



# Waar ligt de Focus?

Een praktijkonderzoek binnen ProRail naar de behoefte van werknemers aan nieuws via het intranet 'Focus'

Maarten Bruggeman – Januari 2022



**Universiteit Utrecht**

Onderzoeksverslag

Maarten Bruggeman

5740428

13-01-2022

Universiteit Utrecht

MA Communicatie- & Informatiewetenschappen

Programma: Communicatie en Organisatie

Begeleider: dr. Bregje Holleman

Tweede lezer: dr. Anique Scheerder

Stageplaats: ProRail

Afdeling: Communicatie en Externe Betrekkingen

Stagebegeleider: Marit Roeterdink

## Voorwoord

Een praktijkonderzoek is niet vanzelfsprekend als afstudeeropdracht voor een universitaire master. Over een paar weken komt mijn studententijd definitief tot een einde maar gelukkig sta ik dankzij de praktische insteek van de master al met één been ik het werkveld. Hierdoor heb ik vertrouwen in de toekomst en ga ik zelfverzekerd op zoek naar een baan. Ik ben dan ook dankbaar dat ik, ondanks dat ik niet volledig voldeed aan de eisen om te worden toegelaten, aan de master mocht beginnen. De praktische insteek is precies wat ik zocht om mijn arbeidsperspectief te verbreden. De afgelopen anderhalf heb ik een stuk harder moeten werken dan tijdens mijn Bachelor. Het was even inkomen maar de tijd is gevlogen en achteraf vond ik het nog leuk ook.

Bregje Holleman heeft mij voor de zomer al begeleid tijdens het onderzoeksseminar en ik was blij verrast dat zij tijdens mijn stage opnieuw mijn begeleider was. Ik wil haar graag bedanken voor de positieve feedback en het enthousiasme waarmee ze dit heeft gedaan. Zij heeft de afgelopen tijd vaak een stap meer gezet dan nodig en mijn werk regelmatig van tussentijdse feedback voorzien. Dit heeft enorm geholpen tijdens het proces om door te blijven gaan en de leuke dingen van onderzoek doen, in te blijven zien.

Daarnaast wil ik Marit Roeterdink bedanken voor de persoonlijke aandacht en begeleiding die zij mij gegeven heeft en het vertrouwen dat ik kreeg om mijn onderzoek te doen binnen een complexe organisatie. Vanaf mijn eerste sollicitatiegesprek hebben de collega's bij ProRail mij de ruimte gegeven om op te pakken en te onderzoeken wat ik leuk vond. Ook het enthousiasme waarmee alle respondenten hebben meegewerkt hielp mij enorm om dit verslag te schrijven. Ik hoop dat ik een steentje heb kunnen bijdragen aan de uitdagingen waar ProRail voor staat en dat de resultaten uit dit onderzoek een opstapje zijn om de interne communicatie de komende tijd verder te verbeteren.

Maarten Bruggeman – Bunnik, januari 2022

## Samenvatting

Voor de interne communicatie gebruikt ProRail de online omgeving SharePoint. Elke computer van ProRail opent automatisch in deze omgeving op Focus, het nieuwsplatform van de organisatie. Hier plaatst de afdeling communicatie nieuwartikelen, verschijnen interessante links naar externe artikelen en kunnen beheerders van verschillende afdelingen hun eigen content publiceren. Het huidige onderzoek geeft antwoord op de vraag in hoeverre de huidige communicatie via Focus aansluit op de behoefte van werknemers aan nieuws en op de doelen van de afdeling communicatie.

Om antwoord te geven op de hoofdvraag is een bureauanalyse van het platform uitgevoerd. Het corpus voor dit onderzoek bestaat uit een selectie van nieuwsberichten (125 totaal) tussen oktober 2020 en september 2021. Op basis van deze berichten is gekeken over welke onderwerpen er vanuit de afdeling communicatie op het platform worden gecommuniceerd en hoeveel lezers de verschillende onderwerpen gemiddeld trekken. Dit is onderverdeeld in twee groepen: functionele communicatie (Hybride en Corona, HR, Evenementen, Collega's) en interne corporate communicatie (Management, Thema's, Spoor en stations, Politiek en media). Functionele artikelen worden met gemiddeld 2500 weergaves vaker bekeken dan interne corporate artikelen, gemiddeld 1312 weergaves. Voornamelijk HR- en coronagerelateerde artikelen krijgen veel aandacht. Politiek en media wordt het minst gelezen.

De behoefte van werknemers aan nieuws op Focus is onderzocht aan de hand van zestien interviews met werknemers uit verschillende afdelingen en lagen van de organisatie. Hieruit blijkt dat mensen over het algemeen erg tevreden zijn met de afwisseling aan onderwerpen en de hoeveelheid informatie die op Focus verschijnt. De meeste mensen kijken een aantal keer per week op Focus en lezen dan de artikelen die voor hen persoonlijk relevant zijn vanuit bijvoorbeeld de afdeling waar zij werken. Een deel van de respondenten geeft aan nooit een artikelen op Focus te lezen, een enkeling leest bijna alles. Soms missen werknemers wel eens artikelen die ze hadden willen lezen, maar dit levert in de praktijk nooit problemen op.

Uit de interviews komt een aantal wensen van de respondenten naar voren. Zo geeft een deel aan dat de artikelen de doelen van ProRail meer mogen uitstralen en zich meer kunnen richten op de werknemer, successen of uitdagingen in plaats van op het nieuws. Daarnaast vinden werknemers het prettig als er in de tekst wordt verwezen naar achtergrondsites of andere artikelen op Focus die achtergrondinformatie kunnen geven. Ook geeft een aantal respondenten aan dat ze graag een contactpersoon bij het artikel terugzien aan wie ze vragen kunnen stellen. Op deze manier zijn de Focusartikelen een basis en is het van daaruit mogelijk om achtergrondinformatie te vinden of in contact te komen met een collega die inhoudelijk meer van het onderwerp afweet.

De richtlijnen voor artikelen op het platform zijn niet voor iedereen duidelijk. Een aantal werknemers geeft aan dat ze het lastig vinden om zelf een artikel op Focus te krijgen omdat er geen heldere afspraken zijn over wanneer een onderwerp wel of niet geschikt is voor Focus. Hierdoor lopen collega's soms tegen een dichte deur aan wanneer ze intern over een onderwerp willen communiceren. Vanuit de afdeling verkeersleiding komt naar voren dat collega's in

ploegendienst zich niet altijd gerepresenteerd voelen op het platform. Daarnaast worden vragen onder een Focusartikel niet altijd opgepakt. Samen zorgt dit ervoor dat nieuwsartikelen op Focus vooral van de afdeling communicatie zijn. De wens leeft om Focus meer van de werknemers te maken.

Om het perspectief van de afdeling communicatie in beeld te brengen is een focusgroep gehouden met vier corporate communicatieadviseurs en zijn interviews gehouden met een contentmanager en redacteur van het contentteam. Hieruit blijkt dat elke adviseur voornamelijk zijn eigen thema onder de aandacht probeert te brengen. Een echte strategie voor Focus ontbreekt. In de praktijk merken de adviseurs dat hun strategische artikelen worden ondergesneeuwd door andere onderwerpen waardoor ze niet altijd de aandacht krijgen die gewenst is. Hoewel de werknemers dus geen informatie missen en de hoeveelheid informatie op Focus prettig vinden, is het voor de adviseurs wel lastig om onderwerpen als duurzaamheid of vitaliteit voldoende zichtbaar te maken.

Hieruit komt de wens naar voren om vaker met alle adviseurs naar de inhoud op Focus te kijken en te proberen kritischer te zijn op de bijdrage die een artikel levert aan de interne corporate communicatie. Het contentteam is hierbij verantwoordelijk voor de praktische uitvoering, de strategie ligt bij corporate communicatie. Bij beide teams leeft de behoefte aan duidelijke afspraken en richtlijnen waardoor er uiteindelijk minder nieuwsartikelen op Focus verschijnen en elk artikel duidelijker bijdraagt aan de interne strategie van ProRail. Ook wil men duidelijkere afspraken over wie antwoord moet geven op inhoudelijke vragen uit de organisatie.

Uit de conclusies van dit onderzoek komt een aantal adviezen aan de organisatie naar voren. De belangrijkste adviezen komen in de volgende alinea's aan bod.

### *Kennismanagement*

Kennismanagement bestaat uit impliciete en expliciete kennis. Door in de Focusartikelen duidelijker naar voren te laten komen welke afdeling er achter een artikel zit of welke collega meer informatie heeft komt de impliciete kennis, wie in de organisatie bezit welke informatie, beter naar voren. Op deze manier kunnen de artikelen op Focus bijdragen aan de verbindingen tussen collega's onderling en is het voor werknemers makkelijker om elkaar op te zoeken wanneer ze vragen hebben over specifieke onderwerpen.

Het gebruik van embedded hyperlinks in een tekst kan daarnaast bijdragen aan een beter netwerk van expliciete kennis. Een link naar relevante informatie, artikelen of sites zorgt ervoor dat mensen die behoefte hebben aan meer informatie daar gemakkelijk aan kunnen komen. Door vaker verwijzingen toe te voegen aan artikelen weten gebruikers sneller de juiste informatie te vinden dan wanneer ze zelf binnen SharePoint moeten zoeken naar bestaande sites of informatie.

### *Strategie van ProRail centraal*

Een aantal werknemers geeft aan dat de strategische pijlers in de teksten op Focus meer naar voren mogen komen. Ook mag de nadruk minder liggen op het nieuws en meer op de successen van ProRail en haar werknemers. Een manier om dit te doen is door in het weekoverleg met alle



corporate adviseurs samen te komen en de inhoud van artikelen op Focus te bespreken. In plaats van dat elke adviseur zijn of haar eigen thema's onder de aandacht brengt, wordt het verhaal op Focus dan meer een geheel. In de artikelen mag de bijdrage aan een van de strategische pijlers van ProRail dan explicieter naar voren komen.

### *Heldere afspraken*

Om de lijnen binnen de afdeling communicatie helder te houden is het belangrijk dat er een afspraak komt over waar collega's uit de organisatie terecht kunnen wanneer ze een artikel op Focus willen plaatsen. Dit kan bij het contentteam zijn, of dit kan bij een communicatieadviseur zijn. Op dit moment komen de vragen op verschillende plekken binnen waardoor niet altijd helder is waar de verantwoordelijkheid ligt en ervaren collega's uit de organisatie soms dat ze tegen een dichte deur aanlopen.

Het is daarnaast op dit moment niet duidelijk wie de verantwoordelijkheid draagt om op vragen onder een Focusartikel te reageren. Door afspraken te maken over wie vragen oppakt, een corporate communicatieadviseur, het contentteam of een vakspecialist uit de organisatie, krijgen gebruikers consequent respons. Door onder het Focusartikel te reageren zien andere collega's ook het antwoord op de vraag. Dit vergroot de verbindende rol van Focus tussen de collega's en stimuleert gebruikers ook om vaker vragen te stellen of opmerkingen te plaatsen.

## Inhoudsopgave

<b>1. Inleiding .....</b>	<b>9</b>
1.1 ProRail.....	9
1.2 Aanleiding onderzoek .....	10
1.3 Interne communicatie.....	12
1.3.1 Het intranet.....	12
1.3.2 Mediumkeuze .....	13
1.3.3 De functie van Focus .....	14
1.4 Onderzoeksvraag, deelvragen en methoden .....	16
1.5 Vooruitblik .....	18
<b>2. Bureauanalyse van Focus .....</b>	<b>19</b>
2.1 Vormgeving van het platform .....	19
2.2 Het proces .....	20
2.3 Inhoud van de artikelen .....	22
2.4 Timing van de artikelen .....	25
2.5 Focus Uitgelicht .....	26
2.6 Deelconclusie en vooruitblik .....	28
<b>3. Het perspectief van de werknemer .....</b>	<b>29</b>
3.1 Participanten en procedure.....	29
3.2 De vormgeving van de interviews .....	30
3.3 Resultaten.....	30
3.3.1 Het gebruik van Focus .....	31
3.3.2 Inhoud van de artikelen .....	33
3.3.3 Vormgeving van het platform .....	35
3.3.4 Bijvangst .....	37
3.4 Deelconclusie en vooruitblik .....	38

<b>4. Het perspectief van de afdeling communicatie .....</b>	<b>39</b>
4.1 Corporate communicatie .....	39
4.1.1 Methode en respondenten .....	39
4.1.2 Resultaten.....	40
4.2 Het contentteam .....	44
4.2.1 Methode en respondenten .....	45
4.2.2 Resultaten.....	45
4.3 Deelconclusie en vooruitblik .....	48
<b>5. Conclusie, discussie en aanbevelingen.....</b>	<b>50</b>
5.1 Conclusie .....	50
5.1.1 De inhoud van Focus .....	50
5.1.2 De structuur van Focus .....	52
5.2 Discussie.....	53
5.3 Aanbevelingen .....	54
5.3.1 De verbindende rol van Focus.....	54
5.3.2 Focus als strategisch middel .....	55
5.4 Vervolgonderzoek en afsluiting .....	56
<b>Bronnenlijst .....</b>	<b>58</b>
<b>Bijlagen.....</b>	<b>60</b>



## 1. Inleiding

De afgelopen jaren is de vorm van communicatie binnen bedrijven enorm veranderd. De hiërarchie en strakke lijnen van vroeger zijn veelal overgenomen door een meer vrije cultuur waarin de expertise van de werknemer belangrijker is geworden en de manager eerder het geheel overziet dan het individu aanstuurt (Conrad & Poole, 2012). Zeker voor grote bedrijven speelt interne communicatie een steeds grotere rol om werknemers geïnformeerd en betrokken te houden. Het idee dat werknemers enkel hun taak uitvoeren en van de rest van de organisatie geen weet hebben is niet meer van deze tijd. Daarmee is de interne communicatie ook niet enkel meer een verbinding van boven naar beneden, maar moet de interne communicatie van een organisatie werknemers daarnaast faciliteren in onderling contact en zichtbaarheid binnen het bedrijf (Koeleman, 2018). Een voorbeeld van een organisatie die bezig is om haar interne communicatie te optimaliseren is ProRail.

### 1.1 ProRail

ProRail is de Nederlandse spoorwegbeheerder en is met ruim 5000 medewerkers verantwoordelijk voor de aanleg, het onderhoud, het beheer en de veiligheid van het spoor. Het huidige onderzoek kijkt naar de werknemers als stakeholder van de interne communicatie. Om deze groep te kunnen onderzoeken is het echter van belang om allereerst een beeld te krijgen van wat ProRail als organisatie inhoudt.

Werknemers van ProRail bevinden zich door het hele land. Naast regiokantoren in Rotterdam, Eindhoven, Amsterdam en Zwolle staat er een hoofkantoor in Utrecht. Daarnaast zijn er twaalf verkeersleidingposten van waaruit ProRail de goederen- en personentreinen aanstuurt en zijn er door het hele land incidentenbestrijders actief. Voor de uitvoering van werkzaamheden aan het spoor en de omgeving schakelt ProRail externe partijen in. De Nederlandse staat is de enige aandeelhouder van ProRail BV.

De communicatie binnen en vanuit ProRail valt onder de afdeling Communicatie en Externe Betrekkingen. Deze afdeling bestaat uit drie subafdelingen. De afdeling 'media en publieksvoorlichting' bestaat uit woordvoerders, publieksvoorlichters en contentmanagers. Zij beheren de communicatiekanalen, onderhouden relaties met de media en staan stakeholders direct en indirect te woord. De afdeling 'publiekscommunicatie en campagnes' werkt aan het draagvlak van ProRail op en rond het spoor. De adviseurs publiekscommunicatie zijn nauw betrokken bij de informatievoorziening over en rondom werkzaamheden en projecten. De derde afdeling is 'externe betrekkingen en corporate advies'. Hierbinnen vallen alle corporate communicatieadviseurs, het team public affairs, de coördinator huisstijl en de evenementencoördinator. Samen dragen deze afdelingen zorg voor de reputatie van ProRail.

Voor de interne communicatie gebruikt ProRail voornamelijk een interne omgeving in SharePoint. Dit is een netwerk van verschillende sites, bestanden en persoonsgegevens van collega's. De hoofdpagina van SharePoint is een nieuwspagina, genaamd Focus. Hierop plaatst de redactie nieuwsberichten en artikelen. Focus is een onderdeel van de interne communicatie en

staat naast middelen als de managementmail. De interne communicatie gaat over het hele pakket aan informatie, dialoog en nieuws. Bijvoorbeeld HR-beleid, werkinstructies, teamoverleg, keukentafelgesprekken met de raad van bestuur, de nieuwjaarbijeenkomst of gesprekken met managers. Samen moeten deze onderdelen van de interne communicatie de uitvoering van het dagelijkse werk ondersteunen.

Dit hele pakket is niet van de afdeling communicatie. De interne communicatie is een wisselwerking tussen iedereen die werkzaam is bij ProRail. De afdeling communicatie heeft wel de opdracht om de manier waarop dit hele pakket georganiseerd is te helpen stroomlijnen. Interne communicatie faciliteert om bij te dragen aan het primaire proces, de opgave waar ProRail voor staat: meer treinen laten rijden.

## 1.2 Aanleiding onderzoek

Voor ProRail is de interne communicatie een belangrijk onderdeel van de organisatie. Om te meten in hoeverre de interne communicatie de medewerkers ondersteunt in hun werk is ProRail bezig met een globale scan. Op basis van de uitkomsten van deze scan wil ProRail de huidige visie op de interne communicatie aanscherpen en uitwerken in benodigde vervolgacties. Het doel van de interne communicatie is dat het een aanwijsbare, krachtige bijdrage levert aan de prestaties van ProRail. Hiervoor heeft een kleine groep werknemers vanuit de afdeling Communicatie en Corporate Advies in de zomer van 2021 twintig medewerkers uit de verschillende interne doelgroepen van de organisatie geïnterviewd. Dit onderzoek richt zich op de interne communicatie van ProRail in de breedste zin van het woord. Om deze reden is er behoefte aan verdieping van specifieke middelen die bijdragen aan de interne communicatie.

Hoewel werknemers de interne communicatie redelijk goed beoordelen, is er wel een rode draad te zien in de feedback van de geïnterviewden. Het doel van de interne communicatie is dat het werknemers ondersteunt in hun dagelijkse werkzaamheden. Daarnaast moet het voorkomen dat mensen zich enkel focussen op hun eigen werk en vergeten dat heel ProRail uiteindelijk werkt aan het spoor en stations. Uit de interviews blijkt dat de interne communicatie nog niet optimaal functioneert. Zo geven mensen aan dat er veel informatie binnen ProRail is, maar dat het soms lastig om deze te vinden. Daarnaast is de structuur van de communicatie soms onduidelijk en lastig te achterhalen. Hierdoor lopen veel verschillende onderwerpen door elkaar heen. Werknemers geven aan wel eens belangrijke informatie te missen wanneer ze geen tijd hebben om op Focus te kijken of wanneer ze bijvoorbeeld op vakantie zijn geweest. Uit een van de interviews blijkt zelfs dat iemand die dagelijks op Focus kijkt wel eens informatie miste die wel relevant was.

Ter Hoeven, Stohl, Leonardi en Stohl (2021) gaan in op het begrip *information visibility*. Hierbij onderscheiden ze drie eigenschappen van informatie die nodig zijn voordat informatie daadwerkelijk zichtbaar is bij de doelgroep. In eerste instantie moet de informatie beschikbaar zijn. Daarnaast moeten mensen bevoegd zijn om de informatie te bekijken en als laatste moet de informatie toegankelijk zijn. Bij ProRail is de informatie veelal beschikbaar. Artikelen worden geschreven en gepubliceerd en informatie staat online. Daarnaast zijn ook alle werknemers

bevoegd om Focus te bekijken en informatie op te zoeken. De toegankelijkheid is echter een probleem wanneer werknemers informatie niet kunnen vinden. Dit kan betekenen dat het te veel moeite kost om informatie te vinden, dat mensen de vaardigheden niet bezitten om informatie te zoeken, dat de informatie niet logisch is geordend of dat mensen niet weten waar ze moeten zoeken. Of en waar zich een probleem bevindt bij Focus, moet blijken uit vervolgonderzoek.

Uit een gesprek met een van de contentmanagers blijkt dat er de afgelopen paar jaar weinig is veranderd in de manier waarop Focus wordt ingezet en in de mogelijkheden van het platform. Ook is er geen vaste afspraak over welke artikelen wel op Focus komen en welke niet. Het enige criterium is dat een nieuwsartikel relevant moet zijn voor een grote groep mensen en niet specifiek voor een bepaalde werknemersgroep. De grens tussen wat relevant is voor iedereen en wat niet is echter een grijs gebied. Als aanvulling op het algemene onderzoek naar interne communicatie is het daarom interessant om een verdiepend onderzoek te doen naar Focus.

Een belangrijke factor bij interne communicatie is het perspectief van de werknemer. Ontevredenheid over de interne communicatie kan zorgen voor het tegenovergestelde effect van wat een organisatie wil bereiken: werkplezier, betrokkenheid en productiviteit (Welch, 2012). Weinig onderzoek richt zich op de inhoud van informatie die werknemers willen ontvangen. Om een beeld te krijgen van de behoefte van werknemers ligt het huidige onderzoek deze stakeholder uit.

Er is binnen ProRail op dit moment vooral Focus maar daarnaast niet zo veel om de dagelijkse stroom aan interne communicatie te faciliteren. De vraag vanuit ProRail is of er wijzigingen nodig zijn in de functies van Focus of in de inhoud van het platform. Koeleman (2018) stelt dat het management vaak onterecht denkt dat een artikel op het intranet of een mail naar alle werknemers ervoor zorgt dat iedereen geïnformeerd is. Dat iedereen de informatie ontvangt betekent echter niet dat ook iedereen de informatie verwerkt en "laat staan dat die medewerkers enthousiast worden over de boodschap en dat hun betrokkenheid bij de organisatie hierdoor toeneemt" (Koeleman, 2018, p.181). Om deze reden is een onderzoek naar de behoefte van werknemers relevant om tot een aanbeveling rondom de interne communicatie binnen ProRail te komen.

Het huidige onderzoek naar Focus en de werknemersbehoeften moet het lopende onderzoek naar de interne communicatie van ProRail aanvullen door specifiek het platform Focus onder de loep te nemen. Daarbij moet het onderzoek de wensen van werknemers achterhalen en deze vergelijken met de huidige communicatie van het platform en de doelen die ProRail met Focus wil behalen om een advies te kunnen geven waar de corporate communicatieadviseurs en het contentteam samen mee aan de slag kunnen. Met dit advies hoopt ProRail richtlijnen op te kunnen stellen om meer structuur te krijgen in de communicatie via Focus. Dit geldt zowel voor de vormgeving van het platform als inhoud van de artikelen.

## **1.3 Interne communicatie**

In de literatuur bestaat discussie over wat interne communicatie precies inhoudt. Het belang van interne communicatie is lange tijd onderbelicht gebleven, zowel bij bedrijven als in het academische veld (Welch & Jackson, 2007). Frank en Brownell (1989) omschrijven organisatiecommunicatie als de communicatie tussen verschillende individuen, groepen of lagen in een organisatie, een definitie die volgens Welch en Jackson (2007) in veel literatuur onterecht als 'interne communicatie' wordt aangehaald. Cheney en Christinsen (2001) stellen bijvoorbeeld dat het lastig is om een hard onderscheid te maken tussen interne en externe communicatie omdat communicatie naar buiten ook vaak intern zichtbaar is en communicatie intern ook onverhoopt buiten de organisatie kan belanden.

Om deze reden pleiten Welch en Jackson (2007) voor een benadering van interne communicatie als het beheer van de interacties tussen alle stakeholders in een organisatie. Hierbij onderscheiden ze vier vormen. De eerste vorm is lijnmanagement. Dit is de communicatie tussen een werknemer en zijn leidinggevende. Deze communicatie vindt op alle niveaus in een organisatie plaats. De tweede vorm is communicatie op team-niveau. Dit omvat de communicatie tussen collega's binnen een team die nodig is om samen te werken. De derde vorm van interne communicatie is projectcommunicatie die plaatsvindt binnen projecten, onafhankelijk van afdelingen en teams. De vierde vorm is interne corporate communicatie. Dit is de communicatie vanuit de strategie van de organisatie. Deze communicatie gaat over de doelen en prestaties van een organisatie en richt zich op betrokkenheid van de werknemer:

"The internal corporate communication dimension is defined as communication between an organisation's strategic managers and its internal stakeholders, designed to promote commitment to the organisation, a sense of belonging to it, awareness of its changing environment and understanding of its evolving aims." (Welch & Jackson, 2007, p. 186)

Welch en Jackson (2007) stellen dat deze laatste vorm van interne communicatie, in vergelijking met de eerdere vormen, nauwelijks aandacht heeft gehad in het academische veld. Dit terwijl bedrijven zich steeds meer zijn gaan realiseren wat het belang is van interne corporate communicatie voor tevredenheid en betrokkenheid van werknemers. Het huidige onderzoek richt zich dan ook voornamelijk op interne corporate communicatie van ProRail om naast een advies aan deze organisatie ook een bijdrage te leveren aan het academisch veld.

### **1.3.1 Het intranet**

De digitalisering van de afgelopen jaren heeft gezorgd voor veel nieuwe mogelijkheden om de interne communicatie vorm te geven. Binnen de technologie van organisaties heeft een overgang plaatsgevonden van digitale middelen voor het individu naar een digitaal netwerk voor communicatie en interactie (Baptista et al., 2020). Veel bedrijven gebruiken hiervoor een online omgeving waarin werknemers zelf informatie kunnen vinden. Zo'n intranet biedt ook vaak de mogelijkheid om communicatie twee kanten op plaats te laten vinden. Het intranet kan

werknemers informeren, en werknemers kunnen reageren. In sommige gevallen kunnen werknemers ook zelf informatie plaatsen en met elkaar in gesprek gaan.

Het nadeel van een intranet is wel dat werknemers zelf actief naar informatie moeten zoeken. Wie de online omgeving niet opent, krijgt de informatie ook niet te zien. En wie niet met enige regelmaat op nieuwe berichten checkt, is niet op hoogte van het laatste nieuws binnen de organisatie. Communicatie over mail en via managers is daarom ook nog steeds een belangrijke factor in interne communicatie. Zoals Bottazzo (2005) stelt, is het intranet effectief om een organisatie als groep op dezelfde lijn te houden en informatie toegankelijk te maken voor het hele bedrijf. Zij stelt dat: "the purpose of the Intranet is to increase productivity and quality of work with efficiently arranged data and their filtering and to make information connection for all, including organisational departments located elsewhere" (Bottazzo, 2005, p.79). Het doel van een intranet is dus om een netwerk op te bouwen waarin alle stakeholders binnen een organisatie, waar ook ter wereld, met elkaar in contact staan.

Koeleman (2018) ziet het intranet als een "huis met verschillende kamers waar verschillende communicatiefuncties worden vervuld" (p. 183). Gebruikers kunnen de ruimte naar eigen voorkeur instellen en komen terecht in een lobby, van waaruit ze naar andere kamers kunnen navigeren met elk specifieke eigenschappen en informatie. Hierdoor is het gebruik van het intranet persoonlijk en kan iedereen zelf de benodigde informatie zoeken of delen met collega's. Een groot voordeel van communicatie via interne media is volgens Koeleman (2018) dat iedereen dezelfde informatie krijgt en managers de informatie dus niet per team verschillend door kunnen geven. Daarnaast is een ontvanger vrijer om een eigen visie te ontwikkelen wanneer hij over een onderwerp leest, dan wanneer een manager oplegt wat de informatie in de praktijk betekent. Ook is de informatie herhaalbaar en terug te zoeken waardoor de boodschap beter wordt onthouden en overkomt (Koeleman, 2018).

### **1.3.2 Mediumkeuze**

Goede communicatie valt of staat nog steeds met de juiste keuze voor een boodschap, via een platform dat aansluit op de behoefte van de werknemer (Verčič & Špoljarić, 2020). Het intranet is in theorie dé manier om alle werknemers te bereiken. In de praktijk is het echter lastig om te bepalen of werknemers van een bericht de boodschap ook daadwerkelijk ontvangen, openen, lezen en begrijpen (Koeleman, 2018). Daarnaast kunnen mensen niet direct vragen stellen, meestal enkel via een chatfunctie. Een voordeel is dat informatie gemakkelijk terug te zoeken is en dat mensen een ingewikkelde boodschap nog eens na kunnen lezen. Veel onderzoek kijkt naar de diverse eigenschappen en mogelijkheden van verschillende platformen en media. De vraag die vaak gesteld wordt is welke media zich het beste leent voor welke boodschappen. Ook voor de interne communicatie binnen een organisatie is dit een belangrijke vraag.

De Media Richness Theory (Daft & Lengel, 1986) is een veelgebruikte theorie om naar de keuze voor een medium te kijken, afhankelijk van de communicatieve doelen die iemand wil behalen. Media verschillen in de manier waarop ze informatie overbrengen, afhankelijk van de 'rijkheid' van het medium (Daft & Lengel, 1986). Face-to-face communicatie is het meest rijke

medium, videobellen is iets minder rijk en bijvoorbeeld chatten met enkel tekstberichten is nog minder rijk. Een rijker medium is echter niet altijd beter. Uiteindelijk moet het medium aansluiten op het communicatiedoel. Een uitleg of handleiding leent zich bijvoorbeeld goed voor een geschreven bericht met afbeeldingen, terwijl een ontslag beter in een direct gesprek kan plaatsvinden. Niet alle informatie is dan ook geschikt om op het intranet te publiceren.

Een aansluitende theorie is de Media Synchronicity Theory waarbij de rijkheid van een medium specifiek is onderverdeeld in eigenschappen van het medium (Dennis & Valacich, 1999). Dennis, Fuller en Valacich (2008) beargumenteren dat een medium een middel is ter ondersteuning van een taak die moet worden volbracht. Hierbij maken ze onderscheid tussen *convergence*, waarbij het gaat om onderling begrip en afstemming van een interpretatie van bepaalde informatie, en *conveyance*, waarbij het gaat om het ontwikkelen van een mentaal model op basis van nieuwe informatie (Dennis et al., 2008).

Het intranet van een organisatie kan veel informatie parallel aan elkaar overbrengen en bevat uitgedachte en voorbereide informatie. Er is relatief weinig interactie in vergelijking met bijvoorbeeld videobellen en het medium is vooral gericht op beeld en tekst. Hiermee is de synchroniciteit van het medium laag. Dit maakt het intranet dan ook voornamelijk geschikt voor conveyance, en minder voor convergence. Een intranet is dus een goed middel om de interne corporate communicatie vorm te geven waarbij informatie met veel mensen tegelijk kan worden gedeeld en de visie van een organisatie in beeld en tekst naar voren komt.

### **1.3.3 De functie van Focus**

Een intranet vervult tegenwoordig steeds meer functies. Koeleman (2018) omschrijft drie hoofdfuncties van interne communicatie. Hij begint met het faciliteren van het werkproces. Dit noemt hij taakinformatie. Hierbij gaat het om de informatie over de taak van werknemers en de afspraken en regels die daarbij komen kijken. De tweede functie van interne communicatie is volgens Koeleman (2018) kennismanagement. Hierbij gaat het erom dat de kennis binnen de organisatie is opgeslagen (expliciete kennis) maar ook dat mensen weten wie binnen de organisatie welke kennis heeft (impliciete kennis). Vooral bij grotere organisaties ligt kennis verspreid en om niet elke keer het wiel opnieuw uit te hoeven vinden is kennismanagement een vereiste. Voor deze twee functies van interne communicatie geldt dat het intranet hier bij uitstek geschikt voor is.

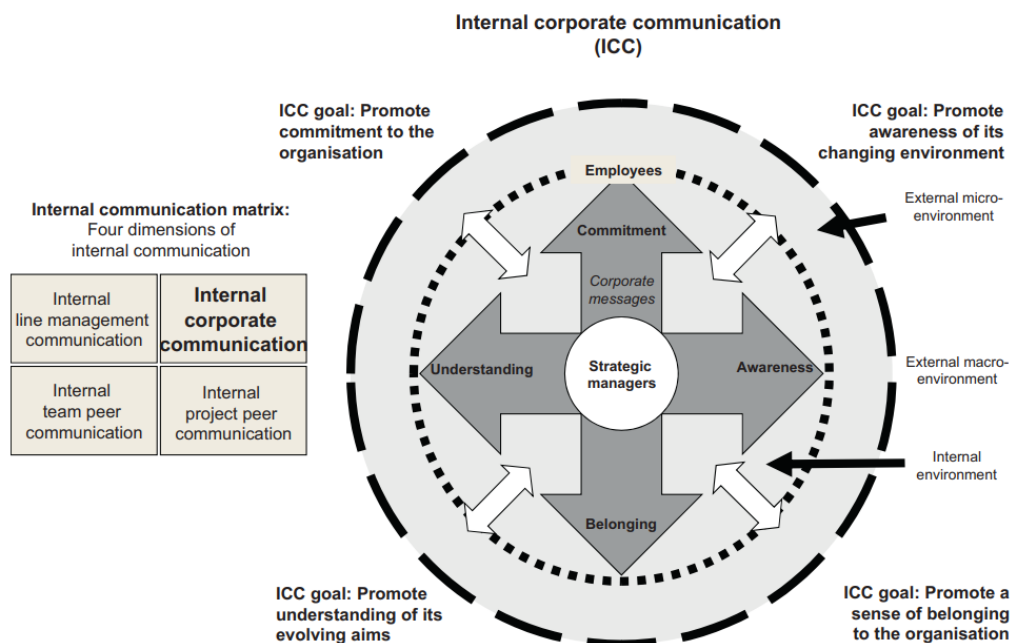
Hoewel Focus als nieuwsplatform niet direct taakinformatie bevat of bijdraagt aan kennismanagement, bevindt deze pagina zich in het hart van het gehele intranet. Daarmee is het een basis van waaruit werknemers verder zoeken naar informatie. Een naam van een collega in een artikel kan bijvoorbeeld bijdragen aan het verbinden van twee collega's om informatie te vinden. Onderzoek wijst daarnaast uit dat kennismanagement draait om het verbinden van informatie met elkaar door bijvoorbeeld hyperlinks naar andere, relevante informatie (Wei, Evans, Eliot, Barrick, Maust, & Spyridakis, 2005). Zo zorgt een link in een tekst ('embedded hyperlink') er sneller voor dat gebruikers doorklikken naar relevante informatie dan wanneer ze zelfstandig moeten navigeren via een menu (Wei et al., 2005).

De derde functie van interne communicatie is 'het richten van de organisatie en het versterken van de identificatie' doormiddel van beleidsinformatie (Koeleman, 2018, p. 131). Dit gaat over HR-communicatie, maar ook over het interne beleid en de visie van de organisatie. Zoals al eerder geconcludeerd is Focus bij uitstek een geschikt middel voor deze vorm van communicatie. Het beleid en de visie van de organisatie kan in een artikel op Focus gemakkelijk naar voren komen. Als laatste omschrijft Koeleman (2018) een ondersteunende functie van interne communicatie: het verbinden van medewerkers via sociale informatie. Ook dit is een geschikte vorm van communicatie op Focus. Artikelen over successen van collega's of promoties dragen hier bijvoorbeeld aan bij.

Waar Koeleman (2018) zich voornamelijk richt op het type inhoud van de communicatie, kijkt Welch (2012) vanuit het perspectief van de werknemer als interne stakeholder, waarbij centraal staat wat de communicatie bij de stakeholder moet bereiken. Het nieuwsplatform van Focus sluit hierbij voornamelijk aan op wat Welch en Jackson (2007) omschrijven als interne corporate communicatie. Afbeelding 1 geeft een systematisch overzicht van wat interne corporate communicatie idealiter teweegbrengt bij de interne stakeholder: bewustzijn van veranderingen, identificatie met de organisatie, inzicht in de ontwikkeling van de doelen van een organisatie en betrokkenheid bij het bedrijf. Ook laat Afbeelding 1 duidelijk zien dat de interne communicatie niet op zichzelf staat maar interacteert met de buitenwereld.

Afbeelding 1.

*Doelen van interne corporate communicatie (Welch & Jackson, 2007).*





## 1.4 Onderzoeksvraag, deelvragen en methoden

De onderzoeksvraag van dit stuk richt zich op de interne communicatie binnen ProRail, via het nieuwsplatform Focus. Een vergelijking tussen de huidige situatie en de wensen van de doelgroep kan mogelijke verbeterpunten aan het licht brengen. Binnen ProRail zijn twee doelgroepen te onderscheiden waarvoor interne communicatie via Focus van belang is. De eerste doelgroep is de leidinggevende. Deze valt onder te verdelen in de top 80 aan afdelingsmanagers en de 220 managers van de verschillende teams in deze afdelingen. Deze groep heeft een eigen managementmail waarin belangrijke informatie wordt uitgelicht. Omdat de top 80 veelal ook zender is van informatie en dichterbij de ontwikkeling van bijvoorbeeld beleid staat, richt het huidige onderzoek zich voornamelijk op de teammanagers.

Medewerkers zijn de grootste doelgroep van de interne communicatie. Deze groep valt onder te verdelen in kantoormedewerkers en medewerkers in ploegendienst. Medewerkers in ploegendienst hebben in hun dagelijkse werk relatief weinig toegang tot Focus. Het zijn vooral kantoormedewerkers die veel te maken hebben met dit platform. Hoewel de groep werknemers in ploegendienst om deze reden juist extra aandacht verdient vanuit het perspectief van de interne communicatie, vraagt dit waarschijnlijk om andere middelen dan het platform Focus. Het huidige onderzoek richt zich daarom specifiek op de kantoormedewerkers en niet op de werknemers in ploegendienst.

De vraag naar de behoefte van de werknemer richt dus op iedereen met een kantoorfunctie, los van directie. Om mogelijke aanbevelingen te doen is het daarnaast belangrijk om niet alleen naar de wensen te kijken van de werknemers, maar ook te achterhalen wat men met Focus wil bereiken. Het contentteam en de communicatieadviseurs werken samen aan veel content op het platform. Met inzicht in zowel de wensen van de werknemers als de doelen die ProRail met het platform wil behalen, is het uiteindelijk mogelijk om te kijken op welke manier deze twee perspectieven in de praktijk dichterbij elkaar kunnen komen. De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt:

*In hoeverre sluit de huidige communicatie via Focus aan op de behoefte van werknemers enerzijds, en op doelen van de afdeling corporate communicatie anderzijds?*

Aan de ene kant is dit een inhoudelijke vraag: vinden mensen informatie op Focus relevant en interessant of moet er een andere lijn in komen? Daarnaast is er een meer technische vraag naar de vindbaarheid van informatie en de gebruikerservaring van Focus. Omdat deze hoofdvraag op zichzelf nog erg breed is, is het noodzakelijk om hierin grenzen te stellen. Focus is voor de medewerker van ProRail meer dan enkel een nieuwspagina. Vanwege de beperkte tijd en middelen richt dit onderzoek zich echter enkel op informatie die de afdeling communicatie op Focus plaatst. Hierbij gaat het om artikelen op de hoofdpagina van het platform, onder Nieuws en onder Uitgelicht. Omdat Focus zich op SharePoint bevindt in een netwerk aan informatie is het lastig om het platform in een vacuüm te plaatsen. Waar nodig neemt het onderzoek de onderlinge relatie tussen de rest van SharePoint en de artikelen op Focus wel mee.

Verschillende deelvragen moeten uiteindelijk samen de hoofdvraag beantwoorden. Deze

vragen zijn de basis voor de structuur van dit onderzoek en hebben elk een eigen methode om uiteindelijk tot een gemeenschappelijk conclusie te komen. Om iets te kunnen zeggen over de behoefte van werknemers is het belangrijk om deze te kunnen vergelijken met de huidige situatie. Daarom begint dit onderzoek met een deelvraag naar de inhoud op Focus:

*Over welke onderwerpen communiceert ProRail op Focus en welke onderwerpen worden het meest gelezen?*

Een bureauanalyse moet in kaart brengen welke verschillende onderwerpen de redactie op Focus plaatst. Het corpus hiervoor bestaat uit een selectie van de artikelen over twaalf maanden, tussen oktober 2020 en september 2021. Hieruit worden onderwerpen samengesteld, deels vanuit de literatuur, aangevuld met onderwerpen die naar voren komen vanuit het corpus. Een statische toets moet inzicht geven in de vraag of het onderwerp van een artikel invloed heeft op het aantal weergaven van het artikel. Een beschouwing van deze cijfers kan vervolgens meer inzicht geven in de populariteit van bepaald onderwerpen. Om andere factoren die invloed kunnen hebben op het aantal weergaven uit te sluiten, kijkt dit onderzoek ook naar de dag of de dag van de week en het aantal gepubliceerde artikelen per dag of per week invloed hebben op het totaal aantal weergegeven van de artikelen.

Vervolgens is het interessant om de huidige onderwerpen te vergelijken met de behoefte van werknemers. De tweede deelvraag luidt:

*Welke behoeften hebben medewerkers aan nieuws op Focus?*

Aan de ene kant is het hierbij van belang om te kijken naar wat werknemers vinden van het nieuws op Focus, aan de andere kant is het belangrijk om te onderzoeken of er behoefte is aan verandering. Zo ja, op welk gebied. Interviews met zestien werknemers vanuit verschillende afdelingen moeten inzicht geven in deze behoeften.

Naast interviews krijgen de participanten een hardop-werkopdracht (Elling, Lentz & Jong, 2012). Hierbij krijgt de groep werknemers aan het begin van elk interview de vraag om Focus te openen en door de verschillende artikelen en nieuwsberichten heen te gaan, hardop vertellend wat ze doen, waarom ze dit doen en wat ze ervan vinden. De resultaten van deze hardop-werkmethode geven inzicht in de keuzes die werknemers maken om iets wel of niet te lezen. Daarnaast is het mogelijk om hieruit informatie te halen over mogelijke verbeterpunten van Focus ten aanzien van de vormgeving, inhoud en infrastructuur van het platform, om meer aan te sluiten op de behoefte van werknemers.

Om een concreet advies te kunnen geven over hoe Focus beter kan aansluiten op de behoefte van werknemers, is het ook belangrijk om de wensen van ProRail als verantwoordelijke voor de interne communicatie mee te nemen. De adviezen moeten immers haalbaar zijn binnen deze specifieke organisatie. Daarvoor is het belangrijk om te weten hoe het nieuws op Focus op dit moment tot stand komt. Ook is het belangrijk om in kaart te brengen wat ProRail met het nieuws op Focus wil bereiken. Hiervoor is een laatste deelvraag opgesteld:

*Op welke manier zetten de corporate communicatieadviseurs en het contentteam Focus op dit moment in en welke doelen willen ze met het platform behalen?*

Om deze vraag te beantwoorden wordt na afloop van de interviews met werknemers, een focusgroep georganiseerd met een aantal communicatieadviseurs binnen ProRail. Deze groep is verantwoordelijk voor de strategische communicatie via het platform en speelt dan ook een belangrijke rol in de inhoudelijke informatie die op het platform verschijnt. Tijdens deze focusgroep is er ruimte om te discussiëren over hoe de verschillende adviseurs Focus inzetten, welke doelen ze hopen te bereiken en welke mogelijkheden zij zien om het platform in de toekomst verder te ontwikkelen en te verbeteren. De bevindingen van deze focusgroep worden na afloop in een weekoverleg met het volledige corporate communicatieteam besproken. Hierbij is het meteen mogelijk om een vertaalslag te maken van de wensen van werknemers naar mogelijke manieren om vanuit communicatie beter aan de wensen van deze stakeholder te voldoen.

Om het perspectief van het contentteam in beeld te krijgen vinden interviews plaats met een contentmanager en een redacteur van het contentteam. Op papier is het contentteam eigenaar van het kanaal Focus. Dit team is verantwoordelijk voor de publicaties op het platform en heeft daarnaast de functionele eigenschappen van het platform in beheer. De communicatie via Focus is dus een wisselwerking tussen communicatieadviseurs en het contentteam. Omdat het contentteam voornamelijk een uitvoerende rol heeft is het interessant om dit team als laatste te spreken. Op deze manier kunnen de wensen van werknemers en de strategische doelen van de corporate adviseurs worden meegenomen in de interviews om te achterhalen of het contentteam kan bijdragen aan eventuele verbeteringen van Focus.

## **1.5 Vooruitblik**

ProRail is haar interne communicatie aan het ontwikkelen. Het intranet speelt daarin een grote rol. Als bijdrage aan deze ontwikkeling richt dit onderzoek zich specifiek op het nieuwsplatform Focus. Met Focus als kern van de interne communicatie is juist dit platform interessant om te onderzoeken. Door zowel de behoefte van werknemers als de doelen vanuit de afdeling communicatie te belichten is het mogelijk om te kijken hoe verbeteringen aan Focus deze twee aspecten van de interne communicatie van ProRail mogelijk dicht bij elkaar kunnen brengen.

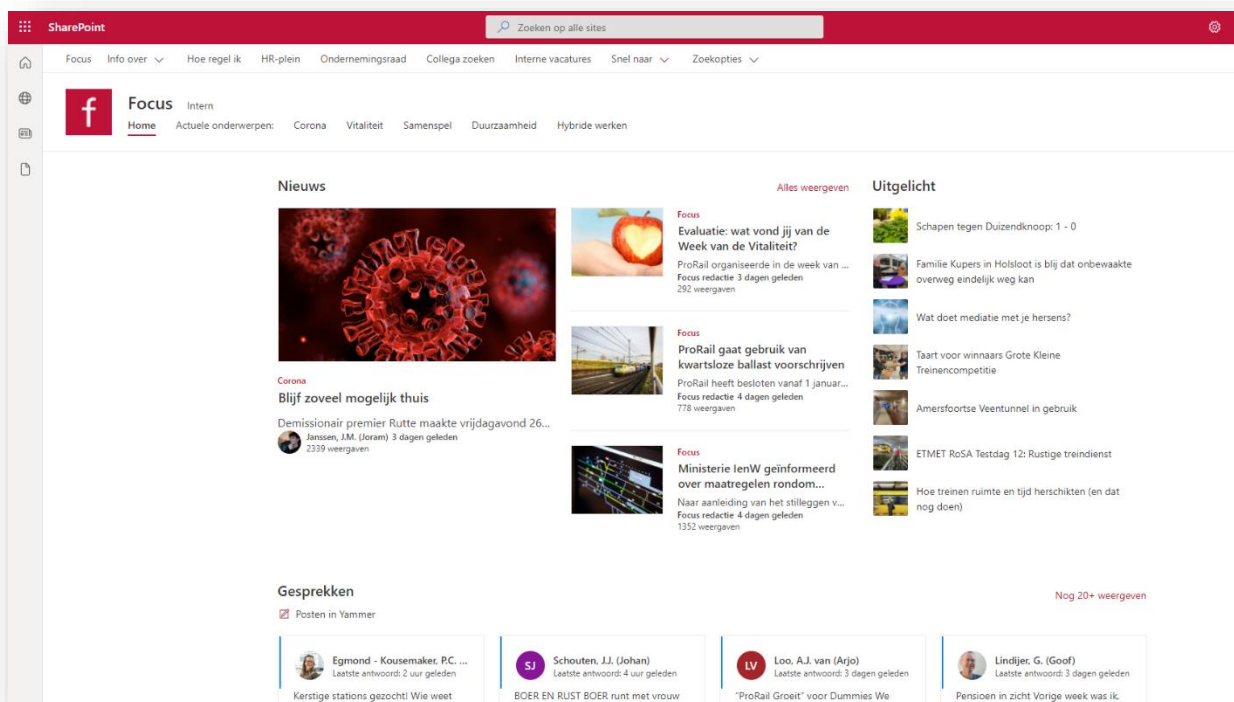
Om antwoord te geven op de hoofdvraag vindt in het volgende hoofdstuk een bureauanalyse van Focus plaats waarin het platform zowel kwalitatief als kwantitatief onder de loep wordt genomen. Dit vormt een basis voor een aantal kwalitatieve interviews met werknemers om inzicht in te krijgen in de daadwerkelijke behoeften van de doelgroep van het platform. Als laatste stap wordt het perspectief van de afdeling corporate communicatie en het contentteam uitgelicht. Samen leiden deze drie deelonderzoeken tot een antwoord op de vraag hoe dit platform beter aan de wensen van werknemers kan voldoen en tegelijkertijd beter kan aansluiten op wat ProRail met het platform wil bereiken.

## 2. Bureauanalyse van Focus

Het intranet in zijn geheel bevat veel mogelijkheden. Hier kunnen alle werknemers documenten vinden, informatie over collega's opzoeken, maar bijvoorbeeld ook HR-zaken regelen. Wanneer een werknemer zijn of haar ProRail-computer opstart opent automatisch het intranet op de Focuspagina (Afbeelding 2). Elke werknemer met een kantoorfunctie komt dus regelmatig in aanraking met het platform.

Afbeelding 2.

Voorbeeld van Focus (29-11-2021)



### 2.1 Vormgeving van het platform

ProRail gebruikt SharePoint als intranet om werknemers te informeren en om een plek te faciliteren waar werknemers en managers informatie delen en kunnen reageren. Focus bestaat binnen deze online omgeving als nieuwspagina. Het contentteam van ProRail beheert deze pagina en schrijft, redigeert en publiceert artikelen.

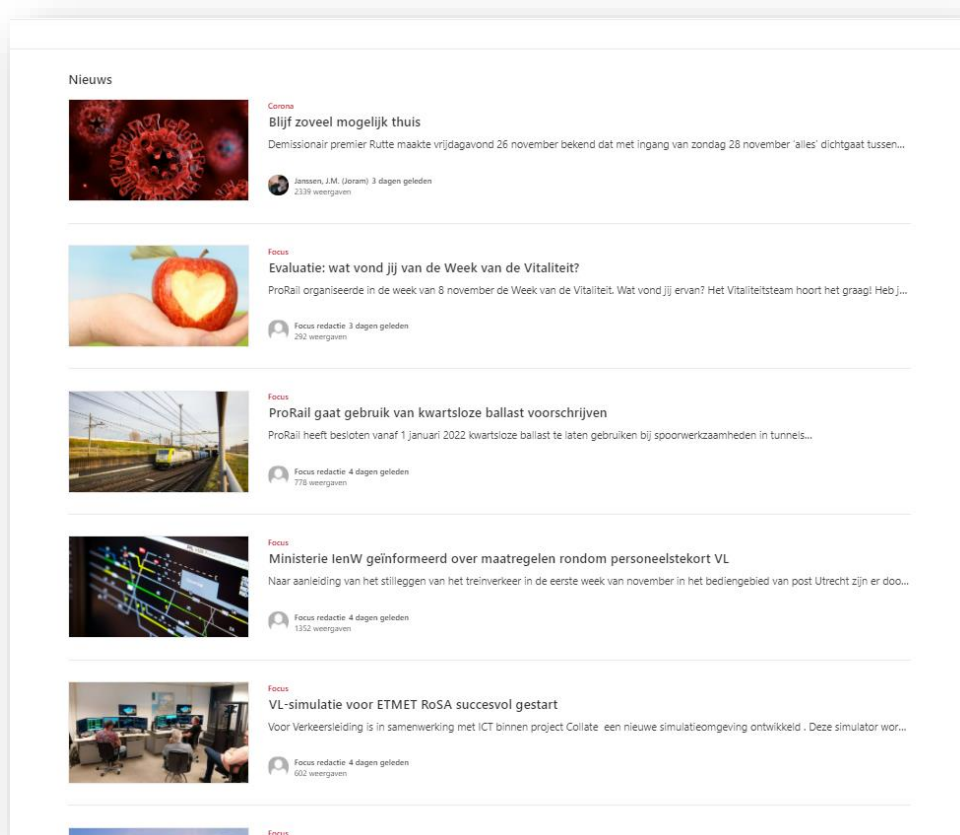
Rechts naast de artikelen onder Nieuws staat een aantal artikelen onder 'Uitgelicht' met links naar artikelen die voor sommigen interessant zijn, maar meestal niet voor alle collega's relevant zijn. Dit kunnen ook links naar externe artikelen zijn. Als laatste bevat Focus verschillende pagina's die onder het beheer vallen van de verschillende werknemers uit de organisatie, aangesloten bij een team of thema. Zo is er bijvoorbeeld een speciale pagina voor verkeersleiding, maar is er ook voor vitaliteit, corona of duurzaamheid een centrale plek om informatie te vinden. Deze pagina's hebben elk een eigen beheerder en worden niet door het contentteam bijgehouden.

Deze pagina's vallen dan ook buiten het bereik van dit onderzoek.

Naast inhoudelijke pagina's staan er ook snelkoppelingen naar functionele pagina's zoals het 'HR-plein' of de 'hoe regel ik' pagina. De nieuwpagina is daarmee een toegangspoort naar andere functionaliteiten van het intranet. Boven de nieuwsartikelen staat de knop 'alles weergeven'. Hierachter staan alle nieuwsartikelen chronologisch onder elkaar weergegeven (Afbeelding 3). De lezer ziet van elk stuk een titel, een afbeelding, een eerste regel van de tekst en het aantal weergaven van het artikel. Ook staat er een datum van publicatie.

Afbeelding 3.

Voorbeeld van Focus: 'alles weergeven' overzicht (29-11-2021)



Wanneer een gebruiker naar beneden scrolt komt hij informatie tegen die uit de organisatie afkomstig is. Als eerste staat hier een aantal recente Yammerberichten. Dit is een forum waarop iedereen zelf berichten kan plaatsen en met elkaar in gesprek kan gaan. Daaronder staan artikelen 'Uit de organisatie'. Deze zijn afkomstig van de verschillende sites binnen SharePoint met een eigen beheerder uit specifieke teams of afdelingen. Als laatste staan er onderaan de pagina persoonlijke blogs. Elke werknemer van ProRail kan rechten aanvragen om een blog te publiceren.

## 2.2 Het proces

Een artikel verschijnt niet zomaar op Focus. Het contentteam van ProRail is verantwoordelijk voor wat er op Focus komt te staan. Dit team schrijft of redigeert artikelen en publiceert deze op het

geplande moment. Het initiatief voor een nieuwsartikel kan afkomstig zijn van het contentteam, van een communicatieadviseur, of van een werknemer de organisatie. Uiteindelijk heeft de eindredactie van het contentteam het overzicht over de verschillende onderwerpen, het aantal publicaties, het moment van publicatie en de inhoud van de artikelen. Iedere ochtend is er een start van de dag waarin werknemers van communicatie bij elkaar komen om de relevante communicatie van gisteren te evalueren en te bespreken wat er op de planning staat. Hierbij komen ook altijd de geplande Focusartikelen aan bod.

Een corporate communicatieadviseur heeft een thema of onderwerp in zijn of haar pakket en heeft de verantwoordelijkheid om de communicatie rondom dit onderwerp te overzien. Wanneer een adviseur besluit dat een Focusartikel een geschikt communicatiemiddel is voor een bepaalde boodschap, plant hij of zij dit in de onlineagenda. Over het algemeen komt dit voort uit een actuele aanleiding. Vervolgens neemt iemand van het contentteam contact op om afspraken te maken over wat er nodig is om het artikel te schrijven en wie dit op zich neemt. Het is mogelijk dat een adviseur dit zelf schrijft, maar hij of zij kan dit ook uitbesteden aan iemand van het contentteam.

Ook wanneer een werknemer uit de organisatie graag een artikel als nieuwsbericht op Focus wil hebben loopt dit via een communicatieadviseur. De adviseur gaat in gesprek met de betreffende collega om te kijken of de boodschap inderdaad geschikt is voor op Focus of dat wellicht een andere vorm van communicatie gepast is. Een vuistregel binnen ProRail is dat artikelen op Focus nieuwswaardig moeten zijn. Een boodschap moet voor heel ProRail interessant of relevant zijn. Dit is een lastige overweging omdat maar weinig onderwerpen daadwerkelijk iedereen aangaan. Dit komt onder andere doordat er een tweedeling bestaat tussen kantoormedewerkers en medewerkers in ploegendienst en je met veel verschillende locaties en afdelingen te maken hebt.

Om dit deels op te vangen bestaan er verschillende sites binnen SharePoint waar teams of afdelingen uit de organisatie hun eigen nieuwspagina kunnen bijhouden. Hier kunnen collega's informatie ophalen die voor hen specifiek relevant is. Zo heeft verkeersleiding bijvoorbeeld een eigen 'VL op koers' pagina. Toch wil ook de afdeling verkeersleiding zich laten zien aan de hele organisatie en behaalde successen delen met de rest van ProRail. Daarnaast heeft een tekort aan verkeersleiders invloed op de prestaties van het gehele bedrijf. In sommige gevallen kan een artikel vanuit de afdeling verkeersleiding dus wel relevant zijn voor een grote groep ProRailers.

Een ander voorbeeld is het thema duurzaamheid. Dit is een van de strategische pijlers van ProRail en heeft dan ook een eigen site binnen SharePoint. Het onderwerp krijgt veel aandacht op Focus, terwijl het in de praktijk niet altijd veel gelezen wordt. Dit betekent dat er een afweging moet worden gemaakt tussen de relevantie voor alle collega's en de wens vanuit corporate communicatie om een boodschap uit te dragen. Het is voor de corporate adviseurs en het contentteam de uitdaging om de juiste inhoud op de juiste plek te publiceren.

## 2.3 Inhoud van de artikelen

Om de huidige content op Focus te analyseren is een selectie gemaakt van nieuwsartikelen op Focus, bestaande uit elk 10<sup>e</sup> artikel, gerekend van 1 oktober 2020 tot en met 30 september 2021. Om te voorkomen dat regelmatig terugkerende onderwerpen toevallig buiten de boot vallen, zijn daarnaast van de maanden maart en september 2021 alle berichten in de selectie opgenomen. Het coronavirus en de overgang naar hybride werken is bijvoorbeeld een onderwerp dat gedurende de gehele onderzochte periode sterk onder de aandacht is geweest. De volledige selectie van de berichten is te vinden in Bijlage 1. De berichten zijn hier weergegeven zoals ze ook op Focus te vinden zijn onder 'alles weergeven', met titel, eerste regel van het artikel, datum en het aantal weergaves.

In september 2021 zijn er 48 berichten geplaatst. Dat betekent gemiddeld 2,2 nieuwsberichten per werkdag die maand. Opvallend is dat het aantal weergaves erbovenuit springt bij twee berichten over overleden collega's met ongeveer 3200 en 4200 weergaves. Beide berichten zijn sociale informatie. De twee slechtst bekeken artikelen zijn 'Groene Netten zet in op biodiversiteitsherstel en doet belofte' (313 weergaves) en een artikel over Prinsjesdag (429 weergaves).

In maart zijn in totaal 40 artikelen gepubliceerd, gemiddeld 1,7 per werkdag. Opvallend is een bericht over de vervanging van de werktelefoons. Dit HR-artikel is maar liefst 8336 keer bekeken, door in totaal 3409 personen. Dit betekent dat een groot deel van de organisatie Focus weet te vinden wanneer het om relevante informatie gaat. Het slechtst bekeken artikel in maart is 'Kick-off Europees jaar van het Spoor' met 493 weergaves. De selectie van het hele jaar, exclusief de artikelen uit maart en september, bestaat uit 37 berichten.

Tabel 1 geeft de gemiddeldes voor het aantal weergaves, unieke personen, reacties en likes van de berichten per periode. Hieruit blijkt dat de maand september een relatief laag aantal weergaves heeft in vergelijking met maart en de rest van het jaar. Dit komt wellicht doordat mensen in september nog op vakantie zijn of doordat mensen minder thuiswerkten en hun tijd tussendoor aan contact met collega's of een verplaatsing tussen fysieke ruimtes besteedden.

Tabel 1.

*Gemiddeld aantal weergaves, unieke personen, reacties en likes van de artikelen per periode*

Periode	N	M			
		Weergaves	Personen	Reacties	Likes
Maart	40	2299.50	1372.00	12.18	9.90
September	48	1274.45	1011.70	9.51	13.17
Jaar (excl. mrt & sept)	37	1897.54	1249.65	8.95	17.97
Totaal	125	1793.03	1198.93	10.20	13.55

Een blik op de lijst met artikelen (Bijlage 1) en het aantal weergaves wekt de indruk dat HR-communicatie en sociale informatie meer weergaves heeft dan managementcommunicatie en



artikelen die de visie van de organisatie verbeelden. Bijvoorbeeld 'De Inktpot is vanaf 1 juni dicht voor verbouwing' (19 mei) heeft 3826 weergaves en 'Acties FNV Spoor bij ProRail van de baan' (28 april) heeft 6382 weergaves. Daartegenover staan artikelen als 'Hoe hebben we het gedaan in het tweede kwartaal?' (21 juli) met slechts 838 weergaves en 'ProRail doet direct zaken met wisselleveranciers' (15 december), 806 weergaves. Hybride werken en het artikel over Cao-onderhandelingen hebben een directe invloed op veel collega's, terwijl kwartaalcijfers en wisselleveranciers een minder relevant onderwerp zijn voor het dagelijkse werk van velen.

Om meer te kunnen zeggen over wat gebruikers van Focus veel lezen, is een aantal categorieën geformuleerd aan de hand van de onderwerpen van de artikelen op Focus. Hierbij is in eerste instantie deductief een aantal thema's naast elkaar gezet op basis van de functies van het intranet: beleidsinformatie, sociale informatie en visie van de organisatie (Koeleman, 2018). Vervolgens zijn deze thema's inductief verdeeld in verschillende categorieën. De maand september 2021 is hierbij als uitgangspunt genomen. De artikelen uit maart 2021 en de rest van het jaar zijn gebruikt om te controleren of de categorieën een goede weergave zijn van de gecommuniceerde inhoud op Focus.

Uiteindelijk zijn er acht categorieën geformuleerd en zijn alle 125 artikelen gecodeerd onder een van deze categorieën. Het codeerschema staat in Bijlage 2. Een van de functies waarop Focus aansluit is beleidsinformatie. Hieronder valt de categorie 'HR-communicatie', zoals informatie over de CAO, pensioen en trainingen, en managementcommunicatie. Een tweede categorie die voortkomt uit beleidsinformatie is 'managementcommunicatie'. Hier vallen alle artikelen onder die gaan over de topbesturing van ProRail, maar bijvoorbeeld ook de ondernemingsraad die een sterke invloed uitoefent op de besturing van ProRail. Uit de literatuur komt ook 'sociale informatie' naar voren als functie van interne communicatie. Dit gaat voornamelijk over promoties, werknemers die met pensioen gaan, zijn overleden of iets noemenswaardigs hebben bereikt of meegemaakt.

De visie van de organisatie is ook een belangrijk onderdeel van de communicatie via Focus. Uiteindelijk gaat het hierbij om alles van ProRail wat niet direct van belang is voor de werkzaamheden van alle collega's, maar er wel voor zorgt dat men weet wat ProRail doet, bereikt en waar de organisatie voor staat. Een eerste categorie die hieruit voortkomt is 'themacommunicatie' waarbij het bijvoorbeeld gaat over duurzaamheid, mobiliteit, diversiteit en vitaliteit. Ook 'evenementen' laten de visie van ProRail zien. Wat ProRail buiten doet en bereikt, sluit ook aan op de visie van de organisatie. Dit gaat over 'spoor en de stations' en over 'politiek en media'. Zo staan er regelmatig artikelen op Focus over werkzaamheden of afgeronde projecten en is de tweede kamer als belangrijke stakeholder regelmatig op het platform in beeld.

De coronapandemie heeft veel aandacht gekregen. Veel artikelen in het corpus gaan over nieuwe maatregelen of over hoe ProRail hybride werken vormgeeft. Hybride werken is technisch gezien HR-communicatie en informatie over het beleid rondom corona overlapt met managementcommunicatie en politieke communicatie. Voor dit onderzoek is 'hybride en corona' echter als aparte categorie opgenomen in het codeerschema. Op deze manier is het mogelijk om het aantal weergaves van specifieke categorieën los te zien van de coronagerelateerde informatie.

Tabel 2 geeft de gemiddeldes weer voor het aantal weergaves, personen, reacties en likes van de artikelen per categorie. HR-communicatie heeft gemiddeld het meeste aantal weergaves. De minste weergaves krijgen artikelen over politiek en media. Opvallend is dat het aantal unieke personen bij HR-communicatie gemiddeld bijna gelijk is aan het aantal unieke personen van artikelen over collega's. HR-communicatie wordt dus vaker teruggelezen en meermaals geopend, terwijl dit bij artikelen over collega's veel minder het geval is. Ook artikelen over aankondigingen van of terugblikken op een evenement stimuleren werknemers om het artikel vaker dan één keer te openen.

Tabel 2.

*Gemiddeldes en standaarddeviatie van het aantal weergaves, unieke personen, reacties en likes van de artikelen per onderwerp*

Categorie	N	Gemiddelde (SD)			
		Weergaves	Personen	Reacties	Likes
Hybride en Corona	19	2186.83 (619.01)	1488.39 (359.68)	9.22 (8.00)	6.28 (8.40)
HR	13	3283.77 (2296.55)	1701.23 (721.72)	18.08 (20.99)	8.15 (7.45)
Management	13	1542.23 (674.69)	1088.23 (379.69)	5.00 (3.83)	8.15 (9.81)
Thema's	20	1425.30 (819.77)	993.00 (464.81)	8.95 (9.26)	20.30 (14.14)
Spoor en stations	31	1252.77 (688.33)	912.48 (439.14)	6.87 (4.66)	13.97 (13.29)
Politiek en Media	10	967.30 (551.29)	809.90 (368.75)	3.40 (2.71)	9.60 (5.30)
Evenementen	7	2139.71 (1538.68)	1261.14 (503.94)	7.57 (8.18)	15.43 (11.57)
Sociale informatie	12	2332.83 (1338.13)	1711.58 (811.01)	26.67 (24.70)	26.00 (22.12)

Er is een duidelijk verband te zien tussen het onderwerp van een artikel en het aantal weergaves ( $F(7.116) = 6.61; p < 0.001$ ). Een kanttekening hierbij is dat een kleine groep artikelen het gemiddelde van het aantal weergaves sterk omhoogtrekt: een Kolmogorov-Smirnov test laat zien dat het aantal weergaves van de HR-artikelen niet normaal verdeeld is ( $D(13) = .81, p = .007$ ). Om deze reden is een Kruskal-Wallis test gedaan. Ook uit deze test blijkt dat het aantal weergaves van de artikelen significant verschillend is per categorie ( $H(7) = 40.60, p < .001$ ). Het gemiddeld aantal unieke personen dat een artikel opent ligt beduidend minder ver uit elkaar tussen de verschillende categorieën. Toch bestaat er ook een sterke relatie tussen het onderwerp van een artikel en het aantal personen dat het artikel bekijkt ( $F(7.116) = 7.19; p < 0.001$ ).

