

2017

Ledenbinding

Hoe bereik je de ideale situatie van verbondenheid?



Denise Koppers

30-6-2017

Ledenbinding

Hoe bereik je de ideale situatie van verbondenheid?



Naam:	Denise Koppers
Studentnummer:	2408621
Onderwijsinstelling:	Saxion Hogescholen Handelskade 75 7417 DH Deventer
Academie:	Hospitality Business School (HBS)
Opleiding:	Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs (HTRO)
Eerste examiner:	G. Schreiber
Tweede examiner:	D. Keizer
Opdrachtgever:	V.V. Beuningse Boys
Contactpersonen:	W. Hendrix
Plaats en datum:	Nijmegen, 30-06-2017

Voorwoord

Voor u de ligt de thesis die geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs aan Saxion Hogescholen te Deventer. Ik ben vanaf oktober 2016 tot en met juni 2017 bezig geweest met het uitvoeren van onderzoek en het schrijven van deze thesis.

Mijn dank gaat uit naar Gerrit Schreiber, die zowel mijn eerste examinerator als begeleider is. Daarnaast wil ik Monic Platenkamp bedanken voor de coachende gesprekken die we hebben gevoerd over mijn onzekerheden. Dankzij u beiden heb ik mijn vertrouwen in eigen kunnen stukje bij beetje teruggekregen. Mijn dank gaat ook uit naar Diana Keizer, de tweede examinerator. Ik wil u allen bedanken voor de tijd en kennis die u hebt geïnvesteerd om mijn afstudeeropdracht tot een goed einde te brengen. Daarnaast wil ik Wolfgang Hendrix bedanken, voorzitter van voetbalvereniging de Beuningse Boys, voor deze interessante opdracht. Mede-afstudeerder, Kimberley, wil ik bedanken voor de gesprekken we die hebben gehad waarin we elkaar een hart onder de riem hebben kunnen steken. Tot slot bedank ik mijn vrienden en familie voor hun geduld en hun steun gedurende het afstudeerproces. Maar in het bijzonder, Daphne, zij heeft me het laatste zetje gegeven om deze thesis met beide handen aan te pakken. Zonder jullie had ik het niet gekund.

Nijmegen, 30-06-2017

Denise Koppers

Samenvatting

Deze thesis is uitgevoerd in opdracht van voetbalvereniging de Beuningse Boys. Hierbij is onderzoek gedaan naar ledenbinding binnen voetbalverenigingen. Het bestuur van de Beuningse Boys heeft gemerkt dat de ledenbinding sterk is afgenomen en dat er als gevolg steeds minder tijd wordt doorgebracht op de vereniging buiten de vaststaande activiteiten. Dit zien zij graag anders, maar op welke manier zij dit kunnen bereiken weet men niet. Daarom is de hoofdvraag in dit onderzoek: *“Wat is de meest ideale situatie voor leden van de Beuningse Boys om zich verbonden te voelen met de voetbalvereniging?”*

Eerst is er literatuuronderzoek uitgevoerd om vast te stellen wat er bekend is over het onderwerp ledenbinding en daarmee samenhangende begrippen. Daarvoor is een theoretisch kader opgesteld en daaruit is gebleken dat ledenbinding uit vijf variabelen bestaat, namelijk onafhankelijkheid, verantwoordelijkheid, sociaal, emotioneel en communicatie. Daarnaast is duidelijk geworden dat de doelgroep binnen de vereniging bestaat uit generatie XYZ en het is van belang dat tussen deze generaties een verbinding krijgen met elkaar.

Op basis van de bevindingen uit het literatuuronderzoek is het veldonderzoek geformuleerd. Deze bestaat uit twee onderdelen, namelijk groepsinterviews met de leden van de Beuningse Boys en twee expert-interviews om de bevindingen te ondersteunen. Uit beide onderzoeken bleek dat de rode draad was dat er behoefte is aan eenheid binnen de vereniging. De teams hebben een goede binding onderling, maar eigenlijk geen tot weinig contact daarbuiten. Om de binding met de vereniging te kunnen vergroten moet er een verbinding tussen de aanwezige generaties worden bewerkstelligd.

Aan de hand van de resultaten van het literatuur- en veldonderzoek is een advies gevormd over hoe de Beuningse Boys hun ledenbinding kan vergroten. Het advies van het onderzoek is het organiseren van terugkerende activiteiten en het verbeteren van de Facebook-pagina. Op deze manier worden de generaties vermengd en krijgen teams onderling meer binding. Men leert andere mensen kennen, waardoor de drempel lager wordt om bijvoorbeeld iets te drinken met elkaar in de kantine of juist omdat men eens bij elkaars wedstrijden gaat kijken. Op deze manier zal de onderlinge binding van de generaties en het gevoel van eenheid groeien.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
Inhoudsopgave	5
1. Inleiding	7
1.1 Opdrachtgever	7
1.2 Aanleiding.....	7
1.3 Managementprobleem.....	7
1.4 Adviesdoel en managementvraagstuk.....	8
1.5 Onderzoeksdoel en onderzoeksvragen	8
1.6 Leeswijzer.....	8
2. Theoretisch kader	9
2.1 Zoekmethoden	9
2.2 Kernbegrippen	9
2.2.1 Voetbalvereniging.....	9
2.2.2 Ledenbinding	10
2.2.3 Sportkantine.....	11
2.2.4 Vrijwilligerswerk	12
2.3 Conclusie.....	13
3. Onderzoeksmethodologie	16
3.1 Groepsinterviews.....	16
3.2 Expert-interviews.....	17
4. Resultaten	19
4.1 Onafhankelijkheid	19
4.2 Verantwoordelijkheid	19
4.3 Sociaal	20
4.4 Emotioneel.....	21
4.5 Communicatie.....	21
5. Conclusie.....	23
6. Reflectie	25
6.1 Validiteit	25
6.1.1 Begripsvaliditeit.....	25
6.1.2 Interne validiteit	25

6.1.3	Externe validiteit.....	25
6.2	Betrouwbaarheid	26
7.	Advies	27
7.1	Adviesdoel en managementvraagstuk	27
7.2	Adviesopties	27
7.3	Afweging van de adviesopties.....	31
7.3.1	Criteria.....	31
7.3.2	Afweging van de adviesopties	32
7.4	Implementatieplan	34
7.4.1	Gekozen adviesopties	34
7.4.2	PDCA-cyclus.....	35
7.4.3	Financieel overzicht.....	40
7.5	Conclusie.....	41
	Nawoord	42
	Literatuurlijst.....	44
	Bijlagen	46
	Bijlage I – AAOCC-criteria	46
	Bijlage II – Interviewguide groepsinterviews.....	47
	Bijlage III – Interviewguide expert-interviews.....	48
	Bijlage IV – Transcript interview generatie X	49
	Bijlage V – Transcript interview generatie Y	56
	Bijlage VI – Transcript interview generatie Z	63
	Bijlage VII – Transcript expert-interview 1	73
	Bijlage VIII – Transcript expert-interview 2	76
	Bijlage IX – Gecodeerd expert interview	79

1. Inleiding

In de inleiding wordt achtergrondinformatie gegeven over de opdrachtgever. Verder word de aanleiding beschreven, het managementprobleem, doelstellingen, en de hoofdvraag met bijbehorende deelvragen. Ten slotte is er een leeswijzer toegevoegd voor het verdere rapport.

1.1 Opdrachtgever

Deze thesisopdracht zal worden geschreven voor Wolfgang Hendrix, de voorzitter van voetbalvereniging de Beuningse Boys te Beuningen. Daarnaast is hij de directeur van ZRN bureau (reisorganisatie), oprichter/directeur van Wolf Consultancy (advies en begeleiding in toerisme en recreatie) en manager bij Nova vakantiereizen. In het verleden heeft hij les gegeven op Hbo-niveau op de NHTV hogeschool.

Voetbalvereniging de Beuningse Boys bestaat uit ongeveer 1000 leden, onderverdeeld in 61 teams van mini's tot jeugd tot senioren. Het complex is relatief nieuw, sinds 2010 wordt op de nieuwe locatie getraind en gespeeld. De vereniging heeft drie kunstgrasvelden en twee natuurgrasvelden. Het eerste elftal speelt in de derde klasse. Naar eigen zeggen van Wolfgang Hendrix is de Beuningse Boys echt verankerd in Beuningen, iedereen kent wel iemand die er speelt.

1.2 Aanleiding

De directie van de Beuningse Boys heeft gemerkt dat de ledenbinding de laatste jaren is afgenomen. Dit merken zij onder andere doordat de leden rondom hun trainingen en gespeelde wedstrijden minder aanwezig zijn op de vereniging. Maar vooral omdat de leden na trainingen en wedstrijden direct naar huis gaan, dat in tegenstelling tot het verleden. De leden brachten regelmatig een bezoek aan de kantine, of gingen kijken bij wedstrijden van andere teams. Er wordt dus steeds minder tijd doorgebracht op de vereniging buiten de vaststaande activiteiten. Wel is daarbij het ledenaantal de laatste jaren stabiel gebleven. De ambitie van de Beuningse Boys is om het verenigingsgevoel weer terug te krijgen en hun leden meer te binden aan de vereniging. Er moet op de een of andere manier een klik gemaakt worden dat de leden na een training en/of wedstrijd iets willen delen met elkaar.

1.3 Managementprobleem

Het managementprobleem wat speelt bij de Beuningse Boys is dat zij merken dat de binding van leden aan de vereniging is verminderd, hetzij door iets binnen de vereniging, hetzij door iets van buitenaf. In het advies moet duidelijk naar voren komen wat de reden hiervan is en welke acties ondernomen kunnen worden om dit te veranderen. Als gevolg van de verminderde ledenbinding is de aanwezigheid van de leden, voor en na trainingen en wedstrijden teruggelopen. Dit in tegenstelling tot het stabiel gebleven ledenaantal.

In het advies zal dieper worden ingegaan op mogelijke oplossingen om leden meer tijd te laten doorbrengen op de vereniging naast de vaststaande activiteiten. Er zal concreet beschreven worden wat de veranderingen zijn die de Beuningse Boys zouden kunnen doorvoeren om hun ledenbinding te vergroten. De uitkomst zal een helder implementatieplan zijn, gebaseerd op de bevindingen van het literatuur- en veldonderzoek.

1.4 Adviesdoel en managementvraagstuk

Het adviesdoel van de thesis is: *“Een bijdrage leveren aan een beleidsplan hoe de ledenbinding van de Beuningse Boys vergroot kan worden, rekening houdend met de huidige leden”.*

Het managementvraagstuk voor deze thesisopdracht zal zijn: *“Hoe kan voetbalvereniging de Beuningse Boys hun ledenbinding vergroten?”*

1.5 Onderzoeksdoel en onderzoeksvragen

Om het managementvraagstuk correct te kunnen beantwoorden, is het van belang een onderzoeksdoel te formuleren met een daar bij passende hoofdvraag en deelvragen.

Het onderzoeksdoel is: *“Een bijdrage leveren aan de aanbevelingen over hoe de ledenbinding vergroot kan worden bij de Beuningse Boys, rekening houdend met de huidige leden”.*

Om het managementvraagstuk te beantwoorden is het van belang om kennis te verkrijgen door middel van het beantwoorden van de hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen.

Hoofdvraag; *“Wat is de meest ideale situatie voor leden van de Beuningse Boys om zich verbonden te voelen met de voetbalvereniging?”*

De bijbehorende deelvragen zijn:

1. Wat is de beleving van de leden van de Beuningse Boys ten opzichte van de huidige ledenbinding?
2. Wat is van belang voor de leden van de Beuningse Boys om zich verbonden te voelen met de vereniging?
3. Wat zijn mogelijke maatregelen die genomen kunnen worden om de ledenbinding bij de Beuningse Boys te verbeteren?

1.6 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden de zoekmethoden besproken en de daaruit voortgekomen kernbegrippen, het theoretisch kader. Daarnaast is hier ook de conclusie van het literatuuronderzoek te vinden. In hoofdstuk 3 zal dieper worden ingegaan op de aanpak van het veldonderzoek, de methodologische verantwoording. In hoofdstuk 4 zijn de resultaten van het literatuur- en veldonderzoek te vinden. Vervolgens worden in hoofdstuk 5 conclusies getrokken waarmee de hoofd- en deelvragen beantwoord zullen worden. Hoofdstuk 6 bevat een beschrijving van de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek. In hoofdstuk 7 een advies gegeven door middel van het afwegen van meerdere adviesopties, een implementatieplan met een financieel overzicht en een conclusie. Tot slot wordt in het nawoord een reflectie gegeven op het eigen handelen en de waarde van de thesis voor de branche.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de zoekmethoden benoemd en de definities van de kernbegrippen besproken. Deze kernbegrippen zijn voortgekomen uit het managementvraagstuk en de hoofd- en deelvragen. Door middel van literatuuronderzoek worden deze kernbegrippen verder uitgediept. Verder worden de resultaten besproken en de samenhang tussen de kernbegrippen beschreven.

2.1 Zoekmethoden

Om het theoretisch kader op te stellen is er gebruik gemaakt van diverse zoekmachines:

- Google Scholar;
- OCLC Worldcat;
- Saxion bibliotheek;
- Sciencedirect;
- Google.

Daarbij is er gebruik gemaakt van de volgende zoektermen: *ledenbinding voetbalvereniging, ledenbinding sportclubs, kantine voetbalvereniging, voetbalkantine, sportkantine, faciliteiten voetbalkantine, voetbalvereniging, ledenbinding meten, trends en ontwikkelingen sportkantines, vrijwilligerswerk, vrijwilligerswerk voetbalvereniging etc.*

De resultaten zijn gecontroleerd door middel van de AAOCC-criteria zoals beschreven in bijlage I.

2.2 Kernbegrippen

Vanuit het managementvraagstuk; "*Hoe kan de Beuningse Boys de ledenbinding vergroten?*" en de hoofdvraag en deelvragen zijn een aantal kernbegrippen naar voren gekomen. Deze kernbegrippen zijn: *voetbalvereniging, ledenbinding, sportkantine en vrijwilligerswerk*. Door middel van literatuuronderzoek worden deze begrippen uitgediept.

2.2.1 Voetbalvereniging

Volgens Enroljas (in Pennekamp, 2013) vormen verenigingen binnen Nederland, en in een groot deel van Europa, de belangrijkste organisatievorm in sport. Daarbij zegt Stokvis (in Pennekamp, 2013) dat sportverenigingen vrijwillige organisaties zijn waar mensen naar toe gaan zonder enige verplichting of hier een financiële beloning voor te krijgen. Pennekamp (2013) benoemt ook dat leden die lid zijn van een vereniging vaak contact met elkaar hebben op een gelijkwaardig niveau. De Nederlandstalige definitie van een voetbalvereniging (Dikke van Dale, 2016) is dat het een organisatie is waar de voetbalsport beoefend wordt door de gezamenlijke leden van de eerder genoemde vereniging. Het verenigingsverband in de 21^e eeuw is geen vanzelfsprekendheid meer, ondanks hun groeiende ledenaantal zegt Van Bottenburg (in Verhagen, 2014). Er is een groot contrast tussen de jammerlijke situatie van sommige verenigingen met ledenverlies en vrijwilligerstekorten ten opzichte van krachtige, bloeiende verenigingen benoemt Verhagen (2014). Daarbij wordt in hetzelfde onderzoek vermeld dat bij vrijwel alle verenigingen de vraag speelt hoe zij leden kunnen blijven binden aan hun vereniging. Volgens Vogel (2016) zijn er een aantal trends en ontwikkelingen binnen het verenigingsleven. Zo benoemt hij in het artikel dat sociale media een belangrijke trend is. Het is belangrijk voor een vereniging om hier zelf actief mee te worden, om zo effectiever te communiceren met specifieke groepen of leden. Een andere trend die Vogel (2016) noemt is XYZ, oftewel het binden van verschillende generaties en deze te betrekken als actief lid. Veel verenigingen zijn hierin nog zoekende, maar een aanzienlijk deel is hier actief mee bezig. Zo lijkt het gericht aandacht geven aan de

verschillende generaties te werken. Vogel (2016) sluit het artikel af met deze quote: “Bij 45% past de traditionele structuur van de vereniging niet meer zo goed bij het ledenbestand en de ontwikkelingen van de doelgroep. Een even grote groep heeft ermee te maken met dat het imago van de vereniging steeds belangrijker is”. De Boer (2017) benoemt in haar artikel de drie generaties, beginnend met generatie X. Zij zijn geboren tussen 1965–1985, zij worden ook wel generatie Nix genoemd. Het is de generatie die veel heeft moeten inleveren, maar juist daardoor bewustere keuzes maakt betreffende bijvoorbeeld ouderschap of het milieu. Vervolgens generatie Y, geboren tussen 1982–2000, ook wel millennials genoemd. De Boer (2017) zegt “deze generatie is vertroeteld, daardoor zelfverzekerd, en opgegroeid met grote technologische vooruitgang”. En tot slot generatie Z, ook wel de ‘digital natives’ genoemd. Zij zijn geboren vanaf 1992 tot op heden. Het social media gebruik maakt een zeer groot onderdeel uit van hun leven, zij zijn er letterlijk mee opgegroeid. Van Asperen (2015) zegt in haar artikel ook dat digitalisering een belangrijke trend is binnen de sport, dat is alleen al te zien aan de groei van mobiele apparatuur zoals telefoons, tablets en apps. Van der Velde (2014) zegt hetzelfde in zijn artikel, de overgang naar de digitale wereld is van invloed op het gehele sociaal maatschappelijk leven. Zij die opgroeiden met het internet hebben een aantoonbare andere visie op het leven dan de generatie die zonder internet zijn opgegroeid. Alles wat een lange tijd bekend en vertrouwd was, wordt nu opnieuw beoordeeld op bruikbaarheid en bestaansrecht. Pennekamp (2013) noemt als trend dat individualisering gezien kan worden als maatschappelijke beweging. Schnabel (in Pennekamp, 2013) zegt “mensen willen zelf hun leven creëren en hun eigen lot bepalen aan de hand van persoonlijke kenmerken, belangen en interesses”. De Beer (in Pennekamp, 2013) zegt dat de keuzevrijheid niet hoeft te betekenen dat mensen andere keuze maken dan voorheen, het is belangrijker dat men het gevoel heeft dat zij vrij zijn om hun eigen keuzes kunnen maken. Traditionele teamsporten zijn nog steeds erg populair, de reden hiervan kan zijn dat mensen behoefte hebben aan collectieve belevingen in een samenleving waar individualisering steeds groter wordt zegt Schnabel (in Pennekamp, 2013). Mensen willen graag bij een groep horen, maar wel zelf kunnen bepalen welke groep, met wie ze zich verbonden voelen. Wanneer de keuze valt binnen een vereniging, is het mogelijk dat er extra waarde wordt gehecht aan het verenigingsleven. “Dit betekent dat ze de sociale kant van het sporten en kenmerken als een saamhorigheidsgevoel, leren samenwerken, samen doelen bereiken en discipline belangrijk vinden” volgens VWS (in Pennekamp, 2013). Dit kan mensen binden aan de vereniging.

2.2.2 Ledenbinding

De Nederlandse definitie van ledenbinding (Dikke van Dale, 2016) is het hebben van een band, een relatie onderling. Van Dijk (2012) benoemt in haar onderzoek dat wanneer een lid zich betrokken voelt bij de vereniging en de vereniging weet wat er speelt onder de leden en hier gehoor aan geeft, er sprake is van een sterke ledenbinding. In hetzelfde onderzoek komt ook naar voren dat voetbal een populaire en echte teamsport is, waardoor emotionele verbondenheid ontstaat. Mensen die voetballen voelen daarom een zekere verbondenheid met elkaar, ze delen dezelfde passie. Daarnaast zorgt sporten in teamverband voor extra binding, omdat je moet leren samenwerken. Verhagen (2014) zegt dat de binding op clubniveau sterk lijkt te zijn afgenomen, vooral in de stedelijke omgeving, omdat een groot aantal leden vaak van vereniging wisselt. Een andere bevinding uit het hiervoor genoemde onderzoek, is dat wanneer voetballers alleen voor prestatie spelen deze geen of minder binding met de vereniging hebben. Dit omdat het niet uitmaakt waar ze vandaan komen en wat voor een mentaliteit ze hebben. Zo wordt ook benoemd dat er een verlangen is naar eenheid, maar dat er ook ruimte nodig is voor verschil. “Waar eenheid bijdraagt aan een sterke identiteit, biedt ruimte voor verschil de openheid

die nodig is leden met verschillende achtergronden, interesses of wensen met elkaar te verbinden” (Verhagen, 2014). Visser (2009) noemt in zijn onderzoek een aantal maatregelen die verenigingen hebben genomen om hun ledenbinding te verbeteren. Voorbeelden hiervan zijn: ‘sociaal maatschappelijke inzet’ of het creëren van een ‘thuisgevoel’ op hun vereniging. Maar ook het organiseren van kampen, bijeenkomsten, disco en andere niet-sport gerelateerde activiteiten. Daarop aansluitend noemt Verhagen (2014) dat veel verenigingen liever meer ruimte zien voor recreatie en plezier. Putnam (in Pennekamp, 2013) ziet sportverenigingen als een samenhang in een maatschappij, omdat mensen er netwerken vormen waarmee ze kunnen bonden en bridgen. Ofwel een verbinding maken tussen gelijkgestemden en bruggen bouwen tussen andersdenkenden. In het artikel van Velthuis (2014) wordt beschreven dat het aantal leden van sportorganisaties flink is gestegen, maar het lidmaatschap krijgt maatschappelijk gezien minder betekenis. Maar er zijn initiatieven gestart, binnen en buiten de sport, waarin de meerwaarde van het lidmaatschap en verbinding met de organisatie wordt benadrukt. Den Ridder (2015) zegt dat het lidmaatschap van een organisatie wel is veranderd, het is een individuele keuze geworden terwijl het vroeger meer een uiting was van collectieve identiteit. Ledenbinding bestaat volgens Van Der Roest (2014) uit een aantal variabelen. Deze variabelen zijn; onafhankelijkheid, verantwoordelijkheid, sociaal en emotioneel. Daarnaast noemt Vogel (2016) dat communicatie ook een belangrijk variabele is, vooral digitale communicatie.

2.2.3 Sportkantine

Volgens de Dikke van Dale (2016) is een sportkantine een kantine bij een sportveld of sportcomplex. Een kantine wordt gespecificeerd als een plaats waar de sporters tegen matige prijzen levensmiddelen, drank, versnaperingen enz. kunnen kopen. Bruijnis (2009) noemt dat er de laatste jaren veel vernieuwingen zijn doorgevoerd. Zo zegt hij ook “Secretarissen, wedstrijdsecretarissen, penningmeesters en anderen kunnen thuis, of op iedere andere werkplek die hen uitkomt, een groot deel van hun vrijwilligersfunctie uitoefenen”. Een gevaar wat hierbij genoemd wordt is dat de computer veel handwerk overneemt, met als resultaat een deel van de sociale functie wegneemt. Dit zou kunnen betekenen dat de kantine steeds minder vaak een ontmoetingsplaats is voor vrijwilligers. In de beleving van Bruijnis (2009) blijft de kantine het kloppend hart van de vereniging, bij vreugde en verdriet is dit bij uitstek de plek waar gelijkgezinden elkaar treffen. Volgens Pennekamp (2013) wordt de westerse maatschappij ook erg gehaast genoemd, waar mensen vaak een volle agenda hebben. “Bij de één wordt het sporten ingepland, maar niet het napraten in de kantine, bij een ander wordt ook tijd vrijgehouden voor het sociale gedeelte”. Sportservice Ede (z.j.) zegt dat een sportkantine bij veel verenigingen een ruimte is waar leden samen komen en gezellig wat eten en drinken, waar veel verenigingen de nodige inkomsten aan kunnen overhouden. Club Consult en Le Credit Sportif (z.j.) geven aan dat maatschappelijk verantwoord en gezonder eten in de kantine een trend is. Dit noemt Cazander (2016) ook in zijn artikel, maar hij zegt er wel bij dat volgens het kantinepersoneel de sporters niet zitten te wachten op een gezonde hap. Zo vertelt hij dat het niet de bedoeling is alle ongezonde snacks te verbannen want dat werkt niet, heeft de praktijk geleerd. Het gaat er juist om dat er gezonde alternatieven komen. De kantine is volgens Daamen (2013) de thuishaven van iedere amateurvoetballer. Er is een enorme diversiteit in kantines, van bruine kroeg tot hypermoderne kantine. Los hiervan hebben ze allemaal aantal dingen gemeen, het is de plek waar nog een wedstrijd wordt nabesproken met een pilsje erbij. Daamen (2013) noemt het de ideale plek om te socializen. Daarbij geeft hij aan dat het voor sportkantines een kans is om pinautomaten te hebben, nu gaan mensen naar huis als het geld op is. Wanneer er een pinautomaat in de kantine aanwezig is zou het

kunnen zijn dat het verblijf in de kantine verlengd wordt en dit extra inkomsten oplevert. Ook benoemt hij in zijn artikel dat het delen van content op je telefoon een trend is, bijna iedereen heeft tegenwoordig een smartphone. Ook in de voetbalkantine is de smartphone vaak aanwezig, vaak om elkaar filmpjes te laten zien, muziek te laten horen of foto's te maken. Daarom zou een goede Wi-Fi-verbinding behulpzaam zijn voor de club. Daamen (2013) zegt wel dat ondanks alle technologische ontwikkelingen, gezelligheid de belangrijkste factor van een sportkantine is. Club Consult en Le Credit Sportif (z.j.) sluiten zich hierbij aan, zij zeggen ook dat technologische ontwikkelingen een grote rol spelen. Zij benoemen ook dat het hebben van een pinautomaat en Wi-Fi kansen oplevert. Daarbij zeggen zij ook dat er gezorgd moet worden voor sfeer, gezelligheid en aanloop in de kantine. Voorbeelden die zij geven zijn: trainingen van teams afstemmen zodat er genoeg aanloop in de kantine is, eventueel maaltijden verzorgen op sommige trainingsavonden, uitzenden van voetbalwedstrijden en het organiseren van (terugkerende) evenementen. Niesten (2015) noemt in zijn artikel een aantal restaurant trends voor 2015 die ook relevant kunnen zijn voor een sportkantine. De eerste die hij noemt is fast casual restaurants, zij bieden food & beverage van goede kwaliteit die vers wordt klaargemaakt voor de consument. Meestal wordt er besteld aan de balie en wanneer het gerecht klaar is kan het worden opgehaald of wordt het aan de tafel gebracht. Deze snelle service en goede kwaliteit van eten en drinken spreekt de gast van deze tijd erg aan. Een andere trend die hij benoemd is dat bar food een upgrade krijgt, het is ongekend populair en goed voor de omzet. Flexibele ondernemers geven de gast meer keuze door meer gezonde gerechten op de kaart te zetten. Verder is een groter groeiende doelgroep Generation Z, ook wel 'digital natives' genoemd, zij zijn de meest verbonden, goed opgeleide en geavanceerde generatie ooit. Deze generatie is opgegroeid met internet en zij zijn in een restaurantconcept ook op zoek naar digitalisatie, bijvoorbeeld het bestellen of betalen via een smartphone of tablet is voor hen een vanzelfsprekendheid. Daarnaast is social media belangrijk voor deze generatie, alles wordt gedeeld, positief en negatief. Hierop inspelen kan veel voordelen opleveren.

2.2.4 Vrijwilligerswerk

De mate van binding die leden hebben met hun vereniging in combinatie met de mate waarin men bereid is om zich in te zetten voor de vereniging zorgt voor betrokkenheid, volgens De Koning (in De Roos, 2006) word dit clubbinding genoemd. Hoogendam & Meijs (in De Roos, 2006) noemen individualisering en consumentisme ontwikkelingen die mogelijk hebben bijgedragen aan een daling van betrokkenheid van leden bij hun vereniging. Zo zouden zij zich meer gedragen als klant en geen clubliefde meer voelen. Zij onderscheiden de traditionele leden, die bereid zijn om een steentje bij te dragen van de sportconsumenten, die alleen voor een paar uurtjes sporten naar de vereniging komen. Ook De Koning (in De Roos, 2006) maakt ditzelfde onderscheid. Het wordt steeds belangrijker voor sportverenigingen om leden te winnen, maar nog belangrijker om leden te behouden. De Koning (in De Roos, 2006) noemt dat het belangrijk is om te weten wat de leden beweegt. Dit om betrokkenheid van de leden te vergroten en ze hiermee aan de vereniging te binden. Door inzicht te krijgen in de motieven, behoeften en wensen van de leden kan het aanbod zo goed mogelijk worden afgestemd. Volgens Hoogendam & Meijs (in De Roos, 2006) wordt er vaak een verband gemaakt tussen het uitvoeren van vrijwilligerswerk bij sportverenigingen en de mate van betrokkenheid van de leden. De Roos (2006) noemt in haar onderzoek dat er een relatie te zien is tussen betrokkenheid en vrijwilligerswerk. Wanneer leden vrijwilligerswerk doen is er een positieve verandering te zien in de betrokkenheid, maar dit werkt anders wanneer de rollen worden omgedraaid. De bereidheid tot het

doen van vrijwilligerswerk heeft niet alleen te maken met betrokkenheid, clubliefde is daarvoor een belangrijke factor.

2.3 Conclusie

In deze paragraaf is de conclusie van het theoretisch kader te lezen. Alle kennis die is opgedaan door middel van literatuuronderzoek aan de hand van de centrale begrippen zal nu worden samengevat. Aan de hand van deze conclusie wordt er een operationalisatie uitgewerkt. "Om van begrippen tot meetbare variabelen te komen is operationalisering noodzakelijk" (Schreuder Peters, 2008).

