

Blueprint Deel A

de voorbereiding

Stageteam Sportkunde | Sportbedrijf Drachten | 2018

Voorwoord

Voor u ligt de “Blueprint Buurtsportvereniging”. Het betreft een handleiding waarmee in samenwerking met Sportbedrijf Drachten een Buurtsportvereniging kan worden opgezet. De handleiding bevat specifieke informatie en stappen die zich berusten op wijken in de gemeente Smallingerland. De “Blueprint Buurtsportvereniging” is ontwikkelt in het kader van de opleiding Sportkunde aan de Hanzehogeschool Groningen en in opdracht van stagebedrijf Sportbedrijf Drachten.

Als stageteam hebben we in overleg met onze stagebegeleider, Sandra Bos, ons verandervoorstel ontwikkeld. Na het maken van een organisatiebeschrijving van het Sportbedrijf hebben we een aantal onderzoeksvragen opgesteld. Deze onderzoeksvragen hebben we kunnen beantwoorden door uitvoerig onderzoek en het analyseren van benchmarks.

Bij dezen willen wij graag iedereen bedanken van het Sportbedrijf voor zijn of haar samenwerking en begeleiding. Het Sportbedrijf heeft een grote bijdrage geleverd aan het eindresultaat van de “Blueprint”. Wij willen Sandra Bos graag nadrukkelijk bedanken voor haar begeleiding. Haar begeleiding heeft ons zowel als stageteam als individueel productiever en efficiënter doen laten werken. Daarnaast heeft ze veel inhoudelijke feedback gegeven om de kwaliteit van de “Blueprint” te waarborgen.

Tot slot willen we onze docent aan de Hanzehogeschool Rick Nijland bedanken voor het delen van zijn kennis en begeleiding. Zijn kennis en begeleiding hebben geleid tot een gestructureerd en onderbouwd verslag.

Wij wensen u veel leesplezier

Mechiel Gerding, Marco Smit, Rudolf Haze en Thomas van Breemen-Schneider

Drachten, 14 juni 2018

Inhoud

[1. De Buurtsportcoach 4](#_Toc516667568)

[2. Vooronderzoek 5](#_Toc516667569)

[2.1 behoefte onderzoek 5](#_Toc516667570)

[2.2 resultaten behoefte onderzoek 5](#_Toc516667571)

[2.3 conclusie behoefte onderzoek 6](#_Toc516667572)

[3. MVDS vaststellen 7](#_Toc516667573)

[3.1 MVDS Sportbedrijf Drachten 7](#_Toc516667574)

[3.1.1 Missie 7](#_Toc516667575)

[3.1.2 Visie 7](#_Toc516667576)

[3.1.3 Doelstellingen 8](#_Toc516667577)

[3.1.4 Strategieën 9](#_Toc516667578)

[3.2.2 Visie 9](#_Toc516667579)

[4. Wijkonderzoek 10](#_Toc516667580)

[4.1 DESTEP-analyse 10](#_Toc516667581)

[5. Basis informatie 12](#_Toc516667582)

[5.1 sportverenigingen 12](#_Toc516667583)

[5.1.2 trainers 13](#_Toc516667584)

[5.2 scholen 13](#_Toc516667585)

[5.3 (potentiële) stakeholders 14](#_Toc516667586)

[5.4 Locaties 14](#_Toc516667587)

[5.5 sponsoren/partners 15](#_Toc516667588)

[6. Belangrijke zaken 17](#_Toc516667589)

[6.2 Planning activiteiten 17](#_Toc516667590)

[6.3 financiën 18](#_Toc516667591)

[6.4Werven vrijwilligers 19](#_Toc516667592)

[6.5 kick-off activiteit 20](#_Toc516667593)

[6.6 communicatie & pr 21](#_Toc516667594)

[Nawoord 23](#_Toc516667595)

[Bibliografie 24](#_Toc516667596)

[Bijlage 25](#_Toc516667597)

Inleiding

Dit is het voorbereidende deel van de blueprint voor het opzetten van een buurtsportvereniging. In dit deel worden keuzes uitgelicht en onderbouwd waarom bepaalde stappen worden genomen. Alles wordt voor de huidige en voor de toekomstige situatie beschreven. Om het gemakkelijk en overzichtelijk te houden, is de blueprint in twee delen gesplitst. In deel A wordt elke stap voor het opzetten van de buurtsportvereniging onderbouwd. Op volgorde worden de belangrijke stappen beschreven. In deel B van de blueprint staan de schema’s en uitwerkingstabellen die in deel A zijn beschreven. Het is zeer belangrijk om elke stap die in deel A wordt beschreven volgens het protocol in te vullen.

# 1. De Buurtsportcoach

*In dit hoofdstuk wordt beschreven wat momenteel de taak is van de buurtsportcoach, wat de taak van de buurtsportcoach is tijdens het opstarten van de buurtsportvereniging en wat de rol van de buurtsportcoach is na het opzetten van de buurtsportvereniging.*

De buurtsportcoach heeft als voornaamste taak om de doelstellingen van het Sportbedrijf te implementeren in de wijk. Dit doen ze door de leraren te begeleiden tijdens gymlessen en het organiseren van activiteiten voor verschillende doelgroepen. Per wijk verschillen de werkzaamheden van de buurtsportcoaches. Dit komt omdat iedere wijk zijn eigen kenmerken heeft. Wel heeft, op één na, elke buurtsportcoach minimaal een basisschool in zijn of haar wijk. Ook hebben de meeste wijken wel een sportvereniging.

De buurtsportcoach is verantwoordelijk voor de oprichting van de buurtsportvereniging in de wijk. Om het concept van de buurtsportvereniging zo goed mogelijk uit te kunnen werken zijn de volgende handleidingen ontworpen:

* De Buurtsportvereniging Deel A
* De Buurtsportvereniging Deel B

In deel A worden alle stappen die de buurtsportcoach moet behandelen uitgebreid omschreven. De buurtsportcoach kan door de stappen te volgen op een gestructureerde manier aan de buurtsportvereniging werken. Door de handleiding ‘De Buurtsportvereniging Deel B’ uit te werken, is de opzet van de buurtsportvereniging overzichtelijk en makkelijk te herleiden.

Het is voor het bestaan van de buurtsportvereniging belangrijk dat er vrijwilligers zijn uit de wijk. De buurtsportcoach is verantwoordelijk voor de oprichting van de buurtsportvereniging, maar zal deze verantwoordelijkheid op termijn over moeten dragen aan vrijwilligers. Door deze vrijwilligers aan het begin al bij te betrekken zal dit makkelijker gaan. Het is de bedoeling dat de buurtsportcoach na verloop van tijd enkel nog een begeleidende rol heeft. De organisatie is dan volledig in handen van de bewoners van de wijk.

