Kennisdelen met FLIP in de Betuwse Bloem

www.betuweflipt.nl

Door: Judith de Bruijn en Arthur Vierboom
10 december 2010



Inhoudsopgave

1. Gewenst resultaat 3
2. Opzet van het Flip-project..... 3
3. 1 jaar flippen 4
4. Resultaten 7
5. Aanbevelingen en vervolgvragen 10

BIJLAGEN

1. Lijst met reporters. 13
2. Lijst met gemaakte videobijdragen 14
3. Bijdragen die op www.betuweflipt.nl meer dan 200 keer bekeken zijn 16
4. Complete evaluatie door de flip-reporters zelf..... 18

1. Gewenst resultaat

"De sector moet vooruit."
Aldus Kees Pieters van de Provincie Gelderland.

De tuinbouwsector in de Betuwe moet vooruit, en wat Transforum betreft op een duurzame innovatieve manier. In het Transforum project werken we met veel verschillende partijen aan dezelfde opdracht. Partijen die elkaar niet vaak fysiek ontmoeten, elkaar niet altijd kennen, niet binnen dezelfde organisatie werken, andere belangen hebben en een andere taal spreken. Ze werken aan verschillende projecten en vormen met elkaar het netwerk 'Betuwse Bloem'.
Het gaat om kleine en grote ondernemers, wetenschappers, scholieren, projectleden, medewerkers van provincie en gemeentes, medewerkers van belangenorganisaties en 'de burger'.
In de visie van Transforum heb je de vier hoofdactoren (overheid, bedrijfsleven, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties) nodig om samen tot duurzame innovatie te komen.

Om met veel verschillende partijen in een groot gebied innovatie tot stand te kunnen brengen, is veel uitwisseling van kennis en informatie nodig. Dat delen van kennis was het doel van dit deelproject: www.betuweflipt.nl.

2. Opzet

Kennisdelen binnen een netwerk vraagt om laagdrempelige open kanalen en een medium dat iedereen begrijpt. Daarom hebben we gekozen voor het medium video: verhalen in beeld. Het beeldverhaal maakt informatie toegankelijk en laagdrempelig.

We konden niet iedereen hier aan mee laten doen. We hebben gekozen om een groep van 30 reporters uit te rusten met een camera, en hen te vragen hun kennis te delen. Dit had te maken met het beschikbare budget voor de camera's en de begeleidingsuren.

Het **maken** van de video's moest eenvoudig zijn. Daar kwam de FLIP-camera in beeld: een uiterst eenvoudige en kleine camera waarmee je zonder veel kennis kan filmen en monteren.

Ook het **publiceren** van de video's moest eenvoudig zijn. En daarvoor kwam natuurlijk YouTube het meest in aanmerking. Youtube is een bekend fenomeen, mensen herkennen de vormgeving en snappen hoe het werkt. Dankzij de FLIP-software is het plaatsen van een video op Youtube nog eenvoudiger.

Het **vinden** van de video's moet makkelijk gaan. Het Youtube-kanaal is direct te vinden via www.betuweflipt.nl. En aan iedere video zijn zogenaamde labels (algemene zoekwoorden) toegevoegd waarmee de video meteen gevonden wordt via Google. Iedereen – ook publiek - kan de video's opvragen en bekijken.

30 reporters
Het idee was om 30 reporters te werven uit alle deelnemers aan het project, goed gespreid over de 4 sectoren: wetenschappers, ondernemers, beleidsmakers en maatschappelijke groepen. Voor een precieze lijst met de spreiding van de reporters over de 4 sectoren, zie BIJLAGE 1.
In het project zaten geen deelnemers uit maatschappelijke belangenorganisaties, en uit die sector hadden we in eerste instantie dan ook geen reporters.
We hebben gevraagd wie er graag reporter wilde worden, en aan deze groep camera's en instructie gegeven.

We hebben veel aandacht besteedt aan het motiveren van reporters. Externe motivatie: reporters mogen de FLIP houden, zodra zij 5 bijdragen op het kanaal hebben gezet. Interne motivatie: de noodzaak om het verhaal te vertellen dat zij belangrijk vonden.

We wilden starten met een duidelijke kick-off. Doel hiervan was om gezamenlijke focus te krijgen, uitleg te geven over het doel en de vorm van kennisdelen met de Flip, een training 'flippen voor beginners' te verzorgen, reporters te werven en de start te maken met het vormen van een community.

Kennis en ervaring
We hebben de reporters vooral technisch en praktisch ondersteund. We hebben een duidelijke handleiding geschreven, workshops gegeven, persoonlijk reporters geïnstrueerd en instructie video's op ons kanaal gezet. We waren altijd voor vragen bereikbaar via de Helpdesk.
Via nieuwsbrieven hebben we tips gegeven voor het maken van bijdragen, via mails reporters geattendeerd op nieuwe bijdragen, via het kanaal gereageerd op bijdragen, aanmoedigen, persoonlijk aanspreken, etcetera.
We hebben ons niet bemoeid met de inhoud van hun verhalen. Er moet vrijheid zijn om alles te laten zien wat een reporter belangrijk vindt. Het beleid was dan ook om geen verhalen te verwijderen, tenzij grondwettelijke grenzen werden overschreden.

3. Een jaar flippen

We zijn in 2009 begonnen op de veiling van Zaltbommel en hebben daar de eerste Flip-camera's (met handleiding) overhandigd aan gedeputeerde Harry Keereweer en ondernemer Ferry Hollinger. Er werd enthousiast gereageerd op het plan, en direct een filmpje opgenomen. De meeste ondernemers wilden graag een flip hebben en reporter worden.

Tijdens onze eigen projectvergaderingen hebben we alle projectleden geïnstrueerd hoe ze met camera en montagesoftware aan de slag konden.
Er zijn ook flips doorgegeven via projectleden, en sommigen kregen individueel tekst en uitleg.

Na de instructie konden ze Arthur met vragen bellen en kregen ze 'helpdesk' ondersteuning. Met nieuwsbrieven en extra bijdragen op het kanaal werden reporters betrokken gehouden.

We wilden graag flip-camera's geven aan projectleden die hiervoor enthousiast waren. Dat is ook gebeurd, maar het bleek ook dat de 'belangrijke mensen' toch zeker ook zo'n apparaatje moesten krijgen. Het was voor sommigen eerder een hebbeding dan een communicatie medium. Ze waren wel enthousiast voor het medium, maar voelden zelf geen duidelijke noodzaak om kennis te delen en te communiceren. Ook voelde zeker niet iedereen zich deel van een community, maar eigenaar van een deelproject dat gewoon binnen de tijd af moest komen.

De geplande kick-off is er nooit gekomen.
Dat kwam omdat niet alle deelnemers van het project vanaf het begin aangehaakt waren. De businesscases moesten nog helemaal gekozen en opgezet worden, en de keuze was pas in december rond. Toen wilden we in januari een kick-off organiseren, maar daar was helemaal geen behoefte aan. De groepen rond de businesscases waren nog helemaal niet bezig met communicatie en kennis delen, maar met gesprekken rondom de opzet van de cases. Het speelde zich grotendeels buiten ons gezichtsveld af. Ook wilde men hier geen tijd aan besteden, omdat de noodzaak daartoe niet gevoeld werd.

Het project had zoveel gezichten en zoveel startpunten, dat we noodgedwongen een globale overkoepelende startvraag hebben gesteld. De opdracht aan de reporters was: deel je kennis over innovatie in de Betuwse Bloem.

De communicatie afdeling van de provincie Gelderland heeft op een goede manier ruchtbaarheid gegeven aan www.betuweflipt.nl. Het initiatief werd opgenomen in de folder van het project en kwam regelmatig aan de orde in de nieuwsbrief. Ook zijn filmpjes doorgezet op de website van de Betuwse Bloem.
Dit had onder andere een artikel in de krant tot gevolg:

Gelderlander 11-11-2009

Tuinders houden elkaar op hoogte met fimpjes

De ondernemers die het Gelderse tuinbouwprogramma GreenPort Betuwse Bloem dragen en ook gedeputeerde Harry Keereweer hebben een kleine videocamera, niet groter dan een pak kaarten. Onder de noemer Betuwe Flipt hebben zij afgesproken elkaar op de hoogte te houden van gesprekken en bijeenkomsten die ze bijwonen.
Die worden dan op een apart videokanaal op YouTube gezet, Betuwe Flipt, zodat eenieder weet wat er speelt.

Het ondernemersplatform, onder meer met Rian Verwoert van Fruitmasters Geldermalsen, Geurt Huibers van Huverba in Opheusden en Peter Bakker van Plantion Bemmel, gebruikt het videokanaal dus voor kennisuitwisseling. Ook met Greenport Venlo, Wageningen Universiteit en Radboud Universiteit. Doel is te komen tot verbetering van de logistieke systemen die de Gelderse tuinbouwsector gebruikt, het duurzaam energiegebruik, verbetering van de omzet en inpassen van agrarische bedrijven in het landschap.

