

Prototype organisatie advies



Jelmer Kooistra

Saviël Gils

Thomas Hoitink



Inleiding

Samen hebben wij dit prototype opgesteld om dit als springplank te gebruiken voor het uiteindelijke organisatie advies. Vanuit de confrontatiematrix hebben wij in overleg punten getrokken die van belang zijn op de probleemstelling die onze opdrachtgever, G.S.F.V Drs. Vijfje, ons heeft gegeven.

Per punt uit de confrontatiematrix hebben wij geprobeerd een zo specifiek mogelijk advies te geven die aan alle eisen voldoen. Nadat wij dit gepresenteerd hebben aan onze klas en uiteindelijk ook aan onze opdrachtgever hopen we een go te hebben om naar het uiteindelijk organisatie advies te gaan maken.

Jelmer, Saviël & Thomas.





Inhoudsopgave

Inhoudsopgave

1. Groot aantal studenten in Groningen + de vereniging is toegankelijk voor alle studenten ^[OBJ]	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
2. Opkomst van het vrouwenvoetbal in Nederland + Weinig naamsbekendheid voor zo'n grote vereniging.....	9
3. Weinig kandidaten voor commissie- en bestuursfuncties + Veel wisselingen in commissie- en bestuursfuncties.....	11
4. Weinig interesse vanuit sponsors + weinig naamsbekendheid voor zo'n grote vereniging.....	15



1. Groot aantal studenten in Groningen + de vereniging is toegankelijk voor alle studenten

Aanvallende strategie

Groningen is de jongste stad van Nederland! Dat biedt kansen voor iedere sportvereniging en met name de studentensport. Maar wat zou je als studentensportvereniging nou kunnen ondernemen om de studenten naar jouw vereniging aan te trekken?

Drs. Vijfje organiseert al veel activiteiten naast het voetbal om zo hun studentikoze identiteit te behouden. Dit is voor studenten sowieso belangrijk. De nauwe samenwerking met de stamkroeg Jut & Jul is voor de leden van Drs. Vijfje een ideale uitvalsbasis om na een wedstrijd of training nog wat na te drinken met het team.

Maar hoe kan het bestuur van Drs. Vijfje er nou voor zorgen dat het aantrekkelijker word om bij Drs. Vijfje te komen spelen? Er liggen genoeg kansen op de weg namelijk. Zo is het vrouwenvoetbal erg in trek en is er een veel groter bereik mogelijk d.m.v. social media.

Het advies van ons zou zijn: wees meer aanwezig. Op introductieweken, op grote studentenevenementen, op (sport)evenementen in de stad. Je moet meer doen dan alleen op de keiweek aanwezig te zijn. Er zijn inderdaad veel studenten die naar de kei-week gaan, maar ook een hele hoop niet! En die loop je dan mis.

Al is het maar een mooie grote poster waarop je jezelf presenteert als vereniging, je maakt jezelf zichtbaar en bekend voor de studenten. Je zou ook zelf aanwezig kunnen zijn in de clubkleding, of je organiseert bijvoorbeeld een voetbalspel, of heb je je eigen stand waar je mensen kunt informeren naar jouw vereniging en zich misschien wel willen aanmelden. Dat je aanwezig bent als vereniging bij dat desbetreffende evenement kun je weer via social media verspreiden en zo wordt je bereik weer veel groter.

Misschien is het organiseren en promoten van een vrije training waarbij iedere student van de Hanze en de RUG zich voor kunnen aanmelden wel een idee. Hang overal maar posters en stickers op! Iedereen in Groningen moet weten wie jullie zijn, wat jullie doen en waar jullie voor staan.

Het is ook leuk om een zaalvoetbaltoernooi te organiseren waarbij iedere student aan mee mag doen. Dat heeft alleen maar positieve keerzijden, je naamsbekendheid stijgt, je kunt een geldbedrag vragen voor deelname en je krijgt hierdoor misschien wel nieuwe leden. En dit zou je in de zomer ook nog eens kunnen doen maar dan in een Beach voetbal vorm.



Aanwezig zijn tijdens de introductie week & open dagen :

Om aanwezig te kunnen en mogen zijn tijdens de introductie weken & open dagen van de Hanze Hogeschool en de RUG zal Drs. Vijfje als eerste contact op nemen met de organisatie van de desbetreffende introductie week of open dag, zonder een netwerk kom je namelijk nergens. EjaculaCie is de commissie van Drs. Vijfje die dit het beste zal kunnen doen. Er zal minimaal 1 persoon moeten zijn die al ervaring heeft in de desbetreffende commissie om het goed te laten verlopen. (Bij interesse in een of meerdere commissies kan je solliciteren, hierna volgt een selectieprocedure om te kijken wie er het best geschikt is voor de commissie).

