maar dat heeft voor weinig vragen… Gegenereerd, wat ik niet had verwacht.

R: Oké.

X: Dus het was een duidelijk verhaal?

[iedereen lacht]

Y: Ja, of het boeit mensen niet.

M: Even kijken [kijkt naar kalender op scherm]… Deze is niet van ons. Oké. Deze zijn afgevinkt. Check.

R: Dat was die enquête toch, ook?

M: Eh…

R: [mompelt in zichzelf] Oh, dat zou wel kunnen, ja.

[Y begint een zin, maar wordt onderbroken door M]

M: Liever meer betalen, of pensioen inleveren. Ja. Dat was wel…

R: 20.105 bereikte mensen en 533 over-

Y: Ja, die stelling was ook... Die stelling was eh… Op Je Achterban ging die stelling volgens mij ook met die plusjes en die minnetjes als een tierelier.

R: Ja.

M: Ja, ik had 'm -

Y: Het was het eerste goede voorbeeld van onze nieuwe voor-tegen eh… variant.

R: Ja? Was dit niet eh…-

Y: Of was dat weer een andere?

R: … Zo'n poll gewoon weer? Toch?

G: Ja, want dat was de eerste keer dat dat tracken wel goed ging, toch?

R: Oh.

Y: Ik heb… Nou, dat tracken gaat het niet zozeer om, maar meer gewoon die duimpjes geven. Of is dat… [mompelt onverstaanbaar].

R: Ja, volgens mij is dat…

Y: Ja, dat zijn deze. Kijk!

M: Ja.

R: Ja, maar dit is niet volgens mij wat we nu op de Contentkalender… Dat eh… Daar bedoelen we volgens mij iets anders mee. Maar dat…

Y: Bij de bouw gaat alles goed.

R: Nou, leuk!

M: Je bedoelt eerder… Ja, echt. Het staat onder de ideeën, toch?

Y: Hmhm, ja.

M: Eerder met pensioen voor werknemers…

Y: Het is wel goed dat je nu kan zien hoeveel mensen er op gestemd hebben.

X: Oh, hier. Ja.

R: Ja, mooi hè?

Y: Hier heb ik die blog. Maar die blog heeft ook vijf reacties. Dat is ook sowieso eh… -

R: Ja, want in de blog…

Y: Vier meer dan doorgaans.

R: Was toen los. Want de reden dat ik het nog eventjes zeg van ja dat is wat anders, is dat die blog, dat dat over het pensioenfonds ging en dat dat losstaat van de cao-onderhandelingen.

Y: Ja.

M: Ja.

Y: We moeten misschien wel kijken dat we het kunnen koppelen op een gegeven moment. Want dit meer betaald pensioen inleveren dat komt wel heel dicht in de buurt bij mag ik nou met pensioen na… Zoveel tijd?

R: Ja.

M: Ja.

X: Dat is ook waarom ik meer vragen had verwacht eh…

Y: Ja.

R: Oké.

X: Misschien kunnen ze dan toch nu eindelijk wat kwijt over en dat ze daardoor minder vragen hebben.

Y: Ja.

Topic 3

X: En door.

M: En door. Ik skip er even doorheen, want er staat heel veel in wat niet bij ons ligt. Dranken, onderhandelingen drie.

R: Ja, ik zag dat jij met de stemming bezig bent geweest.

M: Ik heb iets voor… Ja, die staat erop. Op eh…

Y: Onderhandelingen drie dat staat op 8 oktober.

M: Ja.

Y: Nog geen acties.

M: Maar die kunnen we eigenlijk afvinken, hè? Want er is dus al… Je kan al stemmen.

Y: Oké, zal ik doen?

R: Dan ga ik even kijken-

Y: Jij bent in control van het vinken, hè? Dan gaan we niet met z'n allen v-

M: Maar jij vindt het ook leuk om te doen, dat snap ik wel.

[iedereen lacht]

M: En het is ook leuk.

Y: Vind ik zeker leuk.

R: Noteer vinksysteem is echt… Wat een gepraat!

M: Wordt zeer gewaardeerd.

Y: Maar het heeft wel even geduurd voordat we met z'n allen zaten te vinken.

R: Eh… Nou ja, over motivatie gesproken-

M: Dit is afgevinkt, dit is afgevinkt.

R: - Zo'n vinkje doet het voor mij. Dus ik ben meteen gaan vinken als een malle.

Y: Oh ja, maar we waren steeds aan het vergeten om de hoofdtaak af te vinken, dat was het.

R: Oh ja.

M: Ja, precies.

R: Dat is wel mooi, is dat. Even een vinkje erbij.

Topic 4

M: Eh… Dit is al afgevinkt. Even kijken. 11 oktober… Metaal scholingsvoucher.

Y: Wat is dat printertje wat erbij staat?

M: Ja, er staan dus… Wat zijn… [kijkt hoopvol naar T]

R: Symbolen.

[Y trommelt op tafel]

M: Er staan allemaal symbooltjes bij. Die stonden er eerst niet bij.

T: Waarbij?

M: Hier staat bijvoorbeeld. Staan twee poppetjes, of een wereldbolletje, of een –

T: Dat is het middel wat je gebruikt.

M: Oooh.

T: Die kun je instellen.

M: Ah, ooh!

T: Het wereldbolletje is dan waarschijnlijk de website.

Y: Mediakanaal flyer en dan krijg ik een print. Oké, ah ja.

T: Die dubbele poppetjes is community, boekje is het magazine.

Y: [doorheen] Digizine.

M: Ah, en printer is offline online.

T: Ja, geen idee. Dat is wat jullie daarvoor in hebben gesteld. Maar dat kun je wel terugvinden, hoor. Onder de mediakanalen. Denk ik.

R: [zacht] Ik denk dat B daar mee bezig is geweest.

T: Als je 'm dan bewerkt. Als je even op het potloodje drukt, dan kun je het als het goed is wel zien welk kanaaltje.

Y: [doorheen] Digizine en daar staat dan een boekplaatje bij, maar de omschrijving is e-mail. Oh, e-nieuwsbrief.

M: No waaaaay!

R: Kijk, handig.

M: Handig!

R: Ja, Digizine is zo'n -

M: Ja, op zich wel handig, want je kunt inderdaad in één keer zien…

T: Omdat de titel maar zo kort is.

M: Ja, ja.

T: Dan hoef je niet meer in de titel kwijt waar het op moet.

[Op achtergrond hebben Y en R ook een gesprekje]

Y: Het is het magazine, maar dan digitaal.

R: Ja.

M: Helder.

T: Het zat er al heel lang in, hoor.

M: Ja, het is. Ja… Oh, dat geloof ik. Alleen wij hadden het gewoon… Het was schijnbaar gewoon nog niet ingesteld.

Y: Vreemd.

Topic 5

M: Ja. Oké. Cool. [kijkt naar kalender]. Nou, dit is dus niet voor ons. Eh… Dan staat er… 15 staat weer een drankonderhandeling, maar die… Wil jij hem afvinken?

Y: Ja, ik ga hem vinken.

M: Ja, is goed.

R: Ik heb opgeschreven bij eh… Communicatie Dranken ‘eventjes herzien’. Want moet ik even kijken, omdat er… Wat eh… Hoe de communicaties dan vanaf nu lopen, omdat blijkbaar nog onderhandelingen ingepland stonden. Ja?

M: Ja, is goed.

Y: Hij is gevinkt.

R: Fijn.

M: Oké, deze was volgens mij niet van ons. Reach out and touch. [in zichzelf]

R: [zacht, in zichzelf] Ja, dranken…

Topic 6

Y: Er staat hier nog een metaaltechniekstemming met niks erin. Van ene MK?

M: Waar eh… Welke datum?

Y: 15-10.

R: Oh, dan denk ik dat de stemming gesloten is.

M: 15-10?! Metaal…

Y: Dat is inderdaad de sluitdatum van de…

X: Even kijken, hoor. Ja, er staan ook wat puntjes achter stemming, maar ik… [lacht]

Y: … Van de cao.

X: [lachend] Kan ze niet lezen.

R: Oh!

M: Hij staat er bij gewoon helemaal niet in.

X: Stemming gesloten, ja. Exact. En die is ook gesloten?

R: Dat heb ik nog niet gecheckt.

X: Oké, nou ga ik hem [onverstaanbaar].

R: [doorheen] Want ik weet niet, heb… Is… Heeft iemand iets met de uitslag van de metaaltechniek cao gedaan?

[zacht gepraat, stilte]

R: In mijn afwezigheid?

M: Als er iets in de… Ja, sorry. Ik eh… Ik heb alles gedaan wat er in mailbox kwam, wat er gedaan moest worden, maar ik heb niet… En ik heb in de Contentkalender gekeken, maar met de… Ik. Ja, weet je? Ik onthoud het gewoon niet meer, dus…

Y: Het is gecommuniceerd geweest van door [afdeling V, eigen organisatie] over social media.

M: Ja.

R: Oké. Ik ga er wel even naar kijken.

Topic 7

M: Dan… 16-10. [organisatie X]. [korte stilte]. Ja, ik had eh… Ik heb [C3] een mailtje gestuurd en die zei ja… Dat… Schijnbaar kloppen die data dan toch niet helemaal, terwijl dit data zijn die ze zelf heeft aangeleverd. Want ik mailde ooh, als het goed is hebben jullie eh… Eh… Vorige week overleg eh… Of onderhandelingen gehad. Nee, nee, nee [doet stem [C3] na]. Oh.

R: Thanks.

X: Dit was de bedoeling van ze.

M: Dus eh… Ik vink hem even af, want… Er was geen onderhandeling.

Y: Nee, precies.

X: [tegelijkertijd] Er is geen actie -

Y: Maar we hebben er wel actie op ondernomen en het was [onverstaanbaar, door elkaar].

M: Ja. Wat zei je?

X: Er is geen nieuwe datum?

M: Ja, maar die… Die staan er dus wel in, maar op één of andere manier is dit niet doorgegaan of zo, maar daar heeft ze verder niets over gezegd.

R: Hm…

Y: Oh kijk, ik zie dat alle met die dubbele mannetjes… Met die dubbele poppetjes, dat is dan Je Achterban als [onverstaanbaar].

R: Oh, community natuurlijk… Gezellig, met eh…

M: No waaay! Je komt nog eens ergens achter, zeg.

[Y gaat er doorheen]

M: [lacht]

Topic 8

M: Hmmm… Digizine, blablabla. Hoge werkdruk, die is gepubliceerd [klikt]. Op Facebook, check. Deze is afgevinkt. 21^{e}…

Y: Wat is die WAB dan? Keekbepaling? Hebben we…

M: Huh?

Y: … Niet iets voor ons?

R: [onverstaanbaar] In balans.

Y: Ja, precies.

M: Nou, zit jij echt naar een ander iets te kijken dan ik? Of?

Y: 16-10.

R: Misschien heb jij oogjes aan of uit…

M: Ik kan… Oh.

Topic 9

Y: Nee, nee. Je hebt die hoge werkdruk wat doe je eraan? Die hebben we gepubliceerd, maar diezelfde dag staat er ook nog de WAB.

M: Misschien heb ik niet alles geselecteerd, inderdaad.

Y: Helemaal onderaan.

M: Nee, die staat er niet bij mij, maar ik heb waarschijnlijk niet alles… [klikt een aantal keer]

Y: R gaat zich verdiepen in het onderwerp.

M: Ja, nu staat 'ie er wel bij. Oké, laat maar. Ik had denk ik inderdaad iets…. Ik had iets uitstaan.

R: [lacht]

Y: Ik denk de 27e [onverstaanbaar, door elkaar].

M: Ehm… De WAB. Ja. Update over de WAB. Eigenlijk ligt dat nu vooral bij de webredactie ehm… L en J die hebben ook met [C7] overleg gehad, want er waren een aantal onderwerpen die eigenlijk… Die wij bijvoorbeeld later hadden ingepland, maar waar nu al iets over gezegd moet worden.

Y: Hmhm.

M: Dus daar komt… Deze week? Nee, pr… Woensdag… Komende woensdag gaat er een Digizine uit, met eh… Een linkje dat… Er komt een webpagina met dit moet je nu alvast weten, dit komt eraan. Dit kan voor jou belangrijk zijn en daarnaast komen er nog… Per onderwerp komen er iets uitgebreidere pagina's. En die content eh… Nou ja, wij hadden onze opzetjes al gemaakt. Daar gaan… Daar gaat J mee verder. Dus zij gaan dat gewoon op de website zetten en onze rol is daarin beperkt dat wij het via Je Achterban nog even een soort van kort denk ik ergens uitlichten. En via Facebook ook -

R: Oh, oké [onverstaanbaar, praat door M heen].

M: - De wereld in slingeren. Dus.

Y: Het is vooral wij zijn de vraagbaken, toch? Als er…

R: Ja.

M: Ja.

Y: [vervolgt onverstaanbaar zijn eerste zin]

R: Nou, mooi.

M: Dus daar hoeven wij niet heel veel meer voor te doen. Eh… Punt.

R: We kunnen het afvinken, denk ik. Omdat wij die eh… Bestandjes hebben aangeleverd, toch?

M: Ja, ik zit even eh… Ja, ze st-

R: Dat gold niet voor jou en mij?

M: Ja. Die moeten even… Die zoeken we straks heel even op, want die staan natuurlijk ook… Even kijken… Welke had jij?

R: Ketenbepaling.

M: [klikt]

R: In de WAB-map staan ze.

M: In de WAB-map. Ja, precies. Nou, dan vink ik die in ieder geval even voor jou af. In ieder geval de actie… Maar het hoofdding misschien even nog niet.

[Y en R praten met elkaar op achtergrond]

R: Staan er acties in voor de webredactie?

M: Wat denk je?

R: Maakt de webredactie gebruik van de Contentkalender?

M: Wat denk je?

R: [lacht]

Y: [onverstaanbaar] Dat ze er te weinig voor doen… [onverstaanbaar].

M: [lacht] Dat hoop ik ook.

Y: Zij hebben wel -

X: Zij hebben altijd zo'n mooie…

Y: - Wel de casussen om zo op hun forum te bespreken, want je hebt altijd heel veel gedetailleerde informatie nodig.

M: Wat ze hebben eh… Dus… Ze hebben voor een aantal onderwerpen ook een soort van voorbeeldsituaties geschetst van als jij zus en zo met je contract en je bent zo en zo dan huhuhu… Ook omdat het ingewikkeld is. Oké.

Y: Ik ben echt weer de lul, jonge… [lacht]

M: Nou ja -

R: Of… Ik weet niet of iemand [C7] al gevraagd heeft of die misschien dan de vragen kan beantwoorden?

Y: Ja, nee. Want die vallen -

M: Dat weet ik niet.

Y: - Die vallen onder -

G: Nee, nog niet.

Y: - Onder onze… Die vallen jammer genoeg onder onze [onverstaanbaar, door elkaar].

X: Je kan never nooit een voorbeeldsituatie schetsen voor zoiets zonder dat er ook maar iemand aan te pas komt.

Y: Ja, nee. Maar dat zijn van die voorbeelden… Dat is echt zo situationeel dat…

X: Precies.

Y: … Iemand ziet dan van ja maar hoe zit dat dan bij mij -

M: Geldt het voor mij?

Y: - Want bij mij is 99% procent hetzelfde, maar dan net iets anders. En dan is… Dan krijg je een heel ander antwoord.

M: Ja.

Y: Want dat net iets anders is ingrijpender dan wat je denkt.

M: Ja, maar die vragen gaan toch wel komen, ook als je dat voorbeeld er niet bij zet. Kijk, mensen gaan -

Y: Ja... Ja, maar nu nodig je het uit.

M: Jaa.

Y: [lacht]

Y: Dus daarom zei ik het.

X: Maar dat is ook de bedoeling. Dan krijg je meer interactie -

R: Ja, hee!

X: - Op ons platform.

R: Ik snap dat het vervelend is dat het zo'n werk is, maar op zich is dat wel de bedoeling, toch?

Y: Nee, het is niet dat het extra werk is. Het is dat het bijna onmogelijk te beantwoorden is -

R: Hmmm.

Y: - Op het forum zelf.

M: Je kan het niet generiek…

R: Nee.

Y: Je moet ze… Ik moet ze dan gewoon van de Achterban af halen en mee bellen… Om...

R en M: [tegelijk] Hmmm.

Y: … Om de hele situatie weer te hebben.

M: Ja. [zucht]. Ja.

X: Dat is het voordeel om zo min mogelijk concurrenten informatie te geven, want dan krijgen we meer informatie op het platform.

[R en X lachen]

M: Ja, maar eh… Ja, ja.

R: Maar ja, is er een manier om het op te vangen?

M: Ja.

Y: Nee.

R: Volgens mij eh…

X: Nee, dit gaat toch wel gebeuren.

M: Kijk, die vragen gaan wel…

Y: Nee, dit gaat sowieso gebeuren, of je het nou leuk vindt of niet.

R: Een tool? Kunnen we een tool maken?

M: Ja, precies. Een doorklik…

R: Een invul eh...

Y: Nee.

M: Nee, ook… Zelfs daar… Het is zo specifiek per persoon.

Y: Dat is eh… Dat hebben ze geprobeerd een paar jaar geleden en er zijn zoveel uitzonderingen en… En dingen dat de computer het niet aan kan.

X: Ik zou het geweldig vinden als er… Als ze zo'n soort tool kunnen maken. Dan konden we gewoon een tool maken van de hele advocaterisering. Eh… Advocatuur. De tool. En eh…

R: Komt nog wel.

X: [onverstaanbaar] Al die mensen nooit meer nodig.

R: Ja.

M: [lacht]

Y: En dat… En dat kan niet, want advocatuur is meestal het… De bedoelingen van een tekst bepalen en niet wat er letterlijk staat eh…

X: Precies.

Topic 10

R: We hebben nog 10 minuten.

M: Ik wou het niet zeggen. We gaan -

X: Weet ik, maar dat komt helemaal goed. [lacht]

M: - We gaan nu even door.

X: We gaan nu naar de 21e, denk ik?

M: 21e inderdaad. Eh…

X: [Organisatie N]…

M: [Organisatie N] eh…

X: … Niet voor ons.

Topic 11

M: … Nee. Ja. Publicatie nieuwe community ku-k-k-kunststof rubber en lijm industrie. Die staat op jouw naam. Ik kon daar niks over vinden, dus ik heb daar ook niks mee gedaan.

R: Eh… Dat is niet erg…

M: Oké.

X: Kunststof, rubber en [onverstaanbaar].

R: Want eh… Volgens mij heb ik dat gewoon… Is er een keer een bestuurder geweest die zei oh ja, ik moet ook nog een keer wat met eh… Je Achterban-

[R en M door elkaar]

R: … Vanochtend ook alweer iemand. Toen dacht ik ja, ik ben benieuwd of ik nog wat van je ga horen.

M: Ja, ja. Oké.

R: Beetje typ-

X: [C5].

R: Staat dat erbij?

M: Dat staat erbij.

R: Oh, oké. Die was bij mij inderdaad.

M: [lacht] Oké.

[Y en X beginnen tegelijkertijd]

Y: Hij mag eerst de openstaande vragen beantwoorden, voordat 'ie hier komt binnen -

[iedereen door elkaar, lacht]

X: Eerst even bewijzen dat je iets kunt.

R: Op het moment dat mensen eh -

Y: Ja, er staat er namelijk nog eentje open eh…

M: Nee. [Een 'nee, dat wil ik niet', niet een 'nee, dat klopt niet']

R: Maar sowieso als mensen een community willen dan moeten we gewoon eerst ook wel… Kijk… We hebben genoeg om het al te druk te hebben zeg maar, denk ik. Dus op het moment dat- dat we een aanvraag krijgen, is het wel goed om eventjes inderdaad te kijken van wat voor persoon zit hierachter. Gaat het ons heel veel extra werk opleveren, of kan… Kan dat… Kan iemand het zelf doen? En dan is… Dit wel… Wel…Rele-

M: Relevant?

R: Hoe zeg je dat? Ja, waardevolle info. Want dan… -

Y: [doorheen] Misschien moeten we ze een soort rijexamen opzetten.

R: - Eh… Ga ik er nu eerst niet achteraan. Dan eh… Ja. Ik wacht wel -

Y: [doorheen] Dan moeten ze eerst theorie doen…

R: - Totdat hij weer contact opneemt met mij dan. Ja?

M: Ja, hoor.

X: Dat ze eerst theorie moeten doen en dan -

R: Ja.

X: - Als ze dat gehaald hebben dan moeten ze nog een keer eh… Je Achte… Eh… Dan moeten moeten ze hun eigen community vullen-

R: Ja.

X: Terwijl R meekijkt en als dat niet vlot genoeg gaat dan mogen ze niet.

R: Eh. *[[afkeurend geluid]]*

Y: En voor… Voordat ze mogen beginnen, moeten ze op z'n minst 50 vragen binnen de termijnen beantwoord hebben.

M: [lacht]

X: Ja, inderdaad.

R: Nou, zo komen we er wel uit.

M: Ja.

X: Waarbij als je één te laat bent, dan ga je weer terug-

Y: Ja, ja ja. Dat is eh…

X: Terug naar nul.

[Y begint onverstaanbaar een gesprek]

Topic 12

M: We gaan niet langs start. We gaan even door. De 23e. Eh… Er staat nog eentje van [organisatie X] op. Voorstellen brief, maar volgens mij zijn ze dus nog niet… Nou ja, die kan ik nog niet afvinken, want… Maar goed, ik krijg als het goed is deze week nieuwe info van [C3]. Vakkracht, niet van ons. Transitievergoeding, daar hebben we 't… Ja, dat gaat… Al die dingen over de WAB, is hetzelfde verhaal.

R: Ja.

M: Eh… Blablabla.

[iemand praat zacht en onverstaanbaar er doorheen]

M: Ja. Jeej. Tumtidum…

R: Dat klinkt wel interessant, hahaha.

M: Ja, ik zag het en dacht huh, wat is het?

R: Wel grappig.

Topic 13

M: De 28e, dat is vandaag, tentoonstellingsbouw onderhandelingen van eh... FYI.

R: Dank u.

M: Nou, laten we dan ook nog even die laatste drie dagen van de maand vooruit kijken. [organisatie A]. Nou, dat is hetzelfde verhaal als van daarnet. Dranken, onderhandelingen 5. Ja.

R: Checken.

Topic 14

M: Ja, checken. [organisatie X], zelfde verhaal. Eh… Dan staat er een blog calamiteitenverlof. Daar is [onverstaanbare naam] mee bezig, dus die… Komt er eh… Woensdag op.

Topic 15

G: Is wel heel groot WAB-dingen.

R: Ja, dat is de WAB.

G: Ja.

M: Ja.

R: Ja, dat is elke week dan dus een thema uit de WAB-

M: Ja.

R: - Wat uitgelicht zou worden.

M: Ik denk dat eh… Ja, het idee is nu dat ze dus wel alles in één keer op [afdeling V, eigen organisatie].nl gaan gooien, omdat ze in eh… Die webpagina van dit zijn de belangrijkste dingen, gaan ze ook al doorverwijzen naar de uitgebreidere stukken…

R: Oké.

M: Dus misschien eh…

X: Gaan ze ook doorverwijzen naar ons? Want als je… Heb je een vraag, stel ‘m op Je Achterban?

M: Dat gaan we nog eventjes in de-

X: Dat klinkt wel als een eh…

M: - Groep gooien.

X: … Een goeie… Een goed moment om-

M: Nee, dat wil Y helemaal niet.

X: - De buitenst- [onverstaanbaar woord] aan te halen.

R: Nee.

Y: Aan de andere kant… Nog 177 interacties van onze kant uit en we hebben het… De-de cijfers van vorig jaar ingehaald.

R: Ah, 1 oktober.

M: Yes.

R: Of nou ja, dat wordt dan november misschien. Maar ja, er is gewoon een standaard banner, dus die kunnen we er gewoon opzetten.

M: Ja.

R: Op de website eh…

X: Het zou -

R: Zal ik dat even oppakken?

M: Ja.

X: - Het zou wel mooi zijn als we dan eh… Als we met zo'n onderwerp als dit dan een keer laten zien dat zij content kunnen plaatsen en dan kunnen verwijzen naar ons voor vragen en zo -

R: Ja, nou ja -

X: - En dat is hoe het eigenlijk zou moeten werken.

R: Dat hebben we met dat pensioen toen ook gedaan en dat werkte best wel goed.

M: Ja.

X: En dat we misschien ook een paar van die duimpjes zetten over de... Over van die stellingen van de WAB van hé, vind je dit goed of vind je dit vervelend?

M: Ja.

R: Oh ja!

X: Dat we… Moeten we een WAB-pagina maken misschien op eh… Mijn werk, mijn toekomst of zo.

M: Ja!

R: Ja, alleen wat het lastige is met die WAB is dus dat-

M: Ja, er zitten zoveel verschillende onderwerpen en…

R: Ja, het zou best wel kunnen dat je bijvoorbeeld met ketenbepaling wel te maken krijgt en met de rest helemaal niet. Het zijn heel uiteenlopende…

M: Ja…

R: … Thema's.

M: Ja, we zijn nog een beetje zoekende naar waar wij het het beste kwijt kunnen, maar…

X: [zacht op achtergrond] Maar ja, goed…

M: Op zich is mijn werk, mijn toekomst wel de plek daarvoor…

R: [zegt iets op achtergrond, onverstaanbaar]

M: … Maar…

R: Hoe noemen we het dan, want bij WAB -

M: WAB gaat n-

R: - Gaat niemand eh… Nee.

M: - Sowieso niet werken. Ehm… Dus daar moeten nog even naar kijken.

X: Nou ja, dan geef je het een mooie clickbait titel.

M: [lacht]

R: Ja, bij [organisatie D] eh…

X: Pas op, je wordt ont-

M: We're all gonna die! Oh wacht…

X: Je wordt bijna ontslagen, wat nu?

[Y en M lachen]

M: Ja…

X: Arbeid… Of eh… Loonsverlaging gehad. Klik hier.

R: Ja, ik wou net zeggen. Jij krijgt nu geen geld meer en geen contractverlenging.

R: Als we kijken naar de eh… Organische…

X: Wil je meer werken voor minder?

R: … Betrokkenheid van Facebook. Dan heeft eh… Het bericht van [Organisatie D] over wet arbeidsmarkt en balans… Heeft het best wel goed gedaan…

M: Hmmm…

G: Oh.

M: Dat is wel grappig.

R: Interessant.

M: Dat is interessant… [onverstaanbaar]

X: [doorheen] Het is volgens mij wel zo'n onderwerp geworden wat zo vaak op de radio en weet ik veel wat is geweest dat iedereen wel denkt hé, hier moet ik eens wat meer van weten.

R: Ja?

M: Ja.

X: Ja, dat is wel net als met eh… AVG toen. Het is gewoon bijna een soort van eh…

R: [praat zacht door X heen]

X: … Sociaal goed geworden, weet je wel? Net als met die AVG. Zijn heel veel bedrijven opgericht om eh… Andere bedrijven weer te adviseren -

R: Ja.

X: - Over de AVG.

R: En dat dan ineens je moeder iets zegt van ja, dat is vanwege de AVG. En dat je echt denkt what the hell mam, jij… [praat door, onverstaanbaar]

[iedereen lacht]

M: Ik ben benieuwd… [onverstaanbaar, Y doorheen]

Y: Je zou moeten weten hoe vaak wij aan de te- aan de lijn dan hebben gehad. Dan ben je met een lid bezig en dan vraag je postcode, omdat je iets eh… Ja, maar mag dat wel onder de AVG? Ja, mevrouw, dat mag.

R: Oh, ja.

[iedereen lacht]

Y: Maar weet je dat zeker? Van ja, want anders kunnen we u niet terugvinden.

[iedereen lacht]

R: Ahw…

M: Je moet iemand toch ergens op kunnen vinden, ja.

X: [onverstaanbaar, door M heen] Dat jij daar veel vragen over gehad hebt. Wat denk je van ons?

M: Oké…

X: Dan moet je eigenlijk toch wel eh… Cookies plaatsen op de website.

Y: Ja, dat mag. Alleen maar brownies.

X: Ja, precies, ja.

M: Oké, eh… Dit was eh…

X: Krijg ik nu niet boetes van 20% van m’n omzet, help.

M: We hebben nog 3 minuten.

R: Oké.

M: Is er niet iets eh… Wat iemand nog in de groep wil gooien?

X: Nou ja, ik moet dus zo even weg. Maar misschien kom ik weer terug, dat weet ik nog niet zeker.

Topic 16

M: Dat zou gezellig zijn… Nou, in de afgelopen maand stond -

X: Vind ik ook.

G: Qua content… Stond eh… De horecablog, hoeveel verdient iemand in de horeca, nog steeds op 1.

M: Ja.

R: Wauw.

Y: Op eh… Als je googelt op -

M: Unbeatable.

Y: - Op cao horeca staat Je Achterban als eerste result in Google.

M en R: [tegelijk] Nice. Kwamen er nog vragen op? Over die cao horeca gesproken…

Y: Eh… Ik weet niet. Ik d- was gewoon de cao aan het zoeken.

[R en M op achtergrond ook praten over thema, onverstaanbaar]

[Y onverstaanbaar, X staat op]

R: Ik had de nieuwsbrief verstuurd namelijk.

M: Ik weet het.

R: Oh.

[R en M op de achtergrond]

Y: En toen was het van Oh! Hé! Je Achterban. Daar kan ik hem niet vinden.

M: Die stuurde zij en eh… [C6] kwam bij mij langs en die zei heb je dit gezien. Heb je contact gehad met [C4]? Ik zei ja, ik heb echt op mijn kop gestaan om [C4] te spreken en dat is niet gelukt en ze reageert niet. Toen he… Toen heb ik haar nog een keer een mailtje gestuurd van joh, ik zie nu deze nieuwsbrief, zullen we op Je Achterban ook nog iets doen? Niet op gereageerd, [C6] heeft haar diezelfde dag ook een mailtje gestuurd. Joh eigenlijk best wel zonde dat we Je Achterban niet eh… Niet aanhaken. Ja, ja ja, maar ’t wordt dus een heel kort traject, want ze gaan dus niet nieuwe ideeën ophalen, ze gaan geen nieuwe… Ze gaan met de voorstellen van afgelopen keer verder. Omdat daar heel veel niet van… Nu is meegenomen in

de huidige cao. Dus daar gaan ze op verder borduren, dus het wordt… Eigenlijk kunnen ze eh… Die eerste stappen van het cao-traject… De ideeënfase is er niet. No exist.

Y: Dus de vakbond heeft nu besloten dat ze een cao gaan afsluiten zonder aan de leden te vragen wat ze eigenlijk willen.

R: Net als de vorige cao.

M: Nou, ja. De eh… Het idee is dat dat de vorige keer gevraagd is.

Y: Ja, maar… Ik denk dat je de vorige keer hebt geleerd dat je met de mensen moet communiceren als je iets doet?

X: [lacht]

R: Ja, dit wordt echt eh…

M: Ja.

R: Want deze hele cao is de reden dat er toen ineens een eh… Een drama calamiteiten terrorisme protocol werd ingesteld. Ik weet niet hoe eh… We dat ook alweer noemen…

Y: Ik heb gewoon politie b-be… Eh… Dus aangiftes moeten doen bij de politie… [praat zacht verder, maar onverstaanbaar]

R: [zucht]

X: [lacht]

Y: Van de d-

M: Van bedreiging en eh…

R: Jaaa.

Y: De doodsbedreigingen die onze kant opkwamen, waren… Werden enigszins geloofwaardig. En dan ben je verplicht om het wel aan te geven.

G: Waar?

R: Ja, je kunt je dit… Dit kun je je gewoon niet voorstellen. Wat gebeurt hier nou?!

G: [op achtergrond] Ik heb even niet zitten op te letten.