Ondanks het enthousiasme van reporters viel na een half jaar het aantal bijdragen tegen.
Welke redenen zagen en hoorden we destijds?

- De drempel van de techniek (montage, publiceren, tags aan bijdragen plakken, batterijen)
- De drempel van de tijd (geen tijd, te druk, dit is een leuk extraatje voor als je tijd over hebt, maar geen core business).
- De drempel van de inhoud (de reporters zijn geen journalisten en realiseren zich niet altijd wat de waarde van hun kennis voor anderen zou kunnen zijn)
- De brede scope (innovatie in de Betuwe is een erg brede en algemene vraag die niet prikkelt of uitdaagt)
- De drempel van het perfectionisme (kennisdelen is gewoon kort laten zien wat je in de echte wereld tegen komt, maar sommige reporters eisen van zichzelf een semiprofessionele reportage af te leveren)
- De drempel van de geheimhouding (ondernemers willen innovaties pas delen als ze af zijn, anders gaat de concurrent er mee van door, bestuurders willen de discussie eerst afronden voor ze die publiek maken, soms is men simpelweg niet gebaat bij openheid)
- De drempel van de onwennigheid (open spreken en discussiëren vanuit je eigen belang, op video, voor veel mensen heel nieuw en zit niet in hun normale werkpatroon)
- De drempel van de innovatie (waren er wel genoeg innovaties om in beeld te brengen? Wat is eigenlijk de norm voor 'innovatief'? Ben je voldoende in het veld om ze tegen te komen?)

Uit de evaluatie onder de reporters in december 2010, komt een vergelijkbaar beeld.

(uit de evaluatie van de reporters)

Wat heeft je geremd bij het maken van Flip-reportages of het publiceren daarvan op YouTube?

Technisch waren de barrières overkomelijk. Inhoudelijk waren er hobbels. Frans Peter Scheer: 'Voor onderzoekers valt het niet altijd mee om kort en bondig te rapporteren.' Ton van Dalen: 'Het enige waar je tegen aanloopt, ik ben geen journalist, is dus niet mijn dagelijkse werk, waardoor hier niet altijd de prioriteit aan wordt gegeven.' Rik Eweg: 'Ik had gevoel niet genoeg interessants te melden te hebben voor brede community.'

Voor alle reacties van respondenten van de evaluatie: zie Bijlage 4.

Ook werd er weinig op elkaar filmpjes gereageerd.
Uiteraard ligt hier een technische barrière, maar ook een inhoudelijke.
De filmpjes riepen niet altijd discussie op, er werden geen ferme standpunten in gedebiteerd.
De reactie die het opriep was eerder: 'Goh, interessant, dat weten we dan ook weer.'

Uiteraard hebben we maatregelen genomen om bij te sturen.

We hebben besloten zelf meer het goede voorbeeld te geven en een aantal grote evenementen zelf te verslaan. Leuk om te doen en ter plaatse konden we reporters aanmoedigen en ondersteunen. Zo deden we verslag van de Greenport-bijeenkomst in Geldermalsen, de Food Valley in Ede, een studiereis naar Greenport Venlo en een inspiratiereis van Chrystal Palace naar duurzaam gethematiseerde Land- en Tuinbouw-parken. Er gebeurde zo meer op het kanaal, waardoor het de moeite waard bleef om er te gaan kijken.

Onze veronderstelling was: Als de noodzaak maar hoog genoeg is, stappen mensen wel over de communicatie-drempel heen.
We hebben daarom twee themakanalen gelanceerd om de scope te vernauwen. We wilden al veel langer een kanaal opzetten rond een businesscase, alleen duurde het erg lang voordat men naar buiten wilde komen met informatie. In mei was het wel zo ver met Crystal Palace. We hebben de twee enthousiaste projecttrekkers uitgerust met een kanaal, camera's en instructie, maar het heeft tot niets geleid.
We hebben een kanaal opgezet rondom een thema: landschap. Daarin konden twee mensen de discussie met elkaar aangaan rond 'het landschap'. Ook dat heeft niet tot het gewenste resultaat geleid. Ook hier was de scope nog altijd heel groot. Wat valt er te discussiëren over HET landschap?

We hebben een camera gegeven aan de leerlingen en docent van Helicon, om via hun ogen naar innovatie in de Betuwe te kunnen kijken. Dat heeft interessante bijdragen opgeleverd. En het kwam weer in het nieuws:

Helicon-studenten bij Greenport-conferentie



vrijdag 27 november 2009 00:02
GELDERMALSEN –
Betuweflipt op You Tube

Teneinde de ontwikkelingen op het gebied van de complete tuinbouw sector in het Rivierengebied in beeld te brengen, heeft de Betuwse Bloem een speciaal Betuweflipt kanaal op You Tube. Op dit kanaal worden regelmatig filmpjes geplaatst om alle ontwikkelingen goed in beeld te brengen. In dat kader mochten de studenten van Helicon een camera in ontvangst nemen met daarbij de opdracht om de komende maanden al hun opleidingservaringen vast te leggen en op You Tube te plaatsen. De studenten waren hiermee positief verrast en de eerste ideeën om de ondernemers van de stagebedrijven te interviewen waren al gauw geboren.

We hebben verder de reporters regelmatig aangespoord en geprikkeld om bijdragen te leveren.
Uiteindelijk is na 1 jaar flippen de balans opgemaakt.

4. Resultaten



Op het kanaal www.betuweflipt.nl zijn – in de periode 18 november 2009 tot 22 november 2010 - door 16 reporters 165 videobijdragen geplaatst. Die videobijdragen zijn in totaal bijna 20.000 keer opgevraagd. Van het kanaal wordt dagelijks gemiddeld 54 keer een video opgevraagd.

De best bekeken video is 819 keer opgevraagd. 22 video's op het kanaal zijn meer dan 200 keer bekeken.

(uit de evaluatie van de reporters)

Heb je het kanaal regelmatig bezocht en als je dat niet deed wat was daarvan dan de reden?

Het kanaal werd door deelnemers niet als een noodzakelijke informatiebron gezien.
Jan Blankers: 'Ik heb het kanaal totaal ca. 4 a 5 bezocht, en vond er dat soms wat nieuws.'
Het was voor bezoekers onduidelijk wat er te vinden was. Rik Eweg: 'De verzameling flips was wat een rijstebrijberg met weinig thematische ordening'.
En heeft iedereen even veel behoefte aan het delen van informatie?
Wils Kloos: 'Ik denk dat veel ondernemers gewoon met ondernemen bezig zijn en bovendien echt belangrijke zaken niet willen verspreiden via zo'n publiek kanaal als youtube.'

Voor alle reacties van respondenten van de evaluatie: zie Bijlage 4.

Selectie van 20 'meest bekeken' video's



Het duurzaamste huis van Nederland (1/3)
819 keer bekeken



Eerste restaurant van BioPlus in De Bilt!
536 keer bekeken



Huverba ontvangt scholieren Van Lodenstein College
385 keer bekeken



De eerste Flip-camera's uitgereikt
377 keer bekeken



Appels met peren!
375 keer bekeken



Plantion in Ede - gesprek met Peter Bakker
342 keer bekeken



Betuwse 'roadmovie'…
234 keer bekeken



KWH-innovatie op fruitcorso
232 keer bekeken

Welke video's zijn het meest becommentarieerd, beoordeeld of aan favorieten van kijkers toegevoegd?

Een filmpje op YouTube plaatsen (3/3)	5,8 (percentage van totale interactie rond kanaal)
Huverba presenteert zichzelf en de Betuwe	4,2
Opleiding Greenport Business MBO Helicon	3,3

De reporters vertegenwoordigden beleidsmakers, wetenschappers en ondernemers. Hoe groot was het aandeel van de verschillende groepen? Van een achttal bijdragen is niet bekend wie ze gemaakt heeft.

- Beleid (totaal 24 videobijdragen)
- Wetenschap (totaal 25 videobijdragen)
- Ondernemers (totaal 29 videobijdragen)
- Onderwijs (totaal 1 videobijdrage)
- Maatschappelijke organisaties (geen bijdragen)

Zoals eerder vermeld zijn naast bovenstaande videobijdragen door Judith en Arthur – in het kader van kennis delen - verslag gedaan van excursies, studiereizen, conferenties en beurzen, zodat projectleden kennis kon nemen wat zich daar afspeelde. Speciale vermelding verdienen reportages van het Engelse project Ede voor de businesscase Crystal Palace en het 6-delige 'Typisch Betuwe', waarin Judith en Arthur in de Betuwe op zoek gaan naar gebiedskenmerken. In totaal waren dit 85 bijdragen. Meer dan 50% van het totaal.