# 2. Vooronderzoek

*In dit hoofdstuk wordt een omschrijving gegeven hoe een behoefte onderzoek gedaan moet worden, wat de resultaten daarbij kunnen zijn en een conclusie die je maakt over de resultaten. Ook zal in dit hoofdstuk worden beschreven hoe een eerdere enquête verlopen is en wordt in deel B een voorbeeld hiervan weergegeven.*

## 2.1 behoefte onderzoek

*In deze paragraaf wordt beschreven waarom je een behoefteonderzoek doet en hoe dit in zijn werking gaat.*

Om er achter te komen wat de behoeftes zijn in de wijk doe je een behoefteonderzoek. Voor dit onderzoek stel je een aantal vragen op en deze neem je af in de betreffende wijk. De locatie waar de enquête afgenomen kan worden bepaal je per wijk. Zo is het mogelijk om de enquête af te nemen op het schoolplein wanneer de school uit is. Ook kan je denken aan bijvoorbeeld een supermarkt in de wijk waar standaard veel mensen komen. Mocht je hier een activiteit aan willen koppelen dan dien je hiervoor wel een vergunning aan te vragen bij de gemeente.

Om deze enquête te maken is het handig om ‘Google Docs’ te gebruiken. Google verwerkt namelijk gelijk de uitslagen en is makkelijk te gebruiken om een enquête af te nemen.

## 2.2 resultaten behoefte onderzoek

*In deze paragraaf wordt beschreven hoe je je resultaten van het behoefte onderzoek verwerkt en wat je kwalitatieve en kwantitatieve eisen zijn om tot een goed resultaat te komen.*

In de voorbeeld enquête in deel B wordt een uitslag weergegeven van de wijk ‘de Wiken’. In dit voorbeeld kan je zien dat de enquête 121 reacties heeft opgeleverd. Advies is om deze vragen ook in andere wijken te stellen aangezien het een duidelijk beeld schept voor de wijk.

Zo is in het voorbeeld uit deel B gebleken dat wanneer je de enquêtes persoonlijk afneemt, je meer resultaat hebt dan wanneer je de enquête met een link op meerdere sites deelt. In het voorbeeld uit deel B is zoals aan de reacties te zien is vooral gedaan aan de persoonlijke benadering. Deze benadering heeft ook meer positieve kanten, zoals het laten zien van je gezicht en het kunnen doorvragen op vragen. Ook kan de enquêteur helpen wanneer de ondervraagde de vragen niet begrijpt. (Rightmarktonderzoek, 2018)

## 2.3 conclusie behoefte onderzoek

*In deze paragraaf wordt beschreven wat de conclusie is van het behoefteonderzoek en hoe hier verder mee om wordt gegaan.*

Wanneer de resultaten positief zijn kan je doorgaan met het oprichten van de buurtsportvereniging, tevens kunnen deze resultaten gebruikt worden voor het bepalen van de doelgroep van de buurtsportvereniging en/of de activiteiten van de buurtsportvereniging. Mochten de resultaten negatief zijn, moet er overwogen worden om door te gaan met het opzetten van een buurtsportvereniging. In dat geval zullen eerst deze punten worden aangepakt en kan ik de toekomst wellicht alsnog een buurtsportvereniging worden opgericht aan de hand van een nieuw behoefte onderzoek.

# 3. MVDS vaststellen

*In dit hoofdstuk wordt beschreven wat de missie, visie en doelstellingen van de buurtsportvereniging zijn. De missie, visie en doelstelling zijn de basis van de richting die de buurtsportvereniging op wil.*

Het MVDS model geeft een goed beeld waar de organisatie voor staat en wat zij naar buiten wilt brengen. Verder geeft het model antwoord op de volgende vragen:

*- Missie: Waarom bestaan we?
- Visie: Wat willen we zijn?
- Doelstellingen: Wat precies?
- Strategieën: Hoe?*

(Hoe ziet een strategie eruit?, sd)

Het beantwoorden van deze vragen geeft het fundament van de identiteit van de organisatie.

3.1 MVDS Sportbedrijf Drachten

Allereest het MVDS model van **Sportbedrijf Drachten**

3.1.1 Missie

Stimuleren van gezond gedrag bij alle inwoners van de gemeente Smallingerland door sport en bewegen.

3.1.2 Visie

Door te inspireren en te innoveren maken wij sport en bewegen leuk, vernieuwend en aantrekkelijk. De accommodaties die onderdeel uitmaken van Sportbedrijf Drachten zijn o.a. Zwemcentrum De Welle, Sportcentrum Drachten en de meest moderne gymzaal ter wereld: iSpace Sports in Opeinde en iSpace de Waring.

Sport & bewegen moet voor iedereen toegankelijk zijn. Sportbedrijf Drachten biedt een breed scala aan sport- en beweegactiviteiten en evenementen. Van zwemsporten tot klimmen en van wandelen tot een hightech gymles; voor ieder wat wils! Sportbedrijf Drachten biedt professionele ondersteuning aan onderwijs en verenigingen en wij verhuren en beheren sportaccommodaties en materialen.

ln Sportbedrijf Drachten belichten wij alle kanten van sport en bewegen. Zo nemen wij de rol van autoriteit, kennisbron, initiator, stabiele factor én vraagbaak op het gebied van sport & bewegen op ons

3.1.3 Doelstellingen

De doelstellingen van de Gemeente Smallingerland behalen volgens de visie van het Sportbedrijf Drachten.

De doelstelling van de gemeente Smallingerland luiden als volgt:

|  |  |
| --- | --- |
| **1. Bewegen en Gezondheid**  | In Smallingerland is voor iedereen beweegaanbod te vinden dat stimuleert, uitnodigt, uitdaagt en voorziet om een leven lang dagelijks aan manieren van sporten en bewegen te kunnen (blijven) doen, die bij hen passen.  |
| **2. Bewegen en maatschappelijke participatie**  | Smallingerland heeft een rijk sportverenigingsleven, waarin sportverenigingen voorzien in traditioneel sportaanbod en waar mogelijk hun rol oppakken en meebewegen in het realiseren en ontwikkelen van vernieuwingen in het beweegaanbod voor verschillende leeftijden en doelgroepen.  |
| **3. Sport en Onderwijs**  | Onderwijs is dé basis waar jeugd op alle dagen verschillende manieren van sporten en bewegen aangeboden wordt door bevoegd en kwalitatief (bekwaam) kader.  |
| **4. Sportaccommodaties en Openbare Ruimten**  | De sport- en beweegfaciliteiten in Smallingerland zijn divers en voorzien in traditioneel en ongeorganiseerd sport- en beweegaanbod en draagt bij aan (meer) multifunctioneel gebruik van beschikbare (openbare) ruimten, waarbij voor iedere inwoner sport- en beweegaanbod bereikbaar is in de directe, eigen omgeving.  |
| **5. Breedtesport-evenementen en topsport**  | Smallingerland profileert zich met aantrekkelijke (sport)evenementen gericht op breedtesport en biedt ruimte voor haar sporttalenten.  |

(Schmitz, 2017)

3.1.4 Strategieën

- Oude gymzalen renoveren/opknappen

- De nieuwste apparaten gebruiken in de gymzalen

- Innovatief zijn op het gebied van gymzalen (iSpace)

- Inzetten van buurtsportcoaches in de wijken en op scholen

- Ondersteunen van opleidingen door middel van stageplaatsen

- Aanbieden van schoolzwemmen in zwembad De Welle

- Faciliteren van overdekte sportaccommodaties voor sportverenigingen

- Faciliteren van sportaccommodaties voor particulier gebruik

- Organiseren van sportevenementen/activiteiten in de wijk en op school
(Sportbedrijf Drachten, 2017)

Het MVDS model van de Buurtsportvereniging zal op veel vlakken overlappen met die van het Sportbedrijf. Het Sportbedrijf richt de Buurtsportvereniging op vanuit haar missie, visie, doelstellingen en strategieën. Echter zitten hier wel enkele verschillen in.

