

2016

Het Nieuwe 'S-PORT

De herpositionering van het door 'Sport en Recreatie ontwikkelde concept 'S-PORT



Bachelorscriptie SPECO, CO

Fontys Economische Hogeschool Tilburg

Begeleidster:

Catelijne Netten

T.A.A. (Max) de Jong

2188175

Gemeente 's-Hertogenbosch,

Afdeling Sport en Recreatie

17-6-2016

Afstudeerrapport**Instanties****Onderwijsinstelling**

Fontys Economische Hogeschool Tilburg
Prof. Goossenslaan 1.
5022 DM, Tilburg
Telefoon: 08850 77222
E-mail: feht@fontys.nl
Website: www.fontys.nl

**Stagebedrijf**

Gemeente 's-Hertogenbosch (afdeling Sport en Recreatie)
Wolvenhoek 1
5200 GZ 's-Hertogenbosch
Postbus 12345
Telefoon: (073) 615 51 55
E-mail:
Website: www.s-hertogenbosch.nl

**Begeleiders****Opdrachtgever**

Corine Oprel
Afdeling Sport en Recreatie
Gemeente 's-Hertogenbosch

Bedrijfsbegeleider

Mariëlle van Houtum
Beleidsmedewerker, Afdeling Sport en Recreatie
Gemeente 's-Hertogenbosch

Docentbegeleider

Catelijne Netten
Docent, Fontys Economische Hogeschool Tilburg

Afstudeerder**Afstudeerder**

Max de Jong
Student Fontys Economische Hogeschool Tilburg
Stagiair Gemeente 's-Hertogenbosch, Recreatie en Sport

Opleiding

SPECO, CO (Sport en Media)

Studentnummer

2188175

Datum

17 juni 2016

Voorwoord

Voor u ligt het adviesplan 'Het nieuwe 'S-PORT' dat is uitgevoerd ter afsluiting van de studie SPECOCO aan de Fontys Economische Hogeschool Tilburg. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van en in samenwerking met de afdeling Sport en Recreatie van de gemeente 's-Hertogenbosch.

Het onderwerp van dit onderzoek is het concept 'S-PORT dat in 2010 is opgezet door werknemers van de afdeling Sport en Recreatie van de gemeente 's-Hertogenbosch. 'S-PORT wordt omschreven als:

Een 'platform, waarin (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.'

Over deze betekenis heerst onduidelijkheid bij de betrokken partijen en de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie die 'S-PORT hebben ontwikkeld zijn van mening dat er niet alles uitgehaald wordt wat er daadwerkelijk inzit.

Dit adviesplan is bestemd voor de afdeling Sport en Recreatie, de docentbegeleidster van de Fontys Economische Hogeschool Tilburg, de tweede beoordelaar en de externe beoordelaar.

Het adviesplan is mede tot stand gekomen dankzij suggesties van diverse collega's en intermediairs van de afdeling Sport en Recreatie en ik wil hen hartelijk bedanken voor hun bereidheid om te helpen gedurende het onderzoek.

In het bijzonder wil ik mijn docentbegeleidster Catelijne Netten en bedrijfsbegeleidsters Mariëlle van Houtum, Elles van der Heijden en Elise Rasenberg - Sleven bedanken voor de goede ondersteuning, feedback en adviezen gedurende het onderzoek.

Max de Jong

's-Hertogenbosch, juli 2016

Management Summary

'S-PORT is in 2010 opgezet door medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie van de gemeente 's-Hertogenbosch. Nu, 6 jaar later, zijn er echter problemen naar boven gekomen waar Sport en Recreatie een antwoord op wil hebben. Dit begint met de betekenis van 'S-PORT. 'S-PORT wordt omschreven als:

Een 'platform, waarin (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.'

Over deze betekenis heerst onduidelijkheid bij de betrokken partijen en de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie, die 'S-PORT hebben ontwikkeld, zijn van mening dat er niet alles uitgehaald wordt wat er daadwerkelijk inzit. Daarnaast kan er geconcludeerd worden dat Sport en Recreatie aangaande 'S-PORT kampt met een probleem op zowel structuur- als cultuurniveau.

Allereerst is er een probleemstelling geformuleerd: 'Op welke wijze kan de Sport en Recreatie met behulp van de juiste communicatie het platform 'S-PORT herpositioneren bij de doelgroepen, zodat betrokken partijen de meerwaarde van het concept gaan inzien?'

Met doelgroepen worden bedoeld:

- Interne doelgroep (Afdeling S&R en totale gemeente)
- Externe doelgroep (Sportverenigingen, scholen, bedrijfsleven en zorgpartners)

Om deze probleemstelling te beantwoorden is er tijdens dit onderzoek gebruik gemaakt van interne en externe diepte-interviews. Deze keuze is gebaseerd op de wens van Sport en Recreatie om diepgaande informatie over 'S-PORT te verwerven en hier ligt de kracht van het diepte-interview.

Aan de hand van de onderzoeksresultaten kan geconcludeerd worden dat Sport en Recreatie te maken heeft met GAP's op twee niveaus:

- Gap 1: Verschil tussen de gewenste identiteit en de werkelijke identiteit
- Gap 2: Verschil tussen de gewenste identiteit en de fysieke identiteit.

Met het huidige imago van 'S-PORT bij de intermediairs is echter niks mis. Zowel de medewerkers van Sport en Recreatie als de intermediairs zijn van mening dat de oorspronkelijke betekenis niet de juiste is en raden Sport en Recreatie aan om met deze betekenis te schuiven. Beide partijen zouden graag de meerwaarde en kracht van 'S-PORT terug zien in de betekenis.

Om 'S-PORT sterk in de markt te zetten moet Sport en Recreatie eerst zorgen dat alle onduidelijkheid rondom 'S-PORT verdwijnt. Dit wordt gedaan door de ontwikkeling van een nieuw logo met bijbehorende slogan en een corporate story. In deze uitingen wordt benadrukt waar 'S-PORT voor staat en ook komen de meerwaarde en kracht van 'S-PORT naar voren.

Kortom, Sport en Recreatie moet 'S-PORT herpositioneren en bij deze herpositionering geldt de gouden regel "Intern beginnen is extern winnen."

In het advies is er besloten om aan de hand van de Trap van Quirke en het Ui model van Hofstede vorm te geven aan de herpositionering. In deze modellen staat interne communicatie centraal waarvoor Sport en Recreatie het grootste probleem zit.

