



**De Digitale Voorziening:**



**Project** : Evaluatie informatiesessies  
**Auteur** : Marjolein Vermeulen,  
werkstroom communicatie DDV  
**Date** : 11 mei 2004  
**Version** : versie 1.0

**Revision History**

Revision	Date	By	Description

**De Digitale Voorziening:**

<b>0</b>	<b>INLEIDING.....</b>	<b>3</b>
<b>1</b>	<b>VRAAGSTELLINGEN.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>RESULTATEN .....</b>	<b>4</b>
2.1	TOTAAL ORGANISATIES, INCLUSIEF NOB .....	4
2.2	TOTAAL ORGANISATIES, EXCLUSIEF NOB .....	5
2.3	ORGANISATIES.....	5
2.4	OPMERKINGEN .....	7
<b>3</b>	<b>CONCLUSIES.....</b>	<b>8</b>
3.1	ALGEMEEN.....	8
3.2	VERSCHILLEN ORGANISATIES.....	8
<b>4</b>	<b>ACTIEPUNTEN.....</b>	<b>9</b>

**De Digitale Voorziening:**

<b>0</b>	<p><b><u>INLEIDING</u></b></p> <p>In het kader van De Digitale Voorziening (DDV) zijn informatiesessies gehouden bij de organisaties die in de toekomst met DDV gaan werken, om alle medewerkers uit te leggen wat DDV precies inhoudt, wat het de organisaties te bieden heeft en wat de voordelen ervan zijn. Naast de publieke omroepen zijn er ook twee informatiesessies bij NOB Cross media facilities, een bij Publieke Omroep en een bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid gehouden.</p> <p>De sessies werden gepresenteerd door Marcel Mokveld (Publieke Omroep), Menno Helmus (EO) en Raymond Lamphen (NOB Cross media facilities).</p> <p>Om de communicatie rondom DDV en de informatiesessie te evalueren, is bij de meeste sessies aan de bezoekers gevraagd een kort evaluatieformulier in te vullen. Naar aanleiding van deze evaluatie wordt een aantal acties uitgevoerd door de werkstroom communicatie.</p> <p>Informatiesessies waar evaluatieformulieren zijn ingevuld, zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TROS: 20 januari</li> <li>• Publieke Organisatie: 21 januari</li> <li>• Teleac/NOT: 10 februari</li> <li>• KRO: 3 maart</li> <li>• NOB: 4 maart</li> <li>• NOB: 10 maart</li> <li>• VPRO: 18 maart</li> <li>• RVU: 8 april</li> <li>• AVRO: 28 april</li> </ul> <p>Bij de andere informatiesessies zijn geen evaluatieformulieren ingevuld, met de volgende redenen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BNN: (te) kleine groep, andere setting</li> <li>• NOS/RTV: vergeten</li> <li>• NCRV: sessie staat gepland</li> <li>• VARA: geen informatiesessie</li> <li>• EO: evaluatieformulier bestond nog niet</li> <li>• IKON: evaluatieformulier bestond nog niet</li> <li>• Beeld en Geluid: evaluatieformulier bestond nog niet</li> </ul> <p>Bij de informatiesessies van de NPS zijn te weinig evaluatieformulieren ingevuld voor een representatieve analyse.</p>
<b>1</b>	<p><b><u>VRAAGSTELLINGEN</u></b></p> <p>Het evaluatieformulier gaat enerzijds in op de informatiesessies, anderzijds op de communicatie rondom DDV.</p> <p>De volgende vragen worden beantwoord aan de hand van de resultaten van deze evaluatie.</p> <p>Informatiesessies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Is het duidelijk wat DDV inhoudt?</li> <li>• Is de inhoud van de presentatie helder?</li> <li>• Is de hoeveelheid informatie die wordt gegeven goed?</li> </ul>

**De Digitale Voorziening:**

Communicatie DDV:

- Zijn de medewerkers op de hoogte van DDV?
- Via welke communicatiemiddelen was de medewerker al op de hoogte van DDV?

Onder aan het formulier is de mogelijkheid gegeven om eventuele opmerkingen op te schrijven.