Met de Gelderse Milieufederatie is geprobeerd een debatkanaal 'BetuweWaard' op te tuigen. Initiatiefnemers Volkert Vintgens (Gelderse Milieufederatie) en Roelf de Boer (Ontwikkelingsmaatschappij OostNV) wilden met 'videobrieven' hete hangijzers rond het thema 'Landschap' gaan bespreken. Het initiatief is – na een startschot van Roelf – helaas niet verder van de grond gekomen.

(uit de evaluatie van de reporters)

Heeft het kanaal betuweflipt.nl en het gebruik van Flipcamera's een zinvolle bijdrage geleverd aan dit project?

'Er is enthousiasme over het inzetten van de Flipcamera en YouTube. Remco Kranendonk: 'Heeft publiciteit opgeleverd, diverse interessante bijdragen en het zorgde voor iets gezamenlijks en unieks…' Maar ook twijfel over het nut van dit kanaal. Jeroen Kruit: 'Ik had ook vaak geen zin om naar heel veel uncut materiaal te kijken. Vaak weinig to the point en langdradig.' Roelf de Boer: 'Ik vond de respons/reacties op de video's te laag.' Hoe nu verder? Rene Zwiers: 'Beelden zeggen zoveel meer en voor de leerlingen is het ook veel leerzamer om beelden weer terug te kijken.'

Voor alle reacties van respondenten van de evaluatie: zie Bijlage 4.

In hoeverre heeft het werken met de flips ook daadwerkelijk een bijdrage geleverd aan het oorspronkelijke doel: kennisdeling?

Achteraf blijkt weer dat het nodig was om van te voren de doelstelling te concretiseren.

Wat is kennisdeling precies? Moet het of mag het? Welke kennis wordt je geacht te delen? Wat is voor wie interessant? Hoe weet je wanneer het goed gelukt is? Waarom is kennisdelen belangrijk?

Dat hebben we niet gedaan, en dus is het achteraf ook lastig te checken. Een les voor de toekomst.
Wel hadden we last van een hardnekkige overtuiging in de buitenwereld: "jullie werken met die camera's, jullie doen de communicatie". Dat deden we niet, we promoten een instrument voor kennisdeling. Maar veel zagen het toch ook als een manier om het project naar buiten te presenteren. Daar was het niet voor bedoeld, en het project was ook nog niet in de fase van het delen van resultaten.

Je zag wel aan de content van de filmpjes dat men nieuwtjes en ervaringen deelde: een bezoek aan een beurs, een nieuwe oogstmachine, een interview met de wethouder, verslagen van excursies, een spreker op een conferentie.
Wat vonden de reporters zelf over het gebruik van de flip voor kennisdeling?

(uit de evaluatie van de reporters)

Moet bij een volgend project de kennisdeling met andere technische middelen worden aangepakt? Hoe zouden jullie die kennisdeling dan het liefst zien verlopen?

Er komen veel suggesties binnen over hoe kennisdeling kan worden verbeterd.
Ton van Dalen: 'Ik denk dat je moet kiezen voor een mix van middelen om zo een groter publiek te bereiken. Kan door You tube, film op site, bijeenkomsten (netwerk), apps, etc..'
Deze vorm van delen had – volgens Wouter van Westerop – wel onverwachte voordelen: 'Met de flips was ik op de hoogte van zaken waarvan ik bij andere projecten zonder een flip niet op de hoogte was.' De inhoudelijke ondersteuning kan nog beter.

Jeroen Kruit: 'Mijn gevoel zegt dat kennisdelen via inzet van technische middelen lastig werkt. Ik heb zo direct echter ook geen beter idee. Wellicht dat het interessant zou zijn om een opzet te hebben waar elke week iemand (of uit de groep of juist extern) een vilein artikeltje schrijft of filmpje maakt en daarmee een discussie op gang probeert te brengen. (…) Ook een rol van jullie van meer een op een 'makelaarschap' naar de groep toe heeft goed gewerkt. Misschien is dat iets dat je kunt uitbouwen (maar ik weet ook dat tijd geld is).'

Voor alle reacties van respondenten van de evaluatie: zie Bijlage 4.

Concluderend

Het feit dat we een nieuw medium gebruikten, was positief. Er was iets spannends te doen en te communiceren. De Betuwe deed iets nieuws.

Maar het was wel onduidelijk waar het nu precies voor was. Het zat nog niet in ieders systeem om er mee te werken en om kennisdeling als een vast onderdeel van een innovatieproject te zien.

Toch staan er nu veel filmpjes over de Betuwe op internet, en er is al veel naar gekeken. Dat blijft, en het kan ook groeien. Mensen kunnen blijven flippen, blijven publiceren en blijven kijken, zonder dat het nog een cent kost. Dat is een heel concreet resultaat van ons project dat achterblijft.

5. Aanbevelingen en vervolgvragen

Kennisdelen met de FLIP werkt het beste in een projectomgeving met een duidelijke vraag in een community van reporters, die de noodzaak van de verandering onderschrijven en het effect van hun inspanningen ziet.

Projectomgeving
Je hebt een gezamenlijk startpunt nodig. Een moment waarop je aan deelnemers kunt uitleggen wat de bedoeling van het kennisdelen is, waarin vragen en belangen van de deelnemers geïnventariseerd worden en waar je kunt uitleggen en laten zien hoe het werk. Een workshop waarin je kunt oefenen met het filmen, monteren en publiceren is een vereiste.

Duidelijke vraag
Wat is de boodschap van het gezamenlijke kanaal? Rondom welke vraag worden antwoorden verzameld? Dit moet een concrete, relevante, prikkelende vraag zijn, die alle reporters aanspreekt. Het moet vrijheid bieden, maar de vraag moet niet te breed zijn. “Breng innovatie in de Betuwe in beeld”, was te vaag en breed.
Breng ook regelmatig nieuwe prikkelende deelvragen in. De webmaster van de community vervult hierin een rol, gooit af en toe de knuppel in het hoenderhok, signaleert trends en zet die om naar nieuwe vragen aan de reporters.

Community van reporters
De reporters vormen bij voorkeur een community die informatie uitwisselt, elkaars bijdragen becommentarieert, elkaar ondersteunt en wellicht beconcurreert met de kwaliteit en kwantiteit van hun bijdragen. Ze moeten voelen dat ze onderdeel van een geheel zijn, en een gezamenlijke verantwoordelijkheid voelen om samen beelden met de wereld te delen over hun onderwerp.
Dit kun je bewerkstelligen door een gezamenlijke start, een smoelenboek van reporters, bijeenkomsten tussendoor, reageren op bijdragen, berichten over de gezamenlijke output (kijkcijfers).
En natuurlijk: de helpdesk!

> *(uit de evaluatie van de reporters)*
>
> ***Hoe vonden jullie de ondersteuning bij deze werkwijze (Helpdesk Arthur)?***
>
> Technische en praktische ondersteuning bij het project is als zeer positief ervaren.
> Wouter van Westerop: ‘Prima! Wanneer ik met vragen of opmerkingen zat kreeg ik snel de juiste antwoorden terug.’
>
> Voor alle reacties van respondenten van de evaluatie: zie Bijlage 4.

Noodzaak van verandering
Zonder noodzaak tot verandering, stappen de reporters niet over de drempel van de tijd en inzet die het kost om een filmpje te maken en te publiceren. Het is en blijft toch tijd die je er in moet investeren, iets nieuws dat je moet leren. Die drempel ga je niet over, als je er geen duidelijk belang bij hebt om kennis te delen en je mening te ventileren. Alleen met die gevoelde noodzaak, komen de verhalen goed op gang. Dit is dus ook een criterium bij de selectie van de reporters: wie voelt de drang om te communiceren.

Effect van de inspanningen
Het publiceren van een videoverhaal moet beloond worden. Het mogen houden van de camera, is niet voldoende. Reacties van anderen zijn een beloning, vertoning van je filmpje op de site van een organisatie is stimulerend, complimenten van anderen werken. Hierin kan de communicatie afdeling van een project ook een belangrijke rol vervullen: het doorsluizen van filmpjes naar andere kanalen.

Ook de webmaster heeft hier een rol in te spelen, door het individuele contact met reporters, of vermelding van bijdragen in mails of een nieuwsbrief.

(uit de evaluatie van de reporters)

Wat zou je nog willen opmerken dat kan helpen bij het verbeteren van de gekozen werkwijze?

'Naast technische ondersteuning iets meer doelgroepgericht ondersteunen, hoe brengt de wetenschapper zijn verhaal -kort- voor de bühne.'

'Het lijkt mij goed om bij het uitdelen van de flips ook helemaal vanaf het installeren van het programma en het maken van filmpjes even op een beamer iedereen mee te laten kijken.'