Als volgt zal de commissie van de vereniging rond de tafel moeten zitten met de organisatie van de introductie week of open dag om de planning te bekijken en de ruimte waar ze de activiteit eventueel zouden kunnen organiseren om zo de vereniging meer naamsbekendheid te geven. Ook moet er worden gekeken naar de verwachte opkomst van de introductie week om zo een inschatting te maken over de verschillende mogelijke activiteiten die Drs. Vijfje zal willen laten plaatsvinden.

Als dit alles duidelijk is geworden en tot realisatie mogelijk is zal de commissie dit doorgeven aan het bestuur van Drs. Vijfje om zo de nodige informatie door te geven en weer terug te krijgen. De commissie zal dan kunnen overleggen met het bestuur wat de vereniging wil laten zien tijdens de open dag, ze moeten namelijk het beste van zichzelf laten zien om zo de meeste studenten aan te trekken.

Een eventueel plan voor Drs. Vijfje kan zijn dat de vereniging flyers laat printen en tijdens de introductie week een middag alle introgroepen bij langs gaat om zo even de vereniging voor te stellen aan de deelnemers van de intro week. Uit eigen ervaring blijkt namelijk dat zo'n 80-90% van alle eerstejaars studenten deel neemt aan de intro week, en dus zullen er veel studenten worden bereikt. Een valkuil is daarentegen wel dat de opleiding er niet voor open kan staan. Ook is er een kans dat Drs. Vijfje er veel moeite in steekt maar dat de belangstelling toch niet is zoals er verwacht werd.

De vereniging zal dan per groep ongeveer in 5 minuten uit kunnen leggen wat de vereniging doet en wat het voor vereniging is. Naderhand geven ze een ieder uit de groepen een kleine flyer mee waarop de nodige informatie staat, namelijk de website, manier van inschrijven, contactpersonen etc.

De kosten van deze flyers zullen rond de 30 euro liggen.



Herkenning d.m.v. posters en stickers

De vereniging Drs. Vijfje zal haar naam groter en bekender kunnen maken door het gebruik van posters en stickers. De vereniging kan een voorbeeld nemen aan de studievereniging Mesacosa die tijdens de introductie week alleen al erg veel stickers uitdeelden aan de nieuwe studenten van de Hanze Hogeschool, deze stickers zien je veel terug op fietsen en op nog meer gekke plekken, hoe gekker hoe beter. De vereniging zal dan op zoek moeten gaan naar een stickerbedrijf die deze stickers kan laten drukken. Het logo van Drs. Vijfje is al genoeg, dit logo valt erg op en ziet er goed uit, aantrekkelijk voor het oog! De prijs van de stickers kunnen verschillen, dit hangt af van het formaat en van wat voor materiaal de stickers worden gedrukt, bij een formaat van 15 bij 15 cm en standaard materiaal zal de prijs rond de 30 euro liggen, dit is de prijs bij 100 stuks. En je zou ook nog eens een sponsorcontract met dit bedrijf aan kunnen gaan!

De posters zijn net als de stickers erg aantrekkelijk, de posters moeten net zoals de stickers aantrekkelijk zijn voor het oog, dus alweer is het logo een goede kandidaat voor op de posters, ook is het verstandig om een klein beetje tekst er aan toe te voegen om zo de nodige informatie aan de student mee te geven die de poster aan het bekijken is. Er is echter wel een kans dat dit niet goed gaat en er niet veel mensen bereikt worden, ook kunnen er onverwachte kosten optreden i.v.m. het aantal stickers en posters. We raden aan dat deze taken uitgevoerd worden door de promotie of sponsor commissie.

Bij 50 stuks en A3 Formaat zullen de kosten van de posters ook rond de 30 euro liggen.

De vereniging zou de posters op kunnen hangen in het centrum van Groningen, de campus van de Hanze Hogeschool en nog op veel meer plekken waar studenten vaak komen.

Vrije trainingen organiseren

Drs. Vijfje zal vrije trainingen kunnen organiseren om zo bekend(er) te worden onder de studenten van de Hanze Hogeschool en de Rijks Universiteit Groningen. De vrije trainingen zullen gehouden worden in de Topsportthal van het Willem Alexander College of op de ACLO, deze locaties zijn beiden gelegen op het Zernike Campus en is voor de studenten goed te bereiken. De kans is aanwezig dat de animo niet groot is maar er toch veel aan voorbereiding vooraf gegaan is, namelijk het regelen van trainers en materialen. Hier zal ook rekening mee moeten worden gehouden.