X: Toen was jij hier nog niet, maar eh… -

R: Nee, dat is…

X: - Grofweg een jaar geleden hebben we een cao afgesloten voor de horeca en toen was de horeca het daar zelf eigenlijk niet echt mee eens.

R: En maar toen werd heel duidelijk gezegd -

X: Zeg maar niet echt, dat is eigenlijk echt niet.

R: - Van maar hé jongens dit is inderdaad heel minimaal en dat snappen we helemaal, maar de volgende cao. Kijk, dan gaan we echt onderhandelen.

M: Ja.

R: Maar communiceer dat dan wel van oké bedankt dat we jullie ideeën allemaal hebben eh…

X: Maar laat ze alsnog gewoon nog een keer ideeën insturen…

R: Ja, waarom niet?

X: We zijn toch weer een jaar verder?

Y: Of bevestig -

R: Ja, maar het kost allemaal weer extra werk of zo.

Y: - Of zet het gewoon in de voorstellen brief online. Dit zijn de punten, zijn… Dat is jullie punten van vorig jaar zijn nu… [onverstaanbaar]

R: [doorheen] Ja.

M: [door Y heen] Er staat nu… Ik heb haar nieuwsbrief dus wel inderdaad… Dat heb ik gedaan…

R: Oh, top.

M: Dat staat erop, maar ja… Dus heel beperkt.

R: Maar, kijk -

X: Kunnen we niet gewoon zelf ideeënfase beginnen?

R: - Ik zit ook te denken…

M: [achtergrond, doorheen] Ja.

R: … Misschien dat we wel haar even eh… Kunnen mailen dat we het gewoon als suggestie… Ik heb dat met [C8] met [organisatie U] een keer gedaan. Dat hij gewoon alle… Hij had al een voorstelbrief gemaakt. Toen hebben we die voorstellen er als ideeën opgezet, gewoon uit zijn naam en dat mensen daarop konden stemmen.

G: Ja.

R: Nou, dat kunnen we -

X: Zullen we dat dan ook doen?

R: - In principe hierbij ook doen, want ik neem aan dat [C4] toch wil weten welke ideeën mensen -

Y: Nou, maar dat boeit haar niet.

R: - Belangrijk. Nee!

M: Nee!

R: We gaan er even vanuit dat zij haar werk doet, zoals dat hoort.

Y: [achtergrond, zacht] Dat doet ze niet.

R: Dus eh…

X: Dan zetten we gewoon op internet van nou, dit zijn de ideeën en stem maar. En dan gooien we daar een flinke campagne tegenaan…

R: [doorheen] Ja, en… Dan kijkt ze er niet naar.

[R, M, Y door elkaar]

R: Dan hebben we het in ieder geval gedaan.

Y: Daar ben ik fan van. De mensen denken dan op z'n minst dat ze erbij betrokken zijn…

R: Nou, precies. Dan doen we wel net alsof.

G: Ja, precies.

X: Dan flikkeren we -

Y: En… En ik h-

X: - Er een hele campagne tegenaan en dan eh…

Y: - Heb dit jaar geen zin om in… de politiebureau te moeten be… Eh…

M: [doorheen] Het is ook gewoon echt super beknopt.

R: Maar, maar… Als je G nu weer hoort van het is nog steeds een best-b-blegh…

M: Ja.

R: Dan denk je het is toch doodzonde om eh…

X: Het is ook onze beste community volgens mij.

R: Jaaaa.

X: Al jaar en dag.

G: Deze pagina presteert gewoon nog beter dan de homepage, dat is echt… Als ze hier niks mee doen. Het is gewoon echt… Dit bij [C4] onder de neus duwen.

R: Ja, nou ja. Dat doen we al eigenlijk best wel lang, maar…

X: Bij [leidinggevende van C4] onder de neus duwen…

[iedereen lacht, iedereen wil tegelijk beginnen met praten]

M: Weet je wie dat is?

Y: Ja, dat is een probleem.

M: En weet je wat hun relatie is?

X: Oké, eh… Ik moet weg.

G: Kunnen we [C4] niet eh… Van de troon stoten.

M: Ja, oei!

G: En het zelf doen.

R: Ja, er zijn heel veel mensen die dat… [iedereen lacht, onverstaanbaar]

Y: En zeg dan maar als je het niet voor jezelf doet, doe het voor die arme moderators die dus doodsbedreigingen kregen.

G: Ja, precies.

R: Ahw, ja.

G: [lacht]

R: Maar zij zelf ook, hè? Het was voor haar ook niet leuk, dus ik snap… Ik snap het gewoon niet. Oké [onverstaanbaar].

G: [doorheen] Oké, willen jullie de rest van de eh… De top 10 van de pagina's horen?

Y: Ja.

R: Oké.

G: 1 is dus hoeveel verdient iemand in de horeca, 2 is de homepage, 3 is pensioen, 4 is bouw, 5 is transport en logistiek. Waarom moeten wij ruim 49 belasting over onze overuren betalen?

Y: Da's iedereen.

G: 6 metaal en techniek generatiepact vanaf welke leeftijd heb je recht op ouwelullendagen en hoeveel is dit dan?

[X en M praten zachtjes doorheen, onverstaanbaar]

R: Oh ja.

G: 7 horeca, 8 metaaltechniek generatiepact, dus de pagina vanaf welke leeftijd heb je recht op ouwelullendagen is populairder dan de eh… Algemene pagina over generatiepact.

R: Oké.

X: [doorheen] Dat gebeurt wel vaker.

G: Transport en logistiek staat op 9 en op 10 metaal en techniek.

Y: Ik heb gewoon bewust de ouwelullendagen niet geëdit…

R: Ja.

Y: Want ouwelullendagen is gewoon -

X: In de volksmond

Y: - De geaccepteerde term eh…

[R en G reageren, maar tegelijk. Onverstaanbaar]

M: Ja, dat lijkt me SEO technisch heel verstandig.

Y: Nee, kijk. Vorige keer had ik die vraag ook en toen kreeg ik van [C9] de vraag van ja maar. Dat is vulgaire taal waarom edit je het er niet uit?

R: Nee, dat is vervelend.

Y: En ik had zoiets van ja…

M: Nee.

Y: Ja, dat is gewoon hoe ze dat noemen.

M: Als je erop gevonden wilt worden, moet je het vooral zo noemen.

R: Ja.

M: Oké.

R: Ik stel voor dat we dat zelfs in al onze blogs gaan verwerken.

[M reageert fluisterend]

Y: [doorheen] Ja, ik denk ook dat jullie er toen mee kwamen dat het ook een veel gezochte term was.

X: Oh, ja.

Y: En toen was het wel oké.

X: [onverstaanbaar] Ja, maar soms heb je gewoon even iemand anders nodig die zegt dat het oké is.

Y: Ja.

X: Vraag-

R: Maar ga jij gauw eh… X. Want eh… Anders sta je hier over 10 minuten nog.

Y: [doorheen] Ik had altijd zoiets van ik heb altijd heel secuur eh…

X: Ik heb al gezegd eh… Dat ik om 10 uur ergens vandaan zou komen.

R: Oh, kijk! Nou, werk ze nog.

X: Ja, dankjewel. Misschien tot straks!

R: En eh…

M: Misschien tot straks.

R: Misschien tot straks.

X: Ik kijk even hoe het loopt en dan eh… Anders dan spreken we mekaar.

M en R: [tegelijk] Is goed!

X: Tot de volgende!

M: Doei.

G en R: [tegelijk] Doei.

M: Succes!

R: Eh… Leuk.

G: Vinden jullie het leuk als ik dit overzicht even via de mail naar iedereen toestuur?

R: Ja, ik vind dat leuk!

Topic 17

Y: Eh… Weten we al meer over de staking in de bouw?

R: Woensdag, heb ik gelezen. En beroepsgblergh. Nee. Maar ik heb alleen twee nieuwsbrieven gezien. Die niet op de website zijn geplaatst, volgens mij. Dat is… [C10] en [C11] hebben de nieuwsbrief…

M: [zacht] Ja, die hebben nog niet eh…

R: Nee, die zijn dus alleen maar… Eh… Via de mail verstuurd. Wat een koude lucht komt daar vandaan! Helemaal koude benen. En ehm…

M: Het is hier warm en…

[gesprek gaat even door over de kou, etenslucht, etc.]

R: Maar in ieder geval die staan dus niet op de website. Dus dat zouden we dan even bij [C10] eh…

Y: En als ze woensdag staken, is het misschien wel handig als we dat weten.

R: Ja. Dat lijkt me ook.

Y: Want wij krijgen er dus vragen over en de collega's wisten nog niet… Eh… Hoe of wat daar.

R: Nee, maar goed. Ik ben er ook nu nog maar net, dus misschien is er wel meer bekend, hoor. Dat eh… Moet ik nog wel horen.

Y: Nee, niet bij ons alleszins.

M: Hm…

R: Ik zal wel even vragen. Oké? Ik had nog een paar dingen nog even algemeen. Maar dat… Dit is misschien wel alleen voor jou interessant…

M: Hmhm.

R: Ehm… ik dacht moeten we misschien… Nou ja, dat kan ik allemaal met jou bespreken.

M: Oké.

R: Ja. Dus eh…

M: Check.

R: Ja, dat lijkt me het best.

Topic 18

M: Ik had nog één vraag aan jou, Y, over dat generatiepact.

Y: Yes, welke?

M: Pact [Engels], pact [Nederlands]. Van eh… Nou de welke? Dat is precies het punt. Er worden natuurlijk best wel veel vragen nu gesteld –

Y: Ja.

M: - Van geldt het ook voor mij? En er was sprake van dat jij eh… Iemand bij info zou kijken voor welke cao's er iets afgesproken is. Vraagteken. Dit heb ik ook allemaal via…

R: Ja, dat hebben we genoemd, maar niet…

Y: Ja, ja. Zoals ik heb gezegd. Generatiepact is nu bekend in… Is vastgesteld in twee cao's, wordt nog besproken in drie of vier andere, maar daar zijn nog geen afspraken over.

M: Nee.

Y: En alle… We hebben over 2000 cao's en in die 2000 cao's is er altijd wel iets geregeld wat enigszins lijkt op…

M: Volgens mij…

R: Hmmmm.

M: Ja.

Y: Ik kan het…

M: Volgens mij…

Y: Ik kan het…

M: Nou…

Y: Ik kan het neerleggen, maar ik…

M: Nee.

Y: Ik heb ook de uren… Ik heb ook gezegd hoeveel uren ze het zou kosten aan de juridische afdeling.

M: Dat, en we hebben het er…

Y: We doen het graag.

M: … Ook nog over gehad vorige week en ehm… We kunnen dat dan voor nu… Zouden we dat op de website kunnen zetten. Het geldt voor deze… In deze en deze cao staat hier iets over hmhmhm. Maar dat veroudert natuurlijk ook heel snel, en dan moet je dat altijd bijhouden, dus volgens mij was de consensus ook om gewoon wel iets te zeggen over… Generatiedagen blablabla… Want daar staat niet zoveel over op [afdeling V, eigen organisatie].nl -

Y: Ik denk… Wat je wel kan doen -

R: Hmmm.

M: - En verder te zeggen kijk in de cao. Kijk zelf in je cao.

Y: - Wat heel veel mensen dus niet begrijpen is dat het een dubbel vrijwillige afspraak is.

R: Ja.

M: Hmmm.

Y: Dus je werkgever kan je niks verplichten daarin, maar jij kan je werkgever ook niks verplichten daarin. Het is een… Je komt samen en je bent het er mee eens dat het zo gaat.

M: Ja.

Y: Maar dat zorgt ook voor dat er heel veel vrijheden zijn om wel of niet aan mee te doen…

R: Maar is het niet zo dat in die nieuwe metaal en techniek cao dat dat juist eh… Dat ze daar wilden verplichten? Of eh… Ik bedoel dat het een recht is in plaats van eh… Twee kanten vrijwillig, eh…?

Y: Je hebt het recht om te doen… Maar in samenspraak met je werkgever.

M: Een beetje een bijzonder recht.

R: Ja… Ja, wat het… Heel veel mensen vielen daar natuurlijk over van hartstikke leuk deze regeling, maar mijn baas zegt de hele tijd nee, dus wat heb ik hieraan? En dat… Volgens mij

hebben ze dat toen meegenomen wel, in die nieuwe eh… cao, maar dat weet ik niet uit mijn hoofd.

Y: Dat weet ik.

R: Nee.

Y: Ik weet dat dat de bedoeling was, maar ik heb nog geen eh…

R: [zacht, achtergrond] Ga ik wel even naar kijken.

Y: Ik heb nog geen stukken gezien waarvan ik zeg van juridisch gezien heb je absoluut eh…

R: Nee…

Y: Het recht om tegen je baas te zeggen van hé, dit doe ik en eh… Doei.

R: Red je er maar mee… Ik ga er wel even naar kijken.

Y: Als het eh… Als het er wel is, dan lees ik het graag, hoor…

R: Ja.

Y: … Maar het is er nog niet.

R: Ja, ik moet sowieso naar die uitslag kijken, dus dan kijk ik even wat daar eh… In staat. En dan laat ik het jou wel weten. Ja?

Y: Als je dat zo gedetailleerd in wilt, dan vind ik wel een paar juristen om te doen. Maar 160 uur juridisch werk afnemen in de maand november, of eh… Oktober, november is eh… Is [onverstaanbaar].

M: [niest]

M: Is eh…

R: Gezondheid.

M: Dank je.

Y: Dan krijg je misschien wel een factuurtje van de afdeling…

M: Ja, precies.

Y: Ze doen met heel veel plezier dingen er gewoon bij, maar…

M: Ja.

Y: … Dat is eentje die ook niet eh… [korte stilte]. Zoals de… Die FEC vragen die we gedaan hebben, dat was info… Dat was toch… Dat was zoekwerk die ze toch gingen moeten doen. Eh… Deze… In deze periode zeg ik dan zoiets van ik eh… Start dit voertuig, ik zorg ervoor dat het eh… Overzichtelijk op Je Achterban komt, want dit is wel eh… Dit is wel een iets grotere klus.

G: Ja, precies.

M: Oké. Dan eh… Als verder niemand nog… Iets heeft… Dan eh… Dan was dat ‘m.

C Observatie 3

Maandag 4 november 2019. Begin 9.30 uur. Geen zaal of ruimte, maar gewoon op de werkvloer, want de zalen waren bezet (mij onbekend of dat altijd zo is). Daardoor iets rumoeriger dan de meeste vergaderingen, meer achtergrondgeluid. Aan het tafelblok zaten de drie gespreksdeelnemers, maar ook een andere man die niet aan het gesprek deelnam.

Tijdens deze vergadering werken de collega's normaal gesproken met de Contentkalender op een groot scherm, zodat iedereen mee kan kijken. Het grote scherm werkte echter niet helemaal, waardoor er met eigen computers en/of laptops werd gewerkt.

HET OVERLEG

A: Ja, hij doet het wel, maar hij geeft niets aan. Hij heeft wel een scherm, maar…

[stilte]

A: En hij is niet zoals bij die andere eh… [onverstaanbaar, veel ruis. Gaat nog steeds over het niet werkende scherm]

[iedereen door elkaar]

[rond 2.15 is iedereen er echt klaar voor. Ik had I al gevraagd of ik mocht opnemen, maar de rest was daar nog niet van op de hoogte.]

T: Mag ik mijn mobiel, het opnameding, even hier in het midden neerleggen?

I: Ja, ehm… T vroeg of ze… Of we bezwaar hadden dat ze het opnam voor haar eigen verwerking, zeg maar. Dus ik heb gezegd eh… Dus eh… Het weekend wordt later besproken.

[collega lacht]

T: Dat kan ik ook gewoon overslaan, hoor. Haha.

I: Oké, dat kan je gewoon *muten*. Ja.

[iedereen lacht]

[een collega komt tussendoor met een vraag aan I – 2.30 tot 3.00]

I: Nou, zullen we 't gewoon op ons scherm doen, dan? Want dan kijken we gewoon allemaal op ons scherm en dan kun jij met mij mee kijken. Anders dan zijn we daar teveel tijd aan kwijt, dat is ook een beetje… [onverstaanbaar, omdat iedereen verplaatst]. Nou, we hebben het geprobeerd.

T: Dappere poging gedaan, niet helemaal gelukt.

I: Ja, zo is het.

[intussen verplaatst iedereen en/of pakt spullen. Ik kan met I meekijken]

V: Kom ik even bij jou buurten.

A: Is goed, hoor.

[iemand zucht, en de andere twee collega's gaan ook naast elkaar zitten]

I: Heeft [M] nog met jou iets doorgenomen, toevallig? Van content om eh…

A: Eh…

I: Nou, we komen er vanzelf wel bij… Of we nog vragen voor haar hebben. Want zij is wel voor [eigen organisatie] aan het werk, maar vanuit huis -

A: Nee.

I: - Heeft ze niet tegen jou gezegd?

A: Nee, op donderdag en op vrijdag zou ze…

I: Oké.

A: … Hier in ieder geval zijn, maar ze heeft wel de nieuwsbrief en de eventmailing voorbereid.

I: Ja. Ja, kan het ook zo in de agenda zien, hoor. Maar dacht als … [A doorheen]

A: En mogelijk ook een aantal dingen al ingepland, maar dat heb ik niet eh… Gezien.

I: Nee, nou. Dat gaan zo eh… Ik check gelijk even haar eh… Agenda. Eh… Where are you? [in zichzelf]. Ja, ze werkt wel voor [eigen organisatie]. Maar vanuit huis.

A: Oké.

I: Dus dan eh… Mochten er nog vragen zijn, dan kan ik straks even bellen.

V: Ik pak toch even een stoel, want eh… [mompelt iets over stoel, vloer, etc. Haalt stoel van haar bureau aan de overkant]

I: Oké.

A: Gaan we op jouw laptopje kijken, of… Dat is wel een beetje friemelig.

I: Nou, misschien als jij bij A kijkt en ik met T hier… Anders wordt het wel heel eh…

[iedereen lacht]

I: Ja, jullie zijn van harte welkom, hoor. In de kring.

[iedereen lacht]

A: Lekker warm.

V: Ja, precies.

I: Hebben we geen project meer eh… Net… Netwerk.

V: Zag ik net staan, netwerk, toch? [Eigen organisatie]-netwerk?

I: Ja, maar is eh… 2019…

V: Ohw…

I: Ja, dat is sowieso een ding. Wij moeten die lijst eh…

A: Zal ik hem daar eventjes in doen.

I: … Nog gaan opschonen. De eh…

V: De campagnelijst, want we hebben niet echt die projecten. Het zijn meerdere grote blokken.

I: Ja.

A: Hmhm.

V: In plaats p… Van alles door elkaar nog steeds, hè?

I: Maar, ik had…

[één van de twee anderen gaat door I heen, allebei stoppen met praten. Behoorlijke stilte]

I: Oké, zullen we eerst even naar vorige week eh… Kijken?
[tegen T] We blikken altijd even 1 week terug en dan eh… Kijken we naar de huidige week.

Topic 1

I: Even kijken… 28 oktober. Eh… Kennissessie publiek bij [Organisatie U]. Dat is denk ik…

A: 28 oktober?

V: Oh ja… [vrouwen praten zachtjes even met elkaar]

I: Het is toch nu 4 november?

V: Ja, ja, ja. Ja. Oh ja, sorry.

[één van de twee vrouwen praat zachtjes op achtergrond]

I: Ga wel even… Eh…

A: De planning is hier…

I: Dan kan die helemaal eruit…

V: Oké, weg. Die laat maar dan, laat maar dan.

A: Ja, maar ik moet sowieso… Ik moet Citrix weer eh…

I: Zal ik gewoon even doorpraten? Want het is voor de eh… Kennissessie publiek het verslag naar de eh…

V: Ja!

I: … Eh… Deelnemers… Die er aanwezig waren geweest.

V: [tegelijk] Deelnemers. Ja.

I: Die is eruit gegaan?

V: Ja.

Topic 2

I: Oké, mooi. Dan hadden we eh… LinkedIn, Twitteren, Facebook over de eh… Rebranding nieuwe huisstijl. Daar heeft [M] een serie van drie gemaakt die we eh… Ja, over de komende weken… Om gewoon de rebranding eh… [tegen T] We zijn per 1 oktober naar de nieuwe huisstijl, dus vandaar dat we eh… Daar een campagne op hebben gezet.

T: [knikt]

I: Ja, en eh... Daar heeft ze één van drie alvast eh… Ingepland. En twee en drie zijn ook al ingepland en de eerste is er nu uitgegaan via alle social kanalen, dus dat is mooi. En daarbij gebruiken we het corporate oogbeeld, zeg maar.

V: Ja.

I: Ja.

A: Zoals in advertenties...

V: Precies.

I: Ja. En naar kennissessies… Dat is waarschijnlijk…

V: Ja, is in LinkedIn-groep van publiek.

I: Oh, in de LinkedIn-groep?

A: Ja.

V: Ja. En ik denk ook Twitter, maar…

I: Ja, Twitter ook.

V: Ja, ja. En, ja. In de groep.

Topic 3

I: Oké. Ehm… Vooraankondiging van die promotie. Nou, die krijgt echt eh… Vet veel aandacht. Het is op verzoek van [C1].

V: Ja, bijzonder.

I: Ja.

V: De naam zal het doen, denk ik.

I: Ik denk het. Maar ja, het is wel echt voor een hele kleine specifieke doelgroep die hem kennen, volgens mij, maar goed eh… Prima.

A: [fluistert op de achtergrond dat iets niet werkt tegen andere collega]

I: De [onverstaanbaar-]nieuwsbrief… Doet ‘ie het?

A: [zegt zachtjes, onverstaanbaar wat ze in aan het vullen is]

I: Die is eruit gegaan, denk ik?

[tijdje stil]

V: Dan kunnen we gelijk zien wat er is gepland.

I: Oh, in Hootsuite.

V: Ja.

I: Ja… Meestal heeft Hooteh...

V: Niet? Oh, nou. Ik heb ‘m open staan aan mijn kant.

[A en I door elkaar. Bij A werkt het systeem niet]

V: Ja, maar dit is een [onverstaanbaar]… Dus iemand heeft lopen klooien, denk ik.

I: [tegen T]… Maar vooral ingepland is, dus automatisch geplaatst wordt. En de zaken die wij nog niet eh… Die niet via Hootsuite zijn ingepland bekijken wij dus met mekaar. Wie pakt wat op.

A: Dat kan, ik weet dat dinges er mee bezig is geweest eh…[C2].

[A en V met elkaar in gesprek]

I: Alleen omdat [M] nu vanuit huis werkt is dat niet… [onverstaanbaar]

V: Zal ik mijn laptop anders aan deze kant zetten?

A: Ja, maar. De inlogcodes werken gewoon niet. Dus…

V: Nou, bij staat die open. Heb jij hem toevallig open staan?

A: Van Hootsuite.

I: Ja.

A: Nee.

V: Dan pak ik even mijn laptop.

A: De inlogcodes werken niet.

I: Heeft [M] het veranderd?

A: Weet ik niet…

V: Het is wel een beetje plakken en knippen vandaag.

A: Ja.

I: [tegen T] Meestal gaat het iets gestructureerder [lacht].

T: Dit soort dagen horen er ook bij.

I: Wat zeg je?

T: Dit soort dagen horen er ook bij.

I: Zo is het, ja.

A: [zucht]

I: [tegen V] Wil je niet even een stoel?

V: Naah.

I: Moet ik 'm even hierheen rijden voor je?

V: Contentkalender… Nee, hoor. Eh… [praat zachtjes]

Topic 4

I: Maar ondertussen de publieknieuwsbrief is gewoon eruit gegaan en [M] die zou eh… Ook weer even een analyse maken van de verschillende nieuwsbrieven, hoe die het doen. Maar ook bijvoorbeeld hoe de zorg en publiek het doen ten opzichte van eh…

V: Oh, ja.

I: Algemeen maandelijkse en zo, om daar eventjes eh… Waar we het met de teamsessie ook over hadden, om daar even nou ja… Boven te kunnen gaan hangen en ook even kijken naar die LLI's of dat dat iets betekent voor volgend jaar, misschien. Dat we dat eh… Nou ja… Wat beter de effectiviteit daarvan meten.

V: Ja… Ja.

I: Je hebt 'm open. Dat is goed.

A: Ja.

I: En nou, als je nog in de Contentkalender kan… Maar dat eh…

A: De Contentkalender… Maar ik kom niet in Hootsuite.

I: Oké.

V: Maar daar zit ik nu in.

I: Dan moeten we zo eventjes kijken…

A: Ja, maar dan nog eh…

I: Wat het juiste wachtwoord is, dat we die even terug in LastPass knallen, want dat is een beetje… Onhandig. Missch… Het kan natuurlijk zijn dat [M] het wachtwoord heeft gewijzigd [onverstaanbaar, want iemand gaat doorheen].

V: Ik zal 'm even -

I: [onverstaanbaar] Ook even een mailtje naar allemaal…

V: Ja.

I: Van joh, het is gewijzigd. En dan ook even in LastPass eh… [tegen iemand anders die niet met de vergadering mee doet] Hai!

Man: Hoi.

Topic 5

I: Oké, kijken we even naar de woensdag. We hadden eh…

[Man en A praten op achtergrond over computer]

Topic 6

I: We hadden eh… Excel de impact van inkoop. Daar heeft… Heeft ze… Heeft [M] op woensdag het artikel online geplaatst en donderdag de social verspreid van die eh… Campagne. wintershoot collega is niet doorgegaan denk ik, hè?

V: Nee, want de collega laat het een beetje afweten.

I: Oh. De collega die tegenover jou zit? [door elkaar]

V: Ja.

I: Of niet?

V: Maar die trekt zich niets aan van dit soort opmerkingen.

I: Die doet gewoon of die eh… Oost-Indisch doof -

V: Van ik ben er niet, ik ben er niet.

I: Zou ik ook doen.

V: Ja.

I: Hé, zullen we 'm verplaatsen?

V: Wederom? Nou ja, maar dan moet ik [onverstaanbaar] een andere vragen, want dat… Duurt nu een beetje te lang.

I: Ja.

V: We moeten wel een beetje eh… Het ritme erin houden.

I: Oké, nou deze week zit best wel vol, maar misschien voor vol… Dat we 'm dan dus naar volgende week eh…?

V: Ja.

I: Zal ik ze even naar zondag slepen, anders? Oh, jij doet dat al.

V: Ja, ik sleep ze eventjes door.

I: [tegen T] Meestal als we ze naar zondag slepen, dan zien we op maandag van oh ja, daar moeten we wat mee. Dus het is niet dat we die dan op zondag ook eh… Publiceren. [algemeen] Ik check even heel snel of er iets op de zondag hadden geplaatst voor volgende week.

[langere stilte, aan het kijken op computerscherm, veel ruis op achtergrond]

Topic 7

I: Even kijken, hoor. Want [onverstaanbaar] oktober… Ik check heel even snel wat er op de eh… Oh. Oké. Even kijken, en verder hadden we een Tweet over de opleidingen inclusief cijfer. Dat is ook van die zeg maar always-on campagne daar waarvan eh… [M] er een aantal heeft ingepland.

V: Ja, ja.

Topic 8

I: Dan hadden we op donderdag dus de social verspreiding van [onverstaanbare naam].

V: Hmhm.

I: Dat was nog even gedoe met [C3] vrijdag. Heb je misschien iets van meegekregen. [kijkt naar collega] Nee? Laat maar zitten. ’t Is goed gekomen.

V: Die in de face. Nee, dat was niet die in de Face.

I: Nee, er stonden spelfouten in. [onverstaanbare naam] stond met één l. En het was echt de thumbnail, zeg maar. Dus ik zeg ja ik wil het eigenlijk niet zo sturen van joe, jullie staan live en het eerste wat je ziet is die spelfout.

V: Ja, ja.

I: Maar het was natuurlijk een Photoshop bestand. En dat heb ik niet. En eh…

V: Nou, d-dat, daarom moet… Dat is dan weer een argument inderdaad om dat… Waar we het dinsdag over hadden.

I: Ja.

V: Dat we gewoon allemaal in zo’n programma kunnen en zo eh… Om dingen aan te passen… Of ook eh…

I: [doorheen] Ja. En dat we dan inderdaad even kijken, is het iets dat kan, waarvoor staat het dat?

V: Ja, ja.

I: Met de nieuwe templates. Die we dan eh… Hebben met ehm… Zeg maar… Titels en ondertitels dat we daarmee uit de voeten kunnen -

V: Ja.

I: - En met zo’n oranje vlak aan één kant. Of dat we toch echt Photoshop moeten hebben.

V: Ja.

I: Ik schrijf dat inderdaad even op…

V: [doorheen] Ja -

I: … Als actie.

V: Want ik heb dat ook voor de PMI voor vrijdag. Ehm… Omdat [M]… Ik wist niet precies wanneer [M] er was…

I: [zegt zachtjes wat ze typt] Voor hele team.

V: … En -

I: Ja, ze zet het wel goed in haar agenda, trouwens, elke keer hoor. Wanneer ze thuis is…

V: [doorheen] Oh, ik kijk eigenlijk nooit in haar agenda.

I: Oké.

V: Oké.

I: Maar dat… Dat -

V: Ja.

I: - Houdt ze wel echt goed bij, dus eh…

V: Ja, want toen heb toch nog maar aan [onverstaanbare naam] gevraagd om de banner aan te vragen.

I: [doorheen] Ja, en dat is prima, hè? Want dit… Ja, maar dat… Doe dat ook gewoon, hè. Want eh... Dan kan je het parkeren -

V: Ja.

I: - Maar het is soms ook makkelijk als je ’t even zelf kan aanpassen.

V: Ja.

I: Want we hebben nu drie Photoshop accounts, hè? Voor jou, [B] en mij.

A: Ja, ja.

I: Ja.

V: En ehm…

I: En ik hem ‘m nog steeds niet geopend. Ik heb er ook gewoon geen tijd voor.

V: Nee… En in die eh… Indesign. Illustrator, is dat niet iets?

I: Dat was volgens mij nog weer een stapje verder.

A: Ja.

I: Fotoshop kunnen we volgens mij redelijk mee uit de voeten.

V: Ja, dat is pixels en -

I: Dat is echt met die lagen slepen zeg maar.

V: Oké, ja ja.

I: En dat is eigenlijk het enige wat we hoeven doen, even een laag aanpassen. Weer op elkaar plakken -

V: Oké.

I: - En bewaren als nieuw beeld.

V: Ja.

I: Dat is het volgens mij.

V: Ja, want illustrator is natuurlijk, dat werkt ook met pixels, maar dat werkt ook met vector, met gewoon eh… Printbestanden.

I: [doorheen] Ja, maar dat k… Is volgens mij echt voor ons eh… Gaat dat eh…

V: Een stapje te ver.

I: … Een stapje te ver.

V: Ja, oké.

I: Dat pak ik even op eh… En die telefoonaanvraag is inmiddels naar [C1] [lacht]. Dus dan weet je dat. Dus ik dacht eerst dat, en dan de computers.

[lachen]

I: Oké.

A: [onverstaanbaar] Eigen ruimte.

I: Wat zei je?

A: Eigen ruimte.

I: Een schijfruimte, ja.

A: Nee, nee. Geen schijfruimte.

I: Oh, eigen ruimte [lacht]. Eigen ruimte [onverstaanbaar].

V: [doorheen] Ja, daar moeten we het ook nog even over hebben, ja. Eigen schrijfr… Schijfruimte.

I: Ja, ja.

V: Daar zit ook [onverstaanbaar, door elkaar].

Topic 9

I: Nee, dat had ik erbij opgeschreven naar aanleiding van die teamsessie van eh… Vorige week. Oké. Dan hadden we dus op donderdag inhaker Halloween. Nou, dat had [M] leuk gedaan [lacht]. Dat was wel echt grappig. Had je 'm gezien of niet?

A: Nee.

V: Nee, ik ook niet.