Het zijn voornamelijk de inhoudscategorieën met een bepaalde invloed op de werknemers die veel lezers krijgen. De meest gelezen onderwerpen zijn hybride en corona, HR, Evenementen en Collega's. Informatie over werken op kantoor, een nieuwe werktelefoon, een evenement voor heel ProRail of een collega die is overleden of juist is gepromoveerd, is van belang voor een groot deel van de werknemers en daar vinden ook de meeste werknemers iets van. Daartegenover staan artikelen over politiek en media, maar ook thema's als duurzaamheid of mobiliteit en werkzaamheden aan het spoor of stations. Deze onderwerpen zijn abstracter en minder relevant voor iedereen. Dit zijn de onderwerpen die aansluiten op wat Welch en Jackson (2007)

omschrijven als interne corporate communicatie en aansturen op betrokkenheid bij en bewustzijn van de organisatie en haar doelen.

Om na te gaan of dit onderscheid inderdaad gemaakt kan worden zijn de categorieën met een directe relevantie voor de werknemer (Hybride en Corona, HR, Evenementen en Collega's) samengevoegd tot functionele communicatie en zijn de vier categorieën die het beleid, de visie en de prestaties van de organisatie weergeven (Management, Thema's, Spoor en stations en Politiek en media) samengevoegd tot interne corporate communicatie. Uit tabel 3 blijkt dat het aantal weergaves bij functionele communicatie ( $M = 2500.48$ ,  $SD = 1529.98$ ) significant hoger ligt dan bij corporate communicatie ( $M = 1311.68$ ,  $SD = 715.99$ ):  $t(63.64) = 5.13$ ,  $p < .001$ . Ook het gemiddeld aantal unieke personen dat een artikel opent is hoger bij functionele communicatie ( $M = 1565.48$ ,  $SD = 613.78$ ) dan bij corporate communicatie ( $M = 951.26$ ,  $SD = 427.95$ ):  $t(63.64) = 5.13$ ,  $p < .001$ .

Tabel 3.

*Vergelijking tussen artikelen in de categorieën functionele en corporate communicatie in het gemiddeld aantal weergaves en unieke personen*

	Gemiddelde (SD)		t	p
	Functionele communicatie (N = 50)	Corporate communicatie (N = 74)		
Weergaves	2500.48 (1529.98)	1311.68 (715.99)	5.13	<.001
Personen	1565.48 (613.78)	951.26 (427.95)	6.14	<.001

De reacties en het aantal likes op de artikelen (Tabel 2) zijn dusdanig laag in vergelijking met het aantal weergaves dat hier geen verband tussen is gezocht. Wat wel opvalt is dat de categorie 'collega's' de meeste likes en reacties krijgt. Dit komt waarschijnlijk doordat hier veel felicitaties bij zitten aan collega's die iets bereikt hebben en door condoleances onder artikelen over een overleden collega. Hiernaast roepen de thema-gestuurde artikelen ook relatief veel likes op. Hoewel deze berichten gemiddeld minder lezers trekken uit lezers wel waardering tegenover bijvoorbeeld duurzaamheid en vitaliteit door middel van een like. HR-artikelen krijgen dan weer relatief veel reacties, wellicht omdat dit artikelen zijn waar veel collega's concreet iets mee kunnen of moeten in hun dagelijkse werk. Dit roept meer vragen op dan andere onderwerpen.

## 2.4 Timing van de artikelen

Naast de inhoud van de artikelen is het ook mogelijk dat het moment waarop een artikel is geplaatst invloed heeft op het aantal weergaves. Het contentteam krijgt bijvoorbeeld wel eens het verzoek om een artikel liever niet op vrijdag online te zetten. Tabel 4 geeft het gemiddelde aantal weergaves en unieke personen weer per dag in de week. Het gemiddelde aantal weergaves van een artikel verschilt voor de verschillende dagen van publicatie ( $H(4) = 10.08$ ;  $p = .04$ ). Ook het

gemiddeld aantal unieke personen is per dag verschillend ( $H(4) = 11.76; p = .02$ )<sup>1</sup>. Bepaalde dagen zijn dus beter geschikt dan andere om veel collega's te bereiken.

Hierbij is het interessant om te kijken op welke dag de meeste personen een artikel openen. Een artikel op maandag ( $M = 1471.21, SD = 486.18$ ) wordt door significant meer personen geopend dan een artikel op dinsdag ( $M = 1057.10, SD = 421.91$ ):  $U = 134.00, p = .002$ , en dan een artikel op woensdag ( $M = 1113.00, SD = 732.11$ ):  $U = 118.00, p = .002$ <sup>2</sup>. De rest van de dagen verschilt het aantal personen niet significant van elkaar. De beste dag om een artikel te publiceren is dus een maandag, de slechtste dag is een dinsdag of woensdag. Dit komt mogelijk omdat woensdag een populaire vrije dag is.

Tabel 4.

*Gemiddelde en standaarddeviatie van het aantal weergaves en personen van de artikelen per dag*

Dag	N	M (SD)	
		Weergaves	Personen
Maandag	19	2098.21 (747.08)	1471.21 (486.18)
Dinsdag	30	1570.73 (158.77)	1057.10 (421.91)
Woensdag	27	1818.37(1966.71)	1113.00 (732.11)
Donderdag	24	1911.41 (1290.45)	1250.38 (634.82)
Vrijdag	24	1683.33 (913.74)	1205.88 (596.69)

Vervolgens is gekeken of er een samenhang bestaat tussen het aantal artikelen dat op een dag wordt geplaatst en het aantal lezers. Voor elk artikel is gecodeerd hoeveel artikelen er totaal op dezelfde dag zijn gepubliceerd. Dit varieert van één tot vier artikelen. Tabel 5 geeft het gemiddeld aantal weergaves en unieke personen weer per aantal artikelen op dezelfde dag. Het aantal artikelen op een dag blijkt niet samen te hangen met het gemiddeld aantal weergaves ( $r = .02; p = .85; N = 124$ ) of unieke personen ( $r = -.05; p = .56; N = 124$ ) dat een artikel bekijkt. Meer artikelen op dezelfde dag betekent dus niet dat werknemers die artikelen gemiddeld minder vaak bekijken, binnen een marge van één tot vier artikelen.

## 2.5 Focus Uitgelicht

Naast de artikelen onder Nieuws staan er op Focus ook zeven artikelen onder Uitgelicht. Dit is altijd een link naar een ander artikel, ofwel intern, ofwel extern. Over het algemeen zijn deze artikelen ook wat langer dan nieuwsartikelen en minder relevant voor de hele organisatie. Omdat hier zeven artikelen staan blijven ze langer in beeld dan de nieuwsartikelen. Er moeten meer nieuwe stukken op Uitgelicht komen voordat een artikel helemaal wegzakt. De stukken op Uitgelicht zijn maar tijdelijk. Er wordt geen archief bijgehouden. De nieuwsartikelen kunnen via de

<sup>1</sup> Vanwege de lage N-waarde per groep en de hoge standaarddeviaties is een Kruskal-Wallis toets uitgevoerd en geen Anova.

<sup>2</sup> Vanwege de lage N-waarde per groep en de hoge standaarddeviaties is een Mann-Whitney U toets uitgevoerd en geen T-toets.

Tabel 5.

*Gemiddelde en standaarddeviatie van het aantal weergaves en personen per aantal artikelen op dezelfde dag*

Aantal per dag	N	M (SD)	
		Weergaves	Personen
1	21	1973.10 (855.55)	1343.23 (456.92)
2	44	1809.71 (1189.88)	1211.00 (617.62)
3	35	1341.86 (641.00)	1018.54 (401.65)
4	24	2252.54 (1999.12)	1313.58 (810.94)

'alles weergeven'-knop in chronologische volgorde worden bekeken. Ook komen de nieuwsartikelen naar boven wanneer iemand binnen SharePoint van de zoekfunctie gebruikmaakt. Dit is beide niet het geval bij links onder Uitgelicht. Deze zijn dan ook letterlijk even uitgelicht.

Omdat er geen archief bestaat van de Uitgelicht-artikelen, is het lastig om hier een analyse op te doen. Wel is het mogelijk om uit ervaring te spreken over de periode waarin het onderzoek is gedaan. Zo bevat Uitgelicht regelmatig links naar artikelen die op de externe site van ProRail zijn gepubliceerd. Ook verschijnen hier links naar artikelen van een krant of een nieuwssite die bijvoorbeeld over het spoor gaan of betrekking hebben op ProRail. Wat ook veel gebeurt, is dat een collega een artikel intern publiceert op een pagina in eigen beheer en vervolgens aan het contentteam vraagt om dit artikel onder Uitgelicht te plaatsen. Hierdoor kan een artikel dat niet nieuwswaardig genoeg is wel op Focus komen. Harde afspraken over wanneer iets nieuws is en wanneer iets geschikt is voor Uitgelicht zijn echter niet binnen de organisatie te vinden.

De onderwerpen op Uitgelicht overlappen ook regelmatig met de onderwerpen onder het nieuws. Zo verschijnen er wel eens HR-artikelen onder Uitgelicht en zijn thema's als duurzaamheid en vitaliteit ook op beide plakken te vinden. Blijkbaar is het onderscheid vooral gebaseerd op de nieuwswaarde van een artikel en de relevantie voor alle collega's. Een voorbeeld is het testprogramma ETMET RoSA: elke tien minuten een trein, tussen Rotterdam, Schiphol en Arnhem. Deze test vond een aantal weken elke woensdag plaats. De aanloop van het traject en de eerste testdagen leverden verschillende Focusartikelen op, gepubliceerd onder nieuws. Op een gegeven moment kwam er echter niet meer elke woensdag een nieuwsartikel, maar verscheen er een stuk op het kanaal 'VL op Koers', met een link onder Uitgelicht (zie bijvoorbeeld Afbeelding 2).

Het aantal weergaves van artikelen op Uitgelicht is niet systematisch bijgehouden. Van externe artikelen is het vaak lastig om het aantal weergaves te achterhalen, dit zegt daarnaast weinig over het aantal kliks vanuit ProRail. Voor interne artikelen binnen ProRail is wel het aantal weergaves te zien, maar omdat niet wordt bijgehouden welke artikelen onder Uitgelicht hebben gestaan is dit lastig om te analyseren. Uit eigen ervaring en rondvraag bij collega's blijkt wel dat berichten onder Uitgelicht beduidend minder vaak worden geopend dan berichten onder Nieuws. Dit is te verklaren door het feit dat deze artikelen over het algemeen relevant zijn voor minder collega's en wat langer zijn waardoor het meer tijd kost om te lezen.

Het is van tevoren niet duidelijk of een artikel een externe site opent of een intern artikel.

Ook staat er geen eerste regel van een artikel in beeld, en de afbeeldingen zijn een stuk kleiner weergegeven dan bij het nieuws. Een lezer weet dus minder goed wat hij kan verwachten bij een artikel onder Uitgelicht. Het onderwerp moet voornamelijk blijken uit titel. Pas door te klikken, ontdekt iemand wat erachter zit. Omdat de nieuwsartikelen meer voorinformatie bevatten, groter en meer naar links in beeld zijn, vragen deze meer aandacht dan de artikelen onder Uitgelicht. De achterliggende inhoud is gemakkelijker te bepalen en dit stimuleert dan ook meer om op een nieuwsartikel te klikken dan op een artikel onder Uitgelicht.

## **2.6 Deelconclusie en vooruitblik**

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag over welke onderwerpen ProRail op Focus communiceert en welke onderwerpen het meest worden gelezen. Hiervoor is een corpus verzameld van 125 Focusberichten tussen oktober 2020 en september 2021. Op basis van deze artikelen zijn acht categorieën geformuleerd die de inhoud van de artikelen weergeven.

Op Focus verschijnen twee soorten teksten. Aan de ene kant is dit functionele informatie waarbij de inhoud van het artikel concreet iets betekent voor een werknemer (Hybride en Corona, HR, Evenementen en Sociale informatie). Aan de andere kant is dit interne corporate informatie waarbij de artikelen de strategie en visie van de organisatie verbeelden en betrokkenheid bij de organisatie stimuleren (Management, Thema's, Spoor en stations en Politiek en media). Op Focus verschijnen vaker corporate artikelen dan functionele artikelen, de functionele artikelen worden wel vaker bekeken. Voornamelijk onderwerpen vanuit HR of over collega's hebben gemiddeld het hoogste aantal lezers en krijgen ook de meeste reacties en vragen. Artikelen over politiek en media krijgen gemiddeld het minste aantal lezers.

Naast het aantal weergaves per categorie is ook gekeken of de dag van publicatie en het aantal artikelen per dag invloed hebben op het aantal collega's dat een artikel opent. Het blijkt dat een artikel, gepubliceerd op een maandag, gemiddeld het vaakst bekeken wordt. Een artikel op een dinsdag krijgt de minste aandacht. Verder bestaat er geen verband tussen het aantal artikelen per dag en het aantal lezers. Of er één, twee, drie of vier artikelen op dezelfde online komen maakt dus niet uit voor het gemiddeld aantal weergaven of personen dat het artikel opent.

Het is nu bekend welke onderwerpen op Focus staan en wat meer of minder gelezen wordt. Het volgende hoofdstuk bekijkt het perspectief van de werknemers waarbij zestien werknemers uit verschillende afdelingen van de organisatie in een interview vertellen over hun ervaring en behoeften aan nieuws op Focus. Op deze manier is het mogelijk om een conclusie te trekken over de vraag of wat er op Focus staat ook aansluit op de behoeften van werknemers.

### 3. Het perspectief van de werknemer

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de deelvraag welke behoeften werknemers hebben aan nieuws op Focus. Om de behoefte van werknemers in kaart te brengen, is met zestien werknemers uit de organisatie een interview gehouden en een korte hardop-werkopdracht gedaan.

#### 3.1 Participanten en procedure

Alle participanten zijn medewerkers van ProRail met een kantoorfunctie. Hierbij is zoveel mogelijk geprobeerd om tot een goede representatie van de verschillende afdelingen te komen. Het grootste deel van de organisatie valt onder de bedrijfseenheid operatie. De meeste participanten komen dan ook uit deze groep: projecten (3), capaciteitsmanagement (3), assetmanagement (3), ICT (2), verkeersleiding (2). De overige afdelingen zoals HR en Recruitment vallen onder de bedrijfseenheid directie (3). Van de participanten hebben negen deelnemers een managementfunctie. De afdeling communicatie is niet meegenomen in dit deel van het onderzoek, omdat de meeste collega's die hier werkzaam zijn zelf een rol spelen bij de communicatie via Focus en in een later hoofdstuk aan het woord komen.

Bij de selectie is rekening gehouden met het aantal keer dat participanten eerder hebben deelgenomen aan projecten van de communicatieafdeling. Hierbij ging de voorkeur uit naar collega's die zo min mogelijk bekend waren bij communicatie en daardoor niet vanzelfsprekend het beeld uit eerdere onderzoeken onder werknemers zouden bevestigen. Daarnaast is kans dat collega's hun mening positiever verwoorden dan eigenlijk het geval is, kleiner bij werknemers die minder bekend zijn met de collega's van communicatie dan bij bekenden. Uiteindelijk zijn er zestien interviews gehouden met medewerkers uit de organisatie. Hierbij is vooraf geen specifieke volgorde bepaald, de beschikbaarheid van de participanten was hierin bepalend.

Het aantal interviews is vooraf niet vastgelegd. De uitnodiging (Bijlage 3) is in eerste instantie verstuurd naar tien mensen. Hiervan hebben zeven mensen aangegeven mee te willen werken. Na de eerste interviews bleek zeven niet genoeg om een compleet beeld te krijgen. Daarom is een volgende groep van 10 mensen uitgenodigd waarvan er negen wilden meewerken. Uiteindelijk bleek zestien interviews ruim voldoende om verschillende perspectieven en ideeën in kaart te brengen. De hoeveelheid nieuwe informatie nam bij de laatste interviews dusdanig af dat het bij dit aantal interviews is gebleven.

Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te bevorderen zijn alle interviews met toestemming van de participanten opgenomen en tekstueel uitgewerkt (Baarda & van der Hulst, 2012). Aan de participanten is toegezegd dat de interviews anoniem in het verslag worden opgenomen. Daarnaast hebben alle geïnterviewden de kans gekregen om het transcript van het interview in te zien om dingen toe te voegen of toe te lichten. Slechts één participant heeft achteraf een opmerking toegevoegd over een zin die niet correct was getranscribeerd. Alle geïnterviewden zijn ermee akkoord dat het transcript als bijlage aan het onderzoek wordt toegevoegd en wordt bewaard volgens de geldende regels van de universiteit.



## 3.2 De vormgeving van de interviews

Er is gekozen voor een open interviewstructuur. Hierbij valt relatief veel informatie te verkrijgen in een korte tijd en is het mogelijk om direct door te vragen als daar aanleiding toe is (Baarda & van der Hulst, 2012). Om structuur te geven aan het interview is wel een interviewschema opgesteld (Bijlage 4). Er is gekozen voor een halfgestructureerd interview met een checklist van onderwerpen waarbij de volgorde afhankelijk is van hoe het gesprek loopt (Baarda & van der Hulst, 2012). Het interview is ingedeeld van breed naar smal, waarbij aan het begin algemene vragen worden gesteld over het platform en de inhoud. Later in het gesprek zijn meer specifieke onderwerpen geformuleerd. Hiervan bestaat de kans dat de participant deze al eerder heeft benoemd. Uit de interviews kwamen ook onderwerpen naar voren die nog niet in het schema stonden. Deze zijn tijdens het onderzoeksproces aan het interviewschema (Bijlage 4) toegevoegd en meegenomen bij de resterende interviews.

Het interview begint met een hardop-werkopdracht. Dit is een manier van onderzoek waarbij de onderzoeker meekijkt terwijl de participant hardop een tekst leest en hierbij verbaliseert wat hij of zij denkt en vindt (De Jong & Schellens, 1995). Deze vorm van onderzoek is veelgebruikt als pretestmethode en geeft voornamelijk inzicht in de cognitieve processen van proefpersonen tijdens de uitvoering van een breed scala aan taken, waarbij het niet primair gaat om inzicht in deze cognitieve processen, maar om zicht op de kwaliteit van communicatiemiddelen (Van den Haak, De Jong & Schellens, 2003). Over het algemeen gaat deze methode ervan uit dat een gebruiker een doel moet bereiken, zoals het vinden van bepaalde informatie. In het geval van Focus is het doel van de gebruiker waarschijnlijk om zich te informeren over wat er binnen ProRail speelt. Het is ook mogelijk dat het doel ontbreekt en een gebruiker per toeval op de nieuwspagina terecht komt.

Een hardop-werkopdracht kan, in het geval van Focus, voornamelijk informatie verschaffen over de keuzes die gebruikers maken in de selectie van artikelen die ze wel of niet lezen. Daarnaast geeft deze methode aan de hand van praktische voorbeelden inzicht in de mening van de gebruikers over de inhoud, vormgeving en infrastructuur van Focus. Doordat het interview begint met een open opdracht hebben de vragen uit het interviewschema geen invloed op de onderwerpen waar de participanten zelf over beginnen. De halfgestructureerde vorm van de interviews maakt het mogelijk om latere vragen aan te passen aan de informatie die een participant zelf al heeft benoemd.

## 3.3 Resultaten

De transcripten van alle interviews zijn opgenomen in Bijlage 5. Hier is per interview ook de functie en afdeling van de participant te vinden. Tekst van de interviewer is aangegeven met een I, tekst van de respondent met een R. Elke vraag met bijbehorend antwoord is daarnaast genummerd om gemakkelijk naar de betreffende zinnen in het transcript te kunnen verwijzen. Om tot de resultaten te komen zijn alle interviews naast elkaar gelegd waarbij per relevant onderwerp is gekeken wat de respondenten 'gemiddeld' als antwoord gaven. Er is geprobeerd zoveel mogelijk de nuance in de antwoorden te bespreken zonder te veel in details te treden. Naast dat per

onderwerp naar de interviews is gekeken, is ook gekeken naar verbanden tussen verschillende onderwerpen per participant.

De komende alinea's bespreken systematisch de verschillende onderwerpen uit de interviews waarbij voorbeelden worden aangehaald die exemplarisch zijn voor de resultaten van de interviews. Het eerste onderwerp is het gebruik van Focus en gaat in op de vraag wanneer en op welke manier werknemers Focus gebruiken. Daarna komen de inhoud van het platform en de vormgeving van het platform aan bod. Als laatste is er een aantal resultaten dat niet direct bijdraagt aan het beantwoorden van de deelvraag, maar wel in de interviews naar voren komt. Deze bijvangst levert relevante informatie op over de interne communicatie van ProRail en wordt daarom wel beschreven.

### **3.3.1 Het gebruik van Focus**

Wanneer werknemers bij ProRail hun computer opstarten, opent automatisch de SharePoint-site met de Focusnieuwpagina. Uit de interviews blijkt dat een aantal van de werknemers dit moment gebruikt als start van de dag om zich even kort in te lezen in het nieuws:

*'R5: Ik check eigenlijk altijd 's ochtends wel even Focus omdat je toch wel even benieuwd bent naar nieuws, of Corona of dat soort dingen. Ik vind het ook altijd leuk, ik lees eigenlijk altijd alle nieuwsberichtjes wel even om ook de betrokkenheid naar andere dingen die spelen te volgen. En als ik vakantie heb gehad dan scrol ik weer even terug. Dan doe ik 'alles weergeven'. En dan heb je in één overzicht wat er allemaal is gebeurd'. (Bijlage 5, interview 7)*

Een deel kijkt enkel naar de vier nieuwsartikelen, een deel kijkt verder bij Uitgelicht en scrolt naar beneden om artikelen uit de organisatie te bekijken. Voor wie niet direct op Focus kijkt, zijn het de momenten dat ze SharePoint bezoeken voor andere functionaliteiten dat ze toevallig de nieuwspagina tegenkomen. Bijvoorbeeld de link naar het HR-plein of informatie over collega's is te vinden via de Focuspagina. Wie niet het doel heeft om iets op Focus te lezen scrolt ook niet actief naar beneden naar andere onderdelen van de pagina zoals Yammer of de artikelen 'Uit de organisatie'.

De mate waarin gebruikers actief het nieuws opzoeken verschilt tussen de zestien geïnterviewden. Een klein aantal geeft aan vrijwel alles te lezen en artikelen ook actief terug te zoeken via de 'alles weergeven' knop wanneer ze een tijdje niet op Focus hebben gekeken. Ook een klein deel geeft aan vrijwel niets te lezen. De meesten zitten hier tussenin. Op basis van de titel en de eerste regel van de tekst maken mensen de keuze om een artikel te openen of niet. Hierbij speelt voornamelijk de mate van relevantie voor hun eigen werk of directe omgeving een rol. Een enkeling geeft aan ook de afbeelding van het artikel mee te nemen in de overweging om het artikel wel of niet te openen:

*'R5: Ik klik pas op een artikel als de titel of het plaatje interessant is. Ik ben heel visueel ingesteld dus vooral het plaatje. [...] Voor je het weet ben je een uur lang aan het*

*klikken en aan het lezen op Focus en heb ik eigenlijk nog helemaal geen donder uitgevoerd.’ (Bijlage 5, interview 1)<sup>3</sup>*

De meeste respondenten vinden de titels prima en geven aan voldoende informatie te krijgen om gemakkelijk in te schatten wat het onderwerp van een artikel is. Toch geven sommigen ook aan dat titels niet altijd even concreet de inhoud van het artikel weergeven. Ook sluiten de gekozen afbeeldingen niet altijd goed aan op de inhoud van het artikel. De participant in interview twaalf noemt het artikel in Afbeelding 4 als voorbeeld van een afbeelding die weinig zegt over de inhoud en niet aanspoort om het artikel te lezen. Ook is deze werknemer kritisch op de titels:

*‘R27: [Hoe gaat het nu in Glasgow] Dan denk ik ja, ‘Hoe gaat het nu in Glasgow’? Weet ik niet. Regent het? Dus ja, ik had vorige week even gekeken en toen kwam ik er ook een aantal tegen waarvan ik dacht, wat zit daar voor informatie achter? Geen idee.’ (Bijlage 5, interview 12)*

Afbeelding 4.



Focus

### Extra maatregelen personeelstekort Verkeersleiding

ProRail gaat extra maatregelen nemen om het personeelstekort bij Verkeersleiding tegen te gaan.



Focus redactie 4 november  
1954 weergaven

Uit interview drie blijkt ook dat de titels zich wellicht meer kunnen richten op de behaalde resultaten:

*‘R18: Ik zou het leuk vinden als we de titels meer pakkend maken met het resultaat dat is behaald. ‘Activiteiten in Naardermere’ dat zegt mij helemaal niets. Als we zeggen ‘Fantastisch resultaat in Naardermere’ dat is anders. Als je begrijpt wat ik bedoel. [...] Als je nou iets had gezegd van ‘delegatie ExCo super onder de indruk van werkzaamheden Naardermere’ dan denk ik van oh er gebeurt daar kennelijk iets bijzonder goed en dan is het wellicht wel nuttig om even te lezen.’ (Bijlage 5, interview 3)*

Deze alternatieve titel spreekt de geïnterviewde meer aan en roept vragen op waardoor deze werknemer het artikel wellicht eerder zou openen.

De meesten lezen een artikel voornamelijk scannend door wanneer ze er eenmaal op hebben geklikt. Mocht een artikel dan erg interessant of relevant blijken, dan krijgt het stuk wat meer aandacht. De teksten voldoen over het algemeen ook aan deze behoefte: een heldere structuur en duidelijke kopjes maken het mogelijk om snel door een tekst heen te gaan en de boodschap eruit te pikken. De stijl van de teksten leest prettig. Meestal zijn de artikelen ook niet te lang, een uitzondering daargelaten. Wanneer een stuk uit te veel alinea's of kolommen bestaat

<sup>3</sup> Dit citaat is samengesteld vanuit R4, I5 en R5 (Bijlage 5, interview 1).

schrikt dit de geïnterviewden wel af om het te lezen. Men wil eigenlijk in één oogopslag kunnen zien of het stuk daadwerkelijk relevant is en of het niet te veel tijd kost om te lezen. Inhoudelijk moet het echter wel compleet zijn:

'R9: *Ja want het kan ook dat het een heel kort artikel is en dan denk ik er staat eigenlijk niets. [...] En dan roept het meer vragen op dan dat je beantwoord krijgt. En dan denk ik ja waarom blijven ze hier zo abstract over zeg maar.'* (Bijlage 5, interview 2)

De regelmaat waarmee nieuwe artikelen verschijnen, vinden de meesten ook goed. Uit de bureauanalyse van Focus bleek al dat er per dag maximaal vier artikelen worden gepubliceerd. Doordat er ook vier artikelen op de nieuwspagina van Focus staan krijgen gebruikers in principe alles mee wanneer ze één keer per dag op Focus kijken. Van de participanten die niet dagelijks op Focus kijken, gebruikt slechts een deel de 'alles weergeven' knop om terug te zoeken wat ze wellicht hebben gemist.

Een enkeling geeft wel aan dat het lastig is om Focus bij te houden wanneer er maar weinig tijd is. Hierbij komt de suggestie naar voren om specifieke artikelen langer te laten staan wanneer ze belangrijk zijn:

'R17: *Als je één keer in de twee, drie dagen kijkt dat je dan in principe wel de kans hebt om alles gezien te hebben. Ik bedenk dus niet, tenzij ik van vakantie terugkom, om dan op die 'alles weergeven' te klikken.'* (Bijlage 5, interview 10)

Uit de interviews blijkt wel dat belangrijke informatie ook via collega's of een manager de juiste mensen bereikt. Het missen van een artikel wordt dus nooit als een groot probleem ervaren. Een deel zoekt een artikel achteraf wel terug wanneer ze ontdekken dat ze informatie hebben gemist. Ook sturen sommigen relevante artikelen door naar collega's.

### **3.3.2 Inhoud van de artikelen**

Lang niet alle artikelen zijn in de praktijk relevant voor iedereen, blijkt wanneer de geïnterviewden hardop langs een aantal artikelen lopen:

'R6: *[Update stand van zaken migratie mailbox] Oké, nou, die updates, nee... [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Gun jezelf tijd voor je gezondheid ook niet. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] ERTMS is ver van mijn bed. [Eerste Circulair Inkoop Academy succesvol afgerond] Nou ja, sorry hoor, maar over de circulaire inkopen ga ik ook niet lezen. [Hoe gaat het nu in Glasgow?] Glasgow, de klimaatrein, nee, lees ik niet. Het zal wel. Wat erg. [Storing interne mailbox] Die storing zal wel opgelost zijn vermoed ik. [Ans Rietstra vanavond bij talkshow OP1] Ans heb ik gemist bij OP1. Dat vind ik dan altijd wel erg. Dat wist ik niet.'* (Bijlage 5, interview 13)

Toch vinden gebruikers de afwisseling in onderwerpen wel prettig. De samenstelling van de verschillende onderwerpen door elkaar laat de diversiteit van de organisatie zien:

*'R15: Wat ik charmant aan [de diversiteit] vind, niet alles is voor mij even interessant en relevant, maar dat maakt geen reet uit, want volgens mij is dit een hele toffe mix waar elke dag opnieuw voor iedereen wel iets tussen zit.'* (Bijlage 5, interview 13)

De geïnterviewden geven aan dat het goed is om af en toe iets te lezen over een onderwerp waar je misschien niet dagelijks mee bezig bent. En zelfs als een werknemer besluit het onderwerp niet te lezen, kan de titel of een afbeelding er wel voor zorgen dat er bewustzijn is van bijvoorbeeld projecten, pijlpalen of veranderingen in de organisatie.

De geïnterviewden geven vrijwel unaniem aan dat de kracht van Focus is dat men op de hoogte is van wat er speelt in de organisatie. Dit stimuleert de betrokkenheid en zorgt ervoor dat werknemers zich onderdeel van de organisatie voelen:

*'R10: Ja ik vind het heel fijn dat informatie op één site te vinden is en dat er verbinding op die site kan worden gezocht met elkaar. En het nieuws, de dingen die iedereen ProRailbreed aangaan, dat die daarop verschijnen want anders kom je er zelf ook niet achter. Die informatievoorziening die vind ik wel heel belangrijk.'* (Bijlage 5, interview 6)

Inhoudelijk hebben sommige werknemers nog wel wensen. Uit interview drie komt bijvoorbeeld een voorstel naar voren om de inhoud meer aan te laten sluiten op de doelen die ProRail wil bereiken:

*'R24: Wat mij betreft mogen [de artikelen] nog wel iets meer [...] worden gebruikt om mensen en prestaties in het zonnetje te zetten. Het is wat mij betreft nog af en toe iets te veel een opsomming van hetgeen dat we doen buiten. [...] Terwijl het eigenlijk mooi zou zijn als het medium ook aanzet tot onze doelen ten aanzien van presteren, ontwikkelen, samenwerken.'* (Bijlage 5, interview 3)

In dit voorbeeld komt de wens naar voren dat de doelen van ProRail centraler naar voren mogen komen in de artikelen. Uit interview zes komt ook de wens naar de voren om het nieuws minder centraal te stellen, met de werknemer achter het verhaal als alternatief:

*'R13: Ik zou het ook wel leuk vinden als er meer persoonlijke dingen in komen te staan. Het hoeft niet alleen maar over ProRail te gaan, maar ook eens de mens daarachter.'* (Bijlage 5, interview 6)

Door de werknemer achter het verhaal meer in beeld te brengen wordt een artikel persoonlijker en vanzelf ook relevant voor meer werknemers, het gaat immers om een collega.

Geen van de geïnterviewden maakt gebruik van de mogelijkheid om een reactie te plaatsen onder de berichten. Hoewel de meesten aangeven dit af en toe wel te lezen en hier ook de waarde van in te zien, plaatsen ze zelf nooit commentaar. Een aantal participanten benoemt dat dit vooral onderlinge discussie oplevert waar ze eigenlijk geen tijd voor hebben. De participant

in interview vier gaat hier dieper op in en geeft aan dat reacties op artikelen ook nauwelijks worden opgepakt vanuit communicatie. Dit stimuleert niet om een volgende keer wel een vraag te stellen of opmerking te plaatsen. Juist een platform als Focus biedt de mogelijkheid om met elkaar het gesprek aan te gaan:

*'R21: Nou ik vind als je iets openstelt voor discussie dan moet je daar per definitie op reageren.'* (Bijlage 5, interview 4)

Een enkeling geeft aan wel eens een like te geven aan een bericht, maar de meesten doen dit niet.

### **3.3.3 Vormgeving van het platform**

De artikelen die op Focus verschijnen zijn op dit moment chronologisch geordend, het meest recente artikel bovenaan. In de interviews is gevraagd of de manier waarop de artikelen nu worden aangeboden handzaam is, of dat er eigenlijk behoefte is aan een andere vorm. Veel participanten spreken in de interviews over een meer gepersonaliseerde manier van aanbieden. Toch is slechts een enkeling hier echt enthousiast over. Dit sluit ook aan op wat de participanten benoemen als de kracht van Focus: betrokkenheid bij de hele organisatie. Een veel voorkomend argument is dat een gepersonaliseerde weergave van het nieuws ervoor zorgt dat werknemers weinig meer meekrijgen van ProRail buiten het eigen werkterrein om.

Een andere kwestie die uit de interviews naar boven komt is de vraag of bepaalde artikelen langer bovenaan moeten blijven staan wanneer deze belangrijk zijn. Hierover zijn de meningen verdeeld. Een deel geeft aan het juist prettig te vinden dat niemand van communicatie bepaalt wat voor hen belangrijk is en wat niet. Aan de andere kant verwacht men van bepaalde onderwerpen wel een bepaalde zichtbaarheid. Zo komt er een voorbeeld langs van een condoleancebericht dat vrij snel naar onderen verdween. Samengevat geven de werknemers die de behoefte hebben om veel te lezen aan hun weg op dit moment wel te vinden. De mensen die minder willen lezen hebben nauwelijks last van het feit dat ze soms iets missen. De overweging om een artikel langer in beeld te houden, ligt dan dus bij de zenderkant, mocht de afdeling communicatie graag willen dat een bepaald artikel langer zichtbaar blijft.

Toch speelt er wel een behoefte bij werknemers aan meer mogelijkheden om informatie van elkaar te kunnen onderscheiden. Mensen willen niet alleen maar persoonlijk relevante informatie krijgen, maar het liefst willen ze wel worden geholpen in het maken van keuzes. Dit betekent voornamelijk dat ze meer informatie over de achtergrond van een artikel willen, waarbij een artikel niet een losstaande tekst is maar zich bevindt in een netwerk:

*'R25: De kracht van Focus, van SharePoint, is het koppelen van gegevens aan elkaar. Je wil meer lezen, je wil meer informatie, eigenlijk wil je doorverwezen worden naar een volgende pagina.'* (Bijlage 5, interview 5)

Hoewel alle informatie op focus en binnen SharePoint te vinden is, kan het de gebruiker makkelijk worden gemaakt om relevante informatie boven water te krijgen.

De meeste participanten geven bijvoorbeeld aan dat het prettig zou zijn als het vaker

mogelijk is om door te klikken naar achterliggende pagina's, meer informatie of relevante artikelen. De meesten noemen de simpelheid van de artikelen als toegevoegde waarde van het huidige Focus maar geven aan dat de mogelijkheid om door te klikken hen in elk geval niet in de weg zit en bij bepaalde artikelen relevant kan zijn. Een aantal participanten geeft aan wel eens een artikel terug te zoeken wanneer ze iets terug willen lezen. Op zo'n moment vinden ze het prettig wanneer ze ook achtergrondinformatie kunnen vinden en hier niet zelf naar op zoek moeten:

*'R33: Als het een artikel is vanuit, nou ja, zoals migratie voor die mailboxen, dat je dan een linkje hebt naar die IT-afdeling of naar de ICT-pagina. Dan maak je het ook iets makkelijker voor mensen. En ik denk vooral voor nieuwe medewerkers. Dat het fijn is als het wat logischer is ingedeeld.'* (Bijlage 5, interview 14)

Ook geeft een aantal participanten aan dat het soms lastig kan zijn om de juiste contactpersoon voor bepaalde informatie te vinden. Een voorbeeld hiervan is dat de Focusredactie de artikelen publiceert met 'Focus-redactie' als eigenaar van het artikel. Een enkele keer staat er iemand in de tekst genoemd als contactpersoon, maar het is ook mogelijk om Focus als eigenaar te vervangen door een contactpersoon achter het onderwerp. Heel af en toe heeft een artikel ook een balk boven de titel met daarin het project of de afdeling van waaruit het initiatief van het artikel komt. Dit soort informatie geeft context aan het artikel. Een aantal participanten geeft aan dit prettig te vinden:

*'R6: Ik kijk naar de titel [Noord-Nederland met nieuw treinbeveiligingssysteem klaar voor de toekomst]. En dan [...] kan [ik] niet zien van welke afdeling het is. Van welk bedrijfsonderdeel. Dat maakt het lastiger. [...] Is het management, is het ProRail-stations, ICT?'* (Bijlage 5, interview 5)

Een deel van de participanten maakt ook gebruik van de sociale media van ProRail. Hoewel deze communicatie voornamelijk voor externen is bedoeld, staat dit wel in een bepaalde relatie tot Focus:

*'R25: Naast Focus maak ik ook veel gebruik van sociale media van ProRail. Daardoor krijg ik ook veel nieuws binnen. Dat is best wel een heel fijn kanaal want dan kan ik buiten mijn werktijd om gewoon eens even lezen hoe het is met de rest van het bedrijf zonder dat ik met mijn werk bezig hoeft te zijn.'* (Bijlage 5, interview 1)

De meesten maken hier echter weinig gebruik van. Ook geeft vrijwel iedereen aan Focus niet op een telefoon te gebruiken. Voor sommigen is deze functie zelfs onbekend. Wanneer de participanten een vraag krijgen over de mogelijkheid om vanuit Focusartikelen door te klikken naar bijvoorbeeld een relevant Instagrambericht of een artikel op de reguliere website van ProRail geven de meesten aan dit wel degelijk interessant te vinden. Een van de redenen hiervoor is dat werknemers het ook prettig vinden om een beeld te krijgen van hoe ProRail zich als organisatie aan de buitenwereld presenteert.

Een ander punt dat naar voren komt in de interviews is de indeling van de hoofdpagina.



Deze wordt niet altijd begrepen: de meeste participanten kunnen het verschil tussen artikelen onder Nieuws en onder Uitgelicht niet goed benoemen. Sommigen denken dat artikelen eerst als nieuwsbericht online komen te staan en later doorschuiven naar Uitgelicht. Anderen denken dat berichten onder Uitgelicht simpelweg minder belangrijk zijn. Ook zijn er participanten die het idee hebben dat het nieuwsartikel aan de linkerkant dat groter in beeld is ook belangrijk is dan de drie artikelen die kleiner in beeld zijn. De meesten realiseren zich wel dat wat eerst als nieuwsartikel op Focus staat, later terug te vinden is onder 'alles weergeven'.

### **3.3.4 Bijvangst**

Omdat de interviews een vrij open structuur hadden met veel ruimte voor eigen inbreng van de participanten, is ook een aantal dingen boven water gekomen dat niet direct aansluit op de vragen vanuit het onderzoek. Een daarvan is dat gebruikers het soms lastig vinden om bepaalde informatie te vinden. Wanneer Focus opent, verschijnt er boven in beeld een zoekbalk. Omdat de Focuspagina een site binnen SharePoint is, levert deze zoekfunctie ook alleen resultaten op vanuit de sites:

*'R20: Kijk, ik snap hier staat wel: 'Zoeken in nieuws', dus waarschijnlijk moet ik dan hier staan [HR-plein] en dan CAO intikken. Maar ja, je komt op de homepage, je wil iets hebben en dan wil je kunnen zoeken. En dan moet hij eigenlijk gewoon alles pakken en niet alleen maar de nieuwspagina.'* (Bijlage 5, interview 14)

Ook komt uit de interviews naar voren dat sites vanuit de organisatie niet altijd goed worden bijgehouden en het ook daardoor lastig kan zijn om informatie te vinden. In interview 14 komt bijvoorbeeld naar voren dat een organogram van een afdeling erg lastig te vinden is. Aan de ene kant omdat het niet duidelijk is waar zo'n document zou moeten staan, aan de andere kant omdat interne sites of het organogram zelf niet altijd up-to-date zijn.

Ook geeft aan aantal participanten aan dat het niet volledig transparant is wanneer een artikel wel of niet Focus mag. Mensen willen bijvoorbeeld behaalde successen vieren en delen dit graag met de organisatie. Eenmaal in contact met communicatie lopen ze dan echter tegen een dichte deur aan:

*'R12: Nou wat ik jammer vind is dat er een hele sterke regie is van de redactie op wat wel of niet op Focus komt. En dat heb ik zelf natuurlijk ervaren maar dat hoor ik overal uit de organisatie. Dat als de redactie het niet nieuwswaardig vindt, dan mag het niet op Focus. [...] Ik zou daar wel wat concretere richtlijnen voor willen hebben.'* (Bijlage 5, interview 2)

Als laatste komt uit twee interviews naar voren dat werknemers in ploegendienst zich niet gerepresenteerd voelen op Focus. Hoewel deze groep niet is meegenomen in dit onderzoek, komt uit interview 4 en interview 15 naar voren dat het nieuws op Focus zich voornamelijk richt op de kantoormedewerker. Deze geïnterviewden zijn beide werkzaam op de afdeling verkeersleiding waar veel collega's in ploegendienst werken. Deze afdeling heeft haar eigen pagina 'VL op Koers'

waarin relevante informatie voor deze afdeling meer aan bod komt. Toch komt uit interview 4 en 15 naar voren dat collega's in ploegendienst zich graag meer gerepresenteerd zouden zien op Focus.

### **3.4 Deelconclusie en vooruitblik**

Dit hoofdstuk geeft antwoord op de deelvraag welke behoeften werknemers hebben aan nieuws op Focus. Om deze vraag te beantwoorden zijn zestien interviews gehouden met werknemers uit verschillende afdelingen van de organisatie. De participanten geven veelal aan Focus te gebruiken als dagstart. De belangrijkste waarde van Focus vindt men dat het een simpele en toegankelijke manier is om op de hoogte te zijn van wat er speelt in de organisatie buiten de eigen afdeling om. Men vindt de interne corporate communicatie via Focus dus belangrijk (Welch & Jackson, 2007). Dit is opvallend omdat juist de functionele informatie gemiddeld meer lezers trekt.

De werknemers missen over het algemeen geen belangrijke informatie. Ze openen een artikel enkel wanneer het relevant of interessant is en lezen het artikel dan scannend door. Hierbij baseren ze zich op de titel, afbeelding en eerste regel van het artikel. Een aantal participanten geeft aan dat de titels en afbeeldingen scherper kunnen om het gemakkelijker te maken de inhoud van een artikel te achterhalen. Ook mag hierin de trots van ProRail meer naar voren komen. Inhoudelijk geven participanten daarnaast aan dat de artikelen minder als nieuws kunnen worden gepresenteerd en de doelen van ProRail en de relevantie voor de werknemer soms meer naar voren mogen komen.

De participanten vinden het prettig dat er veel verschillende onderwerpen naast elkaar staan en dat er niemand bepaald wat voor hen belangrijk is of niet. Wat precies het verschil is tussen nieuwsberichten en Uitgelicht kon geen van de participanten precies uitleggen. Men weet niet zo goed wat ze van een bericht onder Uitgelicht kunnen verwachten. Deze berichten lezen de meesten dan ook minder vaak. Wanneer werknemers een artikel lezen hebben de meesten wel behoefte aan meer mogelijkheden om door te klikken naar relevante informatie of aan informatie van collega's die inhoudelijk meer over het onderwerp weten. Uit de literatuur bleek al dat mensen informatie via een link in de tekst makkelijker kunnen vinden dan via een menu en dit komt dus ook in de interviews naar voren (Wei et al., 2005).

Met de behoeften van de werknemers in het achterhoofd gaat het volgende hoofdstuk in op de laatste deelvraag waarin de afdeling communicatie centraal staat. Dit hoofdstuk reflecteert op wat de communicatieadviseurs en het contentteam met Focus willen bereiken en waar zij verbeterpunten zien. Met die informatie is het mogelijk om de wensen van werknemers en de doelen vanuit ProRail met elkaar te vergelijken om tot concrete aanbevelingen te komen.

## **4. Het perspectief van de afdeling communicatie**

Niet alleen het perspectief van de werknemer is een belangrijke factor om het platform Focus te evalueren. Ook de keuzes van de afdeling communicatie zijn belangrijk om hierin mee te nemen. Daarnaast is het van belang om te kijken naar de communicatieve doelen die men met Focus wil behalen om vervolgens iets te kunnen zeggen over de mate waarin deze doelen aansluiten op de behoeften van werknemers. De deelvraag die binnen dit hoofdstuk centraal staat is op welke manier de corporate communicatieadviseurs en het contentteam Focus op dit moment inzetten en welke doelen ze met dit platform willen behalen.

Dit hoofdstuk beschrijft een focusgroep met participanten van de het team corporate communicatie. Vervolgens komen twee interviews met participanten uit het contentteam aan bod. De resultaten uit deze deelonderzoeken samen maken het mogelijk om een conclusie te trekken over de visie op Focus van de afdeling communicatie.

### **4.1 Corporate communicatie**

De afdeling corporate communicatie houdt zich bezig met de strategische onderwerpen van ProRail. Elke adviseur heeft thema's en onderwerpen waar hij of zij verantwoordelijk voor is en draagt zorg voor de communicatie rondom deze thema's. Elke week komen de adviseurs bij elkaar en bespreken ze waar iedere adviseur individueel mee bezig is en op welke punten ze elkaars hulp kunnen gebruiken. De adviseur interne communicatie maakt deel van dit team maar is niet verantwoordelijk voor alle interne communicatie. Elke adviseur is verantwoordelijk voor de interne communicatie van zijn of haar eigen thema's.

#### **4.1.1 Methode en respondenten**

Om in beeld te krijgen van wat de afdeling corporate communicatie met Focus wil bereiken en welke mogelijke verbeterpunten er zijn is een focusgroep georganiseerd. Het voordeel van een focusgroep ten opzichte van een interview is dat de interactie tussen de deelnemers kan leiden tot nieuwe ideeën (Breen, 2007). De moderator kan hierbij bepaalde onderwerpen of thema's aandragen waarover de participanten onderling kunnen discussiëren. In de huidige focusgroep zijn de resultaten van de interviews met werknemers meegenomen met als insteek om na te denken over wat de communicatieadviseurs kunnen doen om dichterbij de wensen van werknemers te komen en hoe de corporate communicatieadviseurs meer visie op het platform kunnen krijgen.

Waar de interviews inzicht geven in individuele ervaringen, maakt de focusgroep het mogelijk om de communicatieadviseurs als groep te benaderen en inzicht te krijgen in het sociale proces tussen de adviseurs (Breen, 2007). Tijdens de focusgroep is het dan ook mogelijk om de adviseurs na te laten denken over hoe ze samen kunnen bijdragen aan verbeteringen van Focus.

De participanten zijn corporate communicatieadviseurs die aangaven het leuk te vinden om te mee te denken en beschikbaar waren. Een voorwaarde was dat de adviseur interne communicatie als participant aan de focusgroep deelnam. De richtlijn voor de focusgroep was vier tot zes mensen (Breen, 2007). In eerste instantie waren er zes participanten uitgenodigd maar twee deelnemers konden er op het laatste moment niet bij zijn. Dit leverde uiteindelijk vier

participanten op, inclusief de adviseur interne communicatie. Doordat het een kleine groep was, was het mogelijk om concrete punten te bespreken en de diepte in te gaan. De participanten zijn ermee akkoord dat de focusgroep is opgenomen en dat het transcript als bijlage aan dit onderzoek wordt toegevoegd en bewaard volgens de geldende regels van de universiteit. Het transcript van de focusgroep is te vinden in Bijlage 6. De moderator is aangeduid met een M, de vier participanten hebben de letters A t/m D gekregen.

De resultaten van de focusgroep zijn vervolgens besproken met het team corporate communicatie tijdens een weekoverleg. Hier waren elf adviseurs aanwezig, inclusief de teammanager. Dit bood de mogelijkheid om eventuele verbeterpunten van Focus en ideeën over de strategie van het platform voor te leggen aan de groep die dit in hun dagelijkse werk tot uiting moet brengen. Omdat het hierbij gaat om een inhoudelijke vergadering van ProRail is dit gesprek niet opgenomen en uitgewerkt.

#### **4.1.2 Resultaten**

In de volgende alinea's komt eerst het doel van corporate communicatie met Focus aan bod zoals dit uit de focusgroep naar voren komt. Vervolgens worden de praktische verbeterpunten van Focus besproken. Daarna wordt ingegaan op de sessie met het team corporate communicatie.

##### *Het doel van Focus*

De eerste vraag in de focusgroep is wat het doel van Focus is volgens de corporate adviseurs. In de basis blijkt het doel van Focus om een beeld te schetsen van wat er speelt in en buiten de organisatie: de werknemer informeren. Daarnaast speelt Focus een belangrijke rol in de interne corporate communicatie van ProRail. Naast informeren moet Focus dus ook de betrokkenheid bij en identificatie met de organisatie stimuleren en inzicht geven in veranderingen en ontwikkeling van de doelen van ProRail. Hoewel dit een gezamenlijk doel is van de afdeling communicatie komt uit de focusgroep naar voren dat elke corporate adviseur voornamelijk probeert om zijn of haar eigen thema in beeld te krijgen.

Een van de adviseurs stelt dat: 'de hoofdpagina [van Focus wordt] gezien als de voorpagina van een krant' (Bijlage 4, B10). Artikelen op Focus moeten dus de meest nieuwswaardige artikelen van dat moment zijn volgens de adviseur. Ook moet een bericht op Focus voor (bijna) alle collega's relevant of interessant zijn. De adviseurs geven aan dat de grens tussen wat wel en niet op Focus hoort in de praktijk echter helemaal niet zo duidelijk is.

Een voorbeeld hiervan is het artikel 'Een bijzondere verrassing voor meneer van Rooijen' (Afbeelding 5) waarin een buur van station Driebergen-Zeist wordt meegenomen op een rit in de Veluwsche Stoomtrein. Het artikel bevat een video waar de afdeling communicatie erg trots op is. Een van de adviseurs noemt het artikel pure promotie van de eigen afdeling, terwijl een andere adviseur benoemt dat het wel een leuk en aansprekend stuk is en ook relatief veel weergaves heeft. Onderling zijn de communicatieadviseurs het dus niet volledig eens over wanneer een artikel wel of niet op Focus hoort.

Afbeelding 5.

Voorbeeld van een artikel op Focus



Focus

Een bijzondere verrassing voor meneer Van Rooijen

De 79-jarige Richard van Rooijen stapte twee jaar geleden in de taxi richting de Inktpot om daar zijn plannen voor de opening van statio...



Focus redactie 7 dagen geleden  
1521 weergaven

Uit de interviews met de werknemers kwam al naar voren dat de richtlijnen van Focus onduidelijk zijn en dat het lastig is om een nieuwsartikel op het platform te krijgen. Dit komt ook in de focusgroep naar voren:

*'B10: Soms zijn er dingen die wij dan interessant of leuk vinden, waar wij heel enthousiast over zijn als communicatie. Die worden dan makkelijk geplaatst, waardoor het voor de rest van ProRail, soms niet altijd even duidelijk is wat nou de criteria zijn.'* (Bijlage 6)

Hoewel de adviseurs verantwoordelijk zijn voor de strategische inhoud is het contentteam eigenaar van het platform. De adviseurs geven dan ook aan dat het contentteam uiteindelijk bepalend is in wanneer een artikel geschikt is voor Focus of niet.

In de praktische uitvoering lopen de adviseurs tegen het probleem aan dat ze via Focus niet altijd alle collega's bereiken. Waar de functionele artikelen vanuit bijvoorbeeld HR of over corona over het algemeen veel weergaves opleveren, blijkt dat de corporate adviseurs moeite hebben met het lage aantal collega's dat hun artikelen leest:

*'C49: Ik kijk vooral vanuit duurzaamheid, mijn eigen thema, maar dan valt mij op dat je eigenlijk helemaal niet zoveel collega's bereikt. Als het dan gaat over iets van de cao [...] ja dan gaat het sky high.'* (Bijlage 6)

Het kan als adviseur dus lastig zijn om via Focus voldoende mensen te bereiken als het gaat om onderwerpen als duurzaamheid, vitaliteit of integriteit. De werknemers uit de organisatie noemden het aantal publicaties op Focus niet als een probleem. De communicatieadviseurs lopen in hun werk echter wel aan tegen de grote hoeveelheid informatie die op Focus verschijnt. Waar werknemers het niet vervelend vinden af en toe iets te missen, vinden de adviseurs het wel vervelend als een bepaald bericht te snel van de hoofdpagina verdwijnt:

*'B23: Vooral bij onderwerpen als integriteit. Dan wil je toch dat mensen dat wat langer tot zich nemen [...] en dan is het soms al na 3 of 4 uur weg of zo. Ja, weet je, dan mist het z'n doel.'* (Bijlage 6)

Doordat er slechts vier berichten op de hoofdpagina staan vinden de adviseurs het soms dus lastig om een bericht lang genoeg in beeld te krijgen.

Wanneer het nodig is krijgen bepaalde berichten wel voorrang. Aan het begin van de

coronacrisis is op Focus bijvoorbeeld naast de nieuwsartikelen een losse rij met artikelen geplaatst die enkel over corona gingen. Hierdoor bleven de coronagerelateerde artikelen langer in beeld terwijl andere onderwerpen elkaar afwisselden. In de focusgroep komt ook het voorbeeld langs van een artikel over een overleden collega. In zo'n geval worden de geplande artikelen uitgesteld waardoor het condoleancebericht langer bovenaan op Focus blijft staan. Over het algemeen wordt er echter geen onderscheid gemaakt tussen berichten:

*'B33: We willen ook geen precedentes scheppen zeg maar. Dat is wat mij de laatste keer is verteld. Dus gelijke monniken, gelijke kappen, iedereen zakt even snel naar beneden.'* (Bijlage 6)

Dit sluit aan op de wens vanuit de werknemers om niet voor hen te bepalen wat wel en niet belangrijk is.

Uit de interviews met werknemers komt naar voren dat het niet altijd duidelijk is wat er onder Uitgelicht staat. Het verschil tussen nieuwsartikelen en Uitgelicht heeft voor de communicatieadviseurs echter wel een duidelijk functioneel verschil. Artikelen onder Nieuws moeten nieuwswaardig en relevant zijn voor een grote groep collega's. De artikelen onder Uitgelicht bevatten altijd een link naar een artikel, extern of intern. Dit betekent dat een artikel op een SharePoint pagina kan worden doorgelinkt in Uitgelicht of dat bijvoorbeeld een nieuwsartikel vanuit ProRail.nl hier onder de aandacht kan worden gebracht. Hierbij gaat om informatie die minder relevant is voor iedereen maar wel wat langer kan blijven staan dan een nieuwsbericht.

In de praktijk komt dit neer op de artikelen die niet nieuwswaardig of relevant genoeg zijn maar die een adviseur wel graag onder de aandacht wil brengen. Er bestaat dus een duidelijk functioneel verschil. De artikelen die een adviseur wil plaatsen maar niet nieuwswaardig genoeg zijn komen onder Uitgelicht te staan. Voor Uitgelicht zijn verder geen strakke richtlijnen of voorwaarden.

### *Praktische verbeterpunten*

Naast dat is besproken waar de adviseurs op dit moment tegenaan lopen is ook geprobeerd met concrete handvaten te komen voor verbeteringen. Vanuit de interviews met werknemers komt naar voren dat het nieuws wellicht minder centraal mag staan en de trots en doelen van ProRail meer naar voren mogen komen. Hier sluiten de communicatieadviseurs zich bij aan. In plaats van dat iedere adviseur zijn eigen thema moet verkopen zou het beter zijn als er een gemeenschappelijke visie op het platform zou zijn waarbij de verschillende adviseurs samenwerken om een compleet verhaal te vertellen:

*'C55: Ja, ik zou het wel een hele goede vinden hoor om meer vanuit strategie te communiceren. Wat vinden we belangrijke onderwerpen, wat moet echt bovenaan staan versus dat het afhangt van enthousiaste collega's.'* (Bijlage 6)

Hierbij gaat het erom dat de adviseurs samen nadenken over wat ze willen vertellen en dat de verschillende artikelen op Focus individueel een bijdrage leveren aan het gezamenlijke verhaal.

Een van de adviseurs stelt dat het eigenlijk gek is dat er op dit moment geen concrete visie op het platform bestaat. Focus is een belangrijk middel voor de interne communicatie van de organisatie en er zou dan ook een strategie voor het platform moeten zijn (Bijlage 6, B56).

Om Focus in de praktijk op een meer strategische manier in te zetten, stelt een van de adviseurs voor om vanuit corporate communicatie meer de samenwerking op te zoeken:

*'D61: Wij leveren belangrijke informatie of input voor Focus. Zouden wij iets dichter tegen elkaar kunnen kruipen om te kijken wat er op Focus moet en wat we hebben? Zonder te zeggen er moet één keer duurzaamheid en één keer mobiliteit.'*  
(Bijlage 6)

Als reactie hierop komen twee ideeën naar voren. Aan de ene kant is het voorstel om de inhoud van Focusartikelen met elkaar te bespreken in bijvoorbeeld een week- of maandooverleg. Op dit moment gaan deze vergaderingen vooral over de planning van de artikelen maar hier zou meer ruimte mogen zijn voor de inhoud en strategie. Door bijvoorbeeld te concluderen dat duurzaamheid als thema komende tijd meer aandacht verdient is het mogelijk om de planning hierop aan te passen. In de verschillende artikelen op Focus kan dan bijvoorbeeld meer aandacht zijn voor hoe individuele afdelingen of projecten hun steentje bijdragen op het gebied van duurzaamheid. Een nieuwsartikel kan dan als het ware worden opgehangen aan een strategisch thema.

Als tweede stelt een van de adviseurs voor om eens kritisch te kijken naar de indeling van de Focuspagina. Het is bijvoorbeeld mogelijk om praktische content vanuit HR of over corona in een andere kolom te plaatsen dan interne corporate communicatie die aansluit op de visie en doelen van ProRail. Hierdoor is het makkelijker om strategische communicatie in te zetten, zonder dat praktische informatie vanuit HR of ICT deze strategische artikelen snel naar onderen drukt.

Een andere vraag die leeft vanuit de adviseurs is waar de verantwoordelijkheid nu ligt om reacties op artikelen op te pakken. Het komt nu wel eens voor dat er inhoudelijke of kritische vragen onder een Focusartikel staan die geen antwoord krijgen. Het is niet duidelijk of deze verantwoordelijk bij het contentteam ligt, bij een communicatieadviseur of bij een collega uit de organisatie die inhoudelijk het meeste afweet van het onderwerp.

Een mogelijke oplossing die naar voren komt is om altijd een contactpersoon te koppelen aan een artikel en deze persoon te noemen aan het einde van een stuk. Op deze manier is het duidelijk wie het aanspreekpunt is voor inhoudelijke vragen en ondersteunen de Focusartikelen een netwerk waarin collega's elkaar weten te vinden op basis van een expertise die naar voren komt in een artikel.

### *Het team corporate communicatie*

Het voorstel om de inhoud van Focus binnen het team corporate communicatie met elkaar te bespreken is vervolgens in de praktijk gebracht. Tijdens een weekoverleg is de hoofdlijn van de conclusies uit de focusgroep aan het team medegedeeld. Hierbij is uitgelegd dat het idee bestaat om meer samen te gaan werken op strategisch vlak waarbij ieder niet enkel aan zijn of haar eigen



communicatie-uitingen werkt maar ook meedenkt over de algehele visie op het platform Focus. Hier reageerden de collega's positief op en de wens om heldere afspraken te maken en na te denken over waar Focus nou aan moet bijdragen werd breed gedeeld.

Ook kwam in de groep naar voren dat er eigenlijk te veel op Focus wordt gecommuniceerd. Veel adviseurs ervaren het aantal artikelen per dag als een dilemma om voldoende aandacht te genereren voor hun eigen onderwerpen. Omdat veel artikelen praktisch van aard zijn heeft het team corporate adviseurs hier niet altijd invloed op. Een van de adviseurs stelde daarom de vraag of het niet mogelijk om van maximaal vier, naar maximaal drie artikelen per dag te gaan op Focus. Hoewel uit de bureauanalyse eerder blijkt dat het aantal artikelen per dag geen directe invloed heeft op het aantal weergaves van een artikel zit de drukte op Focus de adviseurs soms dus wel in de weg.

Tijdens het overleg zijn vervolgens alle geplande artikelen voor de maand december naast elkaar gelegd en is gekeken naar de inhoud van de artikelen. Wat opviel is dat er een aantal artikelen gepland stond waar niet direct een corporate communicatieadviseur bij betrokken was. Hieruit kwam de vraag naar voren of het de bedoeling is dat het contentteam zelfstandig artikelen publiceert zonder de inhoud aan een adviseur voor te leggen. Hieruit blijkt dat het voor de corporate communicatieadviseurs niet helemaal duidelijk is in hoeverre het contentteam enkel uitvoerend, of ook strategisch een rol speelt op Focus.

Het idee om als corporate adviseurs de strategie van het platform toe te eigenen blijkt dus in de praktijk lastig, omdat niet alle artikelen op het platform afkomstig zijn van dit team. Wel vinden de adviseurs het een goed idee om met elkaar na te denken over de inhoud van het platform en over de vraag hoe ze meer kunnen samenwerken om hun verhaal op Focus te vertellen. Daarnaast is gesproken over de invulling van de jaarverslagen van 2022 per thema en is afgesproken om in het voorjaar de verschillende jaardoelen per thema aan elkaar voor te leggen. Door inhoudelijk beter op de hoogte te zijn van wat verschillende adviseurs willen bereiken is het mogelijk om elkaar hierin beter te ondersteunen en samen een verhaal te vertellen op Focus.

In de praktische uitvoering van de interne communicatie zijn de adviseurs veelal afhankelijk van het contentteam. Het volgende deelhoofdstuk belicht dan ook het perspectief van dit team en plaatst de resultaten uit de focusgroep in een bredere context.

## **4.2 Het contentteam**

Op basis van de wensen van werknemers en de focusgroep met corporate communicatieadviseurs is het al mogelijk om conclusies te trekken en adviezen op te stellen. Omdat een deel van de adviezen ook gaat over vormgeving en uitvoering van het platform is het echter belangrijk om ook een beeld te hebben van de werkwijze en doelen van het contentteam. Daarnaast werken de adviseurs en het contentteam veel samen aan het platform. Door het contentteam mee te nemen in dit onderzoek is de context waarin de uiteindelijke adviezen tot stand komen completer. Ook zorgt dit voor meer draagvlak binnen het contentteam voor de uiteindelijke adviezen.

## **4.2.1 Methode en respondenten**

Om het perspectief van het contentteam in kaart te brengen zijn twee interviews gehouden. Omdat het contentteam zich voornamelijk bezighoudt met de praktische uitvoering zijn twee respondenten voldoende om inzicht te krijgen in de huidige werkwijze van het team. Dit kleine aantal maakt een focusgroep als methode ongeschikt. Er is gekozen voor open, halfgestructureerde interviews om concrete vragen te kunnen stellen maar ook ruimte te laten voor eigen inbreng van de respondenten (Baarda & van der Hulst, 2012). De resultaten uit de focusgroep met de corporate communicatieadviseurs vormen de basis voor het interviewschema (Bijlage 7). In hoofdlijnen bestaat het interview uit de vragen hoe het contentteam Focus nu inzet, welke doelen ze hiermee willen bereiken en in hoeverre het contentteam verantwoordelijk is voor de strategie van het platform. Daarnaast krijgen de respondenten de ruimte om aan te geven waar zij denken dat mogelijke problemen liggen of verbeteringen mogelijk zijn binnen Focus.

De eerste respondent is een contentmanager die zich onder andere bezighoudt met de invulling en vormgeving van het platform. De tweede respondent is een redacteur die verantwoordelijk is voor het schrijven, redigeren en publiceren van artikelen. Niemand binnen het contentteam houdt zich enkel bezig met Focus. Het is een onderdeel van de communicatie binnen ProRail en dus ook een onderdeel van de vele verantwoordelijkheden van het contentteam. De twee gekozen respondenten zijn relatief veel bezig met dit platform en zijn de eerste aanspreekpunten als het gaat om vragen over Focus. Samen geven zij dan ook een goed beeld van het perspectief van het contentteam in verhouding tot Focus.

Beide interviews zijn opgenomen en getranscribeerd (Bijlage 8). De participanten zijn ermee akkoord dat het transcript als bijlage aan het onderzoek wordt toegevoegd en dat deze wordt bewaard volgens de geldende regels van de universiteit. De participanten gaven aan het transcript niet in te hoeven zien.

## **4.2.2 Resultaten**

De rol van het contentteam binnen Focus is ondersteunend. Over het algemeen neemt het contentteam geen initiatief voor een artikel. Wanneer een communicatieadviseur een artikel op het platform wil plaatsen neemt hij of zij contact op met het contentteam. Het contentteam kan het stuk dan schrijven of redigeren, en publiceren op de geplande datum. De communicatieadviseur blijft hierbij verantwoordelijk voor de inhoud van het stuk. Ook de keuze of het stuk daadwerkelijk geschikt is voor Focus ligt bij de adviseur:

*'R3: Wij houden wel in de gaten of een onderwerp geschikt is voor Focus. Daar gaan we af en toe ook wel de discussie over aan. Maar uiteindelijk bepaalt de eigenaar.'*  
(Bijlage 8, redacteur)

Het contentteam heeft een goed overzicht van de verschillende platformen en mogelijkheden die er zijn om over een onderwerp te communiceren en kan collega's hierover communiceren. De keuze voor een platform blijft echter bij de communicatieadviseur liggen.

Beide respondenten vonden het lastig om het doel van het contentteam met Focus te

verwoorden. Het komt neer op het informeren van de werknemer, waarbij het contentteam niet verantwoordelijk is voor de inhoud:

*'R24: Ja [het doel is] gewoon de ProRailer informeren. Maar wel echt als boodschapper. En niet als eigenaar.'* (Bijlage 8, redacteur)

Ook komt de optimalisatie van het platform naar voren. Het platform moet aansluiten op de wensen van de werknemers:

*'R1: Kijk, je moet het zo zien dat wij eigenlijk het kanaal in beheer hebben. Dus als je het strikt genomen zou bekijken, dan is ons doel dat dat kanaal gewoon optimaal aansluit bij de behoefte van de gebruiker of lezer.'* (Bijlage 8, contentmanager)

Het contentteam heeft dus geen eigen strategische doelen die het team met het platform wil behalen. Wel streeft het naar kwalitatieve communicatie en probeert het team de adviseurs te ondersteunen en de werknemer te bedienen.