Om een helder beeld te vormen van ledenbinding is het van belang om dit begrip te ontleden, welke variabelen zorgen ervoor dat ledenbinding meetbaar is? In de literatuur is te lezen dat ledenbinding uit de volgende variabelen bestaat, namelijk: onafhankelijkheid, verantwoordelijkheid, sociaal, emotioneel en communicatie. De conclusie van het Theoretisch kader zal gestructureerd worden aan deze variabelen.

Individualisering speelt een grote rol in het maatschappelijke leven, dit is ook te zien bij voetbalverenigingen. Men probeert zaken na te streven die voor hem of haar belangrijk of waardevol zijn, en bewandelt op die manier zijn of haar eigen levenspad. Opvallend is dat men ook op zoek is naar een zekere verbondenheid, daarom zijn teamsporten nog steeds uiterst populair. Juist in een wereld waar individualisering een grote rol speelt, wil men dingen delen en samen dingen beleven. Wanneer leden alleen voor prestatie spelen, is de binding met de vereniging zichtbaar minder. Als ze bij de ene vereniging niet op een bepaald niveau kunnen voetballen, gaan ze naar een andere waar dit wel kan. Opmerkelijk is dat waar vroeger werd gekozen voor een vereniging om bij een bepaalde sociale groep te horen, het hedendaags meer gaat om het maken van een individuele keuze waar men beter van wordt.

Er is een duidelijk verband tussen het uitvoeren van vrijwilligerswerk voor de vereniging en de binding die de leden voelen met de vereniging. Verbondenheid heeft deels iets te maken met de bereidheid van leden om vrijwilligerswerk te doen, daarnaast zit dat hem ook in clubliefde. In hoeverre heeft men er iets voor over om de vereniging te helpen. Dit wijst ook naar de, eerder besproken, individualisering. Men wilt vooral eigen keuzes maken en doen wat zij belangrijk vinden in hun vrije tijd. Dus wanneer hen vrijwilligerswerk opgelegd wordt, kan dit juist zorgen voor een mindere binding. Bovendien is er duidelijk onderscheid te maken tussen sportconsumenten en traditionele leden, zij die alleen voor het sporten komen en zij die ook iets willen bijdragen. Dit heeft, zoals eerder vermeld, te maken met in hoeverre clubliefde een rol speelt bij de leden.

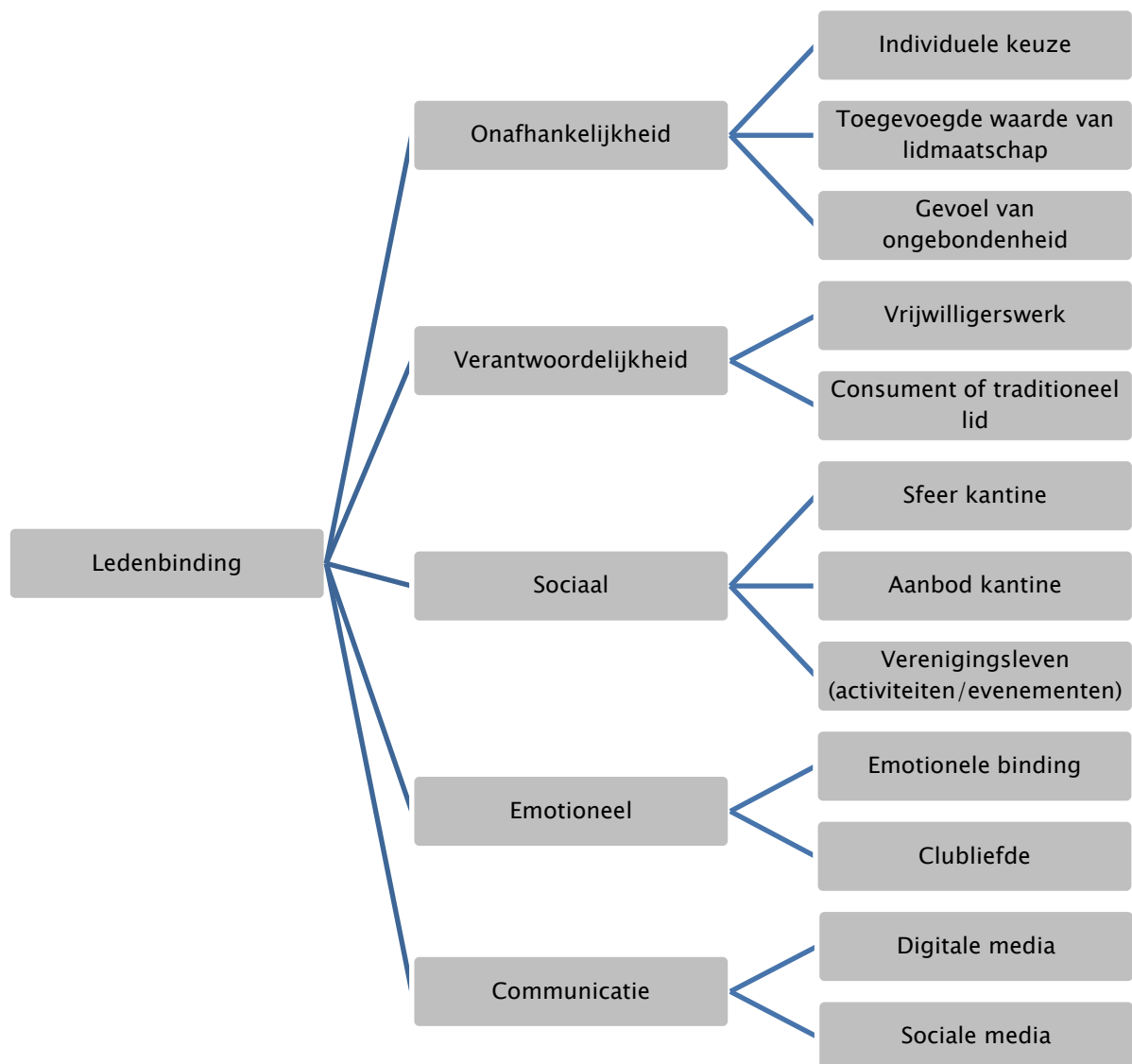
De kantine wordt gezien als het sociale kloppende hart van de vereniging. Hier komt men samen, voor of na trainingen en wedstrijden om zich te binden met gelijkgezinden. Om meer betekenis te geven aan het lidmaatschap, is het voor een vereniging van belang om ruimte te maken voor recreatie en plezier. Wanneer men kiest voor een vereniging hecht men veel waarde aan de sociale kant van het verenigingsleven. Daarom is het organiseren van activiteiten en evenementen een manier om de ledenbinding te vergroten en de waarde van het lidmaatschap te benadrukken. De kantine hoort een 'thuisgevoel' uit te stralen, het moet de thuishaven zijn van iedere amateurvoetballer. Kenmerken van een goedlopende kantine zijn; gezelligheid, sfeer en aanloop. Daarnaast speelt het aanbod in de

kantine ook een rol, maatschappelijk verantwoord en gezond eten is namelijk een trend. Echter, bij de meeste voetbalverenigingen wordt dit niet gewaardeerd, men vindt het niet horen bij een voetbalkantine. Tevens heeft individualisering ook een rol, de maatschappij is gehaast en er is weinig tijd naast alles wat men al moet doen.

Voetbal is een echte teamsport, waardoor er onderling een emotionele verbondenheid ontstaat. Men deelt een gemeenschappelijke passie en dat bindt hen, maar dat wil niet zeggen dat deze verbondenheid ook met de vereniging is. Vroeger was er nog echt sprake van clubliefde, terwijl veel leden zich tegenwoordig gedragen als consument. Lid zijn van een vereniging heeft een andere betekenis gekregen. Bovendien wanneer men voor prestatie speelt, is er in veel mindere mate een binding met de vereniging. Een sportvereniging kan gezien worden als een weerspiegeling van de maatschappij, waarin het belangrijk is om samen te werken, ook wanneer men anders denkt over bepaalde zaken. Daarom is het van groot belang om verschillende generaties met elkaar te binden, namelijk de aanwezige generaties XYZ. Door verbondenheid te creëren tussen leden met verschillende achtergronden en denkwijzen ontstaat er eenheid, die een bijdrage levert aan de grotere onderlinge binding.

De grootste generatie binnen de vereniging is generatie Z, zij zijn opgegroeid in een digitale wereld. Deze digitalisering heeft invloed op de gehele sociale maatschappij, dus ook op voetbalverenigingen. Dit kan als kans gezien worden, want op deze manier kan er effectiever gecommuniceerd worden met een grote groep leden. Sociale media en het delen van content is hier een goed voorbeeld van, beiden groeien sterk. Men deelt alles, zowel positief als negatief. Door hier in mee te gaan zal een veel grotere groep van de leden bereikt worden, wat voordelen kan opleveren voor ledenbinding.

In figuur 1 is de operationalisatie te zien, deze is vervolgens vertaald naar de interview guides. Deze zijn te vinden in bijlage II en III.



Figuur 2.1: operationalisering van begrippen

3. Onderzoeksmethodologie

In dit hoofdstuk wordt de methodologische verantwoording van het onderzoek beschreven. Om het managementvraagstuk te kunnen beantwoorden is het van belang dat de hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen correct worden beantwoord. Er zal beschreven worden welke onderzoeksstrategie nodig is en de daar bij behorende dataverzamelingsmethoden, waarnemingsmethoden, meetinstrumenten, onderzoekseenheden en analysemethoden. Vervolgens wordt er een beschrijving van de populatie en de steekproef gegeven.

De kennisbehoefte van het onderzoek is om dieper liggende oorzaken te achterhalen. Wat beweegt men om wel of geen lid te willen zijn van een voetbalvereniging. Welke aspecten zijn van belang wanneer er gesproken wordt over ledenbinding? Wat vinden de leden ervan, en wat is de mening van experts op dit gebied? Volgens Schreuder Peters (2008) gaat het bij kwalitatief onderzoek om het nauwkeurig in kaart brengen van één geval, het onderzoeken van oorzaken en mogelijke gevolgen. Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen is om deze redenen gekozen voor kwalitatief onderzoek.

Vervolgens is er voor gekozen om interviews af te nemen, volgens Schreuder Peters (2008) is het met interviews mogelijk is om de diepte in te gaan. Daarnaast is het ook bedoeld om inzicht te krijgen in de interpretaties en opvattingen van mensen. Brotherton (2008) zegt dat interviews verschillende vormen kunnen aannemen en op verschillende manier uitgevoerd kunnen worden. Een interview kan zeer gestructureerd en formeel zijn, of flexibeler en ongestructureerd. Het interview kan op verschillende manieren plaatsvinden, als het de interactie tussen de interviewer en ondervraagde maar vergemakkelijkt. Het basisdoel van een interview is om de vereiste informatie van de respondenten te verkrijgen. Brotherton (2008) sluit af dat interviews algemeen beschouwd worden als een nuttige benadering, waar kwalitatieve gegevens nodig zijn en waar meer diepgaande exploratie nodig is. Om tot de kern te komen wat de huidige leden van de Beuningse Boys bezig houdt op het gebied van ledenbinding, is dit de voornaamste dataverzamelingsmethode. Contact met de doelgroep is van groot belang om de juist informatie te verkrijgen over wat men vindt van bepaalde aspecten. In de volgende paragrafen zullen de dataverzamelingsmethoden specifiekere toegelicht worden.

3.1 Groepsinterviews

De eerste dataverzamelingsmethode waar voor is gekozen is het groepsinterview. "Een groepsinterview is een interviewmethode waarbij het belangrijk is om de interacties tussen groepsleden vast te leggen en te zien hoe dit de algemene reactie beïnvloed" (Brotherton, 2008). Groepsinterviews worden over het algemeen beschouwd als een ongestructureerd interview, omdat de discussie en interacties vrijer lopen dan in een gestructureerd interview. Brotherton (2008) noemt ook dat gezien de aard van groepsinterviews, deze bijzonder geschikt zijn om de problemen of aspecten van een bepaald fenomeen te identificeren voor bedrijven, klanten of medewerkers. Daarnaast kunnen groepsinterviews helpen om inzicht te geven in het onderliggende denken en beredeneren van de deelnemers. Vanwege deze aspecten kunnen ze zonder problemen samen met andere dataverzamelingsmethoden worden gebruikt. Deze keuze is gemaakt omdat er op deze manier meerdere interviews verzameld konden worden in korte tijd. Bovendien zorgt het voor discussie en kan er worden doorgevraagd door de interviewer, wat vervolgens zorgt dat de benodigde aspecten naar voren komen en uitgediept kunnen worden. Het is van belang om in contact te staan met de doelgroep.

Hierbij is er voor gekozen om een semigestructureerd interview af te nemen, met behulp van de opgestelde interview guide. De interview guide heeft de vorm van een topiclijst waarin een aantal onderwerpen zijn opgenomen. Deze onderwerpen zijn ontstaan aan de hand van de onderzoeksvragen, de variabelen waaruit ledenbinding bestaat en de kernbegrippen uit het theoretisch kader. De interview guide is te vinden in bijlage II.

De groepsinterviews zijn vastgelegd door middel van geluidsopnamen en videobeelden. Deze zijn omgezet in transcripten die terug te vinden zijn in bijlage IV t/m VI. De transcripten zijn gecodeerd naar een aantal codes, namelijk de variabelen van ledenbinding. Deze sortering is gekozen om op deze manier de resultaten te kunnen verwerken.

Er is gekozen voor een aselechte steekproef, namelijk de gestratificeerde steekproef. Volgens Schreuder Peters (2008) wordt een steekproef gebruikt als middel om iets over de populatie te kunnen zeggen. In de literatuur benoemt Vogel (2016) de XYZ-generatie als grootste populatie van een voetbalvereniging, en is het van belang deze drie generaties te verbinden met elkaar. Dat is de reden dat ervoor gekozen is om drie aparte groepsinterviews te doen met leden van de Beuningse Boys, met de X-generatie, de Y-generatie en de Z-generatie. De verwachting is dat per generatie verschillende belangen hoog in het vaandel staan. Het stratificatiecriterium is daarom leeftijd. Het gaat hierbij om een niet proportionele gestratificeerde steekproef, omdat het niet bekend is wat de verhoudingen man/vrouw zijn. Er is een richtlijn gesteld voor minimaal 2 mannen en 2 vrouwen per interview, dit om de betrouwbaarheid van de resultaten te kunnen garanderen. Dit is in overleg gegaan met de eerste examinerator en een onderzoeksdocente van Saxion Hogescholen. Brotherton (2008) geeft aan dat groepsinterviews zich er goed voor lenen om aanvullend onderzoek te doen om de validiteit en betrouwbaarheid te waarborgen, in dit geval is er voor gekozen om aanvullend expert-interviews af te nemen.

3.2 Expert-interviews

Om de resultaten van de groepsinterviews te verrijken is als tweede dataverzamelmethode gekozen voor het afnemen van expert-interviews. Brotherton (2008) noemt dat triangulatie een manier is om de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek te versterken. "Triangulatie is een techniek om de nauwkeurigheid en betrouwbaarheid van de resultaten te verhogen door gebruik te maken van meer dan één gegevensbron of dataverzamelmethode" (Brotherton, 2008). Hij noemt bovendien dat het idee erachter is dat wanneer meerdere personen, los van elkaar, dezelfde gegevens noemen of gelijke conclusies trekken dit een bevestiging geeft en de betrouwbaarheid van de resultaten verhoogt.

Bij deze methode is dezelfde keuze gemaakt over de structuur, namelijk een semigestructureerd interview. De interviews worden afgenomen aan de hand van een interviewguide, in de vorm van een topiclijst waarin een aantal onderwerpen zijn opgenomen. Deze onderwerpen zijn eveneens ontstaan aan de hand van de onderzoeksvragen, de variabelen waaruit ledenbinding bestaat en de conclusie uit het theoretisch kader. De interview guide is te vinden in bijlage III.

De expert-interviews zijn vastgelegd door middel van geluidsopnamen. Deze zijn omgezet in transcripten die terug te vinden zijn in bijlage VII en VIII. De transcripten zijn op dezelfde manier gecodeerd als de groepsinterviews, namelijk naar de variabelen van ledenbinding. Deze sortering is

gekozen om op deze manier de resultaten te kunnen verwerken, in bijlage IX is een gecodeerd interview te lezen.

Er is gekozen voor een selecte steekproef, namelijk de doelgerichte steekproef. Hier is voor gekozen omdat er experts nodig zijn om de juiste resultaten te genereren. Er zijn wel een aantal selectiecriteria. Het doel is namelijk, een beeld te krijgen wat er aan ledenbinding word gedaan bij verschillende voetbalverenigingen in de regio. Dat is de reden dat er bestuursleden zijn gezocht van voetbalverenigingen in de regio. Voor het aantal interviews dat afgenomen dient te worden, de steekproefgrootte, is de richtlijn minimaal 2. Het maximum is niet bepaald, dit is afhankelijk van de interviews. Brotherton (2008) benoemt dat wanneer er tijdens interviews geen nieuwe informatie meer aan bod komt, er sprake is van verzadiging, ook wel saturatie genoemd. Dit is het moment dat bepaald kan worden hoeveel interviews nodig zijn.

Door middel van beide soorten kwalitatief onderzoek wordt informatie verkregen over wat de huidige leden van de Beuningse vinden van ledenbinding, maar ook wat verenigingen in de regio doen aan ledenbinding. Door gebruik te maken van triangulatie is de validiteit en de betrouwbaarheid van de resultaten hoger.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het literatuur- en veldonderzoek besproken. De getranscribeerde interviews zijn open gecodeerd, een voorbeeld is te vinden in bijlage IX. Vervolgens zijn er axiale verbanden gelegd tussen de interviews en de conclusie van het theoretisch kader, waar resultaten uit voort zijn gekomen. De resultaten zullen worden weergegeven aan de hand van de 5 variabelen van ledenbinding. Deze keuze is gemaakt omdat het veldonderzoek ook op deze wijze is opgebouwd.

4.1 Onafhankelijkheid

De keuze voor een vereniging is momenteel een individuele keuze, men noemt dat er vooral wordt gekozen voor de Beuningse Boys omdat het de enige voetbalvereniging is in Beuningen. Het is logisch voor hen om voor een vereniging in hun eigen dorp te kiezen. Echter is het opvallend dat men steeds meer prestatiegericht is, vooral ouders van de jeugd en de jeugd zelf. Dit wordt bevestigd door beide experts: “Wat we hier niet kunnen krijgen, halen we daar wel”. En ook: “Ik zie nu steeds meer dat de club er eigenlijk niet meer zo toe doet. Deze wordt net zo gemakkelijk ingewisseld voor andere clubs”. Zij die prestatiegericht zijn, hechten minder waarde aan de binding met de vereniging. Dit wordt ondersteund door de literatuur en duidt aan wat het gevoel van ongebondenheid betekent binnen de vereniging. Generatie Y onderscheidt zich hierin, zo benoemen zij: “Je gaat ook niet zo snel weg, ergens anders heen, ik wil gewoon graag in Beuningen voetballen”. Daarnaast valt op dat de onderlinge binding met het team goed is, maar dat er eigenlijk bijna geen contact is met andere teams. Men komt elkaar wel eens tegen en soms kennen ze elkaar van gezicht: “Ja, je komt ze wel tegen. Vooral op de donderdagavond, maar het is meer van je kent ze of je kent ze niet”. De Z generatie zegt daarover dat zij door het draaien van een bardienst op een andere dag dan dat zij zelf spelen, ervoor zorgt dat zij een keer andere teams ontmoeten: “Maar ik vind het wel heel leuk om dat een keer op de zaterdag te doen, dan zie ik weer andere teams”.

4.2 Verantwoordelijkheid

Iedereen vindt het normaal om iets terug te doen voor de vereniging, zoals een paar uur vrijwilligerswerk. Het wordt als iets vanzelfsprekends beschouwd. Echter, men geeft aan dat het vaak dezelfde zijn die een bijdrage leveren wanneer dit nodig is. Men heeft het gevoel dat er meer binding ontstaat door het uitvoeren van vrijwilligerswerk, de betrokkenheid wordt er groter door. Daar staat tegenover dat wanneer vrijwilligerswerk verplicht wordt, dit het tegenovergestelde effect heeft. Generatie Z benoemt dit door te zeggen: “Ik denk dat de mensen die het moeten zich niet extra verbonden voelen, meer de mensen die zich ervoor aanmelden”. Experts vullen dit aan: “We werken liever met een vrijwilliger, dan met iemand die gedwongen aangewezen wordt”. Daarnaast wordt door de literatuur bevestigd dat het verplichte karakter van vrijwilligerswerk betrokkenheid vermindert. Men wil wel een bijdrage leveren, maar op eigen voorwaarden. De expert zegt hierover: “Men heeft gewoon andere prioriteiten”. En de X generatie vult aan: “Bij de meeste vrijwilligers is de betrokkenheid gericht op hun eigen team denk ik. Niet op de hele vereniging en dat is denk ik heel moeilijk om te veranderen”. Als voorbeeld noemen zij ook: “In mijn tijd had je heel veel jongens die in het eerste of in de A speelden, die de jeugdelftallen trinden. En dat zorgde dan ook weer voor meer onderlinge binding”.

4.3 Sociaal

Men is het er mee eens dat de sfeer in de kantine grotendeels bepaald wordt door de mensen die aanwezig zijn en de muziek die gedraaid wordt. De gezelligheid wordt door deze elementen bepaald. Er komt naar voren dat de muziek meestal mist of te zacht staat, dat vindt men spijtig. De Z-generatie laat over zondagen weten: "Je moet hier gewoon een DJ hebben staan, dan heb je iedere keer gewoon feest". Maar ook generatie Y deelt deze mening: "Het zou wel leuk zijn als er bijvoorbeeld op zondagmiddag meer geregeld word. Een DJ bijvoorbeeld". Men zegt over deze zondagen dat de wedstrijden van het eerste voorheen drukker bezocht werden. Ook wordt er door de X en de Z generatie benoemd dat het laten meelopen van een VIP-spelertje of een heel jeugdteam zou kunnen zorgen dat het weer wat drukker wordt. In dit geval langs de lijn, maar ook in de kantine omdat er waarschijnlijk ook wat wordt genuttigd door familie die meekomt. De X generatie zegt hierover: "Ja, dat is geweldig. Dan komen de ouders mee en misschien nog wel meer familie. En dat ze dan in de rust bijvoorbeeld penalty's schieten, dan blijven ze ook hangen". Dat zorgt voor binding tussen meerdere leeftijdscategorieën. Iedereen is van mening dat het vooral van belang is om activiteiten te organiseren voor de gehele vereniging. De activiteiten die momenteel worden georganiseerd, worden vooral georganiseerd voor en door de teams zelf. Waardoor men niet de kans krijgt om andere teams beter te leren kennen. De Y generatie zegt hierover: "Maar ik denk dat als je elkaar onderling wat beter kent, dat het dan ook leuker wordt om naar elkaars wedstrijden te gaan kijken en om in de kantine te blijven". Daarnaast is het prima om een eigen bijdrage te vragen voor activiteiten of evenementen, deze mening delen de experts ook. Van belang is dat de eigen bijdrage niet te hoog is, want dan blijven mensen weg. De Y generatie zegt hierover: "Ik denk dat je dan ondertussen al heel veel extra mensen naar zo'n evenement toe kan halen". Men deelt de mening dat er zeker iets georganiseerd moet worden voor de winterstop en voor de zomerstop, voor de gehele vereniging. Daarover zegt de Y-generatie: "De hele club heeft straks de zomerstop en dan zijn ze hier weet ik het hoeveel weken dicht. Dan gebeurt er verder niks. Dus dan is het juist mooi om iets te doen". Activiteiten en evenementen die de experts noemen zijn een bingo, diverse toernooien, barbecue-bijeenkomsten, maar ook niet voetbal gerelateerde activiteiten zoals voetvolley of boerenhockey. Tevens wordt er bij generatie Y een voorbeeld gegeven van een mogelijke activiteit om binding te creëren: "Bij Orion, waar ik gezeten heb, hadden ze bijvoorbeeld een doelpunt van de maand. Dan waren mensen er ook echt op uit om doelpunten te filmen, dus er werd meer gefilmd. Dat werd dan ingezonden en kwam dan een halve maand voorbij in de kantine, dan kon je stemmen en in de rust van het eerste werd een keer in de maand een prijs uitgereikt. Je hebt jongens van de F en van de A erbij die een mooi doelpunt hebben gemaakt, die komen voor de uitreiking en kijken ook de wedstrijd mee. Dat zijn wat kleine dingetjes". Daarnaast wordt door generatie Z een bazaar genoemd waar bijvoorbeeld lootjes gekocht kunnen worden. En de X generatie die benoemt: "Er is helemaal niks te doen op de vrijdagavond. En als je er dan bijvoorbeeld een leuke clubavond van maakt. Eigenlijk moet er dan een activiteit gehouden worden op die avond, een pub quiz ofzo. De clubquiz bijvoorbeeld". Een expert geeft aan: "En voor dat soort doeleinden, voor al die festiviteiten, hebben we een activiteitencommissie die dat soort dingen organiseert". Vanuit de literatuur wordt bevestigd dat het organiseren van activiteiten en evenementen een manier is om de ledenbinding te vergroten. Over het aanbod in de kantine is men gelijkgestemd, er is namelijk voldoende keuze. Ook over gezonder eten in de kantine heeft men dezelfde mening, dit hoort niet in een voetbalkantine thuis vindt men: "Een frietje of een balletje na de wedstrijd, dat hoort gewoon bij een kantine". Daarnaast geven zowel de Y als Z generatie aan dat zij de prijzen in de

kantine hoog vinden of dit van anderen horen, met als gevolg: “Dan merk je gewoon dat mensen het te duur vinden en naar huis gaan, of minder lang blijven hangen”.

4.4 Emotioneel

Iedereen heeft het over een bepaald thuisgevoel, dit thuisgevoel ligt niet zo zeer bij de vereniging, maar juist bij de mensen die deel uitmaken van de vereniging. Generatie X zegt heel doeltreffend: “Leden maken de vereniging”. Daarnaast zeggen ze: “Je komt thuis omdat er mensen zijn die je kent”. Alle generaties zijn het hiermee eens, maar men vindt wel dat de onderlinge binding er is binnen hun eigen team, maar niet zo zeer met de vereniging. Ook de experts delen deze mening, zo zegt één van hen: “Of er binding met de club is of met het team, dat is even de vraag”. Generatie Y zegt dat de binding binnen de teams goed is, maar onderling valt nog wat te behalen: “Nu is de uitdaging om daar een binding tussen te krijgen. Daar doen ze nog te weinig voor”. Generatie Z is van mening dat een grotere onderlinge binding ervoor kan zorgen dat: “Voor veel mensen in de lage teams de overstap naar een hoger team, ook wat makkelijker gaat worden als je meer mensen kent”. Daarnaast is de Beuningse Boys de enige vereniging in Beuningen, waardoor men hier vaak terecht komt. Door de Z generatie wordt gezegd: “Het is hier een dorp, iedereen komt hier vanzelf voetballen. Iedereen heeft een dorpsgevoel en een Beuningse Boys gevoel”. Daarnaast doet de Beuningse Boys ook moeite om hun identiteit te behouden door zoveel mogelijk Beuningenaren binnen de vereniging te houden. Dit wordt bevestigd door de Z generatie: “Ze willen echt hun eigen mensen houden en dat zegt ook wel wat over een club. Dat is mooi om te zien”. Er wordt ook gezegd dat de spelers in het eerste niet betaald krijgen, dus als speler: “Moet je hier uiteindelijk wel zelf willen zijn”. Dit geeft zeker een emotionele binding weer. De meeste leden zijn opgegroeid binnen de vereniging, hiervan geeft generatie Y een voorbeeld: “Als ik terugkijk naar vroeger, toen was ik een klein jongetje en ging ik altijd al met m’n vader mee. Zo waren er heel veel jongetjes die meekwamen met hun vader”. Daarnaast is iedereen het erover eens dat clubliefde er nog wel is, maar heel erg is veranderd. De literatuur bevestigt dit.

4.5 Communicatie

Iedereen deelt de mening dat er meer uit het gebruik van sociale media kan worden gehaald, voornamelijk Facebook. Momenteel wordt vooral praktische informatie, huishoudelijke mededelingen, geplaatst. Men zegt daarover: “Op facebook zie ik heel af en toe een keer een berichtje voorbij komen, maar niet echt op leden gericht”. Er worden diverse elementen genoemd die zij graag voorbij zouden zien komen, zoals meer foto's, wedstrijdverslagen, aankondigingen van wedstrijden, aankondigingen van activiteiten en uitslagen van de wedstrijden. Momenteel wordt dit gemist. Opvallend is dat de X generatie vooral op de website kijkt en soms geen Facebook heeft, terwijl de Y en Z generatie juist benoemen: “Als je buiten het fysiek aanwezig zijn op de club, daaromheen ook nog bezig kunt zijn met de club dan heb je eigenlijk al een goede stap gezet”. Vooral de generatie Z zegt hierover: “Ik weet bijvoorbeeld ook nooit wie er speelt, ik ga niet op de website kijken voor de planning. Maar als het toch voorbij komt op facebook is het veel makkelijker”. Dit wordt ook bevestigd door de literatuur, de Z generatie is de grootste digitale generatie die momenteel bestaat en daarnaast de grootste generatie binnen de vereniging. De experts geven aan dat het verbeteren, en het actiever worden in het gebruik van hun Facebook-pagina, een vooruitgang is geweest voor hen. Er zijn meer volgers en de reacties zijn zeer positief, daarnaast wordt er meer gedeeld en zorgt dit voor een betere binding. Men vindt wel datgene wat geplaatst wordt voetbal gerelateerd moet zijn. Als voorbeeld wordt gegeven dat een teambuilding uitje prima is om te delen, maar een avondje stappen met een aantal leden onnodig is.