De vereniging zal de zaal of zalen moeten reserveren die ze nodig zijn voor de vrije training, elke student mag er aan mee doen. Het werken met een inschrijfformulier of een aanmeldingspunt (online) zou zeker een aanrader zijn om zo een goede inschatting te maken op het aantal deelnemers. Hierbij kan dan rekening worden gehouden met het aantal zalen dat nodig is en het andere benodigde materiaal + de trainers die de deelnemers op moeten vangen.



Aan het einde van de vrije training zou de vereniging nog toe kunnen slaan met het uit delen van flyers en het aanbieden van een hapje of een drankje, ook zou er een aanmeldingsmogelijkheid aanwezig kunnen zijn voor de studenten die dusdanig geïnteresseerd zijn en niet kunnen wachten met het inschrijven tot de vereniging.

De kosten van deze hapjes en drankjes zullen niet hoog liggen en zouden misschien wel kunnen worden gesponsord. We raden deze taak aan bij de Toernooi commissie en de evenementen commissie.

Organiseren zaalvoetbaltoernooi

Het organiseren van een zaalvoetbal toernooi zal zeker een positief resultaat kunnen hebben op het werven van nieuwe leden en de naamsbekendheid voor Drs. Vijfje.

De vereniging zal dan wel aan de slag moeten om het goed te organiseren. Ze hebben hier een commissie voor, namelijk de Toernooi commissie (ToCo). Ten eerste zal de vereniging zalen moeten reserveren en de benodigde materialen. Het bestuur zal ook de benodigde scheidsrechters en vrijwilligers (oud leden) moeten vinden.

De commissie zal ten tweede druk aan de slag moeten gaan met het trekken van deelnemers, want met te weinig of geen deelnemers is het natuurlijk niet rendabel om een dergelijk toernooi te organiseren. Dit kan in de vorm van Flyeren, posters ophangen, berichten op social media plaatsen, het versturen van E-mails en natuurlijk via de mond tot mond reclame. De commissie kan er ook nog voor kiezen om bij de RUG of Hanze Hogeschool langs te gaan om zo nog meer te laten weten dat er een toernooi georganiseerd wordt. Hoe meer animo, hoe beter. Bij grote opkomst is het ook goed om met de regionale media contact op te zoeken.

Tot slot op de dag zelf zal de vereniging goed moeten omgaan met de tijd die ze inplannen voor het toernooi en voor het verzorgen van de deelnemers, denk hierbij aan het uitdelen van ontbijtkoeken, bananen en/of appels en natuurlijk wat te drinken. Dit zou vanuit de ToCo geregeld moeten worden.

Er moet wel weer rekening worden gehouden met het aantal deelnemers wat op komt dagen, het kan 2 kanten op. Namelijk genoeg deelnemers of te weinig. hier zal de ToCo rekening mee moeten houden.



Actiepunten in het kort

- **Wees meer aanwezig.** Laat jezelf als vereniging zien op bijvoorbeeld : introweken, evenementen in de stad, opendagen enz.
- **EjaculaCie de introweken & open dagen laten doen.** Dit wil zeggen dat zij zorgen dat ze Drs. Vijfje aanwezig is op de introweken en opendagen van verschillende opleidingen.
- **Herkenbaarheid.** Iedereen moet weten wat G.S.F.V. Drs. Vijfje is. laat je logo op bijna alles en overal waar je bent weer terug komen. Denk aan posters, stickers, merchandise ga zo maar door.
- **Organiseer je eigen activiteit onder een overkoepelend evenement.** Als er in de stad een (sport) evenement is, probeer je eigen (kleine) activiteit te organiseren of onderneem wat anders waardoor je jezelf laat zien. Evenementen organisaties staan daar vaak om te springen omdat er dan meer deelnemers zullen komen en hun bereik ook vergroot wordt.
- **Houden en promoten van vrije trainingen.** Organiseer vrije training voor studenten van de Hanze en de RUG. Zo kun je eventueel talent aan je binden, plus je naamsbekendheid stijgt!
- **Organiseren Beach- zaalvoetbal toernooien.** Vriendengroepen vinden het vaak superleuk om aan dergelijke mee te doe. Ook dit is een kans om nieuwe leden te binden en je naamsbekendheid te vergrootten.