Uit de interviews met het contentteam komt naar voren dat de verantwoordelijkheid voor de strategie en de inhoud bij de communicatieadviseurs ligt:

*'R9: Nou die ligt nu bij de corporate adviseurs en die willen we daar ook wel laten liggen. We zijn wel aan het kijken naar meer vaste formats. Of weer eens de richtlijnen tegen het licht houden, wat komt er wel of niet op Focus. En wat belangrijk is, ja daar heeft een strategische communicatieadviseur veel meer verstand van. Die weet veel beter wat er speelt in de organisatie. Dus dat laten we daar.'* (Bijlage 8, redacteur)

Inhoudelijk stelt het contentteam dus de adviseurs verantwoordelijk. Het team heeft natuurlijk wel een idee over richtlijnen voor wat wel of niet op Focus hoort maar daarvoor willen ze altijd in gesprek gaan met bijvoorbeeld de adviseur interne communicatie. Het zou het werk van de redacteur wel makkelijker maken als er concrete afspraken zouden zijn om zich aan te houden en collega's op aan te spreken:

*'R13: Het afwegingskader kan wel scherper. Hoe beter je afwegingskader is om iets wel of niet bij het nieuws te plaatsten hoe helderder je verhaal naar de organisatie is. Dan krijg je meer begrip.'* (Bijlage 8, contentmanager)

Er is dus ook bij het contentteam behoefte aan strakkere richtlijnen voor Focus. Een concreet afwegingskader vraagt om samenwerking tussen de communicatieadviseurs en het contentteam.

Naast de gestelde vragen kregen de respondenten ook de ruimte om zelf onderwerpen aan te kaarten tijdens de interviews. Beide respondenten kwamen met een praktische situatie waar ze tijdens hun werk mee in aanraking komen. Uit het interview met de contentmanager komt een praktisch probleem naar voren. De contentmanager geeft aan dat er op dit moment veel verzoeken binnenkomen voor een bericht op Focus. Richtlijnen voor zo'n bericht zouden al helpen, maar het is op dit moment ook nog niet duidelijk waar een werknemer uit de organisatie zich moet

melden als hij of zij een artikel op Focus wil plaatsen.

Voor bepaalde onderwerpen is een communicatieadviseur aangesteld maar niet elke afdeling of elk thema heeft een eigen adviseur. In de praktijk betekent dit dat werknemers uit de organisatie soms het contentteam mailen, soms iemand uit het contentteam persoonlijk mailen, soms een communicatieadviseur mailen en het komt zelfs wel eens voor dat de directie van de afdeling communicatie een vraag krijgt over een Focusartikel. Er ontbreekt een duidelijk aanspreekpunt:

*'R17: We moeten een plek hebben of een team hebben dat toegankelijk is en waar mensen gewoon terecht kunnen met hun vraag. Het is de keuze of die rol voor de communicatieadviseur is, maar dan moet iedereen wel een vast aanspreekpunt hebben, of komt die rol bij het contentteam te liggen en pakt die dat samen met een adviseur op?' (Bijlage 8, contentmanager)*

De onderlinge verhouding tussen het contentteam en de communicatieadviseurs is dus niet alleen onduidelijk binnen de afdeling communicatie, maar ook voor de werknemers uit de organisatie.

Uit het interview met de redacteur komt een ander probleem naar voren. Een artikel op Focus heeft altijd een eigenaar. Meestal is dit een communicatieadviseur die het artikel inplant. Hij of zij is dan ook verantwoordelijk voor de inhoud van het stuk. De meeste artikelen worden echter geplaatst uit naam van de Focusredactie. Hierdoor is het voor lezers niet altijd duidelijk van wie een artikel afkomstig is:

*'R13: Wij krijgen ook wel eens mails van kritische lezers dat ze graag een naam boven een artikel willen. In plaats van Focus Redactie zou dan een naam boven het stuk staan. Heel veel mensen willen dat liever niet, juist omdat ze dan direct benaderd kunnen worden.'* (Bijlage 8, redacteur)

Een communicatieadviseur wil dus liever niet verantwoordelijk zijn voor de vragen die een artikel teweegbrengt. In het interview met de redacteur wordt een voorbeeld genoemd van een collega die wel altijd met haar naam boven het artikel staat. Hierdoor krijgt zij echter zoveel mailtjes met vragen dat ze zich eerder communicatiemedewerker dan -adviseur voelt.

Een ander voorbeeld is dat de redactie als uitzondering wel eens een reactie heeft geplaatst op een artikel. Dit was op verzoek van de eigenaar van het artikel om niet persoonlijk aan het stuk te worden verbonden. Hier kreeg de redactie echter meteen vragen over:

*'R12: We kregen meteen mailtjes met vragen over waarom de redactie antwoordt. Omdat eigenlijk duidelijk is dat wij daar niet over gaan, wij plaatsen alleen en zijn niet van de inhoud. En ik wil dat eigenlijk graag zo houden. Niet alleen omdat het tijdrovend is bij moeilijke onderwerpen, maar ik wil ook gewoon boodschapper zijn en niet verantwoordelijk zijn voor de inhoud.'* (Bijlage 8, Redacteur)

Interactie met werknemers en de mogelijkheid om vragen te stellen is een belangrijk onderdeel van Focus. Op dit moment neemt de afdeling communicatie echter voornamelijk de rol van zender

in. Werknemers worden wel gefaciliteerd om met elkaar het gesprek aan te gaan, maar vragen over een artikel blijven nu nog vaak onbeantwoord.

Het contentteam wil wel stimuleren dat werknemers zelf meer zender worden van informatie. In het interview met de contentmanager komt naar voren wat het contentteam idealiter met het platform zou willen doen:

*'R13: Het is natuurlijk voor een krantenredactie net zo moeilijk als voor het contentteam. Wanneer is iets geschikt voor de voorpagina en wanneer niet? In ons Focus 2.0 plan krijgt het contentteam de rol van alleen maar bepalen wat er op de voorpagina moet. En het overige nieuws wordt wel getoond, alleen niet op de voorpagina.'* (Bijlage 8, contentmanager)

Volgens dit idee zou het intranet een plek zijn waar iedereen content op kan plaatsen en is de Focuspagina enkel een samenvatting van het belangrijkste nieuws.

#### **4.3 Deelconclusie en vooruitblik**

In dit hoofdstuk is de vraag beantwoord op welke manier de corporate communicatieadviseurs en het contentteam Focus op dit moment inzetten en welke doelen ze met dit platform willen behalen. Hiervoor is een focusgroep gehouden met een viertal communicatieadviseurs en zijn twee collega's van het contentteam geïnterviewd. Door niet alleen informatie te verzamelen over behoefte van werknemers maar ook de werkwijze en doelen van de afdeling communicatie mee te nemen is het mogelijk om conclusies te trekken en een weloverwogen advies te geven over mogelijke verbeterpunten van Focus.

Uit de focusgroep met de communicatieadviseurs blijkt dat elke adviseur op dit moment voornamelijk over zijn of haar eigen thema communiceert. In de praktijk blijkt het echter lastig om een grote groep collega's te bereiken. Dit komt onder andere vanwege de grote hoeveelheid informatie die elke dag op Focus verschijnt. Daarnaast is er relatief weinig samenwerking op strategisch gebied. Een aantal werknemers geeft in de interviews al aan dat de inhoud op Focus zich meer mag richten op de prestaties en doelen van ProRail. Hier sluiten de adviseurs zich bij aan. Ze zouden dan ook graag meer met elkaar samenwerken en een gezamenlijk strategie bepalen.

Twee praktische voorstellen zijn om van vier naar drie artikelen per dag op Focus te gaan en om de strategische inhoud op het platform apart te plaatsen van de functionele artikelen. Dit moet uiteindelijk een bijdrage leveren aan het doel van het team corporate communicatie om betrokkenheid bij en identificatie met de organisatie te stimuleren en werknemers inzicht te geven in veranderingen en ontwikkeling binnen ProRail. Ook geeft dit de verschillende adviseur meer ruimte om bepaalde onderwerpen zichtbaarder te maken binnen de organisatie.

Het contentteam heeft voornamelijk als doel om de communicatieadviseurs te ondersteunen en de werknemers van informatie te voorzien. Hierbij zijn ze zelf niet verantwoordelijk voor de inhoud maar voor de distributie van content. De vormgeving van het platform ligt bij het contentteam, maar de keuzes hierin gaan in overleg met de adviseur interne

communicatie.

Er is vanuit beide teams behoefte aan meer richtlijnen waarvoor de samenwerking met de gehele afdeling communicatie moet worden gezocht. Dit zijn bijvoorbeeld richtlijnen voor wat wel en niet geschikt is voor Focus en Uitgelicht, maar ook voor waar collega's uit de organisatie terecht kunnen wanneer ze zelf een artikel op Focus willen plaatsen. Ook moeten er concrete afspraken komen over het eigenaarschap van een artikel en de verantwoordelijkheid om vragen op te pakken.

Met het antwoord op de laatste deelvraag is het mogelijk om de hoofdvraag van dit onderzoek te beantwoorden. Het volgende hoofdstuk trekt conclusies en bespreekt een aantal kanttekeningen van het onderzoek. Uiteindelijk wordt er een aantal praktische adviezen gegeven over Focus.

## 5. Conclusie, discussie en aanbevelingen

Binnen ProRail leeft de vraag op welke manier de organisatie meer sturing kan geven aan de artikelen op Focus. Het intranet is een belangrijk onderdeel van de interne communicatie binnen ProRail. Met Focus als kloppend hart van het intranet is inzicht in dit platform dan ook waardevol om uiteindelijk een complete visie op de interne communicatie van ProRail te kunnen ontwikkelen. Dit hoofdstuk probeert de verschillende deelvragen uit het onderzoek samen te brengen om een conclusie te kunnen trekken, kritisch te reflecteren en uiteindelijk een weloverwogen advies te geven.

### 5.1 Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek is in hoeverre de communicatie via Focus aansluit op de behoefte van werknemers met een kantoorfunctie en op wat de afdeling corporate communicatie met het platform wil bereiken. Uit het onderzoek komen aan de ene kant inhoudelijk punten van Focus naar voren. Daarnaast heeft een aantal resultaten betrekking op de structuur van het platform.

#### 5.1.1 De inhoud van Focus

Om de inhoud op Focus in beeld te brengen bureauanalyse gedaan van 124 Focusberichten tussen oktober 2020 en september 2021. Hieruit blijkt dat er aan de ene kant artikelen op staan met een directe relevantie voor de medewerker (Hybride en Corona, HR, Evenementen, Collega's) en aan de andere kant artikelen die het beleid, de visie en de prestaties van de organisatie weergeven (Management, Thema's, Spoor en stations, Politiek en media). De functionele artikelen trekken gemiddeld meer lezers dan de artikelen die de interne corporate communicatie van ProRail verbeelden. Voornamelijk bij HR-gerelateerde artikelen en artikelen die over een collega gaan is er een aantal teksten met veel lezers. Men weet de berichten over een overleden collega of bijvoorbeeld een nieuwe werktelefoon goed te vinden. Een tekst over de politiek of media krijgt dan weer gemiddeld het minste aantal lezers.

Over de hele week heen is een verschil te zien tussen de dag waarop een artikel wordt gepubliceerd. Maandag is gemiddeld de beste dag om wat meer aandacht te genereren voor een onderwerp. Met gemiddeld 2,2 berichten per dag en een maximum van vier, blijft vrijwel elk artikel tenminste een dag op de hoofdpagina van Focus staan. Er is dan ook geen relatie tussen het aantal artikelen per dag op Focus en het aantal personen dat een artikel opent. Wie elke dag kijkt zou geen informatie hoeven te missen.

Via zestien interviews met werknemers uit verschillende afdelingen van de organisatie is het perspectief van de interne stakeholder in kaart gebracht. Hieruit komt een vergelijkbare conclusie naar voren: mensen lezen vooral wat relevant is voor hun werk. Een deel van de participanten scant Focus dagelijks op relevante of interessante artikelen en mist hierdoor vrijwel geen belangrijke informatie. Wie minder op Focus kijkt mist wel eens wat, maar geeft aan dit nooit als een probleem te ervaren. Het is gemakkelijk om de verschillende artikelen te scannen en daaruit te halen wat wel en niet interessant is. De titel en de afbeelding van een artikel zijn hierin bepalend.



Een laptop van ProRail opent automatisch de webpagina van ProRail bij het opstarten. Daarnaast zijn op deze pagina verschillende links te vinden naar andere functionaliteiten van SharePoint. Hierdoor komt elke werknemer vrijwel altijd een paar keer per week op de nieuwspagina. De kracht van Focus is volgens de werknemers dat hier informatie staat van ProRail buiten de eigen bedrijfseenheid om. Alle geïnterviewden waarderen dit. Zelfs mensen die vrijwel geen artikelen lezen geven wel aan dat de mogelijkheid om kort wat titels te bekijken een beeld geeft van de prestaties van ProRail en de uitdaging waar het bedrijf uiteindelijk voor staat: meer treinen laten rijden.

De kracht van Focus ligt dus voornamelijk in de interne corporate communicatie: bewustzijn van veranderingen, identificatie met de organisatie, inzicht in de ontwikkeling van de doelen van een organisatie en betrokkenheid bij het bedrijf (Welch & Jackson, 2007). Dit is opvallend omdat juist de functionele artikelen gemiddeld vaker worden gelezen. Wel sluit het aan op de theorie dat het intranet goed geschikt is voor convayance en minder voor convergence (Dennis et al., 2008). Focus wordt op dit moment dan ook voornamelijk ingezet om informatie te zenden. Hoewel er interactieve mogelijkheden zijn blijven deze nu nog veelal onbenut. Van de mogelijkheid om onder een artikel de discussie aan te gaan maakt ook lang niet iedereen gebruik.

Een eigenschap van het medium is dat de informatie vooraf precies kan worden opgesteld. Dit maakt het uitermate geschikt om de strategische boodschap van ProRail uit te dragen. Een aantal werknemers geeft aan dat de afdeling communicatie meer gebruik mag maken van deze mogelijkheid. Aan de ene kant mag het nieuws volgens de geïnterviewden meer de trots laten zien van ProRail. Focus kan meer een verbeelding zijn van de successen van de organisatie en de uitdagingen waar het bedrijf voor staat. Aan de andere kant leeft de wens om minder nieuws in beeld te brengen en meer de verschillende collega's. Samen betekent dit dat het platform wellicht meer mag uitstralen wie binnen ProRail wat heeft bereikt. Een Focusartikel kan dan een plek zijn om te vieren wat is gelukt, of om te leren van gemaakte fouten. Hierdoor kan Focus een nog sterkere bijdrage leveren aan de interne corporate communicatie.

Uit de focusgroep met vier communicatieadviseurs van ProRail komt vooral naar voren dat er behoefte is aan meer sturing en afspraken. Het contentteam heeft onder andere de verantwoordelijkheid over Focus als platform, terwijl de corporate adviseurs de interne corporate communicatie als verantwoordelijkheid hebben. Vanuit corporate advies leeft de wens om meer inhoudelijk samen te werken en een strategie te bepalen voor de interne communicatie via Focus. Idealiter is Focus een strategisch middel dat als geheel bijdraagt de interne corporate communicatie, in plaats van aan verschillende onderwerpen en thema's. Door meer samen te werken komen de strategische pijlers van ProRail beter tot hun recht in de inhoud op Focus.

Een afspraak die op dit moment niet duidelijk is, is wie de reacties onder een artikel oppakt. Het intranet is een rijk medium met veel mogelijkheden tot interactie (Daft & Lengel, 1986). Op dit moment blijven reacties echter vaak onbeantwoord. Zowel de werknemers als de communicatieadviseurs en het contentteam benoemen dit als een probleem. Een ander probleem is de behoefte vanuit de organisatie om artikelen op Focus te krijgen. Het is op dit moment niet duidelijk of het contentteam of een communicatieadviseur het eerste aanspreekpunt is waardoor

vragen op verschillende plekken worden gesteld. Ook zijn de richtlijnen voor een artikel op Focus niet helder waardoor collega's uit de organisatie soms tegen een dichte deur aanlopen wanneer ze een artikel op Focus willen plaatsen.

### **5.1.2 De structuur van Focus**

Volgens de theorie van Ter Hoeven et al. (2021) is de zichtbaarheid van informatie afhankelijk van de beschikbaarheid, bevoegdheid en toegankelijkheid. Content op Focus is altijd beschikbaar voor werknemers en alle collega's zijn bevoegd om het platform te gebruiken. Ook de informatie die als nieuws op Focus komt te staan is toegankelijk voor iedereen. Wie elke dag een keer kijkt krijgt immers alle berichten te zien en de 'alles weergeven' knop biedt de mogelijkheid om terug te zoeken. In de inleiding van dit onderzoek komt naar voren dat werknemers bepaalde informatie soms lastig kunnen vinden. Uit de interviews blijkt dat dit voornamelijk gaat om informatie buiten Focus om zoals werkafspraken, documenten of informatie over collega's. Toch kan dit nieuwsplatform wel bijdragen aan de toegankelijkheid van deze informatie.

De participanten geven namelijk aan dat verwijzingen in een Focusbericht naar pagina's of naar collega's kunnen helpen om gemakkelijker informatie te vinden over specifieke onderwerpen. Dit geeft meer context aan de artikelen. Een embedded hyperlink maakt het voor een gebruiker bijvoorbeeld gemakkelijker om relevante informatie te vinden dan wanneer iemand hier zelfstandig via een menu naar moet zoeken (Wei et al., 2005). Dit sluit aan op wat Koeleman (2018) omschrijft als kennismanagement. Aan de ene kant kan een artikel helpen om expliciete kennis boven water te halen door te verwijzen naar plekken waar informatie is opgeslagen. Aan de andere kant kunnen de artikelen ook impliciete kennis binnen ProRail verspreiden door in een tekst te benoemen welke collega meer informatie heeft of vragen kan beantwoorden. Dit maakt de informatie binnen ProRail toegankelijker voor alle collega's.

Verder komt uit de interviews naar voren dat de indeling van de hoofdpagina niet voor iedereen werkt. Het verschil tussen nieuwsartikelen en Uitgelicht is bijvoorbeeld bij weinig werknemers duidelijk. Vanuit de afdeling communicatie is wel duidelijk wat het functionele verschil is. Uitgelicht wordt voornamelijk ingezet om te verwijzen naar teksten of bestanden die minder nieuwswaardig of minder relevant voor de hele organisatie zijn. Ook biedt Uitgelicht de mogelijkheid om externe artikelen intern onder de aandacht te brengen. Doordat hier veel verschillende onderwerpen vanuit veel verschillende bronnen staan weten werknemers vaak niet wat ze hier kunnen verwachten. Dit ervaren ze niet direct als een probleem maar zorgt er in de praktijk wel voor dat Uitgelicht beduidend minder lezers trekt dan de nieuwsartikelen.

In de focusgroep geven de communicatieadviseurs aan dat de strategische onderwerpen soms worden ondergesneeuwd door andere artikelen. Hieruit komt het idee naar voren om de functionele inhoud op Focus apart weer te geven van de strategische artikelen. Door de interne corporate communicatie apart te plaatsen van de huis-tuin-en-keukenonderwerpen geven de adviseurs aan dat artikelen over bijvoorbeeld duurzaamheid of integriteit meer ruimte krijgen en hopelijk wat meer gelezen worden. Zonder onderscheid te maken in hoe belangrijk een onderwerp is, maakt dit de structuur van de Focuspagina wellicht duidelijker en geeft het de corporate

adviseurs de ruimte om hun onderwerpen beter in beeld te krijgen.

Samengevat sluit Focus grotendeels aan op de behoeften van werknemers. De mogelijkheden en vormgeving van het platform vinden de gebruikers goed en prettig. Men ziet de waarde van het platform in en de artikelen hebben een goed bereik. De communicatie op Focus sluit op dit moment nog niet volledig aan op de strategische doelen de afdeling communicatie. De wens van de corporate adviseurs is om Focus meer strategisch in te zetten. Werknemers zien ook graag duidelijker terug waar een artikel een bijdraagt, en wie er achter het artikel zit. Hierdoor kan Focus een meer verbindende rol innemen, zowel door interactief naar informatie binnen SharePoint te verwijzen als door de inhoudelijke kennis van collega's zichtbaar te maken. Door daarnaast een duidelijk loket te maken waar collega's advies kunnen krijgen over een Focuspublicatie komen ze minder snel voor een dichte deur te staan en komen de vragen niet op verschillende plekken binnen de afdeling binnen.

## 5.2 Discussie

De interne communicatie binnen ProRail is in ontwikkeling en het belang om hierin te investeren komt steeds meer tot uiting. Het vertrekpunt van dit onderzoek is een selectie van artikelen van Focus tussen oktober 2020 en september 2021, een periode waarin het coronavirus zijn stempel heeft gedrukt op de organisatie. De veranderingen omtrent hybride werken en de afwisseling in maatregelen maken dit een turbulente periode, wat uiteraard invloed heeft op de interne communicatie. Mogelijk geeft het corpus hierdoor een vertekend beeld van de verhoudingen tussen de verschillende onderwerpen en het aantal weergaves.

Dit onderzoek bestaat voornamelijk uit kwalitatieve methoden. De zestien interviews met werknemers geven enorm veel stof tot nadenken, maar zijn uiteraard niet representatief voor de gehele organisatie. Wel zijn de interviews afkomstig uit veel verschillende afdelingen en lagen van het bedrijf. De inhoudelijke kennis die hieruit voortkomt zegt veel over de variatie van meningen, ideeën en wensen die in de organisatie leven. Na zestien interviews was het aantal nieuwe ideeën en perspectieven verzadigd en de laatste gesprekken leverden relatief weinig nieuwe informatie op. Een kwantitatieve onderzoeksmethode als vervolgestap had de uitkomsten van de interviews onder een grotere groep werknemers kunnen toetsen. Binnen de beperkte tijd van het onderzoek was dit helaas niet haalbaar.

Het platform Focus bestaat binnen een netwerk aan verdere sites, bestanden en informatie. Dat dit onderzoek zich voornamelijk richt op het nieuwsplatform betekent niet dat er geen relatie bestaat tussen het nieuws en alle andere informatie die binnen SharePoint te vinden is. Focus is slechts het startpunt van dit netwerk waarin collega's met elkaar in contact kunnen komen en informatie kunnen vinden en delen. De sites en artikelen van de verschillende themapagina's en afdelingen zijn onderbelicht gebleven omdat deze niet vanuit de afdeling communicatie tot stand komen. Juist deze artikelen kunnen echter een verbindende rol hebben: content vanuit de werknemer, voor de werknemer.

Ook het sociale platform Yammer is slechts enkele keren benoemd in dit onderzoek. Vervolgonderzoek kan zich wellicht specifiek richten op de interactieve mogelijkheden van het

intranet van ProRail en meer het perspectief van de werknemer als zender belichten. De afdeling communicatie heeft immers ook een verantwoordelijkheid in het faciliteren van communicatie, niet enkel het communiceren van informatie. Focus kan het startpunt zijn van waaruit collega's met elkaar in aanraking komen.

### **5.3 Aanbevelingen**

Uit het huidige onderzoek komt een aantal aanbevelingen naar voren dat kan helpen om het platform Focus beter aan te laten sluiten op de behoeften van werknemers en de strategische doelen vanuit corporate communicatie. Aan de ene kant kan met Focus meer verbinding worden gezocht tussen verschillende informatie en tussen collega's. Aan de andere kant kan het platform meer als strategisch middel worden ingezet om bij te dragen aan de interne corporate communicatie.

#### **5.3.1 De verbindende rol van Focus**

##### *Kennismanagement*

Kennismanagement bestaat uit impliciete en expliciete kennis. Door in de Focusartikelen duidelijker naar voren te laten komen welke afdeling er achter een artikel zit of welke collega meer informatie heeft komt de impliciete kennis, wie in de organisatie bezit welke informatie, beter naar voren. Op deze manier kunnen de artikelen op Focus bijdragen aan de verbindingen tussen collega's onderling en is het voor werknemers makkelijker om elkaar op te zoeken wanneer ze vragen hebben over specifieke onderwerpen.

Het gebruik van embedded hyperlinks in een tekst kan daarnaast bijdragen aan een beter netwerk van expliciete kennis. Een link naar relevante informatie, artikelen of sites zorgt ervoor dat mensen die behoefte hebben aan meer informatie daar gemakkelijk aan kunnen komen. Door vaker verwijzingen toe te voegen aan artikelen weten gebruikers sneller de juiste informatie te vinden dan wanneer ze zelf binnen SharePoint moeten zoeken naar bestaande sites of informatie.

##### *Focus als bron van discussie*

Het is op dit moment niet duidelijk wie de verantwoordelijkheid draagt om op vragen onder een Focusartikel te reageren. Door afspraken te maken over wie vragen oppakt, een corporate communicatieadviseur, het contentteam of een vakspecialist uit de organisatie, krijgen gebruikers consequent respons. Door onder het Focusartikel te reageren zien andere collega's ook het antwoord op de vraag. Dit vergroot de verbindende rol van Focus tussen de collega's en stimuleert gebruikers ook om vaker vragen te stellen of opmerkingen te plaatsen.

##### *Interactie met de werknemer*

Vanuit werknemers leeft de behoefte om minder het nieuws centraal te stellen en meer de collega's binnen ProRail. Op dit moment hebben werknemers de kans om zelf een blog te schrijven of een bericht op Yammer te plaatsen maar dit vraagt volledig eigen initiatief van een werknemer en deze berichten zijn niet bovenaan de Focuspagina zichtbaar. Op de Instagram van ProRail vertelt elke week een werknemer uit de organisatie over zijn of haar functie. Dit is primair een

extern communicatiemiddel maar wordt ook positief ontvangen door collega's binnen ProRail. Vergelijkbare content zou de werknemer ook op Focus beter in beeld kunnen brengen.

Een voorbeeld is een 'foto van de week', gemaakt door een werknemer, bovenaan Focus waarin zijn of haar werk, een behaald doel of een prestatie uit zijn of haar privéleven in beeld is met een enkele zin als beschrijving. Dit draagt bij aan de betrokkenheid van werknemers bij ProRail en motiveert gebruikers van Focus om zelf ook iets in te sturen. Een ander voorbeeld is het houden van een wekelijkse poll op Focus waarbij gebruikers hun stem laten horen als reactie op een specifieke vraag. Dit kan een serieus onderwerp zijn maar kan ook een 'wist je dat?' vraag. Leuk om te zien hoeveel collega's het antwoord vervolgens goed of fout hadden. Hierdoor zijn werknemers zich er meer van bewust dat ze deel uitmaken van een groep.

### **5.3.2 Focus als strategisch middel**

*Niet het nieuws, maar ProRail en haar werknemers centraal*

Vanuit de interviews met de werknemers komt de wens naar voren om meer te communiceren vanuit de doelen van ProRail. De boodschap van een artikel kan soms duidelijker naar voren komen, zowel in de titel als in de tekst zelf. Dit maakt het voor lezers makkelijker om te achterhalen of het stuk relevant voor hem of haar kan zijn. Hiermee verschuift de nadruk van het nieuws an sich, naar wat dit nieuws dan voor ProRail of haar werknemers betekent.

Komend jaar staan naast het thema dagelijkse operatie, de thema's duurzaamheid en mobiliteit centraal als strategische pijlers van ProRail. Een artikel op Focus is dus in theorie altijd gekoppeld aan een van deze drie thema's. Het advies aan de corporate adviseurs is om de boodschap van een tekst ook concreet te koppelen aan een van deze pijlers waardoor het voor de lezers inzichtelijk wordt wat de strategische boodschap van Focus is en waar de verschillende artikelen aan bijdragen.

Een van de geïnterviewden geeft het voorbeeld: 'Activiteiten in Naardermeer' en komt met een alternatieve titel: 'Fantastisch resultaat in Naardermeer'. Hiermee staat op een simpele manier het resultaat centraal in plaats van het nieuws. Met de wens van de corporate adviseurs om de strategie meer naar voren te laten komen zou het nog beter kunnen: 'Spoor dwars door Naardermeer bijzonder duurzaam en diervriendelijk'. Op deze manier is het mogelijk om het vieren van een resultaat te koppelen aan een strategische pijler.

Ook in het proces kan de strategie centraler naar voren komen. Op dit moment communiceren de corporate adviseurs elk over hun eigen onderwerpen. Iedereen plant zijn eigen inhoud op Focus maar er ontbreekt een visie op het geheel. Door in het weekoverleg ook naar het platform als geheel te kijken en een strategie voor Focus te bepalen is het mogelijk om een gezamenlijk verhaal te vertellen in plaats van individuele onderwerpen onder de aandacht te brengen. Dit maakt het mogelijk om de verschillende artikelen op Focus naast elkaar te leggen en de vraag te stellen wat de artikelen bijdragen aan de strategie van Focus. Mocht deze bijdrage er niet zijn dan is een artikel wellicht niet geschikt als nieuwsartikel.

## *Visie op Uitgelicht*

Een heldere visie op Uitgelicht kan eraan bijdragen dat mensen duidelijkere verwachtingen hebben van waar ze welke informatie kunnen vinden. Een voorbeeld is het onderwerp vitaliteit dat nu regelmatig op verschillende plekken verschijnt: Focus, Uitgelicht en de eigen themapagina. Door bijvoorbeeld over dit onderwerp op de themapagina te communiceren en vervolgens enkel de belangrijkste artikelen door te linken onder Uitgelicht komt er een heldere lijn in de informatiestroom en weten mensen via Uitgelicht de themapagina te vinden. Werknemers die dit thema belangrijk vinden komen hierdoor aan hun trekken, terwijl het niet ten koste gaat van nieuws dat meer relevant is voor de hele organisatie.

Een ander advies is om in de titels van Uitgelicht duidelijker te maken wat er achter de link zit. Is dit bijvoorbeeld een video, een link naar een externe site of een intern artikel, dan kan dit al in de titel naar voren komen. Dit geeft een lezer meer duidelijkheid over wat er bij Uitgelicht aan informatie te verwachten is en maakt inzichtelijk waar een link onder Uitgelicht naar verwijst.

## *Functionele versus strategische content*

In de artikelen op Focus komt duidelijk een verschil naar voren tussen functionele en strategische communicatie. Functionele artikelen worden beduidend vaker gelezen dan artikelen met een strategische inhoud. Vanwege de wens vanuit corporate communicatie om strategische content wat langer in beeld te krijgen is het de moeite waard om te overwegen strategische en functionele content apart van elkaar op Focus te presenteren. Omdat functionele artikelen meer lezers krijgen kan deze eventueel wat lager in beeld komen. Men weet de HR-artikelen en informatie over corona vaak wel te vinden. Hierdoor krijgen de strategische doelen van ProRail meer aandacht en is de doorlooptijd van de verschillende artikelen lager.

Het splitsen van deze twee soorten artikelen sluit niet volledig aan op de wens van werknemers. Uit de meeste interviews komt naar voren dat op dit moment de hoeveelheid artikelen en afwisseling juist prettig is en dat men niet wil dat bijvoorbeeld de afdeling communicatie gaat bepalen welke content wel of niet belangrijk is. Wanneer de functionele artikelen echter niet als minder belangrijk worden gepresenteerd kan het de gebruikers wel helpen om relevante content te selecteren. Werknemers kunnen informatie op deze manier gemakkelijker terugvinden en het voorkomt dat mensen belangrijke informatie missen.

## **5.4 Vervolgonderzoek en afsluiting**

Dit onderzoek is een aanzet om het perspectief van de werknemer in kaart te brengen. Bij de verdere ontwikkeling van de interne communicatie is het belangrijk om dit perspectief niet uit het oog te verliezen. Waar dit onderzoek zich voornamelijk richt op het nieuwsplatform van het intranet, kan vervolgonderzoek wellicht kijken naar specifieke functies van de interne communicatie. Een aanleiding van het huidige onderzoek was dat werknemers het soms lastig vinden om bepaalde informatie te vinden. Ook dit onderzoek naar Focus laat zien dat er behoefte is aan een duidelijke informatiestructuur. Specifiek onderzoek naar kennismanager binnen ProRail is wellicht een volgende stap om de interne communicatie een stap verder te brengen.

Een groep die binnen dit onderzoek buiten beeld is gebleven is de collega in ploegendienst

zoals treindienstleiders en incidentenbestrijders. Omdat deze groep in hun dagelijkse werkzaamheden relatief weinig toegang heeft tot Focus, is dit een groep die speciale aandacht verdient. Wellicht kan vervolgonderzoek naar deze groep meer inzicht geven in hun specifieke wensen en ideeën over Focus.

Op het moment van schrijven vormt het contentteam een belangrijke basis voor de interne communicatie van ProRail. Dit team is echter pas opgericht in het voorjaar van 2021. Een nieuwe manier van werken heeft altijd tijd nodig en in de periode van het huidige onderzoek heeft dit zich dan ook ontwikkeld. Dit onderzoek is een onderdeel van een breder project om een visie te vormen op de interne communicatie in het algemeen. Ook dit is in ontwikkeling. De conclusies uit dit onderzoek zijn dan ook geen vast gegeven, maar komen voort uit een samenloop van omstandigheden en verschillende momentopnames.

Focus is slechts een klein onderdeel van de interne communicatie en is een van de vele middelen die een corporate adviseur tot zijn of haar beschikking heeft. Toch levert onderzoek naar het nieuwsplatform van Focus een hoop informatie op over de behoeften van werknemers en de werkwijze van de afdeling communicatie. Zo geeft onderzoek naar een klein deel van het intranet toch een mooie inkijk in de interne communicatie van een complexe organisatie.



## Bronnenlijst

- Baarda, B. & Hulst, M. van der (2012). *Basisboek Interviewen. Handleiding voor het voorbereiden en afnemen van interviews*. Derde druk. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgever.
- Baptista, J., Stein, M. K., Klein, S., Watson-Manheim, M. B., & Lee, J. (2020). Digital work and organisational transformation: Emergent digital/human work configurations in modern organisations. *Journal of strategic information systems*, 29(2), 101618.
- Bottazzo, V. (2005). Intranet: A medium of internal communication and training. *Information Services & Use*, 25(2), 77-85.
- Breen, R. L. (2006). A practical guide to focus-group research. *Journal of geography in higher education*, 30(3), 463-475.
- Cheney, G., & Christensen, L. T. (2001). Organizational identity: Linkages between internal and external communication. *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods*, 231-269.
- Conrad, C., & Poole, M. S. (2012). *Strategic organizational communication: In a global economy*. Chichester, Engeland: John Wiley & Sons.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management science*, 32(5), 554-571.
- Dennis, A. R., Fuller, R. M., & Valacich, J. S. (2008). Media, tasks, and communication processes: A theory of media synchronicity. *MIS quarterly*, 32(3), 575-600.
- Dennis, A. R., Valacich, J. S., Speier, C., & Morris, M. G. (1998). Beyond media richness: An empirical test of media synchronicity theory. *Proceedings of the Thirty-First Hawaii International Conference on System Sciences*, 1, 48-57.
- Elling, S., Lentz, L., & De Jong, M. (2012). Combining concurrent think-aloud protocols and eye-tracking observations: An analysis of verbalizations and silences. *IEEE transactions on professional communication*, 55(3), 206-220.
- Frank, A. D., & Brownell, J. (1989). *Organizational Communication and Behavior: Communicating to Improve Performance, 2+2=5*. New York, Verenigde Staten: Holt, Rinehart and Winston.
- Jong, De M., Schellens, P.J. (1995). *Hardop-werkmethode. Met het oog op de lezer. Pretestmethoden voor schriftelijk voorlichtingsmateriaal* (pp. 139-152). Amsterdam, Nederland: Thesis Publishers.
- Koeleman, H. (2018). *Interne communicatie: strategieën, methoden en rollen*. Amsterdam, Nederland: Boom.
- Over Ons. (2021). *ProRail*. <https://www.prorail.nl/over-ons>

ProRail. (2021). *Wikipedia*. <https://nl.wikipedia.org/wiki/ProRail>

Ter Hoeven, C. L., Stohl, C., Leonardi, P., & Stohl, M. (2021). Assessing organizational information visibility: Development and validation of the information visibility scale. *Communication Research, 48*(6), 895-927.

Tkalac Verčič, A. (2019). Internal communication with a global perspective. In K. Shriramesh, & D. Verčič (Red.), *The global public relations handbook theory, research, and practice* (pp. 195-204). New York, Amerika: Routledge.

Van den Haak, M., de Jong, M., & Schellens, P. J. (2003). Hardopdenkprotocollen als pretestmethode: synchroon en retrospectief hardopdenken vergeleken. *Tijdschrift voor taalbeheersing, 25*(3), 236-252.

Verčič, A. T., & Špoljarić, A. (2020). Managing internal communication: How the choice of channels affects internal communication satisfaction. *Public relations review, 46*(3), 101926.

Wei, C.Y, Evans, M.B., Eliot, M., Barrick, J., Maust, B., & Spyridakis, J.H. (2005). Influencing web browsing behavior with intriguing and informative hyperlink wording. *Journal of Information Science, 31*(5), 433-445.

Welch, M. (2012). Appropriateness and acceptability: Employee perspectives of internal communication. *Public Relations Review, 38*(2), 246-254.

Welch, M., & Jackson, P. R. (2007). Rethinking internal communication: a stakeholder approach. *Corporate communications: An international journal, 12*(2), 177-198.

## Bijlagen

<b>Bijlage 1: Corpus Focus</b> .....	<b>61</b>
Nieuws Maart 2021 .....	61
Nieuws September 2021.....	68
Overige artikelen van oktober 2020 t/m september 2021 .....	76
<b>Bijlage 2: Codeboek categorieën op Focus</b> .....	<b>83</b>
<b>Bijlage 3: Uitnodiging deelname onderzoek</b> .....	<b>84</b>
<b>Bijlage 4: Interviewschema werknemers</b> .....	<b>85</b>
<b>Bijlage 5: Transcriptie interviews</b> .....	<b>88</b>
Interview 1 .....	88
Interview 2 .....	95
Interview 3 .....	101
Interview 4 .....	107
Interview 5 .....	113
Interview 6 .....	120
Interview 7 .....	125
Interview 8 .....	130
Interview 9 .....	136
Interview 10 .....	140
Interview 11 .....	146
Interview 12 .....	152
Interview 13 .....	159
Interview 14 .....	165
Interview 15 .....	171
Interview 16 .....	177
<b>Bijlage 6: Transcript focusgroep corporate communicatieadviseurs</b> .....	<b>182</b>
<b>Bijlage 7: Interviewschema contentteam</b> .....	<b>193</b>
<b>Bijlage 8: Interviews contentteam</b> .....	<b>194</b>
Interview contentmanager.....	194

## **Bijlage 1: Corpus Focus**

### ***Nieuws Maart 2021***

#### **Blustrein: technisch hoogstandje bij bluswatervoorzieningen Waalhaven Zuid**

Een brandweerwagen op een treinonderstel. Zo zou je de blustrein simpel kunnen omschrijven. Maar daarmee doe je niet alleen de blustrein zelf tekort, ook alle collega's die de realisatie ervan mogelijk hebben gemaakt. In nog geen 4 maanden van idee ...

**31 maart** 1413 weergaven

#### **Precisieklus op Alkmaar Noord**

Afgelopen weekend is het dak op station Alkmaar Noord geplaatst. Met een enorme telekraan zijn de vier dakdelen van elk 20 duizend kilo op hun plek gezet. "Een knap stukje precisiewerk", zegt Esther Versteegh, de bouwmanager. "En nog best spannend o..."

**31 maart** 521 weergaven

#### **Innovatiepartnerschap met 12 bedrijven voor versnelling ERTMS**

ProRail gaat een 'innovatiepartnerschap' aan met twaalf bedrijven om de invoering van ERTMS een boost te kunnen geven. Dat is op de tweede dag van de RailTech bekendgemaakt. In juli 2020 introduceerde ProRail ASAP: Aanbesteding Snellere AanPak ERT...

**31 maart** 729 weergaven

#### **Inktpot hybrideklaar maken tijdens corona**

ProRail wil hybride gaan werken. In de toekomst is het dan mogelijk om te kiezen waar je werkt: thuis of op kantoor. In overleg met de ExCo is besloten dat alle kantoorpanden per 1 september geschikt zijn om hybride te werken. Of we rond 1 september...

**31 maart** 1469 weergaven

#### **Update: Maatregelen op niet actief beveiligde overwegen**

NS en ProRail nemen sinds 10 maart versneld een aantal maatregelen om de veiligheid te verhogen bij niet actief beveiligde overwegen (NABO) waar regelmatig zwaar verkeer overheen rijdt. De directe aanleiding is de uitkomst van het onderzoek naar het...

**30 maart** 1666 weergaven

## **Railtech 2021: dit zijn de kijktips van Paul Carstens**

Railtech Europe Live is begonnen! Op deze vakbeurs ontmoet ProRail graag mensen en partijen die ons kunnen helpen bij de bouw van het spoor van morgen. Paul Carstens is als directeur Procurement verantwoordelijk voor de afspraken die we maken met (n...

**30 maart** 1032 weergaven

## **Het Instagram-account @werkenbijprorail 2.0 gaat live**

ProRail laten zien als aantrekkelijk werkgever om de juiste medewerkers te werven. Medewerkers die bijdragen aan de mooie doelstellingen van ProRail. Al jaren staat dit hoog op de HR-agenda, maar met de aangekondigde productiegroei van 35 procent en...

**29 maart** 1704 weergaven

## **Definitieve uitslagen van medezeggenschapsverkiezingen bekend**

De samenstelling van zowel de nieuwe ondernemingsraad (OR) als die van de diverse onderdeelcommissies (OC's) is bekend. De verkiezingscommissie stelde deze op 25 maart vast. Bekijk hier de samenstelling van de nieuwe OR. Zeven collega's waren gekoz...

**26 maart** 2514 weergaven

## **Nieuwe routekaart Corona en nieuwe openingstijden kantoorlocaties**

Dinsdagavond 23 maart werd bekend dat de lockdown wordt verlengd tot en met dinsdag 20 april. De vaccins zorgen op termijn voor versoepelingen. Pas als voldoende 60-plussers en kwetsbare mensen zijn ingeënt, zijn brede versoepelingen aan de orde. Op...

**25 maart** 2483 weergaven

## **Staat RailTech Europe Live al in jouw agenda?**

Elke twee jaar is RailTech Europe hét evenement van de spoorsector. De spoorbeurs vindt elke twee jaar plaats in de Jaarbeurs te Utrecht, maar gezien de omstandigheden vind de beurs nu volledig online plaats. Via een online platform kun je van 30 ma...

**24 maart** 1366 weergaven

## **Kick-off Europees jaar van het Spoor**

Portugal geeft als voorzitter van de Europese Unie op 29 maart in Lissabon het startsein voor het Europees jaar van het Spoor. Na de officiële kick-off vinden in binnen- en buitenland uiteenlopende evenementen plaats om de groeipotentie en het duurz...

**24 maart** 492 weergaven

## **Verlenging lockdown tot en met 20 april**

Demissionair premier Rutte maakte dinsdagavond 23 maart bekend dat de lockdown wordt verlengd tot en met dinsdag 20 april. Het aantal besmettingen laat nog geen versoepelingen toe. Voor ProRailers verandert er qua werksituatie daarom nog steeds niet...

**23 maart** 1829 weergaven

## **Online kijkje in de keuken bij de bouw van Delft Campus**

Ruim vijftig leden van Bewuste Bouwers brachten op 18 maart een online bezoek aan Delft Campus. Ze kregen onder meer een rondleiding op de bouwplaats, te volgen vanachter hun keukentafel of op hun zolderkamer. De belangstelling was zo groot, dat van...

**23 maart** 1302 weergaven

## **Update over de nieuwe CAO**

Op maandag 1 maart heeft ProRail een eindbod neergelegd bij de vakbonden FNV Spoor, CNV Vakmensen en VHS Railprofessionals. Inmiddels hebben de leden van de vakbonden gestemd. Uit de uitslag blijkt dat een meerderheid van de CNV-leden voor het eindb...

**23 maart** 4633 weergaven

## **Een jaar thuiswerken: hoe het is als je wél buiten de deur werkt**

De meeste ProRailers werken al een jaar thuis. Een schril contrast met de groep collega's die nog 'gewoon' naar hun werk gaan. Zij hebben een vitaal beroep en zijn bijvoorbeeld verkeersleider, servicemedewerker of incidentenbestrijder. Hun takenpakk...

**23 maart** 1040 weergaven

## **We gaan hybride werken: waar staan we nu?**

Sinds een jaar is corona onderdeel van ons leven en werkt een groot deel van onze collega's thuis. Hierdoor hebben we de mogelijkheden en aandachtspunten van thuiswerken in de praktijk ervaren. Ook hebben we vorig jaar in een enquête gevraagd naar ...

**22 maart** 2630 weergaven

## **Voorlopige uitslagen medezeggenschapsverkiezingen bekend**

De verkiezingscommissie heeft op 18 maart in een online event de voorlopige uitslagen van de medezeggenschapsverkiezingen bekendgemaakt. De gekozen kandidaten voor de ondernemingsraad (OR) en de onderdeelcommissies (OC's) vind je op de verkiezingsp...

**19 maart** 2980 weergaven

## **Sneller ter plaatse na melding van persoon op het spoor in regio Zuid**

Het verschil maken. Dat kunnen onze boa's en medewerkers van de verkeersleidingsposten in de regio Zuid. Daar neemt ProRail deel aan het project SUPREMOCOL, waarin we samenwerken met NS, ggz en politie. Het doel van dit project is het aantal suïcide...

**18 maart** 1795 weergaven

## **Virtueel bijpraten in De Inktpot**

Wie verlangt er niet naar: eindelijk weer eens over het oranje tapijt van De Inktpot lopen. Op zoek naar de juiste kamer of een service corner. Het goede nieuws is: het kan weer! Weliswaar virtueel, maar dichterbij een live-sensatie kom je voorlopig...

**18 maart** 1202 weergaven

## **Proef met nieuw systeem voor datacommunicatie onder ERTMS**

ProRail onderzoekt in een pilot hoe General Packet Radio Service (GPRS) het beste gebruikt kan worden voor de datacommunicatie binnen de nieuwe beveiligingsstandaard ERTMS. Voor een goede performance is het belangrijk dat het GPRS-netwerk en de over...

**16 maart** 2006 weergaven

## **Het coronakernteam: ook een jaar later nog onverminderd hard aan het werk**

Een jaar geleden bepaalde het kabinet dat er zoveel mogelijk thuis moest worden gewerkt door de coronacrisis. We zijn twaalf maanden verder en het kernteam corona bij ProRail vergadert nog iedere week: zoals iedereen via Teams. De band tussen colleg...

**15 maart** 1873 weergaven

## **Treindienstleiders worden voor het eerst extern opgeleid**

De komende jaren heeft ProRail veel nieuwe treindienstleiders nodig. Om te zorgen dat we deze nieuwe collega's ook allemaal kunnen opleiden, gaat ProRail samenwerken met een externe partij: het adviesbureau RailConnect. Zij gaan, naast de opleidinge...

**15 maart** 2178 weergaven

## **'Moodbusters' brengen leven in de brouwerij**

Om de moed erin te houden, krijgen ProRailers met leuke ideeën tijd en ruimte om hun plannen te verwezenlijken. Zo ook de 'Moodbusters', een beweging die ontstond bij Projecten en daar de boel opschudde met vrolijke activiteiten. Dat is niet onopgem...

**15 maart** 1724 weergaven

## **Stem nu voor de medezeggenschap**

Ons digitale stembureau is geopend. Vandaag zijn de medezeggenschapsverkiezingen van start gegaan. Iedere stemgerechtigde medewerker heeft per mail van Webelect een stemcode en de link naar het digitale stembureau ontvangen. Wacht niet te lang met s...

**11 maart** 1591 weergaven

## **Verbouwing station Rotterdam Noord is klaar**

De verbouwing van station Rotterdam Noord is op vandaag afgerond. Het station is beter toegankelijk gemaakt door het plaatsen van een lift en een minder steile hellingbaan. Projectmanager Lieke Rubers is tevreden. Lieke: "Het gehele station is aange...

**11 maart** 930 weergaven

## **Digitaal event met John Voppen en Ans Rietstra - nu mét video**

Gisteren zijn John Voppen en Ans Rietstra vanuit een studio digitaal in gesprek gegaan met ProRailers. Kritische vragen gingen zij niet uit de weg. Sterker nog, daar hadden John Voppen en Ans Rietstra juist ook om gevraagd. Naast tal van andere onde...

**11 maart** 5366 weergaven

## **Daag jezelf en anderen uit en doe mee aan een 'rondje Europa'**

Het afgelopen jaar is duidelijk geworden hoe belangrijk vitaliteit is. Daarom hebben ProRail en Railsport de handen ineen geslagen om hier een positieve bijdrage aan te leveren. Loop samen met je collega's een virtueel rondje Europa! Het doel van de...

**11 maart** 1953 weergaven

## **Direct extra maatregelen bij onbeveiligde overwegen**

Op 22 mei 2020 vond een afschuwelijk ongeval plaats op het traject Zwolle – Assen. Op een Niet Actief Beveiligde Overweg (NABO) bij Hooghalen kwam een NS Sprinter in botsing met een zwaar landbouwvoertuig. Door deze zware aanrijding verloor de NS-ma...

**10 maart** 1632 weergaven

## **Verlenging lockdown tot 30 maart**

De lockdown wordt verlengd tot dinsdag 30 maart. Dat maakte demissionair premier Rutte maandagavond 8 maart bekend. Voor ProRailers verandert er qua werksituatie helaas nog steeds niets: wij blijven zoveel mogelijk thuis werken, blijven uit elkaars ...

**8 maart** 3066 weergaven



## **Women on the move geeft jonge vrouwelijke ProRailers een carrièreboost**

ProRail investeert als werkgever in de in- en doorstroom van talentvolle vrouwen. Daarom starten wij met het programma Women on the move. Hierin geven we de carrières van tien jonge, talentvolle vrouwelijke werknemers een boost. Bovendien stroomt ee...

**8 maart** 3384 weergaven

## **Technische werkzaamheden in panden ProRail beperkt toegestaan**

Tijdens de verschillende fasen van de corona-roadmap is het uitvoeren van technische werkzaamheden in de panden en posten beperkt toegestaan. Uitgangspunt is dat alleen werkzaamheden worden uitgevoerd die niet kunnen wachten omdat anders de veilighe...

**5 maart** 1968 weergaven

## **Financieel directeur Jaap Smid vertrekt bij ProRail**

Na de bekendmaking dat Hans van Leeuwen op 1 mei 2021 vertrekt, is de zoektocht naar een opvolger in gang gezet. Dit proces – waar ook de raad van commissarissen en de ondernemingsraad bij betrokken zijn – is niet op korte termijn afgerond. Daarom s...

**4 maart** 4695 weergaven

## **Vervanging mobiele telefoons – ook Androidtoestel nu bekend**

Zoals al eerder is aangekondigd, start ICT in het voorjaar met het vervangen van de eerste smartphones waarvan het leasecontract eindigt. Naast de iPhone SE wordt de Samsung A52 EE het standaard Androidtoestel. Zowel de iPhone SE als de Samsung A52 ...

**3 maart** 8336 weergaven

## **Aanbesteding snellere aanpak ERTMS: 'Kun je geautomatiseerd kabels leggen?'**

De vraag of je ERTMS sneller kunt invoeren met innovatie is voorgelegd aan tal van marktpartijen. Op 8 maart kijkt de Tenderboard naar de inschrijvingen voor ASAP: Aanbesteding Snellere AanPak ERTMS. Een spannend moment dus. Wat ging eraan vooraf, ...

**3 maart** 817 weergaven

## **Samen eten, overleggen én Cluedo spelen - het kan allemaal online**

Hoe blijf je als team met elkaar in contact, nu zoveel collega's thuiswerken? Hoe hou je de lol en de energie erin, als je elkaar nauwelijks fysiek tegenkomt? Het team van Strategie & Ontwikkeling ontdekte hoe dat ook online prima kan. Binnen Strate...

**3 maart** 1280 weergaven

## **Laatste cao-bijeenkomst: ProRail biedt verbeterd pakket als eindbod**

Maandag 1 maart kwamen ProRail en de bonden VHS Railprofessionals, CNV Vakmensen en FNV Spoor weer bij elkaar voor de cao-onderhandelingen. Voor deze fysieke bijeenkomst was, net als bij de vorige onderhandelingsronde, een extra grote ruimte ingeric...

**3 maart** 5997 weergaven

## **Vijf minuten aandacht voor de mening van collega's**

Op een sociaal veilige werkplek kunnen we samen meer bereiken. Vanuit die overtuiging vraagt ProRail Integriteit, Risicomanagement en Compliance (IRC) nu ruim een jaar speciale aandacht voor sociale veiligheid. Het begrip sociale veiligheid is voor ...

**2 maart** 2402 weergaven

## **Digitaal event met John Voppen en Ans Rietstra**

Donderdag 11 maart wordt een digitaal event uitgezonden waar John Voppen en Ans Rietstra vanuit een studio met allerlei ProRailers in gesprek gaan. Die dag is het exact een jaar geleden dat premier Rutte opriep om zoveel mogelijk thuis te werken. Ee...

**2 maart** 2684 weergaven

## **Raymond Visser overleden**

Zondagmiddag hebben wij het trieste bericht ontvangen dat Raymond Visser is overleden. Raymond heeft na een ziekbed van een aantal maanden op 61-jarige leeftijd de strijd tegen kanker verloren. Wij verliezen in hem een fijne en gewaardeerde collega ...

**1 maart** 3825 weergaven

## **The Lady vernieuwde het spoor**

Tussen 20 februari en 1 maart hebben we ongeveer 7,5 kilometer aan spoorstaven, dwarsliggers en ballast vernieuwd tussen Alkmaar en Uitgeest. De bijzondere werktrein van Swietelsky heeft gedaan waarvoor ze besteld was en is weer terug naar haar Oost...

**1 maart** 1467 weergaven

## ***Nieuws September 2021***

### **Challengesessies over besturing ProRail een succes**

Dertig collega's deden dinsdag 28 september mee aan challengesessies over de nieuwe besturing van ProRail. Het waren twee energieke groepsessies waarin leden van de ExCo stevig werden belaagd in een zogenoemde bullet room, een setting waarin de dee...

**30 september** 951 weergaven

### **Hans Smits nieuwe directeur Verkeersleiding**

Vrijdag 1 oktober start Hans Smits als de nieuwe directeur Verkeersleiding en als lid van de ExCo van ProRail. Hij volgt Roel Salden op, die ons bedrijf per 1 september verliet. Hans was de afgelopen vijf jaar manager Landelijke Verkeersleiding en s...

**30 september** 1810 weergaven

### **SpoorVrij Release is een succes**

Verkeersleiding en ICT zijn begin 2021 een samenwerking aangegaan in de nieuwe IT-dienst SpoorVrij. SpoorVrij is de dienst die we gebruiken om onregelmatigheden in de treindienst te voorkomen en daar waar dit niet lukt het zo snel mogelijk op te los...

**30 september** 508 weergaven

### **ProRail.nl genomineerd voor Website van het Jaar-verkiezing**

Het nieuwe jasje past de corporate website van ProRail kennelijk goed. ProRail.nl is namelijk genomineerd voor de Website van het Jaar-verkiezingen die georganiseerd worden door online uitgever Emerce en marktonderzoekbureau Multiscope. Vanaf vandaa...

**29 september** 592 weergaven

### **'Rico's dood mag niet voor niets zijn geweest'**

De nieuwe brug bij Witte paarden na bij Steenwijk werd onlangs vernoemd naar marinier Rico Bos, die op 18-jarige leeftijd omkwam tijdens een missie in Cambodja. Het is de eerste brug in een reeks die de naam van een veteraan zullen krijgen. De moede...

**29 september** 785 weergaven

### **'Young Talent' Imke Gommans stelt verbinding centraal**

Imke Gommans is voor ProRail in de race voor de Young Talent Award (YTA) van stichting Topvrouw van het Jaar. Als manager Projectbegeleiding bij ProRail wil ze resultaten halen. Tegelijkertijd zet ze de mens centraal. Een gesprek over Limburg, ambit...

**29 september** 1090 weergaven

## **Staatssecretaris Van Weyenberg bezoekt ProRail**

Demissionair staatssecretaris Steven van Weyenberg, de opvolger van Stientje van Veldhoven bij het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, was op 27 september op werkbezoek bij ProRail om te zien hoe het bij de verschillende afdelingen van ProR...

**28 september** 964 weergaven

## **Komende week elke dag een video over hybride werken**

Vandaag gaan we écht van start met het hybride werken. In de serie ProRail gaat hybride werken word je door collega's bijgepraat over hoe dat er voor de organisatie gaat uitzien. In aflevering 1 van deze serie vertelt Martine Atzema, programma veran...

**27 september** 1862 weergaven

## **Online feest met inhoud en eigen talent**

We hebben collega's die meubels maken, cabaretier zijn en collega's die als reporter samen met ons een uitzending willen maken, dat is echt super. Zo vatten presentatoren Carla van Ee en Ruud Penders het live event van donderdag 23 september kort sa...

**24 september** 2043 weergaven

## **Burendag 2021: Omgevingsmanager Milan op bezoek in Tricht bij Buurman Jan**

Burendag is jaarlijks een speciaal moment om onze burenen van het spoor te treffen. Voor een praatje, het uitwisselen van ervaringen en een kop koffie. "Het buurmanschap staat op deze dag centraal, verhalen ophalen en in gesprek zijn", zegt omgevingsm...

**24 september** 672 weergaven

## **Derde testwoensdag tienminutentreinen verloopt wederom rustig**

De derde testwoensdag van de nieuwe tienminutentreinen is relatief rustig verlopen. Het is na drie testwoensdagen nog te vroeg om harde conclusies te trekken, maar we zien al wel wat eerste patronen. De geplande dienstregeling lijkt zonder grote ver...

**24 september** 527 weergaven

## **Mediaberichten over eis ISZW voorbarig**

Verschillende nieuwsmedia melden donderdag onterecht dat het gebruik van kwartsloze ballast voortaan verplicht is in tunnels en op perrons. Zembra baseert zich op een zogenoemde 'kennisgeving van eis tot naleving' die de Inspectie SZW (ISZW) aan Pro...

**23 september** 1138 weergaven

## **Het Talentenprogramma: vorm geven aan de toekomst**

Zet tien ProRailers bij elkaar op het Brabantse platteland en er ontstaat wat. Niet dat dat specifiek het doel is van het Talentenprogramma van ProRail, maar wel een uitkomst. Tien totaal verschillende mensen in leeftijd, in werkervaring, in achterg...

**23 september** 1258 weergaven

## **Bart Kooij nieuwe manager Stationsprojecten**

Deze week start Bart Kooij als manager Stationsprojecten bij het MT Stations. Bart heeft ruime kennis en ervaring met de ontwikkeling van mensen en organisaties, gebiedsontwikkeling en de ontwikkeling van maatschappelijke voorzieningen, variërend va...

**22 september** 1231 weergaven

## **Volgende week een warm welkom voor alle ProRailers**

In de week van 27 september tot 1 oktober zorgen we voor een warm welkom voor alle medewerkers die, wanneer dat nodig is, naar de kantoren komen om elkaar te ontmoeten of fysiek samen te werken. We starten dan ook meteen met het hybride werken. Hier...

**22 september** 2033 weergaven

## **ERTMS-collega Maarten Louwerse schrijft kinderboek: Kapitein Vlabaard**

Programmamanager Maarten schreef afgelopen jaar een kinderboek, geïnspireerd op de verhalen die door hem en zijn kinderen worden verteld aan de keukentafel. "Toen ik was uitgekeken op het wandelen en Netflixen ben ik onze verhalen gaan bundelen tot ...

**22 september** 939 weergaven

## **Hoe zit het met onze beweging?**

Zijn we nou meer of minder gaan bewegen in coronatijd? Volgens het RIVM hebben we meer beweging gehad dan we denken, bijvoorbeeld door huishoudelijk werk en klussen in huis. En thuiswerken bood en biedt mogelijkheden voor meer beweging, zoals wandel...

**21 september** 1042 weergaven

## **Hybride Werken: Van vlekken naar huiskamers en teamruimtes.**

Lees hier alles over vergaderen op kantoorlocaties. Tijdens de coronaperiode zijn nieuwe inzichten ontstaan over de combinatie van werken thuis en op kantoor. Deze inzichten, én een grondig adviestraject, leiden in maart 2021 tot het besluit dat Pro...

**21 september** 1874 weergaven

## **Prinsjesdag 2021: de politieke vooruitblik**

Vandaag, de derde dinsdag van september is het traditiegetrouw Prinsjesdag. Aangezien het kabinet demissionair is, wordt er een 'beleidsarme' begroting gepresenteerd met waarschijnlijk weinig tot geen nieuwe plannen. Dit is immers aan het nog te vor...

**21 september** 429 weergaven

## **Koop nu vast verlof voor de verlofspaarregeling die 2022 ingaat**

In het laatste cao-akkoord is afgesproken dat op 1 januari een verlofspaarregeling ingaat. Er wordt hard gewerkt aan de invoering van deze regeling, zodat deze op tijd beschikbaar is in Mijn personeelszaken. Wil je straks koopverlof inleggen in de v...

**20 september** 2711 weergaven

## **'Wandelende bibliotheek' Henk de Raadt na 50 jaar spoor met pensioen**

Henk de Raadt startte in 1971 als leerling-monteur bij NS Materieel. Hij was toen zestien jaar. Een maand geleden ging de bevlogen incidentonderzoeker met pensioen. Om Henk en zijn imposante loopbaan te eren, organiseert de afdeling Veiligheid vanda...

**20 september** 1363 weergaven

## **ProRail onderzoekt oorzaak telefoniestoring**

ProRail doet onderzoek naar de oorzaak van de telefoniestoring op het spoor van donderdag 16 september. Om treinen veilig te kunnen laten rijden, is communicatie tussen de treindienstleiders van ProRail en machinisten essentieel. Door de storing wer...

**17 september** 1733 weergaven

## **Tweede testwoensdag tienminutentreinen verloopt relatief rustig**

Afgelopen woensdag is de tweede testwoensdag van de nieuwe tienminutentreinen tussen Arnhem-Schiphol-Rotterdam relatief rustig verlopen. Net als op de eerste testdag lijkt de dienstregeling het goed te doen op het moment dat er geen incidenten zijn....

**17 september** 564 weergaven

## **Spoorlopers op station Delft Campus**

Het is enorm schrikken als je het ziet gebeuren: iemand die het spoor oversteekt om snel aan de andere kant te zijn. Op station Delft Campus, dat verbouwd wordt, gebeurt het nu regelmatig. Station Delft Campus wordt verbouwd als onderdeel van PHS Ri...

**17 september** 727 weergaven

## **ProRail digitaal te gast in Tweede Kamer tijdens technische briefing**

Vandaag was ProRail samen met het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat digitaal te gast in de Tweede Kamer. Tijdens een technische briefing, waarvoor experts worden uitgenodigd om de Kamer op inhoud bij te praten, is gesproken over onze overw...

**16 september** 1130 weergaven

## **Groene Netten zet in op biodiversiteitsherstel en doet belofte**

Samenwerkingsverband Groene Netten wil in 2030 driekwart van het door hen beheerde gebied benutten voor biodiversiteitsherstel. Deze belofte staat in het Nationaal Actieplan Biodiversiteit. ProRail, partner in Groene Netten, zet in op duurzaam bemb...

**16 september** 313 weergaven

## **Werk thuis als het kan en op kantoor als het nodig is**

Dinsdag 14 september heeft het demissionaire kabinet bekendgemaakt dat per 25 september de 1,5 meter maatregel komt te vervallen. Qua thuiswerken heeft het demissionaire kabinet besloten: werk thuis als het kan en op kantoor als het nodig is. Na 25 ...

**15 september** 690 weergaven

## **Regeling voor eerder stoppen met werken – aanmelden kan vanaf nu**

Collega's die ervoor in aanmerking komen, kunnen zich vanaf vandaag aanmelden voor de regeling Eerder stoppen met werken. Onlangs hebben we in een Focusbericht laten weten dat collega's die in aanmerking komen zich vanaf half september via Mijn pers...

**15 september** 1651 weergaven

## **Uitzending gemist: keukentafelgesprek met John Voppen**

Ook als we van het demissionaire kabinet weer naar kantoor mogen, blijven de video calls van de RvB bestaan. Dat vertelde John Voppen gisteren vanachter zijn keukentafel. Ook stond hij even bij stil dat we hybride gaan werken als het maximale thuisw...

**14 september** 867 weergaven

## **ProRail blijft zich inzetten tegen trillingshinder door treinen**

Het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) heeft vandaag een onderzoek naar trillingshinder gepubliceerd. Uit dit zogeheten herhaalonderzoek blijkt dat 20 procent van de mensen die dichtbij het spoor wonen ernstige hinder heeft van de ...

**14 september** 517 weergaven

## **Ben jij alert? – Speel het spel in ProLeren**

Weet jij wat je moet doen als je per ongeluk bedrijfsgevoelige informatie naar een verkeerde geadresseerde hebt gestuurd? Herken jij phishing e-mails? Hoe vernietig jij vertrouwelijke papieren in je thuishantoor? Oftewel: Ben jij alert? Speel het sp...

**13 september** 1587 weergaven

### **Eerste testdag ETMET RoSA**

Afgelopen woensdag was het na jaren voorbereiding zover: de eerste testdag van de tienminutentreinen tussen Arnhem-Schiphol-Rotterdam. De eerste in een reeks van veertien opeenvolgende testwoensdagen voor ETMET RoSA: elke tien minuten een trein, tus...

**10 september** 1037 weergaven

### **John Voppen bij BNR: 'Flinke investeringen blijven nodig'**

Donderdag publiceerde het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) het rapport 'Thuiswerken en de gevolgen voor wonen, werken en mobiliteit'. Daarin wordt het nieuwe kabinet geadviseerd om uitbreiding van snelwegen en spoor te heroverwegen, omdat de ve...

**10 september** 1047 weergaven

### **Omkijken naar elkaar**

Vandaag is het Wereld Suicide Preventie Dag. Een dag waarop wereldwijd stilgestaan wordt bij alle mensen die zijn overleden door zelfdoding, een poging hebben overleefd of aan zelfdoding denken. Ook staan we stil bij familie, vrienden en anderen die...

