

<theFactor.e> bouwt aan een nieuwe website voor de RUG



Kristien Piersma k.i.piersma@rc.rug.nl

In eerdere edities van Pictogram is het al een paar keer voorbij gekomen: er wordt gewerkt aan een nieuwe website voor de RUG. Het nieuwe webplatform moet zowel intern als extern h **strategische communicatie- en interactiemiddel worden van de universiteit. Ook moet het webplatform ruimte bieden aan nieuwe technologie en de elektronische leeromgeving. En er komt een onderscheid tussen internet en intranet. Dus: n ooier en overzichtelijker, zowel aan de voor- als de achterkant. Hiermee moet de top drie van websites van Nederlandse instellingen voor hoger onderwijs binnen bereik komen. Reden voor de RUG om professionele hulp in te schakelen. Een gesprek met technical director Marc Schipperheyn en projectleider Carline de Boer van het internetbedrijf <theFactor.e>.**

Hoe is <theFactor.e> ontstaan?

Schipperheyn: We zijn in 1995 als drie RUG-studenten van start gegaan met het klassieke begin: een klein zolderkamertje en hard ploeteren. We waren drie internet-evangelisten want niemand wist wat je met internet kon of moest. Wij zagen al vrij snel dat we vormgeving nodig hadden om goede kwalitatieve sites te kunnen maken en zijn daarom gefuseerd met het creatief bureau Tonebeeld Groningen?.

We zijn toen verder gegaan onder de naam Tonebeeld?. Een heel onhandige naam die vaak verkeerd werd uitgesproken en gespeld. Wat dat betreft hebben we misschien nu ook niet de meest ideale naam. Maar we zoeken ook wel weer een beetje het aparte, het creatieve in dat soort zaken. <theFactor.e> past als woordspeling ook heel goed bij the factory? [<theFactor.e> is gevestigd in de oude melkfabriek aan de Friesestraatweg in Groningen, red.]. Toen we maart vorig jaar in dit gebouw kwamen, hebben we meteen de naam veranderd in <theFactor.e>.

Hoe zijn jullie betrokken geraakt bij het webplatform-project?

Schipperheyn: We zijn benaderd door de RUG om mee te doen aan een *pitch*. Dat betekent dat je met een aantal andere bureau's een voorstel maakt en jezelf presenteert. Daar zijn wij toen uit geselecteerd. In september vorig jaar zijn we begonnen met een aantal brainstorm-sessies waarin we geprobeerd hebben een kader in beeld te krijgen.

De Boer: Dat was een inventarisatietraject. Toen leek het project alle kanten op te kunnen, er was heel veel informatie. Daarom werd een strategiefase ingelast om van de stroom van projecten die er waren na te gaan wat de lange termijn-doelen zouden worden en welke daarvan op korte termijn, binnen een jaar, opgepakt zouden worden. De strategiefase is nog steeds bepalend voor wat we wel en niet doen.

Het webplatform bestaat uit een aantal onderdelen en de website is daar **van**. Daarnaast is er ook een intranet. Een van de eerste projecten die opgeleverd gaat worden is de vacaturesite. Verder is er het ontwerp van het Content Management Systeem.

Content Management Systeem

Schipperheyn: Het Content Management Systeem is eigenlijk een containerbegrip. Het is alles wat je doet om een stukje informatie op een systematische manier en ondersteund door software op je website te krijgen. Daar kun je verschillende benaderingen in onderkennen. Je kunt bijvoorbeeld in Frontpage of in Word rechtstreeks een bestand opmaken als HTML-bestand. Dat is een beetje een *cheap and dirty*-oplossing wat mij betreft.

Wat je merkt is dat veel organisaties graag een huisstijlbewaking in de website willen inbouwen. Dat betekent dat je niet meer rechtstreeks de hele pagina moet kunnen bewerken, maar alleen



een klein stukje. En vervolgens wil de organisatie gegevens ook in een database kunnen opslaan, *workflow* koppelen. Dat soort zaken kan via een database-gestuurde benadering. Je hebt ook een document-gestuurde benadering met Frontpage en Word. Bij de database-gestuurde benadering die wij dus gebruiken en propageren, is de database een soort bak met informatie die door middel van huisstijl-stramien uiteindelijk op de website wordt gepubliceerd.