Binnen de Z generatie wordt over het gebruik van social media gezegd: "Social media klinkt altijd heel leuk, maar zo zie je bijvoorbeeld ook. Ze hebben het wel, maar er wordt niets mee gedaan. Dan heeft het ook geen zin, dan kunnen ze net zo goed niks hebben". En generatie Y vult aan: "Zo is het met Facebook, iemand gaat er tijd in investeren, maar uiteindelijk komen er bijvoorbeeld meer mensen kijken". De onderlinge binding wordt daardoor vergroot. Daarnaast wordt ook genoemd dat een (digitaal) scorebord voor meer betrokkenheid zou kunnen zorgen, momenteel is er niets in de kantine te vinden waarop de uitslagen en tussenstanden worden bijgehouden. Daarover zegt generatie Y: "Je zou het zeker op die manier een beetje aan de aandacht kunnen brengen". Tevens geeft iedereen aan dat zij een bord missen, buiten de vereniging, waar aangegeven wordt wanneer en waar het eerste speelt: "Dat stond er wel altijd bij het oude clubhuis".

5. Conclusie

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag en de bijbehorende deelvragen, door middel van de resultaten die zijn voortgekomen uit literatuur- en veldonderzoek.

Deelvraag 1.1 – Wat is de beleving van de leden van de Beuningse Boys ten opzichte van de huidige ledenbinding?

De leden van de Beuningse Boys vinden dat de vereniging zelf niet veel moeite doet om leden aan zich te binden. Ze merken allen wel een duidelijke binding binnen hun team, maar geen specifieke binding met de vereniging. Voor alle leden is de keuze logisch om bij de Beuningse Boys te gaan voetballen, want het is de enige club in Beuningen. Wanneer wordt gesproken over verantwoordelijkheid, zijn er bardiensten die uitgevoerd worden, maar daar voelen de leden niet direct verbondenheid bij. Als men vrijwilligerswerk doet uit eigen initiatief is dit vaak voor hun eigen team, niet voor de vereniging. Daarnaast vinden de leden dat er bijna geen activiteiten worden georganiseerd, dit doen zij veelal zelf, voor hun eigen teams. Zij zijn van mening dat er niets wordt gedaan om teams met elkaar te verbinden. Daarnaast kun je in de kantine spreken van een sneeuwbaaleffect, er is geen tot weinig muziek, men vindt de prijzen aan de hoge kant, waardoor de aanloop uitblijft. Als er weinig mensen in de kantine zitten, nodigt dit niet erg uit en blijft men sneller weg. Er wordt wel gesproken over een thuisgevoel, maar dit wordt gecreëerd door de eigen teams, de mensen daarin. Men is wel zeer positief over dat de Beuningse Boys hun eigen identiteit wil behouden, door vooral Beuningenaren er te laten spelen en deze te behouden. Tot slot vindt men het een gemiste kans dat er zo weinig gebruik wordt gemaakt van sociale media. Op Facebook is alleen praktische informatie te vinden en verder wordt er niets mee gedaan. Daarnaast kunnen ze nergens tussenstanden en uitslagen vinden wanneer ze op de vereniging zijn.

Deelvraag 1.2 – Wat is van belang voor de leden van de Beuningse Boys om zich verbonden te voelen met de vereniging?

Wat de leden zoeken om zich verbonden te voelen met de vereniging is eenheid. Iedereen heeft een goede binding met zijn of haar eigen team, maar kent niet veel mensen daarbuiten. Het is voor de leden van belang om verbondenheid te krijgen tussen de verschillende generaties binnen de vereniging. Daarnaast heeft men behoefte aan vrijheid om eigen keuzes te maken. Men wil een bijdrage leveren, maar op eigen voorwaarden.

Deelvraag 1.3 – Wat zijn mogelijke maatregelen die genomen kunnen worden om de ledenbinding bij de Beuningse Boys te verbeteren?

Om eenheid te creëren en de verschillende generaties met elkaar te verbinden, kunnen er maatregelen worden genomen. De leden hebben vele ideeën hoe de ledenbinding verbeterd kan worden, voornamelijk gericht op het organiseren van activiteiten en evenementen. In dit geval activiteiten en evenementen voor de gehele vereniging, niet alleen voor de teams op zichzelf. Iedereen moet hierin betrokken worden. Daarnaast wordt het gebruik van social media ook genoemd als mogelijk maatregel om de binding te vergroten. Mits dit actief en constant wordt bijgehouden. Daarnaast is de inhoud van belang, er moet meer gedeeld worden dan alleen praktische informatie, het moet een toevoeging zijn.

Hoofdvraag 1 – Wat is de meest ideale situatie voor leden van de Beuningse Boys om zich verbonden te voelen met de voetbalvereniging?

De rode draad is dat de leden op zoek zijn naar eenheid, de binding die binnen het eigen team al bestaat zien zij graag uitgebreid worden. Het verbinden van generaties XYZ met elkaar, dat is het ideaalbeeld. Deze binding kan op diverse manieren bereikt worden, wat men het belangrijkste vindt is meer activiteiten en evenementen waarin iedereen betrokken wordt. Daarnaast heeft het gebruik van social media een aanzienlijk belang binnen ledenbinding. Men ziet het als een sneeuwbal effect, wanneer teams onderling meer met elkaar in contact komen kan het zijn dat ze samen na een training eens wat langer in de kantine blijven. Of men gaat kijken naar een wedstrijd van een ander team en zij doen dat vervolgens terug.

Hieruit is te concluderen dat als je tegenwoordig als voetbalvereniging succesvol wilt zijn in het binden van je leden aan de vereniging, je je vooral moet richten op het verbinden van generaties, organiseren van activiteiten/evenementen en effectief gebruik moet maken van social media en promotie. Daarnaast is het wenselijk om te investeren in het oprichten van een activiteitencommissie en het opzetten van een social media plan.

6. Reflectie

In dit hoofdstuk worden de validiteit en de betrouwbaarheid van het onderzoek besproken. Eerst worden de begripsvaliditeit, de interne validiteit, de externe validiteit besproken. Vervolgens wordt de betrouwbaarheid van het onderzoek toegelicht.

6.1 Validiteit

Validiteit is de mate waarin de onderzoeksbevindingen juist zijn (Schreuder Peters, 2008). Er wordt hiermee bepaald in hoeverre de onderzoeksbevindingen een juiste weergave geven van de situatie.

6.1.1 Begripsvaliditeit

Begripsvaliditeit houdt verhouding met de relevante begrippen binnen het onderzoek (Brotherton, 2008). Om kennis te verkrijgen over het onderwerp is het van belang om de hoofd- en deelvragen te ontleden. Hieruit zijn begrippen gedefinieerd die in hoofdstuk 2, het theoretisch kader, te vinden zijn. Vervolgens is er een interviewguide ontstaan aan de hand van de operationalisering van deze begrippen. Om de begripsvaliditeit te verhogen zijn alle gebruikte bronnen getoetst aan de hand van de AAOCC-criteria, deze is te vinden in bijlage I.

De conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat de begripsvaliditeit redelijk hoog is.

6.1.2 Interne validiteit

Interne validiteit is volgens Brotherton (2008) in hoeverre het onderzoek geloofwaardig en oprecht is. Hierbij wordt gecontroleerd of de onderzoeksvragen goed beantwoord kunnen worden en of de correcte onderzoeksmethodologie is gekozen. Kijkend naar de vraagstelling van het onderzoek is de validiteit voldoende. Alle onderwerpen die aan bod moesten komen, zijn aan bod gekomen en met de juiste volledigheid en diepgang besproken. De vragen zijn als neutrale open vragen gesteld, dus op een juiste manier. De vragen zijn gedurende de interviews aangepast waar nodig en er is doorgevraagd, om op deze manier alle benodigde diepgaande informatie te verkrijgen. Dit geldt voor zowel de groepsinterviews als de expert interviews. De wil om per groepsinterview 2 mannen en 2 vrouwen te interviewen, is geslaagd. Daarnaast was er na 2 expert interviews sprake van verzadiging, dus is op dat punt gekozen het daar bij te laten. Door het gebruik van triangulatie kan gesteld worden dat de validiteit hoger is. Aangezien bij alle interviews geluidsopnames zijn gemaakt, zijn er geen gegevens verloren gegaan.

Hieruit kan geconcludeerd worden dat de interne validiteit redelijk hoog is.

6.1.3 Externe validiteit

Externe validiteit heeft volgens Brotherton (2008) betrekking tot de generalisatie van de bevindingen. Schreuder Peters (2008) zegt hierover dat de externe validiteit samenhangt met twee vragen, de eerste is of de deelnemers afkomstig zijn uit de bedoelde populatie (nauwkeurigheid). En de tweede is of de meet-situatie zodanig is, dat verwacht mag worden dat zij zich net zo zullen gedragen als in de situaties waarheen de resultaten uiteindelijk gegeneraliseerd worden (waarheid). De deelnemers van de groepsinterviews zijn allen afkomstig uit de vooraf bepaalde populatie. Daarnaast zijn de interviews afgenomen bij de Beuningse Boys, de locatie waar over gegeneraliseerd wordt. Tevens voldoen de deelnemers van de expert interviews ook aan de vooraf vastgestelde populatie. Deze interviews zijn

afgenomen op de locatie van hun eigen voetbalvereniging, dus ook de locatie waarover gegeneraliseerd wordt. Daarnaast kan, doordat er gebruik is gemaakt van triangulatie, bepaald worden dat de externe validiteit wordt verhoogd.

Gebaseerd op deze gegevens kan geconcludeerd worden dat de externe validiteit redelijk hoog is.

6.2 Betrouwbaarheid

Om de betrouwbaarheid van een meetprocedure te meten is het van belang om vaker hetzelfde te meten (Brotherton, 2008). Dit bevestigt Schreuder Peters (2008): "De betrouwbaarheid van het onderzoek geeft aan in hoeverre het onderzoek vrij is van toevallige fouten". Binnen dit onderzoek kan gesteld worden dat de betrouwbaarheid hoog is, er zijn namelijk groepsinterviews en expert interviews afgenomen. Door middel van triangulatie zijn de resultaten betrouwbaarder geworden, het wordt namelijk door meerdere partijen bewezen. Daarnaast is de kans groot dat dezelfde resultaten voortkomen wanneer het onderzoek zal worden uitgevoerd onder andere omstandigheden. Dat er transcripten en opnames zijn van de interviews, zorgt ervoor dat het mogelijk is om een her-analyse uit te voeren indien nodig. Dit vergroot tevens de betrouwbaarheid.

De conclusie die hieruit kan worden getrokken is dat de betrouwbaarheid van dit onderzoek hoog is.

7. Advies

In dit hoofdstuk wordt eerst een herhaling gegeven van het adviesdoel en het managementvraagstuk. Daarop volgen de mogelijke adviesopties en een evaluatie van alternatieve oplossingen aan de hand van geschikte criteria. Vervolgens wordt er aan de hand van de PCDA-cyclus een kort implementatieplan beschreven, inclusief een kort financieel overzicht. Tot slot zal er een uiteindelijke conclusie worden gevormd, door middel van het beantwoorden van het managementvraagstuk.

7.1 Adviesdoel en managementvraagstuk

Het adviesdoel van de thesis is: *“Een bijdrage leveren aan een beleidsplan hoe de ledenbinding van de Beuningse Boys vergroot kan worden, rekening houdend met de huidige leden”.*

Het managementvraagstuk voor deze thesisopdracht zal zijn: *“Hoe kan voetbalvereniging de Beuningse Boys hun ledenbinding vergroten?”*

7.2 Adviesopties

In deze paragraaf worden de alternatieve oplossingen besproken. Deze adviesopties zijn voortgekomen uit de resultaten van het literatuur- en veldonderzoek en door middel van het beantwoorden van de onderzoeksvragen. Dit is terug te vinden in hoofdstuk 4 en 5.

Adviesoptie 1: Terugkerende activiteiten

Uit het veldonderzoek is gebleken dat er behoefte is aan een thuisgevoel op de voetbalvereniging en aan een verbinding tussen de generaties die er binnen de vereniging zijn. Momenteel is er een goede binding binnen eigen teams, maar daarbuiten is er weinig tot geen contact met andere teams. De leden van de Beuningse Boys hebben behoefte aan verandering, voor hen is het belangrijk dat de onderlinge binding groeit. Zij zijn namelijk van mening dat wanneer je elkaar meer kent, de binding groter wordt en meer samen kunt en wilt ondernemen. De literatuur ondersteunt dit, Visser (2009) zegt namelijk dat verenigingen een aantal maatregelen hebben genomen zoals het creëren van een thuisgevoel op hun vereniging. Daarnaast noemt Vogel (2016) dat het verbinden van XYZ een grote invloed heeft op de ledenbinding. Om dit te kunnen bereiken is gekozen voor deze eerste adviesoptie, het organiseren van terugkerende activiteiten.

Een voorbeeld wat wordt gegeven door de leden is het organiseren van het ‘team van de week’. Dit houdt in dat bij iedere thuiswedstrijd van het eerste een jeugdteam mee het veld oploopt, samen met de spelers van het eerste. Het team wat mee mag lopen zal worden uitgekozen door een activiteitencommissie in overleg met de trainers van de jeugdteams, dus dit is geheel op vrijwillige basis. Dit is haalbaar omdat men aangeeft dat zij graag een bijdrage leveren, mits het hen niet opgelegd wordt. In het begin van het seizoen wordt een planning gemaakt voor het gehele seizoen. Raadzaam is om iemand als activiteiten coördinator aan te stellen, die deel uitmaakt van het bestuur. Op deze manier worden de resultaten in iedere bestuursvergadering geëvalueerd op bestuursniveau, en indien nodig kan op basis daarvan nieuw beleid worden uitgezet. Zo wordt bij iedere thuiswedstrijd van het eerste een ander jeugdteam betrokken, waardoor er meer contact onderling ontstaat. Daarnaast komt uit het veldonderzoek naar voren dat de jeugd opkijkt tegen het eerste en op deze manier kunnen de spelers van het eerste een band creëren met de jeugd. Bovendien wordt benoemd dat wanneer deze band wordt geschept, de spelers van het eerste eerder geneigd kunnen zijn om de

begeleiding in te stappen van de jeugdteams. Dit zorgt weer voor een verbinding tussen de verschillende generaties.

Een ander voorbeeld wat gegeven wordt door zowel de leden als een expert is het 'doelpunt van de maand'. Dit zal gedaan worden door middel van video opnames. Vanuit het bestuur zal één of meerdere vrijwilliger(s) worden aangesteld die bij diverse wedstrijden video opnames zullen maken. Dit zal gebeuren bij wedstrijden waarvan verwacht wordt dat er mogelijke nomineerbare doelpunten zullen vallen. Momenteel worden er al regelmatig video opnames gemaakt, maar dit zal vanaf het nieuwe seizoen structureel bepaald moeten worden door de eerder genoemde, nog in te stellen, activiteiten coördinator. Daarnaast kunnen leden en bezoekers doelpunten insturen waarvan zij vinden dat deze kans maken op de titel van 'het beste doelpunt van de maand', ook door middel van beeldopnames. Vervolgens kan men stemmen via Facebook en wordt aan de hand hiervan besloten wie de winnaar is. Hiervoor dient een nauwe samenwerking gehanteerd te moeten worden met een vrijwilliger op het gebied van Facebook. De uitreiking vindt plaats tijdens een thuiswedstrijd van het eerste op zondag. Hiervoor geldt ook dat er menging van generaties ontstaat, want iedereen kan iemand opgeven en iedereen kan stemmen. Daarnaast komt men voor de uitreiking naar de kantine, een plek waar men samenkomt om iets te delen. Omdat iedereen genomineerd kan worden voor het doelpunt van de maand, van jong tot oud, is er zeer zeker sprake van binding tussen de verschillende generaties. Daarbij zeggen de leden dat wanneer je elkaar onderling wat beter kent, het leuker wordt om naar elkaars wedstrijden te gaan kijken en in de kantine te blijven. Wat inhoudt dat de leden meer tijd willen en zullen doorbrengen op de vereniging.

Adviesoptie 2: Gezamenlijke activiteiten

Zowel door literatuur- als veldonderzoek wordt bevestigd dat activiteiten voor de gehele vereniging een positief effect hebben op binding. De leden geven aan dat dit de momenten zijn dat ze elkaar onderling beter kunnen leren kennen. Daarnaast zegt men dat de drempel lager wordt om naar elkaars wedstrijden te gaan kijken en om samen in de kantine te blijven, wanneer ze elkaar beter kennen. Experts geven aan dat zij goede reacties krijgen wanneer er activiteiten voor de gehele vereniging worden georganiseerd. Daarnaast noemt Verhagen (2014) in de literatuur dat eenheid bijdraagt aan een sterke identiteit omdat het leden bindt met verschillende achtergronden, interesses en wensen. tevens zegt hij dat veel verenigingen liever meer ruimte zien voor recreatie en plezier. Ook komt er uit de literatuur naar voren dat er meer behoefte is aan collectieve belevingen in een samenleving waar individualisering steeds groter wordt. Men wil graag bij een groep horen, maar wel zelf de keuze kunnen maken welke groep dit is. Daarnaast wordt aan de sociale kant van het sporten veel waarde gehecht, waarbij saamhorigheidsgevoel hoog in het vaandel staat.

Het creëren van een 'thuisgevoel' op de vereniging wordt in de literatuur genoemd als middel om het saamhorigheidsgevoel te bereiken, daarnaast ook het organiseren van kampen, bijeenkomsten, disco en andere niet-sport gerelateerde activiteiten. De leden geven aan dat zij graag activiteiten zien die rondom de winterstop en zomerstop worden georganiseerd, dit zien zij namelijk als ideale momenten om samen te delen. Daarnaast geven de experts voorbeelden van mogelijke activiteiten, zoals een barbecue, bingo of een feestavond. Een voorbeeld als activiteit rondom de winterstop zou een kerstbingo kunnen zijn, iedereen kan een bingokaart kopen en daarmee prijzen winnen. Deze prijzen zullen deels bekostigd worden van de inkomsten van de bingokaarten en deels gesponsord worden.

Een bingo is aantrekkelijk voor jong en oud, dus het is een activiteit voor de gehele club en zal bijdragen aan een betere binding onderling. Een ander voorbeeld wat gegeven kan worden voor een activiteit rondom de zomerstop is een clubbarbecue. Hiervoor zal een bijdrage gevraagd worden van €10,00 per persoon, hiervoor krijgt men 3 eetbonnen en 2 drankbonnen. Op deze manier zijn de meeste kosten gedekt en is de bijdrage acceptabel voor de leden. Daarnaast als men meer eten of drinken zou willen, kunnen er bonnen bijgekocht worden. Voor deze activiteit geldt hetzelfde, het is aantrekkelijk voor alle generaties en de sfeer is ongedwongen waardoor men contact kan leggen met voor hen nog onbekende mensen. Om deze activiteiten te kunnen organiseren is het van belang een activiteitencommissie aan te stellen, op basis van vrijwilligers, met ondersteuning van een activiteiten coördinator die deel uitmaakt van het bestuur. Op deze manier wordt de controle behouden vanaf bestuursniveau. Zodra er een activiteit heeft plaatsgevonden, kan deze worden geëvalueerd in de bestuursvergadering. Indien nodig kan het beleid worden aangepast in samenwerking met de activiteitencommissie. Tot slot zijn zowel de experts als de leden van mening dat het vragen van een eigen bijdrage voor deze activiteiten geen probleem is, zolang deze niet te hoog is want dan blijven mensen weg.

Adviesoptie 3: Kantine

Vanuit het veldonderzoek komt naar voren dat de vrijdagavond en de zondagmiddag momenten zijn in de kantine waarvan de leden denken dat deze beter benut kunnen worden. Daarnaast wordt voor hen de gezelligheid in de kantine bepaald door de mate waarin muziek wordt gedraaid en de mensen die aanwezig zijn. Bruijn (2009) zegt in de literatuur dat de kantine het kloppend hart is van de vereniging. De kantine wordt vooral gezien als een plek waar gelijkgezinden samenkomen. Experts delen dit gevoel. Daarnaast wordt in de literatuur besproken dat er gezorgd moet worden voor sfeer, gezelligheid en aanloop in de kantine. Dit kan bijvoorbeeld door middel van het uitzenden van voetbalwedstrijden of door middel van (terugkerende) evenementen. Daarnaast blijkt uit het veldonderzoek dat de leden de prijzen van drankjes in de kantine te hoog vinden, dit noemen zij als een van de redenen om eerder weg te gaan uit de kantine.

Daarom betreft deze derde adviesoptie het beter benutten van de kantine, het creëren van meer aanloop. Zoals gezegd spreken de leden voornamelijk over de vrijdagavond en zondagmiddag. Een idee wat wordt gegeven voor de vrijdagavond is een pub quiz, die in dit geval club quiz genoemd kan worden. Dit is een quiz waar verschillende onderwerpen aan bod komen, er doen een aantal groepen, maximaal 12, aan mee die zich vooraf kunnen inschrijven. Er hoeft geen inschrijfgeld betaald te worden. Het is voor deze activiteiten van belang om genoeg teams te hebben, dit zou gestimuleerd kunnen worden door middel van het aanbieden van speciale aanbiedingen. Een voorbeeld hiervan is dat op de club quiz avond een pitcher met 6 bitterballen te bestellen is voor €7,95. Op deze manier is drempel lager om mee te doen en om te blijven. Daarnaast leren de deelnemers andere leden kennen en bestaat de kans dat ze naderhand nog blijven napraten. De organisatie hiervan zou neerkomen op een activiteitencommissie, op vrijwilligersbasis, in samenwerking met het kantinepersoneel. Tevens wordt dit gecontroleerd door de nog aan te stellen activiteiten coördinator en het bestaande bestuurslid van de kantine en parkbeheer. Deze activiteit zou één keer per maand kunnen plaatsvinden. Daarnaast benoemt men dat wanneer er een DJ zou zijn, op de zondagen dat het eerste thuis speelt, het altijd druk zou zijn in de kantine. Op zondag is de kantine geopend tot 18.30 en het eerste speelt op zondagen tot 14.30 of tot 16.15. Wanneer er een DJ aanwezig is in de kantine is dit

voor de leden een stimulans om langer te blijven na een wedstrijd. Zoals eerder wordt genoemd, de sfeer wordt mede bepaald door de muziek die gedraaid wordt. Wanneer het eerste thuis speelt, 20 wedstrijden per seizoen, moet men een DJ inhuren. Dit is een extern persoon, waar kosten aan verbonden zijn. Dit wordt geregeld door de nog aan te stellen activiteiten coördinator. Op deze manier blijft de controle op bestuursniveau en kan er regelmatig op gereflecteerd worden tijdens bestuursvergaderingen. Echter kan het wel betekenen dat de zondagen in de kantine drukker bezocht worden, en dat er meer consumpties verkocht worden. Waardoor men toch meer tijd op de vereniging doorbrengt en dit ten goede komt aan de ledenbinding. Tot slot, om iets te doen aan de hoge prijzen, zou er gedacht kunnen worden aan 'happy hour' of bepaalde combi-aanbiedingen. Ook deze acties kunnen leiden dat leden langer op de vereniging willen blijven, zij krijgen zo het gevoel dat de vereniging hen tegemoetkomt.

Adviesoptie 4: Facebook

Sociale media en voornamelijk Facebook wordt gezien als de hedendaagse vorm van communicatie binnen een voetbalvereniging, dit wordt bevestigd door zowel literatuur- als veldonderzoek. De leden vinden het een gemiste kans dat de Facebook-pagina nauwelijks wordt bijgehouden. De literatuur geeft aan dat digitalisering een grote trend is binnen de sport. Daarnaast is generatie Z de grootste doelgroep en zij zijn letterlijk opgegroeid met internet. Sociale media speelt een zeer grote rol in hun leven. Dit kan een grote kans zijn, omdat het gebruik van sociale media ervoor kan zorgen dat er effectiever gecommuniceerd wordt met een grote groep leden. Men deelt alles via sociale media en door hierin mee te kan er een groter bereik ontstaan. Vanuit het veldonderzoek is gebleken dat Facebook voor de leden belangrijker is dan de website, zij kijken hier namelijk nauwelijks op. Daarnaast geeft men aan dat Facebook juist een manier is om een grote groep te bereiken, mits dit actief en constant wordt bijgehouden. Men zegt dat het gebruik van Facebook kan zorgen voor betere onderlinge binding, omdat men op deze manier weet wat er speelt op de vereniging. De experts geven aan dat het verbeteren, en het actiever worden in het gebruik van hun Facebook-pagina, een vooruitgang is geweest voor hen. Er zijn meer volgers en de reacties zijn zeer positief. Het doel is dat de leden beter geïnformeerd zijn zodat ze een reden hebben om naar de vereniging te komen. Dat is de reden dat er gekozen is voor deze vierde adviesoptie.

Leden en experts zijn van mening dat het intensiever en constanter gebruik maken van Facebook kan zorgen voor een betere binding. Men benoemt dat het gebruik van Facebook voor meer binding zorgt, omdat leden zich nog steeds bezighouden met de vereniging ook al zijn zij niet fysiek aanwezig. Daarnaast is de inhoud die geplaatst wordt van belang, men is van mening van er meer gedeeld moet worden dan alleen praktische informatie, het moet een aanvulling zijn naast wat zij horen op de vereniging. Daarnaast benoemen beide groepen gelijke elementen die zij van belang vinden om op de Facebook-pagina te plaatsen. Voorbeelden hiervan zijn wedstrijdfoto's, wedstrijdverslagen, aankondigingen van wedstrijden, aankondigen van activiteiten en uitslagen. Om dit te realiseren is allereerst een vrijwilliger op het gebied van sociale media nodig. Omdat deze vrijwilliger aanzienlijk wat tijd zal moeten besteden aan het voorbereiden en plaatsen van berichten, zal deze een kleine vergoeding krijgen van €10,00 per week. Daarnaast is het raadzaam om een bestuurslid aan te stellen gericht op communicatie, zodat het iedere bestuursvergadering terugkomt. De resultaten worden dan geëvalueerd en op basis daarvan kan nieuw beleid worden uitgezet. Tevens is het van belang dat leden,

begeleiders of bezoekers van wedstrijden hun foto's delen en/of wedstrijdverslagen schrijven. Het is gewenst dat dit van verschillende teams is, zodat er een compleet beeld ontstaat.

7.3 Afweging van de adviesopties

In deze paragraaf worden de criteria benoemd en toegelicht. Vervolgens worden, aan de hand van deze criteria, de adviesopties beoordeeld. Tot slot worden de afwegingen toegelicht, wat resulteert in een beredeneerde keuze voor een juiste aanbeveling.

7.3.1 Criteria

Om de juist afwegingen te maken om tot een aanbeveling te komen zijn de volgende criteria opgesteld; passend bij de wensen van de vereniging, passend bij de wensen van de leden, haalbaarheid betreft uitvoering, financiële haalbaarheid, implementatietermijn en ledenbinding. Onderstaand zullen deze criteria toegelicht worden.

Passend bij de wensen van de vereniging

Het is van belang om te weten of het advies aansluit bij de wensen van de vereniging, daarom wordt beoordeeld of de adviesopties passend zijn bij de volgende wensen van voetbalvereniging de Beuningse Boys. "De ambitie van de Beuningse Boys is om het verenigingsgevoel weer terug te krijgen en hun leden meer te binden aan de vereniging" en "de aanwezigheid van de leden, voor en na trainingen en wedstrijden, op de vereniging vergoten".

Passend bij de wensen van de leden

Na het uitvoeren van het veldonderzoek is een beeld ontstaan welke wensen en behoeften de leden hebben. Het is daarom van belang dat deze wensen en behoeften worden meegenomen in de afweging van de adviesopties.

Haalbaarheid betreft uitvoering

Het is van belang dat de gekozen adviesoptie haalbaar is voor de vereniging om uit te voeren. Dit houdt in dat er gekeken wordt naar de mensen (vrijwilligers) binnen de vereniging die een rol spelen binnen deze uitvoering.

Financiële haalbaarheid

Er is gekozen voor dit criterium omdat de Beuningse Boys een vereniging is, waardoor de mogelijke kosten zo laag mogelijk moeten worden gehouden. Over de mogelijke uitgaven die gedaan moeten worden moet goed overdacht worden. Wenselijk is dat de kosten laag worden gehouden.

Implementatietermijn

Dit criterium is van belang om te kunnen beoordelen of het advies op korte termijn te implementeren is. Met korte termijn wordt bedoeld binnen 1 jaar.

Ledenbinding

Ledenbinding is het centrale onderwerp van dit onderzoek, daarom is ervoor gekozen om dit als criterium op te nemen. Uit het veldonderzoek is de conclusie getrokken dat ledenbinding draait om eenheid, een verbinding tussen de generaties. Dit is te lezen in hoofdstuk 5.

7.3.2 Afweging van de adviesopties

Aan de hand van deze criteria zullen alle adviesopties beoordeeld worden met een + of een -. De resultaten worden weergegeven in onderstaand tabel. Vervolgens worden alle keuzes die gemaakt zijn beargumenteerd.