Tevens bieden de Trap van Quirke en het Ui model van Hofstede de afdeling Sport en Recreatie handvatten om stap voor stap de vernieuwingen succesvol toe te passen en uiteindelijk meer betrokkenheid en verbondenheid bij de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs te creëren.

Inhoud

Voorwoord	3
Management Summary	4
Verklarende woordenlijst.....	8
Hoofdstuk 1. Inleiding.....	9
1. Introductie afstudeerstage.....	9
1.1 Introductie van de organisatie.....	9
1.1.1 Het bedrijf.....	9
1.1.2. Missie en Visie.....	10
1.2 Introductie van de opdracht	11
1.2.1 Aanleiding	11
1.3 Probleemstelling	12
1.4 Eindproduct	12
1.5 Onderzoeksdoelstelling	13
1.6 Hoofdvraag, deelvragen en onderzoeksmethoden.....	14
1.6.1 Hoofdvraag.....	14
1.6.2 Deelvragen	14
1.6.3 Verantwoording onderzoeksmethoden	15
1.7 Betrouwbaarheid, validiteit en representativiteit	17
1.7.1 Betrouwbaarheid.....	17
1.7.2 Validiteit.....	18
1.7.3 Representativiteit.....	19
1.8 Leeswijzer	19
2. Theoretisch Kader	21
3. Interne Analyse.....	24
3.1 Deskresearch.....	24
3.1.1 Good Practices	24
3.1.2 Communicatiemiddelen.....	26
3.2 Diepte-interviews.....	28
3.2.1 Interviewresultaten	28
3.3 Conclusies intern onderzoek.....	32
4. Externe analyse.....	33
4.1 Externe interviews.....	33
4.2 Interviewresultaten intermediairs	35

Conclusies extern onderzoek.....	38
5. Conclusies en aanbevelingen.....	39
5.1 Conclusies	39
5.1.1 IST/SOLL Situatie analyse	42
5.2 Aanbevelingen	43
6. Adviesplan	45
6.1 Doelgroep	45
6.2 Doelstellingen	46
6.3 Strategie	47
6.4 Hoofdboodschap	52
6.5 Concept.....	52
6.6 Communicatiemiddelen	56
6.7 Budgetplan cq. financiële onderbouwing.....	58
6.7.1 Opbrengsten	59
6.8 Tijdsplanning.....	60
6.9 Evaluatie	62
7. Bibliografie.....	63

Verklarende woordenlijst

Woord	Beschrijving
S&R	De afdeling Sport en Recreatie binnen Gemeente 's-Hertogenbosch. Deze afdeling geldt als opdrachtgever voor dit onderzoek.
Sport Support	'S-PORT SUPPORT is een netwerk van bedrijven die de sport in 's-Hertogenbosch een warm hart toedragen.
Corniel Groenen	Hoofd van de afdeling Sport en Recreatie
Stagebiedende organisatie	Gemeente 's-Hertogenbosch is de initiële stagebiedende organisatie, waarbij Sport en Recreatie de afdeling is waar de student zijn stage volbrengt.
Good practices	Initiatieven die Sport en Recreatie aan de hand van 'S-PORT heeft ontwikkeld.
B-2-B doelgroep	Business to Business doelgroep. In dit advies geldt de B-2-B doelgroep als de intermediairs van 'S-PORT.
B-2-C doelgroep	Business to Consumer doelgroep. In dit advies geldt de B-2-C doelgroep als de eindconsument; de sporters en bewoners van 's-Hertogenbosch.
Intermediairs	De partijen die tot de B-2-B doelgroep behoren. Dit zijn de sportverenigingen, scholen, het bedrijfsleven en de zorgpartners in 's-Hertogenbosch

Hoofdstuk 1. Inleiding

1. Introductie afstudeerstage

In dit hoofdstuk worden alle relevante zaken met betrekking tot de organisatie, opdracht en onderzoeksopzet en –verantwoording behandeld.

1.1 Introductie van de organisatie

Om een zo goed mogelijk beeld van de organisatie te krijgen, wordt in paragraaf 1.1 aan de hand van verschillende figuren uitgelegd hoe de organisatie in elkaar zit. De volgende zaken worden behandeld:

- de afdeling Sport en Recreatie
- Missie en visie van de gemeente 's-Hertogenbosch op sportgebied

1.1.1 Het bedrijf¹

Het stadskantoor van Gemeente 's-Hertogenbosch is gelegen aan de Wolvenhoek in 's-Hertogenbosch. Hier zijn alle afdelingen binnen de gemeente gevestigd, waaronder ook Sport en Recreatie, de afdeling waar dit advies op is gericht.

Gemeente 's-Hertogenbosch is onderverdeeld in sectoren welke weer vertakken in verschillende afdelingen. Deze afdelingen zijn verantwoordelijk voor een duidelijk handelingsbeleid en uitvoering op hun gebied.

Sport en Recreatie, valt onder de sector Bestuur en Algemene Zaken en is de afdeling die zich richt op de totale sporttak (topsport, breedtesport, accommodaties etc.) van 's-Hertogenbosch. Om zo goed mogelijk te kunnen functioneren is deze afdeling ook weer onderverdeeld in bureaus. Deze bureaus zijn gespecialiseerd in een onderdeel van uitvoering en vallen onder het hoofd van Sport en Recreatie, Corniel Groenen:

- Bureau Sport en Bewegen
- Bureau Beleid en Strategie
- Bureau Beheer en Exploitatie
- Bureau Ondersteuning

Deze bureaus richten zich op het informeren, doorverwijzen, deelnemen, ondersteunen, faciliteren en communiceren op het gebied van sport en recreatie. Ze bedenken nieuwe dingen, maar doen dat niet alleen. Er wordt ruimte geboden aan iedereen om hun talent te tonen en gebruik te maken van de kracht van de stad.

**Voor het organogram van de afdeling Sport en Recreatie verwijs ik u graag naar paragraaf 8.1 Organogram van de bijlagen.*

¹ (Gemeente 's-Hertogenbosch, 2014)

1.1.2. Missie en Visie²

De Missie van gemeente 's-Hertogenbosch:

De missie van gemeente 's-Hertogenbosch op het gebied van sport wordt als volgt geformuleerd in een rapport uit 2014:

“Iedereen, (van 0 tot 100 jaar en ouder) een laagdrempelig, passend en betaalbaar sport- of beweegaanbod in de directe omgeving aan te bieden”.