3.2 MVDS Buurtsportvereniging

Hieronder het MVDS model van de Buurtsportvereniging

3.2.1 MissieStimuleren van gezond gedrag bij alle inwoners van de gemeente Smallingerland door sport en bewegen.

3.2.2 VisieSport en bewegen moet voor iedereen toegankelijk zijn. De Buurtsportvereniging streeft naar meer deelname aan sport- en beweegactiviteiten door kinderen, jongeren en volwassenen en senioren, die een obstakel ervaren om te gaan bewegen. Daarnaast tracht de Buurtsportvereniging de sociale cohesie binnen de wijk te versterken met sport als middel.

3.2.3 Doelstellingen- Het aanmoedigen van bewegen door het realiseren van sport- en spelaanbod, wat door de wijk wordt verlangd.
- Het versterken van de sociale cohesie binnen de wijk
- Een actieve leefstijl aanmoedigen
- Het verbeteren van het sportaanbod binnen de wijk

3.2.4 Strategieën- Versterken sport en spelaanbod in de wijk, samen met sportverenigingen en andere sportaanbieders in/rond de wijk
- De buurtsportcoach zoekt contact met bewoners, verleidt hen om deel te nemen of te komen kijken en gaat met hen in gesprek over hun wensen en behoeften ten aanzien van het sportaanbod.

- Zelforganisatie creëren binnen de wijk en deze betrekken bij de uitvoering en coördinatie van activiteiten (Sportservice Noord-Holland, 2012)

# 4. Wijkonderzoek

*In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de situatie in de wijk is aan de hand van een DESTEP-analyse. Er wordt gebruikt gemaakt van de DESTEP-methode, omdat dit een brede kijk geeft op de wijk en daardoor wordt de wijk goed in kaart gebracht. Trends en ontwikkelingen in de wijk worden overzichtelijk en hier kan de buurtsportvereniging op inspelen.*

## 4.1 DESTEP-analyse

*In het volgende hoofdstuk wordt de DESTEP-analyse toegelicht met betrekking tot de Buurtsportvereniging.*

DESTEP-analyse is een geschikte analyse om op macroniveau toe te passen om de niet beïnvloedbare elementen rondom een markt in kaart te brengen. Door middel van de DESTEP-analyse worden kansen en bedreigingen in beeld gebracht van de omgeving waar de organisatie zich in bevindt en kan de organisatie bepalen wat voor impact het heeft. (Eelants, sd)

Met betrekking tot de Buurtsportvereniging zullen vooral de kansen worden geanalyseerd in de omgeving. De Buurtsportvereniging tracht geen winst te maken en wil geen bedreigingen vormen voor andere organisaties.

In de afbeelding rechts zijn de factoren van de DESTEP-analyse weergegeven. Deze factoren samen geven een goed beeld van de macro-economische omgeving.

(Eelants, sd)

Het is van belang om de wijk te analyseren. De factoren in het DESTEP-model leveren gegevens op. Gegevens die kansen en/of raad geven. Bijvoorbeeld de gemiddelde leeftijd in een wijk heeft invloed op het sportaanbod van de Buurtsportvereniging. Een hoog aantal niet-westerse inwoners heeft invloed op een verschillende manier van benaderen van de bewoners.

Daarnaast is het van belang om verder dan de wijk te kijken. Vaak liggen er om de wijk heen kansen die benut kunnen worden. Het Sportbedrijf heeft elke wijk in de Gemeente Smallingerland een Buurtsportcoach gegeven. De Buurtsportcoaches kunnen onderling informatie delen over hun wijk waar nodig. Het is dus een gemakkelijke stap om kansen uit een andere wijk te benutten en toe te passen.

**Demografisch**

De volgende informatie kan relevant zijn bij de factor demografisch:
- Populatie *(Hoeveelheid deelnemers)*
- Leeftijdsopbouw *(Activiteiten voor de juiste leeftijd/doelgroep)*
- Gemiddeld inkomen *(Betaalbare activiteiten)*
  **Economisch**De volgende informatie kan relevant zijn bij de factor economisch:
- Conjunctuur *(Hoogconjunctuur kan tot meer deelname leiden en daarmee lagere kosten voor de deelnemers van de activiteiten)*
- Werkloosheid *(Niet-actieve bewoners die zich kunnen inzetten voor de Buurtsportvereniging)*

**Sociaal-cultureel**

De volgende informatie kan relevant zijn bij de factor sociaal-cultureel:- Normen en waarden *(De cultuur van de Buurtsportvereniging moet aansluiten op de normen en waarden van de wijkbewoners)*
- Levensstijl (*De vanzelfsprekendheid van een actieve leefstijl stimuleren)*
- Religie *(Rekening houden met religieuze verschillen)*
- Sociale trends *(Individualisering gaat de bevordering van de sociale cohesie in de wijk tegen)*

**Technologisch**

De volgende informatie kan relevant zijn bij de factor technologisch:- Aanwezige technologie *(De naastliggende wijk “De Folgeren” heeft een iSpace sporthal die benut kan worden)*
- Informatie voorziening *(De buurtsportcoach van de wijk is eenvoudig te bereiken)*
**Ecologisch**

De volgende informatie kan relevant zijn bij de factor ecologisch:

- Milieu *(Bij gebruik van locaties, moet deze in originele staat achtergelaten worden. Hierdoor kan er duurzaam en structureel gebruik worden gemaakt van de locaties)*
- Weersomstandigheden *(Er dient rekening worden gehouden met uitzonderlijke weersomstandigheden)*

**Politiek-juridisch**

De volgende informatie kan relevant zijn bij de factor politiek-juridisch:
- Wetgeving *(De buurtsportvereniging dient er voor te zorgen dat de wet wordt gevolgd.)*
- Subsidies *(Wijkbudget en Sportbedrijf Drachten kunnen bijdragen op het gebied van subsidie)*

# 5. Basis informatie

*In dit hoofdstuk worden factoren beschreven die bijdragen aan de opzet en het bestaan van de buurtsportvereniging. Er worden schema’s uitgelegd die in deel B ingevuld moeten worden en tevens wordt er onderbouwt waarom deze keuzes worden gemaakt.*