I: Even kijken, hoor. Volgens mij was 'ie op… Ik moet zeggen ik volg Twitter nie… eh…

A: Ik kijk nooit meer op Twitter, eigenlijk. Ja, op Instagram…

I: Volgens mij was die… Nee?

A: Nee, ik vind Twitter eh… Staat zoveel…. Zooi.

I: Ja.

A: En is zo snel verouderd.

I: Volgens mij stond deze op LinkedIn…

V: Hier heb ik 'm.

I: Heb je 'm?

V: Ja, in ieder geval op eh…

I: Oh, ja.

V: Happy Halloween.

I: [leest tekst voor] Of je nu gelooft in mooie inkoopsprookjes, of bang bent voor doemverhalen in het vak. Geen zorgen met 7000 leden, sta je er als [eigen organisatie]-lid nooit alleen voor.

V: Samen sta je sterk. Ja.

[lacht]

V: Ja.

I: [tegen T] We bekijken eh… Wel regelmatig zo'n eh… Inhaakkalender en zo. Of we daar wat mee moeten… Als het niet te ver van… We doen het niet heel veel… Vorig jaar bijvoorbeeld Black Friday dachten we nou, we proberen het, maar dat haalde niet echt veel uit en dat paste toch niet heel erg bij onze activiteiten, dus hebben we gezegd nou die doen we dan niet meer. Maar zo met Halloween…

T: Daar kun je wel iets omheen eh…

I: Precies.

V: Ja, het moet niet te ver gezocht zijn, natuurlijk.

I: Nee, inderdaad.

V: Nee.

Topic 10

I: Oké, dan kijken we even verder. Eh… MVI zorg, een Tweet. Weet jij daar -

V: Ja, die was ingepland, zag ik.

I: Ja.

V: [zacht] Dus die is er gewoon uitgegaan.

I: [doorheen] Nu zag ik dat er in de MC-box een verzoek was gekomen via [C4], omdat natuurlijk nu met zorg ook aan de gang is.

V: Hmhm.

I: Maar volgens mij vraagt ze daarin iets, wat we al lang doen.

V: Is dat vanuit het sectorplan?

I: Ja.

V: Ja, ik heb het er al met [C5] al over gehad. Ik zeg… Je moet gewoon vertellen wat we al doen.

I: Ja.

V: Dat ze daar al inzicht in heeft…

I: Ja.

V: En dat er al veel gebeurt en dat soms we het een beetje misschien kunnen upgraden of zo…

I: Ja.

V: Maar…

I: Mag ik dat mailtje anders even doorsturen aan jou, dat jij het even checkt met is dat dit?

V: Ohw *[[teleurgestelde 'ohw']].*
[lacht] Oké, ja.

I: [lacht] Of niet?

V: Ja, is goed, maar ik vroeg [M] vrijdag… Wie heeft eh… Van [C5] het sectorplan overgenomen…

I: Oh!

V: Ik zeg oooh, oh, dat is I. Ik denk hop. [lacht]

I: Dat is goed.

V: En dan krijg ik ‘m nu terug.

I: Nee, je krijgt niet het sectorplan.

V: Oké.

I: Maar ’t gaat… Zij vroeg iets specifieks -

V: Oké.

I: - Van kunnen we iets publiceren over? En toen dacht ik volgens mij heb jij -

V: Oké.

I: - Het erover gehad dat we dat allang doen.

V: Ja, is goed. Gooi maar.

I: Dus dan kun je zeggen [C4] we hebben het al gedaan. Kijk maar.

V: Ja, ja is goed.

I: En wil je het volgende keer in TopDesk inschieten?

A: Ja, dat is een goeie. Zet dat er maar bij.

V: Ja, ja.

A: Misschien moeten we automatisch beantwoorden eh…

I: Heb je ‘m al in TopDesk gedaan?

A: Ja.

I: Ja, anders wordt ‘ie niet veranderd.

V: [doorheen] Oh, dat is wel een idee. Zo’n automatisch… Kan dat vanuit een eh…?

A: [doorheen] Ik zal zo wel even [C6] vragen. Ik vraag het zo wel aan [C6], denk ‘t wel…

I: Want ik heb ‘m ook nog voor de nieuwsflash natuurlijk ook even ingediend. Tenminste, dat ik een opmerking erover heb gemaakt van als je verzoek hebt, doe het dan via de portal. Weet… Ja, [M] heeft ‘m gemaakt, dus dan ben je ‘m misschien niet tegengekomen.

V: Nee, de nieuwsflash, die heb ik gemaakt.

I: Die heb jij gemaakt? Ik had input gestuurd op 2 punten -

V: Ja. Oh ja.

I: - En eentje -

V: Oh, dan zit het wel -

I: Ik had het wel gekoppeld aan het feit dat [C5] er niet is en dat ze [zacht, onverstaanbaar].

V: [doorheen] Oh, ja ja ja.

I: De bezetting.

V: Ja, ja.

I: En als je het dan doet, doe het dan via de eh…

V: Ja, portal.

I: Ja.

V: SSP.

I en V: [tegelijk] Ja.

I: Oké.

V: Dan zal ik er nog even een linkje achteraan plakken.

Topic 11

Topic 12

I: Oh ja, dat is een goeie. Eh… Oké. En dan vrijdag hadden we Designerthinking dat was ook al ingepland door eh… [M]. Ledenpas en facturatie, ik had dat er gewoon even ingeknald als geheugensteuntje, A, maar ik zag dat jij er net volgens mij ook iets voor aanmaakte.

A: Ja, ik heb 'm eh… Aangepast.

I: [doorheen] Oh, sorry! Dat heb je dan zelf gedaan.

A: Ja. Ik heb 'm eh… Ik zag hem daarnet ook staan en eh… Ik had een dubbele gemaakt, dus die heb ik er weer uitgehaald, dus eh… Die pas ik straks wel even aan.

Topic 13

I: Oké. Kijk wel even voor deze week straks wanneer we die eh… Oké. 4 mei.

V: Ja.

I: Da's wel allemaal goed gegaan, hè? Wel een daling.

V: Ja.

I: Maar eh… Qua communicatie is het allemaal…

I en V: [tegelijk] Gewoon goed gegaan.

Topic 14

I: Nou, heel fijn. Wat staat hier? PB rechtsbescherming en aanbestedingen.

V: Ja, dat is naar aanleiding van die eh… Algemene… Eh… Hoe noem je dat? In de kamer?

I: Beschouwing?

V: Alg… AO? [mompelt zachtjes] Nou ja, in ieder geval. Daar heeft… Daar zat [C7] bij en er is een gezamenlijk persbericht.

I: Oh!

V: Dus dat heb ik eh…

I: Dat is PB… Ja.

V: Oh, da's persbericht.

I: Ja, oké.

V: Ja, ja.

I: Goed.

V: Dus da's een nieuwsitem en dat is ook gedeeld.

I: Oké.

V: Ja.

Topic 15

Topic 16

I: Bedrijfs[onverstaanbaar] opleiden en hun trainingen dat is dat verhaal wat [C5] gewoon als geheugensteuntje erin had gezet, dus die kunnen we even eh… Negeren. Start [C8] als penningmeester in bestuur van [eigen organisatie]. Daar is volgens mij niks mee gedaan.

V: [doorheen] Ehm… Nee, dat was [M] mee bezig vrijdag. Maar ik heb eerlijk gezegd niet… Het laatste -

I: Zij was daar wel mee bezig? Oké, dan zal zij die zelf waarschijnlijk wel plaatsen.

V: [doorheen] Nou, wij… Zij heeft het daarover… Wij hebben 't daarover gehad… Is niet mee uitgegaan vrijdag? Ik weet het eerlijk gezegd niet uit mijn hoofd… Eh… [zacht, in zichzelf] Nee, da's de PMI…

I: Er stond ook niet welk kanaal, of zo eh…

V: Nee.

I: Meer zo van moeten we er nog wat mee.

V: Ja.

I: En dan eventueel verwijzen naar…

V: Ja.

I: Ik vind niet… Ja, even met alle respect. Ik vind niet super belangrijk.

V: Nee.

I: In het geheel der dingen, zeg maar. Niemand heeft er ook per se om gevraagd. Is meer voor ons dat we dat zeg maar toen hadden gezegd van oh dan start 'ie, dus misschien moeten we op dat moment… Kijk, was het nou de voorzitter of zo, dan vind ik het nog wat anders.

V: Ja.

I: Dus ik vind het ook wel prima om deze te eh… Killen.

V: Ja.

I: Als er nog niet werk in zit.

V: Ja. Nee. Ik weet het eerlijk gezegd niet, wat [M] mee bezig… Of hoe het ervoor staat.

I: Zal ik dat anders even aan haar vragen -

V: Ja.

I: - Als ik zo in de auto zit?

V: Ja.

I: En als ze er nog niet aan begonnen is, dat ik dan zeg laat maar.

V: Ja, want we hebben natuurlijk ook eh… Op 1 januari straks eh… Hoe heet ze… Die als…

I: [C9].

V: [C9]. Die in 't bestuur begint.

I: Ja.

V: Zal ik even… Ik sleep 'm wel even eruit.

Topic 17

Topic 18

I: Ja, vraag ik dat nog even aan [M]. Oké, dat was dit… Dan hadden we voor zaterdag interview met collega, daar kijk jij dan even van waar we dat naar toe slepen. En dan hebben we voor de zondag…

V en I: Meeting testimonial.

I: [C10].

A: Oh, dat is van mij.

I: Die ga ik even verspelen, want dat is eh… Voor later. Nu geen prioriteit. Hoppa.

[even stilte]

Topic 19

I: Oké, kijken we even naar deze week.

[stilte]

I: E-mailing leden, dat is denk ik die A net erin heeft gezet.

A: Ja.

Topic 20

I: Indexatie… Nou, laten we even kijken wat lukt qua timing eh… A. Of jij ‘m aangepast krijgt vandaag en dat wij nog één keertje even samen kijken en dat ‘ie dan naar [C11] kan.

A: Ja, of ik pas ‘m even aan en dan stuur ik ‘m wel naar [C11] wel eh… Dat ‘ie deze week eh… Eruit kan.

I: Ja. Is goed. Nou, als je mij nog even CC’t, ben ik ook nog even benieuwd -

A: Ja.

I: - Wat er van is geworden. Als het goed is, is die video dus nu beschikbaar.

A: Oké.

I: Ehm… Hij is beschikbaar, want ik heb ‘m van eh… Video-agency vorige week… Eind vorige week terug gehad. De vraag is alleen even zit ‘ie al in BWW? [onverstaanbaar]. Dat had ik gevraagd aan [M], maar ik weet niet of ze daar aan toe is gekomen.

A: Oké.

I: Want jij importeert het vanuit BWW, toch?

A: Ik moet een linkje hebben.

I: Ja, precies. Maar die link is vanuit BWW, toch?

A: Eh… Ja, want een eh… Stand alone filmpje kan ik er niet inhangen.

I: Ja, precies. Dus dan vraag ik dat ook even aan haar.

A: Ja.

I: Of haar dat nog gelukt is.

A: Ja, heel goed.

I: En of ze dan dat linkje naar jou kan sturen, of eh…?

A: Ja, en een thumbeh…

I: En een Thumb, ja.

A: [in zichzelf] Thumb... [onverstaanbaar].

I: Eh… Video… En ik heb ervoor laten zetten -

A: Of embedded code kan ook, als ik een embedded code erin kan doen dan eh…

V: Ja.

I: Ja, ehm… [leest wat ze typt] Em-bedded code… Dus Thumb, video en ik heb het genoemd ‘de leden van…’ Of nee, ‘leden over [eigen organisatie].’

A: Oké, ja. De members.

I: Ik zit alleen… Ja. Oh ja. Ja, daar vind ik hem inderdaad een beetje van -

V: Ja.

I: - Kunnen door elkaar gebruiken. Als we het… Echt over de titel hebben van het membership, dan sowieso membership. Ik vind dan leden… Soms… Weer ietsje toegankelijker of zo…

A: Ja, vind ik ook.

V: De leden vertellen.

I: Ja, in plaats van de members.

V: Of de leden aan het woord.

I: Ja, maar als we het over de titel van het lidmaatschap hebben, doen we gewoon inderdaad altijd membership in het Engels.

Topic 21

V: Eh… En zitten, waar we het vorige week over hadden met die eh… Uploaden van nieuwe… Vanuit Navision… Die e-mailadressen?

I: Ja, daar heb -

V: Het bestand -

I: - Ik… Heb ik contact gehad met [B].

V: Oké.

I: Heb even met haar geappt of ze het eh… Een probleem vindt als eh… [M] met haar even daar kort over belt, omdat dit iets is waar we zelf eh… Ja, gewoon even niet uitkomen, omdat we eh… Dat met haar werkwijze te maken heeft en zij hebben nu een afspraak.

V: [doorheen] Hmhm… [onverstaanbaar]

V: Oké.

I: Om daar even over te gaan bellen.

V: Maar daar kom je niet mee in de knoop met deze mailing?

I: Ik denk haast dat… Oh nee, dit is trouwens heel belangrijk. Bij deze mailing moeten we alle leden selecteren. Ook die zich hebben afgemeld en dat mag ook, omdat het transactionele informatie is. Dus dat is echt een belangrijke.

A: [doorheen] Oh, nou. Dan kan [C11] aan de bak.

I: [C11]?

A: Ja, [C11] is *owner*, die moet eh… Bestanden aanleveren.

I: Oh, nou. Dan zou ik zeker als jij de testmail stuurt zeg maar -

A: Maar dan hebben we sowieso een uitdaging, want als zij zich afgemeld hebben in mail[onverstaanbaar], krijgen ze 'm nog steeds niet. Dus we kunnen selecteren wat we willen, maar dan staan ze gewoon *blacklist* en dan komen ze er nooit meer in.

V: [doorheen] Ja, nou. Daar hadden we het dinsdag over.

I: Oooh ke. Ik dacht dat je dat dan soort van overrulede met die input vanuit NAV.

V: Nee.

A: Nee, dus we kunnen alleen maar de mensen die wij eh…

V: Ja.

A: … Kunnen benaderen, die kunnen we erin hangen.

I: Dus dan zouden we eigenlijk die naast de totaallijst vanuit NAV moeten leggen en kijken wat de afmelders zijn…

V: [doorheen] Wat er overblijft.

I: … En die dan nog per post benaderen.

V: Of vanuit een Outlook mail.

I: Ja.

A: Ja.

I: Ja, ik denk dat dat goed is, want dan kunnen we wel gewoon dat ene mailtje gebruiken voor alles.

V: Ja.

I: Moeten we natuurlijk wel echt zorgen dat het BCC gestuurd wordt… En dan heb je inderdaad twee lijsten eh…

A: [onverstaanbaar]

I: … En die is dan niet gepersoniseerd, dat is dan het enige. Omdat je natuurlijk niet Beste eh…

V: Nou ja, of je doet het MailMerge, dat kan natuurlijk wel.

I: Oh ja.

V: Ja.

I: Maar dat is dus wel even een belangrijke, dat we niet klakkeloos de mail[onverstaanbaar] lijst pakken, maar dat we dus echt allebei de ledenlijst eh…

V: [doorheen] Dat is niet volledig.

I: En het mag vanwege AVG dus ook, omdat eh -

A: Ja, maar die moet eh… [C11] eh… zorgen dat ‘ie -

I: Ja, prima! En dan zou ik als we die testmail sturen dat gelijk erbij vragen van by the way zodra we de lijst hebben, dan kunnen wij ermee eh…

V: Ja.

I: Met de verzending aan de gang…

V: Ja.

I: Dan ligt die bal bij hem.

V: Ja.

Topic 22

I: Oké. Ehm…

V: European bias forum. Oh!

I: Ja. Nee, zeg maar, hoor.

V: Ja, dat is de volgende. Zegt mij niets, maar eh… Er staat 1 van 2 en dat is nieuwsbericht geschreven voor akkoord bij CFCU.

I: Ja.

V: Oké.

I: Eh….

V: Dat ligt bij [B] nog.

I: Social posts zijn al ingepland.

V: Link nog bijplakken meenemen in nieuwsbrief.

I: Materiaal ervoor staat klaar. Ja, ik ga er vanuit dat [M] dat gewoon heeft opgepakt.

V: Oké.

I: Want anders dan eh… Sowieso alles wat op de initialen van [B] stond…

V: Ja.

I: [tegen T] We hebben iemand met zwangerschapsverlof [onverstaanbaar] vervangster, dus vandaar dat we even…

V: Ja. Oké. Ik weet niet wat CFCU is, maar oké. Dat loopt dus.

I: Ik… Ja. Ik kan me er wel iets van herinneren, maar… Nou, ik vertrouw erop dat [B] dat eh…

V: Ja.

I: … Helemaal eh… [lacht]

V: Ja.

I: Oké.

Topic 23

V: Ik ga gewoon eventjes door, hè?

I: Ja, graag. Ik zoek even wat op…

V: [doorheen] Vanwege de tijd eh… Lancering LinkedIn-groep sociaal domein. Dat eh… Is… Komt in de LinkedIn-groep eh… Van publiek, nog een plekje.

I: Oké.

Topic 24

V: Newsflash, die is zo goed als gereed. Ik loop 'm nog één keer door en dan kan die ook uit.

I: Ja.

V: Dus die kan rond lunchtijd gewoon uit.

I: Oké.

Topic 25

V: Tweet sociaal media sessie op duurzame locatie, dat zegt mij niets.

I: Ja, dat ben ik. En vanmiddag geef ik eh… Een training aan eh…

V: Oh!

I: Wie heeft dit gezegd?

[lacht]

V: [B], staat er. Wat is dit?

I: Wat is dit? Oké.

V: [M].

I: Ja. Ik eh... Neem dat in haar berichtje even mee…

V: Oké.

I: Wat ik namelijk doe is eh… Ik… Het is een duurzame locatie en ik wil dan dus even een Tweet plaatsen met over een uur start de bijeenkomst in de duurzame locatie blablabla en daar was vorige keer al een Tweet van gemaakt.

V: Ja.

I: Ik weet niet [onverstaanbaar] gebeurt, maar [onverstaanbaar]. Ehm… Toen ging op het laatste moment die sessie niet door, dus volgens mij kunnen gewoon die post nu pakken en

vanmiddag plaatsen. Alleen even de datum aanpassen en ik dacht dat [M] die toen gemaakt had, dat was namelijk 1 september.

V: Oké.

I: [computer doet niet wat ze wil]

Watskebeurt mensen? Nou, ik kijk maar even met jou mee. Dus dat is die.

Topic 26

V: Hmhm. [onverstaanbaar] PP, big event. 2019.

I: Ik denk dat die ingepland is…

V: Ja.

I: Ja. Oké.

V: Even gluren… Hootsuite… [stilte] Oh ja, ja. Hij staat ingepland. Eh… Morgen…

I: Dat is dat European ding van eh… [B], zeg maar.

Topic 27

V: Ja. En maandelijkse nieuwsbrief, daar is dus [M] mee bezig.

I: Ja.

V: En… [onverstaanbaar]

I: [doorheen] Komt ze daar uit? Heeft ze daar vrijdag nog iets over gezegd?

V: Eh… Nou ja, nee. Meer dat ze er nog niet aan toe was gekomen. Maar eh…

I: Dan zal ze daar nu wel mee aan de gang eh… Gaan.

V: Ja, denk het ook.

I: Want zij stuurt meestal wel ook even een eh…

V: Een test.

I: Een test, hè?

V: Ja.

I: En eh… Ik vraag aan haar dan nog even… Wat zeiden we nou net? Want nu doet 'ie het weer. Eh…

[ze heeft het over haar computer die het nu weer doet. Ze houdt ondertussen een lijstje bij van dingen waar ze het straks met [M] over moet hebben]

V: Eh… Dat van eh…

I: [zacht, achtergrond] Sorry, hoor.

V: … Die social Tweet misschien?

I: [doorheen] Ja, dank je. Tweet social media sessie.

V: Social media, ja.

I: Ja.

I: [typt]

Topic 28

V: Eh… Even kijken. Er staat motie [onverstaanbaar] Tilburg. Daar ben ik mee bezig geweest. Ik weet niet of die al ingepland is, maar… Eh… Die valt wel onder een eh… Een eh…

I: Is het een meneer of een mevrouw? Of wat is het? Het is iemand? Of iets?

[V en I lachen]

V: Iemand.

I: [doorheen] Staat er nu [C12]? Oh, dat is iemand.

V: [C12], ja.

I: [C12]. Zo heet 'ie?

V: Dat is z'n achternaam, hè?

I: Ohw! Ik wou al zeggen wat een bijzondere naam...

V: [doorheen] Ja, ja, ja. Nee, is z'n achternaam. Die valt wel onder iemand z'n NRS, maar wordt niet gefinancierd door [eigen organisatie], dus dat is een kleine link met NRS.

I: Oké.

V: Dus dat maak ik even een item voor eh…

I: Ja.

V: En dan gaat 'ie via social eruit.

I: Oké.

V: En dan reminder… Wat staat er? Intervisie, didactische trainingen… Zegt mij niets, maar…

[op achtergrond veel geluid, want we zitten in open ruimte. Ander gesprek op achtergrond is luid]

I: Zegt mij ook niks. [onverstaanbaar] input opgevraagd bij [naam]…

[rest is onverstaanbaar. Er is veel achtergrondgeluid, doordat we op de afdeling zitten en een gesprek tussen andere mensen luid is]

I: Oh, dit heeft denk ik [M] erbij gezet, die input opgevraagd.

V: Oh, oké.

I: Oké, dus die heeft zij dan onder eh… [onverstaanbaar].

V: [doorheen] Oké.

I: Als ze geen input krijgt, dan gaan we die nog niet plaatsen.

V: Ja, ja.

I: Oké. Ehm…

Topic 29

V: Woensdag…

I: Woensdag. Mailing leveranciers. Ja, daar ben ik mee bezig met [C19]. Dat is om eh… Alle le-… Onze leveranciers op de hoogte te stellen van het nieuwe eh… BV naam…

V: Ja.

I: Dus eh… En dan wil ik ze ook gelijk de gelegenheid geven om het logo op te vragen ehm… Via [onverstaanbaar].

V: Ja… En zitten daar dan ook bijvoorbeeld de inkoperscafés en zo bij? Of niet?

I: Ja. Maar die zijn allang geïnformeerd, hoor.

V: [doorheen] Ja, precies. Ja, ja.

I: Dus een paar zullen wel -

V: Ja.

I: - Nu eh... -

V: Ja.

I: - Dubbel krijgen.

V: Oké.

I: Maar wat hier bijvoorbeeld ook bij zit is eh… [Organisatie V] en eh… [Organisatie W] en eh… Het zijn er wel iets van 600. Dus het is wel een flinke groep.

V: Ja, oké.

I: Ehm… Dus die bijt op zich ook niet met andere mailings, dus ik kijk gewoon even waar in de week dat uit komt. Dus dan verschuif ik ‘m eventueel nog.

V: Ja.

I: Omdat ‘ie toch niet overlapt met onze andere…

V: Nee.

I: … Acties.

V: Oké.

I: Qua doelgroep.

Topic 30

V: Ja. Hmmm, [eigen organisatie]-kring…

I: [Eigen organisatie]-kring Noord… [zacht, in zichzelf] Wat is dit?

V: Ja, daar hebben we ’t vorige keer over gehad, hè? Of die mee moesten in die lijst. Of in die mailing…. Eh…

I: Ah.

V: Weet je?

A: Is weer een één op één mailing?

V: Twitter, via Twitter staat hier.

A: Ja. Eh… Twitter, ja. Dat eh…

V: Oké.

A: Maar ze kunnen toch ook zelf twitteren?

I: Ja, alleen hebben ze een kleiner bereik…

V: Ja.

I: … En we hebben wel gezegd van nou, die kunnen wij dan vanuit corporate account dan eventueel overpakken, als retweet of zo.

A: Ja, maar… Ja. Maar dan hoeven we zelf niets te doen, toch?

V: Dan wachten we op hun bericht.

A: Ja.

I: Alleen het punt is dat eh… Wat [B] met de kringen aan het opbouwen was, die een-tweetjes, dat stukje, heeft ze niet overgedragen aan [M].

A: Oké, oké.

I: Dus dat is even nu…

A: Ja.

I: … Een beetje grijs gebied tot [B] [iemand schraapt keel, onverstaanbaar], want we waren daar net in de opstart zeg maar om dat centraal decentraal eh…

V: Ja.

A: Hmhm.

I: Dus, en [M] komt daar ook niet echt aan toe…

V: Nee.

I: … Dus ik heb gezegd…

A: Oké.

I: … Laat dat maar even. Als [B] terug is dan gaan we daar weer -

A: [doorheen] Nee, maar als we dan ook steeds eh… Posts moeten opmaken dan eh… Voor elke kring…

V: Ja, ja.

A: Die te laat eh… Aanmeldingen…

I: Dat moeten we inderdaad wel even in de gaten houden.

Topic 31

A: … Dan is er straks geen tijd weer voor eh… Landelijk event…

I: Nee, precies.

V: En er gaat nog een eventmailing uit, hè? Die donderdag volgens mij. Even kijken, hoor.

I: Kan wel even vragen, als ik haar straks bel…

V: Ja, voor donderdag staat ook die eventmailing nog.

I: Deze week?

V: Ja. De 7e, dus daar kan het dan misschien gewoon in mee…

I: [doorheen] Ik zie het. Ja, precies.

V: … Dus dan kan dit gewoon komen te vervallen.

I: [zegt wat ze typt] In plaats van aparte Tweets of…

V: Of LinkedIn zelfs.

I: [zegt wat ze typt]… Retweeten vanuit eigen kanaal. [weer naar groep] Eigen Noord-kanaal, zet ik dan even, want dan is het een kleine handeling om gewoon dan in één keer -

V: Ja, precies.

I: - Tsjak te doen. Eh…

V: Ja. Maar er stond ook een LinkedIn op de company page, maar dat doen we dan dus ook niet.

I: Ja, tenzij het ook weer een repost is.

[stilte]

I: Ja, dat bespreek ik zo even met haar. Oké? Ehm… Dan hebben de eventmailing, die zei je net al.

A: Ja, die pakte [M] ook op.

I: Die pakt [M]? Oké. Oh, staat klaar voor controle, staat er.

V: Hmhm.

Topic 32

I: [zacht, in zichzelf] Oké, da's mooi… En testimonials…

V: Ja, die staan ingepland, zie ik.

Topic 33

I: Die zijn al ingepland, hartstikke mooi. Eh… Oh ja. Dat zijn die ze aan elkaar heeft ge… Eh… Zet. Oké, mooi. Dan staat die al ingepland en dan hebben we vrijdag crossmediale… Werving… Ohw! Daar heeft ze toch nog wat mee gedaan. Oh, fantastisch. Oh, abonneer op onze nieuwsbrief.

V: [zacht, lijkt voor te lezen] Test om te kijken of we via social mensen zich kunnen laten aanmelden voor onze nieuwsbrief. Insteek deze keer… De zojuist verzonden evenementen nieuwsbrief. Nou, kijk eens aan…

I: Oké. Nou, dat is eh… Prima. Ik dacht namelijk dat het ging om eh… Dat ze een actie had voor dat je de laatste twee maanden van het jaar niet hoeft te betalen als je nu lid wordt. Dat was namelijk de link -

V: Ja, ja.

I: - Die ik had uitstaan.

V: Wat hebben we daarover afgesproken?

I: Nou, ik zie 'm nu niet terug.

V: Nee.

I: Dus ik denk niet dat er iets mee gedaan is al, dus ik zal even vragen aan haar of ze daar nog aan toekomt, want ik had ook gevraagd of ze dat dan kon meenemen in de niet-leden maandelijkse nieuwsbrief…

V: Ja, dat was het.

I: … En dat we daar dan gelijk een doorvertaling van social voor konden maken. Eh…

V: Ja.

I: [zegt wat ze typt]… Actie laatste twee maanden geen contributie, vul ik maar even… In niet-leden nieuwsbrief mee en social doorvertaling. [weer naar groep] Want dan is dit wel het moment om dat te doen.

V: Hmhm.

I: Want anders dan zijn die leden de laatste twee maanden al weer ingegaan… Weet jij daar iets van, A? Die eh… Laatste twee maanden geen lidmaatschapsgeld eh… Als je nu voor 2020 lid wordt… Ik heb aan [M] gevraagd kun je dat dan…

A: [zacht, achtergrond] Nee.

I: … Als we de maandelijkse nieuwsbrief splitsen in leden niet-leden dan prominent in de niet-leden meenemen en dan ook eventueel een social doorvertaling maken.

V: Maar dat moet inderdaad wel deze week.

A: Volgens mij was ze er wel mee bezig, want ik zag al iets voorbijkomen, maar ik heb nog niks gezien eh… Voor de rest.

I: Nee. Want dat zou natuurlijk dan wel mooi zijn als we daar deze week wat over kunnen eh…

V: Ja.

I: Want dan hebben mensen daar nog maximale voordeel van… Ik vraag het wel even aan haar, als ik haar straks bel ehm… Want die had ik dan eigenlijk nog verwacht zeg maar, deze week…

V: Hmhm.

Topic 34

I: En dan had je voor zaterdag deal top 30?

V: Ja, die is ook een keer doorgeschoven.

I: Ja, oké. Nou, die kan je eventueel nog verder doorschuiven als je daar niet eh…

V: Ja, maar we kunnen ook gewoon eens even… Want ik dacht dat we ook wel nog wat gaten hadden misschien. Weet je? Dat zijn van die berichten waarmee je gaten kunt opvullen.

I: Ja.

V: Eventueel… Maar eh…

I: Volgens mij valt het wel mee -

V: Ja, ja.

I: - Met de gaten voorlopig, dus…

V: Ja.

I: Misschien is het -

V: Ja.

I: - Voor nu dan prioriteit ergens anders eh…

V: Ja, ja.

I: Oké, that’s it. Heeft iemand nog aanvullingen?

V: Hmmm… [kijkt naar haar scherm]

Topic 35

A: Nee, ik heb wel nog twee dingen uit de MC-box, die ik misschien eh…

I: Ja.

A: … Heel even nog eh… Zat 'm al even bij te werken ook. Eh… Certificaten. Zijn die al… Die blijken weer verkeerd te zijn, van [C20] krijg ik… Anders loop ik even naar beneden. Ik weet niet wat ze precies mee bedoelt.

V: [doorheen] Verkeerd?

A: Ja, ik eh… Geen idee.

V: Zaten ze niet gemixt, of zoiets? Was het dat niet alleen?

A: Het leek er… Of er één stapel Nederlandse… Meerdere stapels Engels waren geleverd. Want nu blijkt dat alle stapels beide exemplaren bevatten.

V: [doorheen] Aha.

I: Ja, dat is toch goed? We hebben Nederlands en Engels op voorraad liggen, dus ze kan pakken wat ze wil.

V: [doorheen] Ja, dus ze moet ze alleen zelf… [leest tekst voor] Deze heb ik nu samen met [C13] gesorteerd, maar helaas een aantal verkeerde afdrukken gemaakt…

A: Ik weet niet of zij nu verkeerde afdrukken -

I: Ja.

A: - Of dat het door MediaCenter, dus ik loop wel even langs…

V: [doorheen] Precies.

A: … Maar dan doe… Pak ik hem even op.

I: Ja.

A: En die in company vraag over algemene voorwaarden internationaal -

V: [doorheen] Wat staat daar?

A: - Die heb ik gevraagd of ze die in TopDesk wil...

I: [leest mail voor] Ik heb je document en [onverstaanbare naam] komt er niet meer [onverstaanbaar]. De cancelling policy klopt… [leest in stilte verder].

[weer naar groep] Ja, maar… Die algemene voorwaarden eh… Er staat een vraag uit bij [C15]. Ik moet even weten wie dat heeft overgenomen. Waarbij ik toen heb gezegd [C15] we hebben nu vanuit de eh… Integratie met twee soor… Sets algemene vooraarden -

V: [doorheen] Ja.