'Volgens mij moeten we streven naar een veel betere afstemming tussen de kanaalbeheerders en de plekken waar beleid en strategie wordt gemaakt. Behoefte vanuit businesscases en beleidsstrategie zijn gelegen in het creëren van gezamenlijke betekenissen en (toekomst)beelden. Daar kan medium aan bijdragen. Vanuit diverse individuele beelden, tonen en bespreken en komen tot gezamenlijke beelden.' (…) 'We hadden ook mensen opdrachten kunnen geven, beter ingebed in de projectdoelstellingen.'

'Toch wat kwaliteitscontrole, zodat wat er staat ook toonbaar/informatief is; er staat toch al zo veel op. Top Tien-mogelijkheid (om tijdelijke selecties rond bepaald item te kunnen filteren, of nog beter: filters om in te stellen?'

'Koppeling van nieuw bericht aan melding voor geïnteresseerden dat er nieuws is. Anders dreiging verlies in de veelheid van informatie die dagelijks over je heen komt.'

Voor alle reacties van respondenten van de evaluatie: zie Bijlage 4.

Vervolgvragen
Wat zeggen de gepubliceerde reportages over de stand van zaken in de Betuwse Bloem? In hoeverre komt de sector vooruit?

De Betuwse Bloem is vooral nog een bestuurlijk project. Dit leidt tot tussenproducten als workshops, conferenties, rapporten, excursies, die de feitelijke innovatie op gang moeten brengen. We hebben dan ook vooral veel bijdragen gezien van dit soort bijeenkomsten, of interviews met mensen die je daar treft. De mening van de projectleider, de wethouder, de gedeputeerde, etc. Er zijn weinig bijdragen over concrete innovaties in het gebied geweest. Als dit kanaal een afspiegeling is van de stand van zaken, zou je kunnen zeggen dat de innovatie nog in een voorbereidende fase zit.

'Het is de vraag of in de huidige fase van ontwikkeling, dit instrument moest worden ingezet, gezien de voorzichtige stappen.' Uit de Evaluatie van Roelf de Boer.

Maar het kan ook dat het zakelijk gezien niet verstandig wordt geacht om innovaties in beeld te brengen. Je zou je concurrent eens op een idee kunnen brengen. We zijn daar in dit project niet tegenaan gelopen. Wel hebben we met Roelf een aantal malen discussie gevoerd over de rol van reporters als onafhankelijke beschouwers of ambassadeurs van de sector. Marketing of kennis delen?

Is er innovatie in het gebied of zijn reporters teveel in werk- en vergaderkamers blijven hangen? Waarom zijn actieve ondernemers zo weinig betrokken bij dit project. Er zouden binnen de WUR nog veel ongebruikte 'innovaties' op de plank liggen. Wat is nu precies die informatie die zo ruim voor handen zou zijn binnen de WUR?

Of kun je geen conclusies verbinden aan de inhoud van het kanaal en de videobijdragen?

Interessante vragen, die een volgend projectteam zichzelf zeker zal moeten stellen, om te kunnen bepalen wat de beste manier is om samen kennis te delen.

Judith de Bruijn en Arthur Vierboom
10 december 2010.

Voor meer informatie:
info@judithdebruijn.nl 06-54.266.265
info@arthurvierboom.nl 06-337.186.17

BIJLAGEN

1. Lijst met reporters.
2. Lijst met gemaakte videobijdragen
3. Bijdragen die op www.betuweflipt.nl meer dan 200 keer bekeken zijn
4. Evaluatie van het Flipproject bij de reporters, volledige weergave.

BIJLAGE 1 FLIPREPORTERS

Ondernemers

Jan Blankers	Fruitmasters (samen met Rian Verwoert)
Peter Van Osch	Veiling Zaltbommel
Jack van Wijk	Veiling Zaltbommel (samen met Flip Peter van Osch)
Rob Banken	Banken Champignons
Ko Hooijmans	Hooijmans Champignons
Ferry Hollinger	Voorzitter Ondernemersplatform
Radboud Vorage	LTO Noord Projecten
Ruben Baltussen	Baltussen Conserven BV
Leo Van de Meer	Kvk, projectgroep Crystal Palace
Jean Paul Kerstens	MAAK-architectuur, Crystal Palace
Ton Van Dalen	Huverba BV
Frank Engelbart	Rijnconsult Projectmanager Fruitpact (Flip terug)
Leonie Schuur	Kamer van Koophandel Midden-Nederland

Kennisinstellingen

Marc Ravesloot	wur
Frans-peter Scheer	wur
Jeroen Kruit	wur
Eric Poot	wur
Bas Breman	wur (Flip doorgegeven aan Robert-Jan Fontein)
Remco Kranendonk	wur
Wouter van Westerop	Radboud Universiteit
Ton Starren	Helicon Geldermalsen
5 studenten	Helicon Geldermalsen (1 Flip)

Maatschappelijke organisaties

Volkert Vintgens	Gelderse Milieu Federatie

Bestuurders

Kees Pieters	Provincie Gelderland
Harry Keereweer	Gedeputeerde Staten Gelderland

Projectorganisatie

Judith de Bruijn	(eigen flip)
Arthur Vierboom	(eigen flip)
Wils Kloos	Oost NV
Roelf de Boer	Projectleider Transforum projecten (Flip in de Waal gevallen)
Rik Eweg	Transforum

Met bovenstaand reporternetwerk zijn 165 video's op www.betuweflipt geplaatst.

BIJLAGE 2: Lijst met alle gemaakte bijdragen voor betuweflipt.nl:

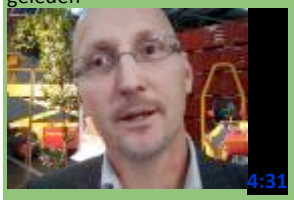
Bergerden Promotiefilm,
Impressie Oogstdag Fruitpact 12, KP
Voorzitter Fruitpact trots op fruitcluster, KP
Fruitpact: Samen sterk!, KP
Transforum bezoekt paddenstoelen,
Cisgene appels is redding van de Betuwe? RE
ABC Opheusden: Nieuwe teelttechnieken, RK
Showcase boomteelt Opheusden, RK
ABC Opheusden: Natuurontwikkeling, RK
Eden Project (4/4) – Kom binnen! AV/JdB
Eden Project (3/4) – Foto-compilatie, AV/JdB
Eden Project (2/4) – Buiten, AV/JdB
Eden Project (1/4) – Reporter, AV/JdB
Oelderse Halte (1/4) – Jan Jansen en Rinus van de Waart, AV/JdB
Knowhouse (1/5) – Rinus van de Waart, AV/JdB
Greenport Venlo (2/3)- Frans-Peter Scheer, AV/JdB
Greenport Venlo (3/3)- Jos van der Heijden, AV/JdB
Oelderse Halte (2/4) – Jan Jansen, AV/JdB
Knowhouse (2/5) – Rinus van de Waart, AV/JdB
Knowhouse (3/5) – Rinus van de Waart, AV/JdB
Greenport Venlo (1/3)- Freshpark, AV/JdB
Oelderse Halte (4/4) – Jan Jansen, AV/JdB
Oelderse Halte (3/4) – Jan Jansen, AV/JdB
Knowhouse (4/5) – Rinus van de Waart, AV/JdB
Knowhouse (5/5) – Rinus van de Waart, AV/JdB
Een Betuws schoolreisje naar Greenport Venlo (3/3), AV/JdB
Een Betuws schoolreisje naar Greenport Venlo (1/3), AV/JdB
Een Betuws schoolreisje naar Greenport Venlo (2/3), AV/JdB
Greenport Venlo + de Floriade, AV/JdB
Ferry Hollinger over Emsflower, AV/JdB
Bennie Kuipers laat bwinkel en park zien (3/4), AV/JdB
Bennie Kuipers over Erlebnispark (2/4), AV/JdB
Op bezoek bij Bennie Kuipers in Emsburen (1/4), AV/JdB
Het verhaal achter Earthships AV/JdB
Earthships werken niet, AV/JdB
Wandelend door de productie van Emsflower (4/4), AV/JdB
Het duurzaamste huis van Nederland (1/3), AV/JdB
Het duurzaamste huis van Nederland (2/3), AV/JdB
Het duurzaamste huis van Nederland (3/3), AV/JdB
Kenniscentrum Randwijk, RdB
Bekhoven uit Breda, RdB (mislukt, 9 seconde)
Bezoek Betuwse Bloem aan Greenport Venlo: Zon Freshpark, WvW
Bezoek Betuwse Bloem aan Greenport Venlo: Greenporthuis en Viewtureroom, WvW
Bezoek Betuwse Bloem aan Greenport Venlo: de paddenstoelerij, WvW
Bezoek Betuwse Bloem aan Greenport Venlo:Oelderse Halte, WvW
Typisch Betuwe (deel 6, 4 bijlagen), AV/JdB
Typisch Betuwe (deel 5, 1 bijlagen), AV/JdB
Typisch Betuwe (deel 4, 2 bijlagen) - Bemmelsche Waard, AV/JdB
Typisch Betuwe (deel 3, 1 bijlagen) - De aardbeien van De Beijer, AV/JdB
Typisch Betuwe (deel 2, 2 bijlagen) - Fort Pannerden, AV/JdB
Typisch Betuwe (deel 1) - Van het Pondje, AV/JdB
Landwinkel De Woerdt (compilatie), AV/JdB
Plantion aan de slag op haar nieuwe locatie in Ede, FH
LNV / Agri Logistiek bezoekt de Betuwse bloem, WK
Henk van Latesteijn: Samenwerken vereist, RE
Onderscheiding voorzitter Jos Kersten, FH
Dochter Amelie doopt minister president Balkenende…,FH
Gesprek met Jos van der Heijden van Greenport Venlo over Greenport Venlo, WvW
Gesprek bij de Wirtschaftskammer met Martina Reuber, WvW
Biologische bestrijding paprika – Kom in de Kas, JvW
Stand veiling Zaltbommel Kom in de Kas, JvW
Sorteermachine Van Tuyl Paprika's Kom in de Kas, JvW
Uitleg WKK Kom in de Kas – 27 maart 2010, JvW
Toon van Tul Kom in de Kas – 27 maart 2010, JvW
Een duurzaam paddenstoelencluster in opbouw, RdB
Champost per schip. A-team aan de slag, RdB
RCT Rivierenland brengt actie, FH
Globale Ontwikkelingen en hun betekenis voor de Betuwe, FPS
Logistiek (1): Clustering, FPS
Logistiek (2): Verbinden, FPS
Logistiek (3): Regisseren, FPS
De Fruit-o-maat bij Appeltern, AV
Substraatbedden chrysanten, EP
Sunergiekas, EP
Idc zonwindkas, EP
Potplantenonderzoek, EP
Gesprek wethouder keulen van de gemeente Neder-Betuwe, TVD
Huverba ontvangt scholieren van Lodenstein college, TVD
Oproep lokale verkiezingen, JDB
Bij het zien van paddenstoelen RDB
Een student van de Radboud Universiteit weet niet wat Betuwse Bloem is, RDB
Betuwe als grootste fruittuin van Nederland, RDB