## 5.1 sportverenigingen

*In deze paragraaf wordt beschreven hoe en waarom sportverenigingen van invloed zijn op de buurtsportvereniging. Er wordt beschreven hoe het schema (deel B) werkt en hoe het optimaal kan worden gebruikt.*

Sportverenigingen zijn zeer belangrijk voor een buurtsportvereniging, omdat zij kennis hebben, locaties beschikken en trainers hebben die interessant zijn voor de buurtsportvereniging. Samenwerking met de sportverenigingen is daarom essentieel. Sportverenigingen in en rondom de wijk kunnen een franchise locatie beginnen door middel van de buurtsportvereniging. Om alle sportverenigingen in en rondom de wijk in kaart te brengen, is in deel B een schema opgesteld. In dit schema staan algemene gegevens van de vereniging, of ze benaderd zijn door de buurtsportvereniging, of ze openstaan voor samenwerking, wat de sportvereniging kan betekenen voor de buurtsportvereniging en wat de buurtsportvereniging kan betekenen voor de sportvereniging. Algemene gegevens zijn te vinden via internet of via het verenigingsbestand van Sportbedrijf Drachten. Voordat de sportvereniging wordt benaderd moet duidelijk zijn wat de buurtsportvereniging kan betekenen voor de sportvereniging. Zo weet de sportvereniging wat er verwacht kan worden.

Wanneer de buurtsportvereniging staat en er worden activiteiten georganiseerd, wordt het schema ook ingezet. Naar behoefte van de activiteit kan door middel van het schema gekeken worden welke sportvereniging de behoeftes kan invullen. Dit is te vinden onder het kopje met wat de sportvereniging kan betekenen voor de buurtsportvereniging.

Let op! Bij het opzetten van de buurtsportvereniging moeten alle sportverenigingen in de omgeving van de wijk worden benaderd! Een vereniging overslaan/vergeten geeft geen goede indruk. Tevens willen/kunnen sommige verenigingen sportief geen bijdrage leveren, maar financieel wel hun steentje bijdragen. Alle sportverenigingen worden vervolgens in het schema uitgewerkt. Nadat alle sportverenigingen uitgewerkt in het schema staan, wordt er een nieuw schema opgesteld met alle verenigingen die open staan voor een manier van samenwerking met de buurtsportvereniging.

### 5.1.2 trainers

*In deze paragraaf wordt het werven van trainers uitgelegd en wordt er beschreven hoe het schema in deel B moet worden ingevuld. Deze paragraaf is gekoppeld aan de paragraaf ‘sportverenigingen’, omdat de sportverenigingen over trainers beschikken.*

Bij het contact opnemen met de sportverenigingen is het aan te raden om direct de contactgegevens van de trainers op te vragen. Deze contactgegevens worden in het schema in deel B genoteerd. Indien mogelijk worden ook de kosten per uur genoteerd. Deze kosten worden door de buurtsportvereniging zelf opgesteld. Als de buurtsportvereniging staat en er wordt een activiteit georganiseerd, dan kan in het schema gekeken worden welke trainer daar bij kan helpen. Door de kosten per uur te weten, kunnen de kosten van de activiteit makkelijk worden geschat en aan de hand daarvan kan eventueel een sponsor worden gezocht bij de desbetreffende activiteit. Ook worden de trainers vanuit de buurtsportvereniging genoteerd. Dit kan betekenen dat de buurtsportcoach of een collega in de lijst komt. Hierdoor kunnen eventuele trainerskosten voorkomen worden. Ook trainer/coach studenten die stagelopen bij het Sportbedrijf kunnen op deze lijst worden gezet. Om de kwaliteit van de activiteiten te waarborgen wordt ook genoteerd of de trainer gecertificeerd is ja of te nee.

## 5.2 scholen

*In deze paragraaf wordt beschreven hoe en waarom scholen van invloed zijn op de buurtsportvereniging. Er wordt beschreven hoe het schema (deel B) werkt en hoe het optimaal kan worden gebruikt.*

Scholen zijn zeer belangrijk voor een buurtsportvereniging, omdat zij (relatief) veel potentiële leden hebben (zowel kinderen, als ouders), beschikbare ruimtes hebben en mogelijk kennis hebben over bestuur en organiseren. Samenwerking met de scholen is daarom essentieel. Om alle scholen in en rondom de wijk in kaart te brengen, is in deel B een schema opgesteld. In dit schema staan algemene gegevens van de scholen, of ze benaderd zijn door de buurtsportvereniging, of ze openstaan voor samenwerking, wat de school kan betekenen voor de buurtsportvereniging en wat de buurtsportvereniging kan betekenen voor de school. Algemene gegevens zijn te vinden via internet of via het scholenbestand van Sportbedrijf Drachten. Voordat de school wordt benaderd moet duidelijk zijn wat de buurtsportvereniging kan betekenen voor de school. Zo weet de school wat er verwacht kan worden.

Wanneer de buurtsportvereniging staat en er worden activiteiten georganiseerd, wordt het schema ook ingezet. Naar behoefte van de activiteit kan door middel van het schema gekeken worden welke school de behoeftes kan invullen. Dit kan door te kijken onder het kopje met wat de school kan betekenen voor de buurtsportvereniging.

Let op! Bij het opzetten van de buurtsportvereniging moeten alle scholen in de wijk worden benaderd! Een school overslaan/vergeten geeft geen goede indruk en betekend het mislopen van (potentiële) leden.

## 5.3 (potentiële) stakeholders

*In deze paragraaf wordt beschreven hoe en waarom stakeholders van invloed zijn op de buurtsportvereniging. Er wordt beschreven hoe het schema (deel B) werkt en hoe het optimaal kan worden gebruikt.*

Stakeholders zijn ontzettend belangrijk voor een buurtsportvereniging, omdat zij uiteindelijk de buurtsportvereniging maken. Denk hier bij aan leden, vrijwilligers en geldschieters. Samenwerking met de stakeholders is daarom essentieel. Om alle stakeholders in en rondom de wijk in kaart te brengen, is in deel B een schema opgesteld. In dit schema staan algemene gegevens van de stakeholders, of ze benaderd zijn door de buurtsportvereniging, of ze openstaan voor samenwerking, wat de stakeholder kan betekenen voor de buurtsportvereniging en wat de buurtsportvereniging kan betekenen voor de stakeholder. Algemene gegevens zijn te vinden via internet of via fieldresearch. Door dit vanuit een buurtoverleg te organiseren, zijn alle betrokken bij elkaar en is het makkelijker te coördineren. Voordat de stakeholder wordt benaderd moet duidelijk zijn wat de buurtsportvereniging kan betekenen voor de stakeholder. Zo weet de stakeholder wat er verwacht kan worden.