De officiële uitleg die bij de bepaling van deze missie hoort geldt als volgt: “Sport raakt ons allemaal. En dat moet ook! Sport en bewegen zijn essentieel om ons lichaam gezond en in conditie te houden. Sport en bewegen dragen bij aan een gezonde, actieve, duurzame, sociaal betrokken en veilige samenleving. Sport biedt een platform om elkaar te ontmoeten, heerlijk te ontspannen en samen iets te ondernemen. Het allermooiste van sport is “het is gewoon leuk”. Iedereen in 's-Hertogenbosch moet in de gelegenheid zijn dit zelf te ervaren en zijn eigen ‘mooie ochtend’ te beleven. Op deze manier krijgt iedereen de kans kennis te maken met en uit te vinden wat sport en bewegen voor hem of haar kan betekenen en uiteindelijk een plek te geven in hun dagelijkse of wekelijkse routine.”

Hoe Sport en Recreatie deze missie vorm gaat geven is terug te zien in de vastgestelde visie.

De visie van gemeente 's-Hertogenbosch op het gebied van sport.

“Sportief Samen Verder”

Deze visie wordt in desbetreffend rapport als volgt uitgelegd.

“Er blijft genoeg te doen rond het lokale top- en breedtesportklimaat. Er liggen uitdagingen en opgaven. De verhouding tussen de overheid en het particulier initiatief is aan verandering onderhevig, budgetten zijn beperkt, keuzes moeten worden gemaakt. Energie en inzet van velen zijn nodig om het goede te behouden en het kansrijke aan te pakken. Door te zoeken, kennis te delen, samen te werken en over grenzen heen te kijken kunnen talenten, ambities en mogelijkheden samenkomen. Dan maken we het verschil, bouwen we verder aan succes en wordt ‘een mooie ochtend’ voor iedereen in 's-Hertogenbosch bereikbaar. Om dat te bereiken moeten we ‘Sportief Samen Verder’”.

² (Gemeente 's-Hertogenbosch, 2014)

1.2 Introductie van de opdracht

In 2010 is bij de afdeling Sport en Recreatie het platform 'S-PORT ontwikkeld.

'S-PORT is een initiatief om de sportparticipatie in de Gemeente 's-Hertogenbosch te stimuleren. Zoals de missie aantoont richten zij zich op de gehele bevolkingsgroep van de gemeente. Om deze optimaal te kunnen bereiken heeft Sport en Recreatie aan de hand van 'S-PORT samenwerkingen opgezet met partners in de stad. Onder deze partners vallen verschillende (top)sportverenigingen, het bedrijfsleven, scholen en zorgpartners in de gemeente.

Daarnaast is er de stichting 'S-PORT SUPPORT. De naam zegt het al; de stichting, werkzaam vanuit Sport en Recreatie, support en ondersteunt 'S-PORT bij het verwezenlijken van de Sportvisie. Dit doet 'S-PORT SUPPORT door, via het door hen opgebouwde netwerk, bedrijven te koppelen aan andere intermediairs in 's-Hertogenbosch die met sportgerelateerde vraagstukken en problemen kampen. Hiermee zorgt 'S-PORT SUPPORT ervoor dat de bedrijven in 's-Hertogenbosch hun steentje bij kunnen dragen aan de ontwikkeling en sportparticipatie van de stad.³

**Voor de complete Sportvisie verwijs ik u graag naar paragraaf 8.2 Sportvisie van de bijlagen*

Sport en Recreatie wil graag meer duidelijkheid over de betekenis van 'S-PORT op zowel intern als extern gebied. De aanleiding die heeft geresulteerd tot het besluit om dit onderzoek plaats te laten vinden is verder toegelicht in paragraaf 1.2.1.

1.2.1 Aanleiding

Uit interne gesprekken met Corniel Groenen (hoofd van de afdeling S&R) en verschillende managers van bureaus binnen Sport en Recreatie, is gebleken dat het zowel intern (binnen de afdeling S&R) als extern (bij de intermediairs) niet duidelijk is wat de betekenis van 'S-PORT nu eigenlijk is.

De oorspronkelijke positionering van 'S-PORT is maar bij weinigen bekend, zo is duidelijk geworden na gesprekken binnen de organisatie. 'S-PORT is oorspronkelijk:

Een 'platform, waarin (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.'

Uit gesprekken met medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie is naar voren gekomen dat 'S-PORT in de praktijk echter vaak gezien wordt als equivalent van het bureau Sport en Bewegen (onderdeel van de afdeling Sport en Recreatie) binnen de gemeente 's-Hertogenbosch.

Vanuit de afdeling Sport en Recreatie is er nu behoefte aan duidelijkheid over de daadwerkelijke betekenis van 'S-PORT bij allereerst de medewerkers van S&R en de intermediairs (de in bovenstaande positionering genoemde partijen) en vervolgens de eindconsument (B-2-C). Het probleem is dat er bij de initiatiefnemers, de medewerkers van Sport en Recreatie die 'S-PORT in 2010 hebben opgezet, het gevoel heerst dat er niet uitgehaald wordt wat er daadwerkelijk inzit. Corniel Groenen heeft aangegeven dat het initiële idee was om 'S-PORT op te richten en het te vormen tot een netwerk waar partners samen kunnen werken en zo de hele stad aan het sporten te krijgen. Nu wordt het echter gezien als een op zichzelf staande organisatie en juist niet als netwerk. Werknemers van het bureau Sport & Bewegen zien zichzelf vaak als medewerkers van 'S-PORT, maar

³ (Gemeente 's-Hertogenbosch, 2014)

dit is een misvatting. 'S-PORT is immers geen fysieke afdeling bij de gemeente 's-Hertogenbosch. Door deze onduidelijke situatie wordt 'S-PORT mogelijk niet optimaal gebruikt door de medewerkers van Sport en Recreatie en de externe doelgroepen (intermediairs en eindconsument) en blijven de gewenste initiatieven achterwege. De vraag is dan ook hoe dit concept gepositioneerd moet worden in de stad en hoe 'S-PORT de bekendheid en waarde krijgt die het verdient.

Hoewel er wel communicatie uitingen zijn uit naam van 'S-PORT, kan er met dit concept meer waarde gecreëerd worden als de positionering duidelijker is. Het platform wordt wel gebruikt, maar meer als communicatie uiting i.p.v. een platform of netwerk voor partners. De verwachting van de afdeling S&R is echter dat er meer waarde kan worden gecreëerd met dit concept.