Maak van Betuwe Groen Kennisgebied, RDB
Maak in Betuwe CO2-neutrale appel, RDB
Groene opleiding in Betuwse tuinbouw, RDB
CDA, Maasdriel. Gerard van den Anker
Opleiding Greenport Business MBO Helicon, TVDS
Blik op Betuwse Bloem, KP
Huverba presenteert zichzelf en de Betuwe, TVD
Hein Kroft: Koester die samenwerking in de Betuwe, RE
Verkaveling in de Betuwe door Gerrit van Maanen, ??
Verkeerssituatie in Tuil door Thomas Schoorl
Kenniscentrum Betuwse Bloem: model Greenport, EP
Verkeerssituatie in Tuil door Henk Ekelmans, ??
Keereweer pleit voor glastuinbouwPACT, HK
Provinciaal beleid in Gelderland door Harry Keereweer, HK-FH
Hoe moet het verder bij de A15, HK-FH
Info over de ruimte voor ruimteregeling, HK
Agrofoodlink Weeze okt. 2009, FH
Dynamiek van de Betuwe, JK
Wils Kloos over bloeiende clusters in de Betuwse Bloem, WK-BB
Bas Breman over bloeiende clusters in de Betuwse Bloem, BB
Kees Pieters over bloeiende clusters in de Betuwse Bloem, KP-BB
Rik Eweg (1) over bloeiende clusters in de Betuwse Bloem, RE-BB
Rik Eweg (2) over bloeiende clusters in de Betuwse Bloem, RE-BB
Remco Kranendonk over bloeiende clusters in de Betuwse Bloem, RK-BB
Roelf de Boer over samenwerking en ontwikkeling, RDB
Betuwse Bloem naar 2010, WK-FH
Agrofoodlink Weeze okt. 2009, FH
Betuwse Bloem, bloeiende schakel in de, KP
Willem + Drees bij Jumbo Zeist met Wellant, JVW (veiling zaltbommel)
Verkeerssituatie in Tuil door Henk Ekelmans, ??
Ko Hooijmans: 24 uurs shop in Keulen, KH
Ko Hooijmans: Betuwse Bloem 11-23-2009, KH
Heske Groenendaal over RCT Rivierenland, 26-11-2009, RB
Oprichting RCT Rivierenland, 26-11-2009, RB
Sjaak van der Tak (2/2): Greenport op weg naar derde mainport, JDB/AV
Sjaak van der Tak (1/2): Greenport op weg naar derde mainport, JDB/AV
Nico van Ruiten doet verslag van de 7 recessie-bijeenkomsten, JDB/AV
Greenport Nederland bij de Betuwse Bloem, 19 november, JDB
De premiere van de film over de Betuwse Bloem, JDB/AV
Betuwe Greenport of satelliet? JDB/AV
De toekomst van de laanboomteelt, JDB
Passie in zaken, RB
Ko Hooijmans: Inzending Paddenstoelenpact. KH
Rian Verwoert (1,2,3): Hoe gaan we al die mensen voeden? De fruitsector denkt nog erg traditioneel. Productie en retailers moeten gaan samenwerken. JDB/AV
Wat Barneveld is voor kippen is de Betuwe voor fruit, JDB
Vijf leerlingen van de Greenport Bussiness, JDB
Eerste restaurant van Bio Plus in de Bilt, RB
Rita Weeda, Betuwse Bloem belangrijk, JDB/AV
Judith de Bruijn: je ervaart hier bij Fruitmasters echt de wereld van land en tuinbouw, HK
Nel van Dijk: We moeten nu doorgaan op de ingeslagen weg. JDB/AV
Start Wellant seizoen 2009-2010, JvW
De Betuwespoorlijn is mislukt! RDB
Food Valley Conference, 8 oktober 2009, JDB/AV
Hoe maak je een filmpje, JDB/AV
Een filmpje op YouTube plaatsen, JDB/AV
Opnemen met de Flip is kinderspel, JDB/AV
Plantion: enkele beelden van de nieuwbouw in Ede, FH
KWH innovatie op de fruitcorso, KP
Plantion in Ede, gesprek met Peter Bakker, FH
De eerste flipcamera's uitgereikt, JDB/AV
Appels met peren, JDB/AV
Betuwse roadmovie, RE-RK
Glastuinbouw in Zaltbommel, JDB/AV
Betuwse chrysanten en aardbeien, JDB/AV
Buschauffeur Krens en mevrouw van Ommeren, JDB/AV

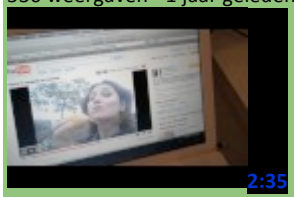
BIJLAGE 3: Videobijdragen van Betuweflipt.nl die meer dan 200 keer bekeken zijn dus wellicht ook buiten de scope van het projectteam / sector aandacht getrokken hebben.



Het duurzaamste huis van Nederland! (1/3)
819 weergaven - 5 maanden geleden



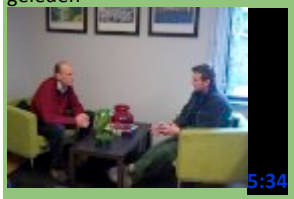
Eerste restaurant van BioPlus in De Bilt!
536 weergaven - 1 jaar geleden



Een filmpje op YouTube plaatsen... (3/3)
505 weergaven - 1 jaar geleden



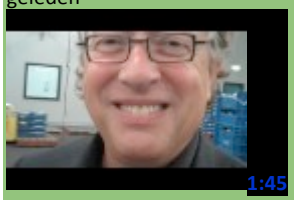
Het duurzaamste huis van Nederland! (2/3)
436 weergaven - 5 maanden geleden



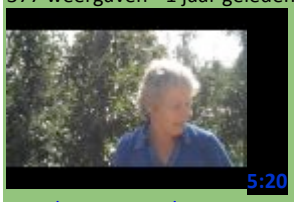
Huverba ontvangt scholieren Van Lodenstein College
385 weergaven - 9 maanden geleden



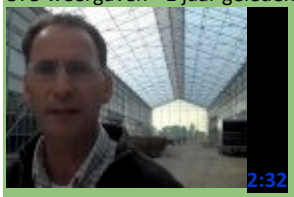
Het duurzaamste huis van Nederland! (3/3)
384 weergaven - 5 maanden geleden