**10 september** 656 weergaven

### **Open Monumentendag 2021 - net even anders**

ProRail opent op Open Monumentendag graag de deuren van de Inktpot. En dit jaar al helemaal, omdat het gebouw 100 jaar oud is geworden. Helaas laten de coronamaatregelen het niet toe om iedereen die dat wil toegang te geven. Dat zou ook vreemd zijn,...

**9 september** 1061 weergaven

### **John Voppen in NRC: 'Trots op onze mensen'**

Op nrc.nl verscheen gisteren een artikel over het personeelstekort bij Verkeersleiding. Hierin kwam ook John Voppen aan het woord. "Ik ben in blij dat wij de afgelopen weken de hinder voor de reizigers en het vrachtvervoer wisten te voorkomen." ...

**7 september** 1816 weergaven



## **Dit is er nodig voor tienminutentreinen**

Om elke tien minuten een trein te laten rijden, is meer nodig dan een nieuwe dienstregeling. Aan de testdagen, die vanaf nu tot december plaatsvinden op een drietal trajecten, is een jarenlange voorbereiding vooraf gegaan. ProRail heeft perrons verl...

**7 september** 871 weergaven

## **ProRail promoot internationale treinreizen met digitaal inspiratiemagazine**

Waarom bieden reisorganisaties voornamelijk vliegreizen met een accommodatie aan, maar blijven de combideals met de trein uit? Deze vraag werd het startpunt om via een online magazine de reisbranche te benaderen in hun transitie naar meer duurzamere...

**7 september** 1057 weergaven

## **ERTMS: Alstom maakt twee baanvakken klaar voor ervaringsrijden**

Machinisten moeten tijdig vertrouwd raken met het rijden met ERTMS. Daarom gaan Alstom en ProRail twee baanvakken geschikt maken voor ervaringsrijden. Het contract met Alstom werd onlangs getekend. De aanpassing van de baanvakken neemt een kleine tw...

**6 september** 1136 weergaven

## **ProRail in poleposition**

Elke vijf minuten een trein en een prachtig verbouwd station: wat een prestatie in Zandvoort! John Voppen is zo trots als een pauw. "Ik heb van dichtbij mee mogen maken wat we voor elkaar hebben gekregen in Zandvoort. In de voorbereiding en tijdens ...

**5 september** 1898 weergaven

## **Jos Coppens overleden**

Gisteren bereikte ons het verdrietige nieuws dat personeelsplanner Jos Coppens van verkeersleidingspost Roosendaal op 2 september op 61-jarige leeftijd is overleden. Jos wist sinds vorig jaar dat hij ongeneeslijk ziek was met de beperkte levensverw...

**3 september** 3267 weergaven

## **Update: hybride werken en de Inktpot**

Vanaf 6 september gaat de Inktpot weer open en kun je daar terecht op de begane grond, de eerste en tweede verdieping. Let op: om in de Inktpot te werken of collega's te ontmoeten, gelden onze coronaregels. Ook zijn niet alle ruimtes beschikbaar. Da...

**3 september** 2270 weergaven

## **Bijpraten met John en een voorproefje van het hybride werken**

September is begonnen en dat betekent dat de meeste collega's zijn weer terug zijn van weggeweest. Vaak zorgt de vakantie voor een frisse blik en nieuwe ideeën. September is dus een goede maand om elkaar weer (digitaal) te zien. We wet...

**3 september** 1135 weergaven

## **ProRail klaar voor spannend Formule 1-weekend**

Komend weekend is Zandvoort het strijdtoneel van Max Verstappen, Lewis Hamilton en alle overige coureurs. De Formule 1 keert na 36 jaar en na maanden van voorbereiding terug in Nederland en bij ProRail zijn we klaar voor drie spannende dagen. Projec...

**3 september** 630 weergaven

## **Erik van der Meer overleden**

Met grote verslagenheid hebben wij gisteren vernomen dat onze collega Erik van der Meer op dinsdag 31 augustus jongstleden is overleden. Velen zullen hem kennen als een betrokken collega met veel kennis van treinbeveiligingssystemen en proce...

**2 september** 4253 weergaven

## **Nieuwe tienminutentreinen gaan al rijden op woensdagen**

De komende 14 woensdagen testen NS en ProRail de nieuwe tienminutentreinen. In de nieuwe dienstregeling gaat tussen Rotterdam-Den Haag-Schiphol en Schiphol-Nijmegen overdag zes keer per uur een Intercity rijden. Tussen Rotterdam en Dordrecht gaat ze...

**2 september** 605 weergaven

## **Kleinere ExCo voor het eerst in nieuwe vorm bijeen**

Opgavegericht aansturen en slagvaardige besluitvorming. Dat is wat de Raad van Bestuur voor ogen heeft met het besluit om verder te gaan met een kleiner topbestuur. Woensdag 1 september kwam deze kleinere ExCo voor het eerst bijeen in de nieuwe same...

**1 september** 1170 weergaven

## **Ministerie geeft beschikking af voor PHS Den Bosch-Vught**

Het projectteam PHS Den Bosch-Vught heeft goed nieuws ontvangen: het ministerie van I&W heeft eind augustus de definitieve MIRT 3-beschikking verstrekt voor de bouw van onder meer de verdiepte ligging van het spoor in Vught. Hiermee heeft het minist...

**1 september** 691 weergaven

## **Overige artikelen van oktober 2020 t/m september 2021**

### **De coronaregels nog eens op een rijtje**

Het kabinet heeft maandag 28 september strengere maatregelen in de strijd tegen corona afgekondigd. Deze regels gelden tot nader orde. Wat deze regels voor ProRail betekenen hebben we schematisch op een rijtje gezet. Onderaan het bericht staat de ni...

**5 oktober 2020** 1384 weergaven

### **Krachten bundelen voor de vlinders en de bijen**

De insectenpopulatie en de biodiversiteit nemen af. ProRail wil daar als 'grootgrondbezitter' in Nederland iets aan doen, bijvoorbeeld door bloemen te zaaien, anders te maaien, faunapassages en bijenhôtels te plaatsen langs het spoor. We werken nu s...

**9 oktober 2020** 1824 weergaven

### **Reizigers geven stations hoogste cijfer ooit**

Reizigers vinden stations schoner en de sfeer en de doorstroom zijn beter. Dat blijkt uit de Stationsbelevingsmonitor (SBM) over het derde kwartaal. Reizigers gaven een 7,4 voor Algemeen Oordeel, daarmee steeg het cijfer met circa 0.25 punt ten opzi...

**16 oktober 2020** 1021 weergaven

### **Hoe 'grootdakbezitter' ProRail stations energieneutraal wil maken**

ProRail wil dat stations veilig, comfortabel én duurzaam zijn. Dat laatste doen we niet alleen door klimaatvriendelijk en circulair te bouwen, maar ook door stations energieneutraal te maken. Zonnepanelen op perronkappen spelen daarbij een belangrij...

**26 oktober 2020** 2575 weergaven

### **ProRail helpt bij berging metro Spijkenisse**

De beelden van de metro die afgelopen maandag met een knal op de walvisstaart van een kunstwerk in Spijkenisse terecht kwam, gaan inmiddels de hele wereld over. Onze collega Joep Vulik (vakspecialist spoorwegmaterieel) adviseerde bij het bergen van ...

**6 november 2020** 1537 weergaven

### **Complimenten voor alle ProRailers in coronatijd**

Dagelijks raken nog steeds duizenden mensen in Nederland besmet met corona. Dit geldt ook voor ProRailers. ProRail wil verspreiding van het virus zoveel mogelijk tegengaan en heeft de nodige maatregelen genomen. Deze werken binnen het bedrijf goed e...

**12 november 2020** 2679 weergaven

## **Dronebeelden van afgeronde werkzaamheden IJsselmonde**

De klus is klaar: maar liefst achttien projecten werden tussen 7 en 18 november afgerond op het spoor tussen Rotterdam en Breda/Dordrecht. Spooraanneemers VolkerRail en Infrasppeed gingen voor ProRail aan de slag met de megaklus en dankzij een strakke...

**19 november 2020** 1576 weergaven

## **De overgang naar hybride werken in tijden van corona**

Door de coronamaatregelen hebben we noodgedwongen de mogelijkheden en aandachtspunten van thuiswerken ervaren. Hoewel het onzeker blijft wanneer we weer meer naar kantoor kunnen gaan, is het wel duidelijk dat we vanaf dat moment hybride willen werke...

**27 november 2020** 1676 weergaven

## **ERTMS - de spanning loopt op**

Over een paar weken neemt ProRail een belangrijk besluit over de aanbesteding van het centrale treinbeveiligingssysteem ERTMS (CSS). Dan wordt bekend welke systeemleveranciers doorgaan naar de volgende ronde, de dialoofase. Achter de schermen wordt...

**3 december 2020** 2132 weergaven

## **Tachtig wissels en zeventig overwegen aanpakken in Rotterdamse haven**

We zijn de spoorlijn in de Rotterdamse haven aan het verbeteren. Samen met bouwer Dura Vermeer hebben we hier afgelopen weekend de eerste van in totaal zeventig overwegen vervangen. De overweg was oud en het risico op storing was groot. Hiermee hebb...

**9 december 2020** 879 weergaven

## **ProRail doet direct zaken met wisselleveranciers**

Zo'n driehonderd wissels per jaar heeft ProRail nodig. Die 'bestellen' we voortaan zelf bij twee leveranciers. Tot nu toe deed de projectaannemer dat, maar die moest eerst de aanbesteding winnen. Daardoor ging er kostbare tijd verloren. Afgelopen we...

**15 december 2020** 806 weergaven

## **RvB-leden kijken terug op 2020 en vooruit op nieuwe jaar**

Het bizarre jaar 2020 is bijna voorbij. Corona zal helaas nog een tijd ons leven beïnvloeden. Juist daarom kunnen we met veel trots terugkijken op wat we met elkaar hebben neergezet. Op én voor het spoor, maar ook onderling. Als we iets hebben gelee...

**17 december 2020** 2192 weergaven

## **ProRail heeft een nieuwe website**

Na ruim zeven jaar mocht het ook wel een keer: ProRail.nl is compleet vernieuwd en weer helemaal bij de tijd. Een intensieve samenwerking in coronatijd met leverancier Dept heeft geleid tot een moderne website, gebruiksvriendelijker en toegankelijke...

**5 januari** 2948 weergaven

## **Lockdown met drie weken verlengd**

Premier Rutte heeft dinsdagavond 12 januari bekendgemaakt dat de lockdown verlengd wordt tot en met dinsdag 9 februari. De situatie rondom corona en de Britse variant blijft dermate zorgwekkend dat versoepeling van de maatregelen niet aan de orde is...

**12 januari** 2722 weergaven

## **OR-verkiezingen: het best bewaarde geheim van ProRail**

In maart vinden de OR- en OC-verkiezingen van ProRail plaats. Tot 28 januari kunnen ProRailers zich nog beschikbaar stellen voor deze verkiezingen. OR-voorzitter Marielle Frumau en OR-lid Bastiaan Logtmeijer zijn op zoek naar jong nieuw talent. Jull...

**19 januari** 983 weergaven

## **Vernielingen station Eindhoven Centraal**

Op zondagmiddag 24 januari ontstonden er rellen rond station Eindhoven Centraal bij een demonstratie tegen de coronamaatregelen. Daarbij hebben onruststokers een auto van onze incidentenbestrijding omgegooid en in brand gestoken. Gelukkig zijn onze ...

**24 januari** 3877 weergaven

## **Nieuwe apps om leuker én veiliger online samen te werken**

Sinds het thuiswerken werken we heel veel online samen: we zijn samen goed voor zo'n 50.000 Teams-vergaderingen per maand. Soms gebruiken we online tools die dat samenwerken nog makkelijker moeten maken; voor digitale brainstormsessies bijvoorbeeld ...

**28 januari** 2743 weergaven

## **Test je mentale weerbaarheid in coronatijd**

Balanceren tussen alle werk- en zorgverplichtingen, verleidingen en de broodnodige ontspanning is een hele kunst. Zeker nu de meesten van ons al zo lang thuiswerken, alleen of te midden van een veeleisend gezin. Het eerste wat erbij inschiet is het ...

**2 februari** 1513 weergaven

## **Hoe hebben we het gedaan in het vierde kwartaal?**

Ondanks de uitbraak van het coronavirus en alle maatregelen die we daardoor moesten treffen, hebben we redenen genoeg om ook over Q4 2020 met veel trots terug te kijken op de wendbaarheid van de ProRail-medewerkers en de partners in de spoorsector. ...

**9 februari** 1299 weergaven

## **Een goede sportieve uitdaging is goud waard**

Sporten zorgt voor een betere doorbloeding van je hersenen. Ook komen er stoffen vrij die je een positief gevoel kunnen geven. Om dat te bereiken is topsport beslist niet nodig; matig intensieve inspanning is voldoende. Met het aanbod van Railsport,...

**16 februari** 1216 weergaven

## **De Groene ProRail'er 2: Pieter Aaldring**

De Groene ProRail'er! 'Verduurzaamt' is één van de belangrijke pijlers binnen onze strategie. Daarmee maken we mobiliteit per spoor zo duurzaam mogelijk, nu en in de toekomst. Verduurzaming is natuurlijk niet alleen een thema op het werk, maar is da...

**24 februari** 1591 weergaven

## **ProRail start op 13 april nieuwe veiligheidscampagne**

De nieuwe veiligheidscampagne heeft als doel jongeren in de leeftijd tussen 12 en 18 jaar bewust te maken van gevaarlijk gedrag rond het spoor. Het blijkt dat jongeren nog steeds vaak betrokken zijn bij (bijna-)incidenten op en rond het spoor. ...

**6 april** 752 weergaven

## **Verlenging lockdown tot en met 27 april**

De lockdown wordt verlengd tot en met dinsdag 27 april. Dat maakte demissionair premier Rutte dinsdagavond 13 april bekend. Het aantal besmettingen en de situatie in de zorg laten nog steeds geen versoepelingen toe. Voor ProRailers verandert er qua ...

**13 april** 1633 weergaven

## **Versoepelingen per 28 april, thuiswerken blijft de norm**

Vanaf 28 april wordt de avondklok afgeschaft, gaan terrassen weer open, is winkelen zonder afspraak weer mogelijk en mogen we thuis twee personen ontvangen. Deze versoepelingen, die demissionair premier Rutte dinsdagavond 20 april bekendmaakte, kome...

**20 april** 2024 weergaven

## **Acties FNV Spoor bij ProRail van de baan**

FNV Spoor heeft naar aanleiding van de gesprekken met ProRail de voorgenomen acties opgeschort. De aangekondigde acties van FNV Spoor op donderdag, vrijdag en zaterdag gaan niet door. Hierdoor kunnen vervoerders vanaf donderdag weer hun gebruikelijk...

**28 april** 6382 weergaven

## **Waarschijnlijk verdere versoepeling maatregelen vanaf 19 mei**

Het demissionair kabinet gaat verder met het versoepelen van de coronamaatregelen als de daling van het aantal besmettingen doorzet. Vanaf 19 mei mag er weer binnen worden gesport, zijn bezoekers weer welkom in onder meer dieren- en speeltuinen en w...

**11 mei** 1677 weergaven

## **De Inktpot is vanaf 1 juni dicht voor verbouwing**

Na corona wordt hybride werken de norm. Per 1 september moet dat mogelijk zijn in al onze kantoren. Veel van onze kantoren zijn al grotendeels geschikt om hybride te gaan werken maar in De Inktpot zijn hiervoor nog veel aanpassingen nodig. Da...

**19 mei** 3826 weergaven

## **Terugkijken: Hoe staat het met de zbo-omvorming?**

Door het aftreden van het kabinet is het wetsvoorstel voor de omvorming van ProRail tot een zbo geparkeerd. Maar dat leidt niet tot stilzitten, zo bleek uit de bijeenkomst zbo-omvorming op 26 mei. Karen Temmink (manager Communicatie & Externe Betrek...

**28 mei** 2356 weergaven

## **Project Groot Onderhoud Schiphol (GOS) is tot gunning overgegaan**

Dat is bijzonder, want GOS is daarmee een van de eerste projecten bij ProRail die gaat werken volgens principes van Toekomstbestendig Werken Aan het Spoor (TWAS ). Op 8 juni 2021 is de bouwteamovereenkomst getekend met de bouwcombinatie SVS (Strukto...

**9 juni** 1031 weergaven

## **Crisisorganisatiestructuur corona opgeheven**

De ontwikkelingen rondom corona zijn dermate positief dat op korte termijn de volgende stap van het openingsplan van de Rijksoverheid gezet kan worden. Daarmee worden nog meer coronamaatregelen losgelaten. Dit is voor de ExCo aanleiding om de crisis...

**18 juni** 1663 weergaven

## **Trein ontspoord bij station Groningen**

Op zondag 27 juni rond 23.30 uur is een trein van Arriva op station Groningen bij het wegrijden naar Roodeschool met een aantal wielen uit het spoor gelopen. Er zijn geen gewonden gevallen en reizigers konden de trein uit en naar het perron worden ...

**28 juni** 1450 weergaven

## **Oude VL-post Utrecht krijgt tweede leven als De Spot**

De oude verkeersleidingspost Utrecht staat al vijf jaar leeg, maar aan deze leegstand komt in het najaar een einde. Vanaf dan is het een event hotspot, opleidingscentrum en een ruimte voor innovatie, inspiratie en experimenten door en voor ProRail...

**5 juli** 1926 weergaven

## **Summer School 2021 trapt af met een mooie show**

De aanmeldingen voor de Summer School 2021 zijn alweer enige tijd open en wat gaat het hard! Een flink deel van de workshops zit al vol, terwijl we volgende week pas beginnen. Dus wil je nog een workshop volgen? Wees er snel bij! Op maandag 19 juli ...

**13 juli** 1429 weergaven

## **Hoe hebben we het gedaan in het tweede kwartaal?**

Ans Rietstra keek begin juli met ons terug op het tweede kwartaal. Of eigenlijk op 'een heel mooi halfjaar' zoals Ans het aan haar keukentafel benoemde. Ondanks de rol die corona blijft spelen in ons dagelijks werk, gaat het goed op vele fronten. Ve...

**21 juli** 838 weergaven

## **Treindienstleider Mitchel Kortekaas te gast geweest bij Radio 1**

Senior treindienstleider Mitchel Kortekaas van verkeersleidingspost Den Haag is dinsdagavond te gast geweest bij het Radio 1-programma Met het Oog op Morgen. Hij kreeg ruim de gelegenheid om uit te leggen wat het vak inhoudt, hoe uitdagend het kan z...

**4 augustus** 1803 weergaven

## **Bezetting VL: een complexe puzzel**

Door het structurele personeelstekort op de posten, was het ook deze week weer een ingewikkelde puzzel om de diensten gevuld te krijgen. Wat komt daar eigenlijk bij kijken? Posten helpen elkaar Door het hele land helpen posten elkaar zodat voldoende...

**12 augustus** 1404 weergaven



## **ProRailers steken handen uit de mouwen in Zuid-Limburg**

Het hoogwater van de Maas en de Waal liet veel afval achter in de uiterwaarden in Limburg. Om de natuur langs de rivieren weer schoon te krijgen organiseerden boswachters van Staatsbosbeheer opruimacties. Zestien ProRailers gaven daaraan gehoor en r...

**20 augustus** - 1245 weergaven

## Bijlage 2: Codeboek categorieën op Focus

Code	Categorie	Onderwerpen
1	Hybride en Corona	Hybride werken Corona
2	HR	CAO Trainingen Pensioen Vergoedingen en regelingen Personeelszaken
3	Management	Ondernemingsraad Topbesturing Beleidswijzigingen
4	Thema's	Diversiteit Duurzaamheid Mobiliteit Vitaliteit Innovatie
5	Projecten	Spoor Stations ERTMS
6	Politiek en Media	Tweede kamer Reacties op extern nieuws
7	Evenementen	Interne evenementen Personeelsbijeenkomsten Presentaties en terugblikken
8	Sociale informatie	Collega's Promoties Collega's met pensioen Collega's overleden

## Bijlage 3: Uitnodiging deelname onderzoek

Onderwerp: Afstudeeronderzoek Focus

Beste ...,

Ik ben Maarten Bruggeman en ik loop stage bij ProRail op de afdeling communicatie. Als afstudeeropdracht voor mijn master Communicatie en Organisatie doe ik onderzoek naar de interne communicatie via Focus. Aan de ene kant wil de afdeling communicatie graag bepaalde dingen communiceren. Aan de andere kant hebben werknemers ook behoefte aan bepaalde informatie. Omdat deze behoefte op dit moment nog nauwelijks in beeld is houd ik een aantal interviews met werknemers van verschillende afdelingen en onderdelen van de organisatie. Ik hoop uiteindelijk te ontdekken op welke manier werknemers nu gebruikmaken van de nieuwspagina van Focus en waarom ze bepaalde artikelen wel of niet lezen. Misschien ontbreekt er wel informatie of vinden mensen sommige artikelen oninteressant of overbodig. Met deze informatie is het uiteindelijk mogelijk om meer richting te geven aan de nieuwsartikelen op Focus en wordt het voor communicatie gemakkelijker om te bepalen welke content wel of niet geschikt is als nieuws voor heel ProRail.

Samen met mijn begeleider Marit Roeterdink heb ik een aantal collega's uit de verschillende afdelingen van ProRail uitgekozen. Hier zit geen grote gedachte achter, behalve dat het een afwisselende groep moet zijn. Als je het leuk vindt en tijd hebt om aan het onderzoek mee te doen dan zou ik graag ergens komende weken een interview plannen van ongeveer 15 tot 30 minuten. Ik verwerk de gegevens anoniem.

Ik hoor graag of je het leuk vindt om mee te doen en of je wellicht nog vragen hebt.

Met vriendelijke groet,

**Maarten Bruggeman** | Stagiair | Communicatie en Externe betrekkingen

06 \*\* \*\* 50 14 | [www.prorail.nl](http://www.prorail.nl)

De Inktpot, Moreelsepark 3, 3511 EP Utrecht | Postbus 2038, 3500 GA Utrecht

## Bijlage 4: Interviewschema werknemers

Hoofdtopic	Subtopic	Vraag
Introductie		<p>Welkom en dank voor de medewerking. Uitleg onderzoek en doel van het interview.</p> <p>Mag ik dit interview opnemen voor verwerking?</p> <p>Interview is anoniem. Enkel afdeling wordt genoteerd. Informatie wordt gebruikt voor onderzoek.</p>
Hardopdenken		<p>We gaan nu naar Focus, wil je voor mij door Focus heen gaan en doen wat je normaal gesproken doet.</p> <p>Wil je hierbij hardop uitleggen wat je denkt en vindt van wat je leest en waarom je artikelen wel of niet leest of aanklikt enz.</p>
Huidige situatie	Handelingen	<p>Hoe vaak en op welke momenten kijk je op Focus?</p> <p>Op welke manier lees je Focus, diepgaand, scannend?</p>
	Toegevoegde waarde	<p>Wat voegt Focus toe aan jou werk bij ProRail?</p> <p>Wat vind je sterk aan het nieuws op Focus?</p>

	Samenstelling	Wat vind je van de samenstelling van de verschillende onderwerpen naast elkaar?
	Selectie	Welke onderwerpen lees je wel of niet?  Waarom?
	Titels	Geven de titels van artikelen de inhoud goed weer?
	Relevantie	Vind je de artikelen op Focus voor jou relevant?
Toekomst	Utopie	Wat zou het nieuws op Focus jou idealiter brengen?
	Concrete verbeterpunten	Wat zie jij als concrete mogelijkheden om te verbeteren?  Wat ontbreekt er op Focus?  Waar zou jij graag meer over willen lezen op Focus?
Check eigen ideeën		Managementcommunicatie komt beter over via video's dan tekst?
		Relevantie voor jouw als werknemer is soms onduidelijk?
		Belangrijke berichten verdwijnen te snel naar onderen?
Afronding		Heb je nog vragen of opmerkingen?  Wil je het transcript van het interview doorkijken?

		Mag ik je benaderen bij eventuele vragen?  Dank voor het meedoen
--	--	--

Later toegevoegde onderwerpen naar aanleiding van de interviews:	Lengte artikel	Wat vind je van de lengte van de artikelen op Focus?
	Hoeveelheid	Wat vind je van het aantal artikelen dat per dag of week online komt?
	Doorklikken	Heb je behoefte aan linkjes naar achtergrondinformatie of relevante artikelen?
	Sociale media	Maak je naast Focus gebruik van sociale media van ProRail?  Is het van toegevoegde waarde als er vanuit Focus wordt verwezen naar sociale media?

## Bijlage 5: Transcriptie interviews

I = Interviewer  
R = Respondent

### Interview 1

Productbeheerder, ICT

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ik doe voor mijn master onderzoek naar Focus en vooral naar de behoeften van werknemers, daar gaan deze interviews over. Omdat we ook vanuit het contentteam best wel merken dat er niet altijd een richtlijn is voor wat zetten we wel op Focus, wat niet. Ook omdat die behoefte gewoon niet echt goed gepeild is. Wat lezen mensen nou en waarom? En wat willen ze weten. Dus vandaar dat ik dit interview doe. In principe is het anoniem dus jouw naam komt verder niet in het verslag. Ik houd alleen bij hoeveel mensen ik van welke afdeling geïnterviewd heb. De data worden wel een tijdje bewaard door de Universiteit maar daar zitten jouw gegevens niet aan vast.
- R1:** Dat is prima
- I2:** En dan zou ik willen beginnen met de vraag of jij naar Focus wil gaan en of jij dan jouw scherm wil delen.
- R2:** Dat staat natuurlijk altijd open.
- I3:** Of juist niet, dat kan ook een antwoord zijn. Mijn vraag is eigenlijk of jij mij eens mee zou willen nemen in jouw gebruik van Focus. Als jij dat opent, en jij zegt normaal open ik dit en hier kijk ik naar. Waar kijk ik naar, waar klik ik op, en dan vooral de nieuwspagina gaat het om.
- R3:** Ja Focus opent natuurlijk automatisch voor me. Dus ik laat het tabblad altijd staan. Dat is ook waar ik altijd terugga als ik pauze heb of als ik even een minuutje tussendoor heb. Dat is wanneer ik op Focus zit. Soms 's ochtends vroeg al als ik hier een interessante... de kop, als die interessant is dan ga ik die gelijk lezen 's ochtends. Dat heb ik nu dus niet gedaan want anders had hij open gestaan. Wat ik meestal doe is, ik kijk of ik dit misschien interessant vind [Spoordek van 22 miljoen kilo ingehesen in Bedum], nou die heb ik al gelezen op Instagram, dus die hoef ik niet nog een keer te lezen. Ik skim hier altijd heel snel doorheen, of ik het al gelezen heb. Tot en met opruimen heb ik gelezen, deze heb ik niet gelezen [Eerste testdagen nieuwe tienminutentreinen soepel...]. En ik kijk altijd even kort hier [Uitgelicht] gewoon of er iets voor mijn bedrijf interessant is. Nou dat is nu nog steeds niet het geval. En dan ga ik er altijd een beetje half scrollend doorheen, wat

gebeurt er hier. Ik ben er heel warrig in hoe ik erdoorheen ga. Ik ga van hier naar misschien daar. Heeft iemand misschien uit de organisatie wat gezegd. Ik scrol er altijd wel eventjes doorheen en dan kom ik erachter dat de persoonlijke blogs altijd dezelfde zijn en daar maanden lang kunnen blijven staan. Dan denk ik oh ik zit alweer te lang op Focus ik ga weer ergens anders heen.

- I4:** Maar je zoekt wel echt naar informatie dus? En klik je ook wel eens op 'alles weergeven'? Of daar nooit?
- R4:** Nee ik klik hier nooit op [klikt op 'alles weergeven']. Meestal zie ik hier dat ik hier al geweest ben en je weet natuurlijk uitgebreid al wat je gaat krijgen als je op 'Alles weergeven' drukt. Maar ik vind het heel vervelend, de 'Alles weergeven' knop, de vormgeving. Ik zie nu niet zo goed wat er belangrijk is en wat er iets minder belangrijk is. De hiërarchie is helemaal weg. Het is gewoon chronologisch alles onder elkaar en dan is het scrollen voor het leven en dan is het een groot gevaar om heel lang items te blijven lezen over het bedrijf zonder dat het beslag heeft op je werk. Voor je het weet ben je een uur lang aan het klikken en aan het lezen op Focus en heb ik eigenlijk nog helemaal geen donder uitgevoerd. Die quote mag je gebruiken. Dus ja ik vind het wel heel fijn dat we op de hoofdpagina een soort behapbaar, uitgelicht stukje hebben [terug naar hoofdpagina].
- I5:** En jij zegt dus ik klik erop als de titel interessant is?
- R5:** Ja of het plaatje. Ik ben heel visueel ingesteld. Dus vooral het plaatje. En deze is nieuw gekomen [Onze activiteiten in het Naardermeer] dus ik ben dan gelijk gaan kijken waar gaat die eigenlijk over, want ik had hem nog niet ververst. En deze heb ik dus bijvoorbeeld nog niet gelezen. Dus stel ik heb tijd over, dan zou ik dit wel lezen. Meestal skim ik er een beetje doorheen. Ook in het kader van vind ik het echt wel interessant. Maar dit ziet er wel heel erg interessant uit op het oog dus ik denk dat ik dit wel zou lezen.
- I6:** En op het oog, dan gaat het over tussenkopjes, afbeelding en titel?
- R6:** Ja zeker, maar ook of het een heel lang stuk is. Ik zag nu al oh hij is vrij kort, dan hebben ze gewoon kort en beknopt uitgelegd wat ze nou eigenlijk aan het doen zijn.
- I7:** Dan durf ik het aan.
- R7:** Dan wil hem wel lezen. Ja dit zijn natuurlijk een beetje de bijzondere dingen die ProRail doet. Qua assets en kunstwerken. Af en toe is dat echt heel erg indrukwekkend om te lezen. Gewoon puur uit nieuwsgierigheid. En als ik hem leuk vind dan interacteer ik er ook mee. Als ik het echt een leuk stuk vind of het is echt een achievementstory of een prijs die we winnen dan like ik hem. Soms lees ik door de comments. Deze staat er natuurlijk nog maar net op dus dan is daar niet veel te lezen. Ik reageer meestal niet in de comments. Dan kan je heel makkelijk in een discussie eindigen en dan ben ik weer niet aan het werk.



- I8:** Oke dank, helder. Een aantal dingen heb je al wel genoemd maar ik heb een aantal vragen nog staan die ik toch nog even door ga nemen. En dan mag je wat mij betreft je scherm stoppen met delen. Hoe vaak en op welke momenten kijk jij op Focus?
- R8:** Dat is 's ochtends, eigenlijk voordat ik officieel echt on the clock aan het werk ben. Dus voor negen uur. En als ik eigenlijk niet zoveel tijd heb of er was nog niet zo veel interessants dan kijk ik tussen de middag er wel eens even op of tijdens de lunchpauze. En het is heel afhankelijk van waar ik ben. Als ik thuis ben dan is dit namelijk het geval, maar als ik op kantoor ben dan totaal niet. Dan is het 's ochtends een praatje maken en 's middags samen lunchen en dan staat Focus wel open maar dan heb ik er eigenlijk helemaal niet op gekeken.
- I9:** Dan ben je veel socialer met collega's. Ja. En hoe lees je dan? Is dat vooral scannend of meer diepgaand?
- R9:** Scannend. Ik scan altijd even kort de hele pagina. Soms staat er ook wel iets interessants bij 'uit de organisatie' en heel soms wel eens iets interessants op Yammer, dan wil ik daar ook nog wel eens op klikken. En als ik dan ga lezen dan lees ik nog steeds scannend. Ik lees niet letternauwkeurig, ik vlieg er gewoon even doorheen. Als het echt iets is wat op mijn bedrijf slaat dan wil ik hem nog wel eens letternauwkeurig lezen omdat ik weet dat ik er zelf ook vragen over kan krijgen, dan wil ik weten wat hebben we nou precies gecommuniceerd naar de gebruiker, dan kan ik dezelfde taal gebruiken.
- I10:** Als het echt iets is van jouw afdeling bedoel je?
- R10:** Als het echt van mijn afdeling is. Als iemand een stuk heeft geschreven vanuit mijn afdeling of in ieder geval vanuit ICT, dat hoeft niet eens mijn eigen afdeling te zijn, dan lees ik hem wel iets nauwkeuriger omdat ik daar ook gewoon direct mee te maken kan krijgen.
- I11:** En wat voegt Focus dan voor jou toe aan jouw werk bij ProRail?
- R11:** Het is vooral een stukje inzicht in hoe wij als compleet bedrijf zijn. Ik zit natuurlijk helemaal, dat zullen veel ProRailers hebben, helemaal in een fuik, in een hyperfocus van mijn eigen bedrijfseenheid. Ik doe alles wat met Microsoft te maken heeft. Uiteindelijk laten we treinen rijden. Dat is het grote doel waar we mee bezig zijn. Focus, maar ook de sociale media, daar zit ik toch wel af en toe om gewoon het besef te hebben waar ik het eigenlijk allemaal voor doe. Dat is echt de waarde die het draagt.
- I12:** En wat vind jij dan nu de sterke kanten aan Focus? Is dat ook dat het dus iets bijdraagt aan jouw zicht op ProRail?
- R12:** Ja dat is absoluut de kwaliteit van Focus. Ik denk dat dat de sterkste kant is zelfs. En het is gelijk heel moeilijk. Want het is heel sterk dat ik een minioverzicht heb wat ik in een oogopslag kan zien, dit zijn nou coole dingen en daar zijn we mee bezig. Maar ik scan dus

de rest ook omdat er soms verhalen bij zitten die in het nieuws niet interessant zijn maar die dus ergens onderin verborgen wel interessant zijn. Dus het aanbod daar moet ik soms een beetje naar zoeken. Wat vind ik nou precies interessant. Dat is niet altijd wat de redactie interessant vindt.

**I13:** Nee precies, want mijn volgende vraag is wat vind je van de samenstelling en de inhoud van alle artikelen naar elkaar? Uiteindelijk is het gewoon een chronologisch rijtje.

**R13:** Ja. Dat kan slimmer. Het is 2021. SharePoint zelf kan bijhouden wat ik interessant vind. Daar zitten gewoon algoritmes achter. Maar daar kunnen we misschien zelf ook wel een leuke oplossing voor bedenken. Ik denk dat het veel nuttiger is om, stel dat er iets is vanuit mijn bedrijfseenheid wat echt nieuws is, dat ik dat eerder aangeboden krijg dan drie berichten over de ExCo, dat er weer een beslissing is geweest. Ja leuk maar twee daarvan hebben niks te maken met wat ik aan het doen ben. Dus ja dat is af en toe wel lastig. Ik ben wel heel blij dat echt grote projecten, achievements, wat ze bijvoorbeeld nu met dat spoordek hebben gedaan, echte activiteiten en de wat grotere activiteiten, dat we die dus wel gelijk bovenaan te zien krijgen. Want dat is wel echt super interessant. Maar het mag gepersonaliseerder.

**I14:** Ja precies. En wat zijn dan de onderwerpen die jij voornamelijk leest? Zijn dat dan de achievements? Managementcommunicatie minder?

**R14:** Ja managementcommunicatie, als het echt belangrijk is dan gaat het ook over de e-mail. Of we horen het bij een zeepkistsessie of een directiemeeting of een live event. Dan hoef ik het niet ook nog op Focus te lezen. Dat is een beetje overkill. Wat dat betreft schieten we soms een beetje met hagel qua communicatie. Als iets belangrijk is, dan lees je het in een keer overal, dan stap je gewoon uit van ja oké, het gaat alweer daarover, dat heb je al verteld doe. Dan ben ik ook gewoon gelijk klaar met heel Focus zeg maar. Dan ga ik wel weer wat anders doen. Maar er zitten wel eens ExCo dingen bij die ik nog niet wist, of ik heb iets gemist of het slaat niet op mijn bedrijfseenheid maar het is wel interessant... Nieuwe COO Finance die eraan zit te komen, dat is het eerste waar ik aan moet denken, totaal niet belangrijk voor mij maar wel interessant. Het is leuk om te weten welke gezichten bij welke rollen horen. Dat zijn dan dingen die ik toch ga lezen.

**I15:** En de titels van de artikelen? Geven die vaak een goed beeld van waar de artikelen over gaan? Vind je die pakkend?

**R15:** Ik vind ze goed ja. Niet te klick bait, daar ben ik blij mee. Ja ze vertellen gewoon het gaat hierover. Ze zijn wel eerlijk. Tenminste zo voelt dat.

**I16:** En die relevantie voor jou, daar hebben we het wel ook al over gehad, maar vind je alles relevant voor jou? Of het meeste? Een deel? Of denk je ik kan daar zelf een selectie in maken en dat werkt?

- R16:** Het meeste is niet relevant. Dat is ook waarom ik er een beetje doorheen scrol. Ik vind de 'alles weergeven' knop heel vervelend want dan ga ik echt zoeken. Als ICT'er vind ik de ICT-dingen juist heel interessant. En de grote verhalen vind ik interessant. Die vind ik altijd interessant. Daar scrol ik ook altijd voor als ik ga scrollen dan is het oké iets met ICT of een big achievementstory. Maar er zit heel veel bij waarvan ik zoiets heb van oké, superleuk maar dat is niet mijn bedrijfs onderdeel. Ik vind het top dat jullie daarmee bezig zijn maar ik ga niet heel dat stuk lezen want ik heb echt nog heel veel andere dingen te doen.
- I17:** Nee precies dus dan lees je het ook niet.
- R17:** Misschien alleen de kop.
- I18:** En als we dan kijken over een paar jaar, wat zou Focus dan voor jou idealiter zijn?
- R18:** Ja het moet echt iets zijn wat veel persoonlijker is. Het nu een soort gecuretteerde informatieplek. Ik noem het vaak een informatiedump maar er zit wel echt een redactie achter dus misschien moet ik dat woord niet gebruiken. Maar het zou wel veel gepersonaliseerder mogen. Ik kan me voorstellen dat een treinverkeersleider andere dingen aangeboden wil krijgen dan iemand die in de ICT zit.
- I19:** En dan heb ik staan, wat zie jij als concrete mogelijkheden om te verbeteren? Dan denk ik dat dat ongeveer hetzelfde is? Personaliseren?
- R19:** Ja en misschien is dat ook een SharePoint ding, ik vind SharePoint visueel lastig. Van mij mag het nog visueller allemaal. De foto's zijn vaak wel mooi maar dan hebben we één foto per stuk. Ik zou wel meer foto's willen zien, of bewegend beeld of een video'tje. Ik ben heel gevoelig voor, oh een video. 30 seconden of een minuut, daar klik ik even op en dan kijk ik hem ook helemaal uit en dan neem ik alle informatie ook tot me.
- I20:** Het kost wat minder moeite dan lezen dus dan krijg je het wat makkelijker mee?
- R20:** Ja en het is lunchpauze, je kan achteroverleunen en het filmpje zet je even op groot scherm. Even rustig lunchen en ondertussen word je verteld over een stukje nieuws of een stukje project wat er gebeurd is. Dat vind ik veel fijner dan het lezen zelf. Als ik bezig ben doe ik dat al heel veel en als ik wil ontspannen dan wil ik even iets anders zeg maar.
- I21:** Dus je ziet Focus wel ook als ontspanning?
- R21:** Ja zeker. Ik ga er echt heen als ik even rust nodig heb of als ik het heb zeg maar. Ik ga daar niet in de drukte heen.
- I22:** Ja en we hebben het wel gehad over wat er nu misschien te veel is of anders kan, maar wat ontbreekt er nu op Focus waar je meer over zou willen lezen?

- R22:** Ik vind dat er te weinig ICT op zit maar dat gaat natuurlijk elk bedrijfsonderdeel zeggen over zijn eigen bedrijfsonderdeel. Ik denk dat, en dat is natuurlijk het moeilijkste punt van Focus, je moet mondjesmaat kunnen aanbieden. Dus je moet selecties maken. En iedereen wil andere soorten selecties zien. Vooral hun eigen werk willen ze zien of willen ze Focus voor gebruiken om mee te kunnen communiceren. Daar hebben wij als bedrijfsonderdeel ook wel moeite mee. Wij doen dingen en die slaan soms op het heel bedrijf. Het hele bedrijf heeft daar impact van. En dan willen we gewoon een stuk op Focus hebben. En dat is dan vrij lastig wat iedereen wil een stuk op Focus hebben en we hebben maar vier plaatjes die echt groot zijn. Je ververst een keer en het hoofdonderdeel is alweer verschoven.
- I23:** Ja als je vandaag iets plaatst dan is het morgen waarschijnlijk alweer naar onderen gezakt.
- R23:** Ja zeker en dat is soms wel lastig want soms hebben je gewoon dingen die moeten gecommuniceerd worden en dan moet het eigenlijk een beetje... Daarmee wil je eigenlijk iedereen bereiken maar het staat er zo kort op dat je eigenlijk maar een deel van de mensen daarmee bereikt. Ik denk dat above the fold, het nieuws, die vier items, dat dat heel goed werkt. Er zou misschien iets moeten komen waardoor het aantrekkelijker is om naar beneden te scrollen en te kijken wat er nog meer aan de hand is. Het stukje uit de organisatie is bijvoorbeeld echt niet aantrekkelijk vormgegeven.
- I24:** Waar ik zelf aan denk is dat je belangrijke berichten langer vast kunt houden want nu is het eigenlijk vooral chronologisch.
- R24:** Ja misschien moet het under the fold wel heel grofmazig voor bedrijfseenheden zijn. Dat het een zoekding wordt. Wij zijn bijvoorbeeld bezig met het migreren van de mailstructuur. Dat gaat over alle gebruikers. Ik kan me best voorstellen dat als iemand iets ziet veranderen in zijn mail en denkt wat is er aan de hand? Je scrolt een millimeter naar beneden op Focus en ziet daar een bericht staan over emailmigratie. Die lopende projecten die impact hebben.
- I25:** Ja die zijn gewoon relevant voor iedereen.
- R25:** En dat je gewoon, zonder dat je al te lang hoeft te zoeken, dat je gewoon ergens op kunt klikken. En dat hoeft dan niet net zo belangrijk te zijn als het nieuws, maar iets wat daar net onder valt, dat we dat slimmer kunnen vormgeven. Naast Focus maak ik ook veel gebruik van sociale media van ProRail. Daardoor krijg ik ook veel nieuws binnen. Dat is best wel een heel fijn kanaal want dan kan ik buiten mijn werktijd om gewoon eens even lezen hoe het is met de rest van het bedrijf zonder dat ik met mijn werk bezig hoeft te zijn.
- I26:** Want je kan bijvoorbeeld ook Focus op je telefoon gebruiken.

**R26:** Nee ik ga niet naar Focus op mijn telefoon. Ik heb het wel op mijn telefoon maar ik gebruik het niet. Ik gebruik vooral de Instagram. En verder is het de site ProRail.nl waar het nieuws op komt. Dat is bijna hetzelfde als wat er op Focus staat. De grote berichten die ik graag lees, dat zijn ook nog eens de berichten die vaak gecommuniceerd worden via de sociale mediakanalen. En dan heeft sociale media voor mij de voorkeur.

[Afsluiting. Participant wil tekst opgestuurd krijgen. Participant mag worden benaderd bij vragen.]

## Interview 2

Programmamanager, capaciteitsmanagement

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Nou ik sprak mensen van het contentteam en Marit [stagebegeleider], en de vraag vanuit de organisatie was nou ja we hebben Focus en we communiceren heel veel, maar we weten niet zo goed wat men als ProRail zijnde wil horen en waar liggen de kansen nog en wat is wellicht te veel op dit moment. Vandaar dat ik nu onderzoek doe naar de nieuwspagina van Focus.. Welke stukken staan er en wat vindt men interessant. Alle mensen die ik interview zijn anoniem. Je naam komt niet in het verslag voor, ik hou alleen bij hoeveel mensen uit welke afdelingen ik interview. Het verslag typ ik uit en dat wordt wel een aantal jaar bij de universiteit bewaard omdat het een scriptieonderzoek is.
- R1:** Leuk.
- I2:** Dan zou ik willen vragen of je voor mij Focus eens zou willen openen en je scherm met mij wil delen.
- R2:** Even kijken hoor, ik heb een hele berg tabbladen open staan. Moet ik even kijken waar ik hem heb hier. [opent en deelt scherm]. Zie je nu wat?
- I3:** Ja. Misschien kan je wat vertellen over wat je ziet en wat je ervan vindt, en wat je denkt wat je zou lezen, wat zou je niet lezen? En waarom?
- R3:** Nou ik ben vrij nieuwsgierig aangelegd. Tenminste, ik wil graag op de hoogte blijven dus ik lees eigenlijk best wel veel. Ik scan natuurlijk eventjes de koppen zeg maar en eigenlijk scrol ik ook naar beneden. Je komt op deze pagina natuurlijk binnen dus hier is je blik als eerste op gericht zeg maar. Is ook logisch, je begint van links naar rechts. Maar ik ga ook naar beneden en dan kijk ik wat hieronder zit. Ik kijk naar de Yammerberichten en als daar af en toe iets tussen staat van goh dat vind ik interessant dan klik ik daarop. En ik kijk ook naar berichten Uit de Organisatie. Die klik ik eerlijk gezegd minder vaak aan omdat die soms echt heel specifiek zijn. Maar ik scan wel altijd eventjes de koppen dat ik weet van wat speelt er zeg maar. Ik vind de indeling gewoon prettig en overzichtelijk. Wat ik zelf soms nog lastig vind is dat aan bepaalde onderwerpen heel veel aandacht wordt besteed en aan andere onderwerpen bijna niet. Bijvoorbeeld hybride werken. Daar zijn we echt mee doodgegooid. Echt dat nou, dat was echt een overkill aan communicatie terwijl die ook niet altijd even compleet was, die communicatie. Maar we hebben daar ook nog eens allemaal sessies voor gehad met bureaus. Daar staat het hele intranet dan vol mee en dan denk ik ja daar heb ik persoonlijk minder behoefte aan zeg maar. Ik heb liever iets minder veel communicatie die dan wel compleet is. En wat ik bijvoorbeeld heel erg mis is wat er qua besturing binnen ProRail gebeurt. Wat zijn nou de speerpunten van de ExCo? Hoe gaat de ontwikkelagenda eruit zien? Het is soms, hoe moet ik het zeggen, het zijn hele

specifieke onderwerpen soms en ik heb vaak meer behoefte om te weten waar gaan we met de organisatie naartoe.

- I4:** Ja precies, ik snap wat je bedoelt.
- R4:** En dan zijn die projecten natuurlijk ook hartstikke leuk om te lezen zeg maar, maar sommige dingen dan denk ik daar mag wel wat meer over gecommuniceerd worden. Bijvoorbeeld samenspel en de ontwikkelagenda. Zo zijn er nog weer een paar. Wat ik ook lastig vind is dat er soms eerder extern iets gecommuniceerd wordt dan intern. Dan lees je het al in de media en dan moet het nog op Focus komen zeg maar. En dat moet eigenlijk andersom vind ik. Ik bedoel je wil niet dat medewerkers iets vernemen uit de krant wat dan intern nog niet formeel gecommuniceerd is zeg maar. Kijk er gaat vaak natuurlijk wel van alles rond in de wandelgangen zeg maar, maar pas als het op Focus staat dan is het officieel.
- I4:** En zou je voor mij eens op alles weergegeven willen klikken? [website werkt niet, respondent start pagina opnieuw op] Ja en zou je dan voor mij eens gewoon willen aangeven waar zou je wel op klikken, wat lees je wel of niet en waarom. En wat vind je van de titels of de plaatjes?
- R5:** Ja de titels en de plaatjes vind ik gewoon helemaal prima. Wat ik niet zo snel lees is bijvoorbeeld dit soort dingen: 'samen bewegen, gezond eten en stress verminderen'. Ja ik lees eigenlijk alleen de dingen die ik relevant vind voor mijn werk. En dit heeft voor mij iets vrijetijd-achtigs zeg maar en dan denk ik van ja dit hoef ik ook niet via mijn werk te hebben dat doe ik privé wel. Dus dit soort dingen over vitaliteit dat sla ik meestal over. Er zijn ook gewoon dingen die ik leuk vind. En deze [Winnaars bekend van game 'Goed overweg met informatie – Ben jij alert?'] vind ik op zich ook niet zo heel interessant. Want ik heb de training gevolgd en dat vind ik het prima dat ik de boodschap weet zeg maar, maar dit is niet een soort van urgent bericht voor mij. Dus misschien dat ik er wel op klik maar niet meteen van oh dat moet ik weten. En dit zijn meer inhoudelijke dingen [Opruimen de Inktpot; Eerste testdagen nieuwe tienminutentreinen soepel verlopen] en dat vind ik wel heel interessant want dan denk ik goh wat kan ik daarmee voor mijn werk.
- I5:** Ja dus dat is echt de communicatie over verbouwingen aan sporen of stations?
- R6:** Ja dat vind ik wel eigenlijk... Ja er zitten echt wel interessante artikelen tussen. Over het algemeen het meeste lees ik wel. Maar dit over vitaliteit en dat soort dingen dat vind ik iets minder interessant zeg maar.
- I6:** Nou dan mag je je scherm stoppen met delen. Dan heb ik nog een aantal vragen staan. Nou heb je een hoop al wel verteld maar ik ga er nog even doorheen. Op wat voor moment gebruik jij Focus en hoe lees je dan?

- R6:** Nou eigenlijk heel willekeurig. Ik kijk er de hele dag wel op. En ook omdat je natuurlijk dingen op moet zoeken, ik moet collega's opzoeken of samenwerkingssites opzoeken. Dus het staat altijd open, Focus, en af en toe klik ik erop en dan kijk ik of er een nieuw bericht is. Soms ben je heel druk en dan heb je de hele dag niet gekeken en dan eeh... Maar het staat wel standaard open dus het is op de achtergrond. Maar het is vrij willekeurig zeg maar, ik heb geen vaste momenten. Je startpagina zeg maar.
- I7:** En je zegt dat heel veel wel leest en dat lees je dan ook uitgebreid? Of vooral scannend?
- R7:** Dat hangt van het artikel af. De meeste dingen probeer ik wel uitgebreid te lezen. Maar ik bedoel soms heb je minder tijd of is het echt een heel erg lang artikel en dat wordt het meer koppen snellen zeg maar, maar ik probeer het wel bij te houden.
- I8:** Ja precies. Dus de lengte van het artikel is wel... het moet niet te lang zijn?
- R8:** Nou dat is niet erg. Als het een heel ingewikkeld onderwerp is en het is echt een hele berg pagina's ja dan moet je er echt even voor gaan zitten en niet alles spreekt je natuurlijk even erg aan zeg maar. Maar lengte is niet per definitie bepalend.
- I9:** Nee precies, als het interessant is dan is dat niet erg.
- R9:** Ja want het kan ook dat het een heel kort artikel is en dan denk ik er staat eigenlijk niets. Dat heb je ook wel eens, dat er berichten op Focus staan en die zeggen eigenlijk niets. En dan roept het meer vragen op dan dat je beantwoord krijgt. En dan denk ik ja waarom blijven ze hier zo abstract over zeg maar. Dus dat is de andere kant, dat kan ook.
- I10:** Ja want mijn volgende vraag is wat voegt dat Focus toe aan jou werk? En dan zeg je sommige artikelen die blijven abstract, voegt zo'n artikel dan dus niks toe voor jou werk en voor jouw werkzaamheden?
- R10:** Nee als je meer detailvragen hebt, bijvoorbeeld ik noem maar wat over samenspel of over de ontwikkelagenda, dan is de communicatie heel hoog over geweest. En ik snap dat voor het begin zeg maar want dan moet het echt nog uitkristalliseren. Maar op een gegeven moment dan heb je echt concrete punten en dan wil je niet dat het zo in algemeenheden blijft zo'n artikel. En dat kan over van alles gaan. Ook over de CAO onderhandelingen ofzo. Dan staat er eigenlijk net niks of er wordt drie keer gecommuniceerd dat ze er mee bezig zijn en dat je meer hoort zeg maar. En dan denk ik ja je kan best wel een slagje dieper zeg maar.
- I11:** Met een voorbeeld of wat betekent het voor jou? Of wat doen we nou echt in de praktijk.
- R11:** Ja precies, ja.
- I12:** En wat vind je dan van de samenstelling en inhoud van de artikelen? Je hebt al een beetje verteld over dat je van het management soms mist, daar de diepgang. Maar in zijn algemeenheid, vind je dan de afwisseling wel goed?



- R12:** Nou wat ik jammer vind is dat er een hele sterke regie is van de redactie op wat wel of niet op Focus komt. En dat heb ik zelf natuurlijk ervaren maar dat hoor ik overal uit de organisatie. Dat als de redactie het niet nieuwswaardig vindt, dan mag het niet op Focus. Maar dan denk ik van wie bepaalt of iets nieuwswaardig is of niet en of het interessant is voor de hele organisatie of niet? En ik zou daar wel wat concretere richtlijnen voor willen hebben. En wat ik zelf, en misschien is dat er wel maar dat weet ik natuurlijk niet omdat ik niet bij communicatie zit, maar ik zou wel behoefte hebben aan een soort overall planning van wat voor type berichten plaatsen ze nou op Focus. Want ik werk dan zelf bij capaciteitsmanagement en ik schrijf met een collega de interne nieuwsbrief voor capaciteitsmanagement en dan hebben we vaak leuke ideeën voor artikelen en net op het moment dat we die willen gaan schrijven dan komt er een stuk over op Focus. Dan is je onderwerp weg. Maar dat is niet af te stemmen zeg maar. En omgekeerd, dan willen we iets op Focus en dan mag het niet. Ik weet niet zo goed van wat moet je nou lokaal publiceren en wat moet je nou organisatiebreed publiceren. Wat zijn daar de criteria voor en die mogen wat mij betreft ook wel wat soepeler. Ik snap dat iedereen wil zenden en dat je daar een bepaalde regie op moet houden. Soms lijkt het een beetje willekeurig. Is het nou gewoon het nieuws van vandaag? Of projecten die mijlpalen hebben behaald? Of zijn die berichten gekoppeld aan een jaarplan?
- I13:** Ja precies. Dat zit vooral vast aan de corporate adviseurs denk, die elk een eigen thema hebben. Ja, mijn volgende vraag is welke onderwerpen je dan wel of niet leest, en waarom dan?
- R13:** Ja wat ik zeg. Als het werkinhoudelijk is dan lees ik het vaak wel. Tenzij het echt heel specifiek, gedetailleerd is op een bepaald onderwerp waar ik geen verstand van heb. Maar meestal als het een beetje een blij onderwerp... ja vitaliteit dat lees ik gewoon echt niet. Dat zijn dingen die ik privé bijhoud. Dat soort berichten... het moet een toegevoegde waarde hebben voor de inhoud van mijn werk. En dan lees ik het. En als het interessant is en zo, ja meestal berichten over wedstrijden of games dat lees ik meestal niet.
- I14:** Nee precies. En over het spoor en werkzaamheden buiten?
- R14:** Ja lees ik ook wel, ja.
- I15:** En de titels, vind je ook dat die goed weergeven wat er daadwerkelijk in het stuk staat?
- R15:** Ja hoor. Wat ik wel terug hoor van mensen die stukken aanbieden voor Focus, dat er heel veel geredigeerd wordt. En dat is soms nodig omdat je er een beetje een vlotte tekst van moet maken. Maar dan krijg je een beetje een spanningsveld tussen inhoud die verloren gaat en een prettig leesbare tekst maken. Soms dan valt net de essentie weg. Dat je er eigenlijk nog iets in had willen hebben wat dan vervallen is omdat het geredigeerd is zeg maar.
- I16:** Dan vindt de redactie het niet belangrijk genoeg...

- R16:** Ja precies. En hoe moet ik dat zeggen, het zou fijn zijn als dat een beetje in samenspraak gaat zeg maar van waarom moet iets er wel of niet in. Maar over het algemeen, de teksten zijn prettig leesbaar en de koppen zijn goed.
- I17:** En hoe zie jij Focus over 5 jaar? Wat zijn de grote punten waaraan gewerkt kan worden en wat zou het jou in de toekomst idealiter brengen?
- R17:** Qua nieuws bedoel je?
- I18:** Ja qua nieuws. Zeg je bijvoorbeeld het mag persoonlijk of meer gaan hierover?
- R18:** Nee ik heb gewoon veel meer de behoefte om op organisatieniveau te weten wat er speelt. In die topbesturing. Wat is de visie van ProRail, wat is de strategie, hoe ziet die ontwikkelagenda eruit. Wat zijn de speerpunten per afdeling? Het zijn nu losse onderwerpjes die gepubliceerd worden maar dan weet je ProRail breed nog steeds niet waar het heen gaat. Snap je wat ik bedoel?
- I19:** Ja het is echt nieuws.
- R19:** Ja heel veel mensen hebben behoefte aan organogrammen, die zijn niet goed te vinden. Verdieping op bepaalde grote thema's zeg maar. Maatregelenpakket spoorgoederenvervoer. Dat soort onderwerpen. Inderdaad. Wat speelt er in de buitenwereld aan ontwikkelingen die op ons afkomen?
- I20:** En dat zou je ook wat meer willen zien in het nieuwsoverzicht van Focus?
- R20:** Ja. Ja. En verder... je focust alleen op het nieuws van Focus toch? Niet op de andere functionaliteiten?
- I21:** Nee er zit heel veel achter maar mijn onderzoek gaat echt over wat de redactie publiceert. Ik heb dan nog een aantal punten waarvan ik zelf dacht, dat kan beter. Ik had bijvoorbeeld zelf het idee managementcommunicatie beter over komen als je het meer met video's gaat communiceren. Dat je een artikel plaatst met iemand van de ExCo die wat uitlegt. Of zeg je ik vind dat tekst ook goed werkt?
- R21:** Ja ik ben heel erg tekstueel ingesteld dus ik vind teksten helemaal prima. Maar ik weet dat dat per persoon verschilt zeg maar. Voor mij zijn teksten echt prima. Maar precies wat je zegt, ik vind die managementcommunicatie wel heel belangrijk. Want het management die krijgt een managementmail. En die wordt ook gemaakt door communicatie. Maar wij krijgen die niet en die wordt dan soms ook willekeurig doorgestuurd. Als toevallig een manager het doorstuurt dan heb je geluk. Maar de dingen die daarin staan die staan volgens mij niet altijd op Focus. Dat zou fijn zijn als dat soort informatie een beetje ook hierin terugkwam zeg maar. En dan maakt het mij niet of dat met video is of met tekst.
- I22:** Nee precies, tekst is dan prima. En hoeveel mis je dan? Want er staan nu vier artikelen op de hoofdpagina. Als je morgen kijkt, of over twee dagen dan zijn het waarschijnlijk weer

vier anderen. Heb je vaak dat je artikelen mist die zijn weggezakt? Of heb je daar geen last van?

**R22:** Nee want ik klik dan vaak op 'alles weergeven' en dan kijk ik wat ik heb gemist. En soms dan wil ik ook nog wel eens een artikel terugzoeken. Dan weet ik er heeft iets over op Focus gestaan en dan klik ik hierop en dan zoek ik gewoon terug waar het was. Dus ik heb er geen last van dat het wegzakt zeg maar.

[Gesprek over dat de behoefte aan tekst of beeld erg persoonlijk is]

[Afsluiting. Participant wil transcript graag ontvangen en geeft toestemming om bij vragen benaderd te worden]

## Interview 3

Gebiedsmanager, capaciteitsmanagent

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Nou ik doe onderzoek naar Focus, en dan vooral de nieuwspagina. En doe ik om een beeld te kunnen geven aan het contentteam en de corporate adviseurs over wat nou de behoefte is van werknemers aan het nieuws wat we op de nieuwspagina plaatsen. Er wordt heel veel gecommuniceerd maar het is nog lastig om aan te geven wat nou het criterium is. Wanneer staat wel iets op Focus en wanneer niet en wat is dan daarin de behoefte van werknemers. Dus dat hoop ik beeld te brengen met dit onderzoek. Het is verder anoniem, dus jouw naam komt niet in het verslag. Ik werk wel dit interview uit en dat wordt een aantal jaar bewaard door de universiteit omdat dat zo gaat met een scriptie. Ik denk dat dat de belangrijkste informatie is. Dan wil ik vragen of jij wil beginnen met Focus openen. En misschien... geen idee of dat lukt?
- R1:** Staat altijd standaard open toch. Nou ja wel vaak.
- I2:** En misschien zou je dan je scherm willen delen en gewoon eens erdoorheen gaan met wat je ziet en daarna hardop aan mij vertellen wat je ervan vindt en denkt. Waar klik je wel op, waar klik je niet op, wat vindt je interessant en wat niet.
- R2:** De allereerste user experience.
- I3:** Ja gewoon alles wat in je opkomt.
- R3:** Ga ik even mijn scherm delen. Ik zit met één scherm dus dan zie ik jou niet meer.
- I4:** Dat is niet erg.
- R4:** Top. [opent focus]
- I5:** Ja dus je komt hier aan en wat vind je, wat zou je doen, waar klik je op, wat vind je interessant.
- R5:** Nou ik gebruik Focus eigenlijk op twee verschillende momenten. Of ik ben heel specifiek ergens naar opzoek of ik ben aan het soggen zeg maar. Als ik heel specifiek naar iets op zoek ben dan ga ik meestal vrijwel direct naar het HR-plein want dan ben ik bezig met iets van verlof of iets in die trant. En als we het hebben over deze hoofdnieuwspagina, die kom ik vooral tegen op het moment dat ik even denk oké tijd om even iets anders te doen. Dan ga ik hierheen want dan weet ik dat ik wel dingen tegenkom die interessant zijn om mee te krijgen. Ik word meestal wel getriggerd door het eerste verhaal wat hier staat en afhankelijk van of ik het ook echt interessant vind open ik het.
- I6:** Op basis van de titel?

- R6:** Ja, nou ja op basis van de titel maar vooral ook wat voor soort onderwerp het is. Ik vind zelf bijvoorbeeld nieuwsberichten die echt gaan over ons als organisatie, niet zo zeer wat we buiten hebben neergezet maar gewoon iets van onze club dus op het moment dat we een nieuw iemand in dienst hebben of nou ja... Dat soort meldingen komen ook wel eens langs. Of als er iets binnen samenspel gaande is, of iets van de topbesturing. Dat soort dingen lees ik eigenlijk sowieso. Dat vind ik ook belangrijk om goed van op de hoogte te zijn. Grotere projecten lees ik met name als ze ook echt van toepassing zijn geweest op mijn gebied. In mijn geval gaat dat om dingen rondom PHS, ETMET RoSA. Ik werk in het gebied Den Haag, Rotterdam, Leiden dus daar gebeurt echt wel het een en ander aan grote projecten dus als daar iets lang van komt van een filmpje of foto's dan bekijk ik dat altijd. Ook nog met de achterliggende gedachte dat wij ook in het gebied een eigen SharePoint bijhouden waarin we proberen alle nieuwsberichten die over ons gebied gaan te verzamelen en dan linken we die door. En ik wil ook wel eens een artikel openen omdat ik weet dat een van mijn collega's daar ontzettend druk mee bezig is geweest. Uit een ander gebied bijvoorbeeld of omdat er gewoon veel ophef over is en dan ben ik even benieuwd naar de subtekst. Ja. Dat zijn voor mij triggers om te openen eigenlijk.
- I7:** Zou je voor mij eens willen klikken dan op alles weergeven, dan heb je alles onder elkaar. En gewoon eens erdoorheen gaan met daar zou ik wel op klikken en daarop niet. Dit spreekt mij aan, dit niet. En kijk je ook nog wel eens naar er zijn al 1500 mensen die het hebben bekeken dus het zal wel interessant zijn? Of dat niet?
- R7:** Ohja dat is een goede. Dat is niet het eerste waar ik naar kijk. Maar misschien wel als ik het eenmaal gelezen heb. [Onze activiteiten in het Naardermeer] Het Naardermeer heb ik niet meteen een feeling bij. Vervolgens ben ik dan wel benieuwd welke delegatie van de ExCo tijd heeft om daarheen te gaan dus dan zou ik misschien toch even spieken. [Spoordek van 2,2 miljoen kilo ingehesen in Bedum] Bedum? Ik weet niet waar Bedum ligt... Die zou ik ook niet meteen openen. [Kamerlid Minhas (VVD) op kennismakingsbezoek in het Railcenter Amersfoort] Deze zou ik openen omdat ik gevraagd was om mee te doen aan het programma maar ik kon niet. Dus ik ben benieuwd wat ze wel hebben gedaan. [Eerste testdagen nieuwe tienminutentrein soepel verlopen] Deze zou ik uiteraard wel doen want dit heeft een grote invloed op mijn gebied. Die testdagen.
- I8:** Ja dus je zegt vooral dingen waar jij iets mee moet of waar jij je betrokken bij voelt. Die voor jou relevant zijn.
- R8:** Precies. Als ik op een bepaalde manier een relatie ermee heb. [Kamerlid Minhas (VVD) op kennismakingsbezoek in het Railcenter Amersfoort] Hier zie ik een oud traineegenoot van mij op de foto staan dus dan ben ik ook getriggerd om even te kijken.
- I9:** [Opruimen te Inktpot] En dit Opruimen de Inktpot, denk je dan dat gaat alleen maar over het hoofdkantoor?