I: - Te maken. En Quickscan eh... Laat ons zien dat dit absoluut niet één op één hetzelfde is…

V: Ja.

I: Wat gaan we daarmee doen?

V: Hmhm.

I: Hij heeft dat gepakt en ik zou dat terugkrijgen, zodat wij gewoon één set algemene voorwaarden -

A en V: [tegelijk] Oké.

I: - Uniform Engels-Nederlands zouden hebben.

A: Oké.

I: Dus dan moet zij er nu niet doorheen gaan fietsen zeg maar -

A: Oké.

I: - Dus eh…

V: Misschien moeten we dat dan even antwoorden.

I: Ja.

A: Ik loop toch naar haar toe, ik had gevraagd -

V: [doorheen] Da's ook heel handig.

A: - Of ze 'm in TopDesk wilde plaatsen.

I: Ja.

A: Sowieso eh… Maar dan zal ik even zeggen dat het eh… Bij jou en [C15] ligt om eh…

I: Ja.

A: … Dat eh… Fine te tunen.

I: En dat is al weken geleden, hoor.

A: [doorheen] Ja.

I: Dus ik ben wel even benieuwd... [C14], weet jij dat heel toevallig? Aan wie [C15] -

[C14]: [doorheen] Ja, ze zijn er wel mee bezig. Er wordt -

I: [doorheen] Wie is ze?

[C14]: - Aan gewerkt? [onverstaanbaar]

I: [doorheen] Maar… Wie- wie is daar nu binnen [eigen organisatie] het aanspreek -

[C14]: [doorheen] [C15] en [C1].

I: Wie?

[C14]: [C15] en [C1].

I: Maar [C15] niet meer. [C15, achternaam R] dan?

[C14]: Nee, [C15, achternaam K].

I: Oh, die is er nog mee bezig?

[C14]: Ja, ik weet niet in hoeverre het helemaal heeft overgedragen aan [C1]… [onverstaanbaar]. Ik weet wel dat hij de laatste… [onverstaanbaar]

I: Ja! [tegen A en V] Maar dan kunnen we [C1]. [tegen [C14] Dank je wel. [tegen A en V] Dan kunnen we [C1] naar de status vragen.

A: Ja.

I: Maar die actie is dus al weken geleden ingezet, en ja… Dat heeft wel met juridische toestanden en zo te maken, dus ik snap dat dat niet eh… Copy-paste taal is -

A: [doorheen] Maar [C1] is dan de opdrachtgever, dus als ze vragen hebben dan kunnen ze bij [C1] informeren?

I: Ja, ja. En die heeft dat dan overgenomen van [C15, achternaam K].

A: Ja.

I: Oké, goed dat we het even bespreken inderdaad -

A: Ja.

I: Want dan weten jullie ook dat dat… Want ik heb gezegd we hebben het nodig voor de website, maar ook onder offertes bijvoorbeeld, dus eh… Dat moet rechtgetrokken worden.

V: Ja. Ja.

I: Ja. Oké?

V: Ik heb voor de rest volgens mij niets meer.

[stilte]

I: Heb jij nog andere dingen, A?

A: Eh… Nee. Niet dat ik weet.

Topic 36

I: Ik heb nog een paar dingetjes.

V: Oh, ik heb ook nog wel een dingetje. Ja, sorry.

V: Eh…

I: Ga jij eerst?

V: Maatschappelijke thema's, daar ga ik mee aan de slag vandaag. Met het impact verslag, samen met [C16].

I: Ja, leuk.

V: Dus daar gaan we ook de komende tijd eh… Met de maatschappelijke thema's ook naar buiten, denk ik.

I: Ja.

V: Dus dat zal ik dan ook wel eventjes plotten in de kalender.

I: Ja.

Topic 37

V: Ehm… Video eh… ik ga nu eerst aan de slag met Rotterdam, hè? Want die hadden we natuurlijk eigenlijk al een beetje doorgeschoven.

I: Ja.

V: Dus die staat voor half november zeg ik even uit mijn hoofd. Maar Rotterdam begint nu natuurlijk nu ook een beetje te piepen.

I: Ja.

V: Wat kunnen we daarmee doen?

I: Nou, ik zou die wel nog heel even laten piepen. Want is dat nu wel goed gekomen met die content?

V: [doorheen] Ja, het ziet er nu netjes uit.

I: Oké.

V: Ja, het zijn mooie beelden.

I: Want… [C17] van expertgroep hadden we namelijk gezegd… Die heeft natuurlijk die video over de pakketjes en dat past natuurlijk perfect in de sinterklaas kerst voorbereidingsperiode.

V: [doorheen] Sinterklaastijd.

I: Omdat dan iedereen met z'n pakketjes gaat eh… Dus ik z… Wil die eigenlijk wel voor laten gaan.

V: Oké.

I: En dat we dan Rotterdam daarna doen. Maar wanneer zou jij dan Amsterdam willen doen?

V: Amsterdam staat al ingepland volgens mij van 12 november of zoiets, half november.

I: Ja, want dan wil ik eigenlijk vrij snel daarna [C17]. Want iedereen gaat natuurlijk toch al met die inkopen. Dan doen we ‘m desnoods maar de week daarna. Tenzij die misschien… Naar voren trekt… Nou, maakt op zich niet zoveel uit.

V: Nou, ik kan misschien… Eind deze week zou ook kunnen, maar dan zit het ook al bijna op 12…

I: Ja.

V: Dat kan ik wel proberen, om het naar vrijdag te zetten?

I: Ja, moeten we even kijken wat we… We hebben dan nog … [zacht, onverstaanbaar, in zichzelf]. Ja, want dat crossmediale werving abonneer je op de nieuwsbrief, die zouden we dan ook eventueel kunnen verschuiven. Want dat komt niet op een…

V: Nee.

I: … Dag.

V: De impact die staat voor de woensdag de 13e. Even kijken.

I: Ja.

V: Impact van inkoop.

I: Ja, en ik wil eigenlijk wel sneller die van [C17] erin fietsen, inderdaad… Dus stel dat die van jou naar vrijdag kan, naar de 8e…

V: Ja.

I: … Dat ik dan bijvoorbeeld voor de 15e probeer [C17] te doen.

V: [doorheen] Oké. Ja.

I: 15 november.

V: Ja.

I: Dan zet ik die er ook gelijk eventjes in. *[[in de Contentkalender]]*

V: Ik schuif ‘m. Woensdag de 13e is dan nu vrij, maar eh…

I: Ja.

V: Want de 15e hebben we ook deal, zie ik. Deal 7, staat in eh… In de Contentkalender.

I: Ja, ik wil prima [C17] ook woensdag de 13e doen.

V: Ja. Die is nu vrij leeg.

I: Ja? Eh… [zeg wat ze typt] Inkoop expert groep. Ho. [tegen de groep] En dan kunnen we aanhaken bij eh… Kerst en eh… Of Sint en Kerst inkopen. En wat dan inkoop daaraan bijdraagt.

V: Oké, dus dan moet ik tegen Rotterdam zeggen dat het pas eh…

I: Eh… Begin december, eind november…

V: Oh, echt nog eind van dit jaar?

I: Ja, wat dacht je dan? Volgend jaar pas?

V: Ja.

I: Nou, op zich vind ik het wel mooi om de serie dit jaar -

V: [doorheen] Oké.

I: - Af te ronden, want dan gaat [M] 'm namelijk helemaal weer opnieuw inplannen en plotten voor volgend jaar.

V: Oké. Ja.

I: Dus ik… Hij kan prima dit jaar nog, hoor.

V: Ja, oké.

I: Want dan hebben we ze gehad, dat is de hele serie.

V: [zacht] Dat is waar.

I: Oké, dan zet ik deze nu even op 13-11. En dan zet ik daar even [B], [M] even afstemmen. Ik regel weer het nieuwsbericht. Want maak jij dan een nieuwsbericht voor eh… Als afgeleide zeg maar voor eh…

V: Amsterdam en Rotterdam.

I: Ja, top. Dan doe ik dat voor [organisatie L, verkeerde spelling]. Oké?

V: Ja.

Topic 38

I: Eh… [organisatie L, verkeerde spelling]?! Tss, Expertgroep… Oké, ehm… En dan had ik alleen nog die tekst… Of die post voor tactical negotiation. Daar heeft misschien [M] het ook over gehad, die wilde dit ook graag in de nieuwsbrief terugzien. Ik verwacht haast dat ze daar vandaag mee aan de gang gaat…

V: Hmhm.

I: Dat is die incompany training die we dus willen boosten?

V: Hmhm.

Topic 39

I: Ook een stukje betaald… Dus dat vraag ik straks even aan haar, hoe het daarmee staat. En dan had ik alleen nog één vraagje aan jou, A.

A: Ja.

I: Voor die cheques voor eh… De eh… Scho- Hoge scholen. Dat lag bij jou toch? Of lag dat nou nog bij mij? Daar was ik even niet eh…

A: Eh…

I: Want jij zei toen volgens mij dan pak ik ze in één keer op en dan op basis van de oude… Vraag ik [onverstaanbaar] een nieuwe te maken…

A: Maar eh… Moeten ze nu al? Da's toch het voorjaar?

I: Nee, januari volgens mij.

A: Geen idee wanneer ze moeten komen.

I: Oké, want dat zou terugkomen vanuit netwerk? Want dat moet [C11] dan eigenlijk even de… Doorgeven. Want het basis op een mailtje van [C18] van kunnen we weer cheques krijgen? En toen zei [C11] dan doen we gelijk even een rondje alle kringen om te vragen wie dat nog meer nodig heeft -

A: Ik heb zo meteen netwerkoverleg, dus ik kan eh…

I: Oh, top! Dus kan even het net opgehaald worden wie hebben nou allemaal die cheques nodig…

A: Ja, en dan eh… Toegang tot de ledendag.

I: Ja, vind ik wel een hele mooie.

A: Mits ze niet al lid zijn.

I: Ja… Ja, dat is een goeie. Als ze studentlid zijn, dan is dat natuurlijk al eh… Ja. Ja, dan zou inderdaad CM nog het meest eh…

A: Zorg is te specifiek.

I: Volgens mij heb ik volgens mij ook CM-dag gedaan, toch? Dat mensen daar eh…

A: Ja, omdat dat de eerste eh…

I: Maar ik weet niet eh… Wanneer die andere events zijn…

A: Ja, daarom.

I: … Of het dan wel zin heeft…

A: Eh… Cheques.

I: Ja. En als jij… Als dat dan geregeld is, of jij dan [C18] even een antwoord wilt sturen, dat dat in behandeling is.

A: Hm.

I: Want die zit af en toe dan te reminden… [C18].

A: Ja.

I: Oké. Verder had ik niks.

V: Nee, ik ook niet.

I: Had jij nog eh... Aanvullingen? Nee? Oké, dan houden we het hierbij.

We hebben daarna niet direct het interview/gesprek/vragen gedaan, want I had een halfuur gepland staan. Maar de vergadering duurde ca. 45 minuten ipv. Een half uur, waardoor ze nog maar een krappe 15 minuten over had voor het gesprek. Uitlopen kon ook niet voor haar, want ze moest ook echt in een auto zitten. Dus ik heb met haar afgesproken dat ik haar de vragen digitaal zou sturen en zij ze dan beantwoord terug zou sturen. Ik mocht contact met haar opnemen bij verdere vragen.

Dag later heb ik de vragen beantwoord en wel ontvangen.

Bijlage 4. Originele en definitieve CP-thema's

Oorspronkelijke thema's en definities	Definitieve thema's en definities
Strategie- en tactiekbepaling De aanpak die een organisatie hanteert om te communiceren komt ter sprake. Er wordt in deze fase gekeken naar initiatiefnemer (zender of ontvanger) en/of de manier van informatie-uitwisseling (direct of indirect). Daarnaast worden er keuzes gemaakt over het aantal doelen, de gehele of gedeeltelijke doelgroep, de benadering van deze doelgroep, de grootte van de campagne en het aantal middelen. Dit thema komt met name voor bij de beginfase van een communicatieplanning, of de beginfase van een campagne of project.	**Strategie- en tactiekbepaling** -
Budget Hoeveel geld gaat of mag een project, communicatie, of actie duren?	**Budget** -
Kernbehoefte De (grootste) behoefte van de doelgroep die je aanspreekt.	**Kernbehoefte** -
Tone-of-voice De stem van de organisatie komt ter sprake. Dat wil zeggen de toon die een organisatie aanslaat of hanteert. De stijl waarin de organisatie communiceert met haar doelgroep.	**Tone-of-voice** De stem van de organisatie komt ter sprake. Dat betekent dat gespreksdeelnemers de toon of spreekstijl die de organisatie aanslaat of hanteert naar voren brengt. De tone-of-voice is de stijl waarin de organisatie communiceert met haar doelgroep.
Doel(stelling)en Het doel wat de organisatie voor ogen heeft komt ter sprake. Dit kan het doel zijn van het project, de communicatie of de actie. Het doel is het resultaat dat nodig is om het probleem op te lossen of de kans te grijpen. Doelen worden vaak kort geformuleerd. Doelstellingen zijn specifieke resultaten die leiden tot het bereiken van het doel. Doelstellingen worden bij voorkeur SMART geformuleerd of geformuleerd in termen van kennis, houding en/of gedrag. Dit thema komt met name voor bij de beginfase van een communicatieplanning, of de beginfase van een campagne of project.	**Doelstellingen** Het doel wat de organisatie voor ogen heeft komt ter sprake. Een doel is het resultaat dat nodig is om een probleem op te lossen of een kans te grijpen. Vaak gaat het over wat een organisatie wil, hoopt of verwacht te bereiken met een actie, communicatie of project. Een doel kan een organisatiedoel zijn (bijvoorbeeld winst), maar ook een communicatiedoel. Een communicatiedoel kan bijvoorbeeld het (beoogde) effect zijn, uitgedrukt in een (beoogde) verandering in kennis, attitude of gedrag. Ook kan een doelstelling geuit worden in termen van likes, volgers en reacties. Daarnaast wordt de code doel(stelling) gecodeerd als het gaat om de reden van een taak, communicatie-uiting of project.

Doelgroep
De groep waarop de communicatie gericht is, komt ter sprake. De doelgroep is de ontvanger van een boodschap. Dit kunnen zowel interne doelgroepen zijn als externe doelgroepen, zowel direct als indirect.

Doelgroep
Communicatie van een organisatie is altijd bedoeld voor iemand. Er is een (beoogde) ontvanger. De groep voor waaraan de communicatie gezonden wordt, is de doelgroep. Een doelgroep is daarmee de (potentiële) ontvanger van een boodschap. Een doelgroep kan zowel intern als extern zijn. In een overleg voor communicatieplanning zullen de meeste doelgroepen extern zijn, aangezien interne communicatie vaak niet in een communicatieplanning wordt opgenomen.

Boodschap
De communicatie, een berichtgeving, een boodschap. De inhoud ervan. Wat moet er wel genoemd worden? Wat niet?

Inhoud
De inhoud van een project of communicatie komt ter sprake. De (letterlijke) boodschap. Er wordt iets over de inhoud naar voren gebracht. Dit is diepgaander dan het communicatie-planningsthema Thema (zie verderop). Hier gaat het echt over een weergave van de boodschap zelf, de communicatie-uiting.

Communicatiemiddel, mediakanaal en contentformaat
Het mediakanaal via waar de organisatie haar boodschap verspreid. Dit zijn de platforms.
Het formaat van een boodschap. De manier waarop het gepresenteerd wordt. Denk aan foto, video, audio of de vorm waarin de tekst gegoten is, zoals blog, interview, etc.

Mediakanaal
Een mediakanaal is het kanaal waarmee een organisatie haar boodschap verspreidt. Het is de manier waarop of het hulpmiddel waarmee een bericht van zender naar ontvanger gebracht wordt. Het is 'de route' die een organisatie bedenkt om haar communicatie-uiting van zichzelf naar de (potentiële) ontvanger te krijgen. Aangezien veel communicatie tegenwoordig online plaatsvindt, zijn veel mediakanalen online platformen. Dit kan offline door bijvoorbeeld grote posters aan de gevel, maar dit kan ook online met behulp van mail of sociale media(kanalen).

Contentformaat
Het formaat van een boodschap. De vorm waarin een boodschap gegoten wordt binnen een bepaald Mediakanaal, de blauwdruk. Een bepaalde formule voor de communicatie-uiting. Als een organisatie weet met welk (hulp)middel en via welke weg (kanaal) zij een boodschap bij haar ontvanger wil krijgen, is het nog belangrijk om een formaat te kiezen voor het bericht. Het contentformaat kan de letterlijke afmeting zijn van bijvoorbeeld een afbeelding, maar is vaak ook de formule of blauwdruk, waarin de communicatie gegoten wordt.

Mediakanaal en contentformaat
Het kanaal en formaat van een boodschap worden samen benoemd. Wanneer bij één communicatie het mediakanaal en contentformaat genoemd worden om te specificeren hoe de communicatie-uiting naar buiten gebracht wordt. Het gaat om de

gevallen waarbij in één woord wordt weergegeven via welk kanaal en in welk formaat een organisatie een bericht giet.

Activiteitenplanning
Wat moet er op welk moment gebeuren. Een communicatieplan is een overzicht van de activiteiten die tijdens de uitvoerfase moeten plaatsvinden (de geplande activiteiten). Een kalender wordt als essentieel punt in deze fase gezien. Kalenders geven een tijdsplanning aan en geven dus ook de onderlinge relaties van tactieken aan over een bepaalde tijdsduur. Dit is dus wat de Contentkalender in essentie doet.

Communicatieplanning
Er wordt ter sprake gebracht dat iets opgenomen is of moet worden aan de bestaande communicatieplanning die binnen de organisatie gehanteerd wordt. Er wordt gerefereerd aan het hulpmiddel dat wordt gebruikt voor communicatieplanning in de organisatie. Vaak wordt de term planning en/of (Content)kalender letterlijk genoemd. Het gaat om de vastlegging van een actie, communicatie of project op de communicatieplanning.

Uitvoering
De uitvoering van het werkproces komt ter sprake. Dit zijn alle dingen die te maken hebben met de uitvoering van taken, zonder dat het gaat over wie de taken heeft uitgevoerd. Met enige regelmaat geformuleerd in termen van problemen of klachten. Een klacht wordt gezien als een uiting van ongenoegen, ergernis of ontevredenheid. Als het over de uitvoering gaat, hoeft dit niet direct over de communicatie-uiting zelf te gaan, maar de uitvoering of het werkproces heeft er wel invloed op. Wanneer er bijvoorbeeld problemen of belemmeringen zijn voor de uitvoering, dan komt de communicatie-uiting in het gedrang. Werkproces is in die zin dus overkoepelend.

Taakverdeling
Het werkproces komt ter sprake. Taakverdeling gaat in op de verdeling van taken voor het maken van een communicatie-uiting of het opzetten van een project. Taakverdeling wordt met enige regelmaat geïntroduceerd met een melding, vraag of vorstel. Problemen komen minder vaak voor bij dit communicatieplanningsthema. Taakverdeling is net als “Uitvoering” overkoepelend van aard: het heeft niet direct betrekking op een communicatie-uiting, maar het heeft er wel invloed op.
Met taakverdeling wordt de verdeling van taken en verantwoordelijkheden binnen een communicatie-uiting of project bedoeld. Het gaat hier niet op de taakverdeling met betrekking tot de Contentkalender op het moment van overleggen. Een uitspraak als “wil jij dat even afvinken?” is dus geen taakverdeling.

Tijdsplanning
Communicatieactiviteiten moeten in onderlinge samenhang en een vaste volgorde worden uitgevoerd.

Timing begin
Het moment waarop een actie, communicatie of project gestart wordt. Dit is niet in alle gevallen een definitief beginpunt, maar soms ook een

streven of een ideaalbeeld. In een communicatie-planning staat vaak de einddatum van een communicatie-uiting. In sommige gevallen ook van het overkoepelende project. Toch wordt er vaak al eerder begonnen met (werken aan) de communicatie-uiting of het opstarten van het project.

Timing eind
Het uiterlijke moment waarop een actie, communicatie of project beëindigd wordt. Dit is het uiterlijke moment van een communicatie-uiting of een project. Wanneer dit uiterlijke moment ter sprake komt, wordt dit gecodeerd als "Timing einde". Deze code wordt ook gebruikt wanneer het een deadline betreft.

Timing algemeen
Wanneer niet duidelijk wordt of het over het begin of eind van project gaat, of er wordt over het algemeen gesproken over de lopende tijd voor een campagne, de opeenvolging van activiteiten, etc. dan spreken we over Timing algemeen.

Vergadertijd
De resterende tijd of tijdsplanning voor de huidige vergadering wordt genoemd. Staat los van de communicatie-uiting of het project als zodanig.

Thema
Een soort van Tags die je aan je communicatie kunt toevoegen. Een soort onderwerpen. Denk aan hashtags op Instagram of tags bij een beeldbank. Wordt er gepraat over thema's?

Thema
Het thema van een communicatie of project wordt weergegeven. Dit is het onderwerp van de communicatie-uiting. In veel gevallen is dit een verkorte weergave van de inhoud. Wanneer mensen hun planning opstellen, is er vaak al van tevoren bepaald waar het over moet gaan. Dat is het thema. Echter, de boodschap (inhoud van de communicatie-uiting) hoeft op dat moment nog niet per se vast te staan.

Opmaak en/of ruimte
-

Opmaak en/of ruimte
De opmaak van een communicatie komt ter sprake. Dit kan vormgeving zijn van een communicatie-uiting, maar dit kan ook gaan over de lengte van een communicatie-uiting of de beschikbare ruimte voor een boodschap.

Effect
-

Effect
Er wordt in retrospectief gekeken naar een actie, communicatie of project. 1Het effect van de communicatie-uiting of project komt ter sprake. Vaak gebeurt dit in termen van likes, reacties of klikt. Het effect is een soort voorstadium van een evaluatie. Er wordt wel gezegd wat een communicatie-uiting of project teweeg heeft gebracht, maar er worden geen conclusies aan

verbonden. Er wordt niet teruggekoppeld naar eerder opgestelde doelstellingen of de betekenis van deze likes, kliks of reacties.

Missie en/of visie
-

Missie en/of visie
Een gespreksdeelnemer haalt de missie en visie van de zender (organisatie of opdrachtgever) aan. Missie en visie gaat over het grotere geheel en overstijgt daarmee de communicatie-uiting. Het gaat namelijk over de missie die er organisatie met haar werkzaamheden heeft of de visie die de organisatie erop nahoudt. Het gaat over de identiteit die de organisatie heeft of wil hebben en de plek die de organisatie inneemt in de wereld en/of de branche.

Initiatief
-

Initiatief
Er wordt gesproken over de initiator van de communicatie of het project.

Vindbaarheid
-

Vindbaarheid
Er wordt vanuit klantperspectief gekeken naar een communicatie-uiting. Er wordt gesproken over of de communicatie wel bereikbaar is. Kunnen mensen die de communicatie-uiting zouden moeten lezen, de uiting ook vinden?

Bijlage 5. Codeboek

Stap 1. Segmenteren van het overleg

Ik heb overleggen opgedeeld in communicaties (ook wel: communicatie-uitingen). Daarna heb ik gekeken of de communicaties deel uitmaakten van hetzelfde project. In dat geval behoorden ze tot hetzelfde topic.

COMMUNICATIE De kleinst thematisch analyseerbare eenheid binnen mijn type onderzoek. Een communicatie is een boodschap, een communicatie-uiting. Het is een bericht dat een organisatie de wereld in wil brengen om haar (potentiële) doelgroep te bereiken. Wanneer over een communicatie gepraat wordt, kunnen verschillende communicatieplanningsthema's (zie Stap 2a) aan bod komen. Soms kunnen communicaties deel uitmaken van hetzelfde project. In dat geval horen ze bij hetzelfde topic.

PROJECT Communicaties zijn deel van een project wanneer ze bepaalde componenten delen. Deze componenten zijn de communicatieplanningsthema's (zie Stap 2a). Wat als project gezien wordt, is afhankelijk van de organisatie waarin het project voorkomt. Een organisatie kan een marketingcampagne bedoelen. In dat geval zijn het vaak meerdere communicatie-uitingen met dezelfde doelgroep of dezelfde doelstelling. Een organisatie kan ook een wekelijks terugkerende boodschap bedoelen, zoals een blog. In dat geval hebben meerdere communicatie-uitingen vaak hetzelfde mediakanaal en/of contentformaat. Ook een eenmalige uitgave van een blad kan als een project gezien worden, waarbij de verschillende artikelen in het blad als communicaties gezien worden.

Bij het coderen worden ook elementen die niet duidelijk een communicatie-uiting zijn meegenomen als project. Dit geldt bijvoorbeeld voor beschrijvingen waarbij het duidelijk is dat er meerdere communicatie-uitingen onder zouden kunnen vallen, ook wanneer deze niet (allemaal) apart besproken worden.

- Voorbeeld van verschillende communicaties binnen één project uit observatie 1 (deel I), topic 2.

  K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

In het bovenstaande voorbeeld worden verschillende communicaties genoemd (gemarkeerd). Deze communicaties zijn echter niet los te zien. Zij maken deel uit van hetzelfde project. De communicatie-uitingen die genoemd worden, hebben dus iets overeenkomstig. Uit dit fragment uit observatie 1 (deel I), topic 2 blijkt al dat al deze communicaties in elk geval hun onderwerp (thema) delen. Alle communicaties gaan immers over de 'nieuwe premie van [organisatie Z]'.

In andere gevallen horen communicaties niet bij hetzelfde project. Dit is veelal het geval bij observatie 2 en 3. Daar wordt de planning besproken met de communicatieplanning bij de hand. Dit gaat per datum. Aangezien deze communicatieplanning enkel losse communicatie-uitingen weergeeft en geen projecten, gaat het in veel gevallen dus ook over communicatie-uitingen.

- Voorbeeld van verschillende communicaties die niet bij hetzelfde project horen uit observatie 2, topic 13 en 14.

M: De 28e, dat is vandaag, Tentoonstellingsbouw onderhandelingen van eh... FYI.
[...]
R: Checken.
M: Ja, checken. [organisatie X], zelfde verhaal. Eh… Dan staat er een blog calamiteitenverlof. Daar is [onverstaanbare naam] mee bezig, dus die… Komt er eh… Woensdag op.

In dit fragment worden meerdere communicatie-uitingen genoemd (gemarkeerd), maar deze horen niet bij hetzelfde project. Ze hebben geen overeenkomsten. Zo worden ze volgens de planning gepubliceerd op een andere datum, hebben ze een ander onderwerp. Er is niets wat erop wijst dat deze twee communicaties deel uitmaken van hetzelfde project. Ook komt het voor dat er alleen een project genoemd wordt, zoals in het onderstaande voorbeeld:

- Voorbeeld van een project zonder bijbehorende communicatie-uitingen uit observatie 1, (deel I), topic 5.

N: … En eh… De laatste dingetjes voor de start voor de implementatie van de nieuwe e-mail marketingplatform. Dat zijn de twee grootste dingetjes.
A: Ja… De twee grootste dingetjes. Hahaha.
N: Ja, langlopende dingen.
A: Dus het nieuwe e-mailplatform, waarvan… Daar moet nog een nieuw besluit over worden genomen…?
N: Ja, voor de implementatie inderdaad. En officieel ook nog een pakketkeuze daarin maken.
A: Oké… C?

In dit voorbeeld wordt er alleen iets gezegd over “de implementatie van [het] nieuwe e-mail marketingplatform”. Dit is een groter geheel. Er zou eventueel over gecommuniceerd over kunnen worden, maar daar wordt in dit stadium nog niet over gesproken.

Ook moesten topic begin en -einde worden weergegeven (zie daarvoor stap 5a).

Stap 2a. Communicatieplanningsthema's

Ik heb verschillende communicatieplanningsthema's opgesteld. Dit zijn thema's die met communicatieplanning te maken hebben en die aan bod komen tijdens overleggen. De verschillende thema's zijn herleid van de adviesliteratuur over communicatieplanning.

DOEL(STELLING)EN Het doel dat de organisatie voor ogen heeft komt ter sprake. Een doel is het resultaat dat nodig is om een probleem op te lossen of een kans te grijpen. Vaak gaat het over wat een organisatie wil, hoopt of verwacht te bereiken met een actie, communicatie of project. Een doel kan een organisatiedoel zijn (bijvoorbeeld winst), maar ook een communicatiedoel. Een communicatiedoel kan bijvoorbeeld het (beoogde) effect zijn, uitgedrukt in een (beoogde) verandering in kennis, attitude of gedrag. Ook kan een doelstelling geuit worden in termen van likes, volgers en reacties. Daarnaast wordt de code doel(stelling) gecodeerd als het gaat om de reden van een taak, communicatie-uiting of project.

- Voorbeeld Doelstellingen uit observatie 1 (deel I), topic 2.

  K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

- Voorbeeld Doelstellingen uit observatie 3, topic 29.

  I: Woensdag. Mailing leveranciers. Ja, daar ben ik mee bezig met Sandy. Dat is om eh… Alle le-… Onze leveranciers op de hoogte te stellen van het nieuwe eh… BV naam…

  V: Ja.

In het eerste voorbeeld wordt binnen één topic tweemaal een doel aangegeven. Met de communicatie 'formulier' wil de organisatie zorgen dat mensen de mogelijkheid hebben zich als eerste aan te melden. En met de 'link leggen' via 'trafficbuilders' beoogt de organisatie de communicaties te versterken.

Ook in het tweede voorbeeld wordt een doelstelling genoemd. Het doel van de communicatie-uiting "mailing leveranciers" is in het voorbeeld gemarkeerd.

TONE-OF-VOICE De stem van de organisatie komt ter sprake. Dat betekent dat gespreksdeelnemers de toon of spreekstijl die de organisatie aanslaat of hanteert naar voren brengt. De tone-of-voice is de stijl waarin de organisatie communiceert met haar doelgroep.

- Voorbeeld Tone-of-voice uit observatie 1 (deel I), topic 11.

  L: Ja, het zijn heel veel… Het filmpje wordt ontzettend goed bekeken, wordt heel leuk op gereageerd. Maar de overstap van het filmpje, van toch een beetje edgy en humor en… Naar een redelijk statige, saaie pagina… Eh… Die is best wel groot. En dat is gewoon nog zaak om dat even aan te pakken.

- Voorbeeld Tone-of-voice uit observatie 1 (deel I), topic 17.

  M: [...] We hebben deze week deel twee van een overleg hoe we meer met *persuasion* kunnen doen op Je Achterban. Om mensen meer in het platform te betrekken. Nu is het eigenlijk nog best wel statisch en ja. Heel veel aannames dat mensen wel weten wat ze er überhaupt kunnen doen. Dus daar… Dat zijn we nu in kaart aan het brengen en daar zitten denk ik een heleboel *quick wins* [...]

- Voorbeeld Tone-of-voice uit observatie 1 (deel II), topic 2.

  J: Ja. Die leerrekening is natuurlijk voor ons wel weer belangrijk, dus… Nou, ik zal eens L vragen… Oké. Yes? Dan volgende onderwerp is het verdwijnen van de platforms… Ik heb het in Vakkracht gezet en toen ben ik eigenlijk zelf al tot de conclusie gekomen achteraf dat ik het iets te hard heb opgeschreven.

O P M A A K De opmaak van een communicatie komt ter sprake. Dit kan vormgeving zijn van een communicatie-uiting, maar dit kan ook gaan over de lengte van een communicatie-uiting of de beschikbare ruimte voor een boodschap.

- Voorbeeld Opmaak uit observatie 1 (deel I), topic 13.

  I: J is deze ronde eindredacteur, dus het moet een beetje gaan blijken natuurlijk… Volgende week moeten we onze… Moeten alle teksten ingeleverd zijn. Er zitten natuurlijk vier pagina's belasting in, dus dat scheelt ook wel weer [onverstaanbaar]. Volgens mij loopt het aardig.