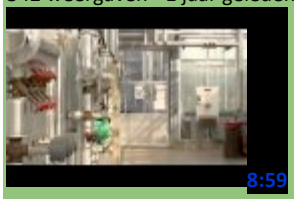
De eerste Flip-camera's uitgereikt
377 weergaven - 1 jaar geleden



Appels met peren!
375 weergaven - 1 jaar geleden



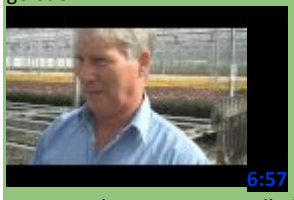
'Plantion' in Ede - gesprek met Peter Bakker
342 weergaven - 1 jaar geleden



Betuwse Bloem, bloeiende schakel in de Nederlandse Tuinbouw
322 weergaven - 11 maanden geleden



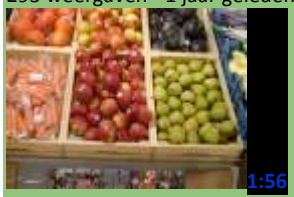
Typisch Betuwe (deel 2) - Fort Pannerden
302 weergaven - 7 maanden geleden



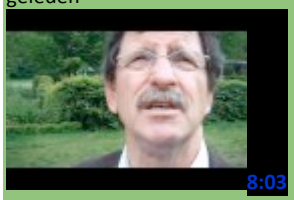
Betuwse chrysanten en aardbeien...
301 weergaven - 1 jaar geleden



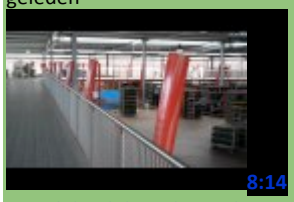
Judith de Bruijn: 'Je ervaart hier bij Fruitmasters echt de wereld van land- en tuinbouw'
293 weergaven - 1 jaar geleden



Willem + Drees, bij Jumbo Zeist met Wellant
258 weergaven - 11 maanden geleden



Ferry Hollinger over Emsflower / Nulwoning / Earthship-reis
257 weergaven - 5 maanden geleden



Wandelend door de productie van Emsflower (4/4)
243 weergaven - 5 maanden geleden

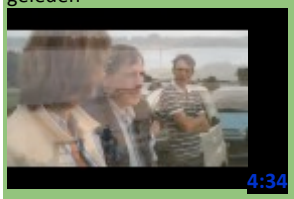


Huverba presenteert zichzelf en de Betuwe
243 weergaven - 9 maanden geleden



Bennie Kuipers laat winkel en park zien (3/4)

238 weergaven - 5 maanden geleden



Betuwse 'roadmovie'...
234 weergaven - 1 jaar geleden



KWH-innovatie op Fruitcorso
232 weergaven - 1 jaar geleden



Blik op de Betuwse Bloem
225 weergaven - 9 maanden geleden



Plantion aan de slag op haar nieuwe vestiging in EDE
221 weergaven - 7 maanden geleden



Heske Groenendaal over RCT-Rivierenland
206 weergaven - 1 jaar geleden



Champost per schip - A team aan de slag!
198 weergaven - 8 maanden geleden



Opleiding Greenport Business MBO Helicon
206 weergaven - 9 maanden geleden

BIJLAGE 4 EVALUATIE BETUWEFLIPT – REACTIES

Vraag 1: ***Heeft het kanaal betuweflipt.nl en het gebruik van Flipcamera's een zinvolle bijdrage geleverd aan dit project? (graag met korte toelichting)***

FPS: 'Jawel, gaf de mogelijkheid een impressie te krijgen van wat andere bezoeken…'
KH: 'Ik denk van wel, omdat de individuele producten meer in beeld zijn gekomen.'
RZ: 'Het gebruik van de camera is een groot succes. Beelden zeggen zoveel meer en voor de leerlingen is het ook veel leerzamer om beelden weer terug te kijken.'
WVW: 'Ja. Op zijn allerminst brengt het een 'vibe' gaande in de betrokken groep en wordt men gemotiveerd om actief te gaan bijdragen en daarmee actief te gaan nadenken. De reacties die ik van buitenstaanders kreeg waren ronduit positief en nieuwsgierig, waarop je het betreffende project op een positieve manier in de spotlight zet.'
EP: 'Nee, voor mij helaas niet. Wat ik er wel van geleerd heb, en dat is natuurlijk wel heel waardevol, is dat een medium als filmpjes via internet voor mij voorlopig nog niet in de buurt komt van "oude" media als geschreven teksten en PowerPoint presentaties. Belangrijk verschil is m.i. dat je voor een geschreven tekst (voor het gemak schaar ik daar ook ppt's onder) goed moet nadenken wat je precies wil overbrengen, dat is een creatief denkproces dat je met een vluchtig medium als een internet filmpje nog lang niet bereikt, vind ik.' (…) 'Om meer uit deze nieuwe vorm van kennisoverdracht te halen, had ik er veel meer tijd in moeten stoppen. Mijn rol verschuift dan nl van (wetenschappelijk) onderzoeker naar (onderzoeks-)journalist. Daar horen andere competenties bij. Ik denk dat ik die wel zou kunnen leren (ik beschouw mezelf tot de "majority" als het om digitale media gaat), maar daar had ik in dit project domweg de tijd niet voor.'
JB: 'In mijn ogen een beperkte bijdrage. Ik volgens mij af te lezen aan het keren dat een filmpje is bekeken.'
RE: 'Ik denk het wel. Ik vond het inspirerend omdat het een eenvoudige manier was om kennis te nemen van ideeën en meningen van verschillende stakeholders in het gebied. Het was daarbij een meerwaarde om hun gezicht en omgeving te zien en hun stem te horen. Dan blijven ze echt beter "hangen" dan als het geschreven tekst zou zijn.'
TVD: 'Dit is een leuke manier om ervaringen/kennis te delen. Echter het bereikt een klein publiek.
Ik ben van mening dat je alle communicatiemiddelen moet inzetten om een groter publiek geïnteresseerd te krijgen. Ik kan niet inschatten of dit is gebeurd.'
RDB: 'Als gadget heeft het idee goed gewerkt en was het een goede trekker. Ook als een snelle verwijzing 'Kijk maar op YOU TUBE'.' Het was me niet duidelijk waar en waarover ik video's kon vinden. Ook vond ik de respons op de video's erg laag en had ik liever een grotere interactiviteit gezien.
PvO: 'Deze vraagstelling moet meer vanuit de "consument" dan vanuit het oogpunt van de leverancier worden bekeken. Derhalve zijn bezoekcijfer en unieke ip-adressen relevanter dan het gevoel van een deelnemer. We zijn niet uit op zelfbevrediging. Overigens ben ik er persoonlijk van overtuigd dat het een zinvolle bijdrage levert aan de doelstellingen van BB waarbij bovendien de kosten relatief gering kunnen zijn. Onderhoud, actualiteit en verversing van nieuws vraagt continu aandacht.'
JK: 'Ja/nee. Ik moet bekennen dat ik er niet veel gebruik van heb gemaakt. De drempel om te gaan kijken was vaak te hoog (niet een druk op de knop en je bent er). Ik had ook vaak geen zin om naar heel veel uncut materiaal te kijken. Vaak weinig to the point en langdradig. Na de zomervakantie had ik een achterstand in projectinfo. Toen heb ik heel gericht anderhalf uur lang filmpjes gekeken. Dat werkte toch wel weer heel erg goed om mijzelf bij te spijkeren. Ik heb echter niet de indruk dat mensen op elkaar reageerden via het maken van filmpjes (toch een van de kernideeën achter dit initiatief)?'
RK: 'Ja, diverse mensen uit het netwerk zijn er actief mee aan de slag gegaan. Overhandiging aan Keereweer en Hollinger was mooi moment. Heeft publiciteit opgeleverd en diverse interessante bijdragen en het zorgde voor iets gezamenlijks en iets unieks. Veel gebruikt in gesprekken.'
FH: 'Ja, het gaf een nieuwe dimensie met een nieuw instrument.'
KP: 'Mbt Transforum: De filmpjes waren nuttig ter ondersteuning van de thema's; de businesscases hebben een te lange aanlooptijd gehad om optimaal te kunnen profiteren van dit medium. Sommige cases hebben zich in stilte voltrokken/kunnen voltrekken...
Over het kanaal zelf en het gebruik van Flips ben ik enthousiast; goed bruikbaar bij uitdragen Betuwse Bloem. Maar doordat het niet gerubriceerd is, ook onoverzichtelijk, waardoor de kans op missen van filmpjes aanwezig was. Discussie heeft het nauwelijks opgeroepen, maar het biedt een schat aan informatie (en onbenutte mogelijkheden), ter ondersteuning van andere media (nieuwsbrief, website). Kanaal vraagt ook om

ondersteuning van andere media, vind ik. Daar hebben we te weinig aandacht voor gehad (ook door capaciteitgebrek bij Betuwse Bloem).
Bij een volgende opzet echt tijd inruimen voor flipregie bij de programmaorganisatie.'