Uit de aanleiding en de interne gesprekken kan geconcludeerd worden dat Sport en Recreatie, aangaande 'S-PORT, kampt met een probleem op zowel structuur- als cultuurniveau. Qua structuur weten medewerkers niet waar ze nu precies met 'S-PORT moeten zijn of waaronder ze het precies moeten scharen binnen de afdeling Sport en Recreatie. Qua cultuurniveau kampt Sport en Recreatie met het probleem of de medewerkers zich wel verbonden met elkaar en 'S-PORT voelen, of ze de meerwaarde van 'S-PORT zien, of ze zich betrokken voelen hierdoor echt iets met 'S-PORT doen.

1.3 Probleemstelling

De probleemstelling die hieruit voortkomt is als volgt:

Op welke wijze kan de afdeling Sport en Recreatie met behulp van de juiste communicatie het platform 'S-PORT herpositioneren bij de doelgroepen, zodat betrokken partijen de meerwaarde van het concept gaan inzien?

Met doelgroepen worden bedoeld:

- Interne doelgroep (Afdeling S&R en totale gemeente)
- Externe doelgroep (Sportverenigingen, scholen, bedrijfsleven en zorgpartners)

Het uiteindelijke doel is dat deze doelgroepen meer kennis over 'S-PORT ontwikkelen, meer betrokkenheid en verbondenheid voelen en daadwerkelijk gebruik zullen gaan maken van het concept om daarmee de sport participatie te verbeteren. De scope van dit advies richt zich echter op de interne communicatie (B-2-B) binnen de afdeling Sport en Recreatie aangaande 'S-PORT en dus niet op de uiteindelijke sportconsument of inwoner van Den Bosch. Dit is de reden waarom (top)sporters uit de oorspronkelijke betekenis niet mee zijn genomen in dit onderzoek.

1.4 Eindproduct

De opdracht

De opdracht moet resulteren in:

- Kernachtige en eenduidige omschrijving van 'S-PORT.
- Omschrijving van de eventuele meerwaarde van 'S-PORT voor bovenstaande doelgroepen.
- Duidelijkheid over de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling, bureaus en partners.
- Vertaling van de betekenis van 'S-PORT in verhaal en beeld.
- Richtlijnen voor het gebruik van 'S-PORT in communicatie, zowel intern als door derden.
- Ontwikkeling van eventuele nieuwe communicatiemiddelen voor gebruik in- en/of extern.

1.5 Onderzoeksdoelstelling

Om bovenstaande probleemstelling te beantwoorden, is onderzoek nodig. De doelstelling van het onderzoek is dan ook om inzicht te krijgen in :

- De huidige intern en extern gedragen betekenis van 'S-PORT
- De huidige bekendheid van 'S-PORT
- De wensen en behoeften van de betrokken doelgroepen met betrekking tot 'S-PORT
- Het gewenste imago vanuit de betrokken doelgroepen
- Welke communicatiemiddelen een organisatie in moet zetten om meer verbondenheid te creëren bij de betrokken doelgroepen

Aan de hand van de resultaten wordt er advies uitgebracht hoe de communicatie vormgegeven moet gaan worden om het gewenste imago en gewenste bekendheid te realiseren.

1.6 Hoofdvraag, deelvragen en onderzoeksmethoden

1.6.1 Hoofdvraag

Op welke wijze kan de gemeente 's-Hertogenbosch met behulp van de juiste communicatie het platform 'S-PORT herpositioneren bij de doelgroepen?

1.6.2 Deelvragen

Deelvragen	Methoden
1. Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen?	
1.1 Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT onder medewerkers?	Kwalitatief: - Intern interview (managers en medewerkers binnen verschillende bureaus).
1.2 Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij verenigingen?	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
1.3 Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij Scholen?	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
1.4 Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij bedrijven?	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
1.5 Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij Zorgpartners	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
2. Welke communicatiemiddelen en modellen moeten er vanuit de literatuur ingezet worden om verbondenheid te creëren bij de betrokken doelgroepen (medewerkers en intermediairs).	Deskresearch
3. Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze betrokken partijen? (Medewerkers, verenigingen, scholen, bedrijven en zorgpartners)	Kwalitatief: - Intern interview (managers en medewerkers binnen verschillende bureaus) Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
4. Welke good practices zijn er al ontwikkeld binnen 'S-PORT?	Deskresearch - Beschikbare gegevens bestuderen
5. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, medewerkers (afdeling S&R), verenigingen, scholen, bedrijven en zorgpartners en in hoeverre voelen zij zich onderdeel van 'S-PORT?	Kwalitatief: - Intern interview (managers en medewerkers binnen verschillende bureaus) Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
6. Welke communicatiemiddelen worden er met 'S-PORT ingezet?	

6.1 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?	Deskresearch - Beschikbare gegevens bestuderen
6.2 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen en zou je gebruik willen maken van een van deze middelen?	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
7. Wat zijn de wensen en behoeften van de betrokken partijen met betrekking tot 'S-PORT?	
7.1 Wat is de gewenste meerwaarde?	Kwalitatief: - Intern interview (managers en medewerkers binnen verschillende bureaus) Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
7.2 Wat is de gewenste betekenis?	Kwalitatief: - Intern interview (managers en medewerkers binnen verschillende bureaus) Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
7.3 Wat missen zij nog?	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
7.4 Wat is het bestaansrecht, de missie, van 'S-PORT?	Kwalitatief: - Intern interview (managers en medewerkers binnen verschillende bureaus) Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.
8. Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT?	Kwalitatief: Fieldresearch - Extern: Kwalitatief diepte-interview.

Figuur 1

1.6.3 Verantwoording onderzoeksmethoden⁴

Hierna volgt een onderbouwing van de verschillende onderzoeksmethoden.

Modellen

Om het advies vorm te geven en een helder beeld te scheppen over de analyse van de data wordt gebruik gemaakt van modellen. De keuze is gevallen op een GAP analyse die in samenwerking met het IST/SOLL situatieanalyse model een duidelijk beeld schept over de huidige en gewenste situatie.

⁴ (Fisher, 2007)

Deze modellen brengen de verschillen tussen de gewenste identiteit, de werkelijke identiteit en fysieke identiteit in kaart en wat de eventuele verschillen zijn. Tevens geven deze modellen inzicht in hoe organisaties van de huidige situatie naar de gewenste situatie kunnen geraken. Verder is er gekozen om het adviesplan te schrijven aan de hand van de Trap van Quirke en het Uimodel van Hofstede. Deze modellen zijn gericht op interne communicatie, kunnen het totaalproces goed in kaart te brengen en de gemeente 's-Hertogenbosch uiteindelijk ondersteunen tijdens de uitvoering van het advies.