	Optie 1		Optie 2		Optie 3		Optie 4	
Passend vereniging	+	2	+	2	+	2	+	2
Passend leden	+	2	+	2	+	2	+	2
Haalbaarheid uitvoering	+/-	1	-	0	+/-	1	-	0
Financiële haalbaarheid	+	2	+/-	1	-	0	+	2
Implementatietermijn	+	2	+/-	1	+/	1	+	2
Ledenbinding	+	2	+	2	+	2	+	2
Totaal	11		8		8		10	

Tabel 7.1: beoordelingsmatrix

Het organiseren van terugkerende activiteiten past bij de wensen van de vereniging. Op deze manier komen leden ook naar de wedstrijd van het eerste en ontstaat er menging in de generaties. Daarnaast is het ook passend bij de wensen van de leden, want zij willen graag contact met andere leden buiten hun teams. De haalbaarheid van de uitvoering is redelijk twijfelachtig, dit is namelijk afhankelijk van vrijwilligers. In hoofdstuk 4 is te lezen dat leden vaak willen helpen wanneer het hen ook wat oplevert. Dit kan opgelost worden door enerzijds een activiteitencommissie samen te stellen en anderzijds door vrijwilligers in te zetten die kennis hebben van sociale media. De financiële haalbaarheid is in dit geval hoog omdat door deze activiteiten vrijwel geen kosten gemaakt worden, alleen bij de verkiezing van het doelpunt van de maand moet een prijs, bijvoorbeeld een trofee, worden aangeschaft. De implementatietermijn scoort goed, omdat deze activiteiten zeker binnen 1 jaar gerealiseerd kunnen worden. Wat betreft de ledenbinding scoort deze optie hoog, want deze activiteiten zorgen voor meer contact onderling wat kan resulteren in een grotere binding met elkaar.

Het organiseren van gezamenlijke activiteiten past bij de wensen van de vereniging. Door middel van het organiseren van activiteiten voor de gehele vereniging wordt de onderlinge binding vergroot, er is namelijk meer contact tussen de generaties. Dit kan het effect geven dat de leden meer onderling contact krijgen, wat ervoor kan zorgen dat men na trainingen of wedstrijden nog even de kantine ingaat. Daarnaast sluit het zeker aan bij de wensen van de leden, juist door activiteiten voor de gehele club komen zij in contact met andere teams. De haalbaarheid betreft de uitvoering is momenteel slecht, er zijn namelijk geen vrijwilligers die activiteiten organiseren. Een mogelijke oplossing hiervoor is het samenstellen van een activiteitencommissie, zij kunnen dan de taak op zich nemen om deze activiteiten te organiseren en uit te voeren. Vervolgens is de financiële haalbaarheid twijfelachtig, omdat deze activiteiten kosten met zich meebrengen. Deels zal vergoed worden door de leden die bereid zijn een kleine bijdrage te doen, maar er is altijd een risico dat er minder leden komen dan nodig is om de kosten te dekken. Echter kunnen deze activiteiten er op de lange termijn voor zorgen dat het drukker wordt in de kantine, waardoor het indirect toch zorgt voor inkomsten. De implementatietermijn is bij deze optie twijfelachtig. De reden is dat er een activiteitencommissie moet worden gevormd, dit kan tijd kosten. Daarnaast zou de eerste activiteit plaatsvinden voor de

winterstop, wat alleen haalbaar is wanneer er een activiteitencommissie op korte termijn samengesteld kan worden. Tot slot wordt op ledenbinding hoog gescoord, want er wordt eenheid gecreëerd.

De derde optie, het beter benutten van de kantine, scoort hoog op het criterium 'passend bij de wensen van de vereniging'. Een van de wensen is namelijk de aanwezigheid vergroten van leden voor en na trainingen en wedstrijden, dat wordt hier zeker mee bereikt. Daarnaast kan het door acties, wat betreft het assortiment van de kantine, ook zorgen voor meer aanloop. Men zal het aangenamer vinden om langer te blijven. En bij de pub quiz, waar diverse leeftijdscategorieën meedoen, kan juist daardoor de onderlinge binding worden vergroot. Het is ook passend bij de wensen van de leden, men kan namelijk contact leggen met leden van andere teams. De haalbaarheid betreft uitvoering scoort twijfelachtig, dit heeft dezelfde reden als eerder besproken. Momenteel is er niemand die activiteiten organiseert, dit kan voor de pub quiz opgelost worden door een activiteitencommissie aan te stellen of in dit geval zou het kantine-personeel dit kunnen oppakken. Voor de zondagen dat het eerste thuis speelt wordt een DJ genoemd, deze moet van buitenaf ingehuurd worden tenzij een van de leden dit zou willen aanpakken. Dan komen we direct uit op de financiële haalbaarheid, deze scoort zeer laag. Dat komt onder andere door de DJ die ingehuurd zou moeten worden, maar op de langere termijn kan dit juist zorgen voor meer aanloop in de kantine. Vervolgens de implementatietermijn, deze optie scoort gemiddeld. Het is namelijk haalbaar om dit binnen 1 jaar op poten te hebben staan. Echter, het doel wat hiermee bereikt wil worden is meer aanloop in de kantine. Het zou kunnen dat dit langer duurt, maar op de lange termijn gaat men dit zeker bereiken. De score voor ledenbinding is wederom hoog, door de pub quiz, de DJ en acties zal de kantine zeker meer aanloop krijgen op de vrijdagavond en zondagmiddag waardoor de onderlinge verbondenheid groter wordt.

De vierde en laatste adviesoptie is passend bij de wensen van de vereniging. Het gebruik van Facebook kan er namelijk voor zorgen dat men zich meer met de vereniging bezig houdt, zelf als ze thuis zijn. Hiermee wordt de binding met de vereniging versterkt. Daarnaast sluiten ook de wensen van de leden aan op deze adviesoptie. Wanneer men via Facebook op de hoogte wordt gehouden wanneer wedstrijden zijn of bepaalde activiteiten, is de participatie ook groter. Uiteindelijk zorgt dit een betere binding, want iedereen is op de hoogte van wat er speelt binnen de vereniging. De haalbaarheid wat betreft de uitvoering scoort laag, er is namelijk niemand die momenteel de Facebookpagina bijhoudt. Er zal een vrijwilliger ingezet moeten worden die kennis heeft van het gebruik van social media. Vervolgens is de financiële haalbaarheid goed, mits er een vrijwilliger is binnen de vereniging die de juiste kennis heeft. Verder worden er weinig kosten gemaakt en op de lange termijn zal het ervoor zorgen dat men naar wedstrijden of activiteiten komt en wat nuttigt op de vereniging. De implementatietermijn is goed, binnen 1 jaar kan de gehele Facebookpagina een succes zijn mits iemand hem bijhoudt met de juiste kennis van zowel social media als wat er speelt op de vereniging. Tot slot is de score voor het criterium 'ledenbinding' hoog, omdat het gebruik van Facebook op de lange termijn kan zorgen voor een betere binding tussen de generaties.

Er zijn nu vier opties besproken en tegen elkaar afgewogen, de juiste keuze is om de focus te leggen op optie 1: terugkerende activiteiten en optie 4: Facebook. Alle vier de adviesopties zouden toegepast kunnen worden, maar vanwege financiële haalbaarheid in combinatie met de haalbaarheid in de uitvoering (arbeidskrachten) is juist voor deze twee opties gekozen. Er is sprake van een kleine groep mensen die alles organiseren, daarom kunnen niet alle vier de opties direct toegepast worden. Echter

wil dit niet zeggen dat er niets gedaan moet worden met optie 2 en optie 3, dit kan juist op de lange termijn alsnog toegepast worden. Als de implementatie van de gekozen opties uitgevoerd is en loopt, dan kan er voor gekozen worden om de afgevalen opties alsnog te implementeren. In het volgende hoofdstuk is het implementatieplan van deze twee geprioriteerde onderdelen te vinden.

7.4 Implementatieplan

In deze paragraaf worden de gekozen adviesopties verder beschreven en vervolgens worden met behulp van de PDCA-cyclus concrete acties opgesteld. Kerklaan (2017) noemt dat de PDCA-cyclus bestaat uit vier deelprocessen. Namelijk 'plan', het plannen en doelstellingen formuleren. 'do', de uitvoering. 'check', controleren en evalueren. En tot slot 'act', bijsturen. Tot slot wordt er een financieel overzicht in kaart gebracht.

7.4.1 Gekozen adviesopties

Terugkerende activiteiten

Er is gekozen voor twee verschillende terugkerende activiteiten, namelijk 'team van de week' en 'doelpunt van de maand'. Te beginnen met de eerste activiteit: het 'team van de week' houdt in dat er bij iedere thuiswedstrijd van het eerste op zondag, een jeugdteam mee het veld oploopt voorafgaand aan de wedstrijd. Vervolgens gaan de jongens of meisjes met een begeleider naar de kantine waar ze wat te drinken en te snoepen krijgen en voordat de rust begint gaan ze weer richting het voetbalveld. Zodra het rust is, mogen ze penalty's schieten met de reservekeeper. Zodra de wedstrijd weer begint kunnen ze blijven kijken tot deze is afgelopen. De volgende stappen zullen ondernomen moeten worden: er moet een vrijwillig bestuurslid activiteiten coördinator worden ingesteld, vervolgens moet er een vrijwillige activiteitencommissie worden samengesteld. Deze twee zaken moeten geregeld zijn een maand voordat het nieuwe seizoen start. Daarna moet er een overleg plaatsvinden tussen de begeleiders van de jeugdelftallen en de activiteitencommissie, om te bepalen welke teams welke wedstrijden meelopen. Het gaat hierbij om 20 wedstrijden per seizoen. Deze planning moet drie weken voor de start van het seizoen compleet zijn, vervolgens worden de ouders geïnformeerd door de begeleiders van de teams. De uiteindelijke beslissing of de jeugdspelers wel of niet meelopen, ligt bij de ouders van hen. Vervolgens worden deze uitkomsten geïnventariseerd en indien nodig aangepast. Zodra de planning compleet is zal deze door de activiteiten coördinator worden gedeeld met het gehele bestuur tijdens een bestuursvergadering twee weken voorafgaand aan de start van het seizoen. Na vier wedstrijden, ongeveer twee maanden, zal er een terugkoppeling plaatsvinden van de activiteitencommissie naar de activiteiten coördinator die het vervolgens in de bestuursvergadering voorlegt. Vervolgens zal de kwestie op bestuursniveau geëvalueerd worden en indien nodig wordt het beleid aangepast.

Het tweede terugkerende evenement is: het 'doelpunt van de maand'. Dit houdt in dat gedurende een maand beeldmateriaal wordt verzameld van mooie doelpunten, van jeugd tot senioren. Dit wordt gedaan door een vrijwilliger, begeleider, lid of bezoeker. Iedereen mag doelpunten insturen via de Facebook-pagina van de Beuningse Boys. Aan het einde van de maand, tijdens de laatste thuiswedstrijd op zondag van het eerste vindt er een prijsuitreiking plaats. Vijf dagen voorafgaand aan deze prijsuitreiking worden de mooiste doelpunten gekozen door de activiteiten coördinator en getoond via de Facebook-pagina en kan er gestemd worden. Hiervoor dient de activiteiten coördinator samen te

werken met de Facebook vrijwilliger. Ook voor deze activiteit is het van belang om een maand voordat het nieuwe seizoen begint, een vrijwillig bestuurslid activiteiten coördinator aan te stellen. Daarnaast zal deze activiteiten coördinator een niet betaalde vrijwilliger aanstellen om van de belangrijkste wedstrijden beeldopnames te maken. Vervolgens worden de plannen in de bestuursvergadering twee weken voorafgaand aan het nieuwe seizoen besproken. Na twee maanden worden de resultaten in een bestuursvergadering geëvalueerd en indien nodig wordt het beleid aangepast.

Facebook

De Facebook-pagina moet consequent en actief worden bijgehouden, er moet minimaal 4x per week gepost worden. De vaste berichten worden geplaatst op maandag: wedstrijdfoto's van het afgelopen weekend, op woensdag: een wedstrijdverslag, op vrijdag: aankondigingen van wedstrijden en activiteiten en op zondag: de uitslagen van de gespeelde wedstrijden van dat weekend. Tussendoor kunnen nog andere berichten geplaatst worden, zolang dit maar voetbal-gerelateerde berichten zijn. Allereerst is het van belang dat vier weken voorafgaand aan de start van het seizoen er een vrijwillig bestuurslid communicatie aangesteld wordt. Daarnaast moet er een betaalde vrijwilliger op het gebied van sociale media worden gezocht en worden ingesteld. Deze twee personen gaan samen in gesprek om een plan van aanpak te maken en bespreken dit plan van aanpak in de bestuursvergadering voorafgaand aan de start van het seizoen. In dit plan van aanpak wordt besproken welke elementen op de Facebook-pagina moeten komen en met welke regelmaat. Ook wordt er een ontwerp gemaakt hoe de Facebook-pagina kan groeien, hoe krijgt de Beuningse Boys meer volgers. De eerste evaluatie zal een maand na de opstart plaatsvinden tussen de vrijwilliger voor sociale media en het bestuurslid communicatie. Vervolgens bespreekt en evalueert het bestuurslid dit in dezelfde periode in de bestuursvergadering en wanneer het nodig is kan het beleid worden aangepast.

7.4.2 PDCA-cyclus

De eerste fase is de plan-fase, hierin worden de plannen en doelstellingen van het advies weergegeven. Het startpunt is 23 september 2017.

Activiteit	Toelichting	Verantwoordelijke(n)	Tijd
Bestuurslid activiteiten coördinator wordt ingesteld	Het bestuur moet op zoek naar een vrijwilliger die de functie 'activiteiten coördinator' op zich wil nemen	Bestuur	1 maand vooraf
Activiteitencommissie samenstellen	Begeleiders van teams benaderen om te vragen wie deel uit wilt maken van de activiteitencommissie	Bestuurslid activiteiten coördinator	1 maand vooraf
Gesprekken activiteitencommissie met begeleiders van de jeugdelftallen	Planning maken wanneer welke jeugdteams meelopen met het eerste elftal	Activiteitencommissie Begeleiders jeugdteams	3 weken vooraf
Overleg met ouders van de jeugdteams	Met de ouders bespreken of zij het ermee eens zijn dat hun kinderen meelopen op de	Activiteitencommissie Begeleiders jeugdteams	3 weken vooraf

	geplande data		
Inventarisatie gesprekken met ouders van de jeugdteams	Indien nodig worden wijzigingen doorgevoerd	Activiteitencommissie	2 weken vooraf
Bestuursvergadering	De definitieve planning wordt gepresenteerd in de bestuursvergadering	Bestuurslid activiteiten coördinator	2 weken vooraf
Vrijwilliger aanstellen voor het maken van beeldopnames	Er wordt een vrijwilliger aangesteld die bij belangrijke wedstrijden beeldopnames gaat maken	Bestuurslid activiteiten coördinator	3 weken vooraf
Bestuursvergadering	Bespreking van de gemaakte plannen wat betreft 'doelpunt van de maand'	Bestuurslid activiteiten coördinator	2 weken vooraf
Bestuurslid communicatie wordt ingesteld	Het bestuur moet op zoek naar een vrijwilliger die de functie 'communicatie' op zich zou willen nemen	Bestuur	4 weken vooraf
Vrijwilliger sociale media wordt aangesteld	Het bestuurslid communicatie gaat op zoek naar een betaalde vrijwilliger sociale media	Bestuurslid communicatie	4 weken vooraf
Bespreking bestuurslid communicatie en vrijwilliger sociale media	Plan van aanpak wordt gemaakt over welke berichten en in welke mate deze geplaatst moeten worden. Daarnaast ook over het aantal volgers en hoe deze te vergroten	Bestuurslid communicatie Vrijwilliger sociale media	3 weken vooraf
Bestuursvergadering	Het gemaakte plan van aanpak doornemen	Bestuurslid communicatie Vrijwilliger sociale media	2 weken vooraf

Tabel 7.2: PDCA-model: planfase

De tweede fase is de do-fase, hier gaat het om de uitvoering van het advies.

Activiteit	Toelichting	Verantwoordelijke(n)	Tijd
Team van de week	4 verschillende jeugdteams lopen mee met het eerste elftal het veld op	Activiteitencommissie	2 maanden
Team van de week	De jongens en meiden van de jeugdteams krijgen drinken en snacks in de kantine (4x)	Activiteitencommissie Begeleiders	2 maanden

Team van de week	Met de reserve keeper penalty's schieten in de rust (4x)	Activiteitencommissie	2 maanden
Doelpunt van de maand	Vrijwilliger filmt wedstrijden	Vrijwilliger beeldmateriaal	1 maand
Doelpunt van de maand	Leden, begeleiders of bezoekers maken videobeelden en sturen deze op naar de vrijwilliger sociale media	Vrijwilliger sociale media	1 maand
Doelpunt van de maand	Een selectie maken van het beeldmateriaal van de beste ingestuurde doelpunten	Bestuurslid activiteiten coördinator	5 dagen voor de uitreiking
Doelpunt van de maand	Op facebook worden de beste ingestuurde doelpunten (genomineerden) gepubliceerd waarop men direct kan stemmen	Vrijwilliger sociale media	5 dagen voor de uitreiking
Doelpunt van de maand	Wanneer er een winnaar is gekozen uit de stemming via Facebook kan de prijsuitreiking plaatsvinden, na de laatste thuiswedstrijd van het eerste	Bestuurslid activiteiten coördinator	Dag van de uitreiking
Facebook	4x per week berichten plaatsen. maandag: wedstrijdfoto's van het afgelopen weekend, woensdag: een wedstrijdverslag, vrijdag: aankondigingen van wedstrijden en activiteiten zondag: de uitslagen van de gespeelde wedstrijden van dat weekend	Vrijwilliger sociale media	1 maand

Tabel 7.3: PDCA-model: do-fase

De derde fase is de check-fase, hier wordt de uitvoering van het advies gecontroleerd en geëvalueerd.

Activiteit	Toelichting	Verantwoordelijke(n)	Tijd
Team van de week	Terugkoppeling activiteitencommissie naar bestuurslid activiteiten coördinator	Activiteitencommissie Bestuurslid activiteiten coördinator	Na 2 maanden
Team van de week	Bestuursvergadering – evaluatie: Hoe zijn de eerste 2 maanden verlopen? Wat zijn de reacties?	Bestuurslid activiteiten coördinator	Na 2 maanden

	Wat zijn de resultaten? Wat zijn de verbeterpunten? Etc.		
Doelpunt van de maand	Bestuursvergadering – evaluatie: Hoe zijn de eerste 2 maanden verlopen? Wat zijn de reacties? Wat zijn de resultaten? Wat zijn de verbeterpunten? Etc.	Bestuurslid activiteiten coördinator	Na 2 maanden
Facebook	Terugkoppeling vrijwilliger sociale media naar bestuurslid communicatie	Vrijwilliger sociale media Bestuurslid communicatie	Na 1 maand
Facebook	Bestuursvergadering – evaluatie: Hoe is de eerste maand verlopen? Wat zijn de reacties? Wat zijn de resultaten? Wat zijn de verbeterpunten? Etc.	Bestuurslid communicatie	Na 1 maand

Tabel 7.4: PDCA-model: check-fase

De vierde, en laatste, fase is de act-fase. Hier wordt bijgestuurd waar dat volgens de check-fase nodig was om vervolgens het advies volledig uit te kunnen werken.

Activiteit	Toelichting	Verantwoordelijke(n)	Tijd
Team van de week	Een planning maken die is voortgekomen uit de evaluatie uit de check-fase. Met een uitgebreide omschrijving van alle door te voeren acties en de manier waarop dit gedaan wordt	Bestuurslid activiteiten coördinator Activiteitencommissie	1 week
Doelpunt van de maand	Een planning maken die is voortgekomen uit de evaluatie uit de check-fase. Met een uitgebreide omschrijving van alle door te voeren acties en de manier waarop dit gedaan wordt	Bestuurslid activiteiten coördinator Vrijwilliger sociale media	1 week
Facebook	Een planning maken die is voortgekomen uit de evaluatie uit de check-fase. Met een uitgebreide omschrijving van alle door te voeren acties en de manier waarop dit gedaan wordt	Bestuurslid communicatie Vrijwilliger sociale media	1 week
Team van de week	Het daadwerkelijk uitvoeren van alle besproken actiepunten in de planning om nog verder te verbeteren	Activiteitencommissie	1 maand

Doelpunt van de maand	Het daadwerkelijk uitvoeren van alle besproken actiepunten in de planning om nog verder te verbeteren	Bestuurslid activiteiten coördinator Vrijwilliger sociale media	1 maand
Facebook	Het daadwerkelijk uitvoeren van alle besproken actiepunten in de planning om nog verder te verbeteren	Vrijwilliger social media	1 maand

Tabel 7.5: PDCA-model: act-fase

7.4.3 Financieel overzicht

Het onderzoek binnen deze thesis is niet direct gericht op financiële voor- of nadelen. In overleg met de eerste examiner is de beslissing genomen dat er geen complete financiële analyse gedaan kan worden. Echter, in deze paragraaf wordt wel gekeken naar de financiële consequenties van de uitkomsten van het onderzoek.

De kosten die zijn gemoeid met de twee gekozen adviesopties, namelijk 'terugkerende activiteiten' en 'Facebook' zijn laag. In onderstaande tabel wordt een overzicht van de verwachte kosten op jaarbasis weergegeven.

Verwachte kosten op jaarbasis

Vrijwilligersbijdrage social media	€10,-	Per week	52	€520,-
Trofee 'doelpunt van de maand'	€5,-	Per maand	12	€60,-
Drankje voor 'vipje/team van de week'	€5,-	Per thuiswedstrijd	20	€200,-
Totaal				€780,-

Tabel 7.6: verwachte kosten terugkerende activiteiten en Facebook op jaarbasis

Om de arbeidskosten te drukken wordt er gebruik gemaakt van vrijwilligers. Omdat de vrijwilliger voor social media per week aanzienlijk wat tijd moet steken in het bijhouden van de Facebook-pagina en meewerken aan het doelpunt van de maand is er besloten deze een kleine vrijwilligersbijdrage uit te betalen van €10,- per week, wat neerkomt op €520,- op jaarbasis. Daarnaast zijn er weinig overige kosten verbonden aan de terugkerende activiteiten en Facebook. Zoals weergegeven wordt iedere maand een trofee uitgereikt aan de winnaar van het doelpunt van de maand, deze kosten bedragen €5,- per trofee, dus op jaarbasis komt het uit op €60,-. Vervolgens loopt per thuiswedstrijd een jeugdteam mee het veld op met het eerste. Tussendoor kunnen ze in de kantine wat lekkers krijgen, de kan ranja met wat snacks zal klaarstaan.

De verwachte baten zullen voortkomen uit inkomsten van de activiteiten en inkomsten uit de kantine. het uiteindelijke doel van het advies is het vergroten van de onderlinge binding, dit wordt bereikt door de organisatie van activiteiten. Daarnaast ook door betere communicatie via Facebook, men spendeert meer tijd op de vereniging naast de vaste activiteiten als trainingen en wedstrijden. Doordat er meer tijd wordt besteed op de vereniging brengt men ook vaker een bezoek aan de kantine. Daarnaast vindt de uitreiking van het 'doelpunt van de maand' plaats in de kantine, op zondagmiddag na de wedstrijd van het eerste. Hier komt veel publiek op af, omdat de genomineerden uit verschillende teams komen. Veel van hen zullen gebruik maken van de faciliteiten van de kantine.

Het doel is om per week 50 bezoekers extra te trekken naar de kantine door middel van de betrokkenheid die wordt gecreëerd door het organiseren van activiteiten en inzetten van Facebook. Op deze manier zijn er 200 bezoekers per maand extra. Wanneer zij 1 drankje zullen nuttigen, zijn de kosten al gedekt. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de kosten en baten tegen elkaar opwegen en dat deze kosten de vereniging niet in problemen zal brengen.

7.5 Conclusie

In deze paragraaf wordt een conclusie weergegeven van de gekozen adviezen.

Vanuit de resultaten van het literatuur- en veldonderzoek zijn adviesopties ontstaan, het ideaalbeeld is om alle opties direct in te zetten. Op deze manier zou de ledenbinding optimaal zijn. Maar dit is niet realiseerbaar, dat hangt af van diverse criteria. Voorbeelden zijn de implementatietermijn, financiële haalbaarheid en haalbaarheid in de uitvoering. Daarom is gekozen voor twee van de adviesopties, namelijk 'het organiseren van terugkerende activiteiten' en 'het verbeteren van de Facebook-pagina'. Deze twee opties scoorden het hoogst, rekening houdend met alle criteria.

Bij beide adviesopties is rekening gehouden met de wensen van de vereniging als met de wensen van de leden, de twee belangrijkste partijen binnen dit onderzoek. De vereniging wil voornamelijk dat de ledenbinding wordt vergroot en dat de leden daarnaast meer tijd op de vereniging willen doorbrengen. Vanuit onderzoek is gebleken dat de leden vooral behoefte hebben aan eenheid, zij zien graag dat de verschillende generaties binnen de vereniging verbonden worden. Door middel van beide adviesopties worden alle wensen vervuld.

Door het organiseren van terugkerende activiteiten, zoals het 'team van de week' of het 'doelpunt van de maand' wordt er meer saamhorigheid gecreëerd. Verschillende generaties worden vermengd en op deze manier krijgen teams onderling meer binding. Men leert andere mensen kennen, waardoor de drempel lager wordt om bijvoorbeeld iets te drinken met elkaar in de kantine of juist omdat men eens bij elkaars wedstrijden gaat kijken. Daarnaast is er 1 keer in de maand een moment dat er een prijsuitreiking is op zondagmiddag, namelijk van het beste doelpunt van de maand. De verwachting is dat alle genomineerden naar de wedstrijd van het eerste komen en vervolgens naar de prijsuitreiking, al deze elementen zorgen voor de eerder genoemde onderlinge binding.

Dit geldt ook voor het verbeteren van de Facebook-pagina. Men geeft aan dat zij niet op de hoogte zijn van wat echt speelt bij de Beuningse Boys, zo weten velen niet eens wanneer andere teams een wedstrijd spelen of wat de uitslagen zijn. Door dit consequent weer te geven op Facebook en daarnaast de content uitbreiden, is er een grote slag geslagen. De leden noemen dat zij graag wedstrijdfoto's en wedstrijdverslagen zien op de Facebook-pagina, op deze manier is men bezig met de Beuningse Boys, zelfs wanneer zij niet fysiek aanwezig zijn op de vereniging. Op deze manier gaat het meer leven en zal de onderlinge binding en het gevoel van eenheid groeien.

Door middel van de conclusie is het managementvraagstuk beantwoord:

Hoe kan voetbalvereniging de Beuningse Boys hun ledenbinding vergroten?"

Nawoord

In het nawoord reflecteer ik om mijn eigen handelen en bespreek ik wat de waarde van deze thesis is voor de industrie.

Reflectie op eigen handelen

Na veel pech tijdens mijn studieloopbaan stond ik bijna op het punt om te stoppen met de opleiding, totdat deze opdracht op mijn pad kwam. Omdat ik er een behoorlijke tijd uit was geweest, kostte het me enige moeite om een goed geschreven initieel voorstel in te leveren. Maar met behulp van mijn eerste begeleider, Gerrit Schreiber, ben ik hier uit gekomen. Het tweede ingeleverde voorstel werd goedgekeurd in oktober 2016 en was ik hier ontzettend blij mee. Ik was klaar om deze studie eindelijk af te ronden.

Dit wil niet zeggen dat dit het einde was van mijn strubbelingen. Ik ben vanaf het eerste gesprek eerlijk geweest tegen Gerrit Schreiber over mijn onzekerheden ten opzichte van mijn eigen kunnen. Hier hebben we samen aan gewerkt en door het gehele thesis proces heb ik weer het gevoel dat ik het kan.

Na de goedkeuring van het initieel voorstel kwamen de eerste weken van zoeken, denken, aftasten, nog meer opzoeken om toe te werken naar het Thesis Proposal Defence. Dit proces vond ik lastig en het plannen vond ik nog lastiger, maar ik slaagde erin om het rapport op tijd in te leveren. Mede dankzij de fijne groepssessies met Gerrit Schreiber en de andere studenten die hij begeleidde is er een mooi rapport uit voortgekomen. Natuurlijk was het nog lang niet perfect, maar daar was het Defence voor. Het was zeker spannend, maar ook heel leerzaam. Ik heb goede en bruikbare feedback gekregen van zowel de eerste als tweede examiner. Gerrit Schreiber en Diana Keizer. Deze feedback heb ik meegenomen in het verdere proces, maar het mooiste was natuurlijk dat ik mijn Defence had behaald.

Vervolgens kwam de periode waarin respondenten voor mijn veldonderzoek gezocht moesten worden, dit was een uitdaging. Ik heb eerst geprobeerd om via de opdrachtgever, Wolfgang Hendrix, contacten te leggen. Hier ging veel tijd overheen en er kwamen helaas geen reacties op. Ik kwam op een punt waar ik nog te weinig tijd over had om de interviews af te nemen en de gehele thesis te schrijven. In overleg met Gerrit Schreiber heb ik mijn inleverdatum een kwartiel uitgesteld. Dit gaf mij veel rust.

Vervolgens kwam het moment waar ik het heft in eigen handen nam en zelf respondenten ging benaderen of ze wilden meewerken. Voor het eerste groepsinterview had ik al vrij snel genoeg respondenten, dus ik kon eindelijk beginnen. Ik had me goed voorbereid, was wel een beetje zenuwachtig, maar het verliep erg goed. Toen ik klaar was liep ik met de geïnterviewde groep mee naar de kantine en dezelfde avond nog heb ik mijn andere twee groepsinterviews kunnen afspreken, daardoor kwam ik erachter dat het face-to-face contact een grote rol speelt in het vinden van respondenten. Een leer voor de volgende keer. De volgende stap was het vinden van experts. Hierbij heb ik gebruik gemaakt van mijn netwerk, mijn vader is namelijk fotograaf bij vele amateurclubs in de regio Nijmegen. Zo benoemde ik tijdens de telefoongesprekken dat ik zijn dochter was. Op deze manier heb ik twee bruikbare interviews af kunnen nemen, die het onderzoek zeker ondersteund hebben.

Toen alle data verzameld was begon het echte werk. Hier heb ik me behoorlijk in vergist, dat moet ik eerlijk toegeven. Transcriberen, coderen, wat een tijd gaat daarin zitten. Maar toen dit eenmaal af was voelde ik een soort van opluchting. Mijn data was compleet! Ik kon aan de bak.