BEELD 1: 'Er is enthousiasme over het inzetten van de Flipcamera en YouTube. Remco Kranendonk: 'Heeft publiciteit opgeleverd, diverse interessante bijdragen en het zorgde voor iets gezamenlijks en unieks…' Maar ook twijfel over het nut van dit kanaal. Jeroen Kruit: 'Ik had ook vaak geen zin om naar heel veel uncut materiaal te kijken. Vaak weinig to the point en langdradig.' Roelf de Boer: 'Ik vond de respons/reacties op de video's te laag.' Hoe nu verder? Rene Zwiers: 'Beelden zeggen zoveel meer en voor de leerlingen is het ook veel leerzamer om beelden weer terug te kijken.'

Vraag 2: ***Heb je het kanaal regelmatig bezocht en als je dat niet deed wat was daarvan dan de reden?***

FPS: 'Bezocht naar aanleiding van een mail van jou of Judith.'
KH: 'Een aantal malen, echter te weinig vanwege drukke werkzaamheden.'
RZ: 'Ikzelf heb het kanaal betuwe flipt niet bezocht.'
WK: 'Ik heb onregelmatig gekeken naar het kanaal betuweflipt. Toch de hectiek van alle dag die me parten speelt. Dat geldt ook voor de flipopnamen. Ik denk dat veel ondernemers gewoon met ondernemen bezig zijn en bovendien echt belangrijke zaken niet willen verspreiden via zo'n publiek kanaal als youtube. Wel voor eigen promotie doeleinden, niet voor interne bedrijfsprocessen.'
WVW: 'Wat is regelmatig? Wanneer ik zelf een filmpje uploade keek ik vaak bij de 'gelinkte filmpjes' op het kanaal. Daarnaast keek ik er wanneer er tijdens een bespreking over gesproken werd. Omdat ik slechts zijdelings bij het hele project betrokken was waren sommige filmpjes een 'ver van mijn bed' show en sloeg ik die over.'
EP: 'In het begin heb ik een paar keer gekeken. De laatste maanden niet meer. Reden: woekeren met beperkte werktijd, andere prioriteiten gesteld. Kanaal leverde mij voor mijn onderdeel van het project te weinig op.'
JB: 'Ik heb het kanaal totaal ca. 4 a 5 bezocht, en vond er dat soms wat nieuws.'
RE: 'Ik deed het met enige regelmaat, maar nog onvoldoende. De verzameling flips was wat een rijstebrijberg met weinig thematische ordening'.
TVD: 'Ik heb het een aantal keren bezocht. Een aantal flippen was leuk en ook informatief om naar te kijken.'
PvO: 'Enkele keren. Frequentie werd bepaald door vergaderingen die aanstaande waren om zodoende te weten wat er op stond.'
RK: 'Niet veel, past niet in dagelijks routine. Ik kreeg al veel informatie over Betuwse Bloem van de projectpartners en via telefoon, email en veel bijeenkomsten. Die was al nauwelijks te verwerken flip heeft dat niet verminderd.'
FH: 'Niet zo regelmatig. Je krijgt zoveel informatie via alle kanalen binnen, dat je er niet aan dacht tot dat je dacht: hé, ik ga weer eens kijken.'
KP: 'Ik heb het onregelmatig, maar toch flink wat keren bezocht, vooral door tijdgebrek. Maar ook omdat het mij niet gelukt is automatisch melding te krijgen van nieuwe uploads. Zal voor velen gelden: niemand gaat zomaar ff kijken, als je niet weet dat er wat van je gading te vinden is.'

BEELD 2: Het kanaal werd door deelnemers niet als een noodzakelijke informatiebron gezien. Jan Blankers: 'Ik heb het kanaal totaal ca. 4 a 5 bezocht, en vond er dat soms wat nieuws.' Het was voor bezoekers onduidelijk wat er te vinden was. Rik Eweg: 'De verzameling flips was wat een rijstebrijberg met weinig thematische ordening'. En heeft iedereen even veel behoefte aan het delen van informatie? Wils Kloos: 'Ik denk dat veel ondernemers gewoon met ondernemen bezig zijn en bovendien echt belangrijke zaken niet willen verspreiden via zo'n publiek kanaal als youtube.'

Vraag 3: ***Hoe vonden jullie de ondersteuning bij deze werkwijze (Helpdesk Arthur)?***

FPS: 'prima ☺'
RZ: 'Ik heb bij de installatie van de software ondersteuning gekregen van onze ict van helicon Geldermalsen.'
WVW: 'Prima! Wanneer ik met vragen of opmerkingen zat kreeg ik snel de juiste antwoorden terug.'
EP: 'Prima!'

JB: 'n.v.t.'
RE: 'Prima!'
WK: 'De helpdesk was prima.'
TVD: 'Goed, als ik hulp nodig had werd dit geboden. Daarnaast zijn er een aantal mails rond gestuurd waarin ideeën werden aangedragen.'
RDB: 'De ondersteuning van jou was goed.'
PvO: 'Heb in de organisatie een medewerker met meer gevoel voor nieuwe media ontwikkelingen "belast" met het verzorgen van nieuwsberichten. Van hem geen onvolkomenheden vernomen.'
JK: 'Prima!'
RK: 'De keren dat ik erom vroeg ben ik prima geholpen.'
FH: 'Uitstekend.'
KP: 'Uitstekend, goede service, niets was te veel, daar lag het zeker niet aan.

BEELD 3: Technische ondersteuning bij het project is goed verlopen. Wouter van Westerop: 'Prima! Wanneer ik met vragen of opmerkingen zat kreeg ik snel de juiste antwoorden terug.'

Vraag 4: ***Moet bij een volgend project de kennisdeling met andere technische middelen worden aangepakt? Hoe zouden jullie die kennisdeling dan het liefst zien verlopen?***

FPS: 'Flip is prima. Goede projectleiding en onderlinge communicatie blijft wel de basis.'
KH: 'Ik denk dat binnen de mogelijkheden is gehandeld, ontwikkelingen gaan door en het zou goed zijn bij die innovaties aansluiting te zoeken b.v. gebruik van de I-Pad.'
RZ: 'Inmiddels hebben we ook webcams en dat project loopt op zich goed dus geen aanvullende ondersteuning is nodig denk ik.'
WVW: 'Nee. De flips waren een vernieuwende manier van kennisdeling. Met de flips was ik op de hoogte van zaken waarvan ik bij andere projecten zonder een flip niet op de hoogte was.'
EP: 'Hangt sterk van het project af. Voor het "vertellen van verhalen" kan Youtube een prima medium zijn. Ik kan ook voordelen bedenken die deze media biedt voor sociale wetenschap, omdat je bijvoorbeeld vrij precies de "taal" in bepaalde sociale subsystemen zou kunnen analyseren. Voor heel veel andere wetenschap biedt het mi geen voordelen tov de oude media.'
JB: 'Voorbereiding was goed.'
RE: 'Translearning methoden –ondersteunende software- voor ordening en toegankelijkheid zou helpen.'
TVD: 'Ik denk dat je moet kiezen voor een mix van middelen om zo een groter publiek te bereiken.
Kan door You tube, film op site, bijeenkomsten (netwerk), apps, etc..'
JK: 'Mijn gevoel zegt dat kennisdelen via inzet van technische middelen lastig werkt. Ik heb zo direct echter ook geen beter idee. Wellicht dat het interessant zou zijn om een opzet te hebben waar elke week iemand (of uit de groep of juist extern) een vilein artikeltje schrijft of filmpje maakt en daarmee een discussie op gang probeert te brengen. (…) Ook een rol van jullie van meer een op een 'makelaarschap' naar de groep toe heeft goed gewerkt. Misschien is dat iets dat je kunt uitbouwen (maar ik weet ook dat tijd geld is).'
RK: 'Vooral het mobiliserende effect vind ik van belang verder het delen van beelden kan bijdragen aan een gezamenlijk beeld.'
FH: 'Het moet eenvoudig te doen zijn en niet veel tijd kosten.'
KP: 'Ik zou het via cross-over media opzetten: nadrukkelijker verschillende media koppelen / elkaar laten versterken(LinkedIn, website, nieuwsbrief, Twitter etc), filmpjes gericht gaan maken ook, ter ondersteuning van op de (eigen) boodschappen. Die slag zou ik nu willen maken; kijken of dat werkt. Vraagt wel om regie. Deze sector is niet digitaal ingesteld dat ze via filmpjes discussiëren. Probleem daarvan is wel dat je alleen zendt.'