De modellen dienen als 'tools' om te komen tot de conclusies, aanbevelingen en uiteindelijk het advies. Deze modellen worden in hoofdstuk 2 verder toegelicht.

Intern⁵

Deskresearch

De gegevens die vergaard zijn gedurende het deskresearch zijn compleet afkomstig uit de interne database van de afdeling Sport en Recreatie. De geschiedenis van onder andere good practices, communicatiemiddelen en uitingen is geraadpleegd om zo compleet mogelijk de hoofdvraag en deelvragen te behandelen en beantwoorden. Sport en Recreatie heeft deze middelen volledig vastgelegd en uitgewerkt waardoor deze database een nuttig en betrouwbaar handvat voor het interne onderzoek is gebleken.

Deze gegevens bieden handvatten om enkele deelvragen te beantwoorden. De overige deelvragen aangaande het interne onderzoek worden behandeld aan de hand van kwalitatief field research.

Intern en extern

Kwalitatief: diepte-interview

Er is in samenspraak met de organisatie gekozen voor kwalitatief onderzoek onder de vastgestelde interne medewerkers van Sport en Recreatie en intermediairs. De afdeling Sport en Recreatie heeft de wens uitgesproken om meer diepteresultaten te vergaren gedurende het onderzoek. Hier ligt de kracht van het kwalitatieve onderzoek. Bij deze vorm staat het doorgronden van attitudes en achterliggende oorzaken centraal. Ook geldt het in kaart brengen van wensen, behoeftes en verwachtingen bij de doelgroepen als een belangrijk aspect van het kwalitatieve onderzoek.

De methode welke toegepast gaat worden is het diepte-interview. Interviews zijn een belangrijke bron van informatie tijdens onderzoeken. Interviews zijn op twee manieren in te zetten:

1. Tijdens de beginfase van het onderzoek
2. Tijdens de kern van het onderzoek

Voor dit onderzoek is de tweede optie van belang. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een diepte-interview om rechtstreeks de deelvragen te beantwoorden.

Interviews worden onderscheiden naar de mate waarin vragen van tevoren vastliggen:

- Gestructureerde interviews; hier liggen de vragen van tevoren vast.

⁵ (Fisher, 2007)

- Halfgestructureerde interviews; hier liggen alleen de onderwerpen vast die men wil behandelen, maar is vaak alleen de beginvraag helemaal uitgeschreven.
- Ongestructureerde interviews; hier ligt alleen het onderwerp en de beginvraag vast. Vervolgens wordt op basis van het antwoord doorgevraagd, totdat het onderwerp voldoende is behandeld.

De drie betrokken partijen (stagiair, organisatie en opleidingsinstituut) zien een mix van het gestructureerde en het halfgestructureerde interview als de beste optie voor dit onderzoek en verwachten dat deze het meest succesvol zal zijn.

1.7 Betrouwbaarheid, validiteit en representativiteit⁶

1.7.1 Betrouwbaarheid

Intern

Deskresearch

De gegevens die vergaard zijn gedurende het deskresearch zijn compleet afkomstig uit de interne database van de afdeling Sport en Recreatie. De geschiedenis van onder andere good practices, communicatiemiddelen en uitingen is geraadpleegd om zo compleet mogelijk de hoofdvraag en deelvragen te behandelen en beantwoorden. Sport en Recreatie heeft deze middelen volledig vastgelegd en uitgewerkt waardoor deze database een nuttig en betrouwbaar handvat voor het interne onderzoek is gebleken.

Tevens is er samengewerkt met verschillende medewerkers binnen de afdeling Sport en Recreatie die gedurende de kennismakingsfase en het interne onderzoek de stagiair hebben ingelicht over de huidige gang van zaken. Hierdoor hebben zij ook een belangrijk aandeel gehad in de beantwoording van de deelvragen op het gebied van deskresearch.

Intern en Extern

Diepte-interview

De gegevens van de diepte-interviews zijn voortgekomen uit interne gesprekken, aan de hand van een opgesteld interview, met managers en medewerkers van bureaus binnen de afdeling Sport en Recreatie. Daarnaast is er door middel van een ander diepte-interview informatie verworven worden bij de intermediairs (verenigingen, scholen, bedrijfsleven en zorgpartners).

Om een goede afspiegeling van de situatie en een betrouwbaar onderzoek te creëren is het van belang dat er voldoende respondenten zijn. Tijdens het onderzoek zijn er zowel intern als extern interviews gehouden. Volgens richtlijnen moet de stagiair minimaal 6 interne interviews afnemen en in totaal minimaal 9 interviews. Deze aantallen zijn tijdens dit onderzoek aangehouden om ervoor te zorgen dat de onderzoeksresultaten en het advies als betrouwbaar gezien kan worden⁷.

⁶ (Fisher, 2007)

⁷ (Gruijters, 2016).

Tevens zijn de genoteerde antwoorden aan de respondenten voorgelegd en is er om hun goedkeuring gevraagd. Zo is er zekerheid gecreëerd dat de juiste zaken genoteerd zijn en dat de respondenten akkoord gaan met het afgenomen interview.

Echter kan een kwalitatief onderzoek nooit 100% betrouwbaar zijn en dit onderzoek is geen uitzondering op die regel. Sport en Recreatie heeft via 'S-PORT met een grote hoeveelheid sportverenigingen, scholen, bedrijven en zorgpartners te maken in 's-Hertogenbosch, maar het is onmogelijk om al deze intermediairs te interviewen. Er is een keuze gemaakt om een shortlist te maken met intermediairs van welke Sport en Recreatie graag feedback wilde ontvangen.

Deze partijen hebben hun eigen mening gegeven en er kan niet vanuit gegaan worden dat iedere partij in 's-Hertogenbosch deze meningen daadwerkelijk deelt. De respondenten hebben geantwoord vanuit hun eigen perspectief en deze antwoorden zijn wellicht beïnvloed door hun gevoel aangaande 'S-PORT en Sport en Recreatie, maar gezien de overlapping in de antwoorden die door de intermediairs gegeven zijn kan er wel vastgesteld worden dat zij in grote lijnen hetzelfde over 'S-PORT denken.

1.7.2 Validiteit

Een onderzoek moet tevens voldoen aan validiteit. Dit houdt in dat er daadwerkelijk gemeten wordt wat de stagiair en de organisatie te weten willen komen.