**2 RESULTATEN**

De resultaten zijn berekend over het totaal van de organisaties en afzonderlijk per organisatie om eventuele grote verschillen tussen organisaties te kunnen vinden. Eerst worden de resultaten van het totaal besproken, daarna de verschillen tussen de verschillende organisaties. Een uitgebreide uitwerking is op te vragen bij Marjolein Vermeulen (marjolein.vermeulen@nob.nl)

Medewerkers van NOB hebben op een andere manier te maken met DDV dan medewerkers van de omroepen. Daarom wordt een totaal berekend zonder NOB, om te zorgen dat eventuele invloeden niet worden meegenomen in de resultaten.

OPMERKING: door afrondingen zijn niet alle percentages bij elkaar opgeteld honderd.

**2.1 Totaal organisaties, inclusief NOB**

Aantal respondenten = 172

*Is het duidelijk wat DDV inhoudt?*

Alle respondenten geven aan dat het duidelijk is wat DDV inhoudt.

*Is de inhoud van de presentatie helder?*

Bijna alle respondenten (96%) vinden de presentatie helder.

*Is de hoeveelheid informatie die wordt gegeven goed?*

De hoeveelheid informatie in de presentatie vindt de grootste groep (85%) goed. Een kleinere groep (10%) vindt dit matig. Een kleine groep (6%) vindt dit niet goed.

*Komt de inhoud van de informatiesessies overeen met de verwachtingen?*

Het grootste gedeelte (81%) van de respondenten geeft aan dat de inhoud van de sessies overeenkomt met de verwachtingen. Een kleinere groep (13%) is hier niet duidelijk over. Een kleine groep (6%) geeft aan dat de sessie niet overeenkomt met de verwachtingen.

*Zijn de respondenten op de hoogte van DDV?*

Bijna iedereen (93%) was reeds op de hoogte van DDV.

*Via welke communicatiemiddelen was de medewerker al op de hoogte van DDV?*

Communicatiemiddel	
Website	21%
DigiTaal	20%
Intern nieuwsbericht	35%
Anders....	17%

Tabel 1: resultaten wat betreft communicatiemiddelen via welke de medewerker op de hoogte was van DDV (totaal, inclusief NOB)

De andere communicatiemiddelen die genoemd zijn, worden bij de resultaten van de afzonderlijke organisaties besproken.

**De Digitale Voorziening:**
**2.2** Totaal organisaties, exclusief NOB

Aantal respondenten = 118

*Is het duidelijk wat DDV inhoudt?*

Alle respondenten geven aan dat het duidelijk is wat DDV inhoudt.

*Is de inhoud van de presentatie helder?*

Bijna alle respondenten (95%) vinden de presentatie helder.

*Is de hoeveelheid informatie die wordt gegeven goed?*

De hoeveelheid informatie in de presentatie vindt de grootste groep (83%) goed. Een kleinere groep (9%) vindt dit middelmatig. Een kleine groep (9%) vindt dit niet goed.

*Komt de inhoud van de informatiesessies overeen met de verwachtingen?*

Het grootste gedeelte (75%) van de respondenten geeft aan dat de inhoud van de sessie overeenkomt met de verwachtingen. Een kleinere groep (15%) is hier niet duidelijk over. Een kleine groep (8%) geeft aan dat de sessie niet overeenkomt met de verwachtingen.

*Zijn de respondenten op de hoogte van DDV?*

Een grote groep (88%) was reeds op de hoogte van DDV.

*Via welke communicatiemiddelen was de medewerker al op de hoogte van DDV?*

Communicatiemiddel	
Website	19%
DigiTaal	12%
Intern nieuwsbericht	33%
Anders....	24%

Tabel 2: resultaten wat betreft communicatiemiddelen via welke de medewerker op de hoogte was van DDV (totaal, exclusief NOB)

De andere communicatiemiddelen die genoemd zijn, worden bij de resultaten van de afzonderlijke organisaties besproken.

**2.3** Organisaties
**TROS:**

- Aantal respondenten = 14
- Alle respondenten is het duidelijk wat DDV inhoudt, vinden de inhoud van de presentatie helder, vinden de hoeveelheid informatie goed en vinden dat de sessie overeenkomt met de verwachtingen.
- Alle respondenten zijn op de hoogte van DDV
- De medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten (50%), de website (21%) en andere communicatiemiddelen (29%). Andere communicatiemiddelen zijn het Omroep Directeuren Overleg, gesprekken en informatiebijeenkomsten.