- Voorbeeld Opmaak uit observatie 1 (deel II), topic 1.

  J: [...] En ik wil ook nog eventjes met [C11] het hebben over de praktische invulling daarvan. Maar goed, ik heb één pagina. Dus ik zal waarschijnlijk meer informatie krijgen dan dat ik kwijt kan.

- Voorbeeld Opmaak uit observatie 1 (deel II), topic 5.

  J: Wat ik heb afgesproken inmiddels met [C17] is dat ik van… De drie genomineerde, waarvan er eentje uiteindelijk op het congres gekozen wordt. Dat ik van die drie genomineerden een klein portretje ga maken… Het was mijn bedoeling om dat in het magazine te plaatsen, alleen we hebben gewoon helemaal geen ruimte in het magazine, vanwege alle moetjes. Eh… Nou ja, zoals Bostongids en dat soort dingen. [...]

In de bovenstaande voorbeelden gaat het over het aantal pagina's voor een onderwerp, het aantal beschikbare pagina's voor de communicatie-uiting of de ruimte die er (niet) is. Echter, opmaak wordt ook gebruikt als het over de opmaak van documenten gaat die digitaal zijn. Bijvoorbeeld de opmaak of lay-out van een website. Het gaat dan om de vormgeving. Ook wordt opmaak gebruikt als het gaat om de structuur van een communicatie-uiting. Onderstaand een aantal voorbeelden van digitale "opmaak":

- Voorbeeld Opmaak uit observatie 1 (deel II), topic 3.

  I: Dus ik dacht volgens mij moeten we een soort alert hebben op de site. Bijvoorbeeld een gele balk op de kennisbankpagina transitievergoeding. Dat daar boven staat -

- Voorbeeld Opmaak uit observatie 3, topic 21.

  I: Ja, ik denk dat dat goed is, want dan kunnen we wel gewoon dat ene mailtje gebruiken voor alles.

  V: Ja.

  I: Moeten we natuurlijk wel echt zorgen dat het BCC gestuurd wordt… En dan heb je inderdaad twee lijsten eh…

DOELGROEP De communicatie van een organisatie is altijd gericht aan iemand. Er is een (beoogde) ontvanger. De groep waaraan de communicatie gezonden wordt, is de doelgroep. Een doelgroep is daarmee de (potentiële) ontvanger van een boodschap. Een doelgroep kan zowel intern als extern zijn. In een overleg voor communicatieplanning zullen de meeste doelgroepen extern zijn, aangezien interne communicatie vaak niet in een communicatieplanning wordt opgenomen.

- Voorbeeld Doelgroep uit observatie 1 (deel II), topic 1.
  M: Weet je? Anders dan plan ik hem gewoon zelf in. Dan maken we op basis van dat persbericht… Dan maken we ook gewoon een korte blog slash… Zoiets. Wat we gewoon kunnen publiceren, want het is voor alle… Al onze doelgroepen of alle sectoren gewoon interessant, gewoon overstijgend. Dus… Dan zet ik die er voor eind van de week op, denk ik? Dat is nog wel oké toch? Qua planning?

- Voorbeeld Doelgroep uit observatie 3, topic 1.
  I: Zal ik gewoon even doorpraten? Want het is voor de eh… Kennissessie publiek het verslag naar de eh…
  V: Ja!
  I: … Eh… Deelnemers… Die er aanwezig waren geweest.

- Voorbeeld Doelgroep uit observatie 3, topic 3.
  I: Ik denk het. Maar ja, het is wel echt voor een hele kleine specifieke doelgroep die hem kennen, volgens mij, maar goed eh… Prima.

In de bovenstaande voorbeelden wordt de communicatie-uiting daadwerkelijk gericht aan een specifieke groep mensen, een externe doelgroep. Dit gebeurt ook in het onderstaande voorbeeld, maar daar worden eigenlijk twee verschillende doelgroepen genoemd. Namelijk leden of mensen die al wel een zorgverzekering hebben gekozen, en mensen die dat nog niet hebben gedaan. Kortom: deze communicatie-uiting is bestemd voor iedere inwoner van Nederland die zelf zijn of haar zorgverzekering regelt.

In sommige gevallen is er ook sprake van een interne doelgroep. Dat blijkt uit observatie 1 (deel I), topic 1. De communicatie-uiting is gericht aan het 'bondsbestuur', een interne doelgroep. Hier is dus een interne doelgroep de ontvanger voor de communicatie.

Daarnaast is er soms ook sprake van een indirecte doelgroep. In het laatste voorbeeld wordt er over 'werken tijdens de feestdagen' gepraat. Dit bericht is gericht aan werknemers, maar dit wordt niet genoemd. Wat wel genoemd wordt is de indirecte doelgroep, namelijk de werknemers. Hoewel het in eerste instantie lijkt alsof er een vraag wordt gesteld over de doelgroep, gaat de daadwerkelijke vraag over de inhoud van de communicatie-uiting.

- Voorbeeld Doelgroep uit observatie 1 (deel II), topic 2.
  A: Het is ook gewoon belangrijk in de beleving van een deel van onze leden. Omdat ze of al een zorgverzekering hebben.
  B: Ja.
  A: En we zetten ons natuurlijk ook in voor leden… Voor mensen die nog niets hebben.

- Voorbeeld Doelgroep uit observatie 1 (deel I), topic 1.
  A: E, zal ik bij jou beginnen?
  E: Ik ben bezig met twee notities voor het bondsbestuur voor aankomende vrijdag.

- Voorbeeld Doelgroep uit observatie 1 (deel II), topic 8.
  J: Is dat iets toe moeten oproepen, want daar zullen de werkgevers niet zo blij mee zijn?
  W: Nee, maar dat is niet dat je oproept.

INHOUD De inhoud van een project of communicatie komt ter sprake. De (letterlijke) boodschap. Er wordt iets over de inhoud naar voren gebracht. Dit is diepgaander dan het communicatieplanningsthema Thema. Hier gaat het echt over een weergave van de boodschap zelf, de communicatie-uiting.

- Voorbeeld Inhoud uit observatie 1 (deel II), topic 2.
  J: Nee, vanuit [eigen organisatie] perspectief. Ik heb gewoon erboven gezet 'platforms verdwijnen in 2020' -
  B: De schok komt nog misschien…

- Voorbeeld Inhoud uit observatie 3, topic 9.
  V: Hier heb ik 'm.
  I: Heb je 'm?
  V: Ja, in ieder geval op eh…
  I: Oh, ja.
  V: Happy Halloween.
  I: [leest tekst voor] Of je nu gelooft in mooie inkoopsprookjes, of bang bent voor doemverhalen in het vak. Geen zorgen met 7000 leden, sta je er als [eigen organisatie]-lid nooit alleen voor.
  V: Samen sta je sterk. Ja.
  [lacht]

- Voorbeeld Inhoud uit observatie 3, topic 25.
  V: Oké.
  I: Wat ik namelijk doe is eh… Ik… Het is een duurzame locatie en ik wil dan dus even een Tweet plaatsen met over een uur start de bijeenkomst in de duurzame locatie blablabla en daar was vorige keer al een Tweet van gemaakt.

MEDIAKANAAL Een mediakanaal is het kanaal waarmee een organisatie haar boodschap verspreidt. Het is de manier waarop of het hulpmiddel waarmee een bericht van zender naar ontvanger gebracht wordt. Het is 'de route' die een organisatie bedenkt om haar communicatie-uiting van zichzelf naar de (potentiële) ontvanger te krijgen. Dit kan offline door bijvoorbeeld grote posters aan de gevel, maar dit kan ook online met behulp van mail of sociale media(kanalen). Aangezien veel communicatie tegenwoordig online plaatsvindt, zijn veel mediakanalen online platformen.

- Voorbeeld Mediakanaal uit observatie 1 (deel I), topic 5.
  N: … En eh… De laatste dingetjes voor de start voor de implementatie van de nieuwe e-mail marketingplatform. Dat zijn de twee grootste dingetjes.

- Voorbeeld Mediakanaal uit observatie 1 (deel I), topic 10.
  L: Ik heb straks een presentatie over de nieuwe indeling van LinkedIn. Dat noemde ik geloof ik vorige week al. Dat we met geheel [eigen organisatie] naar één overkoepelende LinkedIn page, met bijbehorende careerpage ook. [...]

- Voorbeeld Mediakanaal uit observatie 1 (deel I), topic 14.
  I: Ik ben nog wel bezig met de stukjes tekst voor de site over de provincievergoeding, naar aanleiding van de veranderende WAB.

- Voorbeeld Mediakanaal uit observatie 2, topic 8.
  M: Hmmm… Digizine, blablabla. Hoge werkdruk, die is gepubliceerd (klikt). Op Facebook, check. Deze is afgevinkt. 21e….

CONTENTFORMAAT Het formaat van een boodschap. De vorm waarin een boodschap gegoten wordt binnen een bepaald Mediakanaal, de blauwdruk. Een bepaalde formule voor de communicatie-uiting. Als een organisatie weet met welk (hulp)middel en via welke weg (kanaal) zij een boodschap bij haar ontvanger wil krijgen, is het nog belangrijk om een formaat te kiezen voor het bericht. Het contentformaat kan de letterlijke afmeting zijn van bijvoorbeeld een afbeelding, maar is vaak ook de formule of blauwdruk, waarin de communicatie gegoten wordt.

- Voorbeeld Contentformaat uit observatie 1 (deel I), topic 2.
  K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial [...].

- Voorbeeld Contentformaat uit observatie 2, topic 14.
  M: Ja, checken. [organisatie X], zelfde verhaal. Eh… Dan staat er een blog calamiteitenverlof. Daar is [onverstaanbare naam] mee bezig, dus die… Komt er eh… Woensdag op.

MEDIAKANAAL EN CONTENTFORMAAT Het kanaal en formaat van een boodschap worden samen benoemd. Wanneer bij één communicatie het mediakanaal en contentformaat genoemd worden om te specificeren hoe de communicatie-uiting gepubliceerd wordt, spreken we van Mediakanaal en contentformaat. Het gaat om de gevallen waarbij in één woord wordt weergegeven via welk kanaal en in welk formaat een organisatie een bericht giet.

- Voorbeeld Mediakanaal en contentformaat uit observatie 1 (deel I), topic 2.
  K: Momenteel [organisatie]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial [...].

- Voorbeeld Mediakanaal en contentformaat uit observatie 1 (deel I), topic 18.
  J: Eh… Digizine is morgen, in principe.

- Voorbeeld Mediakanaal en contentformaat uit observatie 3, topic 7.
  I: Even kijken, hoor. Want [onverstaanbaar] oktober… Ik check heel even snel wat er op de eh… Oh. Oké. Even kijken, en verder hadden we een Tweet over de opleidingen inclusief cijfer. Dat is ook van die zeg maar always-on campagne daar waarvan eh… [M] er een aantal heeft ingepland.

Bij alle bovenstaande voorbeelden wordt duidelijk een vorm en een middel of kanaal weergegeven. Bij radiocommercial is radio het kanaal en een commercial de vorm waarin de communicatie-uiting gegoten wordt. Bij Digizine is het duidelijk dat het om een digitaal (kanaal) magazine (vorm) gaat en ook wanneer er over een Tweet gepraat wordt, kan dit maar één ding betekenen voor het kanaal: de communicatie-uiting moet op Twitter geplaatst worden.

TIMING BEGIN Het moment waarop een actie, communicatie of project gestart wordt. Dit is niet in alle gevallen een definitief beginpunt, maar soms ook een streven of een ideaalbeeld. In een communicatieplanning staat vaak de einddatum van een communicatie-uiting. In sommige gevallen ook van het overkoepelende project. Toch wordt er vaak al eerder begonnen met (werken aan) de communicatie-uiting of het opstarten van het project.

- Voorbeeld Timing begin uit observatie 1 (deel I), topic 14.
  I: Ik ben nog wel bezig met de stukjes tekst voor de site over de provincievergoeding, naar aanleiding van de veranderende WAB. Ehm… Het is goed om daar nu al wat over te communiceren, ook op de site. Over de veranderingen die gaan komen, maar die nu… Maar waar je nu mee te maken kan gaan hebben.

- Voorbeeld Timing begin uit observatie 1 (deel II), topic 4.
  J: Dat is wel handig. Laten we haar er meteen maar bij betrekken. Ja. Ehm... Ik ga er even snel doorheen. De rouw. Hoe gaan werkgevers om met rouw en werknemers hebben we even uitgesteld.

In het laatste voorbeeld wordt heel kort een project geïntroduceerd (de rouw). Specifieke communicatie-uitingen die hierbij horen, worden niet expliciet vermeld. Wel wordt duidelijk dat de start van dit project uitgesteld is.

TIMING EIND Het uiterlijke moment waarop een actie, communicatie of project beëindigd wordt. Dit is het uiterlijke moment van een communicatie-uiting of een project. Wanneer dit uiterlijke moment ter sprake komt, wordt dit gecodeerd als Timing einde. Deze code wordt ook gebruikt wanneer het een deadline betreft.

- Voorbeeld Timing eind uit observatie 1 (deel I), topic 1.
  A: E, zal ik bij jou beginnen?
  E: Ik ben bezig met twee notities voor het bondsbestuur voor aankomende vrijdag.

- Voorbeeld Timing eind uit observatie 1 (deel II), topic 2.
  K: Het is alleen maar tot […] trouwens, dus de laatste week van het jaar.
  A: [onverstaanbaar]
  E: Maar dan zijn mensen toch allemaal al overgestapt?
  K: Nee, nog op de laatste dag stappen mensen over. Is uit onderzoek gebleken.

TIMING ALGEMEEN Wanneer niet duidelijk wordt of het over het begin of einde van een project gaat, of er wordt in het algemeen gesproken over de lopende tijd voor een campagne, de opeenvolging van activiteiten, et cetera, dan spreken we over Timing algemeen.

- Voorbeeld Timing algemeen uit observatie 1 (deel I), topic 11.
  L: [...] En… Die campagne ‘what the VAK’ die op dit moment loopt. Op onze website hebben we daar ook een Landingspage. En die landingspage is in principe was die voorgesteld [...].

- Voorbeeld Timing algemeen uit observatie 3, topic 29.
  I: Ehm… Dus die bijt op zich ook niet met andere mailings, dus ik kijk gewoon even waar in de week dat uit komt. Dus dan verschuif ik ‘m eventueel nog.

- Voorbeeld Timing algemeen uit observatie 3, topic 36.

  V: Maatschappelijke thema's, daar ga ik mee aan de slag vandaag. Met het impact verslag, samen met [C16].

VERGADERTIJD De resterende tijd of tijdsplanning voor de huidige vergadering wordt genoemd. Staat los van de communicatie-uiting of het project als zodanig.

- Voorbeeld Vergadertijd uit observatie 2, topic 10.

  R: We hebben nog 10 minuten.
  M: Ik wou het niet zeggen. We gaan -
  X: Weet ik, maar dat komt helemaal goed. [lacht]
  M: - we gaan nu even door.

- Voorbeeld Vergadertijd uit observatie 3, topic 23.

  V: Ik ga gewoon eventjes door, hè?
  I: Ja, graag. Ik zoek even wat op…
  V: [doorheen] Vanwege de tijd eh… Lancering LinkedIn groep sociaal domein. Dat eh… Is… Komt in de LinkedIn groep eh… Van publiek, nog een plekje.

UITVOERING De uitvoering van het werkproces komt ter sprake. Dit zijn alle dingen die te maken hebben met de uitvoering van taken, zonder dat het gaat over wie de taken heeft uitgevoerd. Met enige regelmaat geformuleerd in termen van problemen of klachten. Een klacht wordt gezien als een uiting van ongenoegen, ergernis of ontevredenheid. Als het over de uitvoering gaat, hoeft dit niet direct over de communicatie-uiting zelf te gaan, maar de uitvoering of het werkproces heeft er wel invloed op. Wanneer er bijvoorbeeld problemen of belemmeringen zijn voor de uitvoering, dan komt de communicatie-uiting in het gedrang. Werkproces is in die zin dus overkoepelend.

- Voorbeeld Uitvoering uit observatie 1 (deel I), topic 3.

  K: We hebben natuurlijk de gewone campagnes. Die lopen, maar daar wordt wel steeds gekeken wat er verbeterd kan worden. Maar goed, daar worden jullie… Voor benaderd. Zijn jullie misschien al voor benaderd. Als dat… Het loopt wel aardig.

- Voorbeeld Uitvoering uit observatie 2, topic 7.

  M: Dan… 16-10. [organisatie X]. [korte stilte]. Ja, ik had eh… Ik heb [C3] een mailtje gestuurd en die zei ja… Dat… Schijnbaar kloppen die data dan toch niet helemaal, terwijl dit data zijn die ze zelf heeft aangeleverd. Want ik mailde ooh, als het goed is hebben jullie eh… Eh… Vorige week overleg eh… Of onderhandelingen gehad. Nee, nee, nee [doet stem [C3] na]. Oh.

  Voorbeeld Uitvoering uit observatie 3, topic 5.

  I: We hadden eh… Excel de impact van inkoop. Daar heeft… Heeft ze… Heeft [M] op woensdag het artikel online geplaatst en donderdag de social verspreid van die eh [...]

TAAKVERDELING Het werkproces komt ter sprake. Taakverdeling gaat in op de verdeling van taken voor het maken van een communicatie-uiting of het opzetten van een project. Taakverdeling wordt met enige regelmaat geïntroduceerd met een melding, vraag of voorstel. Problemen komen minder vaak voor bij dit communicatieplanningsthema. Taakverdeling is net als

Uitvoering overkoepelend van aard: het heeft niet direct betrekking op een communicatie-uiting, maar het heeft er wel invloed op.

Met taakverdeling wordt de verdeling van taken en verantwoordelijkheden binnen een communicatie-uiting of project bedoeld. Het gaat hier niet op de taakverdeling met betrekking tot de Contentkalender op het moment van overleggen. Een uitspraak als "wil jij dat even afvinken?" is dus geen taakverdeling.

- Voorbeeld Taakverdeling uit observatie 1 (deel I), topic 2.

  K: Momenteel [organisatie Z]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

- Voorbeeld Taakverdeling uit observatie 2, topic 11.

  M: … Nee. Ja. Publicatie nieuwe community ku-k-k-kunststof rubber en lijm industrie. Die staat op jouw naam. Ik kon daar niks over vinden, dus ik heb daar ook niks mee gedaan.

  R: Eh… Dat is niet erg…

- Voorbeeld Taakverdeling uit observatie 3, topic 20.

  I: Indexatie… Nou, laten we even kijken wat lukt qua timing eh… A. Of jij 'm aangepast krijgt vandaag en dat wij nog één keertje even samen kijken en dat 'ie dan naar [C11] kan.

  A: Ja, of ik pas 'm even aan en dan stuur ik 'm wel naar [C11] wel eh… Dat 'ie deze week eh… Eruit kan.

EFFECT Er wordt in retrospectief gekeken naar een actie, communicatie of project. Het effect van de communicatie-uiting of project komt ter sprake. Vaak gebeurt dit in termen van likes, reacties of kliks. Het effect is een soort voorstadium van een evaluatie. Er wordt wel gezegd wat een communicatie-uiting of project teweeg heeft gebracht, maar er worden geen conclusies aan verbonden. Er wordt niet teruggekoppeld naar eerder opgestelde doelstellingen of de betekenis van deze likes, kliks of reacties.

- Voorbeeld Effect uit observatie 1 (deel II), topic 1.

  J: Weet ik niet. Dan moet ik even naar [onverstaanbaar] kijken… Hebben we die enquête uitgedaan. Daar zijn heel veel reacties op binnengekomen. Op basis daarvan is dus het persbericht gemaakt. K trekt een beetje haar handen er vanaf. Zij zegt 'dit is het en jullie kunnen ermee doen wat jullie wil'. Dus het is een beetje aan ons om te kijken of we er nog meer mee willen doen.

- Voorbeeld Effect uit observatie 2, topic 2.

  Y: Daar hebben we weinig vragen over gehad, over die…

  M: Over die eh…

  R: Maar wel veel reacties op de stem, toch?

  M: Heel veel.

  Y: Ja, ja, ja.

  R: Dat was die stem die van liever stoppen of geen geld?

  Y: Nee, dat klopt. Maar dat heeft voor weinig vragen… Gegenereerd, wat ik niet had verwacht.

- Voorbeeld Effect uit observatie 3, topic 4.

  I: Maar ondertussen de publieknieuwsbrief is gewoon eruit gegaan en [M] die zou eh… Ook weer even een analyse maken van de verschillende nieuwsbrieven, hoe die het doen. Maar ook bijvoorbeeld hoe de zorg en publiek het doen ten opzichte van eh…

  V: Oh, ja.

  I: Algemeen maandelijkse en zo, om daar eventjes eh… Waar we het met de teamsessie ook over hadden, om daar even nou ja… Boven te kunnen gaan hangen en ook even kijken naar die LLI's of dat dat iets betekent voor volgend jaar, misschien. Dat we dat eh… Nou ja… Wat beter de effectiviteit daarvan meten.

COMMUNICATIEPLANNING Er wordt ter sprake gebracht dat iets opgenomen is of moet worden toegevoegd aan de bestaande communicatieplanning die binnen de organisatie gehanteerd wordt. Er wordt gerefereerd aan het hulpmiddel dat wordt gebruikt voor communicatieplanning in de organisatie. Vaak wordt de term planning en/of (Content)kalender letterlijk genoemd. Het gaat om de vastlegging van een actie, communicatie of project in de communicatieplanning.

- Voorbeeld Communicatieplanning uit observatie 3, topic 2.

  I: Ja, en eh... Daar heeft ze één van drie alvast eh… Ingepland. En twee en drie zijn ook al ingepland en de eerste is er nu uitgegaan via alle social kanalen, dus dat is mooi. En daarbij gebruiken we het corporate oogbeeld, zeg maar.

  V: Ja.

- Voorbeeld Communicatieplanning uit observatie 3, topic 32.

  I: [zacht, in zichzelf] Oké, da's mooi… En testimonials…

  V: Ja, die staan ingepland, zie ik.

THEMA Het thema van een communicatie of project wordt weergegeven. Dit is het onderwerp van de communicatie-uiting. In veel gevallen is dit een verkorte weergave van de inhoud. Wanneer mensen hun planning opstellen, is er vaak al van tevoren bepaald waar het over moet gaan. Dat is het thema. Echter, de boodschap (inhoud van de communicatie-uiting) hoeft op dat moment nog niet per se vast te staan.

- Voorbeeld Thema uit observatie 2, topic 2.

  M: Ehm… Bouw pensioenfonds. Daar staat blog pensioen premie?

  R: Ja, dat is met de stelling. Heb ik geplaatst, volgens mij.

- Voorbeeld Thema uit observatie 2, topic 3.

  X: En door.

  M: En door. Ik skip er even doorheen, want er staat heel veel in wat niet bij ons ligt. Dranken, onderhandelingen drie.

  R: Ja, ik zag dat jij met de stemming bezig bent geweest.

- Voorbeeld Thema uit observatie 2, topic 4.

  M: Eh… Dit is al afgevinkt. Even kijken. 11 oktober… Metaal scholingsvoucher.

MISSIE EN VISIE Een gespreksdeelnemer haalt de missie en visie van de zender (organisatie of opdrachtgever) aan. Missie en visie gaat over het grotere geheel en overstijgt daarmee de communicatie-uiting. Het gaat namelijk over de missie die de organisatie met haar werkzaamheden heeft of de visie die de organisatie erop nahoudt. Het gaat over de identiteit die de organisatie heeft of wil hebben en de plek die de organisatie inneemt in de wereld en/of de branche.

- Voorbeeld Missie en visie uit observatie 1 (deel II), topic 7.

M: Eerlijk gezegd. Ik neig naar een nee. Ik kan zo snel niet echt het… Het linkje helemaal bedenken. Ja, misschien dat we wel via social kunnen delen, maar ik weet niet of die op Je Achterban zelf nog echt een plek […].

J: Ik vind het ook wat ver af staan bij het…

M: Ja.

J: Bij dat waar Je Achterban voor staat.

M: Ja.

J: Om heel eerlijk te zijn.

INITIATIEF Er wordt gesproken over de initiator van de communicatie of het project.

- Voorbeeld Initiatief uit observatie 1 (deel II), topic 9.

J: Ik kijk even het lijstje vanuit info. Maar dat gaat nog steeds door over verlofdagen tijdens ziekte of vakantie… Nou, volgens mij hebben we daar… In ieder geval op vakantie, daar hebben we wel op ingespeeld.

B: Ja.

- Voorbeeld Initiatief uit observatie 3, topic 3.

I: Oké. Ehm… Vooraankondiging van die promotie. Nou, die krijgt echt eh… Vet veel aandacht. Het is op verzoek van [C1].

V: Ja, bijzonder.

I: Ja.

V: De naam zal het doen, denk ik.

VINDBAARHEID Er wordt vanuit klantperspectief gekeken naar een communicatie-uiting. Er wordt gesproken over of de communicatie wel bereikbaar is. Kunnen mensen die de communicatie-uiting zouden moeten lezen, de uiting ook vinden?

- Voorbeeld Vindbaarheid uit observatie 2, topic 16.

R: Oh.

[R en M op de achtergrond]

Y: En toen was het van Oh! Hé! Je Achterban. Daar kan ik hem niet vinden.

In het bovenstaande fragment lijkt het alsof er een probleem is met de vindbaarheid, maar in feite ligt de probleembeschrijving in het verleden, waardoor dit gewoon als ‘melden’ gecodeerd is.

Stap 2b. Reikwijdte van communicatieplanningsthema's

Na het toekennen van de communicatieplanningsthema's heb ik per thema gekeken of het enkel van toepassing was op de desbetreffende communicatie (communicatiespecifiek), of op het gehele project. De communicatieplanningsthema's die voor het hele project gelden, geef ik de code projectbreed.

PROJECTBREED Een communicatieplanningsthema is van toepassing op het gehele project. Het is daarmee overkoepelend van aard. Het planningsthema geldt dus ook voor alle communicaties die eronder hangen.

COMMUNICATIESPECIFIEK Een communicatieplanningsthema is communicatiespecifiek als het alleen betrekking heeft op een specifieke communicatie-uiting. Het communicatieplannings-thema kenmerkt dus de specifieke communicatie.

Ter illustratie het fragment dat ik ook aan het begin liet zien:

- Voorbeeld verschil tussen projectbreed en communicatiespecifiek uit observatie 1 (deel I), topic 2.

  K: Momenteel [organisatie Z]… Vandaag of morgen. Nee, niet. Begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd en als het goed is, is L nu een formulier – en J ook – dat je als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld kan worden. En er komt nog een advertentie. Er komt wat informatie in nieuwsbrieven. En er komt ook een radiocommercial en die wordt nu samengesteld. En daar gaat trafficbuilders dan ook mee een link leggen, zodat het elkaar weer versterkt. Dus die is daar ook van op de hoogte. Want die campagne loopt dus ook online… Aanmeldingen…

In dit fragment noemt K allereerst een thema. Dat is "nieuwe premie [organisatie Z]". Dit thema is projectbreed: het geldt voor alle communicatie-uitingen die later genoemd worden. Ook die communicatie-uitingen gaan over de nieuwe premie van [organisatie Z].

Ook projectbreed is het communicatieplanningsthema timing (begin). K zegt "begin volgende maand is de nieuwe premie bekend. Dat wordt dan gecommuniceerd [...]", waarmee ze aangeeft dat er dan begonnen wordt met communiceren. Dat moment is het startsein.

Daarna vertelt K welke mediakanalen en contentformaten gebruikt gaan worden bij dit project. Als eerste wordt een formulier genoemd (contentformaat). Dit is een specifieke communicatie-uiting, waardoor dit communicatieplanningsthema als communicatiespecifiek gezien wordt. Dat geldt ook voor "advertentie", "nieuwsbrieven" en "link leggen" (contentformaten). Ook "radiocommercial" (mediakanaal en contentformaat in één) en "online" (mediakanaal) zijn communicatiespecifiek. Er zijn dus zes communicaties die onder dit project vallen.

K zegt nog meer. Zo noemt ze ook nog het doel van het formulier ("dat je [je] als eerste aan kan melden. Om als eerste op de hoogte gesteld [te] worden."). Het communicatieplanningsthema doelstellingen is dus communicatiespecifiek: het hoort specifiek bij het formulier (communicatie 1). Dit doel geldt - voor zover bekend - niet voor de andere communicaties. Ook de doelstelling van de vijfde communicatie ("een link leggen [op een manier]") is communicatiespecifiek. Het doel van een link leggen, is namelijk dat de link en de radiocommercial elkaar moeten versterken. Dit doel is alleen van toepassing op deze vijfde communicatie.

Verder noemt ze bij de verschillende communicatie-uitingen een aantal namen. Dit zijn namen van mensen of afdelingen die zich met deze specifieke communicatie-uiting gaan bezighouden: de taakverdeling. De taakverdeling gaat echter over de taakverdeling binnen het project. Ze noemt namelijk bij verschillende communicatie-uitingen wie er mee aan de slag gaat, waardoor er een projectbreed beeld van de taakverdeling ontstaat.

Stap 3. Taalhandeling

Een gespreksbijdrage over een thema kan verschillend van aard zijn. Daarom kijk ik in stap 3 welke taalhandelingen er te onderscheiden zijn bij een gesprek over een communicatieplanningsthema.

MELDEN Een communicatieplanningsthema wordt genoemd, vermeld. Neergelegd, zonder dat er een verdere verbale reactie noodzakelijk is. Een verbale reactie is vaak wel wenselijk: iemand die iets vertelt, wil namelijk gehoord worden en een bevestiging krijgen.

- Voorbeeld Melden uit observatie 1 (deel I), topic 1.
  E: Ik ben bezig met twee notities voor het bondsbestuur voor aankomende vrijdag.

In het bovenstaande voorbeeld noemt E een contentformaat ("notities") en een doelgroep ("het bondsbestuur"). Ook zegt zij iets over de timing (eind). Zij vermeldt dat deze notities "voor aankomende vrijdag" af moeten zijn. Dit zijn allemaal projectbrede communicatieplanningsthema's.

VRAGEN Er wordt een vraag gesteld met betrekking tot een communicatieplanningsthema. Onder vragen vallen gespreksbijdrages die een antwoord nodig hebben. In deze categorie vallen informatievragen, zoals de vraag of een bepaald kanaal gebruikt wordt. Of vragen over de inhoud van een bepaald bericht. De spreker die een vraag stelt, heeft klaarblijkelijk meer informatie nodig. Retorische vragen worden niet gecodeerd als vragen, aangezien de spreker hierbij niet daadwerkelijk een antwoord nodig heeft.

Zoals uit een fragment uit de eerste observatie (deel I), topic 1 blijkt, heeft E een probleem met de uitvoering van haar taken. A reageert daarop met een vraag: hij heeft blijkbaar meer informatie nodig. Daarop reageert E met herhaling van het eerder genoemde. Ze geeft antwoord op de vraag. In dit antwoord beschrijft ze haar probleem nogmaals, maar nu explicieter. Ze verduidelijkt waarom het een probleem is. In haar antwoord stelt E ook de volgende vraag: "Maar hoe je nou, ervan uitgaande dat een lid door de organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten?" Dit is echter een vraag om duidelijk te maken waar zij tegen aanloopt bij de uitvoering van haar werk. Het is daarom niet gecodeerd als vraag.

In het tweede voorbeeld is een voorbeeld van een vraag over de communicatieplanning te zien. Later in datzelfde topic volgt ook een vraag over de inhoud van één van de communicatie-uitingen (radiospots).