Wanneer de buurtsportvereniging staat en er worden activiteiten georganiseerd, wordt het schema ook ingezet. Naar behoefte van de activiteit kan door middel van het schema gekeken worden welke stakeholder de behoeftes kan invullen door te kijken in het kopje met wat de school kan betekenen voor de stakeholder.

## 5.4 Locaties

*In deze paragraaf wordt beschreven hoe locaties voor de buurtsportvereniging gevonden kunnen worden, hoe de veiligheid van de locatie gewaarborgd wordt en hoe de verantwoordelijk per locatie wordt bepaald.*

De locatie van een eventueel clubhuis moet in overleg met de buurtsportcoach, de bewoners en de gemeente worden bepaald. Dit kan eventueel ook in een wijkcentrum. Voor het bepalen van de locaties voor de activiteiten van de buurtsportvereniging wordt gebruik gemaakt van de omgevingsontdekker van Sportbedrijf Drachten. Via deze website kan per activiteit specifiek gezocht worden naar een geschikte locatie. De omgevingsontdekker van Sportbedrijf Drachten werkt als volgt:

* Ga naar [www.sportbedrijf-drachten.nl/](http://www.sportbedrijf-drachten.nl/)
* Scrol naar het onderen van de pagina en klik op ‘Ga naar omgevingsontdekker’
* Klik aan de linkerkant van de pagina op ‘omgevingsontdekker’
* Klik de desbetreffende sport aan en kijk op het kaartje waar dit in jouw wijk mogelijk is.

De locaties die naar voren komen, kunnen in deel B worden genoteerd of er kan een screenshot worden geplaatst.

De veiligheid van de locatie wordt door de verantwoordelijke van de activiteit gewaarborgd. Voorafgaand aan de activiteit moet de locatie worden gecheckt!

Voor de openbare ruimte is de gemeente Smallingerland verantwoordelijk, maar de organisator van de activiteit is verantwoordelijk voor de veiligheid op de locatie. Voor overige ruimtes is de eigenaar (in de meeste gevallen Sportbedrijf Drachten) verantwoordelijk voor de locatie, maar blijft de organisator van de activiteit verantwoordelijk voor de veiligheid op de locatie.

## 5.5 sponsoren/partners

*In het hoofdstuk ‘sponsoren/partners’ wordt beschreven hoe en waarom je sponsoren/partners koppelt aan de Buurtsportvereniging in samenwerking met het Sportbedrijf.*

Potentieel gezien is ieder bedrijf uit de omgeving een sponsor. Om deze allemaal te benaderen voor een Buurtsportvereniging is echter niet haalbaar. Tijdens het zoeken naar een sponsor moet worden gekeken naar het profiel van de organisatie.

Het Sportbedrijf krijgt subsidie van de gemeente om activiteiten te organiseren. Ze organiseren verscheidene activiteiten en evenementen om aan de gestelde doelstellingen van de gemeente Smallingerland te voldoen. Een Buurtsportvereniging zou hier aan kunnen bedragen, dus zou er mogelijk subsidie hiervoor uitgetrokken kunnen worden. (Sportbedrijf Drachten, 2017)

Uit een interview met Sportbedrijf facilitair-manager Radjin Kanhai (Bijlage 1) komt naar voren dat binnen het Sportbedrijf hij ervoor zorgt dat er voldoende sponsoring is. Hij zorgt ervoor dat sponsoren partners worden van het Sportbedrijf. Tijdens het benaderproces van een sponsor stelt hij de volgende eisen:
- Scherpste prijs
- Kwaliteit
- Kwantiteit
- Duurzaamheid
- Regio Gemeente Smallingerland

Volgens Kanhai is het belangrijk om partners te zoeken in de regio. De argumenten hiervoor luiden als volgt:
- Partners in de regio zijn sneller bereikbaar
- De regio profiteert van het Sportbedrijf en het Sportbedrijf profiteert van de regio. Het Sportbedrijf besteed haar subsidie uit aan de regio waardoor de regio meer betrokken raakt met het Sportbedrijf.

Daarnaast is het makkelijk te onderbouwen waarom partners zich aan het Sportbedrijf kunnen binden. Het Sportbedrijf zet zich in voor maatschappelijke doelen, wat zorgt voor een positieve uitstraling voor een mogelijke partner.

Tot slot vraagt Kanhai jaarlijks aan zijn partners of zij een nieuwe partner kunnen betrekken bij het Sportbedrijf. Dit doet hij door middel van het organiseren van bijeenkomsten. Tijdens deze bijeenkomsten introduceren partners een nieuwe potentiele partner voor het Sportbedrijf. Zo wordt het netwerk van Sportbedrijf Drachten en Kanhai steeds meer uitgebreid, wat tot meer mogelijkheden voor het Sportbedrijf en de regio leidt.

Tijdens het opzetten van de Buurtsportvereniging is het dus belangrijk om contact op te nemen met Radjin Kanhai. Hij heeft een groot aantal connecties in de regio en daar buiten. Bij het opzetten van de kick-off activiteit of het koppelen van een partner aan de Buurtsportvereniging is het belangrijk om Kanhai hierbij te betrekken.

# 6. Belangrijke zaken

*In dit hoofdstuk worden overige zaken beschreven die helpen aan de opzet en groei van de buurtsportvereniging. Deze zaken worden onderbouwt en enkele zullen in deel B worden uitgewerkt.*

## 6.2 Planning activiteiten

*In deze paragraaf wordt omschreven hoe de planning van de activiteiten moet worden opgezet. Hoe de planning er momenteel uitziet en hoe dit in het toekomst zal veranderen.*Huidige situatie:

Wijken binnen de gemeente Smallingerland hebben een buurtsportcoach, echter organiseren deze geen structurele sportactiviteiten voor de inwoners. Inwoners hebben geen inspraak op de activiteiten die plaatsvinden in de wijk.

Toekomstige situatie:

Tijdens het opzetten van de Buurtsportvereniging maakt de buurtsportcoach de planning voor de desbetreffende wijk in samenwerking met verenigingen en bewoners.

**De buurtsportcoach dient rekening te houden met de volgende punten tijdens het maken van de planning:**

- Doelgroep
*Welke activiteit voor welke doelgroep? Houdt rekening met niveau en de locatie.*- Behoeften
*Het aanbod moet aansluiten op de behoeften van de deelnemers.*- Verenigingen
*Het is wenselijk dat de aanbiedende vereniging zich dicht bij de wijk bevindt.*- Materiaal
*Wie is verantwoordelijk voor het materiaal op de locatie? Het Sportbedrijf, de vereniging of de deelnemers zelf?*- Taak buurtsportcoach
*Wat is de taak van de buurtsportcoach tijdens een activiteit?
 Is hij waarnemer tijdens de activiteit?
Regelt hij bij ziekte vervanging?
Annuleert hij de activiteit?****Is de buurtsportcoach of de vereniging verantwoordelijk voor de activiteit?***- Overige zaken
*Bij overige zaken kan gedacht worden aan het onderhoud van openbare locaties. Stel het veldje wordt gemaaid tijdens de activiteit, dan moet dit gecommuniceerd worden naar de vereniging en de deelnemers.*