**Publieke Omroep:**

- Aantal respondenten = 28
- Alle respondenten is het duidelijk wat DDV inhoudt, vinden de inhoud van de presentatie helder, vinden de hoeveelheid informatie goed en vinden dat de sessie overeenkomt met de verwachtingen.
- Alle respondenten zijn op de hoogte van DDV.

**De Digitale Voorziening:**

- De medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten (39%), gevolgd door de website (29%), andere communicatiemiddelen (18%) en de DigiTaal (14%). Andere communicatiemiddelen zijn een brochure, vakbladen/literatuur, kranten/weekbladen, mond op mond en vergaderstukken van Beeld en Geluid.

**Teleac/NOT:**

- Aantal respondenten = 38
- Alle respondenten is het duidelijk wat DDV inhoudt. Het grootste gedeelte van de respondenten (97%) vindt de inhoud van de presentatie helder. Een hele kleine groep (3%) is het hier niet helemaal mee eens. 82% van de respondenten vindt de hoeveelheid informatie die gegeven wordt goed, 15% is het hier niet helemaal mee eens en 3% geeft aan dat de hoeveelheid informatie niet goed is. De sessie komt bij 70% van de respondenten overeen met de verwachtingen, 21% geeft hier geen duidelijk antwoord op. Bij 3% komt de sessie niet overeen met de verwachtingen.
- 26% van de respondenten was niet op de hoogte van DDV.
- De medewerkers zijn op de hoogte via andere communicatiemiddelen (29%) dan gegeven. Hierbij worden onder andere de Spreekbuis, mond op mond en interne presentaties /overleggen genoemd. Deze communicatiemiddelen worden gevolgd door interne nieuwsberichten (21%), de website (16%) en de DigiTaal (8%).

**KRO:**

- Aantal respondenten = 18
- Alle respondenten is het duidelijk wat DDV inhoudt. 95% van de respondenten geeft aan dat de inhoud van de presentatie helder is, 6% geeft aan het hier niet helemaal mee eens te zijn. Het grootste gedeelte van de respondenten (77%) geeft aan dat de hoeveelheid informatie die gegeven is goed is. Een kleinere groep (11%) geeft aan het hier niet helemaal mee eens te zijn, een even grote groep geeft aan dat de hoeveelheid niet goed was. Voor de helft van de respondenten kwam de informatiesessies overeen met de verwachtingen. 28% geeft hier geen duidelijk antwoord op, 22% geeft aan dat de sessie niet overeenkomt met de verwachtingen.
- 17% was niet op de hoogte van DDV.
- De medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten (39%), andere communicatiemiddelen (30%), de website (9%) en de DigiTaal (4%). Andere communicatiemiddelen zijn de (AKN) bijeenkomsten en mond op mond.

**NOB:**

- Aantal respondenten = 54
- Alle respondenten is het duidelijk wat DDV is. Bijna alle respondenten (99%) vinden dat de inhoud van de presentatie helder is, 2% is hier niet duidelijk over. 89% van de respondenten geeft aan dat de hoeveelheid informatie die gegeven is voldoende is, 11% is het hier niet helemaal mee eens. Van alle respondenten geeft 90% aan dat de sessie overeenkomt met de verwachtingen. 9% geeft hier geen duidelijk antwoord op.
- Alle respondenten zijn op de hoogte van DDV.
- De medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten (37%), de DigiTaal (33%), de website (23%) en andere communicatiemiddelen (8%). Andere communicatiemiddelen zijn mondeling via collega's of de medewerker was betrokken bij het project.