- Voorbeeld Vragen uit observatie 1 (deel I), topic 1.
  E: Over gewoon ledenbehoud, dat is een algemene notitie. En over klanttevredenheid onderzoek binnen [eigen organisatie]. Hoe we dat zouden kunnen oppakken op een zodanige manier dat we niet alleen onderzoeken hoe tevreden mensen zijn, maar vooral ook hoe we dan inzicht krijgen aan welke knoppen we moeten draaien om de klanttevredenheid omhoog te krijgen. En eh… Dat is best nog wel een uitdaging.
  A: Ja, want…?
  E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, ervan uitgaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.

- Voorbeeld Vragen uit observatie 1 (deel I), topic 2.

  A: Met name dus die radiospots en alles wat daar gebeurt… Staan die ook in de Contentkalender? [...]

  L: Maar even voor mijn beeld. Die radiocommercials die zijn van ons over [organisatie Z], of over [eigen organisatie]?

  K: Het woordje [organisatie Z] wordt niet gebruikt, maar wel dat je korting hebt op een zorgverzekering.

VOORSTELLEN Er wordt een voorstel gedaan met betrekking tot een communicatieplanningsthema. Een plan wordt voorgelegd aan (één van) de andere deelnemers in het overleg, of er wordt een aanbod, verzoek of suggestie gedaan. Vaak heeft een voorstel de vorm van een vraagzin.

In het eerste voorbeeld een voorstel voor een bepaalde uitvoering. Eigenlijk is de gemarkeerde opmerking te interpreteren als een voorzichtige vraag om daarmee de mening van de andere gespreksdeelnemers te peilen. In dit geval de mening over een idee voor het werkproces: of het een goed idee is te gaan kijken naar hoe informatie gekoppeld kan worden.

In het tweede voorbeeld worden meerdere voorstellen gedaan. In de eerste plaats is het een voorstel om een ideeënfase te beginnen. Het voorstel lijkt iets weg te hebben van een vraag, maar in het verloop van het gesprek blijkt dat het een voorstel is: de gespreksdeelnemers gaan namelijk akkoord en denken mee. Later in dit topic wordt een concreter voorstel gedaan over het mediakanaal (internet) en wat de boodschap moet zijn (inhoud).

- Voorbeeld Voorstellen uit observatie 2, topic 2.

  Y: We moeten misschien wel kijken dat we het kunnen koppelen op een gegeven moment. Want dit meer betaald pensioen inleveren dat komt wel heel dicht in de buurt bij mag ik nou met pensioen na… Zoveel tijd?

  R: Ja.

  M: Ja.

- Voorbeeld Voorstellen uit observatie 2, topic 16.

  X: Kunnen we niet gewoon zelf ideeënfase beginnen?

  R: - Ik zit ook te denken…

  M: [achtergrond, doorheen] Ja.

  R: … Misschien dat we wel haar even eh… Kunnen mailen dat we het gewoon als suggestie… Ik heb dat met [C8] met [organisatie U] een keer gedaan. Dat hij gewoon alle… Hij had al een voorstelbrief gemaakt. Toen hebben we die voorstellen er als ideeën opgezet, gewoon uit zijn naam en dat mensen daarop konden stemmen.

  G: Ja.

  R: Nou, dat kunnen we -

  X: Zullen we dat dan ook doen?

  [...]

  X: Dan zetten we gewoon op internet van nou, dit zijn de ideeën en stem maar. En dan gooien we daar een flinke campagne tegenaan…

PROBLEEM BESCHRIJVEN Er wordt een probleem beschreven met betrekking tot een communicatieplanningsthema. Er blijken duidelijk moeilijkheden te bestaan die betrekking

hebben op het genoemde thema. Een probleem behoeft een oplossing en vaak ligt er aan een probleem een (hulp)vraag ten grondslag. Dit komt niet altijd direct naar voren. Soms wordt een probleem alleen 'vermeld'. Een probleem kan persoonlijk zijn, maar kan ook afdelings- of organisatiebreed zijn.

Het eerste voorbeeld is een fragment dat ik al eerder heb gebruikt: E vertelt over de problemen die zij ervaart bij de uitvoering van de notitie over klanttevredenheid. Ook de voorbeelden daarna geven een probleembeschrijving weer.

- Voorbeeld Probleembeschrijving uit observatie 1 (deel I), topic 1.

  E: Over gewoon ledenbehoud, dat is een algemene notitie. En over klanttevredenheid onderzoek binnen [eigen organisatie]. Hoe we dat zouden kunnen oppakken op een zodanige manier dat we niet alleen onderzoeken hoe tevreden mensen zijn, maar vooral ook hoe we dan inzicht krijgen aan welke knoppen we moeten draaien om de klanttevredenheid omhoog te krijgen. En eh… Dat is best nog wel een uitdaging.

- Voorbeeld Probleembeschrijving uit observatie 1 (deel II), topic 2.

  J: Vanuit die besturen die gaan verdwijnen? Dus dat elk platform zijn eigen nieuwsbriefje erover mag maken? Willen jullie dat er één centrale tekst komt die wel ook namens dat platform gestuurd wordt, of willen jullie dat het via een Digizine, gewoon vanuit [afdeling binnen eigen organisatie], wordt gecommuniceerd?' Dus die vraag had ik liggen. Ik heb gisteren… Sprak ik [C12] heel kort en die zei: 'Ja, ik heb met [C16] erover gehad en hij komt met een tekst.' En toen zei ik: 'ja, maar hoe? Wat?' 'Ja, ja… Dat weet eigenlijk niet. Ja, oh ja. Dat had je nog gevraagd, maar daar hebben we het niet echt over gehad.' Dus eigenlijk weet ik nog steeds niet wat ze nou precies willen van mij.

- Voorbeeld Probleembeschrijving uit observatie 2, topic 15.

  R: Ja, alleen wat het lastige is met die WAB is dus dat-

  M: Ja, er zitten zoveel verschillende onderwerpen en…

  [...]

ANTWOORD (BIJ VRAGEN) Iemand geeft een antwoord op een gestelde vraag. Er wordt – al dan niet voldoende – voorzien in de informatiebehoefte van de eerste gespreksdeelnemer.

Het eerste voorbeeld geeft een vraag en antwoord op een vraag over het thema Inhoud weer. In het tweede voorbeeld (observatie 1 (deel I), topic 5) wordt er een vraag gesteld over de Uitvoering. Het antwoord is gemarkeerd. Het laatste voorbeeld is afkomstig uit observatie 3 (topic 1). Hier gaat het over het thema Timing eind. Ook het andere voorbeeld uit observatie 3 (topic 6) laat een vraag zien. In dit geval gaan beide vragen en antwoorden over de Uitvoering. Om die reden is er maar één gecodeerd.

- Voorbeeld Antwoord uit observatie 1 (deel I), topic 2.

  L: Maar even voor mijn beeld. Die radiocommercials die zijn van ons over [organisatie Z], of over [eigen organisatie]?

  K: Het woordje [organisatie Z] wordt niet gebruikt, maar wel dat je korting hebt op een zorgverzekering.

- Voorbeeld Antwoord uit observatie 1 (deel I), topic 5.

  A: Dus het nieuwe e-mailplatform, waarvan… Daar moet nog een nieuw besluit over worden genomen…?

  N: Ja, voor de implementatie inderdaad. En officieel ook nog een pakketkeuze daarin maken.

- Voorbeeld Antwoord uit observatie 3, topic 1.

  I: Even kijken… 28 oktober. Eh… Kennissessie publiek bij [Organisatie U]. Dat is denk ik…
  A: 28 oktober?
  V: Oh ja… [vrouwen praten zachtjes even met elkaar]
  I: Het is toch nu 4 november?
  V: Ja, ja, ja. Ja. Oh ja, sorry.

- Voorbeeld Antwoord uit observatie 3, topic 6.

  I: […] Campagne. Wintershoot collega is niet doorgegaan denk ik, hè?
  V: Nee, want de collega laat het een beetje afweten.
  I: Oh. De collega die tegenover jou zit? [door elkaar]
  V: Ja.
  I: Of niet?
  V: Maar die trekt zich niets aan van dit soort opmerkingen.
  I: Die doet gewoon of die eh… Oost-Indisch doof -

AKKOORD (BIJ VOORSTEL) Er wordt een reactie gegeven op een voorstel door middel van een goedkeuring. Er wordt ingestemd met een voorstel. Een gesprekspartner geeft een akkoord.

- Voorbeeld Akkoord observatie 1 (deel II), topic 3.

  I: Ja, kunnen we een extra?
  B: We kunnen misschien… Ja.
  I: … Editie doen? Omdat het iets speciaals is?
  B: Ja, extra bulletin of zo…
  I: Ja. Wat jij nu al moet weten over de veranderingen straks.
  J: Dat kan… Dat kan zeker… [...]

- Voorbeeld Akkoord uit observatie 2, topic 5.

  R: Ik heb opgeschreven bij eh… Communicatie Dranken eventjes herzien. Want moet ik even kijken, omdat er… Wat eh… Hoe de communicaties dan vanaf nu lopen, omdat blijkbaar nog onderhandelingen ingepland stonden. Ja?
  M: Ja, is goed.

NIET AKKOORD (BIJ VOORSTEL) Er wordt een reactie gegeven op een voorstel door niet akkoord te gaan. Er wordt niet ingestemd. Een gesprekspartner gaat niet akkoord met het voorstel.

- Voorbeeld Niet akkoord uit observatie 1 (deel II), topic 1.

  J: [...]. Maar goed, ik heb één pagina. Dus ik zal waarschijnlijk veel meer informatie krijgen dan dat ik kwijt kan. Ik vraag me al bijna af of ik die twee mensen nog moet spreken of dat ik dat niet zelf ook kan bedenken, maar goed.
  I: Ik vind quootjes wel heel… Het levendig maken.
  J: Ja, maar ja. Twee mensen quoten in een verhaal van drie- vierhonderd woorden?

- Voorbeeld Niet akkoord uit observatie 1 (deel II), topic 10.

  I: Maar goed, dat kunnen we dan. Dat zouden voor kunnen kiezen om dat in de gaten te houden. Of dat [Y] dat monitort, waar de nieuwe…

J: Ja, er moet iemand… Ja, ja.
M: Ja.
J: Da's lastig. Daar heb je echt wel een dagtaak bijna.

BESLUIT ACTIE (BIJ PROBLEMEN) Er wordt een besluit genomen, een knoop doorgehakt. Een probleem wordt daarmee direct opgelost. Het nemen van een direct besluit, zal in het algemeen het vaakst voorkomen bij communicatieplanningsthema waar iets mee aan de hand is. Bij thema's waar een probleem bestaat. Het nemen van een direct besluit (actie) is daarmee een manier om het probleem op te lossen.

In de onderstaande voorbeelden wordt er een directe oplossing (Besluit actie) vermeld.

- Voorbeeld Besluit actie uit observatie 1 (deel II), topic 1.
  M: Weet je? Anders dan plan ik hem gewoon zelf in. Dan maken we op basis van dat persbericht… [...]

- Voorbeeld Besluit actie uit observatie 3, topic 33.
  I: Want dan hebben mensen daar nog maximale voordeel van… Ik vraag het wel even aan haar, als ik haar straks bel ehm… Want die had ik dan eigenlijk nog verwacht zeg maar, deze week…

DOORSCHUIVEN (BIJ PROBLEMEN) Een kwestie wordt doorgeschoven. Dit betekent dat verdere bespreking naar een ander moment wordt verplaatst. Het kan zijn dat gespreksdeelnemers besluiten een communicatieplanningsthema na de vergadering verder te bespreken, omdat het bijvoorbeeld niet voor iedereen relevant is. Ook kan het zijn dat ervoor gekozen wordt de bespreking van het communicatieplanningsthema naar een ander moment te verplaatsen, omdat het te groot is om op dat moment te bespreken, of omdat de expertise van andere mensen nodig is. Bijvoorbeeld mensen van een andere afdeling die niet bij het overleg aanwezig zijn. Doorschuiven zal voornamelijk gebruikt worden wanneer eerder in het overleg een probleem geuit is.

- Voorbeeld Probleem doorschuiven uit observatie 1 (deel I), topic 17.
  M: [...] en ook wat dingen die wat meer van het design afhangen, dus dat is dan wat meer langere termijn planning. Daar komen we dan mooi in stappen uit. Dus dat is eigenlijk waar we nu wat meer de focus op hebben liggen, los van lopende cao-trajecten en onderhandelingen.
  A: Oké. Dat is misschien wel goed dat je het zegt… Heb het nog niet tegen jou gezegd. Daar moeten we het ook nog even over hebben. Ik heb ook het bestuur nog even gesproken.
  M: Ja.
  A: Na ons overleg… Over hoe [...]

- Voorbeeld Probleem doorschuiven uit observatie 1 (deel II), topic 1.
  I: Ik vind quootjes wel heel… Het levendig maken.
  J: Ja, maar ja. Twee mensen quoten in een verhaal van drie- vierhonderd woorden?
  I: Ja, het maakt het toch wat levendiger. Ik zou er wel voor zijn.
  J: Maar even kijken hoe we dat doen. Maar goed, ik heb die afspraak met [C10] staan…[onverstaanbaar] drie uur heb ik dat vrijdagmiddag met hem… Maar ik heb ook de auto bedacht dat ik die een grote beurt zou gaan geven.

DELEGEREN (BIJ PROBLEEM) Een kwestie wordt gedelegeerd als het wordt overgedragen aan een andere persoon. Het gaat hier om taken die door iemand anders opgepakt moeten worden (op een ander moment), bijvoorbeeld door iemand die niet bij het contentoverleg aanwezig is. Ook valt het onder delegeren als de taak doorgegeven wordt aan iemand die wel bij de vergadering aanwezig is. Alle situaties waarin de spreker het werk door iemand anders laat uitvoeren, worden als Delegeren gecodeerd. Delegeren komt met name voor in situaties waar in eerste instantie een probleem beschreven is.

In het onderstaande voorbeeld uit observatie 1 (deel II, topic 2) is het probleem dat ook onder de taalhandeling Probleem beschreven werd herhaald. Uit het verloop van het gesprek blijkt dat het probleem gedelegeerd wordt. Het desbetreffende stuk heb ik gemarkeerd in het voorbeeld.

- Voorbeeld Probleem delegeren observatie 1 (deel II), topic 2.

  J: Vanuit die besturen die gaan verdwijnen? Dus dat elk platform zijn eigen nieuwsbriefje erover mag maken? Willen jullie dat er één centrale tekst komt die wel ook namens dat platform gestuurd wordt, of willen jullie dat het via een Digizine, gewoon vanuit [afdeling binnen eigen organisatie], wordt gecommuniceerd?' Dus die vraag had ik liggen. Ik heb gisteren… Sprak ik [C12] heel kort en die zei: 'Ja, ik heb met [C16] erover gehad en hij komt met een tekst.' En toen zei ik: 'ja, maar hoe? Wat?' 'Ja, ja… Dat weet eigenlijk niet. Ja, oh ja. Dat had je nog gevraagd, maar daar hebben we het niet echt over gehad.' Dus eigenlijk weet ik nog steeds niet wat ze nou precies willen van mij.

  [...]

  J: Ja, maar goed. Ik wacht even dan tot ik de tekst van [C16] krijg. En dan leg ik het wel weer bij hem terug. Hoe wil je het hebben dan, dat we dit gaan verspreiden? Want dat blad dat komt pas in december, dus ik neem aan dat een Digizine, of een platformnieuwsbrief al eerder de deur uit is.

Stap 4a. Is de taalhandelingssequentie afgerond?

Een gespreksbijdrage over een thema kan direct of indirect afgerond worden, of niet afgerond worden. Daarom kijk ik in stap 4a of een gesprek over een communicatieplanningsthema afgerond wordt.

Omdat een melding niet per se een (inhoudelijke) reactie vereist, wordt een melding van een communicatieplanningsthema altijd als afgerond beschouwd, tenzij er nog verder op in gegaan wordt met een andere taalhandeling. Bijvoorbeeld met een vraag of voorstel. In alle andere gevallen wordt een melding altijd als afgerond beschouwd. De enige reactie die nodig is, is namelijk een bevestiging dat het gehoord wordt. Deze reactie hoeft niet altijd verbaal gegeven te worden. Een knikje kan immers voldoende zijn om deze bevestiging te geven. Non-verbale handelingen heb ik niet gecodeerd, waardoor een luisterbevestiging sowieso niet naar waarheid gecodeerd kan worden.

COMPLEET EN AFGEROND Een gespreksbijdrage over een communicatieplanningsthema wordt afgerond. Dit kan direct of indirect gebeuren. Als een eerste paardeel uiteindelijk gevolgd wordt door een tweede paardeel, wordt het thema als afgerond beschouwd. Dit betekent dat op een vraag een antwoord volgt, op een voorstel al dan niet een akkoord en op een probleem een oplossing in de vorm van een besluit. Dit besluit kan direct genomen worden, maar ook indirect door bijvoorbeeld het besluit door te schuiven of te delegeren. Het maakt niet uit of het tweede paardeel al dan niet direct gegeven wordt.

Voor het afronden van een communicatieplanningsthema is het niet alleen van belang dat er een tweede paardeel gegeven wordt, maar ook hoe dit tweede paardeel inhoudelijk vormgegeven wordt. Een antwoord kan namelijk ook onvolledig zijn. Vaak volgt er op dergelijke onvolledige tweede paardelen nog een uitbreiding met extra taalhandelingen, waarmee een communicatieplanningsthema alsnog afgerond kan worden.

In het eerste voorbeeld (observatie 1 (deel I), topic 2) bestaat de sequentie uit een vraag en antwoord over het communicatieplanningsthema Timing eind. Aangezien de vraag beantwoord wordt, wordt dit thema als compleet en afgerond beschouwd.

In het tweede voorbeeld (observatie 1 (deel II), topic 1) wordt er een voorstel gedaan door I over de Opmaak en/of ruimte. Hier wordt met afkeuring op gereageerd. De afkeuring komt in een vraagzin, maar deze kan opgevat worden als een retorische vraag. Hierdoor heb ik het gecodeerd als afkeuring. Daarna gaat het gesprek zelfs nog verder. I herhaalt haar voorstel en J besluit nu om de beslissing door te schuiven. Hoewel dit dus niet de verwachte combinaties van taalhandelingen zijn, wordt het gesprek over de Opmaak en/of ruimte wel als compleet en afgerond beschouwd.

Het derde voorbeeld (observatie 1 (deel II), topic 2) geeft een probleem met een passend tweede paardeel weer, namelijk delegeren. In de bespreking komen nog meer taalhandelingen aan bod voor de gespreksdeelnemers definitief kiezen voor delegeren. Het gaat hier om de bespreking van de Uitvoering (werkproces).

- Voorbeeld Compleet en afgerond uit observatie 1 (deel I), topic 2.
  K: Het is alleen maar tot […] trouwens, dus de laatste week van het jaar.
  A: [onverstaanbaar]

E: Maar dan zijn mensen toch allemaal al overgestapt?

K: Nee, nog op de laatste dag stappen mensen over. Is uit onderzoek gebleken.

- Voorbeeld Compleet en afgerond uit observatie 1 (deel II), topic 1.

J: … Maar dat is eigenlijk ook wel één van de belangrijkste dingen en dat vindt de bond ook. Dus dat is ook niet heel erg gezocht verder. Dus ik ga het daar met [C10] over hebben. Over waarom dat zo belangrijk voor ons is. Vanuit de beleidskant. En ik wil ook nog eventjes met [C11] het hebben over de praktische invulling daarvan. Maar goed, ik heb één pagina. Dus ik zal waarschijnlijk veel meer informatie krijgen dan dat ik kwijt kan. Ik vraag me al bijna af of ik die twee mensen nog moet spreken of dat ik dat niet zelf ook kan bedenken, maar goed.

I: Ik vind quootjes wel heel… Het levendig maken.

J: Ja, maar ja. Twee mensen quoten in een verhaal van drie- vierhonderd woorden?

I: Ja, het maakt het toch wat levendiger. Ik zou er wel voor zijn.

J: Maar even kijken hoe we dat doen.

- Voorbeeld Compleet en afgerond uit observatie 1 (deel II), topic 2.

J: Vanuit die besturen die gaan verdwijnen? Dus dat elk platform zijn eigen nieuwsbriefje erover mag maken? Willen jullie dat er één centrale tekst komt die wel ook namens dat platform gestuurd wordt, of willen jullie dat het via een Digizine, gewoon vanuit [afdeling binnen eigen organisatie], wordt gecommuniceerd?' Dus die vraag had ik liggen. Ik heb gisteren… Sprak ik [C12] heel kort en die zei 'ja, ik heb met [C16] erover gehad en hij komt met een tekst.' En toen zei ik: 'ja, maar hoe? Wat?' 'Ja, ja… Dat weet ik eigenlijk niet. Ja, oh ja. Dat had je nog gevraagd, maar daar hebben we het niet echt over gehad.' Dus eigenlijk weet ik nog steeds niet wat ze nou precies willen van mij.

B: Nee, nee.

J: En ik vraag me ook af… Ja… Moeten wij er nu achteraan gaan?

M: Nou ja, het moet in het blad, zei je? Toch? Dus…

J: Ja, dat blijkt.

M: … Dat het een beetje goed in het blad komt, of waar dan ook. Dus dan zou ik er zelf achteraan gaan.

J: Ja, maar goed. Ik wacht even dan tot ik de tekst van [C16] krijg. En dan leg ik het wel weer bij hem terug. Hoe wil je het hebben dan, dat we dit gaan verspreiden? Want dat blad dat komt pas in december, dus ik neem aan dat een Digizine, of een platformnieuwsbrief al eerder de deur uit is.

INCOMPLETE SEQUENTIE, MAAR WEL AFGEROND Er kan sprake zijn van verschuiving in sequenties. Een vraag over de uitvoering kan daardoor in sommige gevallen afgerond worden door antwoord te geven met informatie over de taakverdeling. Afhankelijk van de inhoud wordt het communicatieplanningsthema als afgerond beschouwd.

In het eerste voorbeeld (observatie 1 (deel I), topic 13) wordt er een vraag gesteld over de Uitvoering ('En gaat dat goed?'). Hier wordt op geantwoord, maar met veel meer dan alleen een antwoord op Uitvoering. In het antwoord komt namelijk eerst de Taakverdeling ('J is deze ronde eindredacteur, dus het moet een beetje gaan blijken natuurlijk'), Timing eind ('Volgende week moeten we onze... Moeten alle teksten ingeleverd zijn') en Opmaak en/of ruimte ('Er zitten natuurlijk vier pagina's belasting in.') aan bod. Pas daarna wordt een antwoord gegeven op Uitvoering ('Volgens mij loopt het wel aardig'). Omdat Uitvoering wel een eigen antwoord krijgt, wordt deze gecodeerd als 'compleet en afgerond'. De andere communicatieplanningsthema's worden gecodeerd als incomplete sequentie, maar wel afgerond.

In het tweede voorbeeld (observatie 1 (deel II), topic 3 wordt een probleem beschreven, namelijk het publiceren van de informatie kan in geen van beide Digizines. De eerste komt te snel en de andere is te laat, waardoor ze allebei geen optie zijn. Dit is een probleem met Timing eind. Daar wordt op gereageerd met een voorstel tot een Mediakanaal en contentformaat. Doordat op dit voorstel voor een 'extra bulletin' een akkoord volgt, wordt het probleem met de Timing opgelost. De taalhandelingssequenties voor zowel Timing eind als Mediakanaal en Contentformaat zijn dus incompleet, maar afgerond.

- Voorbeeld Incompleet en afgerond uit observatie 1 (deel I), topic 13.

  I: Nee, ik ben bezig met het blad. Daar heb ik verder… Dat loopt.
  A: En gaat dat goed? Ik kijk… J is er niet, maar…
  I: J is deze ronde eindredacteur, dus het moet een beetje gaan blijken natuurlijk… Volgende week moeten we onze… Moeten alle teksten ingeleverd zijn. Er zitten natuurlijk vier pagina's belasting in, dus dat scheelt ook wel weer [onverstaanbaar]. Volgens mij loopt het aardig.
  A: Oké.

- Voorbeeld Incompleet en afgerond uit observatie 1 (deel II), topic 3.

  J: Ja. Hoe gaan we dat praktisch doen dan? Want… Ja… Morgen staat de Digizine op het programma en de volgende is pas in november…
  [iedereen door elkaar]
  I: Ja, kunnen we een extra?
  B: We kunnen misschien… Ja.
  I: … Editie doen? Omdat het iets speciaals is?
  B: Ja, extra bulletin of zo…
  I: Ja. Wat jij nu al moet weten over de veranderingen straks.
  J: Dat kan… Dat kan zeker… En dan moeten we die rond 1 november of zo uit doen? Maar ja, misschien is dat wel weer te laat?

INCOMPLETE SEQUENTIE, NIET AFGEROND Een gespreksbijdrage over een communicatieplanningsthema wordt niet afgerond. Dit is niet mogelijk bij een melding, omdat hier in wezen geen (verbale) reactie noodzakelijk is. Bij een vraag, voorstel of een probleem kan het voorkomen dat dit eerste paardeel niet beantwoord wordt met een tweede paardeel. Een vraag krijgt dus geen antwoord, een voorstel geen reactie in de zin van akkoord of niet akkoord, en een probleem geen besluit als oplossing. Omdat sequenties ook kunnen verschuiven en taalhandelingen elkaar niet altijd geheel logisch opvolgen, wordt per communicatieplanning gekeken of het afgerond is. Hiervoor wordt naar de inhoud gekeken. Als er onvoldoende input gegeven wordt, wordt een communicatieplanningsthema als onafgerond beschouwd.

In het voorbeeld (observatie 1 (deel II), topic 1) wordt er eerst een vraag gesteld over een mediakanaal ('Is dit ook nog iets voor social?'). In dezelfde gespreksbijdrage wordt er vervolgens iets gevraagd over de uitvoering ('ik weet dat er een plan is, maar zijn we dat ook al daadwerkelijk aan het uitvoeren?'). In de reactie die volgt wordt er wel antwoord gegeven op de eerste vraag, maar de vraag over Uitvoering wordt niet beantwoord. Dit communicatieplanningsthema is dus incompleet en niet afgerond.

In het tweede voorbeeld (observatie 1 (deel I), topic 14) gaat het over de WAB. In dit gesprek wordt een voorstel gedaan (gemarkeerd) met betrekking tot de Opmaak en/of ruimte. Hier wordt echter niet op gereageerd.

Het derde voorbeeld (observatie 1 (deel I), topic 1) is al eerder aan bod gekomen. In dit voorbeeld wordt een probleem geuit. Dit wordt vervolgens verkort samengevat. Daarna benoemt E nogmaals haar probleem met de Uitvoering. Er wordt echter geen oplossing aangedragen of een besluit genomen.

- Voorbeeld Incompleet en niet afgerond uit observatie 1 (deel II), topic 1.

  M: Nee, ja. Precies.

  J: En wat ik mij verder nog afvroeg: is dit ook nog iets voor social? Kunnen we daar wat mee? Is wel jammer dat… L er niet is. We hebben natuurlijk nog niet echt concreet beleid op dat gebied. Ik weet dat er een plan is, maar zijn we dat ook al daadwerkelijk aan het uitvoeren?

  I: Ik… Nee. Er gaat bij niet een enorm belletje rinkelen dat dit leuk is voor social, maar we kunnen het even -

- Voorbeeld Incompleet en niet afgerond uit observatie 1 (deel I), topic 14.

  I: [onverstaanbaar, want door elkaar] Ja, ja, dus ik zat... Dus misschien even met jou overleggen.

  L: Ja, is goed.

  I: Misschien een gele balk met… Wat nu al van belang is wat straks.

  L: We zijn natuurlijk eigenlijk… Weken mee bezig. Maar er is nog niet echt heel veel…

  A: … Oké.

  I: Ja, maar goed. Dat loopt.

- Voorbeeld Incompleet en niet afgerond uit observatie 1 (deel I), topic 1.

  E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, ervan uitgaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.

  A: Kortom, we faciliteren straks de teams bij het meten van hun prestaties. […] Maar hoe weten we nog niet precies.

  E: Nee, een lid kijkt niet naar afdelingen. Een lid gaat met zijn klantreizen dwars door een hele organisatie heen. En wij gaan toch weer vanuit teams redeneren om klanttevredenheid te meten. En hoe doe je dat dan op een goede manier?

  A: Opmerkingen, vragen aan E? Ik neem aan dat je daar geen hulp bij nodig hebt?

Stap 4b. Wordt er een besluit genomen?

Per communicatieplanningsthema is vervolgens gekeken of er een besluit genomen is. Dit zijn deels de besluiten die al gecodeerd zijn onder Taalhandeling, maar in sommige gevallen werden er ook besluiten genomen in sequenties waar andere taalhandelingen gecodeerd waren. Ik heb daarom de overleggen nogmaals doorlopen, gefocust op de uitkomst bij de bespreking van een communicatieplanningsthema.

GEEN BESLUIT NODIG In sommige gevallen hoeft er geen besluit genomen te worden, omdat zich geen (potentieel) probleem voordoet. In die gevallen heb ik "geen besluit nodig" gecodeerd. Dit is meestal het geval als er iets gemeld wordt.

In het eerste voorbeeld wordt gesproken over 'herschreven websitespul'. Dit wordt in eerste instantie gemeld ('ik heb nog... Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul [...]'). Daarna wordt er over het Thema van dit topic een vraag gesteld ('Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?'). Er volgt een gesprek en uiteindelijk komen A en B tot de conclusie, tevens antwoord op de vraag, dat ze het inderdaad over hetzelfde hebben. De sequentie is compleet (Stap 4a) en er is geen besluit nodig.

- Voorbeeld Geen besluit nodig uit observatie 1 (deel I), topic 20.

  B: Ja, ik heb nog… Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul van Presenter... -
  A: Dat is volgens mij hetzelfde… -
  B: - Iets over contra… Hè?
  A: Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?
  [...]
  A: Dat is hetzelfde wat ik net zei [...].

GEEN BESLUIT GENOMEN De gevallen waar onterecht geen besluit genomen is, heb ik gecodeerd als Geen besluit genomen. Dit zijn gevallen waar op basis van dat wat er gezegd werd wel een besluit genomen had moeten worden, maar waar dit niet genomen werd.

Een bekend voorbeeld dat al vaker is aangehaald is de probleembeschrijving uit observatie 1 (deel I), topic 1 waar E aangeeft dat de Uitvoering van één van de communicatie-uitingen problematisch is. Op dit probleem had een besluit of oplossing moeten volgen. Bijvoorbeeld er op een ander moment voor gaan zitten, of een besluit maken voor de aanpak.

- Voorbeeld Besluit nodig - Geen besluit genomen uit observatie 1 (deel I), topic 1.

  E: Daarin neem ik ook meteen mee hoe de regiokantoren daar iets mee zouden kunnen. Dat heeft er mee te maken dat het bondsbestuur besloten heeft dat regiokantoren KPI's krijgen, waaronder ook op klanttevredenheid. Maar hoe ga je nou, ervan uitgaande dat een lid door een organisatie heen gaat met zijn klantreizen, specifiek voor een team klanttevredenheid meten? Nou, dat is een uitdaging.
  A: Kortom, we faciliteren straks de teams bij het meten van hun prestaties. […] Maar hoe weten we nog niet precies.
  E: Nee, een lid kijkt niet naar afdelingen. Een lid gaat met zijn klantreizen dwars door een hele organisatie heen. En wij gaan toch weer vanuit teams redeneren om klanttevredenheid te meten. En hoe doe je dat dan op een goede manier?
  A: Opmerkingen, vragen aan E? Ik neem aan dat je daar geen hulp bij nodig hebt?