Marc Schipperheyn en Carline de Boer

Spectra

In het begin was er niks en hebben we een aantal applicaties zelf gebouwd die we nog steeds gebruiken. Op een gegeven moment kwamen er ook standaard software-pakketten zoals Spectra. Dat scheelt een aanzienlijke hoeveelheid *research* en *development*.

Spectra is een van de pakketten waar we mee werken. Je zou het kunnen zien als een Lego-does waar een heleboel standaardblokjes in zitten waarmee je een website kunt assembleren. Het bestaat uit een standaardgedeelte voor het gebruik en daarnaast is het een programmeeromgeving. Die twee aspecten werken samen. Het pakket is verder in een aantal diensten onderverdeeld. Zo is er een autorisatie/authenticatie gedeelte dat zorgt dat mensen kunnen doen wat ze mogen en niet kunnen doen wat ze niet mogen.

Verder heb je *workflow services*. Als er bijvoorbeeld een persbericht moet worden ingevoerd, dan kun je zeggen 'Jantje voert het persbericht in, Pietje moet het controleren en Anna mag het op de site zetten?'. Zo'n soort stroom die je ook normaal in het organisatieproces hebt, vat je in een softwarepakket.

Wat houdt de term 'webplatform' in?

Schipperheyn: De term 'webplatform' geeft eigenlijk al aan dat je bezig bent met het leggen van een basis op langere termijn. Wat je nu ziet in de websites van de RUG is dat er een gefragmenteerde benadering is, er bestaan grote verschillen in de webpagina's van de RUG.

De RUG heeft gezegd dat ze bij de top drie van de Nederlandse universiteiten wil behoren en op Europees niveau een hoog kwalitatieve website wil neerzetten.



De oude Melkfabriek (rechts) waarin nu <theFactor.e> is gevestigd

Dat vereist een aantal dingen. Ten eerste dat je een hele duidelijke uitstraling hebt op je website. Dat je ook een duidelijke scheiding aanbrengt tussen wat internet en wat intranet is. En dat informatie gestructureerd wordt aangeboden en niet zoals het nu is: een gigantische bak waar misschien wel structuur in zit maar waar geen duidelijk concept achter zit.

Een ander punt is een uniforme uitstraling. Dat betekent niet dat alle organisatie-onderdelen van de RUG hetzelfde moet doen. Maar als iedereen bijvoorbeeld een nieuws-item heeft, dan is het gemakkelijk voor de bezoeker wanneer dat nieuws-item altijd het eerste is dat wordt aangeklikt. Dus eenzelfde indeling van de sites is voor een bezoeker die daar voor het eerst mee geconfronteerd wordt prettig en gemakkelijk. En het geeft ook een hoge

kwaliteitsuitstraling.

Er zijn een aantal voorhoedefaculteiten betrokken bij de ontwikkelingsfase. We willen eigenlijk zoveel kwaliteit bieden, zowel qua vorm, structuur en inhoud, dat het voor een faculteit eigenlijk zonde van alle moeite is om het zelf te doen. Dat het zoveel gemakkelijker is om aan te sluiten bij het webplatform.

Vrijheid in gebondenheid

Schipperheyn: Er zijn bepaalde onderdelen die net als nu dezelfde structuur zullen hebben, maar daarnaast is er ook nog uitgebreid ruimte om eigen menu's te vullen. Dat betekent dat je met betrekking tot de pagina-indeling wel een bepaald stramien met elkaar afsprekt, maar dat je dingen als kleurcombinaties en het gebruik van foto's kunt variëren. En daarnaast heb je de tekstuele invulling zelf in de hand.

Ik noem het zelf vrijheid in gebondenheid. Het voordeel is dat je gebruik kunt maken van de standaard die overal hetzelfde is. Dat komt ook ten goede aan de kwaliteit. Op deze manier zet je gezamenlijk een uniform beeld neer, wat ook een veel krachtiger uitstraling naar buiten toe heeft.