Hier begon het twijfelen weer, doe ik het wel goed? Pak ik dit wel op de juiste manier aan? Ik zag door de bomen het bos niet meer. Op dit punt had ik afgesproken met Gerrit Schreiber dat ik een conceptversie zou inleveren. In paniek en vol zenuwen stuurde ik op wat ik op dat moment had, maar de moed zonk me in mijn schoenen. Totdat ik een e-mail terugkreeg met positieve feedback, dat gaf me weer rust. Na de bespreking ben ik ontzettend hard gaan werken om alles op tijd af te kunnen krijgen. Ik nam vrij van werk om de focus op mijn thesis te kunnen leggen. Dit heeft me zeker geholpen. Nu ik deze thesis heb ingeleverd kan ik alleen nog maar wachten op de uitslag, ik hoop op een goede maar eerlijk gezegd weet ik het niet. Hoe dan ook, ik ben trots op wat ik gepresteerd heb en wat ik in korte tijd geleerd heb.

Mijn leerpunten zijn:

- Meer vertrouwen hebben in mijn eigen kunnen;
- Daadkrachtiger zijn, meer voor mezelf opkomen;
- Aangeven wanneer ik er niet meer uit kom.

Waarde van de thesis voor de industrie

Tijdens dit onderzoek kwam naar voren dat er vrijwel geen informatie bekend is over ledenbinding specifiek gericht op voetbalverenigingen. Wel kwam uit het literatuuronderzoek dat er een grote vraag is naar deze kennis. De waarde van het literatuuronderzoek is daarom groot voor sport- en voetbalverenigingen, hierin wordt op een duidelijke manier weergegeven wat ledenbinding is en wat de relatie ervan is met voetbalverenigingen. Deze informatie is niet alleen van waarde voor de Beuningse Boys, maar voor alle voetbalverenigingen in Nederland die willen weten hoe zij de binding met hun leden kunnen vergroten. Daarnaast is het veldonderzoek toegespitst op de Beuningse Boys, maar deze gegevens kunnen wel een toegevoegde waarde bieden voor andere sportverenigingen. Voor andere bedrijven uit de recreatieve sector zal de waarde niet zo groot zijn, maar het kan misschien algemene ideeën geven over (leden)binding.

Literatuurlijst

- Brotherton, B. (2008). *Researching Hospitality and Tourism*. London, SAGE Publications Ltd.
- Bruijnis, R. (2009). *Bewaarnummer 2008/2009. KNVB. Voetbal is ons leven*. Geraadpleegd op <http://www.svme-online.nl/web/media/KNVB/BewaarnummerKNVBdistrictZuid2.pdf>
- Cazander, R. (2016). *Gezonde hap slaat niet echt aan in de voetbalkantine*. Geraadpleegd op <http://www.ad.nl/dossier-utrecht/gezonde-hap-slaat-niet-echt-aan-in-voetbalkantine~a573d94b/>
- Club Consult, Le Credit Sportif. (z.j.). *Kansen in uw kantine*. Geraadpleegd op <http://www.peningmeestervanhetjaar.nl/wp-content/uploads/2012/05/kansen-in-uw-kantine-Pvhj-minicongres.pdf>
- Daamen, F. (2013). *De kantine. 2.0*. Geraadpleegd op http://www.sportnext.nl/berichten/de_kantine_2.0
- De Boer, E. (2017). *XYZ, zijn de laatste letters van het alfabet*. Geraadpleegd op <http://www.trendacademy.eu/blog/xyz/>
- Den Ridder, J. (2015). *Somberheid over verenigingsleven en individualisering in onterecht*. Geraadpleegd op <http://www.nu.nl/binnenland/4037711/somberheid-verenigingsleven-en-individualisering-onterecht.html>
- De Roos, S. (2006). *Wat de jeugd beweegt*. Geraadpleegd op <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=44891>
- Dikke van Dale. (2016). Geraadpleegd op <https://www.vandale.nl/zoeken/zoeken.do>
- Kapoun, J. (1998) *Teaching undergrads WEB evaluation: A guide for library instruction*. Geraadpleegd op <http://atlantic.edu/studentServ/lac/evalWeb.html>
- Kerklaan, L. (2017). *Plan Do Check Act: sneller leren, continu verbeteren & wendbaarheid*. Geraadpleegd op <https://www.pdcacyclus.nl/verbetermethoden/plan-do-check-act/>
- Niesten, R. (2015). *Vier restaurant trends voor 2015*. Geraadpleegd op <http://conceptional.nl/2015/01/vier-restaurant-trends-voor-2015-2/>
- Pennekamp, N. (2013). *Het multifunctionele clubhuis. Van verbinding naar binding*. (Thesis, Universiteit Utrecht, Utrecht. Geraadpleegd op <http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/287660/Eindversie%20scriptie.pdf?sequence=2>
- Schreuder Peters, R.P.I.J. (2008). *Methoden & technieken van onderzoek. Principes en praktijk*. (2e druk). Den Haag: Sdu Uitgevers bv.
- Sportservice Ede. (z.j.). *Kantine*. Geraadpleegd op <http://www.sportmaatjes.nl/page/4055/kantine.html>
- Van Asperen, G. (2015). *Trends op maatschappelijk gebied, gezondheid en sport en bewegen*. Geraadpleegd op <https://www.allesoversport.nl/artikel/trends-op-maatschappelijk-gebied-gezondheid-en-sport-en-bewegen/>
- Van der Velde, M. (2014). *10 focustrends. Wat zijn de trends voor verenigingen bekeken vanuit 'leden' en hoe kunnen verenigingen meebewegen met het veranderende tijdperk?* Geraadpleegd op http://www.noordamdevries.nl/wp-content/uploads/2014/03/2014_01_10.pdf
- Van Dijk, K. (2012). *Essay. Vrouwen met ballen*. Geraadpleegd op <http://vv3hoek.nl/wp-content/uploads/2014/10/Vrouwen-met-Ballen-Kristel-van-Dijk-2012.pdf>

- Van der Roest, J.W. (2014). *Consumentisme en ledenbinding bij sportverenigingen*. Geraadpleegd op <http://www.pwgolf.nl/Static/Documents/UserUpload/bestuur/Onderzoeksrapport.pdf>
- Velthuis, R. (2014). *Steeds meer sporters, steeds minder sportclubs*. Geraadpleegd op <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/article/detail/3626693/2014/04/02/Steeds-meer-sporters-steeds-minder-sportclubs.dhtml>
- Verhagen, S. (2014). *Hoe de bal blijft rollen*. Geraadpleegd op <http://www.stijnverhagen.nl/CmsData/PDF's%20-%20Publicaties%202013/Hoe%20de%20bal%20blijft%20rollen%20LR.pdf>
- Visser, E.E. (2009). *De sportvereniging, rijk aan kansen!* (Masterthesis, Universiteit Utrecht, Utrecht). Geraadpleegd op <http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/36386/Scriptie%20Esra%20Visser.pdf?sequence=1>
- Vogel, R. (2016). *Trends in verenigingsland*. Geraadpleegd op <http://www.vm-online.nl/vm-nieuws/nieuws-archief/nieuws-details/28058/trends-in-verenigingsland>

Bijlagen

Bijlage I – AAOCC-criteria

Het volgende overzicht is een weergave van de AAOCC-criteria. Door de gevonden bronnen voor te leggen aan deze vragen is de betrouwbaarheid van de bron te meten, en kan er besloten worden of deze wel of niet gebruikt kan worden (Brotherton, 2008).

1. Accuracy
 - Who wrote the page and can you contact him or her?
 - What is the purpose of the document and why was it produced?
 - Is this person qualified to write this document?
2. Authority
 - Who published the document and is it separate from the "Webmaster?"
 - Check the domain of the document. What institution publishes this document?
 - Does the publisher list his or her qualifications?
3. Objectivity
 - What goals/objectives does this page meet?
 - How detailed is the information?
 - What opinions (if any) are expressed by the author?
4. Currency
 - When was it produced?
 - When was it updated?
 - How up-to-date are the links?
5. Coverage
 - Are the links (if any) evaluated and do they complement the documents' theme?
 - Is the site all images or a balance of text and images?
 - Is the presented information cited correctly

Bijlage II – Interviewguide groepsinterviews

Ledenbinding	Huidige situatie vereniging
Onafhankelijkheid	Individuele keuze Toegevoegde waarde lidmaatschap Gevoel van ongebondenheid/vrije keuze
Verantwoordelijkheid	Vrijwilligerswerk Consument of traditioneel lid Bijdrage leveren aan vereniging
Sociaal	Sfeer kantine Aanbod kantine Verenigingsleven (activiteiten/evenementen)
Emotioneel	Emotionele binding Clubliefde
Communicatie	Digitale media Sociale media

Bijlage III – Interviewguide expert-interviews

Ledenbinding	Huidige situatie vereniging
Onafhankelijkheid	Individuele keuze Toegevoegde waarde lidmaatschap Gevoel van ongebondenheid/vrije keuze
Verantwoordelijkheid	Vrijwilligerswerk Consument of traditioneel lid Bijdrage leveren aan vereniging
Sociaal	Verenigingsleven (activiteiten/evenementen) Kantine
Emotioneel	Emotionele binding Clubliefde
Communicatie	Digitale media Sociale media

Bijlage IV – Transcript interview generatie X

Interview generatie X (1965–1985)

A: Karin Caris 07-11-1968

B: Danielle van den Berg 07-01-1973

C: Dave van den Berg 09-07-1973

D: Arnd Willems 12-10-1978

E: Denise Koppers Interviewer

E: Wat houdt voor jullie ledenbinding in?

A: Of leden zich betrokken voelen bij de club.

D: Ja.

E: En hoe vinden jullie dat dit hier gebeurt?

A: Sommige wel en sommige niet.

C: Ja, kan denk ik altijd beter. Ik denk dat dat bij iedere vereniging is dat dezelfde mensen altijd naar voren stappen en dezelfde mensen die altijd op de achtergrond blijven.

E: En wordt er iets speciaals aan gedaan?

C: Dat weet ik niet, we hebben hier wel zo'n vrijwilligerslijst hangen waar je je voor op kunt geven. En dan wordt er ook wel gezegd dat er van ieder team minstens een paar mensen iets vrijwilligs doen. Maar ik weet niet hoe dat onder de jeugd is, in hoeverre daar gehoor aan gegeven wordt. Aan bijvoorbeeld nieuwe teams of nieuwe kinderen die erbij komen. En of die ouders daarvan op de hoogte gebracht worden.

E: En zorgt dit vrijwilligerswerk volgens jullie voor meer betrokkenheid?

B: Ja, wel meer betrokkenheid.

C: Ja natuurlijk.

A: Ja, zeker.

C: Je merkt wel bij de senioren dat de aantallen teruglopen. Als je dan hoort dat bij de C bijna het hele elftal stopt.

D: Bij de meeste vrijwilligers is de betrokkenheid ook gericht op hun eigen team denk ik. En niet op de hele vereniging en dat is denk ik heel moeilijk om te veranderen.

A: Wat wel is, is dat als je mensen nodig heb en je vraagt ze zijn altijd wel bereid om te helpen.

C: Over het algemeen wel ja.

A: Bijvoorbeeld bij het voetbalkamp hadden we 75 vrijwilligers die het hele weekend werken.

D: Ja.

B: Ik denk dat je niet echt mag klagen. Ik denk dat als je het echt vraagt, dat er altijd wel mensen zijn die opstaan. Alleen zijn het wel vaak dezelfde.

C: Ja, klopt. Dat zijn bijna altijd dezelfde.

D: Ik denk vooral op het gebied van elftalbegeleiding, dat dat moeilijker is. Vooral bij de lagere teams. Maar je hebt natuurlijk zoveel vlakken waar je vrijwilligers nodig hebt.

C: Bij de hogere jeugd elftallen is het ook een drama af en toe, ze kunnen of geen trainer vinden, of geen leider, of geen vlaggen.

D: Dat merk ik bij ons nu ook.

C: Dat meer de betrokkenheid van de ouders terugloopt zeg maar. Dus dat is dan wel jammer.

E: Dus niet zo zeer de leden, maar juist de ouders van?

B: Ja.

C: Maar de jeugd moet het dan ook hebben van een ouder die opstaat om een training te geven of een leider te worden.

B: Bij de lagere elftallen dan, bij de selectie heb je hier natuurlijk niet zo snel mee te maken. Maar bij de lagere elftallen wel, dan ben je vaak als team afhankelijk van ouders. En als die niet meewerken word het wel vrij lastig. Maar dat is in feite ook vrijwilligerswerk wat je dan doet. Ik vind het heel vanzelfsprekend dat ik voor mijn kind meega, maar niet iedere ouder denkt zo. Als ik kijk naar het team wat ik leid, wij hebben rijlijsten bijvoorbeeld. Zodat iedere ouder wel een keer aan de beurt komt. Die plan je gewoon in en dan kunnen ze onderling ruilen. Op die manier betrek je ze er wel bij. Sommige ouders moeten ook vlaggen of fluiten, ja dan het toch vaak dezelfde. Want je hebt altijd ouders van kan ik niet, wil ik niet, weet ik niet. En dan zijn het toch vaak dezelfde die dan zeggen, nou ja dan doe ik het wel. En ik ben er altijd heel blij mee, want je kunt eigenlijk niet zonder. We hebben het ook wel eens bij de club aangekaart, maar ze zijn al blij als er clubscheidsrechters zijn. Maar die kunnen ook niet alle wedstrijden tegelijk doen.

A: Ze hebben het ooit wel geprobeerd om te vragen dat ieder lid, of ouder van een lid, verplicht zoveel uur per jaar aan vrijwilligerswerk doet. Maakt niet uit wat. Maar je kunt mensen gewoon niets verplichten.

B: Dan leg je er zoveel druk op. Wat je kunt doen, dat doen wij ook wel eens, we hadden bijvoorbeeld vrijkaarten voor een wedstrijd van NEC. Toen hebben we de ouders die eigenlijk altijd vlaggen en fluiten, omdat dat meer energie kost dan even naar een wedstrijd rijden, meegenomen als bedankje. Dat moet je dan ook wel doen. Sommige ouders vinden het helemaal niet erg, maar je hebt er altijd mensen bij die er iets voor willen terugzien.

E: Wat vinden jullie van de kantine?

C: Ik vind dat er voor de jeugd wel redelijk wat activiteiten zijn, maar voor de seniorenelftallen is dat minder. Voor de volwassenen zeg maar. Het zou wel leuker zijn als er daar ook meer voor werd gedaan.

D: Ja, dat denk ik ook wel.

A: Maar wie moet het doen? Nee, maar dat initiatief van 2 jaar geleden dat 7 tegen 7 toernooi. Dat vond ik bijvoorbeeld heel erg leuk.

C: Maar dat is dit jaar weer he.

A: Ja, klopt.

B: Dat was heel leuk.

D: Ja, dat is dan 18+ zeg maar. Met feestavond erbij, dus dat was wel gezellig.

E: En dat is 1 keer per jaar, is dat voldoende?

D: Ik denk dat dat 7 tegen 7 wel genoeg is 1 keer per jaar.

C: Weekendjes weg doen we vaak met het elftal en feestavonden dat mag van mij halverwege het jaar ook wel zijn. Maar ja, je hebt ook de vrijwilligersavond nog. Ik denk dat daar ook wel een hoop mensen op afkomen.

B: Het ligt ook aan de reden, vaak moet er hier een reden zijn.

A: En dat Oktoberfest, werd dat toen goed bezocht?

C: Ja, dat was op een donderdagavond he.

B: Maar dat is voornamelijk voor de A-jeugd.

C: Nee, die avond was voor iedereen. Maar ja, een donderdagavond. Iedereen moet de volgende dag werken. Of naar school. Dus het zou veel beter zijn op een vrijdagavond.

D: Wij spelen nu 7 tegen 7 competitie en dan speel je 2 keer per jaar thuis. En dat is dan zo'n klein onderling toernooitje, maar dan merk je dat er daarna helemaal niets te doen is. Dan zitten wij op een gegeven moment alleen nog met die 7 tegen 7 spelers. En het zou dan bijvoorbeeld heel leuk zijn als je daar dan een activiteit of iets anders aan koppelt, waardoor je meer mensen hebt en het gezelliger word.

C: De omzet is al goed dan.

D: Maar je bent er op dat moment dan toch, en er staat al iemand achter de bar.

C: Maar dat is niet alleen hier, dat is ook bij andere clubs waar je met 7 tegen 7 komt. Er is helemaal niks te doen op die vrijdagavond. En als je er dan bijvoorbeeld een leuke clubavond van maakt.

B: Eigenlijk moet er dan nog een activiteit gehouden worden op die avond, een pub quiz bijvoorbeeld.

C: Ja, dat is echt supergaaf.

A: De clubquiz bijvoorbeeld.

D: En als je dat dan dezelfde avond doet, dan heb je misschien meerdere senioren teams die meedoen of ouders. Maar dan heb je die kantine wel helemaal vol zitten.

E: Is de kantine vaak goed gevuld?

D: Nee, dat vind ik niet. Op zondag bijvoorbeeld, met het eerste, dat vind ik echt heel erg tegenvallen.

A: Dat was vroeger drukker.

C: Het is ook maar net welk elftal er zit. Als je over het algemeen kijkt, de enige elftallen die blijven zitten zijn het vijfde en het derde. Het eerste en het tweede zuipen de bonnen op en dan zijn ze weg, de meesten dan.

D: Ja, maar de jongens uit het eerste hebben ook geen binding met de rest van de club.

C: Nee, de meesten niet nee.

D: En dat mis je een beetje. Ik heb bijvoorbeeld bij een kleinere dorpsclub gevoetbald en daar gingen de jongens uit het eerste echt altijd na een wedstrijd even naar de mensen langs de lijn. Gewoon even een babbeltje maken. Dat was veel meer ons kent ons.

C: Ik ben van Brakkenstein gewend, wij deden in het eerste ook niet anders. Je merkt hier gewoon dat als het eerste klaar is, dan is het grootste gedeelte ook wel gelijk naar huis.

A: Maar vroeger hadden we een VIP-spelertje dat meeliep, speler van de week.

B: Wat ook leuk zou zijn is gewoon een heel elftal uitnodigen.

C: De jongetjes van de F bijvoorbeeld.

A: Ja, maar iedereen. Iedere wedstrijd een ander team.

D: Ja, dat is geweldig. Dan komen de ouders mee en misschien nog wel meer familie.

A: Ja, dat is superleuk.

B: En dat ze dan in de rust bijvoorbeeld penalty's schieten.

D: Ja, dat hebben ze wel eens gedaan in de rust.

B: Het moet niet alleen zijn dat het veld mee oplopen en klaar, dan zijn die ouders ook zo weg.

C: Wel een leuk idee, en dan vooral voor die mini's, de F-jes en de E-tjes. Het is het eerste, dus daar kijken ze natuurlijk echt tegen op.

A: Ik denk zelfs dat die jongens van het eerste het ook echt heel leuk vinden.

B: Tuurlijk. En ik denk dat als je de achterliggende gedachte ook uitlegt. En zo oud zijn ze niet die jongens, dus ze kunnen zich ook bedenken hoe het was voor zichzelf.

D: Misschien dat die jongens dan ook eerder geneigd zijn om dat soort elftallen, de F-jes en de E-tjes de begeleiding in te stappen.

B: Ja, krijgen ze daar ook een binding mee. Wie weet.

D: In mijn tijd had je heel veel jongens die in het eerste of in de A speelden, die de jeugdelftallen trainden. En dat zorgt dan ook weer voor meer onderlinge binding.

E: Zouden jullie meer activiteiten willen die gemengd zijn, met meerdere teams?

C: Ja, dat zou wel heel leuk zijn. Een keer in de 2 maanden ofzo.

A: Dat vind ik wel erg veel.

D: Ja, maar je zou ook op meerdere doelgroepen kunnen richten dan.

B: Ja dat kan natuurlijk ook.

C: Maar dan zou ik zeggen, om de 3 maanden. Ongeveer 4 keer per jaar. Maar de vrijwilligersavond hebben we al en 7 tegen 7. Dan kijk ik alleen voor de senioren he. Maar puur voor de senioren is 4 keer per jaar zat. En voor de jeugd, dat lijkt me ook goed als je dat 4 keer per jaar doet.

A: Maar die zijn er ook al wel he. Sinterklaas voor de F-jes, het voetbalkamp voor de E en de D.

B: C, B, A heeft eigenlijk niks.

A: Ja, het AB-feest, dat is in de stad. Maar inderdaad, die 3 komen er altijd bekaaid vanaf.

D: Ja, precies. Maar dat is precies de leeftijdsgroep die begint af te haken. Dat merk ik bij ons heel erg, ze worden een jaar of 13, 14, 15, het testosteron giert door hun lijf. Krijgen verkering, druk op school. En als ze dan ook nog eens geen binding met hun club hebben of met elkaar.

A: Bij het voetbalkamp zetten we die C-tjes weer in om die teams te begeleiden.

B: Ja, dat is dan wel leuk. Maar voor hunzelf is er eigenlijk niks.

C: Maar voor de meiden wordt er ook niets georganiseerd.

A: Jawel, meidendag.

C: Ja, maar verder ook niet. er word verder niks geregeld. Dat weekendje weg hebben we ook zelf moeten regelen. En voor de meiden wordt er verder vanuit de club niets geregeld.

B: Klopt, wij hebben alles zelf geregeld. Dat staat los van de club.

E: Wat vinden jullie van de kantine?

C: De sfeer ligt echt aan de mensen die er zitten, niet de mensen achter de bar, maar die er zitten.

A: Het ligt ook wel een beetje aan de mensen achter de bar, dan heb je ook andere muziek.

C: Tuurlijk, het ligt er wel aan wie er staat. Maar je kunt altijd vragen, kun je dit of dit draaien.

A: Oh ja, en dat doen ze inderdaad ook.

C: Maar het maakt echt wel verschil wie er zit, als wij thuis spelen is het altijd wel gezellig. Maar als wij soms terugkomen van een uitwedstrijd zit hier geen kip.

B: Wij horen nu ook veel van onze dochter, die werkt achter de bar. De ene keer op zaterdag, de andere keer op zondag, maar dan hoor je ook best vaak "oh er was weer niets te doen". En dat is gewoon jammer.

E: Word er iets met digitale media gedaan dat jullie weten?

B: Ja, er is een facebook pagina. Wie beheert dat eigenlijk?

A: Heb ik geen idee van.

D: Ik ook niet.

E: En kijken jullie wel eens op de website of op de facebook pagina?

B: Facebook, ja als ze wat te melden hebben komt dat voorbij in mijn overzicht.

C: Ik heb geen facebook.

A: De website, daar kijk ik wel regelmatig op.

B: Nou de website, ik zoek me iedere keer de pleures naar vanalles. Ik vind hem niet fijn. Er zit ook nergens een zoekfunctie.

E: Digitale media speelt wel een grote rol tegenwoordig, vinden jullie dat hier iets mee gedaan kan worden?

B: Ik weet niet of bijvoorbeeld die activiteiten op de facebook pagina geplaatst worden. Maar dat zou wel werken denk ik, als je een bericht plaatst over een feest dat gaat komen.

C: Ik hoor vooral veel op de club, maar ik ben ook vaak hier.

B: Misschien dat ze, als er een grote activiteit aankomt, een groot bord buiten kunnen plaatsen. Of dat er posters worden opgeplakt. Als je de poort door komt lopen, dat je het eigenlijk al ziet staan. En ook bijvoorbeeld in het dorp, want daar hangt ook niets.

D: Maar als je bij andere dorpen het dorp in rijdt staat er al meteen een bord.

A: Dat hadden we vroeger wel ja!

B: Ja, op de hoek ja. En dat heb je nu ook helemaal niet. Zo'n bord met Beuningen speelt tegen die en die om die en die tijd.

A: Zo midden op de rotonde bij de Shell.

C: Daar komt ook heel veel verkeer langs.

D: Ze houden dan eventueel ook een samenwerking met de hockeyclub en korfbal kunnen doen. Je zit op een centraal punt met 3 verenigingen.

C: Of voordat je het terrein op kunt rijden ofzo. Vlak voor het sportpark.

E: Om nog even terug te komen op de kantine, wat vinden jullie van het assortiment?

B: Er is zelfs uitbreiding gekomen, friet met schnitzel. Maar nee, ik vind het prima.

A: Volgens mij hebben wij best een uitgebreide kantine.

E: Wat zouden jullie vinden van een gezondere kantine?

C: Nee, vind ik niks.

A: We hebben wat gezondere opties, broodje gezond ofzo kun je krijgen. Maar ik denk toch dat de meesten gewoon willen gaan voor een frietje of een balletje.

B: Dat hoort gewoon bij een kantine, dat is gewoon. Maar op zondagmiddag met eerste dan, de muziek staat wel aan maar vroeger stond de muziek altijd flink aan en had je een discotheek. De sfeer zat er dan altijd meteen goed in, dat is hier eigenlijk niet.

C: Maar waarom zou dat op zaterdag niet kunnen? Moet je kijken hoeveel jeugd hier rondloopt. Die vinden dat ook leuk. Dan zou er bijvoorbeeld iemand kunnen draaien van 1 tot 5.

B: Ja, want op zich. Als je hier op zaterdagmiddag rondloopt.

D: Is niet veel aan. Maar ik denk wel dat de zaterdag zich er minder voor leent, want het publiek wat binnen zit is er maar heel kort binnen.

B: Ja, dat klopt. Ze zijn maar heel kort binnen.

E: Maar zouden ze dan misschien langer blijven?

A: Nee, dat denk ik niet.

D: Nee, ik denk op zaterdag niet.

C: Misschien dat de oudere jeugd zal blijven, maar de ouders niet.

B: Ze hebben het toen een keer gehad over het idee van een loungehoek, de jeugd heeft een enquête daarover gehouden.

A: Ja, op de plek van de pooltafel. Die wordt toch niet meer gebruikt.

D: Vroeger wel, maar nu inderdaad niet meer.

B: En wat je dan ook kunt doen is een paar opladeraansluitingen erbij, dat is gewoon helemaal van nu.

C: En er worden ook wedstrijden uitgezonden waar je naar kunt kijken.

B: We hebben ook wel eens gehad dat we na een training met het hele team bleven zitten, dan hadden nog bonnen. Zo van gaan we met z'n allen wat drinken en de wedstrijd kijken. Dat doen we dan ook wel eens.

E: Hebben jullie een emotionele binding met de club, is er sprake van clubliefde?

A: Ja, maar dat kan evengoed ook een andere club zijn. De kinderen voetballen hier, dus hier doe je dingen. Maar ik zit niet vast aan de Beuningse Boys.

B: Maar ik denk juist wel omdat je kinderen hier opgegroeid zijn, dat dat wel een extra binding geeft.

A: Maar stel dat ze volgend jaar allemaal stoppen, dan weet ik niet of ik hier nog zo vaak zou komen.

C: Jawel, je hebt toch training zondag.

B: Ja, dat wel maar doordeweeks. Maar de andere activiteiten bedoel je. Ik snap wel wat je bedoelt ja.

C: Ja, dat zal wel minder worden dan.

A: Ja.

B: Als mijn dochter stopt, dan zou ik hier ook geen leidster meer zijn. Maar dat zou ik wel lastig vinden, met die meiden heb ik wel echt een binding. Dat zou ik wel lastig vinden. Ik zou het een hele lastige overweging vinden.

A: Ja, tuurlijk. Dat zou ik ook wel hebben.

B: Door middel van je kinderen heb je wel die emotionele binding, dat is wel gewoon zo.

A: Maar bijvoorbeeld neem Cor Kersjes, dat is een van de oudste vrijwilligers hier. Die heeft echt clubliefde, een echte emotionele binding.

D: Ik heb dus 10 jaar ergens anders gevoetbald. Maar ik heb vroeger in mijn jeugd tot mijn 18^e ook hier gevoetbald. Als je dan terugkomt dan heb je wel weer echt dat vertrouwde gevoel.

C: Ja, dat had ik ook. Ik ben vorige week naar Brakkenstein geweest en ik liep binnen en dat was echt thuiskomen. Dat gevoel houd je toch, maar ja ik heb daar ook 29 jaar gevoetbald.

A: Maar toch, als je daar dan niemand meer zou kennen is het ook geen thuiskomen meer. Je komt thuis omdat er mensen zijn die je kent.

B: Ja, dat is ook zo. En dat is hier ook wel. Wij zitten nu 10 jaar bij de club, door de kinderen eigenlijk. Maar uiteindelijk ga je dan ook zo ver, dan ga je er zelf ook voetballen. En dat is gewoon ook fijn, want je kent een hoop mensen. En als ik hier binnenkom is het ook gewoon vertrouwd. Stel dat mijn oudste zegt, ik ga volgend jaar bij Blauw-Wit spelen dan zou ik ook niet denken "zo, hier ga ik ook even leidster worden". Nee dat niet.

A: En als ik ergens een boa zie hangen en hij is rood en wit, dan neem ik hem toch mee. Dus op een zekere manier heb je dan toch een binding, maar het is wel gerelateerd aan de mensen die er zijn.

B: Maar uiteindelijk, de leden maken de club. Dat zeker.

A: Voor het clubhuis kom ik niet.

C: Nee voor de gezelligheid.

A: Ik kom voor wat er in zit.

D: Ik denk iedereen wel, tenminste het grootste gedeelte.

A: En toch zijn er nog steeds mensen die meehelpen, waarvan geen kinderen meer bij de club zitten.

B: Ik zou dat op zich ook wel hebben, als ze omhoog zouden zitten zou ik ook gewoon helpen. Maar uiteindelijk zijn er ook weer allemaal nieuwe leden, dus kunnen die ouders helpen. Het schuift dan door zeg maar. Maar je merkt ook als je langs de lijn gaat kijken, dat het dan minder word.