De onderzoeksmethoden hebben hier een aandeel in. Er is gekozen voor de mix van het gestructureerde en het half gestructureerde interview om ervoor te zorgen dat de onderzoeksresultaten voldoende valide zijn om toe te kunnen passen. Deze manier van interviewen heeft ervoor gezorgd dat de stagiair gericht vragen heeft kunnen stellen en hierdoor de antwoorden ook duidelijk zijn.

De respondenten hebben de mogelijkheid gekregen om hun mening te geven en zijn niet gestuurd gedurende het interview. Echter is een kwalitatief onderzoek nooit 100% valide. Begripsvaliditeit is een punt waar dit onderzoek mee te kampen heeft gehad. Vraag 3 van het externe interview (zie bijlagen 6. Transcriptie en gegevens: Extern) heeft betrekking tot de relatie van 'S-PORT met S&R, de gemeente en de intermediairs. De intermediairs hebben aangaande deze vraag voor verduidelijking en herhaling gevraagd. Ze begrepen niet goed wat er nu precies aan ze gevraagd werd en konden pas antwoord geven na uitleg. De formulering van deze vraag is niet voldoende gebleken en dat is voor het vervolgonderzoek eventueel een aandachtspunt. Na een uitleg konden de intermediairs wel antwoord geven op de vraag.

De vragenlijst is tevens niet door een professional nagekeken. Geen van drieën (stagiair, stagebegeleidster en opdrachtgeefster) is een professional op het gebied van diepte-interviews dus van volledige validiteit kan niet gesproken worden.

Tijdens de opzet van het diepte-interview is er met de begeleidsters en de opdrachtgeefster om de tafel gezeten en is er gezamenlijk besloten welke vragen juist waren en welke opnieuw geformuleerd moesten worden. Na iedere mutatie heeft er een overleg plaatsgevonden en uiteindelijk is de opzet voldoende geacht om gebruikt te worden.

1.7.3 Representativiteit

Representativiteit is van belang voor een onderzoek. Het staat voor de mate waarin respondenten een goede afspiegeling vormen van de populatie (doelgroep van het onderzoek). Representativiteit is belangrijk om de resultaten van een onderzoek te kunnen generaliseren en extrapoleren naar de totale populatie. Tevens wordt het vaak gecontroleerd op demografische variabelen.

Tijdens het onderzoek is er in overleg met de organisatie een shortlist opgesteld van belangrijke intermediairs. Er is besloten dat deze intermediairs het meest van belang waren voor het onderzoek en dat zij (de intermediairs) Sport en Recreatie het beste zouden kunnen helpen om het platform 'S-PORT op de juiste manier uit te herpositioneren. De 9 interviews zijn hierdoor onderverdeeld onder de doelgroepen op basis van importantie voor het platform, maar elke doelgroep is aangehoord gedurende het onderzoek

(5 sportverenigingen, 2 scholen, 1 bedrijf en 1 maatschappelijke organisatie).

Echter kan er niet gesproken worden van een grote steekproef waardoor de resultaten niet zomaar gegeneraliseerd kunnen worden. Zoals bij de betrouwbaarheid al aangestipt wordt; niet elke sportvereniging in de stad deelt de mening van de geïnterviewde sportverenigingen en dit geldt ook voor de andere intermediairs.

Het onderzoek en de resultaten kunnen hierdoor niet als 100% representatief beschouwd worden. Feit is wel dat de stageorganisatie van mening is dat de geïnterviewde intermediairs een goede afspiegeling geweest zijn van de totale doelgroep en populatie vanwege het aanzien en aandeel dat zij hebben binnen de gemeente.

1.8 Leeswijzer

In hoofdstuk 1 worden de organisatie, opdracht en aanleiding van het onderzoek besproken. Vanuit deze aanleiding is er een probleemstelling opgesteld en is er gekeken naar hoe deze probleemstelling onderzocht moest gaan worden en wat het onderzoek uiteindelijk op moet leveren.

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de literatuur. Hierin worden de modellen besproken die gedurende het onderzoek en uiteindelijk in het adviesplan een rol hebben gespeeld. Er is gekeken naar wat voor modellen de huidige situatie van 'S-PORT het beste in kaart konden brengen en welke modellen Sport en Recreatie de juiste handvatten bieden om de herpositionering van 'S-PORT in de toekomst vorm te geven.

In hoofdstuk 3 is de organisatie Sport en Recreatie geanalyseerd aan de hand van de vooraf vastgestelde deelvragen. Door middel van deskresearch zijn de good practices en huidige communicatiemiddelen die Sport en Recreatie momenteel inzet om 'S-PORT te ondersteunen op een rijtje gezet. Tevens zijn er interne diepte-interviews afgenomen bij medewerkers van verschillende bureaus binnen Sport en Recreatie om antwoorden te krijgen op de rest van de deelvragen. In dit hoofdstuk zijn de resultaten en conclusies van de diepte-interviews en het totale interne onderzoek terug te vinden.

In hoofdstuk 4 wordt de externe analyse behandeld. Voor het externe onderzoek is tevens gebruik gemaakt van diepte-interviews en via deze interviews zijn de deelvragen voorgelegd aan intermediairs van Sport en Recreatie. In dit hoofdstuk vindt u daarnaast de onderzoeksresultaten en conclusies van het externe onderzoek.

In hoofdstuk 5 worden de totale conclusies besproken. Alle deelvragen uit figuur 1 zijn onder elkaar gezet en per deelvraag is er een antwoord geformuleerd. Om de analyse te completeren is er invulling gegeven aan de onderzoeksmodellen uit hoofdstuk 2. Aan de hand van deze conclusies en modellen zijn er aanbevelingen gedaan welke Sport en Recreatie moet ondernemen om 'S-PORT succesvol te herpositioneren bij de medewerkers van de afdeling en de intermediairs.

In hoofdstuk 6 wordt het adviesplan behandeld. Hierin komen de doelgroepen, doelstellingen strategie, boodschap, concept, communicatiemiddelen, tijdsplanning, budget en de evaluatie aan bod. Kortom, alle zaken die Sport en Recreatie duidelijk voor ogen moet hebben en toe moet passen om zo succesvol mogelijk uitvoering te geven aan het adviesplan en de herpositionering van 'S-PORT.

In hoofdstuk 7 en 8 komen de bronnen en bijlagen aan bod. Hier zijn alle zaken die als handvatten hebben gediend gedurende het onderzoek en het adviesplan terug te vinden.