## 6.3 financiën

*In de volgende paragraaf wordt kort beschreven en weergeven welke kosten het opzetten van een buurtsportvereniging kan hebben. Er wordt een indicatie weergegeven van de inkomsten en de kosten. Daarnaast wordt beschreven hoe de uitvoerende organisatie aan haar vermogen komt.*
Sportbedrijf Drachten stelt elk jaar een jaarplan op. Op basis hiervan krijgt het een budgetsubsidie van de gemeente Smallingerland. Hier worden o.a. georganiseerde evenementen van gefinancierd, een deel van de personeelskosten en de sportcoaches worden hier direct van betaald. Dus voor bepaalde investeringen wordt een budget gesteld. Echter mocht men hier over heen gaan is dit qua betalingen/budgetverdelingen te bolwerken gezien deze investeringen hoe dan ook noodzakelijk zijn. Het drukt het bedrijfsresultaat echter wel iets. (Sportbedrijf Drachten, 2017)

Sportbedrijf Drachten krijgt een standaardsubsidie die van te voren vastgesteld is. Deze subsidie wordt verdeeld over verschillende “potjes”. Deze potjes worden; loonsubsidie, subsidie groot onderhoud gymzalen en budgetsubsidies genoemd.

Het Sportbedrijf tracht geen winst maken. Het is belangrijk dat het Sportbedrijf de verkregen subsidie volledig investeert om er voor te zorgen dat de subsidie in de komende jaren niet naar benden gaat.

Binnen afzienbare tijd gaat de mogelijkheid zich voordoen dat een budget wordt vastgesteld voor een Buurtsportvereniging. De Buurtsportvereniging wordt opgenomen in het jaarplan van het Sportbedrijf, waar een budgetsubsidie voor gegeven wordt.

Het opzetten van een Buurtsportvereniging gaat kosten met zich meenemen. Gebaseerd op een interventie waarbij een Buurtsportvereniging wordt beschreven (Sportservice Noord-Holland, 2012), zijn kort samengevat de volgende kostenposten belangrijk:

- Coördinatie
- Behoeftepeiling sportaanbod
- Uitvoerders sportaanbod (verenigingen)
- PR (drukwerk, kick-off activiteiten)
- Huur accommodatie
- Bijeenkomsten (verenigingen, inwoners)

Deze kosten kunnen worden gefinancierd door de volgende inkomsten:

- Bijdrage deelnemers
- Subsidie
- Eigen bijdrage organisaties (verenigingen, sponsoren)

- Overige bijdragen

**Het is belangrijk om rekening te houden dat er altijd onvoorziene kosten kunnen komen. Neem deze dus mee in de begroting!**

## 6.4Werven vrijwilligers

*In de volgende paragraaf wordt beschreven hoe de Buurtsportvereniging vrijwilligers kan werven.*

Veel mensen hebben het vandaag de dag buitengewoon druk. Er blijft weinig tijd over om iets te kunnen betekenen voor de wijk. Het is van belang dat de buurtsportvereniging op lange termijn kan blijven voortbestaan, ook wanneer de initiatiefnemer (Buurtsportcoach) er minder tijd en aandacht in gaat steken. **Hoe kunnen we mensen aanmoedigen om in hun spaarzame vrije tijd zich vrijwillig in te zetten voor de wijk?**

Het is belangrijk om potentiele vrijwilligers persoonlijk aan te spreken. Mensen voelen zich meer gewaardeerd en de Buurtsportvereniging laat duidelijk merken dat iedere vrijwilliger belangrijk is. Ontmoetingen spelen hierbij een grote rol. Bijeenkomsten in de wijk of een kick-off activiteit vormen vaak de basis voor initiatieven van bewoners. Daarnaast kan ook gebruik worden gemaakt van het netwerk van stakeholders in de wijk of rondom de wijk. Deze kunnen via sociale media kanalen folders en flyers delen van de Buurtsportvereniging.

Volgens Sportservice Noord-Holland (Sportservice Noord-Holland, 2012) ervaart de Buurtsportvereniging vaak problemen rondom het benaderen en betrekken van allochtone ouders. Cultuur- en taalverschillen zijn vaak het grootste probleem. De ouders weten niet duidelijk wat er van hen verwacht wordt. Daarnaast voelen ze zich vaak niet prettig bij dingen die voor autochtonen alledaags zijn. Het is belangrijk om duidelijk uitleg te geven en deze mensen te laten wennen, in plaats van hen rechtstreek te benaderen voor een concrete taak. In 2015 had maar liefst 15% van de wijk “de Wiken” een niet-westerse etniciteit, bijna twee keer zo veel als gemiddeld. (Gemeente Smallingerland, 2016) Het is daarom belangrijk om rekening te houden bij het werven van vrijwilligers binnen deze wijk.

Hieronder een aantal tips volgens Sportservice Noord-Holland:

- Stel goede functieprofielen op van vacatures.
- Schets een motiverend einddoel of visie voor de wijk of een direct voordeel voor de betrokkenen zodat duidelijk is waarvoor ze het gaan doen.

- Betrek sleutelfiguren.

- Benader bewoners persoonlijk. Houd rekening met een taal- en cultuurbarrière.

- Haak in op bestaande of nieuwe bewonersinitiatieven zodat draagvlak onder de bewoners al aanwezig is.

- Spreek mensen op hun eigen kracht aan.

- Sta ook open voor incidentele vrijwilligerstaken.

- Inventariseer welke taken er binnen de Buurtsportvereniging liggen en specificeer deze. Op deze manier wordt duidelijkheid verschaft aan de bewoner waar ze precies voor gevraagd worden en welke tijdsinvestering dit van ze vraagt. Zo wordt voorkomen dat ze de hulpvraag afwijzen omdat ze bang zijn dat ze er teveel tijd mee kwijt zijn.

- Richt je sportaanbod ook op ouders, zij zijn dan direct in beeld voor vrijwilligerstaken.

- Zorg voor herkenbaarheid van de activiteit en de Buurtsportvereniging, bijvoorbeeld door een vaste locatie te gebruiken.

- Management van verwachtingen zorgt er voor dat het voor bewoners helder is waar je naar toe werkt. Achteraf is het als buurtsportcoach lastig om te repareren, als mensen in eerste instantie andere verwachtingen had, dat jij bijvoorbeeld alles zou uitvoeren. Een goede communicatie vormt dus een belangrijke succesfactor. (Sportservice Noord-Holland, 2012)

Wanneer de vrijwilligers zich hebben aangesloten is het belangrijk om gebruik te maken van hun talenten. Hierdoor kan de Buurtsportvereniging hen optimaal benutten. Een makkelijke manier om kennis te nemen van de capaciteiten van vrijwilligers is bijvoorbeeld een talentenkaart.