BESLUIT NEMEN Er wordt een besluit genomen, een knoop doorgehakt. Een probleem wordt daarmee direct opgelost. Er wordt direct actie ondernomen. Het nemen van een direct besluit, zal in het algemeen het vaakst voorkomen bij communicatieplanningsthema's waar iets mee aan de hand is. Bij thema's waar een (potentieel) probleem bestaat. Het nemen van een direct besluit (actie) is daarmee een manier om het probleem op te lossen. Voor voorbeelden voor besluit nemen, zie Stap 3

DOORSCHUIVEN Een kwestie wordt doorgeschoven. Dit betekent dat verdere bespreking naar een ander moment wordt verplaatst. Het kan zijn dat gespreksdeelnemers besluiten een communicatieplanningsthema na de vergadering verder te bespreken, omdat het bijvoorbeeld niet voor iedereen relevant is. Ook kan de bespreking van het communicatieplanningsthema naar een ander moment verplaatst worden, omdat het te groot is om op dit moment te bespreken, of omdat de expertise van niet aanwezige mensen noodzakelijk is.

In het onderstaande voorbeeld uit observatie 1 (deel I), topic 14 wordt een voorstel gedaan ('dus misschien even met jou overleggen') voor de Uitvoering. Bij taalhandeling wordt deze gespreksbijdrage gecodeerd als Voorstel en vormt de uitspraak 'ja, is goed' het Akkoord. Bij deze codeerstap wordt Uitvoering gecodeerd als Besluit om door te schuiven.

- Voorbeeld Besluit nodig - Besluit doorschuiven uit observatie 1 (deel I), topic 14.

M: Ja, alleen dat is een beetje vaag, want ik hoorde vanmorgen ook op de radio… En nu gaat het balletje rollen. Vanuit de radio werd verwezen naar de website van Rijksoverheid, dus misschien dat we daar ook nog eventueel nog wat informatie vandaan kunnen halen om een klein beetje die stroomversnelling te… [onverstaanbaar, I er door heen].

I: [onverstaanbaar, want door elkaar] Ja, ja, dus ik zat... Dus misschien even met jou overleggen.

L: Ja, is goed.

[...]

I: We hebben natuurlijk straks contentoverleg, dus daar kunnen we natuurlijk ook even…

L: Ja, ik ben er niet bij.

DELEGEREN Een kwestie wordt gedelegeerd als het wordt overgedragen aan een andere persoon. Het gaat hier om taken die door iemand anders opgepakt moeten worden (op een ander moment), bijvoorbeeld door iemand die niet bij het contentoverleg aanwezig is. Ook valt het onder delegeren als de taak doorgegeven wordt aan iemand die wel aanwezig is. Alle situaties waarin de spreker het werk door iemand anders laat uitvoeren, worden als 'delegeren' gecodeerd. Delegeren komt met name voor in situaties waar in eerste instantie een probleem beschreven is. Voor de voorbeelden voor Delegeren, zie Stap 3.

Stap 5a. Aantal gespreksdeelnemers

Per segmentatie (in topics) heb ik gekeken hoeveel gespreksdeelnemers er zijn door het aantal unieke deelnemers te tellen. Het totaal aantal deelnemers per overleg was mij ook bekend.

Het aantal gespreksdeelnemers heb ik geteld per topic. Bij het aantal gespreksdeelnemers heb ik niet meegenomen wanneer er mensen door elkaar heen praatten en ik niet wist hoeveel personen dit waren. Wanneer ik wel wist welke gespreksdeelnemers dit waren, heb ik deze genoteerd.

De gespreksdeelnemers heb ik geteld per topic. In de praktijk betekent dit dat in sommige gevallen een gesprek doorloopt, maar het inhoudelijk niet meer over het topic gaat. In de overleggen zijn een aantal tussenstukken. Deze zijn niet altijd 'irrelevant' (zie Stap 5b), maar soms niet mee te nemen in de codering. Bijvoorbeeld als onduidelijk is of het überhaupt nog bij het topic hoort, of wanneer er wel iets relevants besproken wordt maar het geen communicatie-uiting is. In zulke gevallen ben ik gestopt met het tellen van de gespreksdeelnemers.

In het onderstaande voorbeeld hield het topic op na "Ja, ik heb hem om een reactie gevraagd." Daarna vraagt A of er nog stakingen en/of acties spelen. Het is echter onbekend of dit met een project of communicatie-uiting te maken heeft. Daarom is het aantal gespreksdeelnemers geteld tot aan de bovengenoemde zin. Alle gespreksdeelnemers daaronder (aangegeven met de markering in het onderstaande voorbeeld) heb ik niet meegenomen, omdat deze gespreksbijdrages geen deel meer uitmaken van topic 12. Deze informatie is echter mogelijk wel relevant voor de planning van de desbetreffende organisatie, maar niet interpreteerbaar in het kader van dit onderzoek.

- Voorbeeld van Topiceinde uit observatie 1 (deel I), topic 12.

A: W, ik kijk even naar jou. Ik weet niet of jij al [onverstaanbaar]. [C3] is nu echt ziek, hij is nu echt knap beroerd, dus… Nieuws. Is er… Speelt er iets überhaupt? Ik heb een beetje het gevoel dat het loue loene is in Nederland.
W: Het is heel slap allemaal. Bestuurders zijn allemaal met andere dingen bezig.
A: Ja.
W: En… Over… Ik heb dat dingetje van [C2] aan jou teruggegeven. Eh… Maand van de vakbond.
B: Ja.
W: Dus dat heb jij teruggegeven aan hem.
B: Heb ik…
W: Dus dat komt dan weer terug.
B: Ja, ik heb hem om een reactie gevraagd.
A: Spelen er nog stakingen of acties…? In de schoonmaak.
W: Schoonmaak mogelijk morgen iets, maar daar moet ik nog even induiken.
A: Verder… Niks hè?
W: [onverstaanbaar]
A: Wat zei je?
W: Hier en daar een boer die de weg kwijt is.
A: Ja, oké.
W: En dat geef ik jullie wel even mee. Morgen gaan ze hier in Bilthoven natuurlijk… Dus houd daar even rekening mee. En of je morgen hier wel of niet zou willen zijn.

Stap 5b. Irrelevante themabesprekingen

Ik heb overlegbreed gekeken naar hoe vaak andere thema's dan communicatieplanningsthema's besproken werden. Het aantal andere besproken thema's heb ik over de hele vergadering geteld.

IRRELEVANTE THEMABESPREKINGEN Dit zijn thema's die losstaan van de communicatieplanning, maar waar mensen wel over praten tijdens het overleg. Voor het communicatieplanningsoverleg zijn de thema's irrelevant. Dit zijn bijvoorbeeld de gevallen waarbij mensen praten over een zieke dochter, een afspraak bij de autogarage of doodsbedreigingen die zij bij vorige opdrachten gekregen hebben. Iets wordt pas meegenomen als "ander thema" als er op ingegaan wordt door op zijn minst één andere gespreksdeelnemer.

In sommige gevallen wordt er relatief vaak iets (zinloos) herhaald. Bijvoorbeeld observatie 1 (deel II), topic 3. Daar herhaalt iedereen het thema (de WAB). Dit wordt alleen genoemd, er vindt geen gesprek plaats. Dit wordt daarom niet gezien als 'irrelevant thema'. Dit is anders bij observatie 1 (deel II), topic 10. Daar vindt een discussie plaats over het correcte Nederlandse meervoud van "generatiepact". Dit wordt wél gezien als een "irrelevant thema". Ook het gesprek dat ontstaat als een collega verlaat binnenkomt (observatie 1 (deel II), tussen topic 4 en 5), het gesprek over een collega die weggaat (observatie 2, topic 1) en het gesprek over de behoefte aan Photoshop (observatie 3, topic 8). Onderstaand zijn de desbetreffende topics weergegeven, of fragmenten uit deze topics.

- Voorbeeld Geen Irrelevante themabespreking uit observatie 1 (deel II), topic 3.

  J: Maar nu op korte termijn even niks. En dan het hoofdonderwerp van vandaag, denk ik: de WAB.
  B: De WAB.
  I: De WAB.
  J: The WAAAAAAB [Engels accent]. We hadden gezegd dat we vandaag allemaal tekstjes klaar zouden hebben. Over de zes verschillende onderwerpen, hè? Ik heb gisteren nog even in het mapje gekeken en ik zag inderdaad een aantal… Een aantal zitten. Ik weet niet of jullie zelf ook nog even gekeken hebben?

- Voorbeeld Irrelevante themabespreking uit observatie 1 (deel II), topic 10.

  J: Dus kennisbankpagina over eh… Generatie… Wat is het meervoud van generatiepact? Pacten? Pacts?
  I: Pacts.
  B: Generatiepact.
  J: Is een Engels woord, hè? Gene…
  B: Een Engels woord… Generation…
  J: Nee, Generation pact.
  B: Generation pact.
  J: Pact [Nederlandse uitspraak]. Is het een Nederlands woord, pact?
  B: Pact.
  J: Een pact.
  I: Ja, ja.
  J: Een pact is een Nederlands woord.
  M: Ja, toch?
  B: [lacht]
  I: Bij geschiedenis leer je toch het pact van huppeldepup?
  B: Het… Ja… Het… Pacten.

J: Generatiepacten… Pacts… Ik weet het niet.
I: Maakt niet uit. Maar goed.
J: [onverstaanbaar, in zichzelf]
I: Ehm…

- Voorbeeld Irrelevante themabespreking uit observatie 1 (deel II) tussen topic 4 en 5.

J: Roep ik ondertussen nog wat over de Vakvrouw van het jaar verkiezing…
[W komt binnen]
J: Hee, hee.
M: Hallo.
J: Haha, ik was je helemaal vergeten.
B: Ooh.
W: Ja?
[B en W lachen]
B: Ah, gos…
W: Ik zal het met je verjaardag onthouden, dat dat zo is. Maar gelukkig weet ik je verjaardag niet, dus…
B: We zouden natuurlijk… In onze agenda staat gewoon half 11, ja.
W: Ja, want?
B: Ja, nee. We zijn meteen -
W: Jullie zitten hier al?
B: We zijn meteen -
J: Ja.
B: We zijn meteen doorgegaan naar het afdelingsoverleg.
J: Gevraagd zullen we maar meteen doorgaan? Van ja, laten we maar doen.
W: Goed…
J: Ja, ik had half 11, maar het was wel eigenlijk mijn bedoeling om…
W: Ga maar lekker door.
J: Gewoon in één keer door. Direct na het… Voortaan ook na het -
M: Ja, misschien moeten 'm gewoon ook inderdaad -
B: We zetten het gewoon om 10 uur.
M: Ja.

- Voorbeeld Irrelevante themabespreking uit observatie 2, topic 1.

M: Mag ook wel eens benoemd worden…
R: Ja.
M: Dat mag ook wel eens benoemd worden.
X: Ja, nou lijkt die [C2] me ook altijd wel een vlotte, maar hè?
Y: Maar ze stopt, hè? Dus er moet eh… Ze moet vervangen worden.
G: Echt?
M: Ze stopt?
R: Ja, ze gaat weg.
G: Oh, dat is jammer.
M: Wat?
X: Dat is vervelend.
R: Ja, dat vind ik ook wel heel jammer.
M: Dat heb ik niet mee gekregen, dat is echt super jammer.
R: Ja.
Y: Haar functie…
[...]

- Voorbeeld Irrelevante themabespreking uit observatie 3, topic 8.

I: - Maar het is soms ook makkelijk als je 't even zelf kan aanpassen.
V: Ja.
I: Want we hebben nu drie Photoshop accounts, hè? Voor jou, [B] en mij.
A: Ja, ja.
I: Ja.
V: En ehm…
I: En ik hem 'm nog steeds niet geopend. Ik heb er ook gewoon geen tijd voor.
V: Nee… En in die eh… Indesign. Illustrator, is dat niet iets?
I: Dat was volgens mij nog weer een stapje verder.
A: Ja.
I: Fotoshop kunnen we volgens mij redelijk mee uit de voeten.
V: Ja, dat is pixels en -
I: Dat is echt met die lagen slepen zeg maar.
V: Oké, ja ja.
I: En dat is eigenlijk het enige wat we hoeven doen, even een laag aanpassen. Weer op elkaar plakken -
V: Oké.
I: - En bewaren als nieuw beeld.
V: Ja.
I: Dat is het volgens mij.

Gespreksbijdrages die niet direct codeerbaar zijn in het kader van communicatieplanningsthema's worden niet direct als "ander thema" of "irrelevant thema" geïnterpreteerd. Dit is het geval bij het voorbeeld onder Stap 5a (topiceinde). Maar ook in het onderstaande fragment uit observatie 1 (deel I) zijn er een aantal gespreksbijdragen niet interpreteerbaar. Dit maakt ze echter niet noodzakelijkerwijs irrelevant. Bovendien wordt er niet (langdurig) op ingegaan door andere gespreksdeelnemers. In dit geval wordt het dus niet gemarkeerd als "irrelevante themabespreking".

- Voorbeeld Geen irrelevante themabespreking uit observatie 1 (deel I), topic 14.

I: Misschien een gele balk met… Wat nu al van belang is wat straks.
L: We zijn natuurlijk eigenlijk… Weken mee bezig. Maar er is nog niet echt heel veel…
A: … Oké.
I: Ja, maar goed. Dat loopt.
A: Ja, want er zijn ook uitzendbureaus die inmiddels reclame ervoor beginnen te maken… En eh…
L: Ja.
A: … Campagne van de WAB of zoiets, vond het wel grappig.
I: We hebben natuurlijk straks contentoverleg, dus daar kunnen we natuurlijk ook even…
L: Ja, ik ben er niet bij.
W: Zit je op WAB….
N: What's WAB.

Stap 5c. Topic-herhalingen

Tot slot heb ik gekeken naar het aantal herhalingen van de segmenten binnen een overleg. Segmenten kunnen bestaan uit een project, een communicatie-uiting of een combinatie van project en communicatie-uiting. Segmenten zijn dus de topics.

Het aantal herhalingen van topics heb ik geteld per overleg. Soms komt het immers voor dat iemand aan het begin van een overleg een bepaald topic bespreekt, maar dat dit topic terugkomt aan het eind van diezelfde vergadering. Het herhalen van een topic kan een indicatie zijn van onoplettende gespreksdeelnemers.

HERHALING Een eerder segment (communicatie of project) wordt nog een keer naar voren gebracht, meestal door een andere gespreksdeelnemer. Er kunnen hierbij wel nieuwe communicatieplanningsthema's voorkomen, maar dit hoeft niet. Herhalingen die binnen een topic bestaan, neem ik niet mee. Dit zijn namelijk geen topic-herhalingen maar herhalingen van communicatieplanningsthema's.

- Voorbeeld Topic-herhaling uit observatie 1 (deel I), topic 15 (links) en topic 20 (rechts).

A: That reminds me of… [door elkaar].
A: Content heb liggen die zij herschreven heeft, of die Presenter herschreven heeft op een aantal thema's. Veel bezochte partners. Volgens mij zitten daar ook twee of drie onderwerpen bij die dit raken en die moeten nog even juridisch gecheckt worden...
I: Oké…
A: … En dat zijn eigenlijk met name voor de site. En die moeten dan terug ook naar Presenter. Wel interessante pagina's als [...]

A: Goed. Oké. Die gaat morgen mee. Dan B.
B: Ja, ik heb nog… Ik kreeg een tijdje terug wat herschreven websitespul van Presenter... -
A: Dat is volgens mij hetzelfde… -
B: - Iets over contra… Hè?
A: Is dat hetzelfde wat ik bedoel? Via [C9]?
B: Ja, nou ja. Er zijn dus twee artikelen of nou ja, teksten klaar. Contractsoorten en arbeidstijden en de vraag is… Ja. Moet één van onze redacteurs daar nog naar kijken?

- Voorbeeld Topic-herhaling uit observatie 2, topic 9 (links) en 15 (rechts).

M: Ehm… De WAB. Ja. Update over de WAB. Eigenlijk ligt dat nu vooral bij de webredactie ehm… L en J die hebben ook met [C7] overleg gehad, want er waren een aantal onderwerpen die eigenlijk… Die wij bijvoorbeeld later hadden ingepland, maar waar nu al iets over gezegd moet worden.
Y: Hmhm.
M: Dus daar komt… Deze week? Nee, pr… Woensdag… Komende woensdag gaat er een Digizine uit, met eh… Een linkje dat [...].

G: Is wel heel groot WAB-dingen.
R: Ja, dat is de WAB.
G: Ja.
M: Ja.
R: Ja, dat is elke week dan dus een thema uit de WAB-
M: Ja.
R: - Wat uitgelicht zou worden.

Iets wordt als herhaling gezien als het echt een geheel topic betreft. Als tussentijds nog geen nieuw topic (volledig) aangedragen is en de eerste persoon onderbreekt om verder te gaan in zijn of haar verhaal, wordt dit niet als herhaling gezien. Dit is bijvoorbeeld het geval in het onderstaande voorbeeld. C wilde nog iets vertellen, maar wist niet meer wat. De volgende persoon neemt daaropvolgend haar spreekbeurt over, maar wordt onderbroken door C die ineens weer weet wat ze nog meer wilde zeggen. Zowel de nieuwsbrieven als de nieuwsinbox worden als aparte topics beschouwd. Pas in topic 10 vertelt L uiteindelijk over haar presentatie, maar dit wordt niet als herhaling gezien: de presentatie wordt in topic 7 weliswaar wel genoemd, maar er wordt niets uitgewerkt en niet op ingegaan. Bovendien wordt ze onderbroken, waardoor ze haar zin niet af kan maken.

- Voorbeeld Geen Topic-herhaling uit observatie 1 (deel I), topic 7, 8 en 10.

C: En… Ik moet weer een paar nieuwsbrieven versturen. Voor [C1] en… Nog iets anders. Ik weet niet meer wat.
A: ZZP.
C: Meer heb ik niet te vertellen.
A: Goed, L?
L: Ik heb straks een presentatie over…
C: Oh, sorry…
L: Oh.
C: … De nieuwsinbox. Daar zit weer mail in. En ik heb er vorige keer 300 gedaan en daar heb ik nu geen zin in. Dus als iemand anders….
[...]
L: Ik heb straks een presentatie over de nieuwe indeling van LinkedIn. Dat noemde ik geloof ik vorige week al. Dat we met geheel [eigen organisatie] naar één overkoepelende LinkedIn page, met bijbehorende careerpage ook. Dus daar zit ik straks bij.

Bijlage 6. Interviewvragen

Vragen op basis van observatie

Zijn er dingen die ik niet begrepen heb? (Zo ja: welke > wat is mijn vraag?)

Welke elementen zijn niet aan bod gekomen? (zo ja: vragen 'Wat maakt dat ….?)

Welke functie hadden de aanwezige mensen bij de vergadering/het overleg?

Algemene vragen - vergadering

Hoe lang duurt een vergadering gemiddeld?

Hoe vaak wordt communicatie gepland? En is dit een vast moment?

Algemene vragen - Planningstool

Welke planningstool(s) gebruiken jullie allemaal?

Wie zet communicatie in de [planningstool]?
- Is dit een vast persoon?
- Wanneer?
- Hoe vaak?

Wie speelt bij jullie welke rol bij communicatieplanning in [planningstool]?
- Wie bedenkt de grote lijn?
- Wie de middelen?
- Wie beslist?

Hoe lang werken jullie met de [planningstool]?

Hoe lang werken jullie al met [planningstool]?

Hebben jullie gebeld met een medewerker van de [planningstool]?
- Zo ja: hoe vaak? Waarover?

Hebben jullie uitleg op locatie, telefonische uitleg of een workshop gehad?
- Of: hebben jullie hulp gehad bij het implementeren van [planningstool]?

Hoeveel mensen hebben een account op [planningstool]?

Hoe is het (leren) werken met de [planningstool] op een schaal van 1 (moeilijk) tot 10 (makkelijk)?

Wat had/heb je nodig om de [planningstool] goed te kunnen begrijpen en gebruiken?

Wordt de [planningstool] gebruikt bij….? (aanvinken wat van toepassing is).

- Het definiëren van een contentstrategie
- Het opstellen van een contentplanning
- Het realiseren van de opgestelde contentplanning
- Het evalueren van de resultaten
- Het bijstellen van de contentstrategie

Hoe planden jullie voor [planningstool] de communicatie?

Met welk programma?

Je hebt niet voor niets gekozen voor [planningstool], maar wat kon er toen beter?

Wat heeft de [planningstool] wat alternatieven niet hebben?
Of: wat maakt [planningstool] uniek?

Wat kun je hiermee?
Of: welke mogelijkheden heb je hierdoor?)

Mis je dingen/functionaliteiten in de [planningstool]?

Overige vragen

Eventueel: Wat kan er nu nog beter? Wat loopt er niet optimaal?
Eventueel: Heb je ooit overwogen om over te gaan naar een andere manier/methode.
Waarom wel/niet?
Zo ja; welke? En waarom?

Bijlage 7. Interviews

A Interview na observatie 1 (overleg 1 (deel I, deel II))

Dit interview vond plaats met B, mijn contactpersoon binnen [organisatie observatie 1 (deel I)]. Zij is weliswaar niet de hoofdgebruiker van het Contentkalender-account, maar is wel de voornaamste gebruiker ervan. Het interview vond direct na het overleg plaats.

Als ik later in mijn proces nog meer vragen had, mocht ik contact opnemen met B.

Tabitha is aangegeven met T. B is de contactpersoon van de organisatie.

[voorafgaand aan het interview zei B het volgende]

B: Zoals ik vanmorgen al zei ben ik de enige die dan heel actief dingen erin zet, maar dan moet ik dus elke keer zeggen 'jongens, kijk ook in de Contentkalender, want jullie kunnen daar ook. Jullie moeten eigenlijk daar ook gewoon dingen inzetten en mee werken, maar ja'…

B: Ja. Vanochtend ook. Dat iemand zegt van eh 'ja, ik krijg wel een melding als ik een taak heb', maar goed dan denk ik… Maar ja, die kijkt dan verder niet. Die kijkt alleen maar van oh, ik moet dit doen [lacht] en dan denk ik nee, je moet echt het project in en kijken wat er allemaal bij hoort en wat er in staat. Maar goed, dat is nog een kwestie ook van opvoeden.

T: Ja, maar ik weet ook niet hoe lang jullie er op dit moment mee werken precies?

B: Ja, we zijn eigenlijk een beetje zo in de zomer begonnen. Begin van de zomer. Maar goed, dan zit je met vakanties. Dus dat we echt nu. Dus het eigenlijk nu de tijd om er echt mee aan de gang te gaan weer.

T: Ja, en om dus iedereen te heropvoeden, zoals je zei.

[B en T lachen]

B: Ja, om iedereen er weer bij te trekken van 'jongens, gebruik die kalender nou'.

T: Ja, kan me wel voorstellen dat het even wat… Nou niet eens per se weerstand, maar…

B: Nee, niet weerstand. Maar mensen moeten daar gewoon even tijd insteken. Even de moeite nemen om ook even goed te kijken oh ja, wat… Want he, we hebben een keer zo'n presentatie…. Ja, wat kan je er allemaal mee. Maar goed, ik, omdat ik natuurlijk wat actiever inderdaad het kan gebruiken… Dan zie ik ook vanzelf de mogelijkheden en ik… Soms word ik ook gewezen… Zoals [iemand van CK] die zei 'waarom gebruik je geen icoontjes bij de mediakanalen' en dan denk ik ooooh ja, die icoontjes! Was ik alweer vergeten.

T: Ja, dat zien we veel, hoor.

B: Ja.

T: En als we het inderdaad weten, dan wijzen we daar ook mensen op. Omdat mensen het vaak toch echt heel handig vinden, maar ze gewoon net even… Dat is zo'n ding daar moet je voor naar onderen scrollen op de meeste computers. Dat zie je dan net over het hoofd.

B: Ja. Maar goed… We komen er wel.

T: Gelukkig. En anders… Kun je ons bellen. Even over het interview: ik heb gewoon een lijstje met vragen opgesteld. Ik heb over het algemeen gewoon een standaard lijstje aan vragen die ik aan iedereen waar ik langsga wil vragen om gewoon een compleet beeld te krijgen en het deel wat ik heb met de observatie aan te vullen. Dus het komt misschien soms wat uit de lucht vallen. En ik kijk – als je het goed vindt – ook op mijn computer, omdat ik daar mijn vragen heb staan en soms zal ik dingen ook even opschrijven daar.

B: Ja, ja. Ik weet niet of ik overal antwoord op kan geven.

T: Dat gaan we meemaken. Zo niet dan niet, is ook geen probleem.

B: Precies.

[daadwerkelijke begin]

T: Het viel me op dat er niet heel veel discussie bestaat over de communicatiemiddelen die jullie gebruiken. Wat maakt dat deze discussie er niet is?

B: Ja, dat is wel een punt. Eigenlijk het allemaal een gewoonte van dit zetten we daarin, dat daarin. Inderdaad meer uit gewoonte. Omdat we het altijd al daar in zetten, zetten we het daar weer neer. Het is eigenlijk nu wat [naam] vanmorgen even aankaartte over de wervingscampagnes onder chauffeurs… Om onder chauffeurs leden te werven en onder schoonmakers en dan eens te gaan kijken, dus met de marketeer en de online marketeer… Ik zeg altijd even de gewone marketeer… Of nou ja, de offline marketeer en de online marketeer…

T: Hmhm.

B: … Om daar nou gewoon eens even mee om tafel te gaan zitten van wat… Wat… En na te denken over een communicatieplannetje en welke kanalen zetten we in. Of welke middelen gaan we gebruiken.

T: Ja.

B: En dat gebeurt… Tenminste, ik draai nu een half jaar mee. En dat gebeurt dan… In mijn optiek gebeurt dat weinig, dus het is heel erg van we zetten dat soort dingen… Dit type uitingen zetten we altijd daar neer… Nou ja.

T: Ja. En soms ook wel dingen dubbel, toch? Als in… Op het ene kanaal en op het andere kanaal, want sommige dingen die in het blad komen, komen ook op de website, of op social media.

B: Ja, ja ja. Dat wel. Ja. Dus dan wordt het op verschillende, op verschillende kanalen uitgezet. Want als we bijvoorbeeld een flyer maken voor een… Een sectorbestuurder wil graag een

flyer voor de slagers-cao, bijvoorbeeld met een eh… Met een oproep van ‘denk mee over je cao’. Dan is er altijd ook een webpagina gekoppeld. Dan wordt er gelinkt met QR-codes en dan komt de flyer nog op de webpagina, dus…

T: Dus het is altijd wel redelijk gelinkt?

B: Ja. Dus het zijn wel… Meestal wel meer dan één communicatiemiddel. Altijd wel een andere aan gekoppeld.

T: Wordt het bericht dan ook aangepast, of is het dan echt hetzelfde?

B: Nee, dat wordt dan wel aangepast. Of er wordt speciaal een landingspagina gemaakt. Of een webpagina bij een cao, van een cao wordt dan zeg maar aangevuld met iets. Of… Ja, wordt in elk geval aangepast. Of er komt gewoon een nieuwe pagina en die wordt dan op de website ergens onder gehangen.

T: En als ik dan nu kijk… Even weer terug naar de vergadering op zich. Er waren vijf mensen uiteindelijk, W ietsje later. W is persvoorlichter toch?

B: W is persvoorlichter, inderdaad.

T: En de rest? Welke functies hebben zij?

B: Redeacteur. Twee redacteuren, altijd twee van [ander team binnen organisatie], maar één was nu ziek. Dus twee [ander team binnen organisatie], twee redacteuren, beide persvoorlichters, maar [C3] was nu ziek. Dus twee persvoorlichters. Ik als traffic manager. Ja, en [A] als leidinggevende van de afdeling hoort er ook bij te zitten, maar die slaat meestal over… [lacht] Of meestal, nou… De laatste tijd heeft hij overgeslagen. Dus dat is een beetje de samenstelling en oh ja, één online marketeer! Dus er zit eigenlijk maar één echte marketeer bij… Zeg ik dat nu goed? Redacteur, persvoorlichter, ja… Ja, dat is eigenlijk de samenstelling van het contentoverleg.

T: Oké, het kan dus wel eens zijn dat niet iedereen aanwezig is, omdat ze andere dingen hebben staan?

B: Ja. Dan is er iets anders belangrijk. Of die heeft dan een andere afspraak…

T: Ja, kan gebeuren… En als je nu kijkt naar de gemiddelde tijd? Hoe lang duurt zo’n contentoverleg?

B: Nou, we zijn toch wel een uur eh… Een uur wel, ja.

T: En daarna moet het ook klaar zijn, omdat in de agenda een uur gepland staat, of…?

B: Nee, hoor. Als het langer duurt, dan duurt het langer en als het korter duurt dan is dat ook oké.

T: Ja, oké.

B: Allemaal afhankelijk van wat er te bespreken is.

T: Ja, dat is de ene keer waarschijnlijk wat meer dan de andere keer.

B: En dus wat iedereen te doen heeft, dus in feite het overzicht. En dan dat hij ook vraagt van zijn er nog nieuwe dingen die erop moeten.

T: Dus als [J] nu 20 punten heeft, dan duurt het iets langer.

[B en T lachen]

B: Ja.

T: En dat andere overleg, dat was twee keer in de week, toch?

B: Ja, dat is twee keer in de week. En dat is echt met de hele communicatieafdeling, de hele marketingcommunicatieafdeling, met iedereen. Ja.

T: En dit overleg. Volgt dit er altijd op?

B: Alleen één keer in de week. Dus het contentoverleg is één keer in de week.

T: En altijd ook op… Dinsdag. Moest heel even nadenken welke dag het vandaag was, maar het is vandaag dinsdag.

[B en T lachen]

B: Dinsdag, ja. Ja. Dus afdelingsoverleg dinsdag- en donderdagochtend. Contentoverleg op dinsdag na het afdelingsoverleg.

T: Ja, is wel grappig. Dat jullie dat op dinsdag doen.

B: Ja, je zou verwachten op maandag.

T: Ja, heel veel organisaties doen dat op maandag. Maar het maakt natuurlijk uiteindelijk helemaal niks uit, want je maakt altijd een week.

B: Ja, ja. Het is meer dat je dan een mooie verdeling hebt… Want we zijn begonnen… Dat contentoverleg is nog niet zo heel lang. Dat afdelingsoverleg bestaat… Voordat ik kwam, was dat ook. Maar toen was het wat onregelmatig en toen ik kwam, is er bedacht van oké, dan gaan we nu twee keer in de week afdelingsoverleg doen en sinds twee maanden is er ook contentoverleg bijgekomen. Dus dat is nog niet zo lang. Toen iedereen weer terug was, zeg maar ergens in augustus, toen is het contentoverleg geïnitieerd door [J], want die miste wel een beetje de samenhang. De langere termijnplanning van de content. Dus niet de ad hoc dingetjes van bestuurders die willen iets, ergens aandacht aan besteden, maar meer gewoon wat gaan wij communiceren aan onze… Onderzoeken wat leden willen weten en daar gaan we dan wat mee doen. Dus gewoon wat breder.

T: Dat lijkt me niet onhandig ook. [Naam eigen organisatie] is best wel groot ook, natuurlijk.

B: Ja, zodat je inderdaad ook de verschillende pijlers, de verschillende invalshoeken, dus opleiding, werk en inkomen, duurzame inzet… Ja, weet je? Dat je vanuit… Dat je aan elke invalshoek evenveel aandacht besteedt, in feite. Uiteindelijk.

T: Ja, en dat je dat dus ook goed kunt waarborgen en goed kunt afstemmen met je afdeling.

B: Ja, ja. Dat je niet alleen maar over loopbaanontwikkeling hebt, maar dat je zorgt dat andere zaken niet onderbelicht blijven.

T: Lijkt me wel…

B: Ja, en dat ontbrak op een gegeven moment een beetje, want dan ben je allemaal ad hoc dingetjes aan het doen en op de actualiteit. Maar goed, er zijn natuurlijk ook dingen die dan niet meteen… Of niet in het nieuws zijn, maar wel belangrijk zijn en wat leden moeten weten. Om leden te informeren over van alles. Dus dat miste hier een beetje. Het bredere, lange termijn overzicht en toen is het contentoverleg erbij gekomen. Ja. Om dat gestructureerder allemaal uit te voeren.