2. Opkomst van het vrouwenvoetbal in Nederland + Weinig naamsbekendheid voor zo'n grote vereniging.

Verdedigende strategie

Dankzij het succes van de oranje leeuwinnen steeg de populariteit van het vrouwenvoetbal gigantisch. Dat kun je zeer goed terug vinden in het stijgende vrouwelijke leden bij amateur verenigingen. En dan voornamelijk bij het veldvoetbal maar toch ook wel degelijk bij het zaalvoetbal.

Drs. Vijfje heeft nu al wel een goede naam in de zaalvoetbalsport zelf, maar daarbuiten kan dat aanzienlijk beter. Drs. Vijfje beschikt over een dameszaalvoetbalteam dat Eredivisie speelt en dat is iets om als stad Groningen trots op te zijn. Alleen heeft de plaatselijke & regionale media hier niet zoveel interesse in. hoe kan hier verandering in komen?

De sportiefste oplossing is natuurlijk meedoen in de strijd om de landstitel. Zo krijg je automatisch meer aandacht van de landelijke media. Helaas is dat nu niet aan de orde en zo laat de aandacht ook te wensen over. Je zou dus betere vrouwelijke spelers moeten aantrekken om bovenin mee te gaan doen. Dan heb je dus een scoutingsapparaat nodig die voor je opzoek gaat naar studentes die wel een balletje kunnen trappen.

Je kunt bijvoorbeeld ook grotere evenementen gaan organiseren waardoor je voornamelijk door de regionale media aandacht krijgt. Je hoeft natuurlijk niet persé zo'n evenement zelf te gaan organiseren. Je zou je bijvoorbeeld kunnen binden met een al bestaand evenement en daar de ding doen. Ook het laten zien van jezelf als vereniging zoals hierboven vermeld helpt ontzettend bij het opbouwen van je naamsbekendheid.

Misschien is het ook wel leuk om meer vrouwelijke avonden te organiseren om zo meer vrouwelijke studenten aan te trekken. Een high wine of een ladies night vinden vrouwen vaak leuk om te doen.



Aanstellen van een scoutingscommissie

Het beleid van de Drs. Vijfje over de scouting is aanwezig en is voor elk lid te beschikbaar op de website, het is echter van belang dat de scoutingsprocedure van een dusdanig niveau is om zo nog betere spelers aan te trekken en betere prestaties te kunnen leveren als vereniging. Goede prestaties betekent naamsbekendheid. Dit is niet alleen fijn voor de vereniging maar ook voor de sponsors, de sponsors reageren positief op goede resultaten en gaan hierdoor misschien wel meer investeren in de vereniging. Dit betekent nog meer kansen.

Om een hoger scoutingsniveau te bereiken is er een scoutingscommissie nodig, het is te veel werk voor alleen de Technische commissie om dit uit te voeren en tot resultaat te brengen. Er zijn al plannen voor een scoutingscommissie, toch zal dit nog goed behandeld moeten worden.

De vereniging zal mensen aan moeten stellen die deze commissie willen en kunnen draaien, zonder deze commissie zal veel talent verloren gaan.

De studenten die eventueel in aanmerking komen om deze commissie te laten functioneren zullen ook daadwerkelijk alleen met deze commissie bezig zijn omdat er al genoeg tijd en moeite in het bijwonen en analyseren van de trainingen zit.

Een valkuil kan hierin wel zijn dat er te veel tijd in gaat zitten voor de desbetreffende student die deze taken op zich neemt.

Ook voor het eventueel organiseren van vrouwelijke evenementen zal de ToCo en de FECO goed moeten kijken wat de kansen zijn en de valkuilen die zo'n evenement met zich mee kan brengen. Zo kan het zijn dat de populariteit van het vrouwenvoetbal in Noord-Nederland niet zo is gestegen dan in midden of Zuid-Nederland. Hier zal dan een oplossing voor bedacht moeten worden.

Actiepunten in het kort.

- **Aanstellen scoutingscommissie.** Zo kun je goede (vooral) vrouwelijke & mannelijke talenten ontdekken, en ook proberen te binden aan Drs. Vijfje.
- **Organiseren van evenementen.** Goed voor je naamsbekendheid, eventueel aantrekken van nieuwe leden en je zou publiciteit kunnen krijgen van regionale media.
- **Deelnemen aan andere evenementen.** Wederom je goed voor je naamsbekendheid en je netwerk met andere organisaties breidt zich uit.
- **Vrouwelijke evenementen organiseren.** Maakt het aantrekkelijker voor vrouwelijke speelsters om voor Drs. Vijfje komen te spelen.