De pagina-indeling ligt vast, maar de menustructuur zal nog wel verdeeld worden. Dat zijn natuurlijk politieke processen die hun loop moeten hebben. Ik kan niet voorspellen hoe dat gaat. Ik denk zelf wel dat we gewoon een ontzettend goed stuk werk hebben neergezet waarvan iedereen zal zeggen 'Dat is gewoon goed'.

De Boer: Het idee er achter is natuurlijk ook dat er eenduidigheid is en dat het consistent oogt. Maar vooral ook dat de bezoeker aan de structuur went waardoor hij de informatie gemakkelijker kan vinden. De facultaire sites worden op deze manier een stuk toegankelijker omdat de werkwijze steeds hetzelfde is. De vindbaarheid van de informatie wordt hiermee vergroot.

Schipperheyn: Je kunt er ook een enorm concurrentievoordeel uithalen. Universiteiten hebben misschien de neiging om zichzelf te zien als een zelfstandig iets dat zich niet al teveel aantrekt van de buitenwereld. Maar er zijn ook allerlei andere concurrerende universiteiten met websites. Veel van die websites blinken niet bepaald uit in kwaliteit en uniformiteit. Wat dat betreft is er ook veel winst te behalen als je daar wel de nadruk op gaat leggen.

Wat is het verschil met de huidige opzet van de RUG-website?

De Boer: De menustructuren zijn veel meer georiënteerd op de doelgroep en het is de bedoeling dat de redacties ook zo gaan werken. Een faculteit heeft bijvoorbeeld een nieuwsbericht waarvan de redactie beoordeelt of het ook van belang is voor andere diensten. Hetzelfde bericht hoeft niet herschreven te worden maar is herbruikbaar en daardoor ook veel flexibeler. Die doelgroepgerichtheid komt ook steeds terug in de opzet van de structuur.

> We willen zoveel kwaliteit bieden, dat het voor een faculteit eigenlijk zonde van alle moeite is om het zelf te doen <

Schipperheyn: Een van de belangrijkste verschillen ten opzichte van nu is ook dat wij een scheiding maken tussen internet en intranet. Niet alles staat op www.rug.nl/rc/organisatie/pictogram/archief?. Een groot deel van de informatie is straks alleen nog via het interne netwerk van de RUG te bereiken. Een heleboel bezoekers krijgen nu een ongelofelijke hoeveelheid informatie over zich heen die totaal niet relevant is voor hen en een onoverzichtelijke interface tot gevolg heeft.

Associatieve links

Een ander aspect van de nieuwe opzet is het gebruik van associatieve links. Dat zijn links die het systeem automatisch voor jou legt naar informatie die past bij de informatie die je op dat moment op het scherm ziet. Je leest bijvoorbeeld een artikel over studeren in het buitenland, dan staat er een link naar een andere pagina die gaat over ziekten, of inentingen die je nodig hebt voor het buitenland. Dat noemen wij een associatieve link. Dat gebeurt allemaal geautomatiseerd, je hoeft die links niet met de hand aan te leggen.

Wat je wel moet aangeven - en dat is *馱* van de onderdelen van het pakket waar een goede structuur voor moet worden bedacht - is een soort trefwoordenstructuur. Je hebt standaard trefwoorden die je eigenlijk met *馱* klik moet toekennen en dan bepaalt het systeem de relatie. Dan kun je ook links krijgen die je zelf niet verwacht had wanneer je een titel invoert. Dat is het mooie van associatieve links. Het kan ook zijn dat er een link verschijnt die niet logisch is. Dan kun je die niet weghalen. Dat vereist dus een heel goede trefwoordenstructuur. Daar is een deelproject aan gewijd.

In welke fase bevindt het webplatform zich op dit moment?

Schipperheyn: We zitten in verschillende fasen tegelijk. De *look and feel* is op een aantal details na afgerond. Voor de menustructuur, waarmee de structuur van de site wordt bepaald, zijn we nu bezig een aantal sessies voor te bereiden, dat project loopt. Met betrekking tot de content-structuur, dus welke informatiesoorten er zijn, zoals persberichten, facturen, onderzoeksobjecten, zijn we waarschijnlijk over een week of twee klaar met de eerste aanzet. Verder is er de metabasis-structuur, het uiteenzetten van de categorie馱in trefwoorden. Daarmee zijn we ook bijna klaar. De technische ontwerpfase is afhankelijk van een aantal deelprojecten. Voor zover mogelijk zijn we daar mee bezig.