T: En nu zet jij de communicatie in de kalender, toch?

B: Ja, maar dat is eigenlijk meer vanuit… Omdat ik benaderd wordt door bestuurders van nou ja, ik wil graag… Ik organiseer bij dat bedrijf een maand van de vakbond. Als je lid wordt in die maand krijg je een derde van je jaarcontributie terug, zeg maar. Nou, dan willen ze een flyertje, want daar willen ze dan natuurlijk aandacht aan besteden onder de werknemers van dat desbetreffende bedrijf en in de *slipstream* natuurlijk leden werven. Dus ik zet dat soort activiteiten, flyertjes, webpagina's, brochures, allerhande communicatie-uitingen en die zet ik dan in de kalender en ik zoek zeg maar een tekstschrijver erbij en een vormgever en ik maak een planning van eh… Dan en dan moet ik een tekst hebben, dan moet het naar de vormgever en dan moet de flyer of de betreffende uiting klaar zijn.

T: Dus jij maakt ook eigenlijk de planning. Als in voor de mensen die je ook inzet?

B: Ja, dus ik zet de mensen in en ik hang er een deadline aan.

T: Nu hebben de meeste mensen dat wel nodig ook, een deadline.

[B en T lachen]

B: Ja.

T: Hoe vaak doe je dat eigenlijk? Dat in de kalender zetten?

B: Dat doe ik wel elke dag.

T: Echt elke dag?

B: Ja, elke dat zit ik wel in die kalender.

T: En dat is dan vooral als je gecontacteerd wordt over een nieuw project wat erin moet.

B: Ja, inderdaad. Ik ben heel praktisch bezig met die kalender ook, ja. Ik bedoel niet… Wat marketeers… Die zouden ook meer met die kalender bezig moeten zijn van oké, deze activiteit is klaar. Dat ga ik evalueren. Die zetten evaluatie erin, dat is meer voor de marketeers.

T: Hmhm.

B: Maar goed, dat… Maar goed, ikzelf als traffic manager, ben wel elke dat met die kalender bezig.

T: Heel even de zin opschrijven, hoor.

B: Ook vooral om te kijken wat er ligt. Mensen aan hun jasje trekken van 'is die tekst al klaar?'

T: Dat komt dan ook bij jou?

B: Ja, ja. Ik moet daar op letten. Ik wil natuurlijk…. Ik moet door met… Ik zorg dan weer dat het tekstvoorstel bij de bestuurder komt en als die akkoord is dan zorg ik dat de tekst bij de vormgever komt. Ik coördineer dat en dat doe ik eigenlijk, inderdaad, met die kalender.

T: Dan ben jij dus eigenlijk de bedenker van de grote lijn van de communicatieplanning?

B: Ja.

T: Maar bepaal jij dan ook uiteindelijk welk middel of welk kanaal of iets?

B: Nee, dat bepaal ik niet. Dat moet de marketeer doen. De marketeer moet eigenlijk de input omzetten in een *briefing*. Maar in de regel is het zo dat als een bestuurder mij benadert dan heb ik eigenlijk al input van hem. Ik krijg iets in een mail van ik wil graag dit en wel hierom. En…

T: Soms is dat best een concrete wens? Want je had het net ook over een bestuurder die specifiek een flyer wil.

B: Ja, dan is het al concreet. Nou ja, dan is er verder ook geen marketeer nodig. Want dan is er al de concrete vraag ik wil een flyer en met deze boodschap en als de bestuurder niet helemaal volledig is in zijn informatie dan vraag ik informatie op. Van wat wil je met de flyer, voor wie is het, nou ja… En dan… Dus dan zet ik dat in de Contentkalender bij omschrijving of ergens… En dan geef ik aan dat het een flyer moet worden.

T: En hoe bepaal je dan wie welke dingen gaat doen voor die taak?

B: Ja, dan… We hebben twee redacteuren. Dus dan is het eigenlijk heel makkelijk. Dan kijk ik wie er tijd heeft, of ik vraag het. Ja. Het is eigenlijk dat ik in de Outlook-Agenda kijk, want ik vraag wel zoveel… Ik zeg wel steeds, daar moet ik eigenlijk wel weer steeds op hameren, van zet die dingen in je agenda, want dan kan ik… Dan kan ik plannen, want dan kan ik zien van oh nou I heeft geen tijd deze week, dus dan pak ik een andere redacteur.

T: Dus als de collega's alles in de agenda zetten, kun jij gewoon goed plannen?

B: Dan kan ik goed plannen, ja. En anders vraag ik het gewoon. Of soms vraag ik het niet eens, dan zet ik het in de kalender. Ik benoem een actie, hang er een naam aan en diegene krijgt de volgende dag een melding in de mailbox. En dan hoor ik vanzelf wel… Ja, zo werkt het ook.

T: Maar iedereen werkt dus wel met de kalender? Als in: kijkt er in ieder geval in?

B: Ja, de meeste mensen krijgen wel een melding, omdat ik iets erin heb gezet. Ja.

T: Ja. Zou je dan willen dat mensen meer zelf met die kalender doen?

B: Ja, ja! En dat mist nog. Ja. Want ook bijvoorbeeld had ik vanmorgen ook he? Dat vertelde [naam] ook over die ledenwerfcampagnes voor kansrijke sectoren, die chauffeurs en schoonmakers, om daar leden te werven en dan over een campagne na te denken. Nou ja, dan is de bedoeling dat de marketeers, dat die een plan maken en dat in de Contentkalender zetten. Dus dat zij kiezen… Maar goed, dat gaan we natuurlijk in het teamoverleg ook nog bespreken. Dus de marketeer, online marketeer van oké we gaan een communicatieplannetje maken in de transportsector en als marketeers dan een keuze hebben gemaakt van goh laten we deze communicatiemiddelen inzetten, dan wil ik graag dat ze dat zelf in de kalender zetten, want waar… Het is hun project.

T: Waarom zou het dan bij jou moeten liggen?

B: Precies, want ik zie het zo van de marketeer die denkt na over de… Die maakt het plan. Dus zet het plan dan ook in de kalender. En dan hang ik er wel weer mensen aan die iets moeten doen. Dus bij de ad hoc kleinere activiteiten, bij de grotere campagnes zie ik het meer voor me dat de marketeers gebruik maken… Of dat in de kalender zetten. Want ik ben geen marketeer. Ik ga niet bedenken van laten we dan een flyertje doen, en dan doen we op social media nog dit. Ik ga daar niet over, dat moet de marketeer dus doen. In mijn optiek zet de marketeer dat ook gewoon in de Contentkalender. Maar goed, dat gebeurt nog niet echt.

T: Nee, dus dat is nog even zoeken dus.

B: Ja, maar goed. Met die twee komende ledenwerfcampagnes kunnen we daar mooi eens mee beginnen.

T: Ja, en dat is het waarschijnlijk ook niet meer zo groot, want dan weet iedereen waar wat zit. Ik weet ook niet of iedereen dat hier weet?

B: Nee, maar dat is ook. Als je er nooit… Als je er niet mee werkt. Ja, al doende, leer je en zie je wat er allemaal mogelijk is in de kalender. Dat is gewoon doen.

T: En hoe lang werken jullie nu met de kalender? Niet heel lang toch?

B: Nee, nee. Want begin dit jaar, in februari… Want toen ik kwam, toen werd er besloten van nu hebben we een traffic manager die gaat plannen, dus nu gaan we echt actief… Nu moet iedereen er mee werken. Maar er werd al mee gewerkt, voornamelijk door [ander team binnen organisatie], volgens mij. Vanaf februari of zo. Volgens mij vanaf die tijd is die kalender er.

T: En hoeveel mensen hebben een account?

B: We zijn met z'n zeventienen. Dus de hele afdeling, eigenlijk. En ook die [Y] van [organisatie E]. Eén account voor het externe marketing bureau.

T: Ja, want het verschilt nog wel eens per organisatie. Sommige organisaties hebben echt twee accounts en sommige echt 20, inderdaad.

B: Ooh. Oh ja. Hier was het meer het idee van iedereen moet er gewoon in kunnen.

T: Ja, wel zo handig! En hebben jullie ooit een uitleg of een workshop gehad, misschien jij zelf niet als je hier nog niet zo heel lang werkt?

B: Ja, ja. We hebben een uitleg gehad. Een uitleg-presentatie.

T: En was dat hier, of bij de Contentkalender?

B: Ja, dat was hier.

T: En er is alleen afgelopen week al een aantal keer contact geweest, natuurlijk.* Maar daarvoor? [*Ze hadden problemen met het contentvlak. De content verdween daar telkens uit het contentvlak.]

B: Ja, ik heb [iemand bij CK] wel… Of tenminste… Ik heb wel vaker vragen gesteld.

T: Ja, dat zien we graag, hoor. Liever dat dan dat je ermee blijft zitten.

[B en T lachen]

T: In het gunstigste geval kunnen we meteen een oplossing bieden en in het ongunstige geval… Niet [doelt op contentvlak, want daar konden we niet meteen een oplossing voor bieden].

B: Ja, want ik weet niet meer wat het was, maar toen dacht ik wel oh, dat moet zo. Toen wist ik niet meer hoe het moest. Van die praktische…

T: Ja, soms is het even puzzelen.

B: Ja.

T: En als je dan kijkt naar het leren werken met de Contentkalender. Als je dat zou moeten inschalen op een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 heel moeilijk is. En 10 heel makkelijk. Wat voor cijfer zou het dan geven?

B: Wat zei je nou? 1 heel moeilijk, of heel makkelijk?

T: 1 heel moeilijk.

B: 1 heel moeilijk, oké. Ja, het is heel gebruiksvriendelijk. Ja, een 8 wel. Ondanks dat ik af en toe denk van ‘huh?’ Het wijst zich… Ja, het is gebruiksvriendelijk.

T: En wat had je daarvoor nodig?

B: Weet je? Doe maar een 7.5, kan dat ook?

T: Het kan allemaal.

B: Ja, want ik zit na te denken van ja, want ja…

T: Wat maakt de halve punt aftrek.

B: Ja, nee. Maar omdat ik denk van ja, ik heb wel af en toe met jullie gebeld van ja, hoe doe ik dit. En als het dan uitgelegd wordt dan denk je oooh ja, had ik zelf ook kunnen bedenken, maar goed… Dus laten we zeggen een 7.5.

[B en T lachen]

T: Nee, ja. Heel goed. Dat zijn de belangrijke dingen.

B: Ja.

T: En wat heb of had je nodig om die tool zo goed mogelijk te kunnen begrijpen?

B: Nou, ik had zelf… Wat ik nodig had? Ik heb wel op een gegeven moment de handleiding gedownload en geprint ook, maar ja. Weet je. Een hele globale handleiding. Die handleiding was vrij summier. Het is vooral ook meer even een aanzet van zo richt je het in.

T: Wat had je aan die handleiding graag anders gezien?

B: Die was… Die mag wat mij betreft wel wat uitgebreider.

T: Ja, ik ben daar blij mee, hoor. Ik ben daar ook op aan het hameren [lacht].

[B lacht]

B: Ja, oké. Ja, want dat. Het is meer wat ik al zei van je kan er mee aan de slag, maar die mag wel wat… Het was namelijk zo we hadden dus die presentatie gehad en dan zit je ook wel dingen op te schrijven en mee te schrijven, maar je vergeet ook weer dingen. Dus als het ook in de handleiding staat…

T: Ja, logisch ook. Het is best wel veel informatie ook. Maar ik ben hier blij mee, want dit zit helemaal niet in mijn vragenlijst verder, maar ik heb dit van de week al gemeld en toen was er nog een lichte weerstand. De rest zag de noodzaak nog niet zo. Dus nu kan ik dit ook meenemen. En ik denk ook dat als je op een afdeling zit waar je dus meer mensen erbij wilt betrekken, dat het makkelijk is als je een handleiding hebt die je in principe gewoon kunt geven en dat je dan kunt zeggen ‘oké, succes ermee’. Niet dat je dat dan moet doen, maar meer dat het kan.

B: Ja, nee. Maar dan heb je wel houvast. En nu is de houvast door jullie te bellen, terwijl je soms ook dat je denkt goh, als dit nu gewoon in de handleiding staat.

T: Ja, ik kan me hierin vinden hoor… Heb je ook nog voorbeelden van waarover je gebeld hebt?

B: Jaaa, maar.... Goh, waar heb ik nu over gebeld?

[even stilte]

B: Oh, ja! Volgens mij heb ik ook gebeld over die workflows? Kan dat?

T: Ja, we hebben workflows.

B: Ja, nou volgens mij was ik er wel uitgekomen hoor. En eh… Dat was meer een melding dat ik het nu mis om een overzicht te krijgen op mijn scherm van mensen die een actie onder hun hoede hebben en met de deadline.

T: Dat jij kunt zien van iedereen wat ze te doen hebben, bedoel je?

B: Ja.

T: Ja, dat komt. Ik weet niet hoe lang geleden dit is, dus ik weet niet of dit al bekend was.

B: Nou, [iemand van CK] zei zoiets inderdaad. Maar ik had dit een paar maanden geleden ook al eens aangekaart. Dat ik dat miste.

T: Je bent niet de enige. Dus dat komt er inderdaad aan.

B: Maar ik kan zo gauw even niet meer bedenken, maar het waren allemaal wel praktische dingetjes. Je hebt ook dat knopje rechtsbovenin… Nou, ik zocht iets, maar dat zat verstopt onder het belletje. Weet je, dat soort dingen. Dat ik denk ja, maar als dat nu gewoon in zo'n handleiding staat.

T: Ja, dat je gewoon weet hoe je ergens kunt komen en wat er onder alle icoontjes zit.

B: Ja, ja. Maar je moet wel weten hoe. En dat je dan op een gegeven moment weer vergeten bent hoe je er komt, omdat je er via een omweg gekomen bent… Dus weet je… Als je gewoon inderdaad…

T: Ja, misschoen wel een beetje vergelijkbaar met als je je wachtwoord niet meer helemaal zeker weet, maar wel een idee hebt. En dan dus vier pogingen doet, maar die zijn fout. Het de vijfde keer juist hebt, maar dan nog steeds niet weet wat het nu was, omdat je niet meer weet wat je nu die vijfde keer intypte.

B: Nou, ja. Precies.

[B en T lachen]

T: En als ik nu kijk naar wanneer de applicatie gebruikt wordt… Ik heb een aantal opties en ik hoor graag een ja of een nee. Goed?

B: Ja.

T: Bij het definiëren van een contentstrategie?

B: Nee.

T: Bij het opstellen van de contentplanning?

B: Ja. Deels, want omdat [J] ook nog die andere heeft.

T: En het realiseren van de opgestelde contentplanning?

B: Eh… Ja. Ja.

T: Schrijven jullie dan ook de content in de kalender?

B: Soms wel, soms niet. Maar dan heb ik het echt over mezelf. Dus ja slash nee.

T: Het evalueren van de resultaten?

B: Nee.

T: Nee, nog niet, hè? Want dat werd aan het begin gezegd.

B: Ja, dat willen we ook gaan doen. Maar nu gaan doen.

T: Het bijstellen van de contentstrategie?

B: Nee. Het is eigenlijk goed om bij tijd en wijle overzicht… Nou, wat ik nu dus ook nog niet doe, is overzichten exporteren en dan kijken van oké, we hebben deze acties gehad. Hoe hebben die eigenlijk gescoord. Dat is die evaluatie. Dus dat soort dingen.

T: Dus er kan nog het één en ander uitgehaald worden wel.

B: Ja, dus dat moeten we even gaan doen.

T: En voor de Contentkalender, wat deden jullie toen?

B: Een Excel?

T: Is dat ook nog steeds waar de alternatieve Contentkalender…

B: Ja, dat is ook zo'n soort… En dat was ook onder de hoede van [J].

T: En weet je ook waarom er gekozen is voor de Contentkalender, destijds?

B: Ja, dat weet ik eigenlijk niet. Ik vermoed inderdaad meer interactief en dat iedereen een overzicht kan hebben.

T: Ja, heel goed. Kan hebben.

[B en T lachen]

B: Van wat zijn we nu eigenlijk allemaal aan het doen? Wat doen we allemaal op deze afdeling? Om inzichtelijk te maken van wat gebeurt er, wat doen we? Ja.

T: En als je voor jezelf zou moeten beantwoorden: wat heeft de Contentkalender wat alternatieven niet hebben?

B: Nou, dat he allerlei overzichten op je scherm kan oproepen. Exporteren. Ja. Kijk, we werken ook nog niet met… Ik zet aantal uren er nog niet in. Kosten niet. Maar goed, als je dat soort dingen ook allemaal bijhoudt… Dat je allemaal opsommingen kan maken van kosten en uren.

T: En, je hebt het eigenlijk misschien al wel een beetje genoemd, maar de mogelijkheden die je daardoor hebt?

B: Overzicht op verschillende manieren. Het filteren is ook heel handig. Dat zou je misschien met een Excel ook kunnen, maar dat is natuurlijk wat minder… Het is wat… Ja. Hoe moet ik het zeggen. Wat statischer. [zacht] Nou ja, heeft natuurlijk wat minder mogelijkheden ook, Excel.

T: En zijn er nog dingen die je mist in de Contentkalender?

B: Nou, dus wat ik net al aangaf met die acties die open staan. En even kijken… [lange stilte]

T: Het mag ook nog later, hoor. Dus je mag me ook nog altijd contacteren.

B: Oh ja. Dat is wel handig. Ik heb dat meestal inderdaad als ik met die kalender bezig ben, dus dan is dat inderdaad handiger.

T: Oké, stuur ik je straks wel even een mailtje. Want ik heb je mailadres wel. Dit waren wel mijn voornaamste vragen, dus ik weet niet of jij nog opmerkingen hebt?

B: Nee, nee. Ik heb volgens mij alles wel verteld al aan jou.

T: Ik heb inderdaad heel veel informatie gekregen, ja.

[[afsluiting]]

B Interview na observatie 2 (Overleg 2)

Dit "interview" vond plaats met een medewerker van Presenter, M. Zij is werkzaam bij Presenter en zit intern op een opdracht zit bij [organisatie]. Bij [organisatie] vonden zowel overleg 1 als overleg 2 plaats en M was (als enige) aanwezig bij beide overleggen. M had mij er dan ook op gewezen dat er binnen [organisatie] ook een maandelijks evaluatieoverleg bestond, waarbij de Contentkalender tijdens de vergadering gebruikt zou worden. Daaropvolgend kreeg ik een uitnodiging om aanwezig te zijn bij overleg 2.

In eerste instantie was overleg 2 vooral bedoeld als aanvulling op overleg 1. Vooral voor mijn eigen beeldvorming en om eens kennis te maken met een overleg waarbij de Contentkalender gebruikt werd. Om die reden had ik ook geen ruimte gereserveerd voor een eventueel interview achteraf. Bij overleg 2 was echter een heel ander team van [organisatie] aanwezig en tijdens het codeerproces van overleg 1 en 2 werd mij duidelijk hoe verschillend beide overleggen waren geweest. Pas toen werd mij duidelijk dat ik de interviewvragen het beste wel kon stellen, omdat overleg 2 volledig los te zien was van overleg 1. Ik heb daarom alsnog contact gezocht met M en gevraagd wat de mogelijkheden waren voor een "interview". Omdat M bijna met zwangerschapsverlof zou gaan, heb ik ervoor gekozen de vragen via e-mail te versturen en bij verdere vragen of onduidelijkheden contact op te nemen.

M heeft deze vragen ingevuld voor [team binnen organisatie] waar mogelijk.

Tabitha is aangegeven met T en M is de contactpersoon van de desbetreffende organisatie.

Standaard vragen
T: Hoeveel mensen zijn er normaal gesproken aanwezig bij een overleg?
M: Zes

T: Welke functie hadden de aanwezige mensen bij de vergadering/het overleg?
M: Eén communityspecialist, twee communityredacteuren, twee online marketeers, één moderator.

T: Hoe lang duurt een vergadering gemiddeld?
M: 30 minuten.

T: Hoe vaak wordt communicatie gepland? En gebeurt dit op een vast moment?
M: Eén keer per maand, plus incidentele toevoegingen.

Aanvullende vragen
Dit zijn vragen over dingen die voor mij nog niet helemaal duidelijk waren, of dingen waar ik graag extra informatie over wilde op basis van de observatie.

T: Hoe bepalen jullie dingen als communicatiedoelen, communicatiehoeveelheid, doel(stelling)en, doelgroepen, boodschap, communicatiemiddelen en communicatieformaten?
M: We werken met de hele afdeling CIMS (Communicatie, Informatie, Marketing en Sales) in de contentkalender. De communicatiedoelen, communicatiehoeveelheid, doel(stelling)en, doelgroepen, boodschap, communicatiemiddelen en communicatieformaten worden bepaald op basis van de contentstrategie van [eigen organisatie]. Tijdens het wekelijkse CIMS-contentoverleg komen

contentonderwerpen aan de orde en bepalen we hiervoor de kanalen etc. Let op: dit komt niet altijd netjes en structureel als communicatie in de Contentkalender te staan.

T: En staan deze elementen ook in de Contentkalender?
M: Nee.

T: Maken jullie gebruik van Acties en/of workflows in de Contentkalender?
M: Acties gebruiken we wel, workflows niet.

T: Plaatsen jullie je content (de boodschap zelf) in de Contentkalender?
M: Nee.

T: Wanneer en door wie wordt de communicatie voor de komende week of weken erin gezet?
M: Dit verschilt. Op de 1e maandag van de maand hebben we met [ander team binnen organisatie] een contentplanning. Voor aanvang zorg ik als communityspecialist dat de onderwerpen zijn ingepland voor de komende maand. De communityredacteuren voegen zelf communicaties toe voor de cao-onderhandelingen die onder hun verantwoordelijkheid vallen. De onderwerpen die uit het CIMS-overleg komen, worden ad hoc en ongestructureerd toegevoegd. Soms door mij, soms door een (web)redacteur van [eigen organisatie].

T: Wat is het verschil tussen het 'gewone [organisatie-team] en de werknemers bij [specifieke organisatie team]?
M: We werken aan andere kanalen. Het [gewone organisatie team] werkt aan [eigen website].nl, Facebook [...], het ledenmagazine etc. Mijn team werkt volledig aan de online community [specifiek voor team] plus bijbehorende social media.

Algemene vragen over het gebruik van de Contentkalender
T: Wie zet communicatie in de Contentkalender? Is dit een vast persoon?
M: Ja, de communityspecialist.
T: En wanneer gebeurt dit? Wanneer wordt dit in de Contentkalender gezet?
M: Begin van de maand.
T: En hoe vaak wordt communicatie in de Contentkalender gezet?
M: Eén per maand.

T: Wie speelt bij jullie welke rol bij communicatieplanning in de Contentkalender? Wie bedenkt de grote lijn?
M: Het team gezamenlijk.
T: Wie bedenkt de middelen?
M: Het team gezamenlijk.
T: En wie beslist?
M: Het team gezamenlijk.

Hoe lang werken jullie met de Contentkalender?
T: Hoe lang werken jullie al met de Contentkalender?
M: Sinds mei 2019.

T: Hebben jullie gebeld met een medewerker van de Contentkalender? Zo ja, weet je nog hoe vaak en waarover?
M: In ieder geval wel gemaild, ik denk bij elkaar zo'n 5 keer. Het ging om verzoekjes of aanpassingen in de functionaliteit.

T: Hebben jullie uitleg op locatie, telefonische uitleg of een workshop gehad/gevolgd? Zo ja, welke?
M: Ik geloof dat CIMS een uitleg op locatie heeft gehad.

T: Hoeveel mensen hebben een account op de Contentkalender?
M: Twintig.

T: Hoe is het (leren) werken met de Contentkalender op een schaal van 1 (moeilijk) tot 10 (makkelijk)? En waarom geef je dit cijfer?
M: Een 5, want het vergt wat ontdekken en uitproberen voordat je alle functionaliteiten begrijpt én kan terugvinden.

T: Wat had of heb je nodig om de tool goed te kunnen begrijpen en gebruiken?
M: Gezond verstand, blogs met uitleg, toelichting op locatie.

T: Wordt de applicatie gebruikt bij het definiëren van een contentstrategie?
M: Nee.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het opstellen van een contentplanning?
M: Ja.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het realiseren van de opgestelde contentplanning?
M: Ja.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het evalueren van de resultaten?
M: Nee.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het bijstellen van de contentstrategie?
M: Nee.

Communicatieplanning vóór de Contentkalender
T: Hoe planden jullie voor de Contentkalender jullie communicatie? Met welk programma?
M: Met Excel.

T: Je hebt niet zomaar gekozen voor de Contentkalender? Wat kon er toentertijd beter?
M: We misten het overzicht en werkten vooral ad hoc. Er was behoefte aan meer structuur en planning.

T: Wat biedt de Contentkalender wat alternatieven niet hebben? Wat maakt de Contentkalender voor jullie uniek?
M: Ik ben bevooroordeeld als medewerker van Presenter.

T: Welke mogelijkheden biedt de Contentkalender daardoor?
M: Ik ben bevooroordeeld als medewerker van Presenter.

T: Mis je functionaliteiten in de Contentkalender? Zo ja; welke?
M: Ik zou graag een soort pushbericht willen kunnen versturen als ik een actie heb uitgevoerd en de

volgende persoon aan zet is. Bijvoorbeeld: ik heb een blog gepubliceerd en vink die actie af, dan wil ik dat degene van de bijbehorende social post automatisch een notificatie krijgt.

C Interview na observatie 3 (Overleg 3)

Dit "interview" vond plaats met een medewerker van [organisatie], I. Hoewel I een half uur had gereserveerd voor het interview na afloop, hebben we in overleg besloten het toch via e-mail af te nemen. Overleg 3 was namelijk mede door technische problemen met het grote scherm uitgelopen, waardoor er weinig tijd meer over was. I moest direct aansluitend aan het half uur namelijk in de auto stappen, omdat ze een volgende afspraak had. Ik verstuurde de vragenlijst dus na het overleg via de mail en kreeg dit de volgende dag met antwoorden terug. Bij verdere vragen of onduidelijkheden mocht ik contact met I opnemen.

Tabitha is aangegeven met T de contactpersoon van de organisatie is aangegeven met een I

Standaard vragen
T: Hoeveel mensen zijn er normaal gesproken aanwezig bij een overleg?
I: Zes.

T: Welke functie hadden de aanwezige mensen bij de vergadering/het overleg?
I: Communicatieadviseur en online specialist.

T: Hoe lang duurt een vergadering gemiddeld?
I: Een half uur.

T: Hoe vaak wordt communicatie gepland? En gebeurt dit op een vast moment?
I: Dagelijks, niet op vaste momenten.

Aanvullende vragen
Dit zijn vragen over dingen die voor mij nog niet helemaal duidelijk waren, of dingen waar ik graag extra informatie over wilde op basis van de observatie.

T: Hoe bepalen jullie dingen als communicatiedoelen, communicatiehoeveelheid, doel(stelling)en, doelgroepen, boodschap, communicatiemiddelen en communicatieformaten?
I: In grote lijn bespreken we dit in onze strategische en reguliere teamoverleggen. De finetuning ervan doen we in de wekelijkse contentoverleggen, zoals ook deze maandagochtend.

T: En staan deze elementen ook in de Contentkalender?
I: Nee, nog niet.

T: Maken jullie gebruik van Acties en/of workflows in de Contentkalender?
I: Nee, we zien aan de velden eindredacteur/redacteur wie het onder handen heeft en we zien elkaar bijna elke dag, dus dat is voor nu voldoende.

T: Plaatsen jullie je content in de Contentkalender?
I: Nee, alleen de hoofdlijn/trekking van de content maar niet de feitelijke definitieve content.

T: Ik heb begrepen dat jullie namelijk ook met een andere tool werken. Hoe zit dit precies? Welk deel doen jullie in welke tool?

I: We gebruiken Hootsuite ernaast voor het inplannen van social content. Maar alles wat in Hootsuite staat correspondeert met wat in de Contentkalender staat. We gebruiken Hootsuite dus als feitelijke plaatsingstool, omdat dat met de Contentkalender niet kan.

T: Wanneer en door wie wordt de communicatie voor de komende week of weken erin gezet?
I: Door de vijf teamleden.

Algemene vragen over het gebruik van de Contentkalender
T: Wie zet communicatie in de Contentkalender? Is dit een vast persoon?
I: Nee, alle 5 de teamleden van het Marketing-communicatie-team.
T: En wanneer gebeurt dit? Wanneer wordt dit in de Contentkalender gezet?
I: Elke dag.
T: En hoe vaak wordt communicatie in de Contentkalender gezet?
I: Dagelijks.

T: Wie speelt bij jullie welke rol bij communicatieplanning in de Contentkalender? Wie bedenkt de grote lijn?
I: Manager Marketing & Communicatie (I), maar bij eigen campagnes zeker ook de andere teamleden.
T: Wie bedenkt de middelen?
I: Het hele team.
T: En wie beslist?
I: Manager Marketing en communicatie.

Hoe lang werken jullie met de Contentkalender?
T: Hoe lang werken jullie al met de Contentkalender?
I: Ca. 1,5 jaar.

T: Hebben jullie gebeld met een medewerker van de Contentkalender? Zo ja, weet je nog hoe vaak en waarover?
I: Ja, toen we foutmeldingen kregen, dat is toen snel opgelost (ca. 3x).

T: Hebben jullie uitleg op locatie, telefonische uitleg of een workshop gehad/gevolgd? Zo ja, welke?
I: Ja, toen we begonnen met de Contentkalender van [iemand van organisatie]

T: Hoeveel mensen hebben een account op de Contentkalender?
I: Vijf.

T: Hoe is het (leren) werken met de Contentkalender op een schaal van 1 (moeilijk) tot 10 (makkelijk)? En waarom geef je dit cijfer?
I: Een 8. Het is toegankelijk.

T: Wat had of heb je nodig om de tool goed te kunnen begrijpen en gebruiken?
I: De introductietraining was prettig. Ook om ons te helpen op welk niveau we thema's en campagnes konden definiëren. (Daar stoeien we echter nog steeds wel mee, we zouden dit eigenlijk

weer opnieuw moeten definiëren. Ben ook wel benieuwd hoe andere organisaties dat doen. Wellicht een keer een gebruiksgroep bij elkaar roepen?)

T: Wordt de applicatie gebruikt bij het definiëren van een contentstrategie?
I: Nee.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het opstellen van een contentplanning?
I: Ja.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het realiseren van de opgestelde contentplanning?
I: Ja.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het evalueren van de resultaten?
I: Ja.
T: Wordt de applicatie gebruikt bij het bijstellen van de contentstrategie?
I: Ja en nee, de inzichten tijdens ons werkproces – waarbij de Contentkalender een van de middelen is – leiden tot bijstelling van de contentstrategie.

Communicatieplanning vóór de Contentkalender
T: Hoe planden jullie voor de Contentkalender jullie communicatie? Met welk programma?
I: Er was geen planning.

T: Je hebt niet zomaar gekozen voor de Contentkalender? Wat kon er toentertijd beter?
I: Er was weinig structuur, weinig inzicht en overzicht. Ad hoc in plaats vanuit strategie en campagnes.

T: Wat biedt de Contentkalender wat alternatieven niet hebben? Wat maakt de Contentkalender voor jullie uniek?
I: Ik ken niet alle alternatieven maar ik ben blij met de weergave van de Contentkalender en selectiemogelijkheden, om zaken inzichtelijk te maken, ook voor collega's buiten de afdeling. En het is een houvast voor onze werkprocessen.

T: Welke mogelijkheden biedt de Contentkalender daardoor?
I: Inzicht, overzicht, houvast.

T: Mis je functionaliteiten in de Contentkalender? Zo ja; welke?
I: Als het mogelijk is: social plaatsing vanuit de Contentkalender, maar begrijp dat dat weer heel andere dingen vraagt.