3. Weinig kandidaten voor commissie- en bestuursfuncties + Veel wisselingen in commissie- en bestuursfuncties.

Verbeterende strategie.

Het blijkt lastig te zijn om nieuwe aanwas te houden voor commissie- en bestuursfuncties. Waar kan dat aan liggen? Wat zullen de redenen zijn dat leden niet zo'n functie willen bekleeden?

Het leden aantal van Drs. Vijfje is de afgelopen jaren sterk gestegen. Maar het percentage actieve leden is wat dat betreft achter gebleven. Dit is ook goed terug te zien op de trainingen die veel minder worden bezocht. En dat met name bij de lagere heren elftallen. Je zult onderaan moeten beginnen om meer actieve leden te werven. Als je meer leden hebt die op trainingen komen zullen er meer leden actief deelnemen bij evenementen zullen ze eerder geïnteresseerd zijn in bestuursfuncties.

Maar hoe verander je niet-actieve leden in actieve leden? Probeer ze allereerst te peilen op hun wensen en toekomstplannen. Een ideeënbus zou een optie kunnen zijn, alleen wordt hier vaak weinig gebruik van gemaakt aangezien het niet persoonlijk is. Het is beter om de leden er regelmatig informeel op aan te spreken. Laat daarom als bestuur regelmatig je gezicht zien bij trainingen van (met name de V-laag) elftallen en/of evenementen. En zorg voor een laagdrempelige toegang, zodat je leden gemakkelijker met jou van gedachten wisselen. Houd er rekening mee dat niet iedereen zich op een ledenvergadering durft te uiten. In een meer informele omgeving krijgt je meer te horen dan in een vergadering.

Hoe beter jij je leden begrijpt, des te beter kunt je jouw beleid afstemmen op hun wensen en inzichten, hetgeen bijdraagt tot een geringer verloop. Probeer hierbij 'outside the box' te denken. Veel mensen zijn geneigd om hun wensen te formuleren in de vorm van zaken die ze elders aangetroffen hebben maar bij jouw vereniging missen. Je hoeft niet te doen wat andere verenigingen ook doen, maar probeer te onderkennen waar de kern van de vraag of het gevoel vandaan komt. Juist daar kunt jezelf als vereniging onderscheiden. Probeer innovatief te zijn, door de wensen van je leden om te smeden naar een plan dat aansluit bij de geest en sfeer van jouw vereniging en mogelijk nog verder gaat dan waar de leden om vragen.



Een actief lid is een blijvend lid.

Het betrekken en activeren van je leden heeft volgens onderzoek van de ASAE een positief effect op je ledenbehoud. Deze Amerikaanse onderzoeksinstituten vonden dat nieuwe leden pas echt de waarde van hun lidmaatschap ontdekten door actief deel te nemen binnen de organisatie. Hoe meer jij je leden bij je organisatie betrekt, hoe positiever ze jouw organisatie zullen ervaren. Maar hoe zorg je ervoor dat iemand een bijdrage levert?

Die bijdrage hoeft geen grote bijdrage te zijn. Laat ze bijvoorbeeld een stukje schrijven in de nieuwsbrief. Zelfs een relatief kleine bijdrage verandert namelijk al de perceptie van de toegevoegde waarde die de organisatie levert. Een ludieke manier om leden te activeren is door een mascotte in het leven te roepen. Deze mascotte wordt naar een passief lid opgestuurd, met de vraag deze bij de eerst volgende bijeenkomst mee te nemen. De brenger van de mascotte wordt hartelijk begroet en erkend, en zo zal de band met de organisatie sterker worden. En zo zijn er nog tientallen andere kleine acties te vinden waardoor de je band van je leden met de vereniging kunt versterken. Dit met natuurlijk het uiteindelijke doel om je niet actieve leden te veranderen in een actief lid.

De FeCo zal deze taak volgens ons goed op zich kunnen nemen omdat deze commissie erg creatief is en vol goede ideeën zit.

Ook is de RePro volgens ons een goede commissie die een bijdrage kan leveren aan de betrokkenheid van de leden bij de vereniging, ze kunnen de leden bijvoorbeeld een stukje laten schrijven voor in het clubblad of voor op de website.

Commissie- bestuursfunctie.