**VPRO:**

- Aantal respondenten = 13
- Alle respondenten is duidelijk wat DDV is. 92% van de respondenten vindt de inhoud van de presentatie helder, 8% vindt deze niet helder. De grootste groep van de respondenten (61%) vindt de hoeveelheid informatie goed, een kleinere groep (23%) is het hier niet helemaal mee eens en een nog kleinere groep (16%) vindt de hoeveelheid informatie niet goed. 69% van de

**De Digitale Voorziening:**

	<p>respondenten geeft aan dat de sessie overeenkomt met de verwachtingen, 23% is het hier niet helemaal mee eens en 8% geeft aan dat de sessie niet overeenkomt met de verwachtingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 12% was niet op de hoogte van DDV.</li> <li>• De medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten (47%), de website (18%), de DigiTaal (18%) en andere communicatiemiddelen, bijvoorbeeld mondeling en via collega's.</li> </ul> <p><b>RVU:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aantal respondenten = 8</li> <li>• Alle respondenten is het duidelijk wat DDV is, vinden de inhoud van de presentatie helder en de hoeveelheid informatie die gegeven wordt goed. 88% van de respondenten geeft aan dat de inhoud van de sessie overeenkomt met de verwachtingen.</li> <li>• 8% was niet op de hoogte van DDV.</li> <li>• De medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten. Deze worden gevolgd door de DigiTaal en de website, beide 25%. Daarnaast waren de medewerkers via andere communicatiemiddelen op de hoogte (17%). Dit zijn werkgroepen en zomersessies.</li> </ul> <p><b>AVRO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aantal respondenten = 21</li> <li>• Alle respondenten is het duidelijk wat DDV is. 86% van de respondenten vindt de inhoud van de presentatie helder, 9% geeft geen duidelijk antwoord en 5% geeft aan dat de inhoud niet helder is. Een grote groep respondenten (73%) vindt de hoeveelheid informatie goed, een kleinere groep (23%) vindt de hoeveelheid niet goed, een kleine groep (5%) geeft hier geen duidelijk antwoord op. 77% van de respondenten geeft aan dat de informatiesessie overeenkomt met de verwachtingen, 14% geeft aan dat deze niet overeenkomt en 9% is hier niet duidelijk over.</li> <li>• 10% was niet op de hoogte van DDV.</li> <li>• De medewerkers zijn het meest op de hoogte via andere communicatiemiddelen (29%) dan aangegeven. Dit zijn eerdere bijeenkomsten (bijv. AKN) en via collega's. Deze communicatiemiddelen worden gevolgd door interne nieuwsberichten (26%), de website (19%) en de DigiTaal (16%).</li> </ul>
2.4	<p><u>Opmerkingen</u></p> <p>De opmerkingen zijn over het algemeen positief. Veel opmerkingen gaan over de presentatie en de presentatoren. Vooral het praktijkgedeelte van Menno Helmus spreekt erg aan. De taal waarin gesproken wordt is duidelijk en begrijpelijk voor iedereen. De presentatie wordt wel lang gevonden, en er is sprake van veel herhaling. Voor sommigen is het verhaal te technisch en te gedetailleerd, anderen zouden dit graag nog meer zien.</p>