- R9:** Nouja er staat Inktpot dus dat klinkt wel als het hoofdkantoor. Nee dat vind ik niet zo interessant want ik laat ook niets achter op kantoor.
- I10:** Want er wordt wel veel over de Inktpot gecommuniceerd?
- R10:** Nouja dat is een terecht punt. Rondom het hybride werken en alle veranderingen ook gedurende corona was natuurlijk het pand als unit ook veel in het nieuws. En dan ging het ook vaak heel erg over de Inktpot. Dat klopt. En ik werk ook nog wel eens af en toe in de Inktpot, maar zeker voor mensen die alleen meer op het regiokantoor werken is dat niet zo interessant.
- I11:** Oké, precies. Ik denk dat ik daar dan wel een beeld van heb. Dan heb ik nog een aantal vragen dus dan mag je stoppen met je scherm delen. En dan is eigenlijk mijn eerste vraag hoe jij Focus normaal gebruikt. Op welke momenten en of je dan scannend of diep leest.
- R11:** Ik gebruik het om collega's op te zoeken. Voor de HR-zaken. Een aantal snel regelen zaken. En artikelen zoals ik net omschreef op het moment dat daar een relatie zit met het werk dat ik doe dan lees ik het altijd wel.
- I12:** En die artikelen bekijk je echt als ontspanning? Of als dagstart? Of wanneer doe je dat?
- R12:** Een beetje random eigenlijk. Meestal ga ik dus niet heel bewust daarnaartoe om iets te lezen maar omdat je dan iets voorbij ziet komen terwijl je net op de website iets anders nuttigs aan het doen was dan word je getriggerd om het toch te lezen.
- I13:** Ohja precies. Als je het toevallig tegenkomt. En wat voegt het dan toe aan jou werk? Want je zegt voordat ik het lees moet het relevant zijn. Maar wat vind jij dan het sterke punt aan die nieuwsartikelen? Wat voegt het voor jou toe?
- R13:** Ik vind het vanuit mijn rol goed om te weten in hoeverre er zaken, waar jij als manager ook impact op hebt en een verantwoordelijkheid over hebt, hoe daarover wordt gecommuniceerd naar de buitenwereld. In deze zit toch nog wel interne wereld maar wel misschien voor mensen die er niet dichtbij zitten. Ik vind het belangrijk omdat ik terugzie wie er heeft gewerkt aan het werk, of wie input heeft geleverd voor zo'n artikel omdat ik het ook belangrijk vind om die mensen daar een compliment over te geven. Als het goed is staat er in artikelen die raken aan mijn eigen werk geen nieuwe dingen dus dan gaat het veel meer over leuk dat er exposure is en kan door voor mensen nog iets leuks aan terugdoen. Als het zaken zijn die buiten mijn eigen invloedssferen spelen dan is het gewoon wel even op de hoogte zijn van wat speelt er verder nog in het land. Dus dan is het wel echt informatief bedoeld.
- I14:** Ja. En de samenstelling dan? De verschillende artikelen samen zeg maar, denk je dat is goed? Of...

- R14:** Ja mijn beeld is dat echt een mengelmoes kan zijn tussen wat zijn we aan het produceren buiten, wat gebeurt er in het bedrijf. Ik vind dat op zich wel mooi dat dat zo'n mix is.
- I15:** Dus het is van alles en nog wat, en het ene kan heel belangrijk zijn en het ander niet, en dat staat gewoon allemaal naast elkaar.
- R15:** Het hoeft van mij niet allemaal in aparte kolommen te komen zeg maar waarbij je een column hebt over productie en een column over organisatie. Ik vind het wel mooi dat dat allemaal een beetje naast elkaar leeft want dat geeft ook de indruk dat het allemaal even belangrijk is.
- I16:** Ja precies.
- R16:** Juist ook als we een keer iets kleins uitvergroten. Dat vind ik ook altijd mooi. Dus het hoeft niet altijd over de meest reusachtige infrawerken te gaan wat mij betreft. Het mag ook over de kleine details die het verschil maken gaan.
- I17:** Ja. En als jij dan selecteert, dan kijken je vooral naar de inhoud, maar vind jij dan dat de titels wel ook de inhoud goed weergeven?
- R17:** [stilte]
- I18:** Ik vraag dat omdat ik zelf wel eens door Focus ga en denk oh deze titel zegt weinig over de inhoud. Heb je dat ook wel eens of kom je dat nauwelijks tegen?
- R18:** Ik zit terwijl je dat vraagt nu even door de artikelenlijst heen te scrollen. Wat ik zelf persoonlijk... wat mij meer zou kunnen triggeren... ik vind nu de titels heel functioneel dus het is gewoon een... ja hoe zeg je dat goed. Ik zou het leuk vinden als we de titels meer pakkend maken met het resultaat dat is behaald. 'Activiteiten in Naardermeer' dat zegt mij helemaal niets. Als we zeggen 'Fantastisch resultaat in Naardermeer' dat is anders. Als je begrijpt wat ik bedoel.
- I19:** Ja dat het wat meer aanspreekt.
- R19:** Ja je wil eigenlijk in je titel laten zien waarom iemand het wil lezen.
- I20:** Ja precies. Want zoals het Naardermeer is natuurlijk voor jou persoonlijk niet relevant maar daar zou je wel op klikken? Of dat vind je wel leuk om te lezen?
- R20:** Nou ik had er nu niet op geklikt nee. Omdat het niet relevant voor mij is. Als er nou iets had gestaan... want ik zie hier onder de titel staan, delegatie ExCo was daar aan boord van een of andere vaargids, als je nou iets had gezegd van 'delegatie ExCo super onder de indruk van werkzaamheden Naardermeer' dan denk ik van oh er gebeurt daar kennelijk iets bijzonder goed en dan is het wellicht wel nuttig om even te lezen.
- I21:** Oh ja, dat jij erg nog iets uit kan halen zeg maar.

- R21:** Nu is het een soort report en voelt het als nou er is iemand geweest. Een hoge pief, dat moeten we vooral vermelden. Vinkje. En niet wat gaan de lezer hier nu uithalen.
- I22:** Nee dus dat zou meer erin mogen of kunnen.
- R22:** Ja.
- I23:** En als je dan kijkt naar over vijf jaar, hou jou dan Focus zien? Wat zou het nieuws binnen ProRail voor jou kunnen betekenen?
- R23:** Pfoe.
- I24:** Ik wil natuurlijk niet te veel sturen maar iemand zei het mag van mij veel persoonlijker. Dat het aansluit op mijn werk. In plaats van dat ik zelf moet zoeken naar wat voor mij relevant is. Je zei ook al dat het juist leuk is dat alles naast elkaar staat.
- R24:** Er hoeft voor mij niet een soort Instagram algoritme achter dat het straks alleen de artikeltjes selecteert waar ik op voorhand ook de meeste interesse in heb getoond. Ik denk dat het juist belangrijk is dat je wel overziet dat er gewoon heel veel gebeurt in dit bedrijf en dat dat ook betekent een breed scala aan verschillende artikelen. Wat mij betreft mag er nog wel iets meer af en toe... die artikelen worden gebruik om mensen en prestaties in het zonnetje te zetten. Het is wat mij betreft nog af en toe iets veel een opsomming van hetgeen dat we doen buiten.
- I25:** Ja.
- R25:** Terwijl het eigenlijk mooi zou zijn als het medium ook aanzet tot onze doelen ten aanzien van presteren, ontwikkelen, samenwerken. Dat je eigenlijk bij elk artikelen kan zien dat het aanspoort tot. En niet alleen een soort platte nieuwssite is met een opsomming van wat er is gedaan.
- I26:** En dat gaat dan over de inhoud?
- R26:** En jij bedoelt eigenlijk nog een slag daarboven.
- I27:** Nou inhoud is ook zeker relevant.
- R27:** Ja ik snap wel wat je bedoelt. Wat mij betreft mag het nog wel iets meer dynamisch in de zin van filmpjes, vlogs... Het is nu vaak een plat artikel.
- I28:** Nu je het over dynamisch hebt... Wat mij bijvoorbeeld zou aanspreken is als er meer video's zouden zijn van de ExCo in plaats van een artikel wat je nu zegt, dat er bij dit artikel een video zit met iemand die in 30 seconden laat zien wat er daar is en iets vertelt.
- R28:** Vorig jaar zomer was dat wel leuk gedaan met die vlogs van de ExCo-leden gewoon thuis. Ik weet niet of je dat hebt meegekregen? Die kwamen toen ook op Focus.
- I29:** Wel over gehoord ja.



- R29:** Dat werkte wel heel goed en ik denk ook dat iedereen dat leuk vindt om even te kijken.
- I30:** Kort maar krachtig.
- R30:** Ja gewoon het verhaaltje in plaats van in een artikel in een filmpje. Ik denk ook dat we het steeds meer, niet iedereen binnen ProRail, maar de wat jongere generatie, kijk wij komen heel erg uit de modus dat je gewoon een beetje erdoorheen scrolt en swipet en dat dingen zich gaan afspelen. Dat kan ik me voorstellen dat je dat op een gegeven moment op zo'n site ook wil hebben.
- I31:** Ja precies. Want heb je het idee dat je nu als je een dag niet gekeken hebt dat je dan dingen mist omdat ze naar onderen zijn gezakt? Dat je wel eens iets belangrijks mist of je scant eigenlijk van alles wel een keer de titel?
- R31:** Nee want het is ook niet dat ik standaard iedere dag kijk onder het mom anders mis ik iets. Dus misschien mis ik wel dingen maar dan 'mis' ik ze niet zeg maar. Ik zou me nog wel voor kunnen stellen dat we een alert krijgen op het moment dat er iets belangrijks over de organisatie wordt gedeeld waarvan we verwachten dat iedereen dat wel heeft gelezen op Focus in the end. Dat gebeurt nu volgens mij niet.
- I32:** Nee.
- R32:** Ik vind niet dat de artikeltjes te kort staan ofzo. Volgens mij is het ritme wat mij betreft prima.
- I33:** Ja de hoeveelheid? Het aantal artikelen?
- R33:** Ja. En ik mis soms nog wel een beetje het doorlinken. Er gebeurt best wel veel op LinkedIn rondom ProRail en berichtgeving en nieuwsgeving. Ook van verschillende projectmanagers. Er gebeurt veel op sociale media. Eigenlijk heb je nergens vanaf Focus een link naar de rest van die wolk aan nieuws en informatie. Die link is er eigenlijk helemaal niet.
- I34:** Dat het wat meer een geheel is aan informatie. Want die communicatie is voornamelijk naar buiten toe, maar die volg jij wel?
- R34:** Ja, ja zeker.
- I35:** De ProRail Instagram en collega's op LinkedIn?
- R35:** Ja ik zou denken dat kun je wel integreren want uiteindelijk is die informatievoorziening redelijk overeenkomstig en soms ook wel een goede aanvulling.
- I36:** Ja. Nou helder denk ik zo.

[Gesprek over wat er met de resultaten gebeurt en afsluiting. Respondent gebruik Focus niet op telefoon, hoeft het verslag niet in te zien is altijd te benaderen bij vragen]

## Interview 4

Projectmanager, verkeersleiding

[Introductie en toestemming opname]

**I1:** Ik doe onderzoek naar Focus, voornamelijk vanuit de vraag van het contentteam en de corporate adviseurs dat er weinig sturing is op dit moment in wat er op Focus wordt gepubliceerd. Er wordt heel veel opgezet maar er is geen beeld van wat de mensen bij ProRail nou willen lezen en wat ze wel of niet interessant vinden bijvoorbeeld. Dus aan mij de taak om te gaan pijlen wat men binnen ProRail nou vindt van het nieuws wat nu op Focus komt te staan en wat daar wellicht in verbeterd kan worden. Hoe we misschien wat men wil versturen en wat men wil ontvangen dichterbij elkaar kunnen brengen. En dan zou ik als eerste willen vragen of je voor mij Focus zou willen openen, de onlinesite. En dan je scherm zou willen delen.

**R1:** Ja

**I2:** En zou je dan voor mij eens kunnen vertellen wat je normaal gesproken op Focus doet, waar je doorheen gaat en wat je vindt van wat je ziet en leest.

**R2:** [Opent focus] Kan je het zien?

**I3:** Ja zeker. En het gaat vooral over de nieuwspagina.

**R3:** Ja nou ja Focus is natuurlijk meer dan dat. Ik kijk wel een paar keer paar dag. Een paar keer per dag open ik deze hoofdpagina en kijk ik of er nieuwsberichten zijn die ik nog niet gelezen heb en die interessant zijn. [scrollt naar beneden] en ik kijk ook vaak bij gesprekken. Daar staan soms ook leuke dingen bij. Uit de organisatie kijk ik ook wel eens en bij persoonlijke blogs kijk ik niet of nauwelijks eigenlijk. Ik vind veel interessant dus ik lees 90% van de nieuwsartikelen denk ik. Je ziet dat het een soort sociale media-achtige opzet heeft met dat mensen daar commentaar op gaan geven.

**I4:** Ja

**R4:** Meestal lees ik ook al die commentaren wel. Dat eigenlijk. Ik werk bij verkeersleiding. En daar werken ook heel veel operationele mensen. En ik merk dat dat wel een dilemma is voor communicatie op Focus. Alsof dit bedoeld is voor een soort management-achtige laag. Dat het vandaaruit geschreven is in elk geval. Voor de operationele medewerkers lijken veel nieuwsberichten niet meteen relevant.

**I5:** Dat horen we inderdaad vaker ja. En zou je voor mij eens op alles weergeven willen klikken en dan aan willen geven dit artikel zou ik niet lezen, hierom. Dit artikel wel, hierom.

- R5:** [Zoekt de juiste knop. Klik op alles weergeven] Wat ik al zei, ik lees 90% of meer van de nieuwsberichten dus ik vind het interessant om te zien wat voor directeuren of nieuwe mensen aanwezig zijn. Overlijdensberichten ook altijd. Ik vind veel interessant. [All aboard: de Klimaattrein vertrekt morgen] De klimaattrein vind ik ook... dan ben ik benieuwd hoe ProRail daar tegenover staat. Hoe zij dat bij hun eigen mensen, hoe zij dat presenteren. En soms dan ook weer hoe mensen daarop reageren. [Amsterdam Amstel: van bouwput tot kloppend hart] ik woon vlak naast het Amstelstation dus dit vind ik ook interessant. [Hybride werken: vragen en antwoorden] Hybride werken vind ik ook interessant hoe dat gepresenteerd wordt en wat voor vragen en antwoorden. 'Hoe hebben we het gedaan in het derde kwartaal' vind ik op zich wat minder interessant. Maar die heb ik volgens mij toch wel even bekeken. [ERTMS, Absolute radiostilte, maar het wachten wordt beloond] ERTMS... leuke kop dus dat lees ik dan ook wel even. [Oproep aan oud-treindienstleiders: flexpool voor tijdens krapte] Treindienstleiders dat zit in mijn afdeling verkeersleiding dus dat lees ik ook, wat dat betekent. [Nieuwe reizigerstunnel in station Gorinchem in gebruik] Een reizigerstunnel in Gorinchem vind ik wat minder interessant. Dat heb ik volgens mij niet gelezen.
- I6:** Dus dan gaat het om, wat is voor jou en voor jouw dagelijkse werk relevant?
- R6:** Nou het gaat wel verder dan dat. Ik vind het interessant ook hoe ProRail zich presenteert, intern over bepaalde kwesties. Een reizigerstunnel in Gorinchem is daarbij wat minder aansprekend. Maar bijvoorbeeld over ERTMS dat is een toekomstige ontwikkeling waar een hoop politieke kanten aan zitten. En dat vind ik vaak interessant, die politiekachtige... hoe stelt ProRail zich op, hoe presenteert ProRail zich. [Onze activiteiten in het Naardermeer] Activiteiten Naardermeer vind ik ook wel leuk, dat heeft met milieu en dat soort dingen te maken. [Spoordek van 2,2 miljoen kilo ingeschoven in Bedum] Spoordek van 2,2 miljoen heb ik niet gelezen. Dat vind ik dan weer minder interessant. [Kamerlid Minhas (VVD) op kennismakingsbezoek in het Railcenter Amersfoort] Kamerlid vind ik dan weer wel interessant wat er gezegd wordt over politiek. [Eerste testdagen nieuwe tienminutentreinen soepel verlopen] tienminutentreinen vind ik ook leuk. [Opruimen in de Inktpot] De Inktpot vind ik ook leuk.
- I7:** Want werk jij zelf in de Inktpot?
- R7:** Ja ik werk zoveel mogelijk in de Inktpot. Ik vind thuiswerken... daar ben ik niet goed in.
- I8:** Nee precies. Maar dan is het artikel over de Inktpot dus ook voor jou interessant.
- R8:** Ja zeker.
- I9:** Eigenlijk mijn vervolgvraag is dan, of wat voor momenten je leest, en hoe dan leest. Scannend of diepgaand...

- R9:** Nou meestal aan het begin van de dag kijk ik even of er nieuwe berichten op staan. En dat doe ik denk ik twee of drie keer per dag. Dan kijk ik daar eventjes.
- I10:** En wat voegt het dan voor jou toe aan jouw werk?
- R10:** De ProRailbeleving.
- I11:** Dat je weet wat ProRail doet?
- R11:** Ja en hoe ze daarover communiceren ook. Ik probeer een beetje daarachter te kijken. Ik neem aan dat dat jou ook als communicatiestudent... ja op wat voor manier breng je een boodschap. Hoe presenteer je jezelf aan je medewerkers. Die laag zit er voor mij ook aan. Hoe er dan gereageerd wordt op berichten en daar dan weer op geantwoord.
- I12:** Ja precies. Dus die kant vind je ook interessant. En de samenstelling van de artikelen? Er staan heel veel soorten artikelen en veel verschillende onderwerpen. Hoe kijk je daar tegenaan?
- R12:** Ja dat vind ik wel interessant maar je merkt bij sommige onderwerpen dat er echt ook wel onderscheid is tussen een... noem het een operationele werkstroom die berichten leest en weinig terugziet van wat er in hun werk is en noem het een meer... ja hoe noem je zo'n laag dan... een meer... kantoorlaag. Kantoorpersoneel en managers. Die dat ook weer een op andere manier tegenkomen. En je merkt aan mij, ik vind bijna alle berichten wel leuk om te lezen en die lees ik ook wel. Ze zijn over het algemeen goed geschreven, daar ligt het niet aan. Soms denk je wel eens, waarom is dit een nieuwsbericht en hoort dat niet bij nieuws uit de organisatie? Soms heeft iemand zich er dan handig tussen gewrongen om het als nieuwsbericht te presenteren. Maar goed.
- I13:** Want wanneer vind jij iets een nieuwsbericht? Als het relevant is voor de hele organisatie?
- R13:** Ja dat in ieder geval natuurlijk. Maar ik vind andere dingen ook wel. Maar je ziet vaak dat het meer projectgerichtere resultaten zijn, heel lokaal, nieuwe reizigerstunnel in Gorkum. Ja is dat een nieuwsbericht... maar dat kun je waarschijnlijk ook zien aan hoeveel mensen dat lezen.
- I14:** Ja daar zit een enorm verschil tussen.
- R14:** Ja. Terwijl als je zo'n overlijdensbericht ziet, binnen no time heeft iedereen dat gelezen.
- I15:** En vind je het dan vervelend als er zo'n artikel tussenstaat?
- R15:** Nee hoor het is niet zo dat het evenwicht daar totaal zoek is. Ik heb er geen problemen mee dat dat ertussen... het valt me af en toe op.
- I16:** Ja. En wat vind je dan van de hoeveelheid artikelen? Die per dag of per week geplaatst worden?

- R16:** Die vind ik wel goed. Ja.
- I17:** Dus je mist niet iets omdat er te veel geplaatst wordt?
- R17:** Nee. Voor mij niet. Maar dat komt ook omdat ik met een hoge frequentie ook kijk en dat sluit aan op de frequentie waarmee de nieuwsberichten geplaatst worden. Een aantal berichten is ook geschreven vanuit de ProRail gedachte... een beetje... hoe zeg je dat... toch een beetje gestuurd, gericht. Maar aan de andere kant dat hoort er ook een beetje bij als je zo'n bedrijfsnieuwssite in de lucht hebt. Dat is logisch, wie schrijft die blijft.
- I18:** Ja precies. En de titels, vind je die pakken en sluiten die aan op de inhoud van het artikel?
- R18:** Ja over het algemeen zijn de stukjes goed geschreven. Dat geldt ook voor de titels.
- I19:** De kwaliteit van de artikelen daar ligt het niet aan.
- R19:** Ja waarbij de kwaliteit soms wel een beetje gestuurd lijkt. Bijvoorbeeld over dat hybride werken, dan vind ik dat het soms wel erg positief gebracht wordt. Soms is daar wel een sturende toon in te lezen.
- I20:** En met sturend bedoel je dan een soort positieve vibe die er dan achter zit?
- R20:** Ja, je kan natuurlijk dingen op verschillende manieren framen. En dat snap ik dan ook soms wel dat dat gebeurt. Maar ja dat is nou eenmaal als je een krant of een nieuwssite... dan heb je dat soort dingen. Hetzelfde geldt ook voor reacties. Hoe daarmee omgegaan wordt. Dat daar soms wel of niet op wordt gereageerd. Ja daar heb je allemaal keuzes in. Die je als redactie of hoe je dat ook noemen wil, mensen die erachter zitten, dat je daarin kan kiezen.
- I21:** Maar vind jij dat er vanuit de redactie dan ergens op gereageerd moet worden? Of vind je juist dat dat een discussie is in de organisatie?
- R21:** Nou ik vind als je iets openstelt voor discussie dan moet je daar per definitie op reageren.
- I22:** Als schrijver moet je je ook in die discussie mengen?
- R22:** Precies. Kijk maar je ziet dat hoe dat op die manier gebracht wordt, een soort sociale mediawereld over zich afroept waarin mensen ook op elkaar gaan reageren of nouja... volgens mij heb ik ook wel eens gezien dat bepaalde delen van een discussie weggehaald werden omdat het een beetje de verkeerde kant op ging of...
- I23:** Het sloot niet aan op wat de zender precies wilde?
- R23:** Dat. Of dat mensen inderdaad niet op een erg sociale manier dingen verwoorden of... ja... ik merk dan wel eens dat bijvoorbeeld mensen van ProRail zelf, of de ProRailredactie zelf dan bijvoorbeeld likes geven voor hun eigen stukjes weet je wel. Dat vind ik een beetje

kinderachtig zeg maar. Als je in zo'n soort sociale media-achtige moeras terecht komt zeg maar.

- I24:** Ja precies. En vind je dan ook dat het wat jou betreft wat formeler mag en die sociale mediakant wat minder?
- R24:** Nou... het hoort er wel bij. Ik vind het kinderachtig als er een stukje wordt geschreven door de redactie, iemand zegt ik vind het een goed stukje, dan gaat de redactie zeggen ik vind dat een like. Ik vind dit een goed stuk. Of hoe zeg je dat, ik geef het een duimpje. Terwijl als iemand zegt ik vind het niet zo'n goed stuk... snap je? Die moet je ook liken want dat is ook een reactie. Maar goed. Dan laat je je een beetje kennen als schrijver.
- I25:** Ik snap wat je bedoelt ja. En als we het dan hebben over het platform, maar ook over de inhoud van de stukken. Zie jij dan ergens concrete verbeterpunten? Dat je denkt over vijf jaar zou het mooi zijn als we hier naartoe gaan met Focus?
- R25:** Nou ik heb er niet zozeer een verbeterpunt voor maar dat is meer een dilemma. Ik kan me voorstellen dat een hoop van de operationele medewerkers zich niet of nauwelijks herkent in dat Focus. Daar heb ik ook niet zo snel een oplossing voor. Want je hoort het aan mij, dat nieuws dat er op staat vind ik best interessant om te lezen.
- I26:** Maar dat zeg je dan vanuit kantoorperspectief.
- R26:** Dat denk ik ook ja. Dus misschien dat dat in de toekomst nog een soort onderscheid is. Dat dat meer gepersonaliseerd of nog meer gericht...
- I27:** Ja precies. Ik heb dan een aantal dingen staan die ik in elk geval wilde bespreken en ik denk dat ik er nog eentje over heb. En dat is managementcommunicatie. Ik hoor wel eens dat dat bijvoorbeeld beter zou werken als je dat in een videobericht plaatst. Dat je de CEO in een videobericht ziet in plaats van tekstueel.
- R27:** Nou ja dat geldt voor elke communicatie denk ik. Als je daar ook non-verbale communicatie van iemands gezicht of dingen bij ziet dan komt dat anders over dan als je een stukje tekst leest.
- I28:** En denk je dat Focus daar wel geschikt voor is? Dat dat meer met video kan werken? Of is dat juist even snel tussendoor een stukje tekst lezen?
- R28:** Nou kijk Focus is er geschikt voor. Allen moet je je afvragen als platform, maar ook zeker als je iets wil vertellen, of een video daar een geschikt medium voor is. Maar dat ligt niet aan het platform Focus. Focus zou zich misschien moeten afvragen, willen wij meer videoberichten doen... Ik zou daar niet op voorhand voorstander van zijn.
- I29:** Waarom niet?

**R29:** Ik merk dat het voor mij prettiger is om... stel dat je nu die nieuwe CFO Mirjam, om dat stukje tekst te lezen... ik weet niet of ik ook de hele video zou afkijken. Ik merk dat ik dan kijk, hoelang duurt die video? En dan scrol ik naar het einde.

**I30:** Ja precies. Dus dan is een stuk tekst toegankelijker.

**R30:** Precies. En kijk misschien dan een stukje tekst met onderaan een video van de nieuwe manager die zichzelf voorstelt. Dat kan. Maar ik zou dat in elk geval niet in plaats van tekst doen.

**I31:** Nee precies, niet vervangen.

[Afsluiting. Participant wil transcript graag ontvangen en geeft toestemming om bij vragen benaderd te worden.]

## Interview 5

Projectmanager, ICT

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ik doe onderzoek naar Focus en het nieuws dat daarop geplaatst wordt. Omdat vanuit de organisatie, het contentteam en de corporate adviseurs, de vraag leeft, wat is nou de behoefte van werknemers en hoe kunnen we wat we zenden en wat men eigenlijk wil ontvangen dichterbij elkaar brengen. Om ook meer sturing te brengen in de artikelen op Focus. Dus daarom hou ik deze interviews. Het interview is verder anoniem dus jouw gegevens komen niet in het verslag. Het wordt niet verwerkt. Ik schrijf straks het interview uit en dat komt als bijlage in het verslag van het onderzoek. Dat wordt dan bij de universiteit wel een aantal jaar bewaard maar dat is dus zonder jouw gegevens.
- R1:** Ik neem aan dat het een leuke stageopdracht is?
- I2:** Ja ProRail is een leuk bedrijf om stage te lopen. Je leert een hoop, complexe organisatie.
- R2:** Ik werk er nu twaalf jaar, en het wordt met de dag complexer.
- I3:** Nou ik wil eigenlijk beginnen met de vraag of jij voor mij naar Focus toe zou willen gaan en je scherm met mij wil delen zodat ik de pagina kan zien.
- R3:** [opent Focus] Dit wilde je zien, eens?
- I4:** Ja helemaal goed. En zou je er voor mij eens doorheen willen gaan en zeggen wat jij doet als je naar Focus gaat? Zeggen wat je leest, wat je doet, en zoveel mogelijk vertellen wat je overal over denkt.
- R4:** En het gaat over Focus nieuws, en niet over de bovenbalk?
- I5:** Ja.
- R5:** Als eerste, waar je eigenlijk al door getrokken wordt, dit stuk [Nieuws]. Daar ben ik voor 90% mee bezig. Dus waar het echte nieuws staat, dat is het gene waar ik eigenlijk altijd even doorheen lees. Elk bericht. Dus ik doe altijd rechtermuis, openen in nieuw tabblad. [opent 'Nieuwe CFO Mirjam van Velthuisen-Lomans gisteren gestart'] Zodat ik even kan lezen, is het voor mij interessant en dat doe ik op basis van wat ik zo snel zie. Maar stel, ik ben een week op vakantie geweest, zoals vorige week, dan zeg ik altijd even 'alles weergeven' [klikt op alles weergeven]. Welke berichten had ik nog niet gezien, en open ik even in een nieuw venster. Dus ik kijk altijd alle berichten even door [terug naar Focuspagina]. Hier [Uitgelicht] kijk ik af en toe naar, ik weet niet wanneer iets Uitgelicht is en wanneer niet. Ik weet niet op welke basis dit nou gefilterd is. Eigenlijk missen we dat. Wat is Uitgelicht nou, dat stukje is voor mij onbekend. Soms zie ik dingen, hé die had ik



nog niet gezien hier [Nieuws] maar wel daar [Uitgelicht] of andersom. Dus dat vind ik wel een zorgpuntje. Hoe werkt dat. [participant bespreekt kort Yammer]

- I6:** En zou je voor nog eens kort naar de knop 'alles weergeven' willen gaan en eens door de artikelen heen om te kijken wat vind ik nou interessant en wat vind ik minder interessant? Je zegt al ik klik alles aan dus dat onderscheid is dan lastig te maken...
- R6:** Ik kijk naar de titel [Noord-Nederland met nieuw treinbeveiligingssysteem klaar voor de toekomst]. En dan kijk ik, ik kan niet zien van welke afdeling het is. Van welk bedrijfsonderdeel. Dat maakt het lastiger. Maar voor mijn team is treinbeveiligingssysteem belangrijk. ERTMS. Daar heb ik mee te maken. Direct met uitvoering en de toekomst. Dus die lees ik sowieso. [Opent artikel] In dit geval pak ik dit artikel en het gaat over ERTMS, werkbezoek in Groningen, oh ja dat was er. Weet ik wat van. Staat er nog wat nieuws in? Nee. Niks belangrijks voor mij. Er was iets met de provincie Groningen en Friesland, ze zouden eerst een stukje gaan testen met automatisch aangestuurde treinen... Oké. Dit is niets nieuws voor mij, het meeste weet ik al, mooi. Doe ik verder niets mee. Ik kan niet aanvinken, onthouden voor volgende keer, dat zou wel mooi zijn. Maar ik weet niet van wie hij afkomt [klikt terug naar Alles Weergeven]. Dat vind ik jammer. Van welk bedrijfsonderdeel is het, is het management, is het ProRail stations, ICT.
- I7:** Ja.
- R7:** [Marianne Loof benoemd tot nieuwe spoorbouwmeester] Spoorbouwmeester heb ik niet zo veel mee te maken. Ik zie een nieuwe spoorbouwmeester, ik weet dat ze er is, leuk. Ik zou deze niet openen. Ik weet wel dat ik bij het nieuws terug kan zoeken. Nieuws, spoorbouwmeester, er is een nieuwe wie was het, dan zoek ik het dan wel. [klikt op zoekbalk] Dan zoek je hier naar 'spoorbouwmeester' en dan zal het bericht vanzelf terugkomen. Oh ja dat was die.
- I8:** Ja precies daar kan je hem ook vinden.
- R8:** Dus nu weet ik dat er een nieuwe is. Klaar, ga ik niet openen. Ik wist dat er een nieuwe CFO was [Nieuwe CFO Mirjam van Velthuisen-Lomans gisteren gestart] ga ik verder niet lezen. Ik weet dat Nynke tijdelijk was maar dat is het hetzelfde als met de nieuwe spoorbouwmeester, voor mij niet direct interessant. ['Naam' overleden] [Naam], ik weet wie het is en in welke afdeling hij zit dus die heb ik wel degelijk helemaal gelezen omdat dat voor mij direct iemand is die in mijn werkveld bij infraprojecten aan de gang is geweest.
- I9:** Ja dus dat komt dan dichtbij zeg maar.
- R9:** Ja iets wat dichtbij komt... het kan persoonlijk raken omdat iemand overleden is of het kan me raken omdat het iemand is met wie ik gewerkt heb.

- I10:** En op wat voor soort momenten lees jij dan Focus?
- R10:** Voorheen veel in de trein. Maar ja... en nu tussendoor wel eens om de tijd te vullen. Ik kan me niet concentreren op mijn normale werk of het is wel eens moeilijk om met een nieuw stuk te starten, dan kan ik nog wel even wat Focusberichten lezen.
- I11:** Ja.
- R11:** Minsten twee keer in de week.
- I12:** Oh ja twee keer in de week. En lees dan alles diepgaand? Wat je opent, of meer scannend?
- R12:** Ik scan de titel even, of het interessant is. En zeker artikelen die voor mij... zoals ERTMS, die zal ik zeker helemaal lezen.
- I13:** Ja.
- R13:** En soms ook doorsturen naar een ander, heb je dit al gelezen? Dit staat op Focus, moeten we daar zelf niet wat mee?
- I14:** Oh ja precies. En voor jouw werk, wat voegt Focus dan voor jou toe? Wat maakt het...
- R14:** Om te lezen, dan weet ik wat er her en der nieuw geïntroduceerd is. Daar wordt het voor gebruikt. Je ziet vooral hé, dit is iets nieuws, dit komt eraan, hybride werken die lees ik. Heeft voor mij als leidinggevende direct impact. Aanpassingen aan bepaalde systemen... dus ik scan op basis van ervaring wat ik wil lezen. Ben ik een nieuwe ProRailer, dan heb ik een uitdaging.
- I15:** Ja dan moet je even inkomen.
- R15:** Daar doe je een paar jaar over... Maar goed.
- I16:** Maar wat is dan de kracht van de nieuwsartikelen?
- R16:** Tekstueel zijn ze altijd heel goed. Ik weet hoe het proces erachter ook gaat, hoe communicatie dat behandelt. Maar het laten plaatsen van nieuwsartikelen vind ik heel lastig.
- I17:** Als jij zegt ik zou dit artikel wel op Focus willen dan loop je tegen een dichte deur?
- R17:** Nou ik weet waar ik moet zijn. Dat is al iets. Maar het grote probleem is dat dan gevraagd wordt, lever maar een artikel aan. Terwijl je eigenlijk veel liever als manager omdat we iets behaald hebben, een interviewachtige vorm wil hebben met een van de redacteurs die dan samen met jou een artikel vormt. Nou is het veel meer, je levert een artikel aan waar je drie of vier keer doorheen hebt gelezen met mensen binnen je team, eventueel nog een collega leidinggevende, dan stuur je hem door en dan komt hij bij de redactie van communicatie terecht en die past dan wat tekst aan. En op een gegeven moment krijg je een melding, ja het artikel is geplaatst en we hebben nog even wat aangepast. Klaar.

Maar... nou missen we de crux... nou missen we net het gene wat belangrijk is. Of wat ook gebeurt is ze zeggen, ja het is veel te technisch, dit kunnen we zo niet plaatsen. Die dialoog heb je nodig. Je moet het met elkaar gaan leren. Dat mis ik heel erg. Ik heb met [naam] wel eens een discussie erover gehad, [naam] was vroeger communicatiepersoon voor FAS en is overgestapt naar communicatie. Maar eigenlijk wat FAS al had, een eigen communicatiepersoon, en waar die in de organisatie onder hangt maakt niet uit, maar die missen we bij de ICT. Je zou een of twee redacteuren willen hebben bij de ICT of rouleren van redacteuren... Dat er altijd iemand is met wie je het gesprek kunt voeren om tot een artikel te komen en om samen met die persoon te zeggen, leuk dat je dit nieuws wil brengen maar jouw doelgroep, is die wel ProRailbreed of is het iets wat onder op een Uit de Organisatie-stukje moet komen. Dat interviewstuk dat is het gene wat ik vooral mis bij het laten publiceren van artikelen.

**I18:** Ja precies. Het wordt vaker gezegd. En dan ga ik door naar de samenstelling van de artikelen. Hoe vind jij dat nu de verschillende naast elkaar op Focus... wat vind je daarvan?

**R18:** Goed, afwisselend. Alleen je merkt, doordat het inbrengen van artikelen wel eens lastig is, dat je van sommige afdelingen of teams helemaal niets hoort. Terwijl je denkt, maar dat was toch ook iets groots wat we bereikt hebben? Waarom stond daar dan niets van op Focus? En ik heb wel eens gevraagd bij zo'n afdeling, ja lastig om het gepubliceerd te krijgen, of tekstueel was het niet goed, of we kunnen de juiste plaatjes er niet bij vinden. Communicatie heeft natuurlijk een eigen database met afbeeldingen maar daar heb je als afdeling geen weet van en daar kun je heel moeilijk gebruik van maken.

**I19:** Ja dus als je die verantwoordelijkheid bij de afdeling legt... dat is lastig. En de titels, geven die een goed beeld van de artikelen?

**R19:** Ja. Maar afdeling communicatie neem ik aan dat die dat wel kunnen.

**I20:** Nee precies. Maar je noemde al wel dat je daarin de zender of afdeling waar het artikel vandaan komt, dat je die ook wat meer zou willen zien?

**R20:** Dat zou wel fijn zijn. Dat hoef ik niet in de titel zelf te zien... maar als er een bericht staat, kijk bijvoorbeeld hier [Uit de Organisatie] zie ik [naam] en dan kan ik met mijn muis daarop wachten en dan zie ik naam en informatie. Op die manier kun je nog wel eens mensen terughalen. Maar feitelijk zou het wel fijn zijn, in elk geval van welke zuil een **artikel is**.

**I21:** Ja dat je kan zien waar een bericht vandaan komt.

**R21:** Ja. En het aantal weergaven, dat zou ook met een metertje kunnen zijn. Je leest het allemaal, maar ouderdom zou je ook met een pijltje kunnen laten zien en hoe vaak het gelezen is. En hoe hot het is. Een hot item zou je ook met een symbooltje kunnen weergeven.

- I22:** Ja. En vind je de relevantie voor jou vaak goed?
- R22:** Ik vind wat hier bij Nieuws staat goed afgewogen. Af en toe is het wel eens een tijdje stil, en wel eens een tijdje heel veel tegelijk. Dat is wel lastig. Want je ziet gisteren, zeven uur geleden, vijf uur geleden. Het is fijn om te weten hoeveel er nieuw is. Je zou eigenlijk met een kleurcode of zoals ik net al zei met een symbooltje goed kunnen laten zien hoe oud iets is. Dan weet ik oh het is een dag oud of ik ben twee weken op vakantie geweest, dan wil ik gewoon weten zijn het twintig berichten geweest, twee of tweehonderd. Dat helpt je. Nu moet ik onthouden wat mijn laatste bericht was.
- I23:** Ja precies. En als je dan naar de toekomst kijkt, waar liggen voor jou de mogelijkheden van Focus? Wat zou het idealiter zijn over een paar jaar?
- R23:** Ik mis de doorklik, en ik denk dat dat wel de toekomst is, naar de achtergrond van het bericht. Soms heb je een medewerker die je kunt benaderen dat er een naam bij staat maar ook niet altijd. Allen Focusredactie. Moet ik dan de redactie benaderen of onder aan het bericht iets reageren en hopen dat iemand daarop reageert, dat is ook niet altijd. Maar je zou toch wel willen zien, in elk geval wie de contactpersoon is van een bericht.
- I24:** Ja.
- R24:** [Opent 'Noord-Nederland met nieuwe treinbeveiligingssystemen klaar voor toekomst'] In dit geval is dat [naam] als directeur van ERTMS. Of hebben ze daar een secretariaat die graag wil weten of jij vragen hebt. Dat je die kan benaderen. [Houdt muis op eigenaar van artikel 'Focus redactie'] Dat is bij deze altijd een beetje matig. Hetzelfde geldt, soms heb je wel eens een linkje erbij staan maar hier staat nergens een link bij. Ik zou best naar de website van ERTMS willen doorklikken. Ik vind dat een verplichting zelfs.
- I25:** Dat je wil kunnen doorklikken.
- R25:** Ja nu moet ik zelf op zoek gaan binnen Focus naar ERTMS. En dan hopen dat ik een melding krijg van een site. [zoekt op 'ERTMS', opent interne site ERTMS] Nou kijk die heb ik, die had er standaard al bij kunnen staan. En het bericht ging over een extern nieuwsartikel, had daarnaar verwezen. De kracht van Focus, van SharePoint, is het koppelen van gegevens aan elkaar. Je wil meer lezen, je wil meer informatie, eigenlijk wil je doorverwezen worden naar een volgende pagina. Je hebt het artikel gelezen en je komt op een site van ERTMS, dan wil je kunnen reageren op nieuwsberichten.
- I26:** Of dat je oude nieuwsberichten kan zien, of achtergrondinformatie.
- R26:** Nou, ik ben IT'er, video's trekken bandbreedte en de WiFi hier...
- I27:** Dat argument heb ik nog niet gehoord.
- R27:** Ja een groot deel van mijn team is eigenlijk altijd buiten in het veld. Die kunnen die video's dan niet zien, die moeten tot thuis wachten om dat te kijken. Ja dat is dan wat.

- I28:** Maar kijken die daar wel op Focus?
- R28:** Hetzelfde moment. Ze zijn buiten met een indienstelling bezig en op een gegeven moment zegt de aannemer nou wij moeten een uur wat doen. Dan hebben ze een uur waarin ze even niets kunnen doen. Soms kunnen ze wel dingen voorbereiden, soms moeten ze even wachten. Oh wacht eens kijken of er op Focus wat staat. Ze checken hun mail, maar heel gauw kijken ze ook even naar Focus.
- I29:** Op hun telefoon kijken ze dat dan?
- R29:** Of laptop. Vaak hebben ze een laptop. En als je het over opties hebt, ik zou graag als manager een artikel bij mijn team of een afdeling willen aanbevelen.
- I30:** Dat je die kan doorsturen?
- R30:** Nou je kan de link doorsturen. Dat is een beetje matig. Het zou mooi zijn als je gewoon het nieuwsbericht of als mailvorm krijgt, het liefst een wat intelligentere vorm, maar dat zou mooi zijn. Het zit er allemaal in.
- I31:** En de managementcommunicatie, vind je dat interessant, lees je dat veel?
- R31:** We krijgen wel eens mail.
- I32:** Ja en van de ExCo bijvoorbeeld?
- R32:** Ja vanuit mijn rol lees je die wel. Alleen dan is het jammer dat je niet rol gebaseerd ook een stukje nieuws hebt. Nu krijg je de managementmail, maar waarom mail? Waarom niet binnen Focus nieuws? Ik ben een manager, een onderdeel voor managers. Of specifiek voor ICT. Niet te kleine groepen maar gewoon de algemene medewerker, dit en dit komt eraan.
- I33:** Dat je het iets persoonlijker maakt zonder dat het meteen een Instagram algoritme is.
- R33:** Ja. En dan heb je daar ook een redactie op waartegen je kan zeggen, leuk dat het bericht naar onder zakt maar volgens mij moet het nog een keer naar boven. Medewerkers moeten erop geattendeerd worden dat hybride werken naar boven moet. Nu zie ik ze dat binnen Focus wel eens zelf doen, of ze wijzigen wat, of ze zorgen het terugkomt, maar soms heb je ook als manager dat je dat zegt dat iets wat langer beschikbaar moet blijven. Hebben we daar sturing op? Weten we niet.
- I34:** Ja helder. En vind je dan dat berichten nu te snel naar onderen zakken? Want jij leest vrij actief terug.
- R34:** Ja soms. Soms heb je twintig berichten in een week, en soms twee. Als het er ineens in twee dagen vijftien zijn, of acht, dan heb je een stukje gemist en als je dan niet actief bent of je hebt een drukke week gehad, dan de week erop zie je een hele hoop. Dat moet ik nog een keer doe, maar dan stel je het uit en doe je het niet.

- I35:** En dan kan de functie om iets wat langer bovenaan te houden een uitkomst zijn.
- R35:** Ja. En het metertje van hoe oud is het, dat je snel kunt zien dit is er allemaal afgelopen week nieuw geweest.
- I36:** Ja... En dan zit ik zelf hardop te denken, misschien de mogelijkheid dat je zelf kunt zien wat je wel en niet gelezen hebt met bijvoorbeeld een vinkje.
- R36:** En volg jij ook de sociale media van ProRail?
- I37:** Facebook niet, Instagram wel een beetje. Maar vooral het nieuws krijg je echt wel mee. Maar Insta, ik vind dat daar ook een icoontje van moet komen. Zie ook Insta, klik. Of zie ook de NS-website, klik. Zie ook de publicatie op de ERTMS-site, klik. Waarom niet.

[Afsluiting. Participant wil transcript graag inzien en mag benaderd worden bij vragen]

## Interview 6

Omgevingsmanager, projecten

[Introductie en toestemming opname]

**I1:** Dan zou ik willen vragen of jij voor mij Focus zou willen openen en jouw scherm zou willen delen.

**R1:** [opent Focus] Yes.

**I2:** En zou je mij dan mee willen nemen in hoe jij normaal Focus gebruikt, waar je naar kijkt, waar je op klikt, wat je ervan denkt, wat zou je lezen, wat niet?

**R2:** Nou ik lees sowieso altijd wel het nieuws wat hier staat in het groot, het dagelijkse nieuws zeg maar. [Europese spoorsector kiest voor Digitaal Capaciteitsmanagement] Het Europese spoor wat hier staat. Je ziet wat ik doe toch?

**I3:** Ja.

**R3:** Oké mooi. [scrollt naar beneden] Ik ga de laatste tijd wel vaker naar beneden toe, naar de Yammerberichten maar dat komt omdat ik daar zelf ook dingen op plaats. Ik zit sinds 1 september werk ik bij het team diversiteit en inclusiviteit en dan moet ik vanuit daar ook af en toe iets op Yammer plaatsen. Maar ik moet zeggen dat ik er daarvoor nooit heen scrolde. Dat is echt omdat ik er de laatste tijd zelf actief op ben. [Scrollt weer naar boven] Ik begin eigenlijk altijd hier boven (Nieuws) en vanuit daar kijk ik ook af en toe wel met een schuin oog naar uitgelicht.

**I4:** Ja precies. En zou je dan voor mij eens op 'alles weergeven' willen klikken? Wat daarboven staat. En dan gewoon eens per artikel aangeven of je erop zou klikken en wat je ervan denkt en vindt?

**R4:** [Europese spoorsector kiest voor Digitaal Capaciteitsmanagement] Hier zou ik al voorbij gaan. Daar heb ik niet zo heel veel mee. Zou ik niet zo snel op klikken. [Toch treinen] Toch treinen zou ik wel op klikken. Dat is toch wel hot nieuws in principe, dat er geen treinen reden en nou toch wel. Dus dat volg je ook wel. Ook omdat het natuurlijk wel op het journaal en dat soort dingen komt. Dat gaat meer mensen aan. [Noord-Nederland met nieuw treinbeveiligingssysteem klaar voor toekomst]. Noord-Nederland... Treinbeveiliging, die zou ik ook niet aanklikken. [Marianne Loof benoemd tot nieuwe spoorbouwmeester] Marianne Loof wel. Ik vind het wel belangrijk om bij te houden wie onze spoorbouwmeester is.

**I5:** Ja.

- R5:** Eens even kijken wat hier staat. [Nieuwe CFO Mirjam van Velthuisen-Lormans gisteren gestart] Dit zou ik ook aanklikken. Dit vind ik ook belangrijk nieuws. ['naam' overleden] En dat [naam] is overleden ook. Dat klik ik ook altijd wel aan, collega's die overleden zijn.
- I6:** Ja dus als het voor jou relevant en interessant is dan klik je het aan zeg maar?
- R6:** Ja ja. Ja dat is wel de conclusie ja.
- I7:** En op wat voor momenten kijk je dan?
- R7:** De dagstart. Dus eigenlijk meteen als ik... Vaak staat gewoon Focus open als ik mijn laptop opendoe. Dus dan zie ik het meteen. Het hangt er een beetje vanaf of ik meteen afspraak heb maar in principe begin ik daar dan wel mee.
- I8:** Ja precies. En lees je dat dan heel gefocust of lees je dat meer scannend?
- R8:** Scannend doe ik dat altijd. En als ik iets heb gezien van dat vind ik wel belangrijk dan kom ik soms nog wel eens terug maar als dat niet het geval is dan kom ik soms ook helemaal niet meer terug op de Focuspagina. Dan ga ik gewoon door met mijn mailbox en werken zeg maar. Ik kijk niet wat er gedurende de dag verandert.
- I9:** Nee dat zie je de dag erna dan wel.
- R9:** Ja.
- I10:** En wat is dan voor jou de kracht van Focus? Wat betekent het voor jou in jouw werk?
- R10:** Ja ik vind het heel fijn dat informatie op één site te vinden is en dat er verbinding op die site kan worden gezocht met elkaar. En het nieuws, de dingen die iedereen ProRailbreed aangaan dat die daarop verschijnen want anders kom je er zelf ook niet achter. Die informatievoorziening die vind ik wel heel belangrijk.
- I11:** En vind je dan ook de samenstelling goed? Want je zegt ProRailbrede dingen, vind je de afwisseling daarin, werkt dat voor jou?
- R11:** Ja wat voor mij misschien meer zou mogen is dat het meer vanuit de medewerker zelf mag komen. Qua boodschappen. Nu verschijnt het wel onderaan bij Yammer, dat zei ik net ook al, ik lees het eigenlijk niet vaak maar nu de laatste dan wel meer omdat ik me er ook meer mee bezig hou en dan zie ik nu dingen dat ik denk oh ja, dat vind ik wel interessant te weten. Niet met alles, maar veel dingen wel. En dat zou wel wat meer naar voren mogen komen. Dat we andere collega's misschien wat nadrukkelijker beeld krijgen, nu is dat onderaan weggestopt.
- I12:** Ja precies. Dus in de artikelen die nu op Focus staan zouden de werknemers meer naar voren kunnen komen?



- R12:** Ja. Ik zou het ook gebruiken als een soort, hoe noem je dat, geen nieuwsbrief maar bijvoorbeeld... we hebben heel veel medewerkersnetwerken bij ProRail, maar niet iedereen weet dat. Volgens mij is het wel goed om aan dat soort dingen ook juist aandacht te geven. Dus niet alleen aan de ProRailbrede dingen maar ook gewoon wat het personeel zelf doet en wat we voor elkaar betekenen als collega's onderling. Een soort van schoolkrantje zeg maar.
- I13:** Ja. Maar zou je ook wat meer specifieke artikelen daarin terug willen zien? Of moet het wel ProRailbreed relevant blijven?
- R13:** Nee ik zou het ook wel leuk vinden als er meer persoonlijke dingen in komen te staan. Het hoeft niet alleen maar over ProRail te gaan, maar ook eens de mens daarachter.
- I14:** Want er staan bijvoorbeeld ook wel stukken over... noem eens een brug in Gorinchem. Daar zitten natuurlijk echt mensen achter die dat gemaakt hebben, terwijl dat niet voor heel ProRail relevant is. Vind je dat soort stukken dan ook interessant?
- R14:** Nee voor mijzelf heb ik dat niet per se. In mijn vorige functie was ik projectleider en dan kom je sowieso in aanraking met de verschillende projecten die opgeleverd worden. Dus vanuit die functie kreeg ik het sowieso al mee. Dus als het op Focus kwam dacht ik meestal, dat weet ik wel via een collega ofzo. Dus vandaaruit klikte ik dat ook sowieso nooit aan. Maar verder heb ik zoiets van nou ja het is allemaal extra informatie die ik niet per se nodig heb. Misschien leuk om te lezen, maar het is eerder te veel.
- I15:** Je kan natuurlijk zelf kiezen wat je aanklikt. Zeg je dan ik vind het prima om een stuk over te slaan, of zou je daar het liefst verandering in zien?
- R15:** Ja helemaal weglaten vind ik ook zoiets... Er zijn vast collega's die het wel interessant vinden. Dus dan sla ik het wel gewoon over.
- I16:** Ja precies. En als je een artikel selecteert dan doe je dat op basis van de titel?
- R16:** Ja. Dat sowieso ja.
- I17:** En vind je dat die vaak goed zeggen waar het artikel over gaat?
- R17:** Ja dat vind ik wel. Wat dat betreft vind ik Focus wel... Tekstueel en zo vind ik het goed opgebouwd en ingericht.
- I18:** En de hoeveelheid die voor jou relevant is, mag dat wat jou betreft meer?
- R18:** Ja zeker.
- I19:** Meer geschreven vanuit wat voor jouw als werknemers relevant is?
- R19:** Ja ja.

- I20:** En als je dan kijkt over vijf jaar, wat zou dan Focus voor jou brengen? Wat zou het naartoe kunnen? Een soort utopie?
- R20:** Eens even denken... [stilte]
- I21:** Ja een voorbeeld van wat iemand anders zei is, het mag veel gepersonaliseerder. Dus dat ik zie wat voor mij relevant is. Zou dat voor jou ook iets zijn? Of zeg je, nou ik wil wel ook wel dingen zien die ik niet zo snel zelf zou kiezen?
- R21:** Ja daar zit ik een beetje dubbel in. Want aan de ene kant weet ik dat ik dat fijn vind, heel erg gepersonaliseerd. Maar als je naar sociale media kijkt, dat is totaal afgestemd op wat iemand vaak aanklikt. En dan krijg je alleen maar bepaalde dingen te zien en daardoor vind ik wel weer dat je beperkt wordt. Dus ik denk niet dat ik dat hier de voorkeur zou geven. Maar ik zou wel iets meer beweging... het is nou zo'n statische pagina... iets wat heel erg gesloten is ook. Je krijgt ook als medewerker niet heel snel er wat op geplaatst als je denkt ik vind dit wel belangrijk nieuws. Ik denk dat het misschien wat toegankelijker zou moeten zijn voor de medewerker. Dus dat er meer energie ofzo in zit. Meer in beweging gaat. Er wordt nu heel erg vooraf bepaald wat erop komt te staan en daar valt ook bijna niet aan te tornen zeg maar. Het is heel eenzijdig.
- I22:** Dus meer vanuit met z'n allen, dat we met elkaar ergens aan bouwen.
- R22:** Ja ik het denk dat het daardoor ook... dat er meer belangstelling zou zijn. Nu leest iedereen het wel maar iedereen heeft het heel druk dus het komt altijd tussendoor maar ik denk dat je dan daarmee... het zou meer een samenspel kunnen worden. Dat het meer past in de tijd van nu.
- I23:** Ja.
- R23:** Als een soort Facebook. Daarin kan iedereen plaatsen wat hij wil. Ik het verder niet goed uitleggen, maar meer samenspel.
- I24:** Wat ik ook nog wel eens hoor is dat mensen meer video zouden willen.
- R24:** Ja meer beweging.
- I25:** Als vervanging? Of aanvulling?
- R25:** Als aanvulling. Ik vind het niet altijd fijn. Soms heb je geen tijd om een filmpje helemaal af te kijken of is het te lang. En ik vind het lezen, dan kan je je eigen tempo bepalen.
- I26:** Wat ik ook wel eens hoor is dat mensen zeggen, ik wil meer kunnen klikken naar andere pagina's bijvoorbeeld.
- R26:** Nou ik zou een klikje wel willen doen, maar ik zou niet te veel willen doorklikken zeg maar.

**I27:** Nee precies. Want die bovenste over ERTMS die ik zie staan, zou je dan een doorklik willen naar de ERTMS-pagina?

**R27:** Het ligt eraan welke boodschap het is. Bepaalde dingen wil je meer over weten en dan zou ik er wel op doorklikken. Dat heb ik ook wel eens gedaan dat ik dacht hoe zat het ook alweer met bijvoorbeeld met MJPG, een programma, dan is het makkelijk als er toevallig een artikel komt, dat je daar dan op doorklikt in plaats van dat je moet gaan zoeken. Het ligt er net aan wat de behoefte is op dat moment. Maar dat je een keer kan doorklikken en dat er wat informatie achter zit is wel goed.

**I28:** En maak je ook gebruik van de sociale media van ProRail?

**R28:** Bedoel je Yammer?

**I29:** Ik bedoel voor de Facebook en Instagram.

**R29:** Oh dat. Nee dat kijk ik niet. Daar zit ik niet op. LinkedIn wel een beetje.

**I30:** Dat gebruik je niet. En de hoeveelheid artikelen die er komen? Vind je die op dit moment goed?

**R30:** Ja vind ik wel goed. Het hoeft niet meer te weten. De frequentie dat het wisselt vind ik prima.

**I31:** Maar het is ook niet te veel?

**R31:** Nee.

**I32:** Heb je wel eens dat je artikelen mist omdat het is weggezakt?

**R32:** Nee want ik vind ze dan altijd wel weer, het schuift door. Als ik het heb gezien 's morgens van dat wil ik wel lezen maar ik heb door de dag heen geen tijd gehad dan kan ik het de volgende dag of twee dagen later wel weer oppakken. Dan staat het bijvoorbeeld bij Uitgelicht of wat dan ook. Dus dat vind ik dan prima.

**I33:** Ja precies.

[gesprek over aantal interviews en afwisseling van de participanten. Afsluiting, participant wil graag transcript inzien en mag benaderd worden voor eventuele vragen]

## Interview 7

Assistent tracèmanager, assetmanagement

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Nou, vanuit de redactie en vanuit de corporate communicatie is eigenlijk de vraag gekomen dat ze meer sturing willen geven aan de artikelen die ze op focus zetten. Dat ze benieuwd zijn naar wat de werknemers nou willen met de artikelen die daarop staan. Dus vandaar dat ik deze interviews met de werknemers haal. En in dit interview ga ik uitwerken, uitschrijven. En dat komt als bijlage bij mijn onderzoek en dat wordt dan bij de universiteit een aantal jaar bewaard. Maar dat is wel anoniem dus daar komt verder jouw naam aan vast. En ja, dat is het belangrijkste vooraf. En dan zou ik eigenlijk willen vragen of je voor mij misschien Focus zou willen openen.
- R1:** Ja.
- I2:** En aan je scherm is met mij zou willen delen. Dan kan ik meekijken.
- R2:** Want je bent echt helemaal aangenomen voor dit onderzoek of doe je andere dingen bij ProRail?
- I3:** Ik ben afstudeerstagiair bij ProRail het is voor mij een stageopdracht. Dus de helft van mijn tijd doe ik dit onderzoek en de andere helft van de tijd doe ik meelopen.
- R3:** Oh ja, leuk.
- I4:** [opent Focus] Wel een hele leuke plek om ook echt de organisatie uit te leren kennen. Ja, heel veel verschillende mensen spreek je wel vanuit communicatie, dus dat is wel heel leuk.
- R4:** Zie jij nu mijn scherm? Ja?
- I5:** Ja. En dan zou ik willen vragen of je mij eens mee zou willen nemen met hoe jij nou Focus gebruikt. En dan gaat het vooral om de nieuwsartikelen en wat je ervan vindt, waar je op zou klikken. Waarop niet.
- R5:** Ik check eigenlijk altijd 's ochtends wel even Focus omdat je toch wel even benieuwd bent naar nieuws, of Corona of dat soort dingen. Ik vind het ook altijd leuk, ik lees eigenlijk altijd alle nieuwsberichtjes wel even om ook de betrokkenheid naar andere dingen die spelen te volgen. Dat vind ik gewoon leuk. En als ik vakantie heb gehad dan scrol ik weer even terug. Dan doe ik 'alles weergeven'. En dan heb je in één overzicht wat er allemaal is gebeurd. Check je dat even. Vind ik interessant, dit niet, dus dat is op zich super dat je het even kan terugkijken. Ik gebruik heel veel 'snel naar' omdat ik heel veel inkoopopdrachten moet aanmaken en ik werk met personeelszaken. Ik ben ook Bhv'er, dus dit vind ik altijd wel handig. Handige knop. 'Collega's zoeken' gebruik ik heel vaak als ik even iemand moet

hebben waar ik het nummer niet zo gauw van weet. Vind ik ook superhandig dat het hier bovenin staat dus dat gebruik ik ook regelmatig. Dan kan ik snel even schakelen naar een telefoonnummer. En ik moet wel echt eerlijk zeggen, ik heb wel interesse in andere onderwerpen, maar daar heb ik geen tijd voor. Het is meer als ik het nodig heb dat ik dan ga zoeken zeg maar. Als ik iets over samenspel zou moeten weten. Dan ga ik wel even zoeken.

- I6:** Ja, precies. En dan die nieuwsartikelen die hier echt komen te staan. Lees je die? Zeg je daarvan ook daar heb ik geen tijd voor om te lezen, of lees je die vaak wel?
- R6:** Die lees ik vaak wel. Soms even diagonaal. Maar ik volg wel wat er aan nieuws is. Het is toch even een nieuwe directeur of nieuwe directeur projecten, ik kom zelf uit de projecten club. Ja, het is meer algemeen dat je even wil volgen wat er binnen ProRail allemaal speelt. Dat ze weer met iets van duurzaamheid of een opening van een bepaalde, weet ik veel. Een project dat is geslaagd. Dat vind ik altijd wel leuke weetjes. En dan kijk er wel naar.
- I6:** Ja, zou je voor mij eens dan op alles weergeven willen klikken. Waar je net was. Ja, juist ja. Wil je dan eens langs de artikelen waarvan je zegt nou, dit zou ik nou echt wel lezen. Of dit juist echt niet.
- R6:** [Europese spoorsector kiest voor Digitaal Capaciteitsmanagement] Dit vind ik leuk over hoe dit voor de toekomst gaat. Europese spoorsector die zich ontwikkelt. Interessant, zou ik lezen. Heb ik al gelezen. Ik heb mijn muis niet bij me... Eens kijken. [Toch treinen] Toch treinen... Ja dat heb ik ook gevolgd, dat er minder capaciteit is bij VL. Natuurlijk ook altijd interessant om weten wat er speelt. Ik zit zelf in de dagelijkse operatie. [Noord-Nederland met nieuw treinbeveiligingssysteem klaar voor de toekomst] Dus alles wat met betrekking tot dit soort systemen en zo is ook altijd interessant om te weten. Onderhoud van spoor zou ik ook lezen. Effe kijken hoor. [Marianne Loof benoemd tot nieuwe spoorbouwmeester] Nou een nieuwe spoorbouwmeester, daar heb ik in het verleden ook mee te maken gehad. Ook wel even leuk. En hier zitten gezichten bij. Het is gewoon leuk dat er ook even een foto van iemand bij staat. Even een interviewtje. [Nieuwe CFO Mirjam van Velthuisen-Lormans gisteren gestart] En dit ook van een nieuwe CFO. Ook leuk. ['naam' overleden] Nou ja, ook een overlijdensbericht natuurlijk ook altijd heftig. Ik ken natuurlijk heel veel mensen omdat ik 20 jaar bij ProRail werk. Dat komt altijd wel even binnen. Dus ja uiteraard lees ik dat ook. [All aboard: de klimaatrein vertrekt morgen] Klimaatrein dat lees ik even diagonaal door, denk ik prima. Maar ja, niet meteen iets wat ik helemaal uitgebreid zou gaan lezen.
- I7:** Nee, dus je bent eigenlijk best wel breed geïnteresseerd. Het hoeft niet per se voor jou heel relevant te zijn voor je werk?

- R7:** Nou ja ik heb toch heel veel raakvlakken wel. En omdat ik ook al heel lang bij ProRail zit. Ik heb bij projecten gewerkt. Dus als er nieuws is over projecten vind ik dat ook altijd wel weer leuk om te lezen. Bijvoorbeeld station Rotterdam is geopend. Dan is er even een berichtje of ik heb hier op Zwolle gewerkt, Als dat dan in dienst wordt gesteld dan is er ook even een berichtje op Focus geplaatst. Het is gewoon leuk om te zien wat er allemaal gebouwd wordt. [Hybride Werken: vragen en antwoorden] Maar over hybride werken ja, ben ik ook naar geïnteresseerd, want het raakt je ook. [Hoe hebben we het gedaan in het derde kwartaal] En ook over prestatie vind ik leuk. Ja ja, ik vind ook eigenlijk altijd veelzijdig wat erop komt. Ja, ik vind het wel een leuke weergave. Ik heb nooit dat ik denk van nou, wat moet ik hier nou mee met dit berichtje.
- I8:** En op wat voor momenten lees jij dan Focus? Je noemde aan het begin al dat het een dagstart is?
- R8:** Ja, met name dan, pak ik even een kopje koffie en dan denk ik oh, wat is het bericht van de dag? Op zo'n manier hou ik het wel bij.
- I9:** Oh ja precies. En je ergens op klikt, lees je dat dan diepgaand? Of toch meer scannend erdoorheen?
- R9:** Afhankelijk van wat het onderwerp is.
- I10:** Ja precies. En wat is dan voor jou de toegevoegde waarde van Focus? Wat voegt het toe aan jouw werk?
- R10:** Ja, ook kennis van anderen. Wat ik aangaf, wel van projecten of duurzaamheid of over hybride werken. Dat zijn toch dingen. Die hoor je ook wel in een teamoverleg. Maar ja, je kan ook zelf tot je nemen, dus ik vind het wel fijn dat je zelf de gelegenheid hebt om daar ook zelf over te lezen, dat je niet afhankelijk bent van iemand die je dat dan vertelt ofzo. Gewoon algemene kennis over wat er wat er speelt binnen ProRail. Altijd leuk.
- I11:** Ja ja, die afwisseling die vind je op orde?
- R11:** Ja, ja hoor.
- I12:** En zijn er dan bepaalde onderwerpen die je dan minder snel zou lezen die je zo zou kunnen benoemen?
- R12:** Nou als ik net even erdoorheen scrolde. Vind ik eigenlijk alles wel... [ERTSM: absolute radiostilte, maar het wachten wordt beloond] ERTMS. [Nieuwe reizigerstunnel station Gorinchem in gebruik] Nieuwe reizigerstunnel... Speelt ook. Dit vind ik ook leuk, VL. Of een project vind ik wel even leuk maar die ga ik niet heel uitgebreid lezen hoor. Dat is net even van dat je denkt oh leuk, klik hem even open. Wat is het geworden.
- I13:** Je zit natuurlijk ook zo lang bij ProRail dat je ook inderdaad wat je al zei, dan heb je veel raakvlakken binnen de organisatie.

- R13:** Ja, dan komt er weer eens even een politicus op bezoek. [Kamerlid Minhas (VVD) op kennismakingsbezoek in het Railcenter Amersfoort] Prima weet je, leuk. Maar ja, nou ja, ik vind het eigenlijk wel, ja. [Opruimen in De Inktpot] Ik zit niet in de inktpot. Maar ik heb wel.... Ik kom regelmatig in de Inktpot. Dus ook even leuk om te zien wat er speelt. Maar dat ga ik niet helemaal lezen, want ik werk niet de inktpot.
- I14:** Maar het is ook niet als je zegt dit artikel sla ik over, daar heb je dan geen last van zeg maar?
- R14:** Nee hoor, je hebt zelf de keuze, dat vind ik gewoon lekker.
- I15:** Ja precies. En de titels geven die naar jouw idee een goed beeld van de van de inhoud van de artikelen?
- R15:** Ja hoor. Altijd wel pakkende titels. Ja ja, prima.
- I16:** En dan, vind je ze ook relevant vaak voor jou?
- R16:** Ja hoor, nieuwe ontwikkelingen, wat ik al zei. Ik zit dus in tweeënhalf jaar in een nieuwe functie. Maar eerder toen ik projecten zat ook vond ik het wel interessant. Ja, omdat het juist zo breed is en dat vind ik juist leuk.
- I17:** Ja, dus je zegt het is voor jou echt op de hoogte zijn van de organisatie?
- R17:** Jj ontwikkelingen, ook op managementniveau, duurzaamheid. Euh ja, nieuwe technische ontwikkelingen worden ook vaak aangestipt. Ja, je bent gewoon op de hoogte van wat er speelt, dus dat is gewoon fijn.
- I18:** Ja, en het is voor jou ook wel even ontspanning, leuk, even tussendoor?
- R18:** Ja ja ja, absoluut.
- I19:** Ja, en dan misschien een lastige vraag, maar we als we kijken over een paar jaar, zijn er dan dingen waarvan je zegt dit zou Focus voor mij nog echt kunnen toevoegen. Dit zou ik het liefst nog zien?
- R19:** Nou kan ik niet nu zo bedenken dat ik denk dat mis ik.
- I20:** Nee, wat ik wel eens hoor, is dat mensen zeggen het mag van mij wat persoonlijker dus dat ze meer, dat het makkelijker is om echt te zien wat voor hun werk relevant is?
- R20:** Ja, op wat je zelf doet, dat daar dan meer...
- I21:** Dat iemand van ICT eerder ICT-berichten ziet bijvoorbeeld.
- R21:** Nou daar heb ik zelf geen last van.
- I22:** Nee, het is voor jou echt juist dat je die brede...