Op de talentenkaart kunnen buurtbewoners hun kwaliteiten koppelen aan concrete taken binnen de Buurtsportvereniging. Deze talentenkaart kan het beste worden ingevuld tijdens een persoonlijk gesprek. Uit de methode “Meer Vrijwilligers In Kortere Tijd” (Team Sportservice, sd) blijkt dat persoonlijke benadering tot het beste resultaat leidt.

Hieronder een kort voorbeeld van een in te vullen talentenkaart:

|  |  |
| --- | --- |
| Talenten voor de wijk |  |
| Fotografie | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |
| Schoonmaken |  |
| Kennis (sociale) media  | xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx |
| Kennis met betrekking tot de wijk |  |
| Catering |  |

Na het invullen van de talentenkaarten, kan er een lijst worden gemaakt van vrijwilligers en de activiteiten waar zij op ingezet kunnen worden. Het is belangrijk dat de bewoners naast hun talenten ook hun beschikbaarheid aangeven op de talentenkaart. Wanneer de vrijwilligers daadwerkelijk worden ingezet, moeten zij goed geïnformeerd worden over hun taken en de bijbehorende regels.

## 6.5 kick-off activiteit

*In de volgende paragraaf wordt beschreven wat de kick-off activiteit inhoudt en betekent voor de buurtsportvereniging.*

Een goed begin is het halve werk. Het is daarom van groot belang om de buurtsportvereniging vanaf de start goed onder de aandacht te brengen. Organiseer een gaaf evenement waarbij het sportaanbod wordt geïntroduceerd. Laat het evenement bijvoorbeeld door een bekend persoon starten of zorg voor mooie clinics. De inwoners krijgen een goed beeld wat zij kunnen verwachten van de activiteiten die structureel georganiseerd gaan worden in hun wijk.

De kick-off activiteit gaat als eerste indruk gelden voor de Buurtsportvereniging dus probeer hier echt een “experience” van te maken voor de wijk. Het moet een strak georganiseerd evenement zijn met een draaiboek.

## 6.6 communicatie & pr

*In het volgende hoofdstuk wordt beschreven wat communicatie en PR inhoudt en hoe het bijdraagt aan een buurtsportvereniging.*

Public relations is het vakgebied dat zich bezighoudt met het ouderhouden van de relatie tussen een organisatie en het publiek. De organisatie kan een commercieel bedrijf zijn, maar ook bijvoorbeeld een overheidsinstelling. Het publiek dient breed te worden opgevat; dit kunnen bestaande klanten en relaties van de organisatie zijn, maar ook het publiek in het algemeen, waaronder potentiële klanten. (Marketingtermen, sd)

De buurtsportvereniging tracht een relatie te onderhouden met de inwoners van een wijk. Het overbrengen van de boodschap op de juiste manier is hierbij een belangrijke succesfactor. Gebruikt men de boodschap via het communicatiemiddel die geschikt is voor de betreffende doelgroep?

Sociale media speelt tegenwoordig een belangrijke rol in het bereiken en betrekken van jongeren bij activiteiten en evenementen. Het is een laagdrempelige wijze om informatie te delen op een leuke manier. Wanneer de sociale media optimaal wordt ingezet, wordt de Buurtsportvereniging deel van het “netwerk” van de inwoners van de desbetreffende wijk. Hierdoor raken de deelnemers sneller en beter begaan met de activiteiten van de Buurtsportvereniging.

Hier een aantal sterke punten van sociale media:
- Actualiteit.
- Informatie is makkelijk te verspreiden binnen een netwerk.
- Specifieke doelgroepen kunnen bereiken.
- Groot bereik met weinig budget.
- Toegankelijk voor iedereen. (SocialSanne, sd)

Het is belangrijk om voordeel te pakken uit deze punten via de sociale media. Het bestaande netwerk van Sportbedrijf Drachten is hierbij al een stap in de goede richting. Het Sportbedrijf heeft een groot bereik in de gemeente Smallingerland en kan daarnaast via netwerken van verenigingen en stakeholders nog veel meer mensen bereiken.

Echter zijn er ook zwakke punten en valkuilen van sociale media:
- Iedereen kan zich uitlaten over de organisatie.
- Geruchten kunnen makkelijk door de massa worden versterkt, waardoor iets wat onjuist is veel attentie kan krijgen voordat je erop kan reageren als organisatie zijnde.
- Het onderhouden van de sociale media kost veel tijd. (SocialSanne, sd)

Wanneer men zich negatief uitlaat over de Buurtsportvereniging moet geprobeerd worden dit om te zetten in positieve feedback. Hierdoor worden negatieve reacties in de toekomst voorkomen.

Sociale media is een essentieel instrument waarmee reacties worden verkregen. Aan de hand van de reacties kan beter worden ingespeeld op de behoeften van de inwoners van de wijk.
Het is zeer belangrijk voor de groei van de buurtsportvereniging om de promotie up-to-date te houden. Uit gegevens van buurtsportverenigingen in en rondom Haarlem blijkt dat door weinig tot geen promotie de deelname en bekendheid daalt (zie bijlage figuur 2 en 3).

Huidige situatie:
- Het Sportbedrijf communiceert via verschillende sociale mediakanalen zoals Facebook, Instagram en Twitter.

Toekomstige situatie:

- Bewoners kunnen via sociale media volgen wat de buurtsportvereniging inhoudt en beheren dit zelf. Door de wijk, voor de wijk.
- Wervingsmateriaal in de wijk. Flyers met informatie moeten verspreid worden in de wijk.
- Kick-off activiteit. Hierbij wordt het sportaanbod van de buurtsportvereniging gepromoot in de wijk. Hierbij is het belangrijk om een bekend persoon deze activiteit te laten starten. (Henk de Jong)
- Netwerk gebruiken van het Sportbedrijf. Informatie kan gemakkelijk gepromoot worden via de sociale media kanalen van het Sportbedrijf en haar stakeholders.
- Bijeenkomst organiseren waarbij de buurtbewoners kennis maken met de buurtsportvereniging.
- Vrijwilligers werven voor de Buurtsportvereniging

Tijdens de uitvoering van de communicatie en PR met betrekking tot een activiteit zijn de stappen in deel B erg belangrijk.

# Nawoord

Het maken van deze blueprint hebben wij als stageteam als leerzaam en interessant ervaren. Wij zijn trots op het uiteindelijke eindproduct wat wij neer hebben gezet.

Het plan om activiteiten te organiseren voor inactieve inwoners in de gemeente Smallingerland is gedurende het proces veranderd. Wij wilden in samenwerking met verenigingen en stakeholders van het stageadres Sportbedrijf Drachten een activiteit organiseren voor de inactieve inwoners. Wij hebben dit naar verloop van tijd aangepast in overleg met de buurtsportcoaches en onze werkveldbegeleider. Wij zijn bezig gegaan om structureel activiteiten aan te kunnen bieden voor inactieve sporters in samenwerking met verenigingen en stakeholders. Buurtsportcoach Danielle Veenstra gaf ons het idee van een Buurtsportvereniging.