C: Ja, je merkt gewoon hoe ouder de kinderen worden, hoe minder de ouders komen.

B: Al is mijn kind 30, dan zou ik nog gaan kijken. Ik snap gewoon niet dat als de kinderen ouder worden, dat de ouders wegblijven.

A: Ga zo meteen hier maar kijken bij het tweede, ik weet zeker dat het vol staat.

C: Ja, oké maar die kunnen ook periode kampioen worden.

B: Maar als je dan af en toe bij de jeugd kijkt.

A: Ik had gisteren voor het eerst vlagalarm. Want mijn 4 vaste vlaggers konden allemaal niet, ik bij de ouders gevraagd. Kon er 1, maar die kon weggeroepen worden. Dus ik zei al dat ik zou invallen als ze weggeroepen zou worden. Kwam er niemand meer kijken, want die waren bang dat als ze kwamen kijken toch moesten vlaggen.

B: Dat is toch erg eigenlijk.

A: Kwamen ze allemaal later.

B: Maar eigenlijk moet het toch niet zo zijn, dat kan toch eigenlijk niet. En uiteindelijk komt het altijd goed, maar toch is het vervelend.

E: Zijn er nog dingen die jullie kwijt willen of willen melden?

A: Nee, eigenlijk niet.

D: Nee.

C: Nee.

D: En ik ook niet.

E: Dan wil ik jullie bedanken voor jullie tijd en medewerking.

Bijlage V – Transcript interview generatie Y

Interview generatie Y 1982–2000

A: Carmen Verduijn 04-09-1987

B: Ninne Jeucken 14-11-1984

C: Bram Veldkamp 20-09-1991

D: Bram Langedijk 28-03-1990

E: Denise Koppers Interviewer

E: Weten jullie wat ledenbinding inhoudt?

C: De derde helft, dat is het eerste wat bij me opkomt.

D: We hebben ook nog een eerste en een tweede helft en daarna ook een beetje.

E: En vinden jullie dat de Beuningse Boys zelf iets doet aan ledenbinding?

C: Verder dan de teams onderling bedoel je?

E: Ja de club zelf.

D: Weet ik niet, ik krijg er niet heel veel van mee. Wel voor ons eigen team eigenlijk, we krijgen wel wat dingetjes zoals consumptiebonnen en dat soort dingen. Dus er wordt voor ons wel wat geregeld. Maar echt voor de hele club in het totaal dat maak ik heel weinig mee. Misschien dat het wel gebeurt, dat ik te weinig op de club ben daarvoor. Of dat ik te weinig volg, want ik kijk ook nooit naar de website of iets. Facebook zie ik heel af en toe een keer een berichtje voorbij komen, maar niet echt op leden gericht.

E: Zien jullie dat ook zo, dat er niet veel gebeurt op facebook?

A: Ja, maar ik zie op facebook vooral praktische dingen. Niet vaak dat er echt iets wordt georganiseerd ofzo voor de hele club en dat soort dingen. Ik denk wel dat dat meer zou kunnen.

D: Dit jaar hebben we het 1 keer meegemaakt, met dat Oktoberfest.

C: Maar wat verder ook is, het is de enige club in een best wel groot dorp. Wijchen is denk ik vergelijkbaar, maar die hebben 3 of 4 clubs. Dus daar moet je denk ik meer aan ledenbinding doen. Hier heb je niet echt een andere optie om naartoe te gaan als lid. Ik ga niet snel naar Ewijk of naar Weurt. Je hoeft niet echt heel veel moeite te doen om de jongens perse naar Beuningse Boys te laten komen, als ze willen voetballen komen ze toch wel.

B: Ik denk dat het op zaterdag altijd wel druk is, ook al word er niet heel veel georganiseerd. Af en toe wat toernooitjes en wat kampen, dat soort dingen voor de jeugd.

E: Vinden jullie dat er meer georganiseerd kan worden?

A: Ja.

D: Jazeker.

C: Bijvoorbeeld op zondagmiddag, dan is er gewoon bijna niets te doen in de kantine.

B: Klopt.

C: Het zou wel leuk zijn als er bijvoorbeeld op zondagmiddag meer geregeld word.

E: Waar denken jullie dat het aan ligt dat het zo rustig is in de kantine?

C: De verhuizing. Veel jongens zijn naar de stad getrokken. Heel veel leden kwijtgeraakt die de stap naar de senioren maken. De kantine misschien iets te groot, waardoor de sfeer minder word. En dan krijg je denk ik een sneeuwbaaleffect, dat steeds minder mensen komen kijken. Het eerste gaat niet

goed, het tweede ging ook heel slecht. Dan verliezen de mensen ook een beetje hun binding met de club.

E: Hoe zou je dan meer sfeer in de kantine kunnen krijgen?

D: Een DJ bijvoorbeeld.

A: Gewoon betere muziek.

B: Dat weet ik niet zo goed.

A: Ik hoor veel mensen zeggen dat de prijzen in de kantine best wel hoog zijn.

C: Ja, ook. In plaats van mensen aan te trekken door prijzen laag te maken, proberen ze juist het maximale te halen uit de mensen die er zijn. Omdat er maar zo weinig mensen zijn.

B: Ja, dus er valt van beide kanten financieel wel wat te zeggen. Als je dan toch twee keuzes hebt, bij de een krijg je heel veel sfeer en gezelligheid mee en bij de ander niet.

D: Ja, weet je. Het eerste speelt dan op zondag. Je hebt ook veel teams die op zaterdag voetballen, vooral alle jeugd waar dan ook alle ouders van komen kijken. Dus dat is denk ik de drukste dag, ik weet niet of er dan iets gedaan wordt. Maar als je bijvoorbeeld kijkt naar de donderdagavond, dan zijn bijna alle seniorenelftallen samen. Soms blijft daarvan ook redelijk wat hangen en dan kan er nog maar net een bakje met nootjes vanaf. Dan is de frituur uit, en dan denk ik juist op zo'n avond als je dan met een schaal bitterballen langskomt gaan mensen ook meer drinken bestellen. Dan voel je ook meer dat er vanuit de club wat gedaan wordt. Een tijdje geleden had het tweede hier op zondag gespeeld, al best wel vroeg. Toen kwamen wij terug van een uitwedstrijd en ze zaten hier nog steeds buiten op het dakterras. Die hebben daar van 12 tot 5 ongeveer gezeten en dan krijgen ze gewoon helemaal niks, ze moeten echt alles zelf bestellen. Ik zeg ook niet dat je alles gratis moet weggeven, maar je kunt wel iets terugdoen voor mensen die heel lang blijven zitten terwijl er eigenlijk al niemand zit. Dan geef je misschien een keer een kannetje, want wat kost een kannetje nou voor de club? Daar doe je heel veel mensen een plezier mee, denk ik.

C: Ik denk ook dat dat vooral komt, je bent een dorpsclub. Geen commerciële instelling waar je geld moet verdienen natuurlijk. En ik ben ook bij andere clubs geweest, daar hebben ze de bar uitbesteed dus dan is het nog anders. Maar zelfs daar worden dingen georganiseerd om maar mensen naar die kantine te trekken.

D: Je hebt natuurlijk ook, elk lid betaalt contributie. Het eerste ook, en dat is bij andere clubs ook anders.

C: Ja en veel.

D: In principe heb je daar dan al iets verdiend, aan de leden. En alles wat wij bestellen bij de bar is mooi meegenomen. Personeel is ook allemaal vrijwillig geloof ik, ik dacht niet dat ze betaald worden.

A: Ja, volgens mij wel.

B: Maar als je kijkt naar hoe druk het is en hoeveel mensen er achter die bar staan. Wij moeten dan af en toe bardienst doen op zaterdag, dan sta ik nog met 2 vaste mensen achter de bar. En in de cafetaria staan dan ook nog 2 mensen, dan sta je gewoon met 5 mensen en zo druk is het echt niet.

A: Als je daar 1 iemand achter de bar zet, die redt het ook wel. En al helemaal als je dan mensen hebt die betaald worden, ik denk dat ze daar ook best wel naar kunnen kijken. Er staan gewoon vaak echt meer mensen dan nodig is en zoveel drinken wordt er niet besteld.

D: Plus gezelligheid creëren. Dus gewoon ook de muziek wat harder. Afgelopen zondag gingen we naar Millingen uit, we komen daar binnen en het was al een groot feest. Het was pas 2 uur 's middags.

C: Dat maak je hier eigenlijk nooit mee. Iedereen maakt zich daar klaar voor de wedstrijd van het eerste. Ondanks dat ons spel af en toe niet om aan te zien is, zij zijn niet echt beter ofzo. Dus dat maakt voor de mensen dan toch niet altijd wat uit.

E: Wat is er volgens jullie dan nog meer nodig om een goede sfeer te creëren?

D: Ik denk dan toch meer voor de hele club organiseren.

B: Ja, voor iedereen die hier voetbalt.

A: Ik denk ook dat als je elkaar wat beter kent. Ik ken jullie dan wel een beetje van gezicht, maar als je mij vraagt "wie voetbalt er in het eerste?" kan ik echt niet heel veel namen opnoemen. Maar ik denk dat als je elkaar onderling wat beter kent, dat het dan ook leuker wordt om naar elkaars wedstrijden te gaan kijken en om in de kantine te blijven.

C: Ja.

D: Ik weet nu toevallig dat zaterdag-2 vanavond kampioen kan worden, dat zag ik toevallig voorbij komen omdat ik een paar jongens daarvan ken. Maar als je vaker, bijvoorbeeld op de donderdagavond, met z'n allen iets doet of 3 keer in het jaar zo'n avond organiseert als club zijnde. Dan weet je dat van iedereen en kun je er misschien wat meer mee doen met z'n allen.

E: Dus onderling in je eigen team heb je goed contact, maar met andere teams bijna niet?

D: Ja, je komt ze wel tegen. Vooral op de donderdagavond maar het is meer van je kent ze of je kent ze niet.

E: Worden er voldoende activiteiten daarvoor georganiseerd?

D: Jazeker, je hebt toch ook een mooie ruimte daarvoor. En ik zie ze hiernaast behoorlijk vaak feesten geven bij de hockey.

A: En hier eigenlijk niet.

C: Nauwelijks.

E: En wordt er genoeg gebruik gemaakt van digitale media?

B: Niet echt, bijvoorbeeld facebook. Dat zou echt wel beter kunnen.

C: Ja, als dat de manier is om mensen te benaderen, dan wel.

E: Jullie zeggen dat facebook nu vooral gebruikt wordt voor huishoudelijke mededelingen, maar staan er geen aankondigingen op van wedstrijden of wedstrijdverslagen of foto's?

B: Nee, volgens mij niet.

C: Als je dat soort dingen erop zet, dan is het zeker beter. Als je buiten het fysiek aanwezig zijn op de club, daaromheen ook nog bezig kunt zijn met de club dan heb je eigenlijk al een goede stap gezet. Social media kun zeker goed inzetten om je leden te binden.

E: En hoe zit het met promotie?

D: Ik zou het eigenlijk niet weten.

C: Staat dat hier in het dorp?

A: Volgens mij niets.

B: Staat hier niet ergens een bord?

C: Dat stond er wel altijd bij het oude clubhuis. Dat we half 3 tegen die en die speelden. Maar nee, dat staat er ook niet meer. Maar de echte mensen uit het dorp weten het natuurlijk wel, die zijn er denk ik vooral voor hun kinderen en kleinkinderen op zaterdag.

D: Ik denk ook wel dat ze kunnen beginnen met intern door te communiceren, want elk team heeft wel een leider en die staat dan wel weer in verbinding met het bestuur. Ik denk dat je als je daarin al begint met bepaalde dingen te communiceren, zodat het bij de elftallen bekend wordt. Dan creëer je al veel meer, denk ik. En misschien dat je zelfs nog wel wat kunt organiseren dat bepaalde teams dan ook

echt worden uitgenodigd voor andere wedstrijden. Nu ook met zaterdag-2, dat ze vanavond (dinsdag) kampioen worden. Op dinsdag trainen ook heel veel teams, waarom combineer je daar niet iets mee? Of op zondag, als er een leuke wedstrijd is van welk team dan ook. Het tweede heeft nu de periode gewonnen, ik weet niet of iedereen dat weet binnen de club.

A: Ik weet wel dat ze hem gewonnen hebben, maar ik wist niet dat ze hem konden winnen.

B: Het zou wel leuk zijn als je dat van tevoren weet, want dan heb je in ieder geval nog de keuze of je gaat kijken of niet. en nu weet ik het achteraf en is het van, ja leuk voor ze. Hebben ze goed gedaan. Maar als je had willen kijken ben je nu te laat zeg maar.

A: Maar er hangt ook nergens een stand in de kantine.

D: Nee, inderdaad

C: Dat kan je ook gewoon virtueel doen he, met een scherm. Dat hoeft je niet ouderwets met een bord te gaan doen, dat neemt misschien ook teveel ruimte in beslag. Maar je zou het zeker op die manier een beetje aan de aandacht kunnen brengen. Ik weet ook dat er veel gefilmd wordt bij de wedstrijden, bij Orion, waar ik gezeten heb, hadden ze bijvoorbeeld een doelpunt van de maand. Dan waren mensen er ook echt op uit om doelpunten te filmen, er werd meer gefilmd. Dat werd dan ingezonden en kwam dan een halve maand voorbij in de kantine, dan kon je stemmen en in de rust van het eerste werd dan een prijs uitgereikt. Je hebt jongens van de F en van de A erbij die een mooi doelpunt hebben gemaakt, die komen voor de uitreiking en kijken ook de wedstrijd mee. Dat zijn wat kleine dingetjes.

B: Maar het zijn ook vooral de kleine dingetjes, het is vooral de intentie. Ik heb niet echt het idee dat Beuningen de intentie heeft om er wat van te maken.

E: En zijn er veel bezoekers die komen naar de wedstrijden?

D: Ja vooral familie en vrienden, maar ik denk dat je je daar in de eerste instantie ook op moet richten. Want als ik een beetje terugkijk naar vroeger, toen was ik een klein jongetje en ging ik altijd met m'n vader mee. Zo waren er heel veel jongetjes die meekwamen met hun vader en het hele veld stond bomvol. Scheelt ook dat er een hoop huizen omheen zaten waar supporters wonen, die hebben nu niet de mogelijkheid om hierheen te komen in verband met rolstoel etc. Maar gewoon ook dat als wij voetballen, dat er op het bijveldje wordt gevoetbald door kinderen van ofzo. Dat zie je niet meer, en misschien ligt dat ook wel aan deze tijd. Ik denk gewoon dat als je iets meer bij de leiders van alle teams neerlegt, dit is het programma, dit is een leuke wedstrijd, hier kunnen we naartoe gaan met z'n allen. Dan creëer je van binnenuit iets meer, waardoor misschien straks ook andere kinderen hier het trapveldje gaan gebruiken. Nemen ze ook weer vrienden mee. Want we hebben genoeg leden hier binnen de club, alleen ik denk dat zij gewoon alleen komen om te trainen en te voetballen en meer niet. En daar is veel meer uit te halen. Als ik kijk bij Woezik (Wijchen), die hebben de meeste leden hier in de regio. Wat die af en toe organiseren en hoe afgeladen vol is, dat krijg je hier op dit moment niet voor elkaar omdat het nooit is gedaan.

E: Zouden jullie ook deelnemen aan activiteiten waar je voor zou moeten betalen?

C: Ik heb het gevoel dat we er al voor betalen, omdat je best wel veel contributie betaalt. Ik geloof dat we 250 euro betalen als volwaardig lid.

A: Zoiets is het wel denk ik.

C: Dat vind ik nog best wel, vind ik niet weinig. Er zijn ook clubs waar je 150 euro betaald.

A: Ik denk dat iedereen ook wel bereid is om iets te betalen als er iets georganiseerd wordt. Maar bijvoorbeeld wat ze dan organiseren, zoals dat Oktoberfest, moest je 25 euro betalen. Dan weet ik al gewoon dat er in mijn team mensen zijn die daarom niet komen.

C: Vind ik ook veel te veel, belachelijk!

A: Dan drinken ze niet zo veel, maar moeten ze wel 25 euro betalen voor de hele avond. En ik denk dat als je 10 of 15 euro vraagt, dat het voor iedereen een veel schappelijker bedrag is.

B: Dan denk ik ook dat er veel mensen bereid zijn om te komen en dat te betalen.

A: Uiteindelijk denk ik dat je daar meer mee verdiend dan dat je 25 euro gaat vragen aan de mensen en de helft komt niet.

C: Het is allemaal korte termijn, je maakt directe kosten natuurlijk met zo'n evenement. Er kwam toen ook een orkest ofzo binnen, stel er worden 3 betaalde dingen voor geregeld. De inschatting die ze dan maken is dat die kleine groep mensen dan meteen de volle pond moet betalen om die kosten te dekken. En alles wat dan bier verkocht wordt gaat dan naar de club, terwijl eigenlijk moet dat er een beetje bijzitten. Als je die onkosten niet helemaal verrekend, maak je dat allang goed doordat er veel meer mensen komen en er veel bier gedronken wordt en dat ze vaker terugkomen.

B: Ja, zodat ze er op de lange termijn meer uit kunnen halen.

A: Ja, precies.

C: En dan verdien je de eerste paar keer niet zoveel, maar dat maakt toch helemaal niet uit. Als je hier 3 keer een mooi feest organiseert en iedereen vindt het fantastisch, stel het kost de club 500 euro. Dan nog moet het niets uitmaken. Dan zou je nog kunnen denken van oké, de volgende keer vragen we 5 euro meer. Maar ik dan dat je ondertussen al heel veel extra mensen naar zo'n evenement toe kan halen.

D: Maar ze hoeven hier ook niks extra's te verdienen denk ik.

C: Dat lijkt mij ook niet.

A: Nee.

D: Het is geen commerciële bende die winst wil maken.

C: Ik heb ook geen idee waar al het geld naartoe gaat. Geen flauw idee.

A: Als het goed is moet het wel op de website ergens in een jaarverslag te vinden zijn.

D: Ja, als daar bijvoorbeeld uit blijkt dat de bar niet genoeg opbrengt gaan die prijzen natuurlijk omhoog. Maar dat is wel een beetje globaal gekeken dan.

B: En uiteindelijk verlies je daar juist weer mensen door.

D: Ik hoor ook gewoon de vrijwilligers achter de bar daar zelf over praten, dat ze het te duur vinden. Ik kijk er zelf ook niet heel erg naar, wij krijgen ook consumptiebonnen. Heel veel raak ik zelf niet kwijt. Maar ik hoor het best wel veel om me heen.

A: Ja, maar dat is bij ons bij de dames ook. Wij krijgen bijna geen consumptiebonnen vergeleken met jullie bijvoorbeeld. Dan merk je gewoon dat mensen het te duur vinden en naar huis gaan, of minder lang blijven hangen.

B: Ja, dat is ook niet echt eerlijk verdeeld. Sommige teams krijgen wel een paar vellen met bonnen per wedstrijd en wij voor het hele seizoen. De dames teams moeten ook wat meer betrokken worden vind ik.

A: Ja.

D: Dat weet ik dan niet precies.

E: Ik hoorde je net zeggen dat sommige leden alleen maar naar trainingen en wedstrijden komen en verder niets. Hebben jullie het gevoel dat er echt iets als clubliefde heerst?

D: Ik denk dat het tegenwoordig heel moeilijk is, clubliefde. Heel veel clubs kopen heel veel spelers naar zich toe. Beuningse Boys doet dat niet, en wil dat ook niet. Die willen de echte dorpse, Beuningenaren eigenlijk. Maar ik weet het niet of dat echt nog is.

A: Het zal vast wel bij bepaalde mensen wel zo zijn.

D: Een aantal wel, maar echt niet bij iedereen. Want zoals Bram net al zei, het is de enige club hier in het dorp. Dus heel veel jongens en meisjes die willen voetballen gewoon hierheen komen, maar misschien verder niets met de Beuningse Boys hebben. Echte clubliefde was er vroeger veel meer, maar toen was alles ook een stuk kleinschaliger.

B: De tijden waren ook anders.

C: Als ik bij ons in het eerste kijk denk ik niet dat er echt veel mensen met echte clubliefde zijn. Er zijn er wel een paar, zoals Tim van Bon, die er al zo lang zit. Maar ik denk niet dat dat is omdat hij het zo'n prachtige club vind.

E: En als je voor jezelf spreekt?

C: Clubliefde? Ik vind het enorm gemis aan potentie eigenlijk. Dat was vroeger, en dat is eigenlijk nog steeds zo. Maar het is dan wel mijn rotclub, dat dan wel. Maar dat hebben er wel meer hoor. We lopen de club allemaal af te zeiken, maar iedereen vind het wel onze "rotclub".

A: Je gaat ook niet zo snel weg, ergens anders naartoe denk ik. Maar ik wil ook gewoon graag in Beuningen voetballen, ik woon in Beuningen. Dat is ook de reden dat ik hier voetbal en je hebt inderdaad geen andere keuze want er zijn geen andere clubs. Ik denk dat dat voor heel veel uit mijn team ook wel geld. Heel veel willen gewoon in Beuningen voetballen en dat is dan de voornaamste reden dat ze hier voetballen. En niet per se omdat ze Beuningse Boys helemaal geweldig vinden.

C: Het is nu ook bijna het einde van het seizoen, maar ik heb nog niets gehoord over een afsluitend feest, afsluitende barbecue of afsluitend toernooi.

D: Ja, voor ons team alleen maar verder.

C: Maar dat moet je denk ik gewoon voor de hele club doen.

D: De hele club heeft straks de zomerstop en dan zijn ze hier weet ik het hoeveel weken dicht. Dan gebeurt er verder niks. Dus dan is het juist mooi om iets te doen.

C: Maar de mensen die dat moeten regelen, die hebben dan zoiets van zal wel. Ik vind het wel prima zo.

D: Ze hebben volgens mij wel een omslagpunt gemaakt met meer elftallen, meer leden gekregen. Afgelopen paar jaar was het heel erg gericht op selectieteams, wat ik heb gehoord dan van buitenaf. Dus dat vind ik wel positief, maar nu is de uitdaging om daar een binding tussen te krijgen. Daar doen ze nog te weinig voor.

B: Maar activiteiten voor de hele club, dat kan daarvoor zorgen. Maar dat gebeurt eigenlijk niet, het zijn vooral allemaal losse teams of groepen.

A: Ik denk ook wel dat het ligt bij wie het initiatief neemt om iets te organiseren. En als er niemand initiatief neemt gebeurt er ook niks.

D: Ik denk ook wel dat als de club meer organiseert zoals dat Oktoberfest, die avond. Dat je dan op een gegeven moment misschien wel krijgt dat teams elkaar gaan uitnodigen. Bij barbecues ofzo, en dat de club uiteindelijk niet meer zoveel hoeft te doen. Dat teams dan zelf het initiatief nemen.

B: Precies, er moet gewoon een begin gemaakt worden.

E: En moeten jullie vrijwilligerswerk doen, is dit een verplichting?

A: Ja, dat is verplicht. Af en toe een bardienst. Maar ik vind het ook niet meer dan normaal dat je iets doet voor de club. Het gaat om 3 uur per jaar, daar kan ik echt niet moeilijk over doen.

C: Wij hoeven door het jaar heen geen vrijwilligerswerk te doen, wij moeten met de vrijwilligersavond bardienst draaien of iets anders. Maar van ons hoeft er niet ieder weekend iemand te staan.

B: Het is verdeeld onder alle seniorenteam (op de selectie na), de bardiensten. Ieder weekend staan er 2 senioren achter de bar. Maar ik vind het ook niet meer dan normaal om iets terug te doen.

E: Hebben jullie nog iets toe te voegen of echt iets wat je graag kwijt wilt?

D: Ik vind bijvoorbeeld dat Wolfgang Hendrix, de voorzitter, wel iets meer naar buiten mag treden als voorzitter. Ik weet dat hij voorzitter is, maar we zien hem eigenlijk nooit. En eigenlijk draait de club om alle teams, maar op zondag speelt het eerste vaak. Als voorzitter zijnde kun je dan best wat mensen uitnodigen om er ook echt iets van te maken zeg maar. Ik denk niet dat ik hem ooit heb gezien bij een wedstrijd. Ik weet niet of hij wel eens bij jullie is wezen kijken?

A: Bij ons kijkt sowieso niemand.

D: Maar daar kan best iets meer aan gedaan worden. Vrouwenvoetbal is nu best wel in opkomst, best wel aan het stijgen. En dit is toch een grote club met veel leden. Veel mensen die hier in het dorp wonen, je kunt best iets meer doen door gewoon mensen uit te nodigen. Als voorzitter zijnde ben je de eerste die daar iets in kan betekenen, of hij moet het heel goed delegeren.

A: Maar dat is bijvoorbeeld ook met Kees Broekman, de beheerder van de kantine, hij heeft het imago dat hij alleen maar wil verdienen.

C: Ja precies, dan gaan de prijzen weer omhoog.

A: Dan loopt Kees weer binnen en zo gaat het wel een beetje. Ik denk gewoon ook dat ze zelf iets aan die beeldvorming moeten doen door wat vaker een keer wat te geven ofzo. In plaats van dat je altijd maar wat moet kopen. Dan denk je op een gegeven moment ook van "ja, daag".

B: Ja, inderdaad.

E: Nog andere toevoegingen?

C: Nee.

D: Nee, ik heb alles wel gezegd.

B: Nee.

A: Nee.

E: Dan wil ik jullie ontzettend bedanken voor jullie bijdrage en medewerking!

Bijlage VI – Transcript interview generatie Z

Interview generatie Z 1992–heden

A. Katja Wouterse 01-09-1997
B. Noell van Essen 20-12-1996
C. Erik Middelhof 04-03-1993
D. Daan Boumans 10-01-1997
E. Denise Koppers Interviewer

E: Weten jullie wat ledenbinding en zo ja, hoe zie je dit bij de Beuningse Boys?

C: Ik vind het een heel algemeen begrip, dus ik kan zo niet zeggen 'wat is ledenbinding'

E: Oké, waar denk je dat het uit bestaat, welke onderdelen?

C: Leden sowieso. En dan denk ik ook mensen die daar boven staan.

A: Bestuur?

C: Ja bestuur. En wat ze doen voor de leden.

B: Eigenlijk gewoon de binding je hebt als lid met de club.

A: Ja. Ik denk ook wel intern en extern. Hoe bind je leden aan de club en hoe behoud je ze binnen de club en hoe is dat onderling.

E: Hoe bedoel je onderling?

A: Ik denk ook de leden onderling.

E: Maar hoe vinden jullie dat de Beuningse Boys hun leden aan zich binden? Hoe behouden ze hun leden die ze al hebben?

C: Niet in principe. Het is hier een dorp, iedereen komt hier vanzelf voetballen. Iedereen heeft een dorpsgevoel en een Beuningse Boys gevoel.

B: Ja of vanuit schoolvoetbal. Dit is toch de enige voetbalclub in Beuningen. Dus als je in Beuningen woont, is het gewoon makkelijk denk ik.

A: Ze organiseren wel veel en dat is wel voor alle scholen, dus je komt hier wel snel. Maar het is niet echt dat ze je kunnen binden. Als je kijkt naar de selectie, die krijgen niet betaald. Dus uiteindelijk moet je hier wel zelf willen zijn.

E: Zien jullie het dan zo dat je alleen komt naar trainingen en wedstrijden, wat je echt moet doen? Of blijven jullie daarna nog?

B: We blijven altijd nog wel na de training.

A: Maar dat komt ook wel door de mensen die je hebt op de club.

D: Het ligt ook wel aan de teams.

C: Ja. Het is voor mij het eerste jaar en ik heb hier niet echt veel meegekregen qua activiteiten. Dat er echt iets komt vanuit de leden. Maar na wedstrijden en trainingen vind ik dat het wel van het team afhangt. Je hebt bijvoorbeeld bij het eerste, en het tweede helemaal, dat spelers wel blijven. Ja, dan doe je dat automatisch ook wel, maar ik weet niet of iedereen dat doet.

B: Ik denk het niet. Hangt ook wel van het team of het karakter af.

E: Komen jullie graag in de kantine?

A: Ja.

D: Ja.

C: Ja.

B: Ja, ik vind het er wel altijd leuk. Als er voetbal op is komt het scherm naar beneden, met z'n allen voetbal kijken. Het is er altijd wel gezellig.

A: Maar ik vind wel dat hij te vroeg dicht gaat.

D: Hoezo?

C: Ja, op zondag ja. Maar ik moet wel zeggen dat, misschien komt het wel door de prestaties van het eerste, dat het allemaal een beetje mwah is.

D: De afgelopen jaren is dat zo.

B: Ik denk dat prestaties van het eerste maar deels is.

C: Ik denk wel dat als wij hoger zouden spelen of het beter zouden doen, er meer mensen zouden willen kijken. Meer de moeite voor nemen en ook langer willen blijven, want dat heb je nu wel wat Katja ook zegt. Het is best wel vroeg. De ene keer is het goed, maar een andere keer zou je juist willen blijven.

E: Want hoe laat sluit de kantine op zondag?

A: Eigenlijk sluit hij om 7 uur, maar soms sluit hij gewoon eerder.

C: Maar dat ligt soms ook aan de drukte, als wij er alleen zijn en aanhang.

B: Maar het ligt er ook aan of het eerste thuis speelt. Want bij ons komt er nooit iemand kijken. Alleen een vriend of vriendin, of wat familie. En bij het eerste komen ook nog wel leden uit andere teams kijken. En die komen dan nog wel in de rust de kantine in. En als er daarna nog voetbal is ofzo, dan eventueel wel. Maar als zij niet thuis spelen, is hier ook niks te doen.

C: Maar hebben we eigenlijk ook iets van facebook waar iets mee gedaan wordt?

A: Ja.

B: Ja.