- R22:** Ik pik er wel uit wat ik voor mezelf interessant vind. Daarvoor hoef ik niet per se voorrang in de berichtgeving te hebben. Vind ik zelf niet zo belangrijk.
- I23:** Nee, en het is ook niet zoveel dat je dingen mist, dat iets te snel naar onder zakt?
- R23:** Nee hoor, maar dat is ook omdat ik het elk ochtend eventjes check. Ik start Focus op en dan lees je ook even meteen in wat er speelt. Het zijn toch vaak, je wil wel weten wat er speelt en dan hoef je maar Focus te openen en je weet oké dit. Net zoals nu met die verkeersleiders. Daar lees je ook weer over in het nieuws. En ook met sneeuwval bijvoorbeeld. Weet je ook precies, ja, dat is wel fijn dat dat ook weer even gematcht wordt met wat jij in de media leest.
- I24:** Ja en de hoeveelheid artikelen is dan prima ook?
- R24:** Ja hoor. Ja.
- I25:** En de lengte van de artikelen zelf inhoudelijk?
- R25:** Ja, ook prima. Ja, ik vind het niet te lang ofzo. Kijk, ik kan gewoon zelf... Scrol ik er even doorheen en als ik het interessant vind, dan lees ik wat langer door.
- I26:** Ja en wat ik ook gehoord heb is dat mensen zeggen het mag van mij wat meer doorklikmogelijkheden hebben. Als je bijvoorbeeld een artikel hebt over ERTMS, dat dan ook meteen door kan klikken naar de site van ERTMS.
- R26:** Daar heb ik zelf geen behoefte aan.
- I27:** Nee precies, snap ik. Ja, en het laatste wat ik eigenlijk nog heb is bijvoorbeeld video's, het is nu best wel tekstueel. Zou voor jou een video... of dat mensen meer vertellen op beeld, zou dat een toevoeging zijn aan Focus?
- R27:** Nou, voor mij niet per se, want wil zelf even snel kunnen bepalen. En ja, ik vind een keer wel leuk, maar niet per se een toevoeging dat ik denk... Nee, want dan moet je weer een filmpje gaan kijken. En ik weet niet... ik wil gewoon tekst. Dan kan ik zelf bepalen en zie je in één oogopslag wat er wat speelt.
- I28:** Ja, dus dan zou video, dat kost dan eigenlijk te veel tijd en dan weet je niet wat er in staat en is het lastiger om te scannen of het relevant is.
- R28:** Ja precies.
- I29:** Nou helder. Fijn, dankjewel dat je mee wilde doen.

[Afsluiting, participant mag benaderd worden bij vragen, hoeft het transcript niet meer in te zien]



## Interview 8

Managementassistente, directie

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Nou ja, ik doe onderzoek naar de nieuwsberichten op Focus en dat doe ik vooral omdat vanuit de redactie en vanuit het contentteam en de corporate adviseurs de vraag leeft dat ze meer sturing willen geven aan de artikelen die ze online zetten. Ja, er staat een hele hoop op Focus, maar de vraag is nou ja, voldoet dit aan wat men wil lezen en kunnen we misschien meer richtlijnen maken voor wanneer is iets nou echt een nieuwsbericht voor Focus? En wanneer niet? Dus daarom ben ik via interviews de behoefte en de wensen van werknemers aan het peilen uit zo veel mogelijk verschillende afdelingen. Ik ga dit interview straks uitschrijven. En dat verslag, dat komt als bijlage in het onderzoek. Dat is verder anoniem. Dus jouw naam komt daar niet bij. Het verslag wordt bij de universiteit bewaard als bijlage. En dan zou ik eigenlijk willen beginnen met de vraag of jij misschien Focus zou willen openen. En dan jouw scherm zou willen delen.
- R1:** Ja ik wou net zeggen, zal ik hem dan ook maar delen. Ik heb alles nog open staan. Hoe ik Focus openis, je ziet mij toch?
- I2:** Ja.
- R2:** Ik heb hem hier op de werkbalk staan. Hij start bij mij 's ochtends natuurlijk ook Focus op dus dan krijg ik deze. Als voorpagina en die volg ik dan ook.
- I3:** Ja, en zou je voor mij dan eens willen vertellen wat nou ja, wat je leest, wat je niet zou lezen. Hoe jij een beetje door Focus heen gaat en wat je vindt van de dingen die je ziet?
- R3:** Ja ja, bij mij start hij 's ochtends inderdaad dan op en ik zit dan hier aan mijn bureau en dan heb ik eerst, voordat ik begin heb ik altijd een andere handeling om te doen aan mijn bureau, maar dan ben ik eigenlijk niet eens aan het werk. En dan lees ik eigenlijk gewoon dit soort, dit soort dingen. En ik screen wel eerst inderdaad de tegels. Dat is wel. Zo doe ik het wel. Dus ik kijk inderdaad even van als ik denk, [Europese spoorsector kiest voor Digitaal Capaciteitsmanagement] Nou dat is voor mij nog niet zo heel erg interessant. Dus ik probeer wel een beetje mijn eigen regio dan te pakken of waarvan ik dan denk van dit is wel interessant om te weten. [Noord-Nederland met nieuw treinbeveiligingssysteem klaar...] Dus deze zou ik nu wel pakken voor Noord-Nederland omdat ik daar dan mee te maken heb. Gisteren heb ik dat ook gedaan. Wat heb ik gisteren gekeken? [Vitaliteit – Makkelijk meer groente] O ja, die vitaliteit heb ik wel even gekeken. Ook wel voor 1 aangemeld. Dit heb ik ook wel bekeken. [Gesprekken] Hier kijk ik eigenlijk nooit naar. De gesprekken. Ja, ik weet dat er Yammer mail voorbij komt, maar eigenlijk op Yammer kijk ik eigenlijk nooit. [Uit de organisatie] Ik heb altijd het idee dat dit dezelfde tegels zijn als die dan ook daar staan, maar het is dus niet zo.

- I4:** Deels ja.
- R4:** Oh ja, en dan is dat het inderdaad. Want soms zie ik dan weer iets voorkomen dat ik denk oh ja, dat had ik ook al gezien. [Kom klankborden met ICT KA!] Dit bijvoorbeeld heb ik me voor aangemeld, want dat vond ik dan wel interessant, dus dan zag ik dit zo voorbij komen. Dus ik heb dit geopend gisteren. Dat heb ik dan gedaan en persoonlijke blogs lees ik eigenlijk ook niet.
- I5:** Nee, zou je dan voor mij eens helemaal bovenin op 'alles weergeven' willen klikken? Ja. Het staat nu net onder die balk boven die artikelen staat het. Ja precies. En zou je dan eens gewoon een beetje door de artikelen heen willen gaan en zeggen wat je wel of niet zou aanklikken. En waarom?
- R5:** [Interview tien minuten onderbroken vanwege belangrijk telefoongesprek] Nou, waar waren we... Die eerste was niet mijn regio [Geslaagd proeftransport tussen Navo-depot Eyselshoven en Herzogenrath], dus dat dit zou ik niet zo heel snel dan ook pakken. Want een mens kan maar... ik lees ook niet alles. [Europese spoorsector kiest voor Digitaal Capaciteitsmanagement] Digitaal capaciteitsmanagement, ja, dan zou ik wel denken van wat is dat dan digitaal? Dus deze zou ik misschien wel even openen. [Toch treinen] Toch treinen? Ja, die zou ik ook wel even openen. Dat heeft volgens mij dan te maken met dat dan inderdaad toch die treindienstleiders er weer zijn. Want volgens mij was er eerst geen treinverkeer mogelijk op dit baanvak en uiteindelijk wel. Daar heb ik in de mail ook al wat van gezien trouwens. Noord-Nederland? [Noord-Nederland met nieuw treinbeveiligingssysteem klaar voor de toekomst] Ja, deze zou ik ook lezen. Ik heb al wat gehoord over de nieuwe trein en dat is onze regio. Dus dit zou ik zeker lezen. [Marianne Loof benoemd tot nieuwe spoorbouwmeester] Deze heb ik gelezen, maar die heb volgens mij op LinkedIn gezien. Dus die had ik al op een andere manier gelezen. [Nieuwe CFO Mirjam van Velthuisen-Lorman gisteren gestart] Deze wist ik ook, zou ik ook lezen, heb ik volgens mij ook geopend omdat ik even wilde weten naar wie en wie zij opvolgde.
- I6:** Je zegt dus vooral wat voor jou relevant is, qua locatie of werkzaamheden?
- R6:** ['naam' overladen] Ja. Ik heb dit wel even gekeken. Maar ja weet je, ik kende hem niet, dus ik heb hem niet geopend. Ik heb hem wel gezien toen die op het gewone Focus vooraan stond. Ja dus dat eigenlijk zo zou ik er denk doorheen scrollen.
- I7:** Ja. En wat zijn dan voor jou de momenten waarop je kijkt?
- R7:** Eigenlijk doe ik dat voordat ik werk. Dit is mijn kamertje, mijn kantoor en dit is mijn bureau. En 's ochtends als ik hier begin, dan maak ik me hier ook op. Ja, dus dan zit ik hier met een spiegel voor me. En dan doe ik ondertussen mijn computer al aan en dan zit ik gewoon dit te lezen. En dan heb ik nog niet mijn Outlook open staan want dan word ik erdoor afgeleid. Dus eigenlijk doe ik het één keer per dag, kijk ik hiernaar. En toevallig moest ik net voor [naam] even wat opzoeken om te kijken of er al iets over corona ten

aanzien van ons beleid van ProRail op stond. Toen ben ik even naar de coronapagina gegaan en ben ik even gaan kijken. Staat er al wat in naar aanleiding van gisteren en volgens mij stond dat er nog niet.

- I8:** Ik had nog niks gezien. Nee, dus dan is het normaal het begin van de dag. En anders...
- R8:** Ja het begin van de dag en als je eens een keer wat moet opzoeken, een collega zoeken ofzo, dan kom je natuurlijk ook heel vaak weer op het beginscherm. Ja, maar dan heb ik niet zo heel snel dat ik dan nog meer kijk van staan er nog weer nieuwe dingen op. Voor mij dus één keer.
- I9:** En is dat dan vooral scannend als je iets leest? Of lees je ook wel diepgaand als je het interessant?
- R9:** Nee, ja, diepgaand.... Ik scan meer.
- I10:** Ja En wat vind je dan van de van de toegevoegde waarde voor jouw werk? Wat voegt Focus bij jou toe?
- R10:** Voor mij natuurlijk als nieuw persoon, ik ben 1 mei begonnen, is het voor mij wel interessant om gewoon breed meer te weten over de organisatie. Anders zit ik in mijn eigen gebiedje te kijken, alleen maar van de regiodirectie maar het is natuurlijk veel breder. Dus het doet mij gewoon meer kennis van de organisatie brengen.
- I11:** Ja precies. En wat vind je dan van de samenstelling van de artikelen? Hoe dat allemaal samen op Focus staat?
- R11:** Ehm, het is heel erg door elkaar heen, dat vind ik wel. Maar ik weet, bij mijn vorige werkgever was dat ook altijd wel een discussie. Wij konden daar rechtstreeks ook naar de afdelingen bijvoorbeeld toe. En ik was ook contentbeheerder voor die afdeling, dus wij konden zelf ook gewoon content erop zetten. Maar dan verdween dat. Dan moest je dat ergens wel op die afdeling doen. En als je iets op de homepagina wilde hebben, moest je dat bij communicatie vragen. Dan besloten zij of dat er wel of niet op kwam te staan. Dus ik snap omdat het, het is zo'n brede organisatie dat je de homepagina dat dat eigenlijk groen en geel door elkaar heen is, dat het allerlei verschillende berichten zijn. Dus dat dat heel lastig is om... maar omdat het zoveel informatie kan zijn dan... Ik kan nu al, bijvoorbeeld als er heel veel wordt aangedragen, dan ben ik misschien al te laat als ik alleen maar naar die bovenste tegels kijkt, want dan zie ik niet eens meer wat er al geplaatst was een paar uur geleden.
- I12:** Nee, precies mij. En dat ga je dan niet actief terugzoeken?
- R12:** Nee, ik ga dat niet actief terugzoeken
- I13:** Dus je kijkt wat komt er een beetje op me af en wat zie ik?

- R13:** Wat zie ik dan toevallig voorbijkomen. Maar als ik dan twee dagen ofzo, stel ik heb vakantie gehad, dan ga ik niet terug scrollen van goh, wat heeft er op Focus gestaan? Ik denk ook niet dat dat gebeurt. Denk ook niet dat veel mensen dat doen.
- I14:** Nee precies. En geven de titels wel goed weer wat er ook daadwerkelijk in het artikel staat?
- R14:** Ja vanuit mijn eigen ervaring, ik denk het wel. Ja, de een heeft een hele korte titel. En de ander moet je echt wel even op klikken omdat je anders niet de hele omschrijving uitziet. En dat uitgelicht, misschien zou ik daar ook nog wel eerder op klikken. Weet je wel, want dan zie je wel even heel snel gewoon waar gaat het over. Kijk dit interessant. Jaarafsluiting HR-gerelateerde zaken. Ik denk dat nu dit er zo staat dat je wel getriggerd wordt om daar dan echt ook op te gaan kijken, of ik wel.
- I15:** Ja, maar is het dan wel eens zo dat je denkt dit bericht van uitgelicht had eigenlijk wel een nieuwsartikel mogen zijn of andersom? Of maakt dat verschil niet zoveel uit?
- R15:** Nee, dat maakt bij mij niet zoveel uit. Het was zo bij [vorige werkgever] trouwens ook zo. Wanneer is het een Uitgelicht item en wanneer is dit een nieuwsitem? Wat is daar dan het verschil tussen? Ja, dat is voor mij als gebruiker zeg maar, zie ik nu niet zo in van waarom is het ene nieuws en waarom is het andere Uitgelicht? Het heeft volgens mij te maken met de manier zoals je het gewoon op SharePoint post.
- I16:** Ja precies. Ja, die Uitgelicht artikelen zijn dan weer een link naar wat anders. Ja. En vind je dan de artikelen die je leest relevant voor jou persoonlijk? Zijn ze geschreven aan jou?
- R16:** De schrijfwijze is natuurlijk vrij zakelijk vrij to the point. Het is niet een informele schrijfwijze. Het is wel gewoon zoals ik het ook zou verwachten zoals het geschreven is.
- I17:** Ja en die relevantie voor jouw werk, die vind je daar ook wel in terug?
- R17:** Jawel, ja, maar dat komt ook, ik zou het niet aanklikken... Ik zou een item al niet zo heel snel opzetten als het mij niet zou aanspreken.
- I18:** Nee en dat vind je fijn dat je gewoon zelf die keuze daarin hebt en dat werkt prima. En die verhouding is ook wel goed?
- R18:** Ja. Ja.
- I19:** Dan heb ik misschien een lastige vraag, maar zijn er dingen waarvan jij zegt dit zou Focus voor mij nog kunnen brengen in de toekomst?
- R19:** Uhm, nou, misschien kan je aangeven, ik weet dat ik dat ook kon, ik weet niet of dat ook bij Focus kan, dat je toch een soort gepersonaliseerde categorieën kan aangeven. Dat je één grote dump hebt van allerlei categorieën en dat je kan aangeven van de informatie, als het gaat over Noord-Oost of het gaat over ERTMS of het gaat over dit en dit. Dan zou

je wel gepersonaliseerd kunnen zeg maar. Dan zou het fijn zijn als zoiets zou worden aangeboden aan jou.

**I20:** Dat je kan klikken op bepaalde onderwerpen?

**R20:** Ja dat je content kan aangeven. Ik weet natuurlijk wel, ik heb hier bijvoorbeeld ook deze volgend gedaan. En bij ICT heb ik ergens ook een pagina, die ik ook op volgend gezet. Dus ik weet wel dat je dat op die manier wel kan doen. Ja. Zoiets. Ik vind het wel een goede site hoor, want ik vind echt wel dat het best wel goed in elkaar zit. Ja. Ook hoe dit gewoon in die categorieën staat. En met die bovenste balk, ik kan eigenlijk wel vinden wat ik zoek. Ook dit soort zaken gewoon dat die pop up naar beneden komt. 'Snel naar' ja. Ik vind het wel gebruiksvriendelijk.

**I21:** Ja.

**R21:** Maar ja, ik ken het wel. Maar ik kan me wel voorstellen als je net van school komt. Of je bent in een heel klein bedrijf gewend geweest. Dan denk je, want die opmerking heb ik ook al een keer gehoord van iemand, dat je dan denkt wow, wat is dit voor een ontzettende grote database bak? Dan is het misschien weer heel, maar misschien omdat ik het juist wel herken. Zoals het bij [vorige werkgever] was, kan ik wel snel de dingen vinden.

**I22:** Ja, ben je dat gewoon wat meer gewend?

**R22:** Ben ik het met meer gewend ja, klopt.

**I23:** Er is dus niet iets waarvan je zegt dit ontbreekt eigenlijk nog aan Focus?

**R23:** Wat ik bijvoorbeeld niet weet is, zijn er ook contentbeheerders van afdelingen die zelf dingen erop kunnen zetten? Kan ik bijvoorbeeld voor de regiodirectie, kan ik een blog plaatsen?

**I24:** Ja, dat kan allemaal wel.

**R24:** Maar mag dat ook of zegt dan communicatie dat moet eerst via ons?

**I25:** Nou, als je het op Focus zou willen plaatsen hier de hoofdpagina, dat gaat inderdaad niet zomaar. Maar hierachter zitten weer allemaal pagina's die worden beheerd door mensen uit de organisatie.

**R25:** Ja maar kijk, daar ben ik dus nog niet helemaal achter dan bij ProRail, van wie dat dan zouden zijn. Kijk als ik dan bijvoorbeeld de regiodirectie zou zoeken, een pagina, dan zou ik me voor kunnen stellen dat bijvoorbeeld de directiesecretaresses die rol zouden kunnen hebben als contentbeheerder. Ja, dat wij ook daar actief op kunnen plaatsen, maar daar heb ik nog nooit iets over gehoord.

- I26:** Ja. En dan bijvoorbeeld van die artikelen die op focus komen te staan, denk jij dat die ook nog interactiever kunnen met bijvoorbeeld video's?
- R26:** Ja, dat vind ik wel. Dat vond ik op een gegeven moment wel heel leuk, wat we bij [vorige werkgever] deden, want wij hadden het ook eigenlijk eerst wel heel erg zo statisch en daarom vroeg ik het ook. Kunnen we dan zelf ook bijvoorbeeld dingen plaatsen? Want ik weet dat bij ons er op een gegeven moment vlogs bijvoorbeeld werden gemaakt. Of er was een blog over een interessant item en dat werd dan ook in een tegel gezet. Maar dan waren er ook wel wat filmpjes bijvoorbeeld bij. En dat vind ik ook wel... Ehm ja, dit is allemaal wel heel erg veel informatie. Allemaal artikelen. Weinig bewegend beeld.
- I27:** Ja en er is wel een enorme videodatabase binnen SharePoint. Maar ja, dan moet je daar weer actief in gaan zoeken of daar iets interessants staat. En doorklikken bijvoorbeeld, als er een artikel staat over ERTMS dat je dan ook op het linkje ERTMS kan klikken. Zou dat jou aanspreken? Of zeg je juist ik vind de simpelheid van deze artikelen wel fijn.
- R27:** Ik klik ook wel door. Ik denk wel dat je op een gegeven moment niet te veel doorkliks moet hebben als je iets zoekt, want dan gaan mensen heel vaak wel gewoon stoppen. Tuurlijk is het simpel als je het plat aanbiedt. Ik vind het geen probleem, maar ik kan me wel voorstellen dat sommigen bij te veel kliks denken... belangrijke informatie nou ja, het zal wel.
- I28:** Maar als er bijvoorbeeld algemene informatie is over een project en dat project heeft een eigen site en dan in een artikel staat een linkje naar die site?
- R28:** Je dat vind ik wel prettig als dat erin staat want anders moet ik echt nu gaan zoeken. Van waar kan ik nu de site vinden? Ja, dan zou ik het hier gaan intypen. [zoekbalk] Waar vind ik wat meer informatie.
- I29:** Dank helder. Ik denk dat ik de meeste vraag wel heb. Ja misschien de lengte van de artikelen. Vind je die op dit moment goed?
- R29:** Ja, want ik denk ook niet dat je veel meer moet doen dat je helemaal naar onderen moet scrollen. Als je echt heel lang naar onder moet scrollen dan doe je dat ook al niet meer zo hé.
- I30:** Nee dat houdt dan af om te gaan lezen.
- R30:** Ja. Ik denk ook dat je daar wel gewoon goed moet opletten dat de lengte van... dat het eigenlijk het liefst op één blad terug te vinden is.

[Afsluiting. Participant hoeft transcript niet in te zien en mag worden benaderd bij vragen]

## Interview 9

Programmamanager, capaciteitsmanagement

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Dank dat je mee wil doen. Ik doe onderzoek naar naar Focus, naar de nieuwspagina van Focus om de redactie en de corporate adviseurs meer inzicht te geven in de behoefte van werknemers, zodat ze meer richting kunnen geven aan artikelen. Ik neem dit op en ik werk dat uiteindelijk uit en dat komt als bijlage in het verslag te staan. Jouw naam wordt daar niet aan gekoppeld, dus dat is anoniem. En dan zou ik willen vragen of jij misschien voor mij als eerste Focus zou willen openen en je scherm met mij kan delen.
- R1:** Ja, Focus staat geopend. Dat scheelt.
- I2:** En dan zou ik willen vragen of jij mij eens gewoon mee wil nemen in hoe jij Focus gebruikt en ook wat je ervan vindt. Waar zou je op klikken, waar zou je niet op klikken? Waarom? Wat lees je wel? Wat lees je niet? En dan gaat het echt vooral om deze nieuwspagina.
- R2:** Deze nieuwspagina zelden. Ik lees bijna nooit de dingen die op de nieuwspagina staan. Zelden. Als ik heel even kijk naar alles weergeven, dan vond ik het kopje van [naam] die was overleden wel vervelend. [klikt op 'alles weergeven'] Deze [Naam] overleden]. Het was omdat ja, ik vind het wel interessant. Ik kijk vaak wel naar de titels, maar verder niet naar de input. En ik vind het ook wel leuk om plaatjes te kijken. Ja, ik zou bijna zeggen off the record, als het een knappe dames dan kijk ik wel.
- I3:** Dan check je het even. Dus je leest vrij weinig eigenlijk?
- R3:** Ik lees vrij vrij weinig ja. [Thuiswerken in mondkapjes in binneruimtes] Ik denk dat ik deze wel straks zou zou gaan openen. Omdat dit impact heeft over ook op het kantoorwerk. Ik werk op kantoor, dus dan word ik daardoor getriggerd. En verder doe ik er niet zo veel mee. Ik kijk corona niet. Ik kijk niet op vitaliteit, samenspel, duurzaamheid. Hybride werken nauwelijks.
- I4:** Want wat zijn dan voor jou momenten dat je wel naar focus gaat? Want zoals dat bericht over [naam], die heb je dan wel gezien?
- R4:** Ja, hij start automatisch het internet op.
- I5:** Dus je krijgt het gewoon in beeld, dan kan je er niet omheen.
- R5:** Ja ja, dat is goed hoor. En verder ga ik heel snel van oke, 'info over', 'hoe regel ik', 'HR-plein', 'ondernemingsraad', 'collega zoeken'... Het meeste wat ik gebruik is 'collega zoeken' wat dat betreft. Ik ga heel snel hier naartoe [collega zoeken]. Uhm, en wat ik ook nog eens doe is dat ik niet zo zeer op Focus maar op SharePoint direct klik om bijvoorbeeld documenten op te zoeken.

- I6:** Ja ja, precies.
- R6:** En dan zou ik eerder... Soms heb je dan de PRc00055 [typt in zoekbalk: PRc00055]. En dan ga je daar naartoe en dan heb ik meteen alle gegevens en vanuit Focus kan dat niet.
- I7:** Nee dan moet je eerst terug naar de homepage.
- R7:** Dat vind ik ook nog wel vervelend. [klikt terug naar Focus] Dus als ik hier zoek dan krijg je heel andere documenten. [typt in zoekbalk: PRc00055] Dan kom ik niet bij de juiste dingen terecht. Dus als ik het via Sharepoint doe dan komt als eerste versie een pdf te staan. Ja. En dat is veel handiger.
- I8:** Ja, ja, dan zoek je meer binnen heel SharePoint. Die nieuwsartikelen, heef dat voor jou wel een toegevoegde waarde?
- R8:** Nou ja, weet je, omdat je dit dagelijks ziet, zit je wel in je mindset, begin je een beetje in de spoorsector. Dus ik denk dat je daarmee als werknemer toch betrokken blijft. Maar ja, bij de grote ontwikkelingen op, langs en achter de schermen. Dus op die manier. Ik denk dat het gunstig is. Voor mijzelf... ja het boeit mij geen drol.
- I9:** Want waarom niet? Je vindt het voor jou niet relevant? Je hebt er niks aan in je dagelijkse werk?
- R9:** Ik heb zelfs iets van ik ben gewoon rechttoe rechtaan. Ik hou van zo min mogelijk afleiding en gewoon to the point werken. En weet je als afleiding... Als ik afleiding nodig heb dan ga ik op YouTube en dan zoek ik gekke filmpjes op. Of dan ga ik artikelen lezen over reizen want ik ga binnenkort op vakantie.
- I9:** Ja, ja, precies. Ja. En als het nou bijvoorbeeld meer video's zouden zijn, zou het jou meer aanspreken? Of zeg je dan ook ik zoek lekker mijn eigen video's?
- R10:** Uhm, het helpt wel, maar het moet wel een speels karakter hebben. En dat hebben bijna alle filmpjes van ProRail niet. Er is eentje die vond ik echt geweldig. Protocol over... Euh, op de werkvloer... Ach ja, ik zou dat even moeten opzoeken. Met twee cabaretiers die dan een heel leuk, interactief filmpje hadden. Hoe ga je om met... Uh, met met elkaar op de werkvloer. Soort van ethische kwestie.
- I11:** Oh ja, dat vind je dan wel interessant?
- R11:** Ja.
- I12:** En je zegt net de hybride lees je bijvoorbeeld wel. Is dat dan omdat dat onderwerpen echt voor jou van belang is? Dat daar iets instaat wat je vindt dat je moet weten?
- R12:** Euh ja, als ik lees dan vind ik het interessant om te lezen of omdat het mijzelf persoonlijk aangaat voor wat betreft werk. Dus ik weet ook dat ik binnen ProRail een artikel heb geplaatst voor mijn domein en dan vind ik het wel belangrijk. Oké, slaat het een beetje



aan. Ook al zien mensen het in hun ooghoeken, ze worden toch even getriggerd. [zoekt op: buskosten] Dat vind ik toch wel bijvoorbeeld leuk om te zien hoeveel weergaven het heeft. [Klikt op: Update vanuit het team Vergoedingen & Buskosten] Ik verwacht niet dat iedereen het heeft gelezen eigenlijk... Misschien dat 200 mensen het daadwerkelijk hebben gelezen?

**I13:** Ja, 650 mensen hebben erop geklikt.

**R13:** Ja maar dat zegt verder niks. Nee, ik klikt ook wel eens per ongelijk ergens op.

**I14:** Ja precies. En wat vind je dan van de titels?

**R14:** Ik denk dat titels gewoon de lading moeten dekken van de inhoud van een artikel en op basis daarvan kan je zelf bepalen of je klikt, je of nee. Het moet niet zijn... Iets zijn van, in plaats van 'thuiswerk en mondkapjes binnenruimte', dan ga je het pakkend maken met 'mondkapjes verplicht' en dan allemaal protesterende mensen. Ja dan ga je een soort van nieuws vibe creëren. Dat moet je niet hebben en het moet gewoon meer informatief zijn van aard. En ik vind dit gewoon prima, alleen ik ben gewoon niet iemand die heel erg op nieuwsberichten aanhaakt. Ik krijg ook meerdere nieuwsberichten per mail, die gooi ik ook allemaal direct weg. Ja, lekker boeiend ja. Behalve de dingen die echt nuttig zijn of die gewoon aanhaken op ontwikkelingen die mijn werk beïnvloeden. Dus ik moet ook, er is bijvoorbeeld een update van een bepaald proces... Dan moet ik dat gewoon gaan lezen om te kijken van waar vinden de wijzigingen plaats? Er is een nieuw softwaresysteem wat we in gebruik nemen, logisch dat je daar dan ook over gaat lezen.

**I15:** Ja, alleen staan dat soort type artikelen vaak niet hier op de nieuwspagina toch?

**R15:** Nee klopt, dus die worden meestal persoonlijk per mail ook uitgezonden. En het is wel zo dat dat er zo nu en dan nieuwe berichten zijn die wel impact hebben op mijn werk. Dan zou je daarover specifiek moeten zoeken.

**I16:** Ja ja, want het is niet zo dat jij je wel eens iets mist dat je denkt ik had dit artikel eigenlijk moeten lezen, maar ik heb niet gezien?

**R16:** Ik sla het op en meestal tijdens een overleg komt het dan ook nog even langs. Van hé, je hebt ergens een heel speciaal plantje die in het spoor groeit en daardoor mogen de werkzaamheden niet gaan plaatsvinden. Mocht je in deze regio werkzaamheden hebben, houd er dan rekening mee. Zoiets.

**I17:** Ja ja, precies. Dus ja, jij zegt eigenlijk de informatie die ik nodig heb, die komt toch wel bij mij terecht.

**R17:** Ook ja

**I18:** Via andere wegen?

- R18:** Ja, maar dit kan dan een teken zijn van collega's om het dan tijdens een meeting te benoemen.
- I19:** Ja precies. En zijn er dan wel voor jou dingen in Focus die jij anders zou willen zien of waarvan jij denkt, die zouden wat mij betreft kunnen verbeteren?
- R19:** Ja, als ik hiernaar kijk [Nieuws], zie ik vooral, dit is een redelijk compacte weergave en je kunt deze ruimte veel beter gebruiken, want ik zie hier wit. Hier wit, en ik zou gewoon één lange rij maken in plaats van, 'ProRail gaat extra maatregelen nemen om het...' Punt. Ja en in de titel wordt het dan wel benoemd, maar soms kan die die extra regel iets meer input geven over waar het over gaat. Dat is een eerste ingeving. En ik vind het ook interessant, bijvoorbeeld de CAO, daar was ook laatst een bericht over, daar haak ik dan wel op aan want dat heeft ook impact op mij.
- I20:** Ja precies dus als het echt voor wel belangrijk is dan lees je het wel even door.
- R20:** Ja, precies. Dus dat vind ik wel leuk omdat het mij persoonlijk wat meer aangaat.
- I21:** Ja, precies.
- R22:** En voor de rest euh, ja, mocht ik vakantiedagen moeten plannen of uren administratief moeten bijhouden dan ga ik gewoon naar 'snel naar'. Of moet ik bijvoorbeeld mensen aanmelden of ik moet dingen regelen dan gaat het allemaal via de Focuspagina. Dit is een beetje de hoofdpagina en vanuit daar navigeer ik naar de dingen die ik nodig heb. [Uitgelicht] Deze vond ik trouwens ook wel leuk hoor, 'Station Maastricht na 105 jaar officieel geopend' om dat mee te krijgen. Waarom pas na 105 jaar? Maar dat was tijdens de Eerste Wereldoorlog.
- I23:** Ja, want had dat dan van jou eerder nog een groot nieuwsartikel mogen zijn in plaats van een kopje onder Uitgelicht?
- R24:** Nee, nee, maar ik vind het wel leuk. Het heeft wel een soort van informele speelse waarde. Na 105 jaar geopend? Dat stations staat er al lang. Dus dat vind ik dan wel gek. En ik word getriggerd om dan te gaan denken van huh, er klopt iets niet. Maar net zoals die toegevoegde van, je hebt op station Utrecht geen spoor 10. Nou, ik noem maar wat. En dat vind ik dan ook interessant. Want dat zijn gekke feitjes. Gekke, speelse en leuke weetjes. Ja daar houd ik wel van. Voor de rest euh, 'Configuratiedata van twaalfduizend behuizing-beveiligingsapparatuur op orde'. Ja, lekker boeiend. 'Jaarafsluiting HR-gelateerde zaken' boeit me ook echt heel erg weinig.
- I25:** Ja, terwijl HR-zaken zou voor jou wel relevant kunnen zijn.
- R25:** Ja, ja, zo voelt het niet.

[Afsluiting, participant hoeft transcript niet in te zien. Mag wel benaderd worden bij vragen achteraf]

## Interview 10

Programmanager, assetmanagement

[Introductie en toestemming opname]

**I1:** Mijn eerste vraag is eigenlijk of je voor mij Focus zou willen opstarten en je scherm met mij zou willen delen.

**R1:** Ja. [Opent Focus, deelt scherm]

**I2:** En of je er dan eens doorheen zou willen gaan en aan wil geven wat je zou lezen, wat zou je niet lezen? Er hoe gebruik je Focus normaal. En wat vind je ervan?

**R2:** Ja, nou ik kijk altijd even inderdaad gewoon bovenin bij het nieuws. En nou ja, het enige nieuwsbericht daar klik ik op en het andere nieuwsbericht niet. Dus dat ja, dat is gewoon een interesse ding. Uhm. Kijk, ik ben van stations. Dus ik kijk... Dit [Nieuws] zijn algemenere dingen die bekijk ik altijd wel even en daar staan natuurlijk altijd persoonsbericht over mensen die bijvoorbeeld overleden zijn of nieuwe managers of nieuwe directeuren. Dat zijn de dingen die ik lees. En toevallig was ik hier... [Hoe gaat het nu in Glasgow?] heb ik een stukje van die wandeling meegedaan met die Glashouw klimaatrein en dus zou ik dat ook lezen. En dit eh, weer wat minder wellicht. Maar dat heeft gewoon te maken met persoonlijk interesse. Soms doe ik ook wel drie dagen niet hoor ofzo. Weet je het is ook een beetje hoe druk ik het heb. Heb ik er ruimte voor om even te kijken zeg maar. Dus niet dat ik er dagelijks echt heel erg veel op kijk. Ja dit [Gesprekken], hier ben ik helemaal niet van. Maar die gesprekken en zo en reageren op dingen en stukjes zelf schrijven niet. Maar ook niet er op reageren dus. Ik vind het mooi dat mensen het wel doen of er wel wat mee hebben. Maar ik vind al, daar heb ik al een beetje moeite mee, zelfs met Facebook. Dat iedereen altijd maar meningen over van alles moet hebben. En denk ik ga gewoon aan je werk. Dat heb ik met die gesprekken. Ja. [Uit de organisatie] En hieronder... Ja, af en toe is dat ik check of kijk ik. Zie je hier de hele organisatie of zie je hier dingen van een bedrijfsonderdeel specifiek?

**I3:** Ja, je ziet we ze eigenlijk alles wat op de aparte pagina's is geplaatst. Dus VL op Cours, Team Verduurzaamt. Die hebben hun eigen pagina, zeg maar. En daar, dat verschijnt allemaal hier. Dus als iemand iets op Focus plaatst, dan verschijnt dat ook hier. Dat is gewoon één van de vele pagina's.

**R3:** Maar iedereen binnen ProRail ziet hetzelfde hier?

**I4:** Ja, dit is gewoon alles wat er in de organisatie wordt gepubliceerd. En Focus is meer wat er vanuit communicatie wordt geplaatst. En je hebt daar bovenin naast het nieuws ook Uitgelicht. Kijk je daar ook wel eens naar? En wat is het verschil daartussen naar jouw idee?

- R4:** Dit is volgens mij echt wat meer achtergrondzaken. Dit is echt het werk ofzo. Ja, de primaire dingen en dit is inderdaad wat tips en tricks en leuke weetjes. [Vitaliteit - Hoe herken je stresssignalen?] Dus ook hier geldt nou ja vitaliteit. Ja dat zou kunnen eens even kijken weet je wel. En hier [Uitgelicht] stond laatst ook iets over hoe je nog gezonder kan leven. Dat vind ik altijd wel interessant. Het is maar net inderdaad wat ertussen staat. Ik ben ook van stations dus... en ik hou van vitaliteit. Dus ja, als het daarover gaat zal ik er inderdaad naar kijken en anders sla ik het wel ook snel over. Ik ben niet iemand die echt de hele pagina uitpluist en alles wil weten en lezen. Zeker niet als het niet gaat over het werk an sich zeg maar nee. En ja, het is allemaal wel leuk. En dit is allemaal... stel, ik zou helemaal niks meer te doen hebben, dan zou ik misschien iets lezen. Maar ik vind, nee, dan ben ik liever bezig met gewoon mijn dagelijkse werk, wat ik gewoon leuker vind en waar ik meer resultaat uit haal dan dit. En dan onderin, dat lees ik helemaal niet.
- I5:** Nee precies. Zou je eens voor mij bovenin dan op alles weergeven willen klikken. Klik je daar normaal gesproken wel eens op?
- R5:** [Klikt op Alles weergeven] Ja, soms als ik een tijdje uit de running was of op vakantie ben geweest. Dan heb je natuurlijk de nieuwsberichten gemist. Ja, dan kijk ik hier nog wel eens terug. Maar in principe lees ik het wel volgens mij zo vaak dat ik dat ik het opzich wel gelezen heb. Die drie berichten zeg maar die echt uitgelicht staan.
- I6:** Ja precies. En zou je hier dan eens voor mij een paar willen noemen waarvan zeg nou dit lees ik wel daarom, dit lees ik niet daarom.
- R6:** [Thuiswerken en mondkapjes in binnenruimtes] Euh ja nou Corona. Omdat dat gewoon actueel is en omdat dat natuurlijk steeds ook verandert Dat lees ik. [Samen werken aan de energietransitie in Nederland] Dit zou per ongeluk lezen omdat een vriend van mij daar werkt dus dan weet dat ik dat hij daarmee bezig is geweest. Maar dat is niet zozeer vanuit mijn functie. [Extra maatregelen personeelstekort Verkeersleiding] Dit zou ik nog wel lezen omdat er natuurlijk heel veel in het nieuws is over verkeersleiding of tekort aan. [Storing interne mailbox] Ik heb dit gecheckt. Ik had zelf deze storing niet. Maar ja, dit zijn altijd wel, ICT-dingen, natuurlijk altijd interessant. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Die niet zo. Altijd wel als mensen overleden zijn, toch even kijken van heb ik die persoon gekend. [Marianne Loof benoemd tot nieuwe spoorbouwmeester] Dit soort dingen. We hebben ook zelf vanuit stations natuurlijk heel veel met de spoorbouwmeester te maken.
- I7:** Ja precies, dus wat voor jouw werk relevant is. Dat zou je wel lezen. En wat jij interessant vindt?
- R7:** Ja en dus wat voor mijn werk specifiek is, als het echt stations raakt of als het echt heel breed ProRail raakt dus meer organisatorische dingen weet je wel, die zou ik ook altijd lezen.

- I8:** Ja, en wat is dan voor jou de toegevoegde waarde van Focus?
- R8:** Euh ja. De zaken die bedrijfsbreed iedereen aangaan en dat je daarop bij blijft. Iedereen leest die dan in principe tegelijk op één plek. Euhm ja, ik weet niet of het ligt aan stations zelf hoor, maar ik zou zeggen van als je kijkt naar die actuele onderwerpen, waar was het ook alweer, niet Uitgelicht, maar uit de organisatie dan denk ik... [Uit de organisatie] Ik zie hier dan weinig van stations misschien maar dat kan aan het organisatieonderdeel zelf liggen. Je ziet hier veel meer VL en ICT eigenlijk voorbijkomen. Ehm, dus ik denk ja als hier meer over stations zou staan, zou ik het meer bekijken, meer lezen zeg maar.
- I9:** Zou je meer stationsinformatie ook willen in de algemene Focus, dat jullie meer als groep gerepresenteerd zouden worden?
- R9:** Ja, ik denk dat dat geen kwaad kan. Om jezelf op de kaart te zetten. We zijn natuurlijk een beetje een apart organisatieonderdeel, omdat wij een eigen... een soort mini ProRail zijn binnen ProRail. En we hebben natuurlijk allemaal onze eigen projectmanagers, onze eigen vakdeskundigen. We hebben eigenlijk alles zelf in eigen hand. En we hebben al een eigen interne stationsjournaal, wat één keer in de 2 maanden wordt uitgebracht. Een email, een paar pagina's met alle informatie over allerlei dingen die stations rechtstreeks raken. En dat is voor iedereen binnen station super interessant, maar ik weet niet of dat dan weer interessant is om hier te zetten zodat heel ProRail weer dat kan meelesen. Maar er zullen dingen in staan... En volgens mij, die worden ook heus wel eens op in Focus gezet. En als er een bepaald project is afgerond of iets is geopend. Tuurlijk komt het op Focus terecht ja, maar dat heeft meer de dingen die echt buiten, de mooie momenten. Maar misschien een nieuw beleid of grote aanbestedingen ofzo, dat zie ik hier niet vaak zeg maar. En misschien zou dat wel goed zijn. Interessant ook voor andere mensen zeg maar. En binnen de organisatie. En om inderdaad jezelf op de kaart te zetten vanuit stations richting ProRail.
- I10:** Ja precies. En wat vind je dan van de samenstelling op dit moment van de artikelen? De inhoud, de verschillende artikelen naast elkaar.
- R10:** Gewoon een hele pagina of dit? [Nieuws]
- I11:** Dan gaat het vooral om de nieuwspagina bovenaan zeg maar. Daar wordt natuurlijk alles door elkaar heen geplaatst.
- R11:** Ja, dat vind ik op zich prima. Dat vind ik ook wel leuk. Het is ook gewoon zoveel zeg maar. Uhm, het is natuurlijk wel heel veel. Er staat heel veel op deze pagina dus je hebt hier de nieuwsberichten, heb je hier [Uitgelicht] de achtergrond achtige zaken. Heb je nog de blogs en je hebt nog dit dat. Ik persoonlijk, naar mijn smaak zou dit meer uitgebreid mogen. Dat je meer dan vier berichten ziet weet je wel. Dus een beetje à la nu.nl ofzo.

Dan zie je ook bij actueel wel 8 dingen ofzo of 10 weet je wel. Daar heb je natuurlijk wel veel meer berichtjes zijn, maar dan moet je naar beneden scrollen. En dan is het weer of sport. Dan kan je heel duidelijk zeggen van hé, dit interesseert me. Ik scrol nu door naar sport of ik scrol nu door naar buitenland.

**I12:** Per thema echt?

**R12:** Ja, misschien dat. En dit is wel... Uitgelicht is iets, thema's is iets, alles is iets. Het lijkt er wel een beetje op elkaar. Maar ja, het is net nog wat anders. En het gaat in alle stukjes over alle onderwerpen, weet je wel. Dus een andere manier van van categoriseren. En ja, ik denk voor mij persoonlijk werkt op thema beter. [Nieuws] Dit vind ik er gewoon het belangrijkste van, deze algemene nieuwszaken. En als je inderdaad kijkt op alles weergeven. [klikt op Alles Weergeven] Nu zag ik van er stond ook nog iets over... ik had iets gemist... [Thuiswerken en mondkapjes in binnenruimtes] Thuiswerken. Dit had ik niet echt per se goed gezien en volgens mij nog iets. Dus ik dacht oh ja, die heb ik dan toch gemist omdat als er op bepaalde dagen heel veel nieuws is, dan verdwijnt het natuurlijk sneller van de homepage. Dus ja, als je er acht zou kunnen hebben staan bij wijze van, die er drie dagen ongeveer staan, dan mis je niks, zeg maar. En misschien zou je ook, ik weet niet of jullie dat al doen hoor, dat je bepaalde nieuwsberichten vastzet gewoon ook vanuit de organisatie dat die gewoon sowieso blijven staan.

**I13:** Dat zou voor jou wel toegevoegde waarde zijn dat bijvoorbeeld de grootste artikelen die belangrijker zijn langer blijven staan?

**R13:** Ja als het echt, iets met Corona. Wat een hele grote wijziging is wat iedereen raakt binnen de organisatie. Dan zou ik hem wat langer laten staan. Er niet erop gokken dat er misschien die dag drie andere dingen gebeuren, waardoor die heel snel weer van de homepage af is.

**I14:** Ja, precies. En als jij selecteert, dan doe je dat denk ik op basis van de titel en de eerste regel ziet staan. Geeft dat voor jou ook goed weer wat er in het artikel staat?

**R14:** Ja, dat wel. In ieder geval voldoende om te bedenken hier, hier wil ik meer van lezen zeg maar.

**I15:** Ja dus het thema of onderwerp haal je daaruit. En zijn de artikelen relevant voor jou over het algemeen?

**R15:** In mijn vorige functie was ik echt afdelingsmanager. Toen had ik meer, dan wil je ook voor je afdeling zo veel mogelijk volgen en op tijd delen met mensen zeg maar die misschien wat minder actief hierop zijn. Nu ben ik geen afdelingsmanager meer dus ik werk echt veel meer voor mezelf. Dan zijn sommige dingen gewoon wat minder relevant. Maar ja, weet je, alles wat echt heel ProRail raakt is sowieso relevant voor mij.

**I16:** Ja vind je het dan niet erg om iets over te moeten slaan?

- R16:** Nee, maar dan zou ik wel zeggen, wat ik net zei, dan zouden er wat mij betreft meer berichten mogen blijven staan op de pagina.
- I17:** Dat je wat meer geholpen wordt?
- R17:** Ja. Omdat ik al zei, niet iedere dag kijk ik. Dus als je één keer in de twee, drie dagen kijkt dat je dan in principe wel de kans hebt om alles gezien te hebben. Ik bedenk dus niet, tenzij ik van vakantie terugkom, om dan op die 'alles weergeven' te klikken. Als ik twee dagen niet heb gekeken, zegt maar.
- I18:** En als je dan een artikel leest, ik zie hier iets over ERTMS staan. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Dat daar dan doorverwijzingen staan ERTMS hoofdpagina. Zou jou dat helpen? Bijvoorbeeld die eerste regel zie ik dan ERTMS staan, maar ik zie nergens doorklik naar de hoofdpagina van ERTMS. En ze hebben zelfs een hele eigen website buiten ProRail.
- R18:** [klikt op: voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Dat zou ik zeker doen als er een achterliggende website is. Of een Focus pagina. Hier staat dan dat je met [naam] kan bellen. Ja dat kan. Maar ja, wellicht is er een tussenstap dat je inderdaad op een bepaalde pagina al je informatie kan halen zodat niet iedereen [naam] gaat mailen.
- I19:** Nee precies.
- R19:** En dat zijn naam hier al staat, dan is er in elk geval iets van een mogelijkheid. Maar het kan het heel simpel door gewoon te klikken. Juist ook omdat ERTMS zoveel pagina's al heeft.
- I20:** En wat zou dan voor jou Focus in de toekomst nog kunnen brengen? Misschien een moeilijke vraag, maar als je zegt over vijf jaar, dan zou het mooi zijn als Focus dit nog heeft?
- R20:** Ik vind het op zich best wel compleet. Focus. Ik denk dat alles er wel staat. Het is voor mij meer gewoon, hoe is het geordend. Voor mij zou ik zeggen ja, liever meer op thema behalve het echte... Hier bovenin wat iedereen raakt en echte grote highlights van de hele organisatie. En het liefst dus met wat meer berichten die blijven staan een paar dagen. Dat zou toegevoegde waarde zijn. Uhm ja, dit is volgens mij... [Gesprekken] Dit is gewoon ook hoe het nu tegenwoordig is. Blogs en zo ja, dat is, dat is ook nodig. Maar ja, wat mij betreft hoeven die ook niet op een hoofdpagina te staan. Maar dat je gewoon kan klikken en als je het leuk vindt ga je daar naartoe. Ik ga ook al wel heel snel hierheen. [HR-plein] Weet je wel, of hierheen [Collega zoeken]. Dus de zoekfuncties en zo, die zijn natuurlijk ook gewoon heel handig. Ik werk een beetje hoe NU.nl in elkaar zit en ik werk hoe Google in elkaar zit. Het hoeft ook niet allemaal zichtbaar te zijn in mijn hoofd. Behalve wat ik dan

net aangaf, echt de belangrijke dingen voor iedereen. Maar verder vind ik het wel, als ik maar gewoon goed kan klikken. En kan zoeken op wat ik nodig heb.

**I21:** En gebruik jij wel eens Focus op je telefoon?

**R21:** Nou nee, eigenlijk niet. Effe kijken. Want dat kong vroeger niet.

**I22:** Ja het zit onder de SharePoint. En dan moet je nog zelf klikken op Focus.

**R22:** Oh ja, ik heb hem. Ja. Hier vind ik het bijna overzichtelijker dan de pagina zelf omdat je hier alles onder elkaar hebt staan. Dat scrolt wat makkelijker. Dat ga ik misschien vanaf nu ook wat vaker doen. Ja, ik zit natuurlijk ook nooit meer in de trein. Je zit altijd wel achter je laptop.

[Afsluiting, participant hoeft transcript niet in te zien, mag worden benaderd bij vragen]



## Interview 11

Procesbeheerder, HR

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ik doe onderzoek naar Focus, voornamelijk met de vraag om meer richting te kunnen geven aan de artikelen, dus wat plaatsen we nu op Focus als nieuws en wat wil men ontvangen? En hoe kunnen we dat dichterbij elkaar brengen? En mijn eerste vraag is eigenlijk of jij misschien voor mij Focus zou willen openen. En je scherm met mij zou willen delen. [participant opent Focus, deelt scherm] Ja, en misschien wil je er eens doorheen gaan met nou ja, wat zou je lezen? Wat zou je niet lezen? Hoe gebruik je het? En wat vind je ervan? Wat je allemaal denkt.
- R1:** Allereerst als ik deze pagina open, dan kijk ik vaak alleen maar naar deze eerste drie artikelen. Wat hier rechts bij Uitgelicht staat, daar kijk niet naar. Of ik het aanklik, dat is gewoon persoonsafhankelijk denk ik. Zo'n vergunning... [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Dit is ook heel technisch. Dat zou ik niet zo snel aanklikken. [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Dit gaat over vitaliteit. Nou omdat ik bij HR zit en ook vaak met vitaliteit te maken heb denk ik snel dit weet ik wel of ik hoor wel van het team, zou ik ook niet zo snel aanklikken. [Eerste Circulair Inkoop Academy succesvol agrond] Dit vind ik dan wel leuk. Dit zou ik wel aanklikken.
- I2:** Dus je zegt als het over mijn eigen afdeling gaat, dan weet ik het wel?
- R2:** Ja, ja. [lacht]
- I3:** Ja precies. Zou je voor mij op alles weergeven willen klikken? Dan verschijnen er wat meer artikelen en dan gewoon eens aantal artikelen benoemen, waarom je dit wel of niet zou lezen en wat je ervan vindt?
- R3:** [klikt op Alles Weergeven] Euhm. [Hoe gaat het nu in Glsagow?] Dit zou ik aanklikken omdat ik dit gewoon zelf, ik vind duurzaamheid gewoon een interessant onderwerp en ik weet gewoon dat er bij ProRail ook een aantal mensen zijn die er heel actief op zijn is. Dat vind ik dan wel leuk. Dat volg ik bijvoorbeeld ook op Instagram. [Storing interne mailbox] Dit zou ik zeker ook aanklikken. Dit is gewoon heel functioneel. Maar sowieso vind ik alle ICT'achtige nieuwsberichten heel prettig. Dus alles over bugs, storingen. Dat je echt denkt van waarom hebben we dit al de hele tijd in teams? Dit probleem... dan staan er altijd wel berichtjes van ICT met uitleg.
- I4:** Daar heb je echt niets aan.
- R4:** [Ans Rietstra vanavond bij talkshow Op1] Nou dit werd veelvuldig ook in de WhatsAppgroepen van ProRail gedeeld. Dit zou ik ook aanklikken. Deze ook. [Extra maatregelen personeelstekort Verkeersleiding] Vanuit HR en als ProRail is dit gewoon heel

interessant onderwerp. Nu en dan gaat het ook een beetje om... Als jij straks op een verjaardag zit gaat iedereen dat aan jou vragen. Van jullie hebben een heel erg personeelstekort. Dus je wil daar wel, ik wil daar wel gewoon van op de hoogte zijn. Ja, en ook gewoon weten wat we als ProRail eraan doen en ook welke rol HR dan heeft.

**I5:** Vind jij die relevantie dan terug in die artikelen? Je zegt de rol die HR daarin heeft?

**R5:** Nee, dat is dan meer als een rol van HR. Dat is dan meer iets wat ik dan vervolgens nalees als ik het artikel bespreek met collega's. [Thuiswerken en mondkapjes in binnenruimtes] Dit zou ik ook openen. Om te weten wat de maatregelen op het moment zijn, maar ik heb dit artikel ook gelezen en dan moet ik wel zeggen dat ik wel voor mij persoonlijk door best wel veel tekst heen moest om te zien wat nou de regels echt voor ProRail zijn.

**I6:** Ja dus je zegt dan, er had wat meer onderscheid kunnen zijn tussen de overheid en wat betekent dit nou voor ons?

**R6:** Precies. Je wil eigenlijk gewoon een rijtje afspraken of regels binnen ProRail. Dit is wat nu binnen ProRail gaat gelden vanaf dat moment. Nu moet ik best wel veel lezen.

**I7:** Ja ik snap wat je bedoelt.

**R7:** [Samen werken aan de energietransitie in Nederland] Dit zou ik niet openen. Ik weet eigenlijk niet waarom niet.

**I8:** Dus het is voor jou echt, het moet je aanspreken op interessegebied?

**R8:** Ja, interesse of dat het inderdaad gewoon praktisch is of functioneel in m'n werk nu. Of het moet mij gewoon inderdaad aanspreken. Dus die kanten van ProRail vind ik het meest interessant, duurzaamheid. Of als het bijvoorbeeld ook gaat over opgavegericht werken. Dat is natuurlijk ook weer de verandering in de besturing. Dat is dan relevant.

**I9:** Ja. En wat voor momenten zijn dan voor jou dat je hier op Focus kijkt?

**R9:** [Marianne Loof benoemd tot nieuwe spoorbouwmeester] enoemingen vind ik ook altijd interessant. Euhm, ja, ik open Focus niet standaard, hij wordt wel standaard geopend, maar het is niet zo dat ik mijn ochtend hiermee begin. Maar er zijn meerdere keren per dag dat ik wel iets via Focus moet doen. En dan sta ik ook een paar minuten wel even stil bij die nieuwsartikelen.

**I10:** Ja, dus je zegt dan ga ik op zoek naar HR-plein of een collega zoeken.

**R10:** Je hebt hem, dus ik moet naar mijn personeelszaken of ik moet naar de Service Portal of ik moet naar 2daysmood Focuspagina. Dat soort dingetjes dan. Dan ga ik erheen en dan kijk ik ook altijd even snel door door de dingen heen. Ja.

**I11:** En wat je aanklikt, lees je dat grondig of meer scannend?

**R11:** Scannend.

**I12:** En wat is dan voor jou de toegevoegde waarde van Focus?

**R12:** Euhm. ProRail brede informatie. Dus inderdaad benoemingen, veranderingen in de besturing. Maar ook wel een soort van gave projecten of successen. Een beetje dat trots daar ook wel uit kunnen halen. Er gebeurt zo enorm veel binnen ProRail en ook heel veel hele toffe dingen. Ik vind dat ook, zoals dat [naam] die award had gewonnen. Dat zijn gewoon ook echt even leuke trotse dingen. Ik heb wel het idee dat als je hier niet op zou kijken dat je wel belangrijke informatie ook mist. Ik merk wel dat ik vaak tegen mensen zeg, maar dat stond ook op Focus. Dus ik heb wel het idee dat je dat je hier veel informatie vandaan kan halen.

**I13:** Maar is het dan een probleem als mensen dat niet gelezen hebben?

**R13:** Euhm. Na een probleem... Ja, ik denk wel dat je dan aanbod mist, waardoor jij je werk makkelijker zou kunnen doen of waardoor je een groter netwerk zou kunnen krijgen. Beter weten wie je zou kunnen bereiken voor bepaalde onderwerpen. Ook zaken waar ik zelf mee bezig ben, rondom onboarding. Dat je ook weet dat we daarin ontwikkelen. Ja, ik denk wel dat je dingen mist. En tuurlijk, je kan gewoon functioneel je werk doen. Maar het maakt het wel wat makkelijker. En ik denk ook bijvoorbeeld, rondom hele praktische zaken vanuit HR, bijvoorbeeld het eenmalig uitbetalen van een thuiswerkvergoeding dat je ook snapt dat dat dus eenmalig is. In oktober is dat geweest. Want anders denk je misschien van ik ben erop vooruitgegaan in mijn salaris.

**I14:** Dan valt het de maand erna weer tegen.

**R14:** Ja, da's toch een beetje jammer.

**I15:** Ja, precies ja. Ik snap wat je bedoelt. En de samenstelling? Want nu noem je een aantal echt functionele artikelen. Vind je de samenstelling tussen alle verschillende onderwerpen op Focus nu goed?

**R15:** Nou ja, in principe zouden ze daar wel nog wat meer clustering in kunnen aanbrengen. Dus wat ik net ook al zei van echte bedrijfsalgemene informatie zoals benoemingen en alles rondom de besturing zou je bovenaan kunnen doen en dan bijvoorbeeld daarna meer over de ontwikkelingen en de successen zeg maar kunnen plaatsen. Dat daar nog iets verschil in zit.

**I16:** Ja helder. En je selecteert nu denk ik op basis van de titel en de informatie die daar dan onder staat, zeg maar.

**R16:** Ja.

- I17:** Haal je daar voldoende uit? Geven de titels een goede weergave van de inhoud van een artikel?
- R17:** Euhm, ja, vind ik wel. Vaak wel ja. [Toch treinen] Dit dan niet... Maar met de ondertitel erbij dan wel.
- I18:** Ik zag toevallig vanmorgen een artikel staan. [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Ja die eerste. Zeg je dan, dan weet ik eigenlijk best wel waar ze het over hebben?
- R18:** Ja. Ik heb dan het idee van, kijk de vitaliteitsweek is begonnen, dus dit heeft daar verband mee. [opent: Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Dit gaat over wat je deze week allemaal kunt doen rondom vitaliteit, maar dat ben ik met mijn HR-pet op. Ik kan me wel voorstellen dat je daarbuiten misschien dat niet weet en dan is het zonde, want als ik dit lees... Het gaat natuurlijk heel erg over wat je zelf kunt doen, maar eigenlijk bieden we deze week heel veel aan voor de medewerker. Dus het zou beter zijn geweest als het meer uitnodigend was geweest. ProRailer, we hebben heel veel voor je deze week. Kom even kijken. Dit lijkt heel erg op jezelf gericht. En dat staat soms mensen tegen, dat ze denken echt geen tijd voor.
- I19:** Moet ik weer iets doen.
- R20:** Moet ik weer iets doen inderdaad. Dat vind ik dan een gemiste kans. Maar dit is dan één voorbeeldje. Ik merk wel dat dat vaak met HR-artikelen zo is dat ik de titel vager vind ten opzichte van de betekenis van het artikel of het doel van het artikel. Ja.
- I21:** En wat zou voor jou Focus nog kunnen bieden? Zeg maar over vijf jaar. Waar kan nog aan gewerkt?
- R21:** Ehm. Ik denk dat we zeg maar steeds meer toe gaan naar informatie, vooral meer visueel tot ons nemen dan lezen. Dus dan toch meer ook de TikTok-achtige, een Instagram-achtige content, die ook zo kort mogelijk moet zijn.
- I22:** Want maak je naast Focus gebruik van de sociale media van ProRail?
- R22:** Ja, ik volg 'Werken bij ProRail' op Instagram. En ook mensen binnen pro die veel op Instagram doen bijvoorbeeld. Volgens mij heeft ProRail geen TikTok. Ik weet niet of ze dat moeten gaan doen. Wie weet...
- I23:** Maar je hebt dan geen overlap tussen dingen die je al gelezen hebt ergens op social media die hier dan komen te staan?
- R23:** Nee, nee. Wat je wel hebt is dat gewoon nieuws eerder via WhatsApp al binnenkomt. Vooral ook binnen HR-natuurlijk is het dan van morgen komt er een artikel op Focus, maar

hier alvast de informatie dat dit en dit de uitkomst is of dat we deze maatregel gaan doorvoeren.

**I24:** Ja. En zou je dan bijvoorbeeld bij managementcommunicatie ook een video willen zien van een ExCo-lid die dan uitlegt wat er gebeurt?

**R24:** Ja.

**I25:** En dan als aanvulling of als vervanging?

**R25:** Wel als eerste en eventueel dat je daarna nog zou kunnen lezen. Als je wil verdiepen.

**I26:** Ja, precies. Want je hebt nu hier op die voorpagina eigenlijk alleen maar tekstuele dingen.

**R26:** Ja je zou hier eigenlijk gewoon de Instagramstories kunnen doen die je dan zo kunt aanklikken.

**I27:** Nou bijvoorbeeld ja of aan de linkerkant twee of drie video's. Nu staan er veel video's natuurlijk binnen Stream maar die staan hier dan eigenlijk helemaal niet.

**R27:** Nee, dat is dus inderdaad wel echt een ding als je zeg maar op YouTube kijkt op ProRail. Dat heb je vast ook wel een keer gedaan. Dan zie je gewoon dat er echt ontzettend veel videomateriaal wordt gemaakt. Maar dat zie je eigenlijk op Focus helemaal niet terug. Ik vind dat dat echt weinig naar voren komt hier.

**I28:** Ja en dat zou wel meer kunnen. En dan krijg je misschien als ProRail er ook meer mee hoe we naar de buitenwereld communiceren?

**R28:** Ja.

**I29:** Ja. En vind je dan dat er ook te veel staat waardoor je dingen mist? Want hoe vaak kijk jij op Focus?

**R29:** Ja misschien wel. Maar ik kijk wel elke dag even.

**I30:** En wat vind je dan van de lengte van de artikelen?

**R30:** Ik vind ze over het algemeen erg lang. Ze worden wel opgeknipt met kopjes en daardoor kan je ze dus ook scannen en dan alleen relevante stukjes lezen om de kern eruit te halen. Ik denk dat dat gewoon het punt is, dat we gewoon rekening moeten houden met dat de meeste mensen weinig tijd ervoor hebben en maken. En als ze het al lezen dat ze gewoon heel snel een kernboodschap willen hebben. Ja.

**I31:** Ja, precies dat dat gewoon heel gauw duidelijk is en als iemand het interessant vindt, dan lees je wel verder.

**R31:** Ja.

- I32:** Ja. En zou je dan ook op doorkliklinkjes en zo klikken als er een artikel is over ERTMS bijvoorbeeld, dat je ook naar de ERTMS-pagina kan klikken? Ze hebben bijvoorbeeld zelfs helemaal hun eigen website buiten ProRail om.
- R32:** Oh echt, dat wist ik niet. Ik zou niet zo snel klikken nee. Ik vind het zelf wel heel belangrijk dat ik als ProRailer weet wat ERTMS is, wat het project behelst en wat er zich allemaal in afspeelt. Ik heb twee jaar geleden ook een seminar daarvoor gedaan, om dan wel echt even de verdieping op te zoeken. Samenspel hetzelfde, vind ik ook gewoon wel echt dat ik daar een idee bij moet hebben. Maar daar heb je dan ook weer allerlei manieren voor om informatie tot je te nemen, zoals bijvoorbeeld samenspel. Er zijn we vanuit Leren & Ontwikkelen ook veel bij betrokken geweest. En dan ga ik op die manier zorgen dat ik daar een beter beeld bij krijg. In plaats van dat ik naar de Focuspagina ervan.
- I33:** Ja, dus als jij zegt waar kunnen we naartoe, dan is dat vooral het kan korter, simpeler, visueler?
- R33:** Ja, helder, minder tekst, meer video's.
- I34:** Ja, dat is wel opvallend. De wat oudere mensen die ik spreek zijn het daar niet altijd mee eens.
- R34:** Ja, goed, ik denk dat je het dan moet kijken naar je populatie en hoe die populatie zich ook de komende vijf jaar gaat ontwikkelen en dat je wel ook zorgt dat je dat die blijft aanspreken.
- I35:** Ja, over tien jaar ben jij de oudere groep binnen ProRail.
- R35:** Ja, precies dus ga je dan zeg maar nu, omdat nu veertigers, vijftigers de boventoon voeren... Maar volgens mij willen we ook heel graag de jongere generatie aanspreken en behouden ook vooral. Dus ja dan moeten we zeker zorgen dat die doelgroep ook hierin meegenomen wordt. Ja. Nu ben ik zelf ook al niet eens die jonge generatie.

[Afsluiting, participant hoeft transcript niet in te zien, mag worden benaderd bij vragen]

## Interview 12

Systeemspecialist, assetmanagement

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ik doe onderzoek naar Focus en dan voornamelijk de nieuwspagina, omdat er vanuit de redactie en vanuit het contentteam de vraag is of er meer sturing in kan komen. Om te zorgen dat wat we zenden als ProRail dichterbij komt te liggen bij wat de ontvanger wil horen. Zowel qua mogelijkheden als qua inhoud. En ik schrijft het interview uiteindelijk uit en dat komt als transcript als bijlage van mijn onderzoek. Dat is verder anoniem en dat wordt dan bij de universiteit bewaard. En dan is mijn eerste vraag of jij misschien voor mij focus zou willen openen. En dan jouw scherm wil delen.
- R1:** Ja. [opent Focus, deelt scherm] Als het goed is zie je het nu?
- I2:** Ja top. En misschien wil je mij eens meenemen in hoe jij Focus gebruikt. Wat je leest, wat je niet leest, waar je op zou klikken. Waarom niet? En wat je ervan vindt?
- R2:** Ja, nou ja, ik start altijd wel even de dag met dit schema en dan kijk ik eventjes wat hier staat. En als het iets is, waarvan ik denk dat vind ik interessant of daar moet ik wat mee... Net als die storing interne mailbox. Oh ja, heeft dat impact voor mij nog? Moet ik nog wat? Dan open ik hem wel. Dus dat is het eerste wat ik per dag doen. [scrollt naar beneden] Ik moet zeggen dat hier beneden ik weinig kom. [Uit de organisatie] Ja dus dit, daar kijk ik eigenlijk niet naar. Wat ik wel eens gedaan heb is een nieuwsbericht teruggezocht. Dan dacht ik daar was iets nieuws over en dan ga ik na 'alles weergeven' en dan zoek ik het nog even op. Ja hierboven [actuele onderwerpen], hoort dat er dan ook bij voor jou of niet?
- I3:** Vooral de nieuwsartikelen maar natuurlijk wel hoe je de pagina gebruikt. Daar valt dat misschien ook onder?
- R3:** Ja, ik kijk hier wel naar [actuele onderwerpen]. Dus dit zijn ook niet echt onderwerpen waar ik nou heel erg veel mee heb [corona, duurzaamheid, samenspel, vitaliteit, hybride werken]. Maar om je even een voorbeeld te geven. Wij hadden op een gegeven moment, je moest je zelf aanmelden voor toegang. In het kader van de corona. We mochten alleen maar komen als we ons ergens aangemeld hadden. Toen dacht ik oh dan ga ik bij corona kijken hoe ik dat moet doen. Nou, ik weet niet hoe ik het gevonden heb, maar niet via die weg. Dus dat maakt het wel lastig. En wat ik en dan hierboven, maar dat valt voor jou buiten Focus denk ik of niet? 'Info over, hoe regel ik, HR-plein'?
- I4:** Ja. Want dat gebruik je waarschijnlijk wel meer?
- R4:** ja, dat gebruik ik wel weer.