Als stageteam zijn wij een “Blueprint” gaan maken voor een Buurtsportvereniging. Deze kan Sportbedrijf Drachten toepassen op een wijk in de gemeente Smallingerland om een Buurtsportvereniging op te zetten. Het maken van de “Blueprint” heeft ons zowel individueel als collectief veel leermomenten opgeleverd. De vele vrijheid en verantwoordelijkheid heeft ons doen realiseren dat wij als stageteam meer uit onszelf kunnen halen maar ook als team. Verder kijken dan je eigen omgeving en meer initiatief tonen richting anderen zijn hier mooie voorbeelden van. De werkhouding werd hier een stuk beter van en de productiviteit ging omhoog.

Wij willen graag het Sportbedrijf bedanken voor het beschikbaar stellen van hun middelen. Wij konden altijd gebruik maken van ruimtes en kennis. Hierbij willen wij speciaal dank uit laten gaan naar Sandra Bos en Stephan Oorburg. Zij hebben ons goede begeleiding gegeven tijdens het proces van het maken van de “Blueprint”. Ze hebben zowel het teamproces als het individuele proces bevorderd door hier beide feedback op te geven.

Verder willen wij graag onze docent van de Hanzehogeschool Rick Nijland bedanken voor zijn ondersteuning bij het maken van de “Blueprint”. De vele tips en kennis hebben een aanzienlijke bijdrage geleverd aan het eindproduct. Het gebruiken van bronnen en benchmarks heeft ons de goede richting in doen gaan.

Tot slot hopen wij dat het Sportbedrijf de volgende stap neemt om het eindproduct te implementeren en een Buurtsportvereniging opzet binnen een wijk in de gemeente Smallingerland.

Stageteam Sportbedrijf Drachten

Drachten, juni 2018

# Bibliografie

Eelants, M. (sd). *DESTEP Analyse*. Opgeroepen op Juni 11, 2018, van www.marketingmodellen.com: https://www.marketingmodellen.com/destep-analyse/

Gemeente Smallingerland. (2016). *Wijkatlas Smallingerland.* Enschede/Drachten: Oostveen Beleidsonderzoek en Advies. Opgeroepen op juni 4, 2018

*Hoe ziet een strategie eruit?* (sd). Opgeroepen op Juni 11, 2018, van 123management.nl: http://123management.nl/0/010\_strategie/a120\_strategie\_01\_missie\_visie\_strategie.html

Marketingtermen. (sd). *Public Relations*. Opgeroepen op Juni 13, 2018, van www.marketingtermen.nl: https://www.marketingtermen.nl/begrip/public-relations

Rightmarktonderzoek. (2018, juni 11). *Face to Face onderzoek.* Opgeroepen op juni 11, 2018, van Rightmarktonderzoek: https://www.rightmarktonderzoek.nl/onderzoeksmethoden/face-to-face-onderzoek/

Schmitz, F. (2017). *Beweeg je mee? 2017-2021.* Drachten: gemeente Smallingerland. Opgeroepen op juni 4, 2018, van https://www.smallingerland.nl/Int/Sport/Beleidsplan-Sport-en-Bewegen-(2017-2021,-pdf).html

SocialSanne. (sd). *Sterktes & zwaktes van sociale media*. Opgeroepen op Juni 13, 2018, van www.socialsanne.nl: http://www.socialsanne.nl/nl/weblogs/item/21/sterktes-zwaktes-van-sociale-media

Sportbedrijf Drachten. (2017). *Organisatiebeschrijving Sportbedrijf Drachten.* Drachten: Stageteam Sportkunde.

Sportservice Noord-Holland. (2012). *De Buurtsportvereniging.* Haarlem: Sportservice Noord-Holland. Opgeroepen op juni 4, 2018, van http://www.vrijwillige-inzet.nl/fileadmin/www.vrijwillige-inzet.nl/Producten/P027Handleiding\_Buurtsportvereniging\_DEFINITIEF.pdf

Sportservice Noord-Holland. (2012). *Handleiding van de Buurtsportvereniging.* Haarlem. Opgeroepen op juni 4, 2018, van http://www.vrijwillige-inzet.nl/fileadmin/www.vrijwillige-inzet.nl/Producten/P027Handleiding\_Buurtsportvereniging\_DEFINITIEF.pdf

Team Sportservice. (sd). *Méér Vrijwilligers in Kortere Tijd*. Opgeroepen op Juni 11, 2018, van www.teamsportservice.nl: https://www.teamsportservice.nl/diensten/meer-vrijwilligers-kortere-tijd/

# Bijlage

**Bijlage 1: Interview Radjin Kanhai**

Drachten, 13 juni 2018

* **Wie zorgt er voor dat sponsors worden benaderd om iets bij te dragen aan evenementen en activiteiten van het Sportbedrijf?**

Radjin benadert sponsoren en partners voor het Sportbedrijf. Hij zorgt ervoor dat materiaal en goederen gefaciliteerd voor evenementen en activiteiten. Verder zorgt Radjin middels bijeenkomsten dat sponsoren en partners jaarlijks nieuwe sponsoren en partners kunnen introduceren aan het Sportbedrijf. Hierdoor wordt het netwerk van zowel Radjin als het Sportbedrijf vergroot.
* **Wordt er vooraf bepaald wat de sponsor kan bijdragen of ligt dit bij de externe sponsor zelf?**
Radjin geeft aan wat hij van de sponsor nodig heeft. Hij bepaalt wat een sponsor bijdraagt/levert. Sponsoren kunnen zich overigens altijd melden bij het Sportbedrijf, echter kijkt Radjin altijd kritisch naar andere opties. Hij zoekt het beste aanbod uit voor het te organiseren evenement.
* **Wat zijn de voorwaarden waaraan een bedrijf moet voldoen om te kunnen sponsoren bij een evenement van het sportbedrijf?**

Tijdens het uitkiezen van een sponsor tussen gelijksoortige partnerorganisaties stelt Radjin de volgende eisen:
- Scherpste prijs
- Kwaliteit
- Kwantiteit
- Duurzaamheid
- Regio Gemeente Smallingerland
* **Hoe wordt bepaald welke bedrijven er worden benaderd om te sponsoren bij een evenement?**

Radjin zoekt vooral sponsoren/partners in de regio. Partners in de regio zijn sneller te bereiken. Daarnaast profiteren het Sportbedrijf en de bedrijven in de regio beide van een partnership. De subsidie van het Sportbedrijf wordt uitbesteed aan de regio, de regio profiteert hier vervolgens van door middel van evenementen en activiteiten. Daarnaast heeft het Sportbedrijf een goede uitstraling omdat het bijdraagt aan de maatschappelijke doelen in de regio. Dit maakt het aantrekkelijk voor een bedrijf om partner te worden van Sportbedrijf Drachten.

**Bijlage 2: Figuren Buurtsportverenigingen in en rondom Haarlem**

**Bijlage 3: Voorbeeld flyer buurtsportvereniging**