C: Want ik zie nooit wat voorbij komen. Bijvoorbeeld waar ik hiervoor heb gevoetbald daar worden alle wedstrijden, ook die van de dames, aangekondigd. Ook van de jeugd bijvoorbeeld. Niet dat alles extreem wordt belicht, maar wel de tijden dat er wordt gespeeld door de teams. Dat maakt het wel net iets beter. Ik weet bijvoorbeeld ook nooit wie er speelt, ik ga niet op de website kijken voor de planning. Maar als het toch voorbij komt op facebook is het veel makkelijker.

D: Het is ooit aangemaakt en allemaal bijgehouden, maar de laatste 1,5 jaar word er niets meer mee gedaan.

A: Er is facebook, maar dat is het dan ook. En we hebben allemaal wedstrijdverslagen, maar dat komt dan niet op facebook ofzo.

B: Jawel, op de site.

A: Ja, op de site.

B: Maar niet iedereen volgt ons op facebook, dus krijgt niemand het te zien.

E: Maar denken jullie dat daar iets aan gedaan moet worden, zou social media meer gebruikt kunnen worden?

A: Ja, ze kunnen sowieso Beuningse Boys meer promoten. Ik vind dat de Beuningse Boys ook wel wat meer kan organiseren voor ouderen. We hebben bijvoorbeeld iedere keer de Shell-cup, dat is leuk voor de F-jes.

B: Daar hangen dan wel weer posters van door het dorp. En ik denk dat je bijvoorbeeld voor het eerste ook posters kunt ophangen. Bijvoorbeeld op maandag posters met "het eerste speelt thuis".

E: Dus meer reclame?

D: Ja reclame gewoon in Beuningen.

B: Al is het een poster, gewoon in de supermarkt. Met erop "het eerste speelt thuis, om die tijd, tegen die en die".

D: Het is vaak ook gewoon het even zien. Als je het niet ziet denk je er ook vaak niet aan. Je kunt er ook niets mee doen, maar als je het niet ziet weet je het ook niet.

E: En dat is combinatie met social media?

A: Ja, maar dan moet wel iedereen die facebook pagina gaan volgen.

D: Die was best groot.

B: Dan moet je het gaan delen, zodat iedereen het ook gaat zien.

A: En je moet het ook willen bijhouden.

C: Social media klinkt altijd heel leuk, maar zo zie je bijvoorbeeld ook. Ze hebben het wel, maar er wordt niets mee gedaan. Dan heeft het ook geen zin, dan kunnen ze net zo goed niks hebben.

A: Eigenlijk zou je hier gewoon ergens een computer open moeten hebben staan, zodat mensen even dit en dit zeggen.

C: Bij mij vorige club was er gewoon iemand die dat een beetje bijhield. Die zette af en toe wat foto's erop en de uitslagen. Dat die pagina lopende blijft.

D: Ja, dat is wel gedaan. Maar nu 1,5 jaar niet meer. Die jongen had er geen tijd meer voor.

C: ik merk zelf dat als ik verslagen lees, dat vind ik gewoon echt leuk. Het altijd leuk om even te lezen hoe je wedstrijd is verlopen.

B: Ja, dat wel. Maar ze hoeven niet die onzin erop te zetten dat er een paar van het eerste zijn gaan skiën. Dat interesseert me helemaal niets.

A: Maar aan de andere kant, dan laat je wel weer zien dat er wat word gedaan.

D: Daar heb je wel gelijk in. Bijvoorbeeld wij gaan naar Duitsland, dan is het wel leuk om erop te zetten "wij zijn voor teambuilding dit of dat gaan doen". Dat is leuk om te weten, oh heel het team is daar naartoe gegaan. Maar precies, als er een paar jongens zijn gaan skiën is het niet nodig. Het was ook niet vanuit de Beuningse Boys, het was gewoon iets wat ze zelf gingen doen.

B: Het moet gewoon voetbal gerelateerd zijn.

E: En worden er ook activiteiten georganiseerd?

A: Nou, voor ons vrij weinig.

D: Vrijwilligersavond binnenkort.

C: Nou, voor het eerste op zich.

B: Ja, maar jullie hoeven het ook niet te betalen.

D: Wij betalen het ook zelf he.

B: Ja, maar jullie krijgen nog bonnen. Wij krijgen helemaal niets he.

D: Het is hier al minimaal wat we krijgen, vergeleken met andere clubs.

E: Dus voor het eerste zijn activiteiten gratis?

C: Nou zoals vorige keer toen we naar Duitsland zijn geweest, toen hebben we wel 15 of 20 euro per persoon in een pot gedaan en natuurlijk hebben we wat bijgekregen. Dus we hadden behoorlijk wat.

E: En organiseer je dat zelf of is dat door de club gedaan?

C: De teammanager en de spelersraad.

B: Bij ons absoluut niet.

A: Dat is bij ons niet.

B: Wij krijgen 1 pakje bonnen. En dan zie ik bijvoorbeeld iemand van het tweede lopen met een mega pak bonnen en dat vind ik niet eerlijk.

A: Kijk, wij zijn het eerste van de dames en krijgen echt helemaal niets.

B: Als wij met ze meewilden naar Duitsland, moesten we 50 euro neerleggen om naar Kernwasser Wunderland te gaan. Ja daag.

A: En zij kregen het dan wel deels vergoed, snap je. En dan gaan wij uiteindelijk niet mee. We moeten het wel van activiteiten hebben dat het eerste, het tweede en het derde meedoet. Zoals dat ze hier een toernooitje organiseren en daarna in de kantine iets doen. Dan moeten wij het ervan hebben dat we worden meegevraagd. En dan mogen wij mee in dat gebeuren, en anders ook niet.

E: En worden er avonden georganiseerd?

A: We hadden altijd A/B toernooi.

D: Maar laatst was er Oktoberfest.

B: Ja Oktoberfest hadden we toen.

D: Maar dat wordt dan gewoon vanuit de selectie georganiseerd.

A: En in juni is dat tegen 7 toernooi, daar doen wij ook allemaal mee.

D: En binnenkort hebben we ook nog een keer vrijwilligersavond voor alle vrijwilligers.

C: Ik zit wel zo van het eerste is het eerste. Daar word door de meeste clubs iets meer moeite voor gedaan. Dat kan. Dat is ook niet erg, maar ik best wel iets minder krijgen waardoor anderen meer krijgen of hetzelfde en dat anderen alsnog meer krijgen. Maar inderdaad, wat jullie zeggen over die bonnetjes. Ik hoef op zondag niks te betalen voor het bierdrinken.

B: Plus jullie krijgen nog een broodje frikadel of broodje kroket, dat krijgen wij ook niet. Wij krijgen helemaal niets.

C: Het grappige is, terwijl ik dit zeg denk ik waar hebben we het over. Dan denk ik, zitten we een discussie te maken over eten en drinken. Maar tegelijkertijd dan is het niet zo van geef het hun ook, maar geef het ons dan gewoon niet. Dan bespaar je ook. En weet je, ik hoef het niet per se. Ik vind het hartstikke fijn, een broodje en een paar biertjes na een wedstrijd, maar ik wordt er niet anders van als ik het niet krijg.

E: Zouden jullie het dan gelijk willen trekken?

A: Nee, dat vind ik dan ook weer niet. Want uiteindelijk zijn ze wel het eerste. Het eerste haalt wel het geld binnen. Er wordt wel betaald om bij het eerste te komen kijken, en bij ons bijvoorbeeld niet. Op sommige vlakken heeft het eerste nou eenmaal voorrang, dat is zo. En ik zeg ook niet dat dat allemaal gelijk moet. Het gaat mij er ook niet om dat we per se bonnen willen. Dat het over zoiets specifiek gaat, maar soms mag er wel iets redelijker gekeken worden. Maar ik vind überhaupt het verschil hoe ze met dames aan de hele jeugdkant omgaan, niet specifiek ons team.

B: Maar ik vind wel dat we iets meer bonnen mogen krijgen. Als wij maar 1 velletje krijgen voor het hele seizoen en zij krijgen 5 velletjes per wedstrijd, vind ik wel dat daar een heel groot verschil in zit. Het scheelt wel iedere keer weet ik het hoeveel geld, een klein tientje ben ik wel kwijt op een zondag. Een keer in de zoveel tijd vind ik het wel fijn om een velletje bonnetjes te krijgen.

E: Kun je dan ook zeggen dat je eerder weggaat doordat je minder bonnen krijgt?

B: Nee, dat niet. Maar het scheelt me wel heel veel geld.

D: Voor hun twee niet, zij hebben allebei een vriend in de selectie die bonnen krijgen. Maar de andere dames van het elftal zijn over het algemeen sneller weg.

B: Ik moet eerlijk zeggen, ik zou er niet voor weggaan maar het zou het wel wat aangenameer maken voor meerdere mensen.

C: Ik denk vooral het meer ligt bij het meer aandacht geven, en hoe dat dan is. Dat je bij wijze van begint met facebook en dan ook voor ons (selectie), maar dan vooral voor de jeugd en vrouwen. Zodat dat ook wat meer aandacht krijgt. En daarnaast dan ook in het algemeen, dat dat dan een begin is. Dan

heb je ook met bonnetjes en dat soort dingen, maar dan krijg je wel iets meer die gelijkheid. Want nu krijg ik het gevoel dat jullie denken dat jullie niets krijgen en het eerste krijgt wel heel veel. En dat is logisch. Ik denk gewoon dat in het algemeen de andere teams ook meer aandacht moeten krijgen.

A: En ik vind bijvoorbeeld ook dat er een heel groot gat zit tot met de C met dingen die ze organiseren. Bijvoorbeeld A en B vallen er een beetje buiten, die worden niet betrokken bij het eerste. Dan worden wij bijvoorbeeld nog eerder betrokken.

E: En welke leeftijd is dat ongeveer?

A: 16 denk ik, zo rond die leeftijd. Wij worden dan nog eerder betrokken dan hun, zij vallen echt in een gat. Eerst was daar wel een oplossing voor, toen we AB-toernooi hadden. Was jij daar toen ook bij?

D: Ja, dat was eerst AB-toernooi en daarna een feestje. Maar dat kan nu ook niet meer geregeld worden want die jongens mogen nu allemaal niet meer drinken.

B: En dan krijg je weer al dat gedoe met die bandjes en dat ze er weer een zootje van gaan maken zoals de vorige keer. Ik denk dat ze het daarom ook niet meer doen.

D: Het AB-toernooi moest door onszelf geregeld worden, maar dat hebben we niet gedaan. We hebben gewoon voor uitjes gekozen met de selectie in plaats van met elkaar.

E: Vinden jullie dat er meer activiteiten georganiseerd kunnen worden, ook wanneer er sprake is van een eigen bijdrage?

C: Ja.

D: Ja, ik vind het best wel leuk. Want er moeten gewoon meer feestjes georganiseerd worden voor de gehele club en niet alleen voor de selectie om het zo maar te zeggen.

C: Ja, want de dames hebben ook niets in principe.

D: Eigenlijk hebben wij alleen uitjes, waarvan gedeeltes gesponsord door bijvoorbeeld mensen die komen kijken, die laten we een toto invullen voor 50 cent.

A: Ik heb gehoord dat ze nu een slottoernooi willen organiseren voor het eerste, tweede, derde en dames enzo. En dan denk ik van ja, dat moet je gewoon doen. Dat is gewoon leuk, want bijvoorbeeld de hele jeugd krijgt wel een slottoernooi, maar dat krijgen alle eerste teams bijvoorbeeld niet. En als je dat nou doet, dat is best een leuk idee. En daarna heb je een avond, ik weet zeker dat kei veel mensen gaan betalen om veel te drinken.

B: Ik denk dat het voor heel veel mensen van bijvoorbeeld lage teams ook de overstap naar een hoger team ook wat gemakkelijker gaat worden als je meer mensen kent. Als je wat meer wordt betrokken bij de lagere teams, want ik heb echt geen flauw idee wie er in de D of de C zitten. Als bij ons op een gegeven moment de A het tweede wordt, hebben we geen A meer en dan moeten de meisjes van de B bij het tweede. We kennen er wel een paar, maar ik denk dat het makkelijker te overbruggen is als je elkaar wat beter kent.

E: Er zijn dus bijna geen algemene feesten begrijp ik hieruit?

D: Zoals ik al, we hadden dat Oktoberfest. Dat was door de selectie geregeld.

C: Dat vind ik dus ook, want bij m'n oude club had je bijvoorbeeld 3 of 4 keer per jaar heb je gewoon iets georganiseerd. Dat was dan bijvoorbeeld een soort bingo, of een bazaar waar je lootjes kunt kopen waarmee je prijzen kunt winnen. Dat is hier niet. En dat is geld weet je en iedereen, zoals vrijwilligers, leden, mensen die niet voetballen, mensen die wel voetballen, kinderen nemen ze mee en dan is het gewoon 3 of 4 uur lang biertjes of fris drinken en gewoon gezellig kletsen en lol trappen.

B: of een keer iets op een vrijdagavond organiseren, want zoals wij trainen dan op dinsdag en donderdag. Maar zoals de B-teams enzo, die trainen op de maandag en de woensdag. Dus die worden eigenlijk niet betrokken bij wat er onderling gedaan wordt.

D: Eigenlijk moet je gewoon iets doen in de winterstop en voor het einde van het seizoen.

A: Ja, zoiets. Vlak voor de winterstop en eind van het seizoen, dan moet je dingen organiseren. Zoals een Oktoberfest en een zomerfeest ofzo.

B: Hawaii feest!

C: Wat we laatst ook hadden, was dan op de teams gericht, was dat oliebollen gebeuren. Dat vond ik echt van, nou ik had net zo goed thuis kunnen zitten. Het was gewoon training, met het eerste, tweede en de A.

D: Ja, het was vanuit de selectie en de jongens van de A zijn dan vrienden van jongens uit het tweede en het eerste, dus die werden er bij betrokken. Dus omgeving van de selectie, die hebben al die stapavonden en feestavondjes hier. De rest van de club echt niet.

C: Maar zoals dat oliebollen-ding, was ook een beetje krampachtig van laten we maar iets doen. Ik weet niet eens meer wat het precies was, oliebollen eten en bier drinken. Maar bijvoorbeeld dat Oktoberfest, dat was best lachen en gezellig volgens mij. Maar wat je dus net zegt, volgens mij ook weer een selectie-ding. Ik moest 5 of 10 euro betalen, dan kreeg ik een bandje en kon ik de hele avond drinken.

A: Ja, en wij moesten 25 euro betalen.

E: maar jullie zeggen activiteiten voor de hele club, dat mag meer gedaan worden?

A: Ja.

B: Ja.

C: Activiteiten voor de hele club mag meer gedaan worden en aandacht voor meer de hele club, alle teams. En ook aan de dames teams mag meer aandacht gegeven worden. Gewoon die twee dingen denk ik.

B: Ja.

A: Daar zijn wij het mee eens!

E: Jullie zeggen dat jullie graag in de kantine komen, daar hoeft niets aan veranderd te worden?

C: Ja, alleen de hoge prijzen.

A: Ja, het is duur.

D: Een ijsje is 2,40, dat is wel duur. Een biertje 1,90 en flesje drinken 2,40.

E: Wat vinden jullie van het assortiment?

B: Ja, prima.

D: Misschien nog wel te veel.

C: Prima.

E: Ik heb in mijn vooronderzoek gezien dat het een trend is om het gezonder te maken, wat vinden jullie daarvan?

D: Nou, doe maar niet.

B: Ah, nee!

C: Nee hoor!

D: Ik hoef echt geen broodje gezond na het voetballen. Maar je hebt wel gezonde dingen, 90% is vet en de andere 10% is gezond.

C: Ja, en je voetbalt al, dus de beweging is er al. Dan mag je echt wel een keer wat slechts.

B: En het hoort er gewoon bij.

A: Ja het hoort gewoon bij een voetbalkantine.

C: Op een zondag of een zaterdag hoort het er gewoon bij, allemaal een patatje met.

E: Want waar zouden jullie voor gaan als er ook gezonde opties zouden zijn?

B: Ja, wat er nu ook al is.

D: Ja.

C: Ja.

A: Ja.

E: Hoe zit het eigenlijk met vrijwilligerswerk, moeten jullie dit doen?

B: Ja, wij hebben bardiensten.

D: Ik niet, omdat ik al jeugdtrainer ben.

A: Per team krijg je een aantal bardiensten die je moet verdelen. En als je geen bardiensten kunt draaien, moet je gewoon de hele club poetsen.

D: alle senioren, A1 en A2 hebben bardiensten. Kun je niet, dan moet je poetsen. En als je een team traint of wat dan ook, dan word je ervan vrijgesteld. Het enige vrijwilligerswerk is dus bardiensten en schoonmaken.

E: Zorgt dat voor een bepaalde binding met de club?

C: Nee.

A: Nee.

B: Nee.

E: Dus je krijgt er niet meer gevoel voor de club door?

D: Nee juist niet.

B: Ik vind het geen probleem hoor, die bardiensten.

C: Dan is het ook van wat je doet. Bijvoorbeeld ik (de selectie) hoeft geen vrijwilligerswerk te doen, en dat moet vooral zo blijven. Maar dan vind ik wel, de mensen die wel veel dingen doen, die mogen dan ook wel meer krediet krijgen.

A: Je hebt een keer per jaar de vrijwilligersavond, dan moet de selectie achter de bar. En de vrijwilligers hebben dan de feestavond.

C: Ohja, dat is dan wel weer leuk.

D: Ze kiezen er hier bijvoorbeeld ook voor het eerste te ontlasten. Anders kiest niemand ervoor om hier te voetballen. Dan moet je gaan werken om te voetballen terwijl je in de omgeving ervoor betaald word.

E: Denken jullie dat mensen door vrijwilligerswerk meer contact met de club krijgen?

B: Ik denk het wel. In een paar opzichten wel

D: Nee.

C: Ik denk het wel, maar op latere leeftijd. Ik denk dat jongeren vrijwilligerswerk niet heel erg aantrekt.

A: Ik denk dat de mensen die het moeten zich niet extra verbonden voelen, meer de mensen die zich ervoor aanmelden.

B: Maar om erop terug te komen, ik denk dat er wel meer binding ontstaat. Wij spelen bijvoorbeeld op de zondag, ik kom nooit op zaterdag op de club. Wij moeten nu op zaterdag de bardienst draaien, eerst was dat zondags na de wedstrijd. Maar ik vind het wel heel leuk om dat een keer op de zaterdag te doen, dan zie ik weer andere teams.

C: Denk je ook qua jongeren, meer binding? Want ik denk dat niet.

B: Maar dat ligt ook aan de jongeren van tegenwoordig.

D: Jongeren kun je alleen binden door middel van leuke evenementen te organiseren.

B: Maar wie op zondag voetballen draaien nu zaterdags de bardienst en andersom. Dat hebben ze wel goed gedaan. Vorige keer draaide de bardienst altijd na je eigen wedstrijd. Waardoor je nu nieuwe mensen kunt leren kennen.

E: Om welke reden denken jullie dat mensen komen voetballen bij de Beuningse Boys?

D: Ja vooral omdat dit de enige club in Beuningen is.

A: Er is maar 1 club.

B: Ik denk inderdaad omdat ze in Beuningen wonen.

C: Ik moet wel opmerken dat in dit ene jaar dat ik hier ben, ik wil niet zeggen dat het als thuis voelt. Maar wel heel chill. In de winterstop kon ik naar een andere club, maar ik heb wel heel erg getwijfeld of ik dat zou doen. Puur ook om het feit hoe het hier is, het gevoel dat ik erbij heb. Dat is voor mij gewoon heel belangrijk.

D: Als je ook kijkt, het is een boerenclub in principe. Van vroeger uit eigenlijk. Je hebt mensen die in de selecties voetballen, die zijn altijd samengebleven. De echte Beuningse mensen die hier ook de club hebben opgericht, lopen hier ook nog rond. Die hebben geen kinderen hier meer voetballen, maar hebben wel echt iets met Beuningen.

B: Passie.

D: Dat zijn ook diegenen die hier altijd op zondag zijn. En als je kijkt naar een C5, die komt hier op zondag niet kijken ofzo.

B: Maar de A1 dan weer wel.

C: Het leuke wat ik vind toen ik hier kwam. Er werd mij echt verteld dat we eerst in gesprek moesten gaan want er waren heel veel spelers, vooral uit Beuningen zelf, de jeugd. En waarom? Omdat ze dat gewoon heel belangrijk vinden. Ze willen echt hun eigen mensen houden en dat zegt ook wel wat over een club. Het is mooi om te zien dat ze dit vanuit Beuningen en omstreken willen behouden.

D: Ja, en voor mij is het wel weer heel fijn om te zien hoe makkelijk het is voor iemand van buitenaf om zich hier, bij de club, zo goed te voelen. Mijn pa zit hier in de technische commissie en die regelt dat soort zaken allemaal. Er wordt eigenlijk alleen gekeken naar eigen jongens, en als ze echt niks beters hebben of niks beters kunnen vinden halen ze pas van buitenaf.

E: Vinden jullie dat er een verschil is tussen de oude en nieuwe locatie?

D: Ja, dat zeker.

A: Ja, want het zit niet meer echt in het dorp.

B: Ik vind dit best wel groot, maar de kantine enzo dat was daar echt vies.

D: Het was er wel altijd druk.

A: Ja.

D: Toen kwamen nog 300 mensen kijken.

C: Maar ik vind dit wel echt een mooie accommodatie, juist ook qua gezelligheid. Buiten kun je zitten.

A: Wat ik wel merk, het is hier altijd windkracht 10.

C: Ja, dat is het enige. En misschien ook wel dat daarom mensen wegblijven. En echt iedereen hoor je erover.

E: Maar kun je ook binnen kijken?

D: Ja, vanaf een stukje in de kantine. Maar er staat 1 rij en daarna ben je te laat.

B: Maarja, bij andere clubs gaan mensen ook gewoon kijken. Ook al is het koud of slecht.

C: Ja, dat is ook waar. Dat heeft dan ook weer met niveau te maken denk ik.

B: Maar er zou hier eerst ook een tribune komen. Misschien hebben ze daar het geld niet voor, maar het zou wel heel handig zijn. Dan kunnen die mensen die komen kijken ook gewoon gaan zitten.

C: Ja, maar toch niet alle clubs hebben een tribune.

B: Nou, bijna alle clubs in Nijmegen hebben wel een tribune. Al heb je maar een kleintje. Hier heb je 4 bankjes waar je kunt zitten, als je te laat bent kun je al niet meer zitten.

D: Maar er komen ook niet veel mensen.

E: En hoe denken jullie dat er meer mensen zouden komen?

A: Door meer reclame.

D: Er valt ook geen reclame te maken voor een elftal wat onderin speelt.

C: Maar ik denk gewoon dat je met, wat we al zeiden, meer aandacht geeft op facebook. Dat dat wel echt handig is. Om nou reclame te maken weet ik ook niet.

A: Ik vond het bijvoorbeeld ook echt slim dat ze kinderen mee lieten lopen met het eerste, mee het veld op. Dat is echt superslim, al die ouders komen dan kijken.

C: Toen had ik voor het eerst zo'n moment dat ik dacht leuk! Wij hadden bij mn oude club ook altijd een spelertje van de week. De eerste weken liep dan zo'n spelertje mee bij elke thuiswedstrijd, dat is gewoon leuk. De ouders voelen zich meer betrokken, zo'n jongetje denkt: "Oh, het eerste".

B: Neven en nichten komen dan kijken.

C: Ik weet nog wel dat ik spelertje van de week was en dan ik ook van "wowww, dan kom je bij het eerste".

D: Maar dat vinden die ouders allemaal mooi.

C: Zeg dat er 10 jongetjes meelopen keer ouders en de hele familie komt waarschijnlijk kijken.

A: En als je slim bent, laat je die in de rust een wedstrijdje spelen tegen elkaar. Dan blijven al die mensen kijken, want die vinden dat natuurlijk ook mooi.

D: Elftal van de week moet je maken.

B: Ja, want bij de eredivisie lopen ze ook allemaal met een kindje aan de hand. Ouders komen, misschien komen opa en oma ook wel mee, want het is toch hun kleinkind. Ik denk dan wel dat het meer gaat leven.

A: En misschien gewoon een keer dat je zegt, blijf na de wedstrijd want er staat een DJ in de kantine ofzo. Maar dat zijn wel dingen die moet zeggen, ze kunnen hier ook iets omroepen.

D: Je moet hier gewoon een DJ hebben staan, dan heb je iedere keer gewoon feest. Maar als je hier gewoon met het eerste en tweede bier gaat drinken, dan gaat de rest er niet bijzitten. Dan is het een uurtje leuk, maar daarna ook niet meer.

A: Maar de kantine is ook gewoon supergroot. Iedereen gaat zitten. Als je een kleinere kantine hebt, heb je ook veel meer dat de mensen blijven staan. Dat je statafels hebt ofzo, dat hebben wij veel minder want overal staan stoelen.

C: Ja, hmmm weet ik niet. Aan de ene kant kun je dingen weghalen om meer statafels neer te zetten, maar in de hoek heb je gewoon stoelen maar ook statafels met krukken erbij.

D: Na een wedstrijd wil ik echt niet staan hoor. In het begin wel, maar na een paar biertjes.

C: Maar is er nu iets doen na de wedstrijden?

D: Nee, gewoon bier drinken, bonnen opdrinken.

A: Wij hebben geen bonnen.

D: Het probleem bij de Beuningse Boys is gewoon dat er niemand is die het kan of wil organiseren, of tijd heeft.

C: Iemand heeft heus wel tijd, het is gewoon puur initiatief nemen en prioriteiten stellen.

D: Het levert ze heus wel iets op.

C: Ja, maar dat is ook de fout die ze maken. Eerst kost het misschien wat geld, maar als het drukker wordt op de langere termijn, gaan ze wel meer verdienen. En dat is ook met facebook, iemand gaat er tijd in investeren, maar uiteindelijk komen er meer mensen kijken. En die mensen gaan ook meer drinken, nemen kinderen mee, pakken wat te eten.

D: Weet je wat wel scheelt, als je drankprijs omlaag doet. Als je 2,40 voor een drankje betaalt, blijf je hier geen 3 uur zitten. Dan ben je een kapitaal kwijt. Maar dan bedoeld voor andere mensen, de mensen die komen kijken. Bier is 1,90, wijn is 2 euro en fris is 2,40. Dus alcohol is goedkoper dan fris, dat is een beetje raar.

C: 2,40 voor een ice tea slaat gewoon nergens op.

A: Het mag inderdaad wel wat goedkoper.

B: Ja.

E: Hebben jullie verder nog iets wat je kwijt zou willen?

A: Nee, eigenlijk niet.

D: Nee.

B: Nee.

C: Ik ook niet.

E: Dan wil ik jullie bedanken voor jullie tijd en inbreng!

Bijlage VII – Transcript expert-interview 1

Interview SV Orion

A: Eric Joosten Secretaris

B: Denise Koppers Interviewer

B: Doet Orion iets aan ledenbinding?

A: Ja, dat moet wel. Zonder leden zijn wij geen club. We adverteren niet uitgebreid van kom bij Orion voetballen, maar als ze eenmaal bij Orion voetballen proberen we wel de mensen te houden. We zijn 10 jaar geleden verhuisd van een complex met 2 velden naar dit complex, dit is natuurlijk veel groter dus het ledenaantal is verdrievoudigd. We zitten momenteel op 1400 leden en het verloop is weinig in verhouding, nog geen 10% per jaar. Dus 10% gaat ergens anders voetballen of stopt ermee, maar daar komt ook weer 10% aan nieuwe jeugd voor binnen. Mensen die tevreden zijn blijven kennelijk hangen. We hebben een pakket jaarlijks gezien waarmee we de leden buiten voetbal proberen bij de vereniging te behouden. Wat activiteiten, we hebben een toernooi, dat is traditie, op Hemelvaartsdag. Daar doen 37 teams aan mee, waaronder veel van Orion zelf. Allemaal recreatief, dus niet in competitieverband. We hebben een kerstbingo, dan is het hier afgeladen vol. Dan loopt de wijk ook leeg. We hebben mini playbackshows, het vierdaagse gebeuren. We brengen enerzijds wandelaars onder en anderzijds is er ook een feestavond bij voor de leden die een bijdrage leveren. Een heleboel jeugdkampen. Al is er het hele jaar niets te doen voor ze, als het kamp bevalt blijven ze toch bij de club. En voor dat soort doeleinden, voor al die festiviteiten, hebben we een activiteitencommissie die dat soort dingen organiseert.

B: Zijn de activiteiten voor bepaalde leeftijdsgroepen of iedereen?

A: Voor iedereen! We hebben ook een club van oud leden en een club van reünisten die hier elk jaar 4 maanden dinsdagmorgen koffie komen drinken, herinneringen ophalen, foto's uitwisselen. Mensen die al lang buiten Nijmegen wonen komen dan om de zoveel tijd terug. Het is ook niet alleen maar voetbal gerelateerd, we doen ook volleybal, voetgolf, boerenhockey. Veel variatie op recreatief gebied. Maar ook met het oogmerk, als je het financieel bekijkt, we hebben leden nodig om alles te kunnen bekostigen. Als wij 300 leden zouden hebben, zouden we dit niet kunnen betalen. Je moet dus iets vinden om je leden te behouden.

B: Heeft u het gevoel dat leden een emotionele binding hebben met Orion?

A: Ik ben niet objectief. Ik ben zelf 41 jaar lid, ik ben hier groot geworden. Het is mijn club, daar sta ik voor. Orion is een club die is geboren in Nijmegen Oost, er is er nog een Trekvogels. Als je in Nijmegen Oost geboren was en je ging voetballen, dan kwam je bij een van de twee clubs. En dat heeft altijd de binding gehouden, want die kinderen ging weer bij de club, en weer die kinderen. Maar sinds Orion verhuisd is, zitten we tegen de universiteit aan. Nu heb je mensen die in Nijmegen komen studeren, die willen niet elke keer meer op en neer naar waar ze vandaan komen om te voetballen en die komen nu met een heel team hier voetballen. En vaak blijven ze hangen. Verschillende mensen die ooit als twintigjarige hier als student binnengekomen zijn, zijn als zestigjarige nog lid.