**De Digitale Voorziening:**

<b>3</b>	<b><u>CONCLUSIES</u></b>																																																															
3.1	<p><u>Algemeen</u></p> <p>De conclusies zijn geformuleerd ervan uitgaande dat de bezoekers van de informatiesessies een doorsnede van de organisatie zijn en daarmee representatief voor de organisatie.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het is duidelijk wat DDV inhoudt.</li> <li>• Medewerkers vinden de presentatie helder.</li> <li>• De hoeveelheid informatie is goed.</li> <li>• De inhoud van de informatiesessies komt overeen met de verwachtingen.</li> <li>• Bijna alle medewerkers zijn op de hoogte van DDV.</li> <li>• Medewerkers zijn op de hoogte via interne nieuwsberichten, gevolgd door de website, de DigiTaal en andere communicatiemiddelen.</li> </ul> <p>De verschillen tussen de totalen met en zonder NOB zijn niet zo groot. De respondenten van NOB hebben wel een positieve invloed op de resultaten. Zo zijn de resultaten positiever wat betreft de duidelijkheid, de inhoud, de hoeveelheid, de verwachtingen en de bekendheid met DDV bij de resultaten. Ook de resultaten wat betreft de communicatiemiddelen zijn positiever.</p>																																																															
3.2	<p><u>Verschillen organisaties</u></p> <p>Er is een aantal verschillen tussen de organisaties naar voren gekomen. Zo zijn de verschillen wat betreft het op de hoogte zijn van DDV nogal groot. In onderstaande tabel worden deze verschillen getoond.</p> <table border="1" data-bbox="284 1115 1449 1240"> <thead> <tr> <th></th> <th>TROS</th> <th>PO</th> <th>Teleac/ NOT</th> <th>KRO</th> <th>NOB</th> <th>VPRO</th> <th>RVU</th> <th>AVRO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Niet op de hoogte</b></td> <td>-</td> <td>-</td> <td>26</td> <td>17</td> <td>-</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table> <p>Tabel 3: percentage medewerkers dat niet op de hoogte is van DDV, per organisatie</p> <p>Bij TROS, Publieke Omroep en NOB is iedereen op de hoogte van DDV. Vooral bij Teleac/NOT zijn veel medewerkers niet op de hoogte.</p> <p>Ook de communicatiemiddelen via welke de medewerker op de hoogte was verschillen per organisatie. Een overzicht is te zien in onderstaande tabel.</p> <table border="1" data-bbox="284 1482 1449 1702"> <thead> <tr> <th></th> <th>TROS</th> <th>PO</th> <th>Teleac/ NOT</th> <th>KRO</th> <th>NOB</th> <th>VPRO</th> <th>RVU</th> <th>AVRO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Website</b></td> <td>21</td> <td>29</td> <td>16</td> <td>9</td> <td>23</td> <td>18</td> <td>25</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td><b>DigiTaal</b></td> <td>-</td> <td>14</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>33</td> <td>18</td> <td>25</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td><b>Intern nieuwsbericht</b></td> <td>50</td> <td>39</td> <td>21</td> <td>39</td> <td>37</td> <td>47</td> <td>25</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td><b>Anders....</b></td> <td>29</td> <td>18</td> <td>29</td> <td>30</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>17</td> <td>29</td> </tr> </tbody> </table> <p>Tabel 4: percentage communicatiemiddelen via welke de medewerkers op de hoogte waren, per organisatie</p> <p>Website: De website wordt alleen door medewerkers bij Publieke Omroep en RVU redelijk bekeken.</p> <p>DigiTaal: Bij TROS wordt de DigiTaal helemaal niet gelezen. Bij Publieke Omroep, Teleac/NOT, KRO, VPRO en AVRO wordt deze weinig gelezen.</p>		TROS	PO	Teleac/ NOT	KRO	NOB	VPRO	RVU	AVRO	<b>Niet op de hoogte</b>	-	-	26	17	-	12	8	10		TROS	PO	Teleac/ NOT	KRO	NOB	VPRO	RVU	AVRO	<b>Website</b>	21	29	16	9	23	18	25	19	<b>DigiTaal</b>	-	14	8	4	33	18	25	16	<b>Intern nieuwsbericht</b>	50	39	21	39	37	47	25	26	<b>Anders....</b>	29	18	29	30	8	6	17	29
	TROS	PO	Teleac/ NOT	KRO	NOB	VPRO	RVU	AVRO																																																								
<b>Niet op de hoogte</b>	-	-	26	17	-	12	8	10																																																								
	TROS	PO	Teleac/ NOT	KRO	NOB	VPRO	RVU	AVRO																																																								
<b>Website</b>	21	29	16	9	23	18	25	19																																																								
<b>DigiTaal</b>	-	14	8	4	33	18	25	16																																																								
<b>Intern nieuwsbericht</b>	50	39	21	39	37	47	25	26																																																								
<b>Anders....</b>	29	18	29	30	8	6	17	29																																																								



## De Digitale Voorziening:

Interne nieuwsberichten:

Bij alle organisaties wordt veel gebruik gemaakt van interne nieuwsberichten.

Andere communicatiemiddelen:

Alleen bij NOB en VPRO wordt weinig gebruik gemaakt van andere communicatiemiddelen.

**4**

### **ACTIEPUNTEN**

- Verhogen bekendheid DDV bij organisaties waar veel medewerkers (nog) niet op de hoogte zijn.
- Promoten website door middel van meer reclame onder medewerkers organisaties.
- Versturen DigiTaal aan alle medewerkers binnen de organisaties. Benadrukken belang bij communicatiepersonen van de organisaties waar de DigiTaal momenteel niet tot weinig gelezen wordt.
- Doorgaan met informatievoorziening zoals bijvoorbeeld informatiesessies.
- Rapport toelichten en doorsturen aan communicatieafdelingen organisaties.

Bijlage: Evaluatieformulier