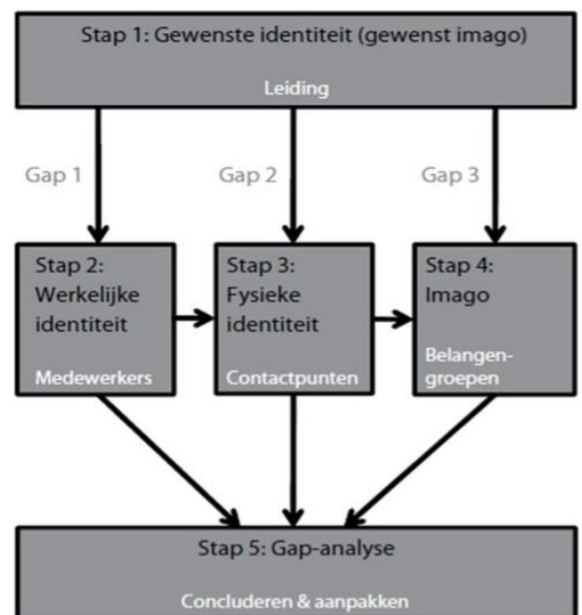
2. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk worden de modellen besproken, welke gebruikt worden gedurende het onderzoek, Deze dienen als handvat om de huidige situatie beter en duidelijker in schema te brengen. Daarnaast geven ze een schets hoe de gewenste situatie eruit ziet en hoe Sport en Recreatie het aan moet pakken om dit te bereiken.

GAP Analyse⁸:

Het GAP model is een model waarmee bedrijven en organisaties aan de hand van 3 zogeheten GAP's kunnen kijken naar wat er in hun organisatie en de communicatie (intern en extern) goed, maar met name fout gaat en dus verbeterd moet worden. De GAP's zijn er op drie verschillende niveaus en worden gevormd door de verschillende soorten identiteiten en imago's. Deze identiteiten en imago's zijn:

- Gewenste identiteit: De identiteit van de organisatie door de bril van het management. Dit komt overeen met het gewenste imago.
- Werkelijke identiteit: de ervaring van de identiteit door de werknemers. Hoe zien zij de organisatie?
- Fysieke identiteit: Uiterlijk en gedrag van de organisatie (huisstijl, producten, communicatie uitingen, klantcontacten). Wat voor beeld hebben contactpunten van de organisatie?
- Werkelijke imago: Totaal van beelden, associaties en ervaringen dat mensen koppelen aan een organisatie. Hoe zien de belangengroepen de organisatie?



Figuur 2

Bij de GAP's worden de bovenstaande identiteiten en imago's tegenover elkaar gezet en wordt er gekeken of deze goed op elkaar aan sluiten. Zo ja, dan is er een goede corporate communicatie geuit naar de verschillende groepen. Zo nee, dan heeft de organisatie een probleem, want onjuiste communicatie richting de doelgroepen zorgt voor het ontstaan van een GAP. De drie GAP's zijn:

- GAP 1: Het verschil tussen de gewenste identiteit en de werkelijke identiteit.
- GAP 2: Het verschil tussen de gewenste identiteit en de fysieke identiteit.
- GAP 3: Het verschil tussen het gewenste imago en het werkelijke imago.

IST/SOLL model⁹:

De GAP analyse mondt uit in de toepassing van de IST/SOLL situatieanalyse.

⁸ (Grinten, 2010)

⁹ (Bakker, 2010)

Bij de IST/SOLL aanpak legt men de huidige situatie vast, worden de knelpunten geanalyseerd en definieert men de gewenste situatie. Dit alles gaat uiteindelijk een organisatie voorzien van een aantal alternatieven, waaronder ook de nuloptie (niets doen en het bij het huidige laten).

- IST - de huidige situatie
- SOLL - de gewenste situatie



Voor organisaties kun je dit vertalen als:

- wat BEN je voor organisatie (IST)
- Wat WIL je ermee (SOLL)

Om van IST naar SOLL te komen, zullen er dingen moeten veranderen. Anders gezegd: er zullen barrières moeten worden overwonnen. Het verschil tussen IST en SOLL wordt een GAP genoemd en het vaststellen van dit verschil kan door het toepassen van de GAP analyse. De resultaten van de GAP analyse en de IST/SOLL situatieanalyse vormen de basis voor het advies.

De Trap van Quirke en het Ui model van Hofstede zijn de modellen die gebruikt zijn in het adviesplan en vormen samen het antwoord op deelvraag 2: Welke communicatiemiddelen moeten er vanuit de literatuur ingezet worden om verbondenheid te creëren bij de betrokken doelgroepen (medewerkers en intermediairs).

De Trap van Quirke is tevens gebruikt gedurende het onderzoek met als voornaamste reden dat er duidelijk moest worden op welke trede Sport en Recreatie met 'S-PORT' is blijven hangen en hoe dit heeft plaatsgevonden.

Trap van Quirke¹⁰

De trap van Quirke is een hulpmiddel dat je vooral kunt gebruiken bij verander communicatie. Het verbindt een abstract veranderproces aan middeleninzet.

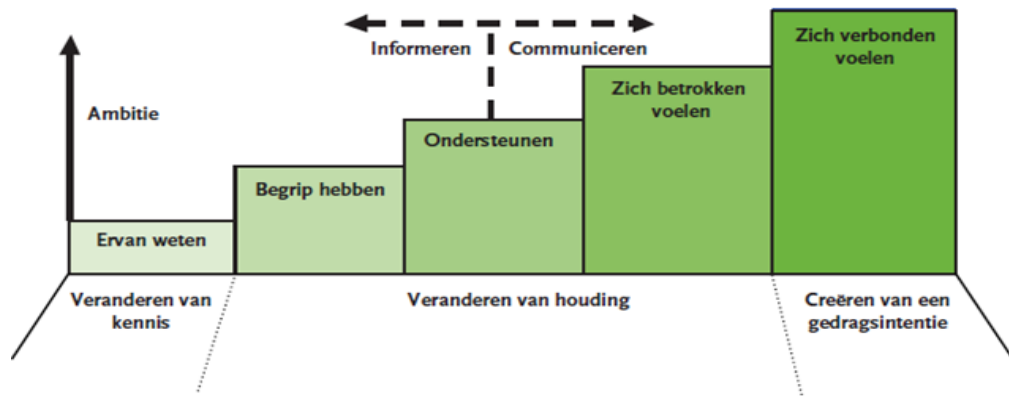
Het model helpt organisaties antwoord te krijgen op de doel/middelen kwestie; voor welk doel je welk middel het beste in kunt zetten. Het is zo opgebouwd dat naarmate de ambities van organisaties omtrent communiceren of informeren groter worden, de interactiviteit van de nog te bepalen communicatiemiddelen ook hoger zal moeten worden. Het proces moet vorderen van 'ervan afweten' naar 'begrip hebben' naar 'ondersteunen' tot 'zich betrokken en verbonden voelen'.