De geschiedenis van Drs. Vijfje leert ons dat er jaarlijks maar net voldoende geïnteresseerden zijn voor het bekleeden van een bestuursfunctie. Dit is geen ideale situatie. En nu het studeren ook nog eens duurder is geworden wegens een veranderde situatie omtrent de studiefinanciering, is de verwachting dat dit alleen maar gaat aflopen.

Om deze tendens tegen te gaan zal het doen van een bestuursjaar aantrekkelijker moeten worden. Het aantrekkelijker maken van een bestuursjaar zal, naast het scheppen van goede randvoorwaarden, een bijdrage leveren aan de persoonlijke ontwikkeling van de leden die plaatsnemen in het bestuur. In het jaar 2016-2017 is er al eens een persoonlijke mentor aangesteld voor de bestuursleden. Hij/zij hielp bij de ontwikkelingspunten van de bestuursleden. Deze persoon werd aangesteld aangezien de vereniging tot dan toe nog geen hulp bood aan de bestuursleden.

Het doen van een bestuursjaar staat heel goed op je cv. Bedrijven zien ook graag een bestuursjaar of commissie terugkomen op een cv omdat ze ervaren dat studenten dan meer ontwikkeld overkomen en zich beter bewust zijn van hun eigen capaciteiten. Dat realiseren veel leden van studentenverenigingen zich nog niet goed genoeg. Behalve dat je het natuurlijk leuk moet vinden om te doen, is het best handig om zo'n functie strategisch te kiezen.



Niet iedereen kiest ervoor om een bestuursjaar of commissie te doen. De redenen om extracurriculaire activiteiten te doen kan natuurlijk ook afhankelijk zijn van je studierichting. In elk geval zijn er vier belangrijke redenen voor studenten om toch extracurriculaire activiteiten te doen ter verrijking van hun cv. Ze verwachten voordeel te ervaren bij het vinden van een baan door:

- Nieuwe vaardigheden op te doen
- Sociale contacten uit te breiden
- Persoonlijk te ontwikkelen
- Om de voldoening die het geeft

Daarnaast volgen redenen zoals het uitbreiden van het sociale netwerk, de grotere kans op een baan en een verbeterde positie in de maatschappij. Geld en de verwachting dat studenten beter presteren op een hun studie speelt nauwelijks een rol. Alleen bij een medezeggenschapsfunctie of een vrijwillige stage spelen deze voordelen een rol.

(extracurriculaire activiteiten : bestuur/commissie/vrijwilligerswerk enz.)

Hoe krijg je deze info bij je leden?

Naast dat je bezig bent om niet actieve leden om te zetten en actieve leden kun je ter gelijker tijd de huidige actieve leden informeren over het bekleden van functies binnen de vereniging. Dit kun je doen d.m.v. artikelen op je website, in je nieuwsbrief of/en in je clubblad. Ook tijdens je ALV zou je een onderwerp hieraan kunnen toewijden.

Je zou ook leden die twijfelen over een functie kunnen laten meelopen bij een vergadering van een commissie of bestuur. Hierdoor zullen de leden een beter beeld krijgen bij wat de desbetreffende functie nou inhoudt en zullen ze eerder een keuze kunnen maken.



Jaarlijkse wisselingen.

Aangezien er jaarlijks een nieuw bestuur en nieuwe commissieleden nodig zijn is het urgent dat er op tijd jaarlijks actie wordt ondernomen om deze personen te vinden. Je zou het als een nadeel kunnen zien dat er jaarlijks gewisseld wordt van commissie- en bestuursleden. Ieder jaar heeft je vereniging weer nieuwe vaak onervaren mensen op belangrijke plekken zitten. Maar je kunt het ook omdraaien, ieder jaar weer een frisse wind door de vereniging met nieuwe ideeën en denkwijzen.

Je zou aankomende bestuursleden alvast kunnen opleiden door ze te laten meelopen, zoals eerder vermeld. Hierdoor wordt de overstap minder groot en zouden ze in principe gelijk aan de slag kunnen. Ook is het verstandig om bij de eerste vergaderingen van het nieuwe bestuur als oud bestuur aanwezig te zijn. Zo zou je ze nog een beetje kunnen sturen en op een juist moment de verantwoording compleet aan hen overlaten.