B: Dus je kunt wel spreken van een zekere clubliefde?

A: Ja. Er is een vrij vaste kern van een man of 30/40 die allemaal rond de 40 jaar lid zijn en die stralen dan iets uit en halen weer nieuwe mensen binnen. En er zijn ook leden die 1 jaar lid zijn, of 5 jaar, of wanneer ze klaar zijn met de studie gaan ze weer naar huis. We krijgen nu een heel nieuw team van de

Universiteit, die mensen hebben nu allemaal hun propedeuse gehaald. Die vroegen, over ledenbinding gesproken, hoe zij zich het beste bekend konden maken. Die hebben zich ingeschreven voor het toernooi op Hemelvaartsdag en zo kom je dus binnen. Misschien als ze straks afgestudeerd zijn dat ze hier weggaan, verloop houd je altijd.

B: Merken jullie dat de leden alleen komen voor de trainingen en wedstrijden, of heb je wel het idee dat mensen blijven hangen?

A: We zijn een club met een clubavond op donderdag. Een soort weekendborrel op vrijdag, maar dan is het niet zo heel druk. De activiteiten zijn op vrijdag of op zaterdag, in de avond. En als je hier voetbal wilt kijken moet je komen op zaterdag of zondag. En dan komen mensen in de rust en na de wedstrijd de kantine in en is het lekker druk. Druk in verhouding dan. Als je hier een wedstrijd tegen een andere Nijmeegse ploeg speelt, die nemen allemaal mensen mee. Iedereen kent wel iemand. Het is 15.45 afgelopen, dan blijft het tot 6 uur druk en dan 7 uur studio sport en daarna gaat iedereen weer naar huis.

B: Doen jullie ook iets met digitale media?

A: Ja. We hebben een website. De website wordt vrij actief bijgehouden, bij wedstrijden of bij evenementen zit er automatisch een twitteraccount wat live bijgehouden wordt. Ledenbinding, we hebben elke maand een verkiezing van doelpunt van de maand. Elke wedstrijd wordt dat zo'n beetje opgenomen, een commissie kiest daar dan het mooiste doelpunt uit. Een dag in de maand laten we die zondags op het grote scherm zien en dan kan iedereen via de website stemmen. Dat is puur ledenbinding.

B: Word je website goed bezocht?

A: Ik heb geen idee. Ik neem aan van wel, ze moeten daar alles vandaan halen. Aankondigingen, trainingen enz. alles staat erop. De kalender, informatie over de club, wedstrijdverslagen, alles.

B: Zijn leden verplicht vrijwilligerswerk te doen?

A: Nee. Maar dat kan volgende week anders zijn. Nee, maar we zijn een amateurvereniging en we zijn enerzijds afhankelijk van de leden met de contributie en anderzijds van de gemeente met allerlei subsidies. Stichting buitenschoolse opvang zit hierin. Wij kunnen geen mensen in dienst nemen, behalve een trainer. Dat moet je ook van de KNVB. Er werken hier een paar jeugdtrainers, die krijgen een vrijwilligersvergoeding, dat is een paar euro per keer. Verder moet de bar bezet worden, dat gaat nu nog allemaal nog met vrijwilligers. Maar dat wordt steeds moeilijker, er stoppen een aantal mensen en je moet er steeds maar in slagen nieuwe mensen te vinden. Het is financieel bijna niet te dekken om iemand in dienst nemen of iets anders te geven dan een vrijwilligersvergoeding. Daar komt bij dat clubliefde er wel is, maar dan vooral in de senioren kant. De junioren kant wisselen zo makkelijk, ik denk dat mijn vader me 3 keer op m'n kop had geslagen als ik ooit gewaagd had om naar een andere vereniging te gaan. Zo ben ik opgevoed. Maar tegenwoordig iedereen beslist dat zelf, we gaan net zo makkelijk daarheen. Maar verplicht vrijwilligerswerk, daar willen we nog niet naartoe. Zolang we nog vrijwilligers vinden, willen we niemand verplichten. We werken liever met een vrijwilliger dan met iemand die gedwongen aangewezen wordt. En dan moet je nog iemand houden die alles onder controle houdt. Ik ben zelf 60, ik vind mezelf eigenlijk al te oud voor het bestuur, er moet iets jongers inkomen. Maar het is gewoon moeilijk, iedereen is druk overal mee. Maar voor activiteiten komen ze graag, en daarna gaan ze weg en dan ruimen wij de rommel wel weer op. Dat is gewoon heel moeilijk. Maar het gaat nog goed en hebben nog steeds vrijwilligers, natuurlijk kunnen we er altijd wat gebruiken. Op het moment dat je geen vrijwilligers meer hebt, is het hier niet meer zo gezellig, loopt je ledenaantal terug

en op een gegeven moment houd het op. Nou zal het hier niet zo snel gebeuren, maar een aantal kleinere verenigingen zullen er wel heel veel last van hebben. Men heeft gewoon andere prioriteiten. De clubliefde is er nog wel, maar die is gewoon heel erg veranderd. Het gaat tegenwoordig ook veel meer om presteren, tenminste veel ouders zien hun kinderen graag presteren. En als dat niet bij deze club kan, dan gaan we wel naar een andere club. Als er hier eentje goed voetbalt en ze willen hem in Groesbeek hebben, dat is geen geheim, moet je ook geen geheim van maken. En ik geef die jongens, ook al hebben ze een hele sterke clubbinding met Orion, maar ik geef ze absoluut geen ongelijk. Iemand van 18/19 die aan het studeren is, die moet op een of andere manier bijwerken anders kan hij zijn studie niet betalen en daar kan hij het verdienen met zijn hobby. Dus ik geef hem groot gelijk als hij dan weggaat. En dan gaat clubliefde even aan de kant. Ik vind wel dat ze echte clubliefde, of binding, hebben als ze ouder worden en dat ze terugkomen. Dat zie je ook met heel veel mensen. Dan is voor mij eigenlijk de clubbinding even latent aanwezig, want als ze dan toch terugkomen hebben we toch iets goed gedaan.

B: Dan wil ik het hier bij laten, tenzij u nog vragen of aanvullingen heeft.

A: Nee.

B: Dan wil ik u heel erg bedanken voor uw tijd en het meewerken hieraan.

Bijlage VIII – Transcript expert-interview 2

Interview VV Union

A: Paul Bongers Secretaris

B: Denise Koppers Interviewer

B: Doet Union aan ledenbinding?

A: Nee, niet actief. Wat we wel doen is op het moment dat teams of leden zeggen dat ze het niet meer leuk vinden, of naar wat anders uitzien. Dan proberen we daar wel actief in te opereren, zo van wat kunnen we voor jou betekenen op dat vlak? Want leden is voor ons, voor elke club, gewoon heel belangrijk om daar de financiën mee te kunnen doen. Dus dat is eigenlijk wat we er actief aan doen. We zijn nu wel bezig met PR en communicatie, dat zijn we even wat fanatieker aan het opzetten omdat we daarmee de mensen kunnen informeren over Union en daarin te betrekken. De facebook pagina wordt ook goed bekeken. De site zelf gaan we ook wat actiever doen, er stonden nog berichten op van vorig jaar en dat kan ook niet meer. Even nadenken, wat doen we anders nog, ja veel meer activiteiten. Ook waarbij het hele gezin word uitgenodigd, neem je vriendjes mee naar een training, barbecue bijeenkomsten, dat soort dingen. We proberen het familiegevoel erin te brengen.

B: Is Union een club waar kinderen vanaf jonge leeftijd bijkomen en ook blijven hangen tot latere leeftijd?

A: Ja. Dat loopt allemaal goed door, van de F-jes tot en met de A. We zien wel een probleem, of een probleem, de jeugd van Union staat erom bekend dat ze een behoorlijk hoog niveau spelen. En waar we nu mee bezig zijn, en dat lukt nu steeds beter, om de spelers op het moment dat ze B/A zijn om ze voor te sorteren naar het eerste van Union. Het eerste van Union speelde ook vierde klasse, ze zijn nu aan het promoveren naar de tweede klasse dus ze staan er goed voor. Wat we voorheen veel zagen is dat de jongens die bij ons de opleiding hadden genoten, naar Achilles, Juliana, dat soort clubs gingen. Al dat soort clubs wat op hoog niveau speelt, omdat ze zeiden "als we eerste divisie hebben gespeeld, moeten we terug naar de vierde klasse. Dat vinden we niet boeiend". Dus dat zie je wel bij de leden, maar vanaf de F-jes stroomt het gewoon goed door, dat is een feit. En we zien ook veel jongens die van buiten komen en die bij ons af en toe de open selectie trainingen meedoen. Die spelen nu weer voor volgend seizoen, dan mag iedereen zich aanmelden en natuurlijk de eigen jongens om daarmee volgend jaar nieuwe teams te creëren. Het valt mij op dat er heel veel jongens zijn die heel erg aan het shoppen zijn hier in de regio. Om te kijken wat het beste past en waar ze op het hoogste niveau kunnen meespelen. Dat is wat er gebeurt.

B: Maar is het doel wel om de leden die je hebt vast te houden?

De jongens blijven wel, de jongens gaan niet weg. Ze blijven wel bij Union, ze blijven Union ook trouw als ze in de selectie zitten. Dus dat gaat wel goed.

B: Is er echt sprake van een clubgevoel, echte clubliefde?

A: Ja. Bijvoorbeeld mijn twee zonen zitten beiden in de selectie, die zijn vanaf de F-jes al met alle jongens die ze allemaal al kennen, waar ze jaren mee optrekken. Dus het is meer de binding met het team, de jongens in het team dan dat het Union is. Wat je ook nog wel eens ziet is dat naarmate de jongens ouder worden (B/A) dat ze met het hele team vertrekken naar een andere club. Gewoon omdat ze daar bijvoorbeeld beter uitkomen. Maar of er binding met de club is of met het team, dat is even de vraag. Maar je ziet ook wel dat al die trainers die ze hebben meegemaakt, altijd vaste mensen die in de

kantine aanwezig zijn, daar hebben ze ook de contacten mee. Daar zit ook wel een soort van thuisgevoel in, dat merk ik ook wel.

B: Is het bijvoorbeeld na wedstrijden druk in de kantine? Blijven de leden na de wedstrijden hangen?

A: Bij de volwassenen wel, bij de jeugd natuurlijk niet. Daar komen de ouders wel van mee, en die komen dan even een bak koffie doen als de jongens aan het omkleden zijn. Je hebt ook het alcoholbeleid, dat er pas na 4 uur geschonken mag worden en de meeste jeugd is dan al weg.

B: U zegt net dat u druk bezig bent met digitale media, werkt dat bevorderend?

A: Ik kreeg wel eens reacties dat de site niet op orde was en dat er op de facebook pagina ook niks gebeurde. Die reacties kreeg ik gewoon links en rechts. Ik krijg nu andere reactie, van joh we zijn nu op de hoogte. Ik vind het leuk, ook de activiteiten die je meld en ik zie het ook qua aantal mensen die de pagina leuk vinden en volgen. Dat zie je gewoon enorm omhoog gaan.

B: Plaatsen jullie ook wedstrijdverslagen en/of foto's?

A: Ja, dat doen we sowieso op de site. Dat is meestal ook van het eerste, maar de senioren doen het ook. Je ziet af en toe ook ouders die een leuk verslag schrijven van een wedstrijd, maar het gebeurt niet structureel. Wat ik nu altijd wel doe is, omdat het eerste van Union het nu zo goed doet, de pagina van de Gelderlander direct doorlinken naar de facebook pagina. Dan zie je gewoon enorm veel hits.

B: Dus er is wel een stijging in volgers van de facebook pagina, en ook views op de website?

A: Ja, facebook zeker. De website weet ik eigenlijk niet, maar ik denk het wel.

B: En worden er veel activiteiten georganiseerd?

A: Ja, heel veel. Familie toernooien, jeugd toernooien, mixed toernooien, meidentoernooi, ja heel veel. En die worden redelijk goed bezocht. Maar vroeger had je veel meer dat je bij een club zat en daar ook dingen voor deed en dat daar ook de kinderen en de familie allemaal zaten. Ik zie nu steeds meer dat de club er eigenlijk niet meer zo toe doet. Het wordt net zo gemakkelijk ingewisseld voor andere clubs. Voor mijn bestuurstijd is de contributie verhoogd, door diverse redenen. Maar dan zie je wel dat er daardoor wat mensen zijn vertrokken. We hebben de contributie weer wat naar beneden kunnen brengen, maar je ziet dat mensen daar veel meer naar kijken. Mijn dochter zit op hockey, maar die heeft de leeftijd dat al die jongetjes ook gaan voetballen. Dan zeg ik altijd gekscherend, we gaan toch wel naar Union toe. Maar dan is het nee, we gaan naar Brakkenstein of Orion of wat dan ook. En dan spreek ik die ouders en die zeggen dan dat de contributie gewoon veel te verschillend is, bij jullie betalen we bijna 100 euro meer. Je ziet ze later wel weer terugkomen, want op woensdagmiddag is er een training voor de jeugd, het veld is open maar verder is er geen trainer. Dat moeten de ouders zelf regelen. Dan zie je toch wel veel ouders terugkomen, dat is bij Union gewoon goed geregeld. Daar hebben we CIOS-studenten en begeleiding.

B: Wordt er veel vrijwilligerswerk gedaan en is het verplicht?

A: Nee, het is niet verplicht. We zijn nu druk bezig om alle activiteiten op te knippen, om te kijken waar als bestuur mee bezig zijn en wat zouden we eventueel aan vrijwilligers over kunnen laten? PR, communicatie, ICT, bardiensten, noem maar op. En daar vinden we wel wat mensen voor die daarin de kar willen trekken. Wij hebben het niet verplichte karakter gedaan, dat willen we ook nog niet. Zoals met de bardiensten, we zien dat het loopt, dus dan willen we dat niet met dwang gaan doen.

B: Zijn er ook leden die zich vrijwillig aanmelden?

A: Ja, dat zie je ook wel. Dat ouders zeggen dat ze wel iets willen doen. Vandaar ook die commissies, dan is het niet iets structureels. Sommigen willen geen vrijwilliger worden, maar wel af en toe iets doen.

B: Nu spreekt u vooral over de ouders van de jeugd, maar zijn er ook echt leden die iets doen?

A: De senioren doen ook wel wat. De senioren doen bijvoorbeeld ICT, die zitten er ook wel bij. Maar het zijn met name de jeugd, want het gros van Union is natuurlijk de jeugd. Dus dan heb je de ouders die vaak graag willen helpen.

B: Merkt u iets van onafhankelijkheid binnen de club, dat spelers steeds individualistischer worden?

A: Consumentengedrag noem ik dat, dat is natuurlijk aanwezig. Overdreven gezegd, ik betaal contributie en ik gooi mijn kind over de schutting en ik haal het om 3 uur weer op. Dat zie je heel erg. Maar je ziet ook ouders die er wat voor willen doen en mee willen denken. Op het moment dat ze iets niet bevalt zie je ze meteen aan het bel trekken, dat beantwoord ik dan met een wedervraag "wat kun jij doen voor de club?". Men snapt niet dat de club gerund wordt door vrijwilligers, wij als bestuur steken er heel veel uren in. Dat vergeet men nog wel eens. Dus individualisering, ja dat speelt mee. Dat net zoals ik net al even zei, vroeger ging je met de hele familie naar Union en nu is het vooral consumentengedrag. Bijvoorbeeld voor Brakkenstein hoef ik niet ver te fietsen, Bij Orion betaal ik minder contributie. Je ziet dat mensen tegenwoordig snel heen en weer fietsen. Wat me ook opvalt is dat veel ouders ook enorm gedreven zijn met hun kinderen, in die zin in het op niveau voetballen. Dus op het moment dat teams worden ingedeeld, dan merk ik dat ouders reageren van D3? Dat vind ik wel een beetje laag, kan hij niet in de D2? Dat vind ik wel heel opvallend. Dat is een trend die de laatste jaren ook doorzet.

B: Ziet u dan ook dat het belangrijker is om hoog te spelen dan de clubverbondenheid?

A: Ja, je ziet dat dat belangrijker is. Want wat we hier niet kunnen krijgen, halen we daar wel. Je hebt gewoon sommige ouders die denken dat hun kind meer kan.

B: Om nog even terug te komen op de activiteiten, wordt dit door de club georganiseerd en ook gefinancierd?

A: Vaak zie je dat er wel een bijdrage wordt gevraagd, bijvoorbeeld voor familie bijeenkomsten of een barbecue. Wij hebben als Union echt geen vetpot, dus het moet gewoon. Het enige wat we kunnen doen is schrappen in de kosten en zorgen dat er wat binnenkomt. Inkomsten genereer je door leden, en inkomsten genereer je door sponsoring.

B: Vinden de leden of mensen die naar zo'n activiteit komen de eigen bijdrage prima?

A: Ja hoor, je hoort daar verder niets over. Maar wat wel bijzonder is alle omliggende clubs liggen midden in een wijk, die clubs horen echt bij een wijk. Union heeft dat niet, Union ligt echt in the middle of nowhere en daar is die binding met de wijk er niet. Wat je bijvoorbeeld bij Brakkenstein ziet, daar zie je de plaatselijke bakker en de plaatselijke slager hun bord hangen. Dat hebben wij niet, wij hebben niet die letterlijke binding met een wijk. Maar om nog even op dat consumentengedrag terug te komen, er wordt tegenwoordig gedacht wat is erin voor mij? En het gemeenschappelijk belang is er 0. Maar goed, daar kun je wat van vinden, maar het is wel de werkelijkheid waar we mee van doen hebben. Hier heeft iedere club last van.

B: Dan wil ik het hier bij laten, tenzij u nog vragen heeft.

A: Nee, die heb ik niet.

B: Dan wil ik u bedanken voor uw tijd en medewerking.

Bijlage IX – Gecodeerd expert interview

Interview VV Union

A: Paul Bongers Secretaris
B: Denise Koppers Interviewer

Codeerkleuren:

Onafhankelijkheid

Verantwoordelijkheid

Sociaal

Emotioneel

Communicatie

B: Doet Union aan ledenbinding?

A: Nee, niet actief. Wat we wel doen is op het moment dat teams of leden zeggen dat ze het niet meer leuk vinden, of naar wat anders uitzien. Dan proberen we daar wel actief in te opereren, zo van wat kunnen we voor jou betekenen op dat vlak? Want leden is voor ons, voor elke club, gewoon heel belangrijk om daar de financiën mee te kunnen doen. Dus dat is eigenlijk wat we er actief aan doen. We zijn nu wel bezig met PR en communicatie, dat zijn we even wat fanatieker aan het opzetten omdat we daarmee de mensen kunnen informeren over Union en daarin te betrekken. De facebook pagina wordt ook goed bekeken. De site zelf gaan we ook wat actiever doen, er stonden nog berichten op van vorig jaar en dat kan ook niet meer. **Even nadenken, wat doen we anders nog, ja veel meer activiteiten. Ook waarbij het hele gezin wordt uitgenodigd, neem je vriendjes mee naar een training, barbecue bijeenkomsten, dat soort dingen. We proberen het familiegevoel erin te brengen.**

B: Is Union een club waar kinderen vanaf jonge leeftijd bijkomen en ook blijven hangen tot latere leeftijd?

A: Ja. Dat loopt allemaal goed door, van de F-jes tot en met de A. We zien wel een probleem, of een probleem, de jeugd van Union staat erom bekend dat ze een behoorlijk hoog niveau spelen. **En waar we nu mee bezig zijn, en dat lukt nu steeds beter, om de spelers op het moment dat ze B/A zijn om ze voor te sorteren naar het eerste van Union. Het eerste van Union speelde ook vierde klasse, ze zijn nu aan het promoveren naar de tweede klasse dus ze staan er goed voor. Wat we voorheen veel zagen is dat de jongens die bij ons de opleiding hadden genoten, naar Achilles, Juliana, dat soort clubs gingen. Al dat soort clubs wat op hoog niveau speelt, omdat ze zeiden "als we eerste divisie hebben gespeeld, moeten we terug naar de vierde klasse. Dat vinden we niet boeiend". Dus dat zie je wel bij de leden, maar vanaf de F-jes stroomt het gewoon goed door, dat is een feit. En we zien ook veel jongens die van buiten komen en die bij ons af en toe de open selectie trainingen meedoen. Die spelen nu weer voor volgend seizoen, dan mag iedereen zich aanmelden en natuurlijk de eigen jongens om daarmee volgend jaar nieuwe teams te creëren. Het valt mij op dat er heel veel jongens zijn die heel erg aan het shoppen zijn hier in de regio. Om te kijken wat het beste past en waar ze op het hoogste niveau kunnen meespelen. Dat is wat er gebeurt.**

B: Maar is het doel wel om de leden die je hebt vast te houden?

De jongens blijven wel, de jongens gaan niet weg. Ze blijven wel bij Union, ze blijven Union ook trouw als ze in de selectie zitten. Dus dat gaat wel goed.

B: Is er echt sprake van een clubgevoel, echte clubliefde?

A: Ja. Bijvoorbeeld mijn twee zonen zitten beiden in de selectie, die zijn vanaf de F-jes al met alle jongens die ze allemaal al kennen, waar ze jaren mee optrekken. Dus het is meer de binding met het team, de jongens in het team dan dat het Union is. Wat je ook nog wel eens ziet is dat naarmate de jongens ouder worden (B/A) dat ze met het hele team vertrekken naar een andere club. Gewoon omdat ze daar bijvoorbeeld beter uitkomen. Maar of er binding met de club is of met het team, dat is even de vraag. Maar je ziet ook wel dat al die trainers die ze hebben meegemaakt, altijd vaste mensen die in de kantine aanwezig zijn, daar hebben ze ook de contacten mee. Daar zit ook wel een soort van thuisgevoel in, dat merk ik ook wel.

B: Is het bijvoorbeeld na wedstrijden druk in de kantine? Blijven de leden na de wedstrijden hangen?

A: Bij de volwassenen wel, bij de jeugd natuurlijk niet. Daar komen de ouders wel van mee, en die komen dan even een bak koffie doen als de jongens aan het omkleden zijn. Je hebt ook het alcoholbeleid, dat er pas na 4 uur geschonken mag worden en de meeste jeugd is dan al weg.

B: U zegt net dat u druk bezig bent met digitale media, werkt dat bevorderend?

A: Ik kreeg wel eens reacties dat de site niet op orde was en dat er op de facebook pagina ook niks gebeurde. Die reacties kreeg ik gewoon links en rechts. Ik krijg nu andere reactie, van joh we zijn nu op de hoogte. Ik vind het leuk, ook de activiteiten die je meld en ik zie het ook qua aantal mensen die de pagina leuk vinden en volgen. Dat zie je gewoon enorm omhoog gaan.

B: Plaatsen jullie ook wedstrijdverslagen en/of foto's?

A: Ja, dat doen we sowieso op de site. Dat is meestal ook van het eerste, maar de senioren doen het ook. Je ziet af en toe ook ouders die een leuk verslag schrijven van een wedstrijd, maar het gebeurt niet structureel. Wat ik nu altijd wel doe is, omdat het eerste van Union het nu zo goed doet, de pagina van de Gelderlander direct doorlinken naar de facebook pagina. Dan zie je gewoon enorm veel hits.

B: Dus er is wel een stijging in volgers van de facebook pagina, en ook views op de website?

A: Ja, facebook zeker. De website weet ik eigenlijk niet, maar ik denk het wel.

B: En worden er veel activiteiten georganiseerd?

A: Ja, heel veel. Familie toernooien, jeugd toernooien, mixed toernooien, meidentoernooi, ja heel veel. En die worden redelijk goed bezocht. Maar vroeger had je veel meer dat je bij een club zat en daar ook dingen voor deed en dat daar ook de kinderen en de familie allemaal zaten. Ik zie nu steeds meer dat de club er eigenlijk niet meer zo toe doet. Het wordt net zo gemakkelijk ingewisseld voor andere clubs. Voor mijn bestuurstijd is de contributie verhoogd, door diverse redenen. Maar dan zie je wel dat er daardoor wat mensen zijn vertrokken. We hebben de contributie weer wat naar beneden kunnen brengen, maar je ziet dat mensen daar veel meer naar kijken. Mijn dochter zit op hockey, maar die heeft de leeftijd dat al die jongetjes ook gaan voetballen. Dan zeg ik altijd gekscherend, we gaan toch wel naar Union toe. Maar dan is het nee, we gaan naar Brakkenstein of Orion of wat dan ook. En dan spreek ik die ouders en die zeggen dan dat de contributie gewoon veel te verschillend is, bij jullie betalen we bijna 100 euro meer. Je ziet ze later wel weer terugkomen, want op woensdagmiddag is er een training voor de jeugd, het veld is open maar verder is er geen trainer. Dat moeten de ouders zelf regelen. Dan zie je toch wel veel ouders terugkomen, dat is bij Union gewoon goed geregeld. Daar hebben we CIOS-studenten en begeleiding.

B: Wordt er veel vrijwilligerswerk gedaan en is het verplicht?

A: Nee, het is niet verplicht. We zijn nu druk bezig om alle activiteiten op te knippen, om te kijken waar als bestuur mee bezig zijn en wat zouden we eventueel aan vrijwilligers over kunnen laten? PR, communicatie, ICT, bardiensten, noem maar op. En daar vinden we wel wat mensen voor die daarin de

kar willen trekken. Wij hebben het niet verplichte karakter gedaan, dat willen we ook nog niet. Zoals met de bardiensten, we zien dat het loopt, dus dan willen we dat niet met dwang gaan doen.

B: Zijn er ook leden die zich vrijwillig aanmelden?

A: Ja, dat zie je ook wel. Dat ouders zeggen dat ze wel iets willen doen. Vandaar ook die commissies, dan is het niet iets structureels. Sommigen willen geen vrijwilliger worden maar wel af en toe iets doen.

B: Nu spreekt u vooral over de ouders van de jeugd, maar zijn er ook echt leden die iets doen?

A: De senioren doen ook wel wat. De senioren doen bijvoorbeeld ICT, die zitten er ook wel bij. Maar het zijn met name de jeugd, want het gros van Union is natuurlijk de jeugd. Dus dan heb je de ouders die vaak graag willen helpen.

B: Merkt u iets van onafhankelijkheid binnen de club, dat spelers steeds individualistischer worden?

A: Consumentengedrag noem ik dat, dat is natuurlijk aanwezig. Overdreven gezegd, ik betaal contributie en ik gooi mijn kind over de schutting en ik haal het om 3 uur weer op. Dat zie je heel erg. Maar je ziet ook ouders die er wat voor willen doen en mee willen denken. Op het moment dat ze iets niet bevalt zie je ze meteen aan bel trekken, dat beantwoord ik dan met een wedervraag "wat kun jij doen voor de club?". Men snapt niet dat de club gerund wordt door vrijwilligers, wij als bestuur steken er heel veel uren in. Dat vergeet men nog wel eens. Dus individualisering, ja dat speelt mee. Dat net zoals ik net al even zei, vroeger ging je met de hele familie naar Union en nu is het vooral consumentengedrag. Bijvoorbeeld voor Brakkenstein hoef ik niet ver te fietsen, Bij Orion betaal ik minder contributie. Je ziet dat mensen tegenwoordig snel heen en weer fietsen. Wat me ook opvalt is dat veel ouders ook enorm gedreven zijn met hun kinderen, in die zin in het op niveau voetballen. Dus op het moment dat teams worden ingedeeld, dan merk ik dat ouders reageren van D3? Dat vind ik wel een beetje laag, kan hij niet in de D2? Dat vind ik wel heel opvallend. Dat is een trend die de laatste jaren ook doorzet.

B: Ziet u dan ook dat het belangrijker is om hoog te spelen dan de clubverbondenheid?

A: Ja, je ziet dat dat belangrijker is. Want wat we hier niet kunnen krijgen, halen we daar wel. Je hebt gewoon sommige ouders die denken dat hun kind meer kan.

B: Om nog even terug te komen op de activiteiten, wordt dit door de club georganiseerd en ook gefinancierd?

A: Vaak zie je dat er wel een bijdrage wordt gevraagd, bijvoorbeeld voor familie bijeenkomsten of een barbecue. Wij hebben als Union echt geen vetpot, dus het moet gewoon. Het enige wat we kunnen doen is schrappen in de kosten en zorgen dat er wat binnenkomt. Inkomsten genereer je door leden, en inkomsten genereer je door sponsoring.

B: Vinden de leden of mensen die naar zo'n activiteit komen de eigen bijdrage prima?

A: Ja hoor, je hoort daar verder niets over. Maar wat wel bijzonder is alle omliggende clubs liggen midden in een wijk, die clubs horen echt bij een wijk. Union heeft dat niet, Union ligt echt in the middle of nowhere en daar is die binding met de wijk er niet. Wat je bijvoorbeeld bij Brakkenstein ziet, daar zie je de plaatselijke bakker en de plaatselijke slager hun bord hangen. Dat hebben wij niet, wij hebben niet die letterlijke binding met een wijk. Maar om nog even op dat consumentengedrag terug te komen, er wordt tegenwoordig gedacht wat is erin voor mij? En het gemeenschappelijk belang is er 0. Maar goed, daar kun je wat van vinden, maar het is wel de werkelijkheid waar we mee van doen hebben. Hier heeft iedere club last van.

B: Dan wil ik het hier bij laten, tenzij u nog vragen heeft.

A: Nee, die heb ik niet.

B: Dan wil ik u bedanken voor uw tijd en medewerking.