- I5:** En bijvoorbeeld hier rechts staat Uitgelicht, kijk je daar ook wel eens naar? En wat is dat voor jou bijvoorbeeld het onderscheid tussen Nieuws en Uitgelicht?
- R5:** Nee, hier kijk ik niet niet vaak naar hier rechts.
- I6:** Nee. En wat zijn voor jou de momenten dat je dat je hier komt?
- R6:** Met name 's ochtends.
- I7:** Ja, dus als je de dag start? En dan kijk je naar je de vier hoofdartikelen die hier staan?
- R7:** Ja klopt. En ik kom hier natuurlijk ook wel eens als ik wel de bovenste regel nodig heb. En dan krijg ik het ook mee maar principe in de standaard is het gewoon de dagstart. Even kijken van wat staat hier?
- I8:** Ja, en wil je voor mij dan eens op 'alles weergeven' klikken. En dan gewoon nou eens een paar artikelen langs waarom je die wel of niet zou lezen? Of aanklikken en wat je ervan vindt?
- R8:** Nou, deze zou ik niet bekijken [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] en als je het mij persoonlijk vraagt waarom, dan denk ik dit is voor mij niet iets wat werkgerelateerd is. Dat regel ik zelf wel thuis. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Deze zou ik wel even bekijken omdat dit komt uit het werkgebied waar ik in. Techniek, er komt hier een nieuw systeem aan, dus dat vind ik dan nog wel even interessant. Wat is daar de status van? En wie is daarmee bezig? Ja. [Eerste Circulair Inkoop Academy succesvol afgerond] Dit is alweer verder bij mij vandaan, dus zal ik niet zo snel aanklikken.
- I9:** Ja, dus dan heb je het vooral over relevantie voor jouw werkzaamheden?
- R9:** Ja, en dat geldt ook hier [Hoe gaat het nu in Glasgow?]. Hoe gaat het nu in Glasgow, dat vind ik algemeen nieuws, wat ik ook wel op het journaal kan vinden en dat gaat over die klimaatrein maar dat heb ik op het journaal ook wel gezien. [Storing interne mailbox] Deze is dus wel weer interessant, die raakt mij wel. [Ans Rietstra vanavond bij talkshow Op1] Ans Rietstra. Ja daarbij geldt ook dat zie ik dan wel op televisie denk ik ja. We weten dat het nieuws is over de verkeersleiding. Dat soort dingen haal ik allemaal wel uit NU.nl.
- I10:** Ja, en vind je dat het hier niet zou moeten staan? Of denk je prima dat het er staat, ik sla gewoon over.
- R10:** Ja, da's een goeie vraag, ik vind wel, het is iets wat ons raakt en waarvan je op de hoogte moet zijn, maar je hebt nu wel twee informatiebronnen die je gebruikt. Ik vind het wel goed dat ProRail ons informeert over zaken die in het nieuws staan nu. Dus dat het beschikbaar is is dus wel prettig.
- I11:** Ja, precies.



- R11:** [Thuiswerken en mondkapjes in binnenruimtes] Nou, die corona vind ik ook wel, wat betekent dat dan voor ons? Dat zou ik ook aanklikken.
- I12:** Omdat je daar ook gewoon in de praktijk wat mee moet of mee kan?
- R12:** Ja. Ik ga morgen naar kantoor en wat betekent dat voor ons? Maar dan denk ik nu wel even van oh ja, thuiswerken en mondkapjes in de binnenruimte... Als hier had gestaan, wat betekent dat in de ProRail-omgeving, zou me dat al iets meer aanspreken. Maar in principe zou ik dat wel aanklikken.
- I13:** Ja, want moet je nou een mondkapje op in de inktpot, dat komt daar eigenlijk niet in terug.
- R13:** Jij, dat zou ik dan even kijken [klikt op: Thuiswerken en mondkapjes in de binnenruimte]. Waar gaat het dan eigenlijk over? Ziekenhuizen... Basisregel blijven essentieel.... Afstand houden... Ik zou er even doorheen vliegen wel, hier staat natuurlijk wel iets over de Inktpot en de Tulpenburgh, dus dat zou ik wel lezen.
- I14:** Ja, en een artikel wat je normaal aanklikt, lees je dat dan wat dieper? Of is dat vooral scannend?
- R14:** Dan doe ik het zoals ik het nu dus ik ga er heel snel doorheen.
- I15:** Ja precies. En wat is dan het grote plaatje van Focus? Wat heeft het voor jou voor toegevoegde waarde?
- R15:** Voor mij is het vooral informatie over mijn werkplek. En wat ik daarmee moet en dat gaat een beetje op in het nieuws wat groot is en wat klein is. Snap je? Dus wij hadden nu bijvoorbeeld een bericht gehad op Focus over spullen die nog opgeruimd moesten worden. En als dan de informatievoorziening wat sneller gaat op de dag en je opent de volgende dag dan denk je oh, het is nu weer weg, dan ben je het vergeten. Dus je merkt, er kwam ook al een herhalingsmail aan van jongens, let op je spullen. Dat vind ik wel wat lastig. Er zitten verschillende informatiestromen die eigenlijk onder algemene soort rol gaan. Snap je wat ik bedoel?
- I16:** Ja, dus aan de ene kant dingen waar je praktisch iets mee moet en aan de andere kant bedoel je dan dingen die gewoon leuk zijn om te weten?
- R16:** Ja. Ik zat heel erg naar NU.nl te kijken en dan heb 'wat is het laatste nieuws'. Dan heb ik altijd nog 'wat gebeurt er in mijn woonplaats' openstaan want dat wil ik dan ook wel graag weten. En 'economie' heb je en 'sport'. En dan kun je ook aanklikken wat jij wil zien. Alles komt nu langs, waardoor je ook informatie kan missen.

- I17:** Ja, precies. Zou je dan bijvoorbeeld, dat de bovenste langer blijft staan, dat daar een belangrijk artikel staat, dat daar onderscheid in komt?
- R17:** Nee, want dat is nu ook zo hé. Als je nu naar de startpagina gaat denk ik [Klikt terug naar Nieuws]. Uitgelicht, dat zijn natuurlijk al, iemand bepaalt dat. Ik weet niet precies hoe dit gaat, of de nieuwsartikelen straks onder Uitgelicht komen te staan. Of dat hier iets achter zit, dat weet ik niet.
- I18:** De linkerkant dat zijn echt nieuwsartikelen die als nieuws geplaatst worden. En rechts dat zijn vooral linkjes. Dat is of een mededeling, maar het kan ook een extern artikel zijn. Zoals Ans Rietra bij OP1, dat is een link naar de OP1 site.
- R18:** Ja, voor mij hoeft er niet iets groter. Nee, wat voor mij belangrijk is hoeft voor een ander helemaal niet essentieel te zijn. Ik zou hier meer onderscheid in willen zien zodat je zelf iets kan aanbrengen van dat soort berichten wil ik graag op mijn scherm zien en dat soort berichten hoef ik dan niet te zien. Of die mogen van mij aan de rechterkant wat minder zichtbaar zijn.
- I19:** Ja want je kan je nu wel abonneren op bepaalde thema's, alleen dan gebeurt daar eigenlijk niet zoveel mee.
- R19:** Nee, precies.
- I20:** Ik snap wel wat je bedoelt. Meer NU.nl achtig. En wat vind je dan van de samenstelling, zoals de artikelen er nu opstaan?
- R20:** De inhoud bedoel je?
- I21:** Ja, alle verschillende onderwerpen. Is dat een goede afwisseling? Of mis je dingen?
- R21:** Nou, ik vind het wel leuk dat er hele verschillende onderwerpen zijn en dat er van alles staat, van het opruimen van de Inktpot tot de klimaatrein dus op zich is dat wel leuk dat dat tot je komt.
- I22:** Ja. En ook de projecten buiten?
- R22:** Ja kijk, je kan er zelf voor kiezen of je het leest of niet. Zo'n nieuw systeem is leuk om te weten.
- I23:** Ja, dus die afwisseling die vind je dan juist wel goed?
- R23:** Ja, maar ik zou hem iets meer gestructureerd willen zien, maar de soort artikelen vind ik wel goed ja.
- I24:** En dan zoek je naar meer structuur in een manier die jou helpt om jouw keuze te maken? Dat je makkelijker kan vinden wat jij interessant vindt?

- R24:** Ja. Want ik had laatst ook, dat gaat dan even over die toegang, toen ben ik hier gaan zoeken [alles weergeven]. Met allerlei zoekopdrachten ben ik aan de slag gegaan terwijl ik dan denk met informatie over het gebouw kom je er alweer wat sneller. Snap je?
- I25:** Volgens mij moet je dan inderdaad handmatig gaan zoeken op aanmelden Inktpot of zoiets. En dan verschilt het ook nog of je zoekt binnen Focus, of dat je eerst helemaal naar de homepage gaat en daar dan gaat zoeken. Dan krijg je andere resultaten.
- R25:** Ja, en toen kwam ik dus alleen maar op bezoekers aanmelden. Dus dat was een grote zoektocht.
- I26:** Nee, dat klopt. Het is niet ideaal. En als jij een artikel leest, op basis waarvan kies je dan of je het interessant vindt?
- R26:** Ja, dat is toch de titel die ik hier zie, spreekt me dat aan? Over het algemeen vind ik de plaatjes niet zo. Ik zag er gister toevallig eentje, die kan je hier nog wel zien [klikt op Alles Weergeven]. Dit bijvoorbeeld [Extra maatregelen personeelstekort]. Daar zal ik dan niet zo snel op klikken, maar ik kijk met name naar de titel. En dan zie ik ook wel eens titels waarvan ik denk wat willen jullie nu melden?
- I27:** Ja, want dat is mijn vervolgvraag, in hoeverre vind je dat de titels daadwerkelijk zeggen wat er in het artikel staat?
- R27:** Ja, niet altijd even goed. Dan denk ik ja, 'Hoe gaat het nu in Glasgow'? Weet ik niet. Regent het? Dus ja, ik had vorige week even gekeken en toen kwam ik er ook een aantal tegen waarvan ik dacht, wat zit daar voor informatie achter? Geen idee.
- I28:** Ja, ik snap wel goed wat je bedoelt. En dan de inhoud van die artikelen, vind je die goed, hoe die geschreven zijn?
- R28:** Dat is heel wisselend. Maar ik moet zeggen ik ga daar meestal inderdaad even heel snel scan ik dat. Daar voldoet het wel aan.
- I29:** Ja, dat gaat wel.
- R29:** Het is wel het snelle nieuws. En ja als je dan meer wil weten dan staat er vaak ook wel een linkje. Als er twee alinea's staan met de kern, dan wil ik het lezen. Als het dan weer meer wordt, dan denk ik laat maar even, want het is toch het moment 's ochtends, je wil gewoon even snel informatie hebben.
- I30:** En zo'n linkje in het artikel, vind je dat prettig?
- R30:** Ik zou daar zelf niet zo snel op klikken.

- I31:** Nee, want net had je een ERTMS-artikel open staan. En daarin ontbreekt dan een linkje terwijl ze wel hun eigen pagina hebben en een hele eigen externe site.
- R31:** Ja, maar we hebben SharePoint en we hebben Focus. Dus als ik echt informatie nodig heb dan duik ik wel Focus in.
- I32:** Dan zeg je ik ga het wel zelf zoeken als ik meer wil.
- R32:** Ja dus dan is de vraag, wat wil je nou als informatievoorziening van Focus. Wat wil je weten? Is er een nieuwe directeur? Wat gebeurt er in de Inktpot? Wat zijn leuke technische weetjes? Grapjes? Nou ja, misschien ook wat gebeurt er om ons heen? Maar wel zoals bij NU.nl, dat het redelijk kort is. Ja. En dat je dan weer snel terug kan naar waar je vandaan komt.
- I34:** Ja, want bij NU.nl heb je bijvoorbeeld aan de onderkant, dit zijn relevante artikelen.
- R34:** Ja, dat vind ik ook altijd wel prettig.
- I35:** Dat je een artikel leest en dat je door kan klikken relevante artikelen. Dat het meer...
- R35:** Een verhaal wordt.
- I36:** Ja als je bijvoorbeeld nieuw bent en je leest iets dat je dan ook de context gemakkelijk kan vinden.
- R36:** En vaak zie je dat dat er gereageerd wordt, dat vind ik ook wel leuk. Even kijken of mensen een reactie geven of dat het leeft.
- I37:** Ja. En wat vind je dan van de hoeveelheid artikelen? Vind je nu dat er te veel geplaatst wordt?
- R37:** Nee, Als ik het zo zie over het algemeen dan mis ik niet heel vaak iets. Het is op zich wel leuk dat het per dag wat nieuwe artikelen zijn. Maar het is ook niet in overdaad.
- I38:** Ja, en misschien een lastige vraag, maar wat zou Focus voor jou nog kunnen brengen? Over een paar jaar, als Focus dit zou kunnen zijn, dat zou ideaal zijn.
- R38:** Ja een lastige vraag. Dat weet ik zo even niet...
- I39:** Nee, want jij zei al het belangrijkste voor mij is geïnformeerd zijn en zien wat er speelt. Dat brengt het voor jou dus op dit moment wel al heel erg?
- R39:** Ja, en wat ik zelf gewoon lastig vind aan het systeem is dat je natuurlijk SharePoint hebt waar documentmanagement in zit, waar alle teamsites en informatie inhoudelijk in zit. Ja en dit stuk hiertussen. Net zoals dat 'hoe regel ik'... Ja, ik ben altijd best wel heel erg zoekende, zoals mijn uren schrijven, waar zat dat ook alweer? En oh ja, ik moet nog even ICT bellen. Waar is dat nummer dan? Dus een duidelijk onderscheid tussen SharePoint en de rest. Dus misschien als je zegt ja, wat is Focus? Dan zou ik meer zeggen, hoe zit het

integraal dan met andere dingen? Dus als er een nieuwsbericht is over iet, en hoe is het dan geregeld? Dat daar een link tussen is.

**I40:** Ja, ik snap wat je bedoelt. Ja.

**R40:** En dat is ook met dat hybride werken [klikt op Hybride Werken], dan denk ik ja ik vind dit rommelig. Hier ga ik niet lezen, terwijl ik het wel interessant vindt, want ik zou wel graag op de een of andere manier willen weten wat mensen nou als tips hebben. Maar dit is ook nogal een onderwerp. En hier heb je wel die dingen verzameld weer, op dit onderwerp. Dat is wel de behoefte die ik heb. Maar dit vind ik dan weer, ik zou hier gewoon afhaken, die blokjes hierboven, die foto's hier nog blokjes, dit is voor mij dan te veel. Ja.

**I41:** Te veel verschillende plekken en knoppen en afbeeldingen en tekst, ja.

**R41:** En de vraag wat zou je dan wel helpen? Weet ik ook even niet.

**I42:** Iets van een vorm waarin je zelf kan aangeven wat je wat meer zou willen lezen. En lees jij ook wel eens sociale media van de ProRail? Nee dus je noemt dan wel ik haal wel informatie uit het nieuws en televisie, maar niet Instagram of LinkedIn.

**R42:** Nee, Facebook. Nee.

**I43:** Nee, en als er bijvoorbeeld een linkje zou staan in een artikel naar een Instagramstory, zou je daarop klikken?

**R43:** Nee.

**I44:** En zou je het prettig vinden als er meer video's te zien zouden zijn op focus?

**R44:** Ik denk niet dat ik daarop zou klikken ofzo. Het kost me te veel tijd. Bij NU.nl doe ik dat ook niet zo snel. Het is echt even voor mij snel informatie vergaren.

**I45:** Ja, met een tekst is het makkelijker om te selecteren wat je wel of niet interessant vindt. Dan zie je in één oogopslag wat erachter zit?

**R45:** Ja, maar ik kan me voorstellen dat voor sommige dingen zo'n videokanaal wél weer interessant is.

**I46:** Het verschilt natuurlijk wel per persoon. Nou ja, helder, dank.

[Afsluiting. Participant hoeft transcript niet in te zien, mag benaderd worden bij vragen]

## Interview 13

Projectmanager, Projecten

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ik doe onderzoek naar Focus en voornamelijk de nieuwsartikelen die op Focus komen te staan.
- R1:** Ja.
- I2:** Om uiteindelijk de redactie en de corporate adviseurs te kunnen helpen met meer sturing in de artikelen. En daarom hou ik interviews met werknemers van verschillende afdelingen en plekken uit de organisatie. Mijn eerste vraag is eigenlijk of jij misschien voor mij Focus zou kunnen openen en dan misschien je scherm met mij kan delen.
- R2:** Ik heb geopend. [opent Focus en deelt scherm] Volgens mij is het deze.
- I3:** Kun je mij eens erdoorheen meenemen met waar je op zou klikken, waarop niet en wat je ervan vindt, hoe je het gebruikt.
- R3:** Wat ik doe, even denken hoor. Volgens mij klik ik Focus een paar keer per dag open, omdat ik dan heel erg hiernaartoe ga [Snel Naar]. Want bij inkopen, uren en rapportages, daar zitten een hoop tools achter waar ik wat mee moet, goedkeuren van facturen, mensen machtigen om uren te schrijven. Dus dat check ik een paar keer per dag en als ik dan daarheen ga, dan snel ik koppen. [Overgebleven verlof sparen met nieuwe verlofspaarregeling] Nou ik heb geen overgebleven verlof dus dat lees ik niet. [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Gun jezelf tijd voor je gezondheid denk ik, ja hoor, hier is een zak lul daar maar in, want ondertussen moet het werk ook gedaan. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Hier zie ik ERTMS assentellercontract. Dat is tof. Maar dat is ook niet waar mijn belangstelling naar uitgaat. Dus deze Focuspagina doe ik helemaal geen reet mee vandaag.
- I4:** Nee, en scrol je wel eens naar beneden? Of ook helemaal niet?
- R4:** [scrolt naar beneden] Helemaal tot hier? Nee nooit.
- I5:** En de artikelen die kom je dan per toeval tegen en die open je eigenlijk alleen als ze voor jou relevant zijn?
- R5:** Nee en bij dat Uitgelicht kijk ik ook niet.
- I6:** Nee, precies, en zou je dan voor mij eens links naast Uitgelicht op 'alles weergeven' willen klikken en misschien gewoon eens langs wat artikelen: hier zou je wel op klikken, hierom en hier zou je niet op klikken, hierom.

- R6:** [klikt op 'alles weergeven'] Oké, nou, die updates [Update stand van zaken migratie mailbox]. [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Gun jezelf tijd voor je gezondheid ook niet. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] ERTMS is ver van mijn bed. [Eerste Circulair Inkoop Academy succesvol afgerond] Nou ja, sorry hoor, maar de eerste circulaire inkopen ga ik ook niet lezen. [Hoe gaat het nu in Glasgow?] Glasgow, de klimaatrein, nee, lees ik niet. Het zal wel. Wat erg. [Storing interne mailbox] Die storing zal wel opgelost zijn vermoed ik. [Ans Rietstra vanavond bij talkshow OP1] Ans heb ik gemist bij OP1. Dat vind ik dan altijd wel erg. Dat wist ik niet. Ja, omdat ik gewoon mezelf niet goed informeer. Maar dat was wel handig geweest als ik dat even gekeken had. Dus als ik hier al terecht zou komen, maar dat is alleen omdat jij mij daar nu toe dwingt. Dan denk ik daar moet ik even iets meer van lezen omdat ik dat anders beschamend vind. Snap je? Als mensen daar buiten naar gaan vragen.
- I7:** Ja dus de artikelen die jij zou lezen, dat is echt als jij ze interessant vindt?
- R7:** Ja ja.
- I8:** En als je zegt nou dit soort artikelen lees ik, waar denk je dan aan?
- R8:** Uhm, nou ja, ik werk bij de afdeling stations, dus alles wat daarmee samenhangt. Dat vind ik interessant. En ik heb wel een beetje extra liefde voor het thema duurzaamheid, al pak ik die klimaatrein dan eigenlijk ook niet op. Ik merk dat ik dat ik me ga zitten verdedigen, dat is niet jouw schuld, maar alles wat over stations gaat, dat zal ik lezen en de rest interesseert me minder dan het weer. En dat is misschien niet handig, maar het is wel zo. En ik heb er ook gewoon geen tijd voor of ik maak er geen tijd voor. Wat ik bijvoorbeeld wel doe is, er was een bijeenkomst, alweer weken geleden hoor, maar die gehost werd door [naam] en die ken ik een beetje en die is heel tof. Dan heb ik wel 's avonds, maar dat doe ik dan met een grote kop thee of met een wijntje, dan kijk ik die opname terug. Ja, dat vind ik dan wel echt gaaf om terug te lezen, maar verder neem ik hier gewoon te weinig tijd voor om het echt goed te lezen.
- I9:** Ja. Wat voor een momenten, want je zegt iets over stations dat lees ik dan nog wel eens, op wat voor momenten kom je die artikelen tegen?
- R9:** Waar we het net over hadden. Volgens mij zit ik een paar keer per dag op Focus, omdat ik dan iets praktisch daar moet doen. En dan snel ik de koppen van dat moment.
- I10:** Ja. Het is dus niet zo dat je elke ochtend bijvoorbeeld even op Focus kijk als dagstart?
- R10:** Nee, nee dat zou kunnen. Maar dat doe ik inderdaad niet. Dus ik kom er in de loop van de dag op terecht en volgens mij omdat of naar 'die snel' naar knop moet of omdat ik iets zoek op onze SharePoint-sites dan kom ik ook via Focus. Dus ik denk dat ik twee, drie keer per dag op Focus moet zijn, maar dat is altijd een praktische aanleiding dat ik het openklik en dan snel ik de koppen en als daar iets tussen zit wat me interesseert dan kijk ik het

meestal 's avonds, want dan heb ik meer rust in mijn lijf, kijk ik terug. En ik denk dus dat ik de afgelopen dagen, anders dan ik je net zeg, vandaag is het dinsdag? Volgens mij ben ik dus gisteren niet op Focus geweest. En ik vermoed vrijdag ook niet, dus daar zitten dan toch een paar dagen tussen waardoor ik dat Ans bij OP1 kwam gemist heb.

**I11:** En vind je dat dan vervelend dat je dat gemist hebt?

**R11:** Ja, dat vind ik stom omdat ik ook met collega's was gisteren buiten. Ik denk dat ik vrijdag gewoon thuisgewerkt heb, maar ook als ik met vriendinnen of mensen langs de lijn bij de voetbalclub spreek, zij weten dat ik bij ProRail werk en dat ik dan niet weet dat onze eigen chief... Nou, dat vind ik stom.

**I12:** Ja dat had je graag willen weten.

**R12:** Ja, maar dat is mijn schuld hè? Dan had ik mezelf even beter moeten informeren. Dus dat vind ik dan leuk aan dit gesprek dat ik denk, het is echt wel handig als ik elke dag tenminste één keer even Focus check.

**I13:** Ja, want wat is dan voor jou de toegevoegde waarde als je dat zou formuleren, van Focus?

**R13:** Voor mij is de toegevoegde waarde van Focus dat ik snel in heerlijk leesbare brokken, want je krijgt het gewoon geserveerd op een presenteerblaadje, weet wat er speelt bij ons bedrijf.

**I14:** Ja, precies.

**R14:** En voor mij persoonlijk, ik heb gewoon een paar aandachtsvelden die mij interesseren, maar zeg maar ProRail breed, ontwikkelingen, problematiek, is gewoon wel echt handig omdat... Ja, dat vind ik wel tof dat je dat via Focus kunt lezen.

**I15:** Ja. En wat vind je dan van de samenstelling? Het is natuurlijk heel breed, heel veel onderwerpen. Vind je dat een fijne samenstelling op deze manier?

**R15:** Volgens mij is dat heel fijn. Ja, en wat ik wat ik er charmant aan vind, niet alles is voor mij even interessant en relevant, maar dat maakt geen reet uit, want volgens mij is dit een hele toffe mix waar elke dag opnieuw voor iedereen wel iets tussen zit. Iets interessants of relevants.

**I16:** Ja, jij kan gemakkelijk daarin je eigen selectie maken.

**R16:** Ja, volgens mij wel. En ik weet niet of dat er echt achter zit, maar voor mij werkt het wel dat niemand voor mij bepaalt wat belangrijk is en wat niet. Dus 'Gun jezelf tijd voor je gezondheid'. Nou is [naam] echt een heel leuk mens, dus daarom zou ik dan toch haar artikel wel lezen, maar wat ik fijn vind is dat dit artikel op dezelfde hoogte staat als het ERTMS assentellercontract. Terwijl, daar kun je op afstuderen, is het eens het even belangrijk? Maar ik vind dat prettig dat dat wel op die manier gebracht wordt.



- I17:** Ja, dat je zelf kan zeggen nou, dit is voor mij belangrijk en dit sla ik over.
- R17:** Precies. Dank u.
- I18:** En vind je dan de titels en de regels die eronder staan, zegt dat voor jou ook waar het artikel over gaat?
- R18:** Ja volgens mij absoluut. Maar ik scrol op die titels. We hebben net geconstateerd dat ik in de meeste gevallen het artikel zelf niet lees. Dus ik kan niet met zekerheid zeggen dat de titel altijd de lading dekt. Maar voor mij, op basis van de titel kan ik denk ik aardig inschatten waar het artikel over gaat. Maar het zijn allemaal communicatiedames en -heren dus die weten wel een tikkeltje te maken.
- I19:** Nou ja, goed, dat komt dan dus ook over. En wat je dan leest, is dat ook voor jou relevant? Of zeg je, leuk om te lezen maar ik kan er in mijn dagelijkse werk misschien niet iets mee?
- R19:** Dat zal dubbel zijn. Ik lees alleen iets waarvan ik aan de voorkant denkt dat het voor mij relevant is. Maar relevant vind ik een heel rekbaar begrip, want ook iets wat me interesseert is gewoon relevant genoeg voor mij. Ja, dat ik denk dat vind ik leuk. Ik denk heel plat gezegd dat er weinig op Focus staat wat ik per se moet weten en dat mijn werkend leven in de soep loopt als ik het niet weet. Dus echt hele belangrijke dingen. Het is allemaal relatief. Ik verzin het nu, maar uren schrijven moet helemaal anders. Dat is voor ons heel belangrijk, maar dat hoor ik ook nog op duizend andere manieren dan alleen via Focus. Dus wat echt belangrijk is om mijn werk te kunnen doen, dat hoor ik ook nog op andere manieren dan op Focus. Maar wat hier natuurlijk wel ook op staat is als iemand dood is of als we een nieuwe directeur hebben. Dat is wel nieuws wat ik heel fijn vind om te kunnen lezen.
- I20:** En zeg je dan, dan zou ik het fijn vinden om daar een pushbericht van te krijgen?
- R20:** Nee, nee, want het is...
- I21:** Wat je al zei, ik bepaal zelf wat ik belangrijk vind?
- R21:** Ja want als je er pushberichten van krijgt, en die zul je vast wel weer in kunnen stellen, maar dan moet ik aan de voorkant bedenken wat vind ik belangrijk. Nou, je merkt al aan hoe ik ben, aan hoe mijn natuur is, dat ik dat helemaal niet kan beslissen en met dingen kiezen ga ik weer andere dingen missen en we krijgen al wel echt achterlijk veel e-mail wordt per dag. Voor mij is het heel prettig dat ik zelf naar Focus kan dat ik daar kan grasduinen op het moment dat ik wil of dat ik er tijd voor wil maken en me kan verdiepen. Ik denk oprecht, niet alles voor mij is even interessant. Maar dat ligt aan mij. Ik geloof dat wat er op Focus staat wel relevant is, dat het gewoon slim gekozen is. En ik hou ervan dat het een potpourri is. En natuurlijk niet als mensen zijn gestorven. Dat is echt echt zo afschuwelijk. Maar verder is het wel een fijne mix van contracten die zijn aanbesteed, hoe

treden wij als ProRail naar buiten. Hoe hou je je werknemers gezond terwijl ze zich wel de tandjes moeten werken. En sorry, ik word daar heel cynisch van.

- I22:** Dus die afwisseling is eigenlijk wel fijn en daar kan je je eigen keuze in maken.
- R22:** Ja.
- I23:** En vind je dan het aantal artikelen wat bijvoorbeeld per dag of per week geplaatst wordt goed?
- R23:** Dat weet ik niet. Hoeveel zijn dat er?
- I24:** Misschien 2 tot 4 per dag.
- R24:** Volgens mij is dat genoeg, veel meer moeten het er denk ik inderdaad niet zijn en wat ik denk, dat ik vrijdag dus niet op Focus ben geweest en gisteren ook niet, dan loop je wel meteen flink achter. Maar dat geeft niks.
- I25:** Dus dan zijn er vier artikelen die je niet gezien hebt.
- R25:** Ja, nou, mijn hele leven draait in de soep. Ik kan nergens meer over meepraten.
- I26:** Maar je klikt dan dus niet op 'alles weergeven' om even te kijken wat heb ik eigenlijk gemist?
- R26:** Nee, nee.
- I27:** Helder. Wat ik wel eens hoor is dat mensen zeggen ik zou wat vaker door willen kunnen klikken bijvoorbeeld een artikel over ERTMS. Dat mensen zeggen, daar mag van mij dan een linkje in naar de ERTMS-site dat ik door kan klikken.
- R27:** Nee joh. Nee. [Opent: Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Kijk maar, hier staat een heel artikel dan. Het is echt, want ik vind het superleuk dat het contract is gegund. Maar ik ga dit niet lezen. Dan hadden we net wel bedacht.
- I28:** Dan zie je de titel en dan weet je genoeg?
- R28:** Ja. Maar ja, ik denk wat wil je hier nou nog door kunnen klikken? Want ik zie [naam onderaan artikel], dan vind ik dat toffer om hem te bellen als je er iets meer over wil weten. En ik denk zit [naam] daar op te wachten? Ja, want anders had hij dit er niet bij laten zitten.
- I29:** Ja, precies. En zou het dan voor jou nog interactiever kunnen qua video's bijvoorbeeld?
- R29:** Een video kijken is natuurlijk nog minder moeite dan een geschreven tekst lezen.
- I30:** Aan de andere kant wee je niet van tevoren wat je in een video te zien krijgt.

- R30:** Nee, dat is ook zo. En video's laten maken is heel duur. Als er beschikbaar beeld beschikbaar is... Ik denk het niet, want volgens mij, ik zit even me voor te stellen als het er al is, we hadden pas zelf zoiets gepost met een video van mijn directeur die ik zelf heb laten maken. Dus ik ben een hele grote fan van die video. Maar dan zie je in beeld een still dus dan zie je haar gezicht in de titel en dat het uit m'n hoofd drie minuten duurt. Ik denk ook dat mensen denken het zal wel. Ik kan me voorstellen, er komt nieuws en daar wil je iets over posten. Als in dat pakketje met informatie en video's zit die niet te lang is en echt on topic, dan zou dat absoluut kunnen bijdragen omdat het wat anders is. Dat je wat variatie hebt in in hoe je je nieuws formuleert. Maar ik zou het lekker zo laten. Het zijn volgens mij goed gekozen titels die de lading dekken, mooi beeldmateriaal. Ik zie dat er echt over is nagedacht. En dan kun je het hele artikel lezen of even de kop snellen. En dat is ook tof want nu weet ik Ans is bij OP1 geweest. Ja wat ze daar gezegd heeft, no fucking clue.
- I31:** Zij heeft er gezeten. Ja mijn laatste vraag is eigenlijk of er nog dingen zijn waarvan je zegt nou ja, die zouden wat mij betreft nog beter kunnen. De komende jaren. Of hier zie ik winst te behalen binnen Focus?
- R31:** Nee. Kunnen mensen al zeggen, ik wil een pushbericht krijgen als er artikelen zijn over die en die onderwerpen?
- I32:** Nou, op dit moment is dat nog niet zo specifiek.
- R32:** Ik kan me voorstellen dat dat prettig zou kunnen zijn op je telefoon. Niet voor mij maar ik kan me voorstellen dat er mensen zijn die zeggen, elke dag twee tot vier nieuwe berichtjes op Focus. Ik word helemaal zot als ik het allemaal moet lezen. Dus ik laat het zitten. Dus geef mij even een bericht als er iets belangrijks is. Dat zou kunnen.

[Afsluiting, participant hoeft transcript niet in te zien, mag benaderd worden bij vragen]

## Interview 14

Recruiter

[Introductie en toestemming opname]

**I1:** Nou, ik doe onderzoek naar Focus, naar de nieuwsberichten, voornamelijk om uiteindelijk de redactie en de corporate adviseurs informatie te geven over hoe ze meer richting kunnen geven in de artikelen die we nu publiceren en wat de behoefte van werknemers daarin is. Ik wil eigenlijk beginnen met de vraag of jij misschien voor mij Focus wil openen en je scherm met mij wil delen.

**R1:** Yes. [Opent Focus, deelt scherm]

**I2:** Ja top, dan is mijn vraag eigenlijk, wil jij eens met mij gewoon er doorheen gaan en vertellen wat je zou lezen, wat niet? Waar zou je op klikken? Waarop niet? Wat je ervan vindt.

**R2:** Je hebt aan mij wel een goeie, want ik ben niet zo'n hele fanatieke Focuslezer. Wat ik eigenlijk... het opent natuurlijk altijd elke dag als je gewoon internet opstart. En ik moet eigenlijk zeggen dat ik daar nooit heel erg doorheen ga. Van oh, wat zou ik nu weer eens lezen? Het is vaak als ik hoor van maar dat stond op Focus dat ik het even bekijk. Dus zo werk ik eigenlijk een beetje mee. Ehm, dus wat ik vaak een beetje doe is van nou de titels lezen en dan denk ik wil ik hier meer over weten, ja of nee. En dan klik ik hem open. [Scrollt naar beneden] Dit gedeelte.... Ik scrol eigenlijk nooit naar beneden. Nou heel af en toe scrol ik naar beneden en dan zie ik hier wel eens wat staan dat ik denk dat vind ik dan wel interessant [scrollt naar boven]. Dus dat zijn eigenlijk vaak wat meer de onderwerpen die mijn werk misschien raken. Ik ben recruiter, dus ik vind de onderwerpen als het gaat om diversiteit bijvoorbeeld, vind ik altijd wel interessant om even te bekijken. Maar ook vooral toen net corona kwam las ik wel de coronaberichten, maar die moet ik eerlijk zeggen, dat doe ik nu niet meer omdat ik denk het zal wel en we worden wel geïnformeerd via een andere weg. Euh ja, dat zijn niet te grote wijzigingen. Wat ik wel lastig vind is soms het zoeken erin ofzo dat ik dan denk maar dat heeft op Focus gestaan en dan kan ik het niet zo makkelijk terugvinden. Uhm, dus die functionaliteit, die mag van mij wel wat beter.

**I3:** Ja.

**R3:** Ja, dat is eigenlijk wat ik doe, dus niet zo heel veel.

**I4:** Nee, wat je zegt, je komt hier terecht. En dan check je actief wel deze titels even? Of is het meer als het je toevallig opvalt dat je het dan aanklikt?

**R4:** Ja, als het me toevallig opvalt en ik ook een beetje de tijd ervoor heb. Ja, want meestal, nou ja, ik moet voor mijn recruitmentsysteem naar het internet. Dus dan start die op en

dan ga ik eigenlijk al vrij snel naar een tweede tabblad en dan het programma openen. Het HR-plein gebruik ik nog wel, omdat ik daar ook moet zijn in verband met verlengingen die ik moet doorvoeren. Dus dan kom ik ook op deze pagina [Focus]. Ja uhm. En. En als je een keer iemand als bezoeker moet aanmelden. Maar goed, dat is de laatste tijd natuurlijk ook niet zo veel gebeurd. [opent menu 'info over'] En in het begin toen ik hier net werkte, dat is ook al wel weer een tijdje terug, maar dan wilde ik nog wel eens naar 'afdelingen en organisatie' gaan om daar wat dingen op te halen van de afdelingen waarvoor ik werk. Alleen ik vind dat die pagina's gewoon heel slecht worden bijgehouden, dus dat daar oude informatie staat. Een organogram is bijvoorbeeld voor mijn werk interessant en handig. En dat kan ik nooit zo makkelijk terugvinden. Ook niet als je zoekt ofzo.

- I5:** Nee, waar je dat kan vinden.
- R5:** Ja, dat zijn wel dingen waarvan ik denk nou, dat mag van mij wel wat verbeterd worden.
- I6:** Ja precies. En dan de artikelen bijvoorbeeld rechts onder Uitgelicht, check je die ook nog wel eens?
- R6:** Nee.
- I7:** Nee, helemaal niet?
- R7:** Nee. Daarom zeg ik, ik ben echt een hele slechte eigenlijk. Ik neem niet de tijd om even te kijken. Goh, wat staat er nou allemaal op Focus en ik doe bijvoorbeeld dat 'alles weergeven' ofzo, die knop die gebruik ik eigenlijk ook nooit.
- I8:** Nee, maar je mist bijvoorbeeld niet informatie omdat je niet op Focus hebt gekeken?
- R8:** Nee, dat idee heb ik niet. Ik weet natuurlijk niet of ik iets mis. Waarschijnlijk wel.
- I9:** Maar dat merk je niet, dus daar heb je geen last van?
- R9:** Nee, ik heb er geen last van. Ik voel in die zin ook niet de noodzaak om vaker op Focus te moeten kijken omdat ik dan denk nou, ik mis daar echt iets op. Dus dat ja.
- I10:** Zou je voor mij dan eens op 'alles weergeven' willen klikken en dan gewoon eens langs een paar artikeltjes, als ik dit zou lezen dan zou ik daar wel op klikken, of helemaal niet. En waarom dan?
- R10:** [klikt op 'alles weergeven'] Eehm. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Ja, ik vind dit niet iets voor mij, maar dat is omdat het voor mij ook een heel erg ver van mijn bed show is, al die echte inhoudelijke artikelen... [Eerste Circulair Inkoop Academy succesvol afgerond] Dit soort dingen. [Extra maatregelen personeelstekort verkeersleiding] Dit vind ik dan wel weer interessant, omdat het dan weer iets mee m'n werk raakt. [Thuiswerken en mondkapjes in binnenruimtes] Dit zou ik ook wel lezen omdat ik dan wel wil weten van moet ik nou wel of niet een mondkapje op als ik op kantoor ben? [Samen

werken aan de energietransitie in Nederland] Maar dit soort dingen... dus echt die spoorse, inhoudelijke berichten, die slaak eigenlijk altijd over.

**I11:** Ja, dus dan zeg je het moet echt een beetje mijn werk raken en dan klik ik het aan?

**R11:** Ja of mij persoonlijk. Volgens mij was er ook een keer een artikel vanuit facilitaire zaken over het boeken van een ruimte zoals we hybride gaan en welke ruimtes je dan wel kon boeken en welke niet. En dat dat vanaf vier personen was ofzo. Ja, dan denk ik van oké, dat heeft wel echt een effect op hoe wij dingen doen. Dus dat zijn dan wel berichten die ik lees. Dus meer de praktische berichten over hoe werkt het nou binnen ProRail. Dat zou ik lezen. En als het echt wat meer mijn eigen werk raakt.

**I12:** Ja, precies. En zeg je dan, het zou handig zijn als die praktische informatie wat meer gescheiden is van alle 'leuke' artikelen? Of zeg je nou ja, op deze manieren krijg ik het prima mee?

**R12:** Euh, ja, op zich krijg ik het op deze manier wel mee, maar het zou misschien wel een optie zijn. Dat je échte nieuwsberichten van ontwikkelingen van wat ProRail doet, en meer van als medewerker is dit... [Update stand van zaken migratie mailbox] Zoals zo'n migratie mailbox. Ja, dat is echt voor iedereen bedoeld. Maar dat is meer al ter informatie van let op. En zoiets van, nouja [Overgebleven verlof sparen met nieuwe verlofspaarregling] dit is dan ook wel echt medewerker. [gun jezelf tijd voor je gezondheid] En deze ook. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Maar dit is meer van wat doen wij nou als ProRail zijnde. Da's ook interessant, maar dat is denk ik niet voor lang niet iedereen interessant.

**I13:** Nee, precies. En je vindt het niet lastig dat je die dan moet overslaan?

**R13:** Nee, ik klik er dan gewoon niet op.

**I14:** Nee. En vind je de samenstelling nu goed, al die verschillende...

**R14:** Ja, ik heb er niet zo heel veel last van dat het door elkaar staat, maar misschien dat het wel, in het kader van overzicht, het heeft denk ik voor- en nadelen voor beiden. Aan de ene kant als je zegt van ik doe alles door elkaar, dan heb je een bijvangst dat mensen iets tegenkomen wat ze misschien anders niet zouden aanklikken. En doe je het apart van elkaar, dan is het heel erg geclusterd en ga je wat doelgerichter naar artikelen toe. Het is maar net wat ook jullie doel is. Dus voor mij maakt het niet zo heel veel uit.

**I15:** Nee. En je selecteert dan op basis van de titels die je leest, vind je dat de titels de inhoud ook goed weergeven?

**R15:** Over het algemeen wel. Ik kijk ook wel eerlijk gezegd naar de plaatjes. Ja, kijk zo'n paaltje, daar word ik nou niet heel enthousiast van.

- I16:** Nee, iemand die weet waar het over gaat heeft daar misschien meer een beeld bij.
- R16:** Ja ja, precies dus. Dus ik snap dat dat waarschijnlijk wel relevant is voor het artikel. Maar ik denk dan ja oké. En het zijn natuurlijk heel vaak gewoon een beetje die algemene dingen.
- I17:** Ja. En zie je relevantie voor jou vaak terug in die artikelen?
- R17:** Die artikelen die ik lees, ik klikt dus wel heel bewust. Dus ja, dan krijg ik wel de info die ik nodig heb. Dus in die zin zijn de artikelen wel goed.
- I18:** Je mist dan geen dingen, als je leest, ik had dit eigenlijk nog verwacht of ik wil hier meer over weten?
- R18:** Nee, misschien dat het soms een beetje beknopt is, maar dan denk ik ja, dit zal het dan ook wel zijn. Je gaat hier ook geen hele lange teksten neerzetten.
- I19:** Nee. Sommige mensen zeggen dan ik zou het fijn vinden als ik wat meer kon doorklikken. Dat je nog wat meer achtergrondinformatie kan vinden of relevante artikelen.
- R19:** Nee, het is voor mij niet nodig omdat ik vind, wat ik zeg... Sowieso heb ik die tijd ook niet, maar ik ga dus niet op mijn gemak even de berichten van Focus lezen. Voor mij is het juist kort, snel, hup en ik kan weer verder. En als ik zes keer moet doorklikken om uiteindelijk bij de informatie te komen die ik nodig heb, dat vind ik lastiger. Maar wat ik zeg, ik vind dus de zoekfunctie bijvoorbeeld in Focus niet zo heel fijn. Ik wil wel eens de CAO hebben bijvoorbeeld. En als ik gewoon CAO zoek in dit veldje [Zoeken in nieuws], dan krijg ik allerlei dingen. Behalve dat ik dan denk ik oh, maar dit is gewoon de CAO, dan ga ik naar Google en dan doe ik ProRail CAO en dan krijg ik hem. En dat zou volgens mij niet moeten.
- I20:** Dus het is niet helemaal helder wanneer je in welk deel van Focus je nou precies aan het zoeken bent.
- R20:** Nee, precies. Kijk, ik snap hier staat wel: 'Zoeken in nieuws', dus waarschijnlijk moet ik dan hier staan [HR-plein] en dan CAO intikken. Maar ja, je komt op de homepage, je wil iets hebben en dan wil je kunnen zoeken. En dan moet hij eigenlijk gewoon alles pakken en niet alleen maar de nieuwspagina.
- I21:** Nee. En zou het voor jou helpen als als het interactiever is met meer video's bijvoorbeeld? Of maakt dat voor jou niet uit?
- R21:** Nee, want ik ga toch geen hele filmpjes zitten kijken.
- I22:** Nee. Duurt te lang?
- R22:** Ja, ja.
- I23:** Precies, helder.

- R23:** Maar ik weet wel dat er veel mensen zijn die volgens mij heel veel tijd achter Focus zitten om te lezen en te kijken en te doen allemaal. Dus ja... Maar voor mij hoeft het niet.
- I24:** En wat vind je dan van de lengte van de artikelen en de hoeveelheid, het aantal artikelen dat geplaatst wordt?
- R24:** Ja, dat is prima voor mij. Ik vind, wat ik zeg, ik wil geen... Ik vind de lengte prima. Er staat in wat er moet staan. Dus ja. Soms heb ik wel al eens, oh er staat nog steeds hetzelfde op, maar dat ligt er ook aan. Dat hou ik niet heel erg bij. Maar dan heb je meer het gevoel van oh is dat artikel er nou nog steeds? Maar het kan dan ook zijn dat ik gewoon die dag vaker op de pagina kom, dat je het vaker ziet. En ik heb ook wel eens dagen dat ik er helemaal niet naar kijk. Dus dat is meer een gevoel denk ik dan dat dat echt onderbouwd is.
- I25:** Ja, maar je zegt niet ik vind dat er te veel of te weinig afwisseling in zit?
- R25:** Nee, en wat ik ook altijd lees, een beetje suf want heel vaak ken ik die mensen helemaal niet, maar dat zijn de overlijdensberichten. Die lees ik eigenlijk wel altijd ja. En dat vind ik ook heel mooi. Hoe dat gedaan wordt en dat dat gedaan wordt.
- I26:** Ja. En dat zou voor jou niet aan een andere plek moeten krijgen? Dat past hier prima?
- R26:** Ja, dat past hier prima. Ik heb nog nooit iemand gezien die ik persoonlijk kende. Maar ik kan me wel voorstellen dat het voor heel veel mensen, ook al werk je er niet direct mee samen dat het toch is van is hij of zij dat? Het is best een prominente plek zo op de eerste pagina. Maar ik vind dat eigenlijk heel mooi.
- I27:** Ja, en zou voor jou via sociale media dit soort informatie ook nog werken? Volg je de sociale media?
- R27:** Ja, ik volg werken bij ProRail op Instagram en ik volg gewoon de ProRailpagina, dus daar zie ik soms ook wel wat overlap natuurlijk. Maar daar zou ik niet die overlijdensberichten neerzetten.
- I28:** Nee, maar je zegt niet een interne Instagram voor ProRail zou ook van toegevoegde waarde zijn voor dit soort algemene informatie?
- R28:** Dat is wel een hele leuke. Ik heb er eigenlijk niet zo over nagedacht, maar nou ja, als wij een wat meer jongere doelgroep ook in huis krijgen, Ik denk dat de oude garde die hier werkt erg verknocht is aan Focus.
- I29:** Ja, heel tekstueel ingesteld.
- R29:** Maar een kort berichtje via Instagram... Ik weet niet of de Stories dan zouden werken, maar gewoon zo'n berichtje, nou ik zit elke dag Instagram, meerdere keren en nou ben ik



ook inmiddels niet meer de jongste, maar het zou het onderzoeken waard zijn. Ik zou het wel volgen, laat ik het zo zeggen.

**I30:** Mijn laatste vraag is eigenlijk in hoeverre er nog iets is waarvan jij zegt nou, dit zou ik als verbetering van Focus heel fijn vinden. Of we hier kunnen we nog winst behalen?

**R30:** Dat is eigenlijk een beetje wat ik net zei. Die zoekfunctie moet alle pagina's pakken en niet alleen het nieuws. En waar ik wel wat verbetering op zie is echt de afdelingen en de organisatie, om die gegevens up to date te houden. Maar dat is waarschijnlijk de verantwoordelijkheid van de afdelingen zelf. Maar daar staat gewoon echt wel hele oude ouwe informatie op en dat maakt ook dat je denkt nou daar hoef ik toch niet op te kijken want dat is allemaal oud.

**I31:** Ja.

**R31:** Misschien dat daar wel vanuit communicatie een bepaalde coördinatie ofzo op zou kunnen komen om ervoor te zorgen dat het up to date blijft.

**I32:** Ja er zijn nu heel veel pagina's die niet of nauwelijks worden bijgehouden en sommigen wel heel fanatiek. Dus dat verschilt.

**R32:** Ja en ik weet ook dat, want ik ben dan als recruiter verantwoordelijk voor het IT domein, en ik weet dat er vanuit ICT een werkgroep is op diversiteit en inclusie en dat we ook hebben gezegd van, er zijn bijvoorbeeld heel veel netwerken binnen ProRail, dat mag wat meer naar voren komen van goh, wat is er eigenlijk allemaal binnen ProRail? Want is best wel onderbelicht nog. En het staat hier [info over] maar ja, ik weet niet of dat mogelijk is hoor, maar dat dit soort linkjes [netwerken binnen ProRail] bijvoorbeeld bovenaan Focus zichtbaar zijn zodat je daar gelijk op kan klikken.

**I33:** Ja, een ook dat dat soort linkjes ook meer zouden terugkomen in die artikelen, dat het bijvoorbeeld gaat over diversiteit en je door kan klikken naar de netwerken?

**R33:** Ja bijvoorbeeld. Of dat als het een artikel is vanuit, nouja zoals migratie voor die mailboxen, dat je dan een linkje hebt naar die IT-afdeling of naar de ICT-pagina. Dan maak je het ook iets makkelijker voor mensen. En ik denk vooral voor nieuwe medewerkers. Dat het fijn is als het wat logischer is ingedeeld.

[Afsluiting, participant hoeft transcript niet in te zien, mag worden benaderd bij vragen]

## Interview 15

Stafmedewerker, verkeersleiding

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ik doe dus onderzoek naar Focus, en dan vooral de nieuwspagina van Focus om uiteindelijk de corporate adviseurs en het contentteam een advies te kunnen geven over hoe ze meer richting kunnen geven aan de nieuwsartikelen die nu worden gepubliceerd. En daarvoor doe ik interviews met mensen uit verschillende afdelingen van de organisatie om de behoeften daarin te peilen. En mijn eerste vraag is of je misschien Focus zou willen openen en je scherm met mij zou willen delen.
- R1:** Eens even kijken. Ik denk dat dit het makkelijkste is, nu kun je gewoon met mij meekijken wat ik doe toch? [Opent Focus, deelt scherm]
- I2:** Ja. Misschien wil je eens erdoorheen lopen, hoe je Focus gebruikt, waar je op klikt, wat je niet zou aanklikken en ook wat je ervan vindt?
- R2:** Ja, ik moet zeggen dat als ik 's ochtends opstart dan check ik altijd even het nieuws. [Nieuws] Hier komen alle nieuwsitems zeg maar. Maar soms gaan die best wel snel voorbij en heb je gewoon echt iets helemaal gemist. Dat gaan veel collega's denk ik wel aangeven. Want Uitgelicht is hier maar heel eventjes. En dan hoor je ergens iets, en dan denk je huh, is dat dan gepubliceerd? [klikt op 'alles weergeven'] En dan zie je dat dat inderdaad langsgelopen is. Ik vond bijvoorbeeld, en dat is dan even een aandachtspunt, een nieuwsbericht over een collega die is overleden. ['naam' overleden] Ik zie dat die wel vaak is gelezen, maar die was al heel snel van de voorpagina af. En dat is best wel een belangrijk item met veel emotionele waarde. Dus die had wat langer bij mij op Uitgelicht mogen staan. Uhm, nou ja, dus ik check altijd een beetje de nieuwsberichten. Ik moet wel zeggen dat, binnen verkeersleiding hebben wij natuurlijk een team waarin wij veel dingen delen waar ik ook wel eens iets wat echt van belang is zeg maar, net zoals nu met die verlofregeling [Overgebleven verlof sparen met nieuwe verlofspaarregeling] dat ik dat eventjes bij ons in de groepsapp deel van jongens houdt dit in de gaten of lees het even want het is interessant. Dat vinden mijn collega's wel best prettig omdat zij ook wel eens iets missen. Op die manier kijk ik het eigenlijk [klikt terug naar Focus].
- I3:** Ja dus die vier artikelen hier links noem je en ook de artikelen onder Uitgelicht, die bekijk je ook?
- R3:** Ja.
- I4:** En is voor jou het verschil tussen die twee helder?
- R4:** Nee, eigenlijk niet helemaal. Ik denk dat dit gewoon uitgelicht is, daar wordt nog even extra aandacht voor gevraagd. En dit is gewoon het nieuws zeg maar.

- I5:** Ja, het verschilt een beetje per persoon wat ze inderdaad denken dat er onder uitgelicht staat. Dus vandaar dat ik benieuwd ben wat mensen daarvan vinden. En wil jij voor mij op 'alles weergeven' klikken en gewoon eens per artikel aangeven wat je ervan vindt, waarom je er wel of niet op zou klikken?
- R5:** [klikt op 'alles weergeven'] Ehm, ja. [Update stand van zaken migratie mailbox] Migratie mailbox, die heb ik vanmorgen bekeken omdat mijn mailbox heel traag was, dus ik dacht wat is er een hand? Want daar is iets mee. Daarom heb ik hem geopend. Anders zou ik denken, niet zo... Dat heeft meer met je interesses ook wel te maken. [Gun je jezelf tijd voor gezondheid] Nou ik zit zelf in het vitaliteitsteams sinds heel kort vanuit de verkeersleiding. Dus deze klik ik zeker open. Even kijken. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Dit is vanuit de verkeersleiding nog best interessant, maar dan moet ik zeggen dat ik deze niet heb gelezen. Wat spreekt mij dan aan? Dan zal je denk ik willen weten. Ik denk ook wel een beetje de titel.
- I6:** Geeft de titel naar jouw idee de inhoud van de artikelen wel goed weer?
- R6:** Ja, dat vind ik wel. Het zou soms misschien wat meer, dat je denkt van wat is daar aan de hand, daar word ik nieuwsgierig van, dat je echt een hele pakkende titel pakt die uitdaagt zeg maar. [Europese spoorsector kiest voor Digitaal Capaciteitsmanagement (DCM)] Ik vind dit dan weer heel goed. Digitaal capaciteitsmanagement, DCM. Wat wij bij ProRail altijd doen is DCM, tussen haakjes digitaal capaciteitsmanagement. Schrijft het gewoon voluit, dat vind ik heel prettig. Eens kijken. [Toch treinen]. Toch treinen? Ik weet dat het heel spannend is geweest. Dus 'toch treinen' daarvan dacht ik nou dat mag wel... We zijn dan als verkeersleiding super trots dat het toch is gelukt omdat we toch een treindienstleider hebben gevonden die zich voldoende geroepen voelde om hier een dienst te draaien. En dan mag het best iets trotser.
- I7:** Ik snap wel wat je bedoelt ja. Heb je dat vaker dat je denkt het mag meer gericht op de doelen die we bereiken? Trots uitstralen?
- R7:** Ja, dingen die goed gaan die mogen, ja, dat vind ik ook altijd wel belangrijk. En we hoeven niet alleen maar te zeggen hoe goed we het doen, want er zijn natuurlijk ook dingen die veel beter moeten. Dus daar moeten we ook aandacht voor houden. Maar het zou nog wel iets enthousiaster kunnen. 'Toch treinen' dan denk ik toch treinen? Ik was superblij als verkeersleidingmedewerker dat dit gewoon toch gerealiseerd is.
- I8:** En wat vind je dan van de samenstelling van die artikelen? De verschillende onderwerpen naast elkaar?

- R8:** Prima, want dat maakt ook dat het gewoon voor iedereen interessant blijft. We hebben natuurlijk onze eigen VL op koers pagina. Heb ik al even niet gekeken trouwens, maar die pak ik dan mee voor dingen die echt alleen voor treinverkeersleiding zijn.
- I9:** Ja dus je hoet bij deze nieuwsartikelen niet persé alleen maar dingen die relevant zijn voor jou?
- R9:** Nee, nee.
- I10:** Nee, en wat je dan leest is dat dan wel wat relevant is voor jou? Of ook gewoon wat je leuk vindt of interessant?
- R10:** Wat ik vooral leuk en interessant vind. Want er kan ook iets zijn vanuit capaciteitsverdeling wat ik heel interessant vind om te weten, maar dat is dan niet echt gericht op mijn functie of zo maar meer dat het voor ProRail van belang is. Ik denk als je het echt alleen maar op je eigen bedrijfsonderdeel gaat inrichten dat je echt alleen maar dingen krijgt die voor jou belangrijk zijn, dat je ook belangrijke informatie mist vanuit andere bedrijfsonderdelen.
- I11:** Ja, precies. En wat is dan voor jou de toegevoegde waarde van Focus?
- R11:** Ehm, dat je weet wat speelt in de hele organisatie.
- I12:** Op de hoogte zijn ook van meer dan alleen jouw eigen eiland?
- R12:** Ja, want anders krijg je alleen informatie vanuit verkeersleiding. Terwijl bijvoorbeeld ook samenspel voor meer treinen en alles wat er gebeurt op gebied van hybride werken, da's ook allemaal heel erg belangrijk vind ik. Je kunt niet alles blijven volgen, soms is het ook prima om gewoon een berichtje te missen. Ik bedoel, dat maakt ook niks uit.
- I13:** Want je hebt niet dat je soms iets mist wat te ver naar onder is gezakt? Dat je denkt oh, dat had ik eigenlijk wel willen lezen?
- R13:** Nee, want weet je vanuit het vitaliteitsteam en vanuit samenspel krijg ik toch wel regelmatig informatie.
- I14:** Ja, dus je vindt je informatie wel. En wat vind je dan van die hoeveelheid artikelen die nu geplaatst wordt?
- R14:** Uhm, voldoende. Ja, het hoeven er niet meer te worden.
- I15:** Nee. Het zijn er nu, drie of vier per dag...
- R15:** Ja, da's een voldoende. En weet je als jij denkt van zoals vrijdag is zo'n persconferentie en er wordt iets geroepen over corona... Ja, dan ga ik maandag wel even kijken of dat nog consequenties had voor ons als ProRail zijnde. Ja dan weet je toch wel je informatie te vinden.

- I16:** Ja, precies ja. En vind je dan de lengte en de inhoud van die artikelen ook goed en passend?
- R16:** Ja. Zeker. [Klikt op: Thuiswerken en mondkapjes in binnenruimtes] Bij corona is het vaak een herhaling. Maar ik weet ook hoeveel vragen er soms komen, dus ik denk ook wel van ja. Dan moet je ook gewoon eventjes alle informatie geven.
- I17:** Het is een lang stuk ja.
- R17:** Ja. Soms als ik tijd heb dan lees ik wel eens het commentaar wat er dan onder staat. Dat vind ik ook belangrijk dat dat kan, dat er ruimte voor is. Maar moet ik ook wel eens om lachen. Ja... ach.
- I18:** Ja, wat mensen daar allemaal wel niet onder zetten. Want zelf plaats je niets?
- R18:** Nee, wel eens berichtje naar de collega's zeg maar of een condoleancebericht daar reageer ik wel eventjes op. Als ik iets heel leuk vind klik ik wel 'vind ik leuk' aan of dat het de echt heel goed is ofzo. Maar ik zal niet snel vanuit mijn naam iets plaatsen. Ja mensen zijn wel eens heel scherp dat ik denk, nou, dat hoeft zo niet. Maar ja, soms is het ook wel goed om jezelf uit te spreken. Dus meer persoonlijk denk ik.
- I19:** Ik snap wat je bedoelt ja. En als je dan zo'n artikel leest, bijvoorbeeld over ERTMS, die heeft een hele eigen website binnen Focus maar ook daarbuiten. Zou je het fijn vinden als je wat vaker kan doorklikken naar dat soort websites?
- R19:** Ja, ik denk het wel. Om toch eventjes wat meer informatie daarvan te kunnen achterhalen ja, dat zou nog wel fijn zijn.
- I20:** Ja, want we krijgen soms terug dat niet altijd alles vindbaar is en dat ook sites verstopt zitten op gekke plekken. Via dit soort berichten kunnen die sites dan vaker gepromoot worden. Dat zou voor jou ook wel werken denk je?
- R20:** Ja ja, dat denk ik wel. Ja weet je ik heb wel eens dat ik... Accountmanagement heeft ook een uitgebreide pagina maar van accountmanagement lees ik nooit iets op Focus. Heel weinig in ieder geval. Ik weet dat altijd wel te vinden, want ik heb gewoon die links en ik gebruik de zoekfunctie best veel. Als ik denk van ik had iets moeten weten over een bepaalde aanbesteding dan zoek ik op aanbesteding en dan krijg je eigenlijk wel de meest recente artikelen of SharePoints gevonden.
- I21:** Jij, je zoekt dan echt in de sites. En een andere manier om het misschien interactiever te krijgen is bijvoorbeeld met meer video's. Zou dat voor jou werken?
- R21:** Uhm nee, ja, nee. Niet gelijk. Nee.
- I22:** Er staat bijvoorbeeld heel veel op Stream en zou het een optie zijn om links naast het nieuws drie recente video's neer te zetten.

- R22:** Nee. Daar heb ik geen... Maar dat ligt bij mij persoonlijk. Als ik video's ga kijken, dan heb ik echt tijd. Als ik gelezen heb ik ook wel tijd, maar een ander soort tijd. En ik denk dat als ik 's avonds op de bank plof en ik klik op LinkedIn of Instagram en ik zie daar van ProRail een post over een nieuw systeem, over een nieuwe innovatie of wat dan ook, dan kijk ik wel, want dan heb ik daar meer tijd voor.
- I23:** Dan is het meer ontspanning zeg maar.
- R23:** Ja.
- I24:** Want volg je die sociale media van ProRail?
- R24:** Ja. Ik vind dat die accounts best goed gebruikt worden. Ook niet altijd hoor maar ik vind het wel leuk hoe dat een beetje uitgelegd wordt.
- I25:** Ja, precies. Als er bijvoorbeeld een artikel staat over een nieuwe brug ergens, zou het dan voor jou werken als er ook een linkje staat naar de Instagrampost over die nieuwe brug? Om die verbinding meer te zoeken?
- R25:** Ja, dat kan best wel toegevoegde waarde hebben denk ik. Of de mogelijkheid om te delen. Ik weet dat sommige collega's ook wel eens iets willen delen op hun eigen account ofzo.
- I26:** Je kan een intern artikel nu niet naar buiten delen bedoel je dan?
- R26:** Nee.
- I27:** Mijn laatste vraag is wat voor jou Focus nog kan toevoegen, of waar nog verbeterpunten liggen voor de komende jaren. Wat zou focus voor jou over vijf jaar kunnen zijn?
- R27:** Ja, da's best lastig denk ik. Nou weet je waar ik wel eens naar op zoek ben, een soort database. Bij verkeersleiding loopt ik soms tegen muren aan. En bij communicatie is dat ook wel eens. En soms denk ik wel eens, er is een bepaald project en daar moet ik meer van afweten. En dan zou ik Focus wel eens als een soort van database willen gebruiken. Dan kan zoeken binnen Focus op bijvoorbeeld een nieuwe lay-out, interview en dat er dan staat voor meer informatie [naam] bijvoorbeeld. Dat je meer als een soort databases dingen archiveert en opslaat. Soms denk ik wel eens in de wondere wereld van ProRail, dan hebben we iets bedacht of dan zegt iemand daar hebben we het ooit over gehad. En dan denk ik ja, maar waar staat dat dan? En ja, daar zou misschien ook wel een soort van database ergens online voor gemaakt kunnen worden.
- I28:** Ja een voorbeeld wat ik laatst hoorde is dat als ze bijvoorbeeld Groningen een nieuwe brug bouwen en daar gaat iets mis, dan schrijven ze dat op en dan leren ze daarvan. En als Limburg vervolgens een vergelijkbare brug gaat bouwen, dan weten ze niet wat voor fouten er in Groningen gemaakt zijn. Dus die doen precies hetzelfde.

**R28:** Ja, da's precies wat ik dan eigenlijk ook bedoel. Ja, en we hebben bijvoorbeeld vanuit verkeersleiding best wel veel afstemming met terminals, met emplacementen, van derden zeg maar, met goederensporen. En ik weet dat ze dat ook in andere regio's hebben. Maar bepaalde afspraken die gemaakt zijn, die zijn nergens terug te halen. En soms denk je wel eens van we hebben een probleem in Tilburg, dat hebben ze bij Sloehaven vast ook. En dan weet ik wel wie mijn contactpersoon is. Maar degene die na mij op deze functie komt, die heeft echt geen idee want die heeft die kennis nog niet en die zou aan zo'n database echt wel heel veel kunnen hebben.