Actiepunten in het korten

- **Peilen van je leden.** Weet wat er in ze omgaat en wat hun gedachtegang is over de vereniging en over hun toekomst bij de vereniging.
- **Smeedt innovatieve plannen om aan de wensen van je leden te voldoen.** Houd je leden tevreden. Spiek maar wat ze bij andere verenigingen doen en vergaar zo creatieve innovatieve ideeën en ga over de verwachting van je leden heen!
- **Betrek leden bij je vereniging.** Denk aan stukjes in je nieuwsbrief, site en clubblad. Bedenk creatieve acties! Een betrokken lid is een blijvend lid!
- **Promoot het bekleedden van een commissie- en bestuursfuncties.** Spoor je leden aan voor om actiever te worden. Wees open en creatief om ze enthousiast te maken.
- **Laat potentiële commissie- of bestuursleden meelopen met de desbetreffende organisatie.** Eventuele twijfelaars krijgen zo inzicht van zaken.
- **Leidt potentiële commissie- of bestuursleden op zodat de overstap kleiner zal zijn.** Zo is het voor nieuwe commissie- en bestuursleden minder eng om opeen een organisatie te leiden.



Weinig interesse vanuit sponsors + weinig naamsbekendheid voor zo'n grote vereniging.

Overlevende strategie

Als de prestaties van de vereniging verbeteren en het niveau omhoog gaat is het natuurlijk makkelijker om sponsors te binden. Het begint dus al bij de basis van de vereniging. Eventuele sponsors moeten gelijk bij het horen van de naam Drs. Vijfje weten wat de inhoud van de vereniging is en wat het hun kan bieden.

Het is belangrijk dat je eventuele sponsors wat te bieden hebt. Goodwill, het verhogen van elkaars imago, misschien wel omzet verhoging, ruimte op plekken voor reclame, enzovoort. Dat moet duidelijk voor beide partijen zijn. Zo wordt het eerder interessant voor een eventuele sponsor jou als vereniging te sponsoren. Dit zou je allemaal kunnen samenvatten in een sponsorplan.

Als je een sponsor nodig hebt voor een specifiek doel, zorg ervoor dat je een financieel plan hebt dat het gelijk overzichtelijk is voor een sponsor zodat hij/zij weet waar het aan besteedt gaat worden.

Wat is jullie unique selling point? Wat onderscheidt Drs. Vijfje van de andere (studenten)zaalvoetbalverenigingen? Dat kan doorslaggevend zijn voor een eventuele sponsor

Kortingssysteem voor sponsors

Drs. Vijfje biedt sponsoring op maat. Aan de hand van zelf te kiezen onderdelen, kunt u uw eigen sponsorpakket, passend bij uw bedrijf samenstellen. Eén onderdeel kost €100,- ; voor elk volgend onderdeel wordt €75,- extra berekend.

- Vermelding van het logo op de hoofdpagina van Drs. Vijfje en een speciale sponsorpagina met zelf geschreven tekst.
- Vermelding van het logo in de Pannarama (clubblad, 4x per seizoen uitgegeven).
- Vermelding van het logo in de wedstrijd filmpjes van V1 (Topklasse) en VR1 (Eredivisie), bij elke wedstrijd gemaakt en verspreid via Facebook, de website en het YouTube kanaal van Drs. Vijfje.
- Vermelding van het logo in de ledenmail van Drs. Vijfje (10x per seizoen).
- Vermelding van het logo in de wedstrijd filmpjes, programmaboekjes en bij de promotie voor de thuisspeelavond (2x per seizoen).

Het is een optie om niet per onderdeel € 75,- extra in rekening te brengen, maar kortingssysteem te gaan hanteren waarbij de prijs per onderdeel een bepaald percentage of vast bedrag daalt. Bij een dalingspercentage van 10% vanaf het 2^e onderdeel, ziet dat er als volgt uit: Het eerste onderdeel kost € 100,-, het tweede onderdeel € 75,-, Het derde onderdeel € 68,50, het vierde onderdeel € 61,65, enzovoorts.



Het voordeel hier van kan zijn dat sponsoren eerder geneigd zijn een uitgebreider sponsorpakket nemen dan bij het huidige systeem.

De SpoCo zou hier de geschikte commissie voor moeten zijn aangezien zij het contact met de sponsoren onderhouden en in stand houden.

Een valkuil zou wel kunnen zijn dat de vereniging nu inkomsten mis loopt omdat de verschillen tussen de bedragen voor de sponsor zelf niets uit maakt, de sponsor wilt misschien toch wel geld investeren ook al is het bedrag geen 75 euro, maar 100 euro per sponsor onderdeel.

Uitbreiding standaard sponsorpakket

Wat ook een optie voor Vijfje kan zijn, is het uitbreiden van het standaard reclamepakket met eventuele verhoging van het starttarief. Het is een idee om standaard uit twee van de onderstaande onderdelen te mogen kiezen voor een starttarief van bijvoorbeeld € 160,-.