BEELD 4: Er komen veel suggesties binnen over hoe kennisdeling kan worden verbeterd. Ton van Dalen: : 'Ik denk dat je moet kiezen voor een mix van middelen om zo een groter publiek te bereiken. Kan door You tube, film op site, bijeenkomsten (netwerk), apps, etc..' Deze vorm van delen had – volgens Wouter van Westerop – wel onverwachte voordelen: 'Met de flips was ik op de hoogte van zaken waarvan ik bij andere projecten zonder een flip niet op de hoogte was.' De inhoudelijke ondersteuning kan nog beter. Jeroen Kruit: 'Een rol van jullie (judith/arthur) van meer een op een 'makelaarschap' naar de groep toe heeft goed gewerkt.'

Vraag 5: ***Wat heeft je geremd bij het maken van Flip-reportages of het publiceren daarvan op YouTube?***

FPS: 'in het begin was er nog niet veel te melden daarna het technische op de website plaatsen, bezoek en bereikbaarheid van Arthur en Judith helpt! Voor onderzoekers valt het niet altijd mee om kort en bondig te rapporteren, wanneer je complexere zaken wilt communiceren.'
KH: 'Wel steeds de intentie gehad en ook wel een aantal malen gedaan, echter de drukke agenda met werkzaamheden verhinderde meer.'
RZ: 'Niks!'
WVW: 'Niets, wanneer ik iets interessants/nieuwswaardigs moest doen voor de Betuwse Bloem nam ik de Flip mee en heb ik geflipt. Ik vond het bewerkingsprogramma simpel en duidelijk.'
EP: 'Mijn onderdeel van het project leende zich niet zo voor een journalistieke benadering die beter bij de Flips past, wellicht te abstract. Ouderwetse vormen van kennisoverdracht passen daar m.i. beter bij.'
JB: 'Tijdsfactor speelde bij mij en onze organisatie een grote rol. Zaten in de start periode in een fusie traject.'
RE: 'Ik stond op enige afstand, dus had gevoel niet direct primair wat bij te kunnen dragen. Dus gevoel niet genoeg interessants te melden te hebben voor brede community.'
TVD: 'Ik kan niet zeggen dat mij iets heeft geremd. Het enige waar je tegen aanloopt, ik ben geen journalist, is dus niet mijn dagelijkse werk, waardoor hier niet altijd de prioriteit aan wordt gegeven.'
PvO: 'Mijn agenda met name. Maak niet eens foto's privé. Totaal geen interesse persoonlijk derhalve in organisatie weggelegd.'
JK: 'Inhoudelijk had ik niet direct grip op het project. En eigenlijk nog steeds niet echt heel erg. Daar wilde ik in eerste instantie graag de filmpjes op inzetten. Ook is het mij maar beperkt gelukt een inhoudelijke rol te vinden waarin ik mij lekker voelde. Dat neemt niet weg dat ik het een heel fascinerend project heb gevonden. De proceschaos van dit toch wel complexe netwerk gebeuren heb ik erg aan moeten wennen. Ik had misschien beter dat in beeld kunnen proberen brengen. Probleempje was de beschikbare projecttijd. Daarnaast, als ik een filmpje maak wil ik het misschien wel te goed doen. Dat werkt dan behoorlijk tegen.'
RK: 'Past niet in de routine van onderzoekswerkzaamheden. Onderzoekers zijn over het algemeen zorgvuldig en voorzichtig. Beelden moeten goed zijn van kwaliteit, lengte. Ik leg mezelf te veel eisen op mbt productie, montage en plaatsing.'
FH: 'Maken was geen probleem, soms wel flip vergeten. Het op YouTube zetten ging veel tijd in zitten. Pietje precies.'
KP: 'Drukte en tijdgebrek om a. een "plan te maken", b. tijdig de flipmomenten te (h)erkennen, en een beetje schroom om zonder plan maar wat te lopen flippen. Plus wisselend personeel bij communicatiemensen bij ons, waar ik afspraken mee had.'

BEELD 5: Technisch waren de barrières overkomelijk. Inhoudelijk waren er hobbels. Frans Peter Scheer: 'Voor onderzoekers valt het niet altijd mee om kort en bondig te rapporteren.' Ton van Dalen: 'Het enige waar je tegen aanloopt, ik ben geen journalist, is dus niet mijn dagelijkse werk, waardoor hier niet altijd de prioriteit aan wordt gegeven.' Rik Eweg: 'Ik had gevoel niet genoeg interessants te melden te hebben voor brede community.'

Vraag 6: ***Wat zou je nog willen opmerken dat kan helpen bij het verbeteren van de gekozen werkwijze?***

FPS: 'Naast technische ondersteuning iets meer doelgroepgericht ondersteunen, hoe brengt de wetenschapper zijn verhaal -kort- voor de bühne.'
KH: 'Ik ben van mening dat de gekozen werkwijze goed is, maar de meeste personen zijn bezige bijtjes.'
RZ: 'Iets meer de regionale pers benaderen misschien. Voor de rest is het eigenlijk erg goed gegaan.'
WK: 'Bij mij speelt ook nog de barrière om de opgenomen filmpjes op het kanaal te zetten. Toch vind ik het een verfrissende manier van communiceren, die ik ondanks het beperkte gebruik door de meesten van ons niet zou willen afschrijven. Met Kees Pieters al even van gedachten gewisseld hoe we de Flips in 2011 intensiever kunnen gaan inzetten. Graag ook jouw ideeën daarover.'
WVW: 'Ik was niet bij de originele introductie van de flips, dus misschien is het wel gebeurd, maar: Ik denk dat voor de meer digibeten onder ons het maken van reportages maken in eerste instantie heel ingewikkeld klinkt. Het lijkt mij goed om bij het uitdelen van de flips ook helemaal vanaf het installeren van het programma en het

maken van filmpjes even op een beamer iedereen mee te laten kijken. Verder niks op of aan te merken, werkte prima en vond het een positieve manier van werken. Mijn complimenten.'
EP: 'Niets, als je voor deze vorm kiest, is de opzet met ondersteuning van Arthur en Judith prima.'
RE: 'Flips bleven bij 'zenden' enkele keren leverde ik een commentaar, maar had niet het gevoel dat dat gelezen werd en kreeg er geen feedback op. Kortom, een black hole. Flips maakten dus geen discussies los.' (…) Zo nu en dan een 'professionele' bijdrage van jou en Judith haalde het niveau van het kanaal erg omhoog. Deze moeten misschien een aparte plek krijgen.'
TVD: 'Aandragen van ideeën - Misschien meer herinneringsmails - Misschien een wedstrijdelement inbrengen (meeste filmpjes, meest bekeken, meest informatief etc..)'
RDB: 'Het is de vraag of in de huidige fase van ontwikkeling, dit instrument moest worden ingezet, gezien de voorzichtige stappen, wij al moeten zeggen. RDB: Het begrip Kennisdeling is niet of nauwelijks van de grond gekomen, we misten een site beheerder die actief de site bekeek op nieuwe ideeën.'
PvO: 'Op het gevaar af dat het bestond, koppeling van nieuw bericht aan melding voor geïnteresseerden dat er nieuws is. Anders dreiging verlies in de veelheid van informatie die dagelijks over je heen komt.' (…) 'Periodiek thema's aangeven waardoor berichten rondom een thema wellicht een discussie / gezichtspunten kunnen opleveren.'
JK: 'Nou, eigenlijk niet echt iets. Behalve dat ik het prettig samenwerken vond met jou en Judith. Enne, ik moet de flip nog steeds weer inleveren. Hoe doe ik dat? Opsturen?'
RK: 'Volgens mij moeten we streven naar een veel betere afstemming tussen de kanaalbeheerders en de plekken waar beleid en strategie wordt gemaakt. Behoefte vanuit businesscases en beleidsstrategie zijn gelegen in het creëren van gezamenlijke betekenissen en (toekomst)beelden. Daar kan medium aan bijdragen. Vanuit diverse individuele beelden, tonen en bespreken en komen tot gezamenlijke beelden.' (…) 'We hadden ook mensen opdrachten kunnen geven, beter ingebed in de projectdoelstellingen.'
FH: 'Als een ander de verwerking kan doen, kost het veel minder tijd.'
KP: 'Toch wat kwaliteitscontrole, zodat wat er staat ook toonbaar/informatief is; er staat toch al zo veel op. Top Tien-mogelijkheid (om tijdelijke selecties rond bepaald item te kunnen filteren, of nog beter: filters om in te stellen?'

BEELD 6: De ervaringen met YouTube en Flip hebben veel mensen wel op ideeën gebracht. Rene Zwiers: 'Iets meer de regionale pers benaderen.' Ton van Dalen: 'Misschien een wedstrijdelement inbrengen (meeste filmpjes, meest bekeken, meest informatief etc..)'Peter van Os: Koppeling van nieuw bericht aan melding voor geïnteresseerden dat er nieuws is. Anders dreiging verlies in de veelheid van informatie die dagelijks over je heen komt.'