[Afsluiting, participant wil transcript graag inzien en mag benaderd worden bij vragen]

## Interview 16

Bouwadministrateur, projecten

[Introductie en toestemming opname]

- I1:** Ja mijn eerste vraag is dan of je Focus zou willen openen, en je scherm met mij wil delen.
- R1:** Ga ik doen.
- I2:** Top. Ja, misschien wil je mij eens mee erdoorheen nemen. Hoe jij Focus gebruikt, wat je ervan vindt, waar je op zou klikken, waarop niet?
- R2:** Ik moet zeggen dat ik vooral kijk naar dit deeltje [Nieuws] als ik hem open. Dat is natuurlijk ook wat je gelijk ziet. Ja, en daar kijk ik altijd wel naar de berichten en wat ik interessant vind dat lees ik even. Dus dit bekijk ik echt wel dagelijks. [Scrollt naar beneden] Laatst toevallig in een weekstart, stond hier [Uit de organisatie] een belangrijk berichtje voor iemand en dat hadden heel veel andere mensen dus ook niet gelezen. En toen dacht ik dat doe ik zelf dus ook heel weinig. Soms zie je daar natuurlijk wel berichten staan die belangrijk zijn om even te lezen. Maar toen kwam ik er dus achter dat ik daar beneden ook heel weinig kijk. Ik kijk veel meer gewoon dat begin. Alleen echt het nieuws.
- I3:** Ja en is dat dan voor jou een dagstart?
- R3:** Ja, want hij opent natuurlijk ook als je je internet opstart op Focus. En dan lees ik dit dus. Ja, inderdaad, echt een beetje een dagstart daar kijk ik het even door. Is er iets belangrijks? Iets wat ik interessant vind? Ja, dat lees ik dan ook dus echt wel. Dus dit dit begin stukje wel. Vooral het nieuws en beneden kijk ik dus eigenlijk heel weinig moet ik zeggen.
- I4:** Ja precies. En kijk je dan voornamelijk die artikelen aan de linkerkant of ook Uitgelicht?
- R4:** Nee, voornamelijk deze aan de linkerkant inderdaad. Ik scan het [Uitgelicht] waarschijnlijk wel eventjes snel, dus als er iets interessants tussen staat dan klik ik er misschien ook op maar meer aandacht hierop [Nieuws].
- I5:** Die krijgen meer aandacht. Oke. En zou je voor mij eens op alles weergeven willen klikken en dan misschien gewoon eens langs een paar artikelen lopen, waar zou je wel op klikken? Waar zou je niet op klikken?
- R5:** [Update stand van zaken migratie mailbox] Deze sowieso de migratie mailbox. Die had ik al even geopend. [Overgebleven verlof sparen met nieuwe verlofspaarregeling] De verlof spaarregeling open ik eventjes. [Gun jezelf tijd voor je gezondheid] Deze ook wel, gun jezelf tijd voor je gezondheid. [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] Maar deze dan weer minder snel, omdat... als ik denk, als ik dit lees weet ik niet precies waar het over gaat. En toen ben ik het dus niet gaan lezen.



- I6:** Want vind je het wel interessant, ook al heeft het met jouw werk weinig te maken?6
- R6:** Bij deze [Voorlopige gunning GAST-ERTMS assentellercontract] heb ik niet dat ik het interessant vind als ik het lees.
- I7:** Nee, en dat baseer je op de titel dus?
- R7:** Ja. [Eerste Circulair Inkoop Academy succesvol afgerond] Deze open ik ook niet snel. [Hoe gaat het nu in Glasgow?] Deze wel. [Storing Mailbox] Ja en dit soort zaken natuurlijk. Ja, dat open ik altijd. Storingen. Want dat is wel handig om te lezen vaak. [Ans Rietstra vanavond bij talkshow OP1] Deze zou ik ook wel open.
- I8:** Ja, ik hoor jo dus niet per se zeggen het relevant moet zijn voor je werk? Het is gewoon wat je interessant vindt?
- R8:** Ja, ja inderdaad. Dat hoeft niet per se inderdaad nee.
- I9:** En wat is dan voor jou de toegevoegde waarde van Focus?
- R9:** Uhm, toch wel een beetje op de hoogte blijven van bepaalde dingen die spelen. Dus de storingen, dat soort zaken. Maar ook interessante weetjes, interessante nieuwtjes vanuit het werk een beetje.
- I10:** Ja dus het is moet voornamelijk leuk zijn. Zie je het ook als ontspanning als je op Focus kijkt?
- R10:** Ja eigenlijk wel. Het is een beetje alsof je de Telegraaf leest misschien. Zo zie ik het een beetje. Even een nieuwsbericht lezen en weer door zeg maar.
- I11:** Ja. En wat vind je dan van die verschillende onderwerpen naast elkaar? De samenstelling?
- R11:** Uhm, ja, prima, denk ik. Nee, ik heb er nooit iets van gedacht, dus dan denk ik dat ik het prima vind.
- I12:** Nooit gedacht, waarom staat dit hier?
- R12:** Nee, nee.
- I13:** En is dan bijvoorbeeld het verschil tussen de nieuwsartikelen en wat we op Uitgelicht zetten voor jou helder?
- R13:** Nee, dat zou ik dus niet weten. Het verschil daartussen. Nee, echt niet nee.
- I14:** Nee en je zegt dan: ik bekijk wel voornamelijk die nieuwsartikelen. Die hebben dan voor jou toch wat meer...
- R14:** Maar ja, dat is ook natuurlijk door de lay-out. Het springt naar voren. Het is makkelijk om te zien. Een plaatje erbij. Het is simpel ofzo en daar valt je oog op. Want ik ga niet de hele

site doorkijken. Want ja, het is inderdaad even je dagstart, even kort en dan ga je aan het werk, dus dan bekijk je toch eerder het opvallende.

**I15:** Ja, precies die check jij even en als het leuk is klik je het aan.

**R15:** Ja. Ja.

**I16:** En zijn er dan onderwerpen waarvan je zegt nou, dat zou ik dus echt nooit lezen. En die lees ik altijd? Je noemde al vitaliteit...

**R16:** Wat ik eigenlijk altijd lees is dit soort zaken. [Update stand van zaken migratie mailbox] Een migratie mailbox. Dat een programma veranderd wordt, dat soort dingen, dat lees ik altijd wel. Maar dat kan natuurlijk gewoon van belang zijn. Wat ik niet lees... Ja wat ik net al zei, dat ik niet per se weet waar het over gaat. Dat lees ik vaak ook niet.

**I17:** Nee, nee. En dan bijvoorbeeld een brug ergens in Limburg, dat soort artikelen?

**R17:** Dat lees ik eigenlijk niet. Nee, behalve als ik denk, raakt dit ons project of heb ik hier iets mee te maken? Dan lees ik hem echt pas.

**I18:** En vind je dan dit Focus voor bijvoorbeeld managementcommunicatie over bijvoorbeeld de ExCo, lees je die stukken?

**R18:** Ja, op zich zou ik het best handig vinden als die ook hier even in langskomen. Ja, eigenlijk wel, ik vind ook dat het er wel een beetje op hoort inderdaad. Op zo'n Focus.

**I19:** Ja. En je noemde al de titel, geven die je over het algemeen voor jou wel een goed beeld van de inhoud van het artikel?

**R19:** Ja, over het algemeen wel ja.

**I20:** Ja, en vind je de kwaliteit van die artikelen ook goed?

**R20:** Ja, ja, dat wat ik lees vind ik altijd wel goed omschreven, niet te lang. Dat vind ik ook wel fijn. Dus ja, het leest altijd wel prima.

**I21:** En zou het dan bijvoorbeeld voor jou werken als je zegt, ik zou wat meer door willen klikken? Dat je bijvoorbeeld nog naar achtergrondpagina's in Focus door kan klikken.

**R21:** Ja, dat zou ik super vinden. Inderdaad, want als je dan iets interessant vindt, dan kan je altijd nog even erop doorgaan. Dus ja, dat zou ik wel slim vinden.

**I22:** Ja precies. En als ze meer video's zouden plaatsen, zou dat voor jou werken?

**R22:** Uhm, ben ik iets minder van, want dat doe ik minder snel. Dan moet ik echt even de tijd hebben en vaak denk je dan toch ik ga wel weer verder aan het werk. Een video doe ik minder snel.

**I23:** Omdat je dan uh moeilijker kan zien, wat staat erin en hoelang duurt het?

- R23:** Ja. Ik heb het gevoel dat ik dan veel tijd kwijt ben inderdaad. Terwijl dat niet per se zo hoeft te zijn. Maar dat gevoel heb ik al snel, waardoor ik het al niet aanklik.
- I24:** Ja misschien omdat je direct ziet, die video duurt 3 minuten. Dus dat kost mij 3 minuten.
- R24:** Ja dan ben je je bewuster van dan ben ik 3 minuten naar een scherm aan het kijken. Ja, ik weet niet, je doet het minder snel.
- I25:** Ja, ik snap wel wat je bedoelt. En zijn er dan dingen waarvan jij zegt, dit zou voor mij echt nog beter kunnen aan Focus. Dit zou echt nog toegevoegd kunnen?
- R25:** Nou ik denk vooral de lay-out. Nu trekt vooral het nieuws de aandacht. En of dat nou per se handig is, dat vraag ik me dus af. Maar omdat je dus misschien wel belangrijke zaken hier mist van Uitgelicht of Uit de organisatie.
- I26:** Ja, zou je dan een belangrijk bericht bijvoorbeeld langer bovenaan willen hebben staan? Of dat je daar op één of andere manier meer...
- R26:** Ja, ik zou dat zeker inderdaad, bijvoorbeeld een migratie mailbox laten staan. Langer laten staan zodat iedereen het ook leest. Want ik lees het dan misschien 's morgens. Maar het kan natuurlijk ook dat een collega het alleen 's middags, eind van de dag leest. Ja, misschien staat er dan alweer wat anders tussen.
- I27:** Ja, dan is het weggezaakt. Want vind je de hoeveelheid artikelen die nu per dag of per week geplaatst wordt, werkt dat voor jou?
- R27:** Weet ik niet zo heel goed. Want ik moet zeggen dat ik dus vooral hier [Nieuws] kijk en weinig op 'alles weergeven' klik. Ja dus ik weet waarschijnlijk niet eens hoeveel er geplaatst wordt.
- I28:** Nee, want als jij een dag druk bent of je hebt een dag vrij, kijk je dan terug?
- R28:** Nee, nee. Ik bekijk echt alleen wat hier staat [Nieuws].
- I29:** Ja. Die 'alles weergeven' knop gebruik je dan niet om nog eens te wat je nog niet hebt gelezen?
- R29:** Nee, eigenlijk niet.
- I30:** Heb je dan wel eens het gevoel dat je iets gemist hebt? Dat je denkt dat had ik willen lezen?
- R30:** Ja op zich wel, want laatst hadden we dus ook in een weekstart dat iemand zei oh, maar dat heeft wel op Focus gestaan. En toen dacht ik ja, dat heb ik dus gemist.
- I31:** Ja maar goed, dan hoor je het via die weekstart.

- R31:** Ja, dan horen we het op zo'n moment inderdaad. Dus op zich komt het altijd wel goed. Je hoort het heus wel. En de echt belangrijke zaken komen natuurlijk eigenlijk ook altijd via de mail ook wel. Maar ja.
- I32:** Ja, precies. En de lengte van de artikelen, hoe is die voor jou nu? Want je zegt een video kost me te veel tijd...
- R32:** Ja, ik vind de lengte van de berichten altijd wel goed. Ja, ze zijn nooit, tenminste van wat ik heb gelezen, nooit heel lang. En dat vind ik fijn.
- I33:** Ja, kort en bondig. En dan haal jij de kern er voor jou makkelijk uit?
- R33:** Ja.
- I34:** En gebruik jij naast. Focus ook nog de sociale media ProRail?
- R34:** Weinig. Ja, ik volg ze op LinkedIn. Dat soort zaken maar ik kijk er weinig op.
- I35:** Ja, want zou het voor jou werken als er bijvoorbeeld bij een stukje over een brug ergens ook een linkje naar de Instagram van ProRail zou staan, waarbij je wat toffe foto's kan zien?
- R35:** Ja, ja, dat zou ik best leuk vinden, jazeker.
- I36:** Toch wat meer die verbinding daartussen?
- R36:** Ja, daar zou ik wel even op doorklikken inderdaad ja.
- I37:** Ja, precies, ja, helder.

[Afsluiting, participant hoeft transcript niet in te zien, mag benaderd worden bij vragen]

## Bijlage 6: Transcript focusgroep corporate communicatieadviseurs

I = Interviewer

A, B, C, D = De vier respondenten

[Uitleg onderzoek en toestemming voor opname]

- M1:** Ik zou willen beginnen met de vraag, wat willen we op dit moment, of wat wil ProRail op dit moment bereiken met Focus? Wanneer zet je iets op Focus, wat hoop je dan te bereiken?
- A2:** Ik denk zelf dat als het voldoet aan een aantal criteria dat dan geplaatst kan worden op Focus. A is natuurlijk nieuwswaarde. B. Heeft het ook te maken met, is het bijvoorbeeld werk gerelateerd? Ik merkt zelf bijvoorbeeld, ik ben in oktober begonnen bij ProRail, dat Focus mij heel veel mogelijkheden geeft om mij snel te oriënteren over zaken in de organisatie. Ja dus het hoeft niet actueel te zijn, maar het kan ook iets zijn wat bijdraagt aan een beter besef van de organisatie. Dus het zijn verschillende criteria die een rol spelen en als het voldoet aan één of twee dan is het Focuswaardig. Volgens mij. Zo kijk ik naar Focus. Het is actueel soms, het is niet altijd relevant voor jou, maar wel voor sommige andere groepen. En het geeft een goed inzicht in de organisatie. Ja en je kunt er uithalen wat je zelf wil. Ik vind het tot nu toe wel een heel fijn intranet moet ik zeggen.
- M3:** Ja, ja zeker, ik zag toevallig vanmorgen een voorbeeld voorbijkomen van een stukje over een bijzondere verrassing voor meneer Van Rooijen, een video vanuit de publiekscommunicatie. En daarbij dacht ik, is dat een Focusartikel of niet?
- B4:** Ja, precies. Nou wat ik bij dat artikel dacht is van goh, dat hebben we zelf gemaakt. En dus plaatsen we het op Focus. Zoiets. Maar inderdaad, is het nieuwswaardig? Het is leuk. Maar ik had dezelfde gedachte als jij van is dit echt voor Focus? Ik weet het niet.
- C5:** Wat mij opvalt is dat Focus veel meer is dan alleen een nieuwspagina. Wij zijn twee jaar geleden echt begonnen met zo'n themapagina 'duurzaamheid'. Ja, die heeft in die zin ook weer een heel ander doel natuurlijk. Maar voor mij is Focus veel meer dan alleen de homepage. Dat wilde ik nog even benadrukken en de homepage vind ik inderdaad precies wat we net ook al zeiden, daar vraag ik me soms wel af van wat zijn nu eigenlijk de criteria er voor een bericht op de homepage. Het is voor iedereen relevant, het is nieuws, een aantal dingen is misschien best duidelijk. Maar zo duidelijk zijn die criteria voor mij ook niet.
- M6:** Die grens is best lastig.
- C7:** Inderdaad, wat wel kan of niet kan...

- B8:** Nee, precies.
- M9:** Vanuit de organisatie krijgen we wel eens terug dat het lastig is om iets op Focus te krijgen. Ze zijn streng bij communicatie. Ja, en dan merk je dat er ook wel eens dingen op staan waarvan ik denk dat vinden wij als communicatie leuk.
- B10:** Ja, dat ben ik helemaal met je eens. Want in principe wordt de hoofdpagina gezien als de voorpagina van een krant. Dat moet het aller nieuwswaardigst zijn, zeg maar. En wat mij opvalt inderdaad, soms zijn er dingen die wij dan interessant of leuk vinden, waar wij heel enthousiast over zijn als communicatie. Die worden dan makkelijk geplaatst, waardoor het voor de buitenwereld oftewel de rest van ProRail soms niet altijd even duidelijk is van wat nou de criteria zijn.
- M11:** En wanneer is iets dan voor Uitgelicht en wanneer voor Focusnieuws? Het verschil daartussen kon eigenlijk niemand van mijn 16 geïnterviewden mij vertellen.
- B12:** Dat gevoel heb ik wel dat ik dat duidelijk heb.
- M13:** Wil je dat eens verwoorden?
- B14:** Wanneer ik Uitgelicht gebruik voor bijvoorbeeld stations of zo, is als het bijvoorbeeld interessant is om te lezen, meer achtergrond is en wat langer is ook. Bijvoorbeeld iets over de cao-onderhandelingen. Of stations. Binnenkort plaatst ik een interview tussen twee directeuren van stations. Dank denk ik, dat meer leuk om te lezen, wat langere verhalen, wat meer achtergrond en mag wat langer blijven staan. Dat is waarvoor ik het gebruik in mijn werk.
- C15:** Klopt. En je kan ook wel naar externe sites linken hé. Dat kan ook, dus dat laat ik ook heel vaak doen vanuit duurzaamheid althans. En soms is een onderwerp echt wel relevant voor intern ProRailbreed maar dan heb ik het ook op de website extern gebracht. En als ik dan niet een andere invalshoek heb, zeg maar voor intern dan is de redactie je ook altijd wel streng in de zin van oké, is het precies hetzelfde als het bericht op de site? Dan moet het bij Uitgelicht en gaan we dat niet precies herhalen op Focus. Dat zijn in ieder geval wel criteria voor Uitgelicht die ik mee heb gekregen. Maar even nog doorpratend op de nieuwsberichten, ik merk zelf ook wel dat er soms heel veel berichten zijn. Ik krijg de laatste tijd ook steeds het gevoel van een overkill aan informatie waarbij er soms wel drie of vier berichten op een dag gepubliceerd worden. Soms heb je een onderwerp wat je zelf hebt aangedragen wat je relevant vindt voor intern ProRailbreed, en dan zie je het soms echt razendsnel wegzakken.
- B16:** Ja de doorloop is echt enorm soms ja. Terwijl als je overleden bent dan...
- C17:** Ja soms ook weer niet inderdaad. Dan blijft het heel lang staan.

- B18:** Daar heb je zo weinig aan als je zelf overleden bent.
- D29:** Ik heb wel eens meegemaakt dat ze vijf minuten na elkaar geplaatst worden. Dan denk ik dat zou je eigenlijk moeten voorkomen.
- B20:** Dan zakt het gewoon te snel ja precies.
- M21:** Er zit natuurlijk een soort maximum aan van vier berichten dus als het goed is blijft alles in elk geval die dag nog staan.
- D22:** Ja, maar als niet alles tegelijk wordt aangeleverd, dan zit je soms met een file om 3 uur ofzo.
- B23:** Ik krijg daar ook wel commentaar op, vooral bij onderwerpen als integriteit. Dan wil je toch dat mensen dat wat langer tot zich nemen of dat wat meer mensen dat tot zich nemen, en dan is het soms al na 3 of 4 uur weg of zo. Ja, weet je, dan mist het z'n doel. Ik heb wel geprobeerd om dat aan te kaarten maar dat is een beetje onbespreekbaar tot nu toe in elk geval.
- M24:** Ik hoor ook wel eens dat mensen zeggen, het linker artikel is natuurlijk groter, dat is de eerste en dat is bij ons chronologisch, maar dat mensen dat interpreteren als: die is groter en dus belangrijker.
- C25:** Ja.
- A26:** Ja, ja.
- M27:** Is dat iets waarvan we zeggen nou daar kunnen we over nadenken, dat we die belangrijker maken en wellicht langer laten staan bijvoorbeeld als iemand overleden is, als het iets is wat echt iedereen aangaat. Of vinden juist die chronologie belangrijk?
- C28:** Dat laatste dat gebeurt volgens mij al wel hoor. Dat zie je ook wel bij overlijdensberichten, daar maken ze een uitzondering voor. Die blijven echt een dag lang bovenaan staan.
- C29:** Ja, daar kunnen ze in schuiven?
- B30:** Nouja dan blijft hij gewoon staan.
- C31:** Ja, precies. Dus dan komen er geen nieuwe berichten bij.
- D32:** Dus het is wel steeds, de grote is de laatste.
- B33:** Ja want we willen ook geen precedentes scheppen zeg maar. Dat is wat mij de laatste keer is verteld. Dus gelijke monniken, gelijke kappen, iedereen zakt even snel naar beneden.

- D34:** Dat vind ik ook wel een soort van logica. Eerlijk gezegd.
- B35:** Dat klopt want anders zou je moeten zeggen wie bepaalt dat dan? Want dat is het lastige, het een is niet belangrijker dan het andere... Wat je niet wil is dat iemand daar invloed op kan uitoefenen.
- A36:** Dat zakken is inderdaad heel vervelend. Maar ik heb wel eens gezien dat dan bijvoorbeeld links van de pagina gewoon de weggezakte artikelen, dat je die nog heel makkelijk kunt ophalen. Dat je bijvoorbeeld ziet, Piet overleden, integriteitsregels aangescherpt of weet ik wat. Terwijl ze al onderwater zitten op je scherm kan je ze dan links heel makkelijk nog zien. Dat je kan wat je hebt gemist als je later op Focus komt. Dat je daarin geholpen wordt om eventueel een oud artikel toch tot je te nemen op die manier.
- D37:** Wat we in dat licht wel hebben, het kan zijn dat je hem gemist hebt, maar we vijf tips voor SharePoint onder Uitgelicht gezet met onder andere dat je je kan abonneren op de homepage en dan krijg je op gezette tijden een overzicht van wat je gemist hebt. Daar kunnen we misschien ook mensen op attenderen. Dat zou daarbij kunnen helpen.
- A38:** Ja nou ja, zoiets helpt daar natuurlijk bij. Bij NU.nl heb je ook zo'n button dat je kan aanklikken op elk onderwerp wat jij belangrijk vindt bijvoorbeeld.
- D39:** Ja kunnen wij dan weer niet.
- A40:** Nee maar je hebt technische mogelijkheden om dat snelle wegzakken toch een beetje te voorkomen.
- D41:** Ja, sommige mensen klikken ook echt wel op 'alles weergeven' en zoeken terug. Sommigen zijn heel streng voor zichzelf daarin dat ze in elk geval elke titel gelezen willen hebben. En sommigen lezen niets en af en toe zien ze iets wat opvalt. En dan klikken ze erop.
- B42:** Ja dat heb ik heel erg, dat ik heel streng ben voor mezelf en alles gelezen wil hebben.
- C43:** Ja? Nou ik moet dus bekennen...
- D44:** Ik lees bijna niets zelf.
- C45:** Dat is ook wel inherent aan dat er zoveel artikelen verschijnen. Dan devalueert ook wel de waarde ervan ofzo. Op een gegeven moment denk je, het zal wel. En het aantal kijkers van een artikel, dat wil ik ook niet zeggen dat men het gelezen heeft toch?
- A46:** Nee klopt.
- C47:** Dat geeft alleen weer of het geopend is denk ik?



- M48:** Ja, en dat verschilt ook nog wel met het aantal mensen, want je kan het wel zien hoeveel unieke personen een artikel hebben geopend. Vooral bij HR-achtige artikelen zie je mensen vaker terugkomen bij het artikel.
- C49:** Ja dus soms denk ik ook wel eens, zeker vanuit inhoud, ik kijk vooral natuurlijk naar duurzaamheid, mijn eigen thema, maar dan valt mij ook wel eens op dat je eigenlijk helemaal niet zoveel collega's bereikt. en als het dan gaat over iets van de cao of over weet ik veel wat, ja dan gaat het sky high.
- B50:** Maar is ook logisch natuurlijk. Dat is ook iets wat...
- C51:** Ja is ook wel zo, maar soms denk ik ook wel eens van ja, als je dat dan eigenlijk van tevoren al weet... Nouja goed, je bereikt nog steeds wel een paar honderd mensen. Ja, maar dat brengt mij ook wel bij het feit, ik heb vorig jaar een enorme lobby moeten doen. Vorig jaar hebben wij die pagina van duurzaamheid echt nieuw leven ingeblazen en dat wilden we een platform geven met veel interactie en inspirerende artikelen. Duurzaamheid is één van de pijlers van onze strategie. Maar vorig jaar nog was die subpagina van duurzaamheid, die was bijna niet te vinden op Focus. Toen heb ik echt bijna hemel en aarde moeten bewegen, bij wijze van spreken. Omdat ik dan de ingang wist en omdat men zag dat we dus heel veel effort erin staken en dat het heel actueel was en heel veel nieuwe berichten... Nou, toen heb ik voor elkaar gekregen dat die bovenaan is gekomen bij actuele onderwerpen. Maar als je nu ook kijkt, daar zie je eigenlijk alleen maar corona, hybride werken en dat soort dingen. Terwijl ik soms ook denk ja... Als je vanuit de strategie van waar staat ProRail voor aan de lat denkt, wat zijn strategisch gezien belangrijke onderwerpen? Ja, dan moet je echt op zoek naar waar je dat dan kan vinden.
- D52:** Ja, daar zijn we nu wel mee bezig ook. Om de strategiepagina nieuw leven in te blazen. En ergens zegt men ook van kom maar op. Hoe wil je het wel hebben? En dat is soms toch ook best lastig dat je denkt, moeten we dan nu vitaliteit eraf halen ofzo?
- C53:** Dan hangt het bijna af van het lobbywerk van enthousiaste collega's. Je zou daar hoog over een visie op willen hebben toch?
- D54:** Nou precies. En daar hopen we de eerste stappen voor te zetten. Als we vanuit de communicatie op een gegeven moment zeggen wij zien het zo en zo en er moet een sitemanager komen... kijk ProRail.nl daar zit iemand bovenop. Dat is zijn ding zagezegd. Dat hebben we voor Focus niet. En de redactie zegt van ja dat kan moeilijk vanuit ons komen. Dus eigenlijk wordt er een beetje naar mij of naar ons gekeken.
- C55:** Ja, dat zou ik wel een hele goede vinden hoor om meer vanuit strategie te communiceren. Wat vinden we belangrijke onderwerpen, wat moet echt bovenaan staan versus dat het afhangt van enthousiaste collega's.

- B56:** Focus is een intern communicatiemiddel dus het is eigenlijk het middel van het team interne communicatie. Dan zou het mooi zijn als er inderdaad een visie op ontwikkeld werd.
- M57:** Daar hadden we het van de week ook over toch dat we zeiden van eigenlijk moeten we meer communiceren vanuit de thema's en doelen ProRail. Dat geldt natuurlijk ook voor Focus. Dat de artikelen daar ook aan worden opgehangen.
- C58:** Precies. Dat je het koppelt aan de thema's en de strategie. En daarnaast heb je natuurlijk de, nou noem eens wat... cao-berichten.
- B59:** De basis op orde.
- C60:** Ja, de HR-achtige onderwerpen die iedereen ook wel wil weten en waar iedereen over geïnformeerd moet worden, maar vanuit inhoud, strategie, wat speelt er, dat je daar veel meer focus op hebt.
- D61:** Zouden wij daar, vanuit het team corporate adviseurs, wij leveren belangrijke informatie of input voor Focus. Zouden wij daar onderling iets dichter tegen elkaar kunnen kruipen om te kijken wat er op Focus moet en wat we hebben? Zonder te zeggen er moet één keer duurzaamheid en één keer mobiliteit.
- B62:** Ja ik zit te denken, we hebben het hier van de week ook al een beetje in het teamoverleg over gehad, dat we veel meer gezamenlijk moeten kijken van wat is nou belangrijk, prioriteren, ik denk dat we deze daarbij kunnen pakken.
- D63:** Maar hoe doen we dat? Wat ik zie ook dat iedereen met zijn eigen kokertje bezig is. Bewust of onbewust.
- B64:** Daar moeten we denk het teamoverleg ook voor gebruiken.
- D65:** En zou je dan een vorm weten hoe?
- B66:** Waar we dan vanaf moeten, want dat kost heel veel tijd, van goh waar ben je mee bezig en wat is er gelukt, wat is mislukt. En dan zouden we er eens mee moeten gaan oefenen. Een eerste keer gewoon dit op tafel gooien. We willen er visie op ontwikkelen en eens kijken... Misschien moet je de eerste keer wel even brainstormen van hoe kunnen we dat het beste doen? En dan dus niet meer over wat is er vorige week gebeurd.
- D67:** Nee, dat is eigenlijk heel interessant, maar tegelijkertijd ook zonde van de tijd want het verbindt niet.
- B68:** Nee het verbindt juist niet zou ik zeggen. Terwijl dit als onderwerp zou je wel kunnen agenderen en dan kunnen we daar over sparren van hoe kun je dit nou het beste doen.

- D69:** En kunnen we dan dus zeggen van hoe kunnen we berichtgeving op Focus gestructureerder laten zijn? Dat we even alleen Focus pakken.
- B70:** Ja pak maar alleen Focus. Dat zou ik voor nu doen, zeker ook met dit onderzoek in het achterhoofd.
- C71:** Het lijkt mij goed om binnen corporate advies te beginnen. En tegelijkertijd zou dan de volgende stap misschien toch ook kunnen zijn dat we in het maandoverleg en in het weekoverleg ook juist Focus en interne communicatie uitlichten. Die overleggen zijn ook wel bedoeld om af te stemmen. Maar ja, in alle eerlijkheid blijft het toch ook nog veel te vaak hangen in lopen de projecten door, klopt het allemaal dan is het prima.
- D72:** Als het niet te veel is, dan is het oké.
- C73:** Het mag allemaal. En er wordt niet per kanaal gekeken van wat hebben we allemaal in die week? Is dit echt wel relevant of niet?
- B74:** Er zit geen samenhang in en wat je dan bijvoorbeeld soms krijgt, bijvoorbeeld de management mail van vorige week, er speelde heel veel op het gebied van verkeersleiding. Zou dat dan niet een moment zijn om te zeggen we gebruiken al die middelen even voor wat er nu speelt op het gebied van verkeersleiding? Ik heb het geprobeerd, maar ik heb het niet voor elkaar gekregen. Ik had meegedraaid met de crisis op vrijdagavond, dus ik zei ik vind dat er intern ook iets moet gebeuren. De hele buitenwereld valt over ons heen, maar intern deden we niks. We deden gewoon niks. Parallel daarmee zouden we kunnen zeggen dat je die managementmail dan ook meetrekt en dat je dus intern zorgt dat je al je mensen informeert over wat er allemaal speelt en dat je de managementmail dan meepakt. Focus en de managementmail moet ook niet al te veel lucht tussen zitten. En als er in de buitenwereld iets heel erg belangrijks speelt, eigenlijk speelt het intern, maar de buitenwereld viel over ons heen, dan kan je die middelen ook gebruiken om mensen te informeren en mee te nemen. Het was nu wel heel gek namelijk.
- D74:** Ja terwijl er wel een uitgebreid op Focus stond, maar dat was misschien enkel een reactie op het AD-artikel.
- B76:** Ja precies.
- A77:** Ja een reactie van de directie inderdaad.
- B78:** Ja, en dit is geen aanval op iemand, laat dat helder zijn. Maar het is meer een voorbeeld van hoe we die middelen parallel moeten trekken en hoe we moeten prioriteren. Eigenlijk moeten we er met z'n allen boven hangen, naar beneden kijken en zeggen hé jongens, nu speelt dit allemaal, dus laat daar ook Focus enzovoort op inrichten. Dat is wat ik bedoel.

- D79:** Ik denk dat beide middelen dan op een gegeven moment een soort van eindredactie of overkoepelende view moet hebben en dat je de productie bij de redactie kan laten. Daar moeten we ook met de managementmail naartoe. Nu ben je als eigenaar aan het reageren op wat eraan komt. Draai hem om, dan ben je verantwoordelijk voor wat er gecommuniceerd wordt.
- B80:** Dan ben je enkel verantwoordelijk voor wat er inhoudelijk in komt.
- D81:** Maar er moeten wel mensen aanleveren anders moet je zelf op jacht en daar moeten we van af.
- B82:** Dat snap ik. Maar wat je wat wil is dat die middelen met elkaar in overeenstemming zijn en dat er een prioriteit is. Dat we niet schrijven over een of andere sluiting van een ICT-middel terwijl ondertussen onze CEO onder vuur ligt.
- D83:** Ik zie zo de homepage voor me, dan zou je misschien ook wat meer verschillende niveaus of willen. We hebben wel nieuws uit de organisatie, maar dat zijn echt onderliggende pagina's. Maar je zou eigenlijk corporate of strategische dingen los willen van een aantal ja, huis-, tuin- en keukenberichten die je ook wel nog steeds wil delen.
- M84:** Dat je dat onderscheid maakt ja.
- D85:** Uit het onderzoek komt ook wel dat mensen toch, hoe onbelangrijk het misschien soms ook kan zijn, die hele huis-, tuin- en keukendingen, mijn systeem werkt niet, mijn mail ligt eruit, of de panden zijn gesloten, daar zou je bijna een stafhoekje van kunnen maken.
- C86:** Ja we refereerden net ook aan een krant, die heeft een homepage maar ook een heleboel onderliggende artikelen die ook wel degelijk soms heel relevant of interessant voor je zijn.
- D87:** In tijden van Corona zijn we ooit begonnen met twee kolommen op de homepage.
- B88:** Ja dat zouden we nu ook met VL kunnen doen.
- C89:** Dat je daar flexibeler mee omgaat. Inderdaad, juist als zoiets in de buitenwereld speelt. En even iets anders, wat mij ook wel triggert is dat we juist toen we het nieuwe Focus hebben gekregen een paar jaar geleden, de interactie. Er zijn wel mogelijkheden om te kunnen reageren maar ik vind dat we daar altijd nog te weinig mee doen. Wie volgt dat eigenlijk? Weet je wel, wie monitort wat daar gezegd wordt? Doet onze redactie dat dan ook wel?
- B90:** Dat doet ieder voor zijn eigen onderwerp heb ik het idee.
- C91:** Nouja dat vind ik niet altijd duidelijk. De één doet het wel, de ander doet het niet...

- A92:** Ik las iets, en dat ging over communicatie, een benoeming. En er stond een quote bij en toen was er een reactie onder van een collega. En toen dacht ik inderdaad zou dat opgepakt worden? Iemand zei: als ik de namen van de afdeling lees bij communicatie, dan krijg ik daar helemaal geen concreet beeld bij. Hij gaf ons eigenlijk de opdracht, kijk eens naar de naam die je bent en hoe je dat uitstraalt. Het ging ook over iets van het verschil tussen publieksvoorlichting en publiekscommunicatie... Ik had toen ook de vraag van is dat echt aan ons gericht als afdeling? Wie pakt het op? Het is goed om je af te vragen wie zoiets monitort.
- C93:** Ja, er wordt echt niet altijd geantwoord. Maar je hebt natuurlijk ook best wel dat mensen kritische opmerkingen plaatsen. Ja, maar dan vraag ik mij ook wel eens of we daar iets mee moeten.
- A94:** Nou ja, kijk als het iets aan communicatie was dan zou het echt een doodzonde zijn als niemand dat oppakt. Bij KLM heb je bijvoorbeeld web care-team van 60 man geloof ik. Iedereen die iets twittert of op Instagram iets zet krijgt dan een reactie. Eigenlijk is het ook een doodzonde als je op het gebied van interne communicatie, als iemand een opmerking maakt die eigenlijk een vraag is, dat je daar niet op reageert. Dus ik vind dat wel een goeie opmerking en echt een actiepoint, wat doe je nu met die opmerkingen.
- C95:** Ja en daarachter heb je nog weer Yammer. Daar is wel veel interactie. Maar wie leest dat? Is er iemand die al die berichten monitort? Dat kan echt wel heel interessant zijn om te weten wat er in de organisatie speelt.
- B96:** Dat lees ik nou wel altijd ja, omdat ik dat gewoon heel erg leuk vind.
- D97:** Daar kunnen we ook gebruik van maken. Er zijn ook een aantal discussiegroepen. Bijvoorbeeld diversiteit heeft zo'n club. Het is best een communicatiemiddel.
- B98:** Ja integriteit heeft altijd een derde dinsdag van de maand dilemma. Dat zijn best wel hele interessante dingen die je ook informatie geven.
- D99:** Ik vind het mooi dat we zeggen, als team kunnen we dit gebruiken om daar gewoon eens écht mee te starten.
- C100:** Ja zodat we het echt strategischer kunnen gaan inzetten. Dat het niet een vergaarbak wordt van allerlei berichten en dingetjes door elkaar, wat het eigenlijk nu toch wel is.
- D101:** Waar we ook naar gaan kijken, en dat moeten we volgens mij niet zelf doen, dat we wel moeten kijken voor heel ProRail, willen we de indeling iets praktischer maken? En wie kan dat dan doen? Nu is het een vergaarbak. Je mag een nieuwe site beginnen en je gooit er wat op. Er moet ook een opschoonactie komen voor alle sites die niet meer gebruikt

worden. En ik weet niet of dat bij ons ligt als uitvoering, maar het is wel iets wat de interne communicatie kan verbeteren.

- C102:** En in dat kader heb ik ook toch nog wel een punt. Duurzaamheid is zo'n belangrijk, strategisch thema dat we er dus ook een onderliggende themapagina van hebben gemaakt. Maar vervolgens wordt dat verder helemaal niet gefaciliteerd door het contentteam bijvoorbeeld. En dat vind ik soms heel jammer. Dan ben ik maar afhankelijk van een aantal enthousiaste, duurzame collega's die als het ware een beetje aan het hobbyen slaan op de duurzaamheidspagina. Terwijl ik denk, voor bepaalde thema's zou ik toch wel willen pleiten dat we dat ook goed faciliteren vanuit een redacteur of iemand die daar echt tijd voor heeft.
- D103:** Ja dat hoort in ons jaarplan. Als wij vinden dat daar heel veel impact mee gemaakt wordt, dan kunnen we kijken of we daar mensen op kunnen zetten.
- B104:** Dat gaat hand in hand inderdaad.
- M105:** Ik heb nog iets wat ik aan jullie wil voorleggen. Laatst zag ik een artikel met heel graag iemand naam erboven, in plaats Focus Redactie. Bijna alle artikelen die we nu plaatsten zijn eigenaar van Focus Redactie. Is het dan niet een optie dat we daar een naam, een contactpersoon van het artikel bij zetten? Of willen we dat niet?
- C106:** Ik vind het een hele boeiende. In het verleden ging dat nog best wel door elkaar heen. Laat ik het zo zeggen. In het verleden was het veel gebruikelijker dat als het vrij duidelijk was van wie zo'n artikel kwam, en dat was vaak wel een communicatieadviseur, maar dan stond er echt een naam bij. En op een gegeven moment is dat beleid inderdaad omgeslagen. Er is eigenlijk helemaal geen beleid, dat het is het hele punt. En soms zie je dat er wel heel bewust onderaan wordt gezegd van, wil je meer weten of heb je vragen? En dan staat er in een artikel een naam en een e-mailadres bijvoorbeeld. Maar ja, daar wat meer duidelijke richtlijnen of kaders voor meegeven lijkt mij heel goed. En ik denk wel dat het voor collega's inderdaad fijn is als je weet bij wie je terecht kan.
- M107:** Het geeft ook context. Waar komt een bericht vandaan? Ik ben vrij nieuw, maar ik kan altijd plaatsen waar een stuk vandaan komt. In welke context moet ik dat lezen? Als er een naam of afdeling bij staat dan geeft dat context.
- C108:** En daarom zou ik denk ik zeggen dat er misschien standaard onderaan een naam moet staan. Wil je meer weten, dat er dan altijd een naam van een collega staat. En dan zou ik dat niet per se bovenaan doen want dat suggereert dat dat dat iemand is vanuit de redactie. Maar je zou misschien onderaan elk artikel kunnen afsluiten van wil je meer over dit onderwerp weten. Dit is je contactpersoon.

**A109:** Ja dat is ook wel heel gebruikelijk. Wat veel andere organisatie ook doen is een call to action in de artikelen. Dat je erin zet, wil je meer weten hierover, klik dan hier, dat je altijd mensen stimuleert om er nog iets mee te doen. Op die manier verhoog je die interactiviteit. Ik zou ook zeker zeggen, laten we hier even goed over nadenken hoe we dat dan in de toekomst willen regelen. Dat zou best een verbeterpunt kunnen zijn.

**M110:** Als mensen dan informatie terugzoeken kunnen ze ook via de artikelen bij een collega uitkomen die meer over een onderwerp weet.

**C111:** En het valt mij ook op dat maar heel weinig mensen artikelen liken. Dan heeft een artikel 2000 weergaven en dan zijn er 10 likes...

**M112:** Ja dat zijn er altijd erg weinig inderdaad.

**D113:** Ik denk dat het sowieso goed is als we het even allemaal op tafel leggen wat er zou kunnen gebeuren en dan een tijdlijn maken. Want mijn behoefte is wel om kleine stapjes te maken. Niet zozeer dat we niet hard willen, maar wel dat we het ook gaan doen en niet mooie ideeën hebben waar we vervolgens niets mee doen.

**A114:** Nee precies.

**D115:** Het laaghangend fruit.

**A116:** Het lijkt mij heel erg leuk om te kijken hoe we met kleine stapjes inderdaad, niet te ambitieus, bepaalde zaken kunnen doen die makkelijk te verwezenlijken zijn en die wel zorgen voor interactiviteit op Focus.

[Dank en afsluiting, bij vragen mogen de participanten worden benaderd]

## Bijlage 7: Interviewschema contentteam

Hoofdtopic	Vraag
Introductie	<p>Welkom en dank voor de medewerking. Uitleg onderzoek en doel van het interview.</p> <p>Mag ik dit interview opnemen voor verwerking?</p> <p>Interview is anoniem. Enkel afdeling wordt genoteerd. Informatie wordt gebruikt voor onderzoek.</p>
Werkwijze en doelen contentteam	Wat is de rol van het contentteam bij Focus?
	Wat wil het contentteam met Focus bereiken?
	Zijn er richtlijnen voor een artikel op Focus Nieuws? En Uitgelicht?
	Waar ligt de verantwoordelijkheid voor de strategie van Focus?
	Hoe ziet het contentteam de samenwerking met corporate communicatie?
Open vraag	Zie jij nog problemen of mogelijk verbeterpunten binnen Focus?
Afsluiting	<p>Heb je nog vragen of opmerkingen?</p> <p>Wil je het transcript van het interview doorkijken?</p> <p>Mag ik je benaderen bij eventuele vragen?</p> <p>Dank voor het meedoen</p>



## Bijlage 8: Interviews contentteam

### Interview contentmanager

I: Interviewer

R: Respondent

[Introductie en toestemming opname]

**I1:** Ik ben om te beginnen benieuwd wat de doelen zijn van het contentteam met Focus. Wat hopen jullie daarmee te bereiken?

**R1:** Kijk, je moet het zo zien dat wij eigenlijk het kanaal in beheer hebben. Dus als je het strikt genomen zou bekijken, dan is ons doel dat dat kanaal gewoon optimaal aansluit bij de behoefte van de gebruiker of lezer. Dat zou een doel van ons kunnen zijn. Wij houden ons in principe niet bezig met strategie. Het is een middel om interne communicatie te doen maar de strategie ligt bij een communicatieadviseur. Maar we hebben daar natuurlijk wel ideeën over en een visie over. We hebben ook ooit een plan bedacht om het proces van Focus iets anders in te richten zodat het ook veel meer een kanaal wordt wat door de ProRailer gevuld wordt en niet door een redactie. Tot die hoogte rijkt zo'n beetje onze inbreng qua strategie. Ons doel is dus een zo goed mogelijke uitvoering zodat zoveel mogelijk ProRailers geïnformeerd worden met de informatie die belangrijk is.

**I2:** Ja. Dus dan is het vooral het faciliteren van de adviseurs maar ook van de werknemers?

**R2:** Ja als je nu kijkt hebben we verschillende rubrieken op Focus. We hebben de nieuwsrubriek, daar heeft het contentteam, oftewel de redacteuren hebben daar een grote rol in. Zij hanteren dan ook een soort afwegingskader, wanneer is nieuws zo belangrijk dat het daar op die plek komt. En voor de rest is het de communicatieadviseur helpen om hun interne communicatie op orde te hebben. En is sommige gevallen kan het ook van hoger af komen, het MT of de Raad Van Bestuur die iets wil communiceren naar de organisatie. Dan is er niet altijd een communicatieadviseur die daar tussen zit.

**I3:** Nee precies. En komende week zag ik bijvoorbeeld een aantal artikelen op de planning staan met verhalen van werknemers. Maar die komen dan volledig vanuit initiatief van het contentteam?

**R3:** Ja. Het contentteam heeft de vrijheid om ook zelf content te creëren. En dat doen we voor alle kanalen die we beheren. Het is alleen wel de bedoeling dat als het onderwerp een adviseur heeft, dat we dan met de adviseur ook overleggen of we wel gaan publiceren over dat onderwerp. Volgens mij is dit een soort eindejaarsserie. Dan heb je geen communicatieadviseur die dat in zijn of haar pakket heeft dus dan is het vooral zelf bepalen of we dat gaan publiceren of niet.

**I4:** Dus dan is het geen strategisch onderwerp en dan neemt het contentteam die vrijheid?

- R4:** Je kunt eigenlijk wel zeggen dat een strategisch onderwerp altijd via een communicatieadviseur komt of van hoger af.
- I5:** En wat is dan jullie overweging in de zin van wanneer is iets Uitgelicht en wanneer is iets geschikt voor Focus Nieuws?
- R5:** We hebben wel een redelijke stelregel sinds een jaar ongeveer. We vinden dat een bericht op Focus significant anders moet worden geschreven dan een artikel voor extern. Je ziet vaak communicatie-uitingen die op ProRail.nl en op Focus moeten. Dat vinden we prima, maar Focus heeft een hele andere doelgroep dus dan zul je ook een andere tekst aan moeten leveren. Als dat niet het geval is omdat er bijvoorbeeld geen tijd is, dan bieden wij aan om het bericht van ProRail.nl onder Uitgelicht door te linken. Daarnaast heb je natuurlijk vanuit de organisatie een heleboel wensen. Die komen ook vaak binnen bij het contentteam en soms zelfs specifiek bij een redacteur. De redacteur maakt dan samen met een communicatieadviseur de overweging of iets belangrijk genoeg is voor een groot deel van ProRail en niet alleen de Inktpot. Dan is het of een nieuwsbericht of toch kleiner dan dat en dan zetten we het onder Uitgelicht. Dan plaatsen we het bijvoorbeeld als mededeling onder Uit de organisatie en dan linken we het door onder Uitgelicht. Dat afwegingskader is niet strak opgesteld maar vooral op basis van ervaring en logisch nadenken.
- I6:** Dat gaat vooral in overleg.
- R6:** Ja.
- I7:** Werknemers uit de organisatie benaderen dus ook het contentteam zelf. Is dat dan de bedoeling? Of eigenlijk niet?
- R7:** Dat is een vraag die nog een beetje boven de markt hangt. Te veel loketten is niet handig. Er zou één loket moeten zijn voor de hele organisatie, en dan heb ik het echt over interne communicatie. Anderen afdelingen die willen communiceren, daarvan heb ik heb altijd geroepen dat die mensen naar een communicatieadviseur moeten. Die adviseur helpt dan met bepalen welk kanaal geschikt is daarvoor. Uiteindelijk komt het dan ook in het proces en dan komt het vanzelf bij het contentteam terecht. En wat je nu nog veel zegt is dat mensen een mail sturen naar een direct mailadres van iemand in het contentteam. Dus het loopt nu nog via verschillende wegen.
- I8:** Dat is dan nog lastig. Maar bijvoorbeeld ICT heeft geen eigen adviseur.
- R8:** Wat eigenlijk heel raar is.
- I9:** Dus vragen vanuit ICT komen bij verschillende communicatieadviseurs terecht. En elke adviseur zegt dat ze er eigenlijk geen tijd voor hebben.

- R9:** Ja ik krijg die vragen ook wel eens binnen. Die stuur ik dan door naar de teammanager en die kan dan bepalen welke adviseur daar tijd voor heeft. Het is uiteindelijk een keuze aan het MT om te bepalen hoe ze daarmee omgaan. Het MT heeft natuurlijk geïnvesteerd in het contentteam dus ik kan mij ook voorstellen dat het MT uiteindelijk zegt, laat alles maar bij het contentteam binnenkomen. Dan haakt het contentteam wel een communicatieadviseur aan. Maar daar is nog niet echt een ei over gelegd.
- I10:** Dus daar moet gewoon nog een keuze in worden gemaakt?
- R10:** Ja daar moet in eerste instantie een keuze in gemaakt worden. Er moet één loket komen. Daarnaast moeten ook alle afdelingen daarvan op de hoogte zijn. Hoe regel ik nou mijn interne communicatie? En dat zal vast ergens op SharePoint staan maar in de praktijk blijkt dat mensen gewoon maar iemand mailen met de vraag waar ze terecht kunnen.
- I11:** Uit de interviews met werknemers hoor ik ook wel terug dan mensen het moeilijk vinden om iets op Focus te krijgen.
- R12:** Nou het is eigenlijk niet moeilijk.
- I13:** Nee maar een adviseur is vaak wel kritisch of iets echt wel geschikt is voor Focus.
- R13:** Dat is natuurlijk voor een krantenredactie net zo moeilijk als voor het contentteam. Wanneer is iets geschikt voor de voorpagina en wanneer niet? En ons Focus 2.0 plan, daarin krijgt het contentteam de rol van alleen maar bepalen wat er op de voorpagina moet. En het overige nieuws wordt wel getoond, alleen niet op de voorpagina. Die heeft nou eenmaal maar beperkte ruimte en daar moet je keuzes in maken. Het afwegingskader kan wel scherper. Hoe beter je afwegingskader is om iets wel of niet bij het nieuws te plaatsten hoe helderder je verhaal naar de organisatie is. Dan krijg je meer begrip.
- I14:** Dus dat iedereen wel iets kan schrijven en publiceren en dat het de vraag is het dan op de voorpagina komt?
- R14:** Ja maar dat is nu ook al wel het geval. We hebben al de rubriek Uit de organisatie waar mensen gewoon zelf makkelijk rechten aan kunnen vragen en iets kunnen publiceren. Ik merk alleen wel dat mensen die weg niet altijd snappen. Dat je zelf iets kan schrijven en op een aparte pagina kan plaatsten of als mededeling. Op die manier kom het altijd bij Uit de organisatie en daarna zou je nog eens kunnen vragen of het linkje onder Uitgelicht kan worden geplaatst.
- I15:** Ja als mededeling is openbaar, daar kan iedereen rechten van aanvragen. Dan heb je geen eigen pagina nodig.
- R15:** Inderdaad. Dat is dus de manier om iedereen de kans te bieden om zelf een nieuwsbericht te schrijven.
- I16:** Ja de mogelijkheid is er dus wel. Dat is wel goed dat je dat zegt.

- R16:** Alleen die weg bewandelen mensen niet zo snel of snappen ze niet helemaal. De eerste impuls is dat je dan bij de redactie moet zijn. Als jij een mooi verhaal hebt wil je natuurlijk ook eigenlijk gewoon een nieuwsbericht en geen mededeling. Hoewel er afdelingen zijn die dat wel doen.
- I17:** Ja ik zat een aantal weken geleden in een meeting met iemand van ICT en die wilde graag zijn verhaal vertellen via Focus en toen zei de adviseur dat Focus misschien niet de beste manier is. We hebben dus ook de Instagram van ProRail met een aparte 'werken bij' rubriek en daar vertelt die jongen nu zijn verhaal. Dan kan hij veel meer de diepte in en bereikt hij zowel een grote externe als interne doelgroep.
- R17:** Ja die rol moeten we meer naartoe. We moeten een plek hebben of een team hebben dat toegankelijk is en waar mensen gewoon terecht kunnen met hun vraag: ik heb een verhaal en ik wil dat verspreiden onder die en die doelgroep. Kan je me helpen, wat moet ik doen, welk kanaal moet ik kiezen, welke invalshoek werkt daarbij? En dan is het de keuze of die rol voor de communicatieadviseur is, maar dan moet iedereen wel een vast aanspreekpunt hebben. Of komt die rol bij het contentteam te liggen en pakt die dat samen met een adviseur op.
- I18:** Nou het voordeel van het contentteam is dat die beter op de hoogte zijn van de lijnen en middelen die er zijn. Zoals bijvoorbeeld de 'werken bij ProRail' Instagram.
- R18:** Ja maar ik verwacht wel van een communicatieadviseur dat je je middelmix kent. Het is denk ik meer dat de keuze moet afhangen van de capaciteit. Iemand met veel onderwerpen in zijn of haar portefeuille kan misschien niet snel genoeg iemand te woord staan met vragen. Eigenlijk zou de praktijk moeten uitwijzen wat het beste werkt. Ik als ik een afdeling zou zijn dan wil ik gewoon één aanspreekpunt. Maar dan zou het misschien ook wel werken als ik een mail kan sturen naar het contentteam. Als iemand het maar oppakt en verder brengt.
- I19:** En dan moet iemand bij content beslissen of daar een adviseur naar moet kijken.
- R19:** Het is in ieder geval een feit dat, zeker bij bepaalde onderwerpen, mensen niet altijd weten waar ze moeten aankloppen. En soms gaat het zelfs via onze directeur. Daar gaat wel iets mis dan. Daar is de directeur niet voor. Maar ik kan me voorstellen dat je een mailtje stuurt naar een directeur omdat je niet weet bij wie je anders moet zijn.
- I20:** En dan is die ook niet te beroert om dat even door te sturen.
- R20:** Nee maar het duurt waarschijnlijk wel vijf dagen. En dan zit iemand weer vijf dagen te wachten. Daar moet eigenlijk een duidelijke workflow voor komen. Wat nu ook gebeurt, en daar heb ik geen problemen mee, maar als een redacteur directe lijnen heeft met mensen die iets gecommuniceerd willen hebben, dan is het niet zeker dan iets altijd het newsroom-

proces komt. Dat wil je eigenlijk als afdeling communicatie wel. En als het altijd loopt via het contentteam of via een communicatieadviseur dan is dat makkelijker in te regelen.

**I21:** Dan heb je meer overzicht.

**R21:** Ja.

**I22:** Het contentteam is natuurlijk vrij nieuw dus dat moet misschien nog groeien.

**R22:** Nou dit vraagstuk ligt er al wel vrij lang. Hiervoor had je gewoon de redactie, en dat is nu onderdeel van het contentteam, maar de redactie kreeg dat soort aanvragen ook rechtstreeks op het bordje. Daarbij werd ook wel de vraag gesteld of er niet een adviseur naar moet kijken. Die loketfunctie moet eigenlijk gewoon eens geregeld worden.

**I23:** Binnen de afdeling communicatie weet misschien niet eens iedereen hoe de lijnen precies lopen.

**R23:** Nee en het is eigenlijk heel simpel. Het is gewoon een beslissing. Links- of rechtsom gebeurt eigenlijk hetzelfde. Het is puur een keuze maken en dat ook proactief communiceren.

**I24:** Helder. Dank.

[Afsluiting en dank. Participant mag worden benaderd bij vragen, hoeft transcript niet in te zien]

## Interview redacteur

[Introductie en toestemming opname]

**I1:** Mijn eerste vraag is wat de rol is van het contentteam op Focus. Hoe vullen jullie dit nu in?

**R1:** Dat gaat eigenlijk hetzelfde als dat het extern gaat. Er is een eigenaar van een onderwerp en die besluit dat een artikel op Focus moet komen om intern te communiceren. Die vraagt dan bij het contentteam wie er kan helpen. Dat is de rol die wij pakken.

**I2:** En dat is dan vooral inhoudelijk en minder op strategisch gebied?

**R2:** Ja strategisch veel minder. Daar hebben we de communicatieadviseurs voor. Zij zijn degene die uiteindelijk bepalen wat er op Focus komt en zij leveren de inhoud aan. Wanneer wij worden aangehaakt verschilt. Soms helemaal aan het begin dat wij het artikel maken, maar soms ook helemaal aan het einde en dan redigeren we alleen het stuk. En wij zijn altijd degene die plaatsen. Dat is natuurlijk ook belangrijk.

**I3:** Dus jullie hebben altijd een laatste blik?

**R3:** Ja zeker. En wij houden ook wel in de gaten over een onderwerp geschikt is voor Focus. Daar gaan we af en toe ook wel de discussie over aan. Maar uiteindelijk bepaalt de eigenaar.

**I4:** Dus als een adviseur iets op Focus wil dan stellen jullie de vraag of het wel verstandig is, maar als de adviseur het op Focus wil dan is dat wat het is?

**R4:** Ja uiteindelijk nemen zij het besluit en hebben wij enkel een adviserende rol. Bijvoorbeeld is dit de juiste vorm of zou je het niet beter een week later kunnen doen vanwege een andere publicatie bijvoorbeeld.

**I5:** Want wat is bij jullie voornamelijk de overweging? Iets moet nieuwswaardig zijn?

**R5:** Ja en als het niet actueel is dan moet het iets bijzonders zijn. Er is een aantal onderwerpen altijd relevant natuurlijk. Zoals de cao, personeelsrapport, boodschap van de ExCo of een wisseling in de hogere managementlagen. Of een overlijdensbericht. Maar je hebt ook wel afdelingen die iets willen delen wat eigenlijk te klein is voor heel ProRail. Daarvoor hebben zij dan ook hun eigen subsites op Focus waar we ze dan naartoe dirigeren. Dus we kijken wel naar het onderwerp en vragen ons af of het past en relevant is voor de hele organisatie.

**I6:** En hoe zit het dan met Uitgelicht?

**R6:** Ja Uitgelicht is echt een vergaarbak. Dat zijn externe artikelen, ProRail.nl, een stuk van een subsite, het kan ook een pdf zijn of SpoorPro die iets interessants te melden heeft. Daar zijn ook geen regels aan verbonden.

- I7:** Nee precies. En de nieuwjaarsserie die binnenkort op Focus komt, die is volledig uit het initiatief van het contentteam?
- R7:** Ja dat is iets wat we al een jaar of twee drie doen. Dat is een van de weinige keren dat wij zelf als redactie het initiatief nemen om iets te posten. Een vreemde eend in de bijt.
- I8:** Want voor de socials ligt de strategie wel bij het contentteam toch?
- R8:** Ja dat klopt ja.
- I9:** Is jullie ambitie om ook de strategie van Focus meer op te gaan pakken?
- R9:** Nou die ligt nu bij de corporate adviseurs en die willen we daar ook wel laten liggen. We zijn wel aan het kijken naar meer vaste formats. Of weer eens de richtlijnen tegen het licht houden, wat komt er wel of niet op Focus. En wat belangrijk is, ja daar heeft een strategische communicatieadviseur veel meer verstand van. Die weet veel beter wat er speelt in de organisatie. Dus dat laten we daar.
- I10:** En vormgevingstechnische dingen? Bijvoorbeeld aan het begin van corona begreep ik dat er een aparte kolom was voor artikelen over corona. Wie bepaalt dat dan?
- R10:** Eigenlijk in overleg. Tot voor kort was de contentmanager de beheerder van Focus. Hij wordt dan aangehaakt. Dan is het een wens uit de organisatie. De nieuwsberichten van corona die verdwenen te snel naar onderen, dan gaan we kijken wat er mogelijk is. In het geval van corona was er een taskforce en toen is daar besloten om de corona-artikelen bij elkaar te houden. Maar het had ook gekund dat ik had gedacht dat is handig.
- I11:** Dus dit is eigenlijk een vrij specifiek voorbeeld?
- R11:** Ja het verschilt inderdaad per situatie.
- I12:** Dus de strategie ligt niet zozeer bij het contentteam. Een punt wat uit de interviews naar voren komt is wie er op vragen reageert. Wat is de rol van het contentteam in antwoorden op vragen onder artikelen, die eigenaarskant. Is het contentteam verantwoordelijk of ligt dat bij degene die het artikel wil plaatsten?
- R12:** Ja van oudsher is het inderdaad aan de eigenaar van een publicatie om dat bij te houden. Omdat je als redactie een soort van objectiviteit wil bewaren. We zijn meer een doorgeefluik dan afzender. Wij staan daarom meestal als redactie erboven en niet met naam en toenaam. En eigenlijk was de afspraak, de ongeschreven regel, dat als jij eigenaar bent dan ben jij degene die de reacties bijhoudt. Nu is dat laatst één keer veranderd op verzoek van de CEO. Toen hebben wij als redactie antwoord gegeven op vragen uit naam van de CEO en kregen we meteen mailtjes met vragen over waarom de redactie antwoordt. Omdat eigenlijk duidelijk is dat wij daar niet over gaan, wij plaatsen alleen en zijn niet van de inhoud. En ik wil dat eigenlijk graag zo houden. Niet alleen

omdat het tijdrovend is bij moeilijke onderwerpen, maar ik wil ook gewoon boodschapper zijn en niet verantwoordelijk zijn voor de inhoud.

- I13:** En op het moment dat je daar af en toe een uitzondering op maakt dan wordt die lijn vager?
- R13:** Ja. En wij krijgen ook wel eens mails van kritische lezers dat ze graag een naam boven een artikel willen. In plaats van Focus Redactie zou dan een naam boven het stuk staan. Heel veel mensen willen dat liever niet, juist omdat ze dan direct benaderd kunnen worden.
- I14:** Dat kwam inderdaad uit de interviews ook naar voren. Dat mensen op zoek zijn naar een contactpersoon achter het artikel.
- R14:** Ja dat is wel iets waarvan ik denk dat we er wellicht opnieuw naar kunnen kijken. Ik ben ook heel benieuwd naar de uitkomsten van jouw onderzoek want ik werk hier nu drie jaar en de regels of ongeschreven wetten zijn eigenlijk niet veranderd. Het lijkt mij goed om dat sowieso eens tegen het licht te houden. Wie weet komt er wel naar voren dat het contentteam ook de reacties moet gaan bijhouden. Ik denk het niet, maar het zou kunnen.
- I15:** Er moet denk ik vooral een keuze worden gemaakt.
- R15:** Ja dat er een lijn in komt. En daar moeten we dan ook aan vasthouden. Dat ook niet iemand van hogerop kan zeggen, we doen het anders. Er was ook een doorgewinterde communicatieadviseur betrokken maar die wil dus niet met naam en toenaam worden genoemd.
- I16:** Er zijn natuurlijk wel mensen die dat kunnen oppakken ja.
- R16:** Ja en ik weet ook een collega die veel communiceert over hybride werken en wel altijd met haar eigen naam artikelen publiceert op het themakanaal over hybride werken. Zij zei laatst dat ze van redacteur of adviseur nu haast naar communicatiemedewerker gaat omdat ze plat wordt gemaïld met vragen.
- I17:** Grappig is dat dan inderdaad.
- R17:** Daar zit dus een soort angst dat mensen er ineens werk bijkrijgen als hun naam ergens boven staat. En blijkbaar is dat dus ook zo bij dat soort onderwerpen.
- I18:** Maar dan moet er toch een alternatief komen? Gewoon geen contactgegevens zodat er ook geen vragen komen lijkt mij niet een ideale oplossing.
- R18:** Vaak zeggen we dat mensen in het bericht zelf een contactpersoon erbij kunnen zetten. Ik weet alleen niet of mensen de moeite nemen om ook naar dat adres te mailen.
- I19:** Nee maar dan geef je wel de mogelijkheid.



- R19:** Ja. Ik vind het best kwalijk dat eigenaren zo weinig de moeite nemen om te reageren op vragen. Het snijdt vaak wel hout. Is zijn dingen die blijkbaar spelen en ik denk dat je interne communicatie een boost krijgt als je daar serieus mee omgaat.
- I20:** Dat maakt het platform interactief.
- R20:** Precies. Ik heb wel eens een reactie naar een collega doorgestuurd en toen kreeg ik terug: die man zeurt altijd. Nou ja dan ben je klaar. En het is een interessant vraagstuk ook omdat webcare naar het contentteam gaat. Vooralsnog is Focus daar niet in meegenomen maar het is best interessant om die ook in de mix te gooien. Valt het niet eigenlijk ook onder webcare?
- I21:** Ja zolang er een keuze wordt gemaakt in wie antwoordt komt er in elk geval een antwoord.
- R21:** Ja het is een lastige. En niemand is er echt van... Het is ook lang niet altijd nodig maar soms wel.
- I22:** Ja lastig. Ik heb ook met corporate communicatie gesproken en daar doet ook wel iedereen echt zijn eigen ding. Waar ligt dan de strategie van zo'n platform, bij de adviseur interne communicatie? Bij één iemand?
- R23:** Nou ik moet ook zeggen, ik zou helemaal niet weten wat de strategie inhoudt? Is die er wel?
- I24:** Want als ik vraag wat is jullie doel met Focus?
- R24:** Ja dat is gewoon de ProRailer informeren. Maar wel echt als boodschapper. En niet als eigenaar.
- I25:** We hebben ook de strategische pijlers duurzaamheid en mobiliteit?
- R25:** Ja maar die pijlers vind ik wel vooral voor extern. Ze zijn wel belangrijk maar als je kijkt wat er veel wordt gelezen op Focus dan zij dat de huishoudelijke mededelingen. Dat gaat over de cao, over hybride werken. Dat zijn ze dingen die mensen willen lezen. Een verhaal over een geopend station is mooi om te lezen maar veel minder populair. We zetten aan het einde van het jaar ook onder elkaar wat nou veelgelezen berichten zijn en dat zijn altijd echt interne boodschappen. Ik vind het wel eens zonde, zeker met de komst van credo, eigenaren zetten alles op Focus. Hierdoor zakken de berichten die belangrijk of interessant zijn zo snel weg. Vroeger had de redactie veel meer een poortwachtersfunctie maar nu met credo kan iedereen van communicatie zelf iets inplannen en is het heel lastig om daar nog iets van te zeggen. Dat is gepland en opgenomen in alle schema's, dan moet je wel. Bij heel veel dingen vraag ik me wel af of het echt voor Focus van belang is. Vaak niet.
- I26:** Dat is een goede vraag. Bij wie ligt die verantwoordelijkheid?

- R26:** Ja nu we het er zo over hebben denk ik ja, een strategie zou eigenlijk wel heel handig zijn. Het lijkt me heel goed om daar met de resultaten van jouw onderzoek als uitgangspunt eens over na te denken.
- I27:** Ja je hoort vanuit corporate communicatie dat mensen wel meer vanuit de strategie willen communiceren maar ze zeggen ook, er komt zoveel op Focus belangrijke onderwerpen heel snel weer wegzakken.
- R27:** Ja je vindt bepaalde artikelen soms echt bijna niet meer terug.
- I28:** Bij corporate vroeg me zich ook af we niet van vier naar maximaal drie artikelen moeten?
- R28:** Ja, wellicht. Dat zijn dingen om eens goed over na te denken. Het is nu een beetje een rommeltje. Er is niet echt iets afgesproken.
- I29:** Ja als mensen zich nog een keer extra afvragen of iets echt op Focus moet, of ze krijgen richtlijnen om er kritisch naar de kijken, dat scheelt misschien.
- R29:** Ja met de komst van Credo is het wel echt veel makkelijker geworden om dingen op Focus te plaatsten. Daar maak ik me wel eens druk om... Maar ik heb ook geen zin om elke keer de discussie aan te gaan. Het is nogal arbitrair. Soms mag iets wel op Focus omdat er gewoon ruimte voor is. En op een ander moment mag iets weer niet... het is lastig om het dan uit te blijven leggen.
- I30:** Het is interessant om erover te sparren en ik denk dat alleen dat al ook goed is. Dat mensen het erover hebben.
- R30:** Ja ik ben benieuwd wat er uiteindelijk uitkomt.

[Afsluiting en dank. Participant mag worden benaderd bij vragen, hoeft transcript niet in te zien]