Het laatste aspect is de beheerorganisatie. Dan heb je het over hoe de *workflow* in z馱n algemeenheid wordt ingericht. Als de content-objecten op een gegeven moment duidelijk zijn, kun je ook iets zeggen over de *workflow* die aan de verschillende groepen of objecten moet worden gekoppeld. Meestal zal het zoiets zijn als 'invoeren?', 'redactie?', 'plaatsen?'. Dat zijn drie veel voorkomende stappen. Maar het kan best zijn dat daar nog een stap tussen moet, 'controle?' of 'analyse?'.



Wat gaat er gebeuren met bestaande intranetten bij de RUG?

Schipperheyn: Ik denk dat het nog wat te vroeg is om daar uitspraken over te doen, daar is op dit moment nog niet genoeg duidelijkheid over. Ik stel mij een ideaalsituatie voor waarin elk organisatie-onderdeel in staat is om z'n eigen intranet te krijgen binnen het systeem.

Ik kan me heel goed voorstellen dat er veel standaard software-componenten al zijn gebouwd. Sommige organisatie-eenheden hebben al heel veel dat goed is en zullen er daarom misschien niet of nog niet aan mee willen werken. Ik denk dat het met betrekking tot dat soort dingen belangrijk is afspraken te maken op het niveau van de huisstijl.

De Boer: Er is op dit moment een deelprojectgroep ?Intranet? die nadenkt over de structuur die er uiteindelijk moet komen voor intranet.

Andere projecten

Schipperheyn: We werken veel met gemeenten. Groningen staat in de top drie van beste gemeentelijke websites. Je kunt een organisatie als de RUG in die zin met de gemeente vergelijken dat je in beide gevallen een organisatie hebt die onderverdeeld is in vrij zelfstandige eenheden. Met vrij zelfstandige wensen waardoor een politiek spel ontstaat hoe je die wensen het snelst en het meest op jouw manier gerealiseerd kunt krijgen. Alleen de omvang van de eenheden is bij de RUG veel groter. Vandaar dat de projectstructuur ook uitgebreider is.

Nog even over de ambitie van Groningen als IT-stad: hoe kijken jullie daar tegenaan?

De Boer: ?Groningen IT-stad? is een campagne van gemeenten, een groep ICT-bedrijven en onderwijsinstellingen, vrij uniek. De campagne is vorig jaar gestart om zowel bedrijven als potentiële werknemers uit het westen attent te maken op de mogelijkheden van Groningen als IT-stad.

Schipperheyn: We zijn gevraagd om in samenwerking met onze grootste concurrent in het Noorden, The Missing Link, een site te bouwen. We hebben een concept ontwikkeld dat lijkt op een pornosite. De site is onderverdeeld in een informatief element en een glossy deel met veel drukte, links, lokaal termen. Dat is een vrij controversiële benadering en dat heeft z'n effect ook wel gehad in de pers.

Die aandacht in de pers is voor ons ook kicken. We doen iets meer dan alleen een technisch kunstje. Het bedenken van een creatief concept is ook heel belangrijk. En je merkt het ook aan de stijgende bezoekersaantallen van de site en het aantal sollicitaties.

Jullie hebben dus nog geen last van een terugval in de ?new economy??

Schipperheyn: Wij zijn een dienstverlenend bedrijf. Met onze website hoeven we geen omzet te genereren, het is wel een belangrijk verkoopmiddel. Een heleboel mensen hebben nog steeds veel behoefte aan dienstverlening. Laten we hopen dat het zo blijft.

Links:

www.thefactore.com

www.webplatform.rug.nl

Een overzichtsartikel over het webplatform stond in Pictogram, tweede jaargang nummer 5:

www.rug.nl/rc/organisatie/pictogram/archief/rc/pictogram/2000-10-5/webplatform.htm

▲ Begin pagina ▲

[index](#) Pictogram 3