- Vermelding van het logo op de hoofdpagina van Drs. Vijfje en een speciale sponsorpagina met zelf geschreven tekst.
- Vermelding van het logo in de Pannarama (clubblad, 4x per seizoen uitgegeven).
- Vermelding van het logo in de wedstrijd filmpjes van V1 (Topklasse) en VR1 (Eredivisie), bij elke wedstrijd gemaakt en verspreid via Facebook, de website en het YouTube kanaal van Drs. Vijfje.
- Vermelding van het logo in de ledenmail van Drs. Vijfje (10x per seizoen).
- Vermelding van het logo in de wedstrijd filmpjes, programmaboekjes en bij de promotie voor de thuisspeelavond (2x per seizoen).

Door het uitbreiden van het standaard sponsorpakket in combinatie met een kleine verlaging van de prijs in de huidige situatie kan het zijn dat (potentiële) sponsoren eerder interesse krijgen in het sponsoren van Drs. Vijfje.

Ook voor deze eventuele uitbreiding is de SpoCo geschikt.



Korting voor Drs. Vijfje leden

Een andere optie voor het werven van extra sponsors is, door het opstellen van overeenkomst met een sponsor voor Vijfje leden. Voorbeeld: Vijfje sluit een overeenkomst met restaurant/kroeg dat Vijfje leden op vertoning van ... een korting krijgen van bijvoorbeeld 10% van hun aankoop daar. Stel Vijfje leden gaan bij een restaurant eten, dan betalen zij voor iets wat normaal € 40,- kost nu maar € 36,-.

Het voordeel hier van kan zijn dat Vijfje leden nu sneller hier uiteten gaan in plaats van ergens anders. Hierdoor zal het desbetreffende bedrijf meer omzet genereren.

De onderhandelingen met dit soort bedrijven zullen worden uitgevoerd door extern coördinator (in het huidige bestuur niet aanwezig) of door de SpoCo (Sponsor Commissie).

Uitbreiding merchandise assortiment Drs. Vijfje

Het huidige assortiment bestaat uit een Drs. Vijfje jas (€ 45,-), Drs. Vijfje trainingsbroek (€ 31,50, dit bedrag is inclusief bedrukking initialen) en het Drs. Vijfje rompertje (€ 5,-, keuze uit de kleur blauw en roze). Bij de Drs. Vijfje jas is extra bedrukking achterop mogelijk voor € 2,50.

Het is dus een idee om het merchandise assortiment van Drs. Vijfje uit te breiden. Zo is het mogelijk om bijvoorbeeld ook Drs. Vijfje sporttassen in het assortiment op te nemen. Naast het Drs. Vijfje logo is het ook mogelijk om logo's van sponsors hier op te bedrukken. Hier zullen wel extra kosten aan verbonden zijn voor de desbetreffende sponsor. Andere voorbeelden van Drs. Vijfje merchandise artikelen zijn: sjaals, mutsen, sweaters/hoodies, nylon tasjes, bidons, bieropeners, kaartspellen, enz.

Ook is het een mogelijkheid om nylon tasjes met bedrukking van Drs. Vijfje logo (en eventueel logo's van sponsors) uit te delen tijdens evenementen zoals: de KEI-week en andere ludieke acties/evenementen. In dit nylon tasje is het mogelijk om naast informatieve folders, kleine dingetjes zoals bieropeners of een spel kaarten te stoppen. Op deze manier vergroot je de naamsbekendheid van de vereniging. Dit kan naast nieuwe leden, ook interesse van potentiële sponsors wekken.

Echter zal er wel onderzoek gedaan moeten worden naar de kosten van deze artikelen. Dit is een taak voor de extern coördinator (in het huidige bestuur niet aanwezig) of de SpoCo (Sponsor Commissie).



Actiepunten in het kort

- **Het hebben van een sponsorplan.** Hiermee straalt je professionaliteit uit en kun je een sponsor direct overtuigen.
- **Prijs van de sponsoring verlagen.** het bedrag van het sponsor systeem verlagen waarde het interessanter wordt voor nieuwe sponsoren om te gaan sponsoren, en voor bestaande om meer te sponsoren.
- **Reclame aanbod vergroten.** Plekken beschikbaar stellen op : posters, flyers, t-shirts, merchandise enzovoort.
- **Korting acties voor vijfje leden bij sponsor.** Extra omzet voor de sponsor!