Als een organisatie enkel wil informeren (consument moet ergens van afweten) kan het voldoende zijn om gebruik te maken van een nieuwsbrief, mailcontact of een bericht op intranet. Wanneer er meer van de consument verwacht wordt, zal een organisatie meer moeite moeten doen op het gebied van communicatie. In het model wordt onder de trede 'begrip hebben' gepleit voor een aanpak aan de hand van peptalks en presentaties. Ook bij de volgende treden van het model staan persoonlijke ontmoetingen en 'face tot face' interactie centraal (seminars, feedbacksessies en trainingen).

¹⁰ (Reijnders, 2010)

Bij de laatste trede is het zaak om de consument zich verbonden te laten voelen. Quirke benadrukt bij deze stap het proces van het 'samen problemen aanpakken en verbeteren'.

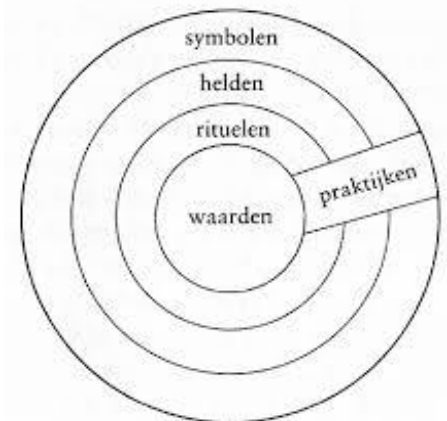
Kortom, de trap van Quirke helpt een organisatie om de kennis, houding en het gedrag van de consument te veranderen.



Figuur 4

Ui model van Hofstede¹¹

Een organisatie bestaat uit verschillende soorten lagen en het ui model van Hofstede weet deze lagen goed in kaart te brengen. Het model kan voor Sport en Recreatie als handvat dienen bij de herpositionering van 'S-PORT' en geeft, samen met de Trap van Quirke, een goed beeld van welke stappen ondernomen moeten worden om dit succesvol te laten gebeuren. In het model worden de volgende lagen benadrukt:



Figuur 5

- Symbolen: Symbolen zijn kernmerken van een organisatie. Het zijn afbeeldingen, woorden en voorwerpen met een betekenis die door leden van de cultuur herkend en begrepen worden. Voorbeelden van symbolen zijn kleding en banners.
- Helden: Helden zijn personen die eigenschappen bezitten welke van waarde kunnen zijn voor een organisatie. Antihelden kunnen ook voor een organisatie van toepassing zijn. Hier ligt de focus op gebeurtenissen die aantonen hoe het juist niet moet.
- Rituelen: Dit zijn activiteiten die op sociaal vlak van belang zijn binnen een organisatie. Voorbeelden van rituelen zijn: groeten en recepties.
- Waarden: De waarden vormen de kern van een organisatiecultuur en maken duidelijk waar de organisatie voor staat.

¹¹ (Hofstede, Hofstede, & Minkov, 2012)

3. Interne Analyse

In dit hoofdstuk is er gekeken naar het interne deel van het onderzoek. Aan de hand van deskresearch is vastgesteld via welke communicatiemiddelen 'S-PORT momenteel wordt ondersteund, welke good practices Sport en Recreatie heeft ontwikkeld voor 'S-PORT en met welke projecten Sport en Recreatie via 'S-PORT samenwerkt. Door middel van een interview zijn er 6 medewerkers van de afdeling ondervraagd om uiteindelijk antwoord te kunnen geven op de overige deelvragen.

3.1 Deskresearch

'S-PORT is een initiatief van de gemeente 's-Hertogenbosch dat in 2010 in het leven is geroepen door de afdeling Sport en Recreatie. 'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.



Hoe 'S-PORT tot op heden is uitgevoerd op het gebied van communicatie en good practices komt in het deskresearch aan bod.

3.1.1 Good Practices¹²

'S-PORT is sinds 2010 actief in de gemeente 's-Hertogenbosch. Het is toentertijd opgesteld met het doel om het in beweging krijgen van de totale gemeente (B-2-B en B-2-C). Om dit doel kracht bij te zetten en de inwoners van 's-Hertogenbosch en omliggende gemeenten daadwerkelijk in beweging te krijgen, heeft 'S-PORT een aantal initiatieven ontwikkeld. Deze worden ook wel good practices genoemd.

Onder deze good practices vallen zowel zaken die de afdeling Sport en Recreatie zelf heeft ontwikkeld voor de doelgroepen als initiatieven waar ze als samenwerkingspartner in acteren. Een aantal projecten en good practices per doelgroep zijn hieronder op een rijtje gezet:

Doelgroepen¹³

Sport en Recreatie heeft de verschillende good practices onderverdeeld in de volgende doelgroepen:

- Kids
- Jongeren
- Volwassen
- 50 Plus

In de geformuleerde missie van de gemeente 's-Hertogenbosch (Inleiding, paragraaf 1.1.2 Missie en Visie) ligt de nadruk op het laten sporten en bewegen van alle leeftijden in 's-Hertogenbosch en bovenstaande doelgroepen omvatten de totale bevolking van de stad.

In bovenstaande groepen zijn good practices voor zowel de intermediairs (B-2-B) als de B-2-C doelgroep ondergebracht.

¹² (Projecten)

¹³ (Doelgroepen)

Good practices

Sinds 2010 heeft Sport en Recreatie aan de hand van 'S-PORT een aantal good practices ontwikkeld. Door middel van deze good practices wil Sport en Recreatie ervoor zorgen dat de doelgroepen (B-2-B en B-2-C) op een leuke manier in beweging komen. Voor de intermediairs is het meer gericht op zichzelf profileren en de eindconsument bij of via hen te laten sporten en bewegen, terwijl de good practices voor de B-2-C doelgroep (eindconsument) voornamelijk gericht zijn op het direct in beweging krijgen van de bevolking van 's-Hertogenbosch. De good practices die 'S-PORT toepast in 's-Hertogenbosch kunnen onderverdeeld worden in twee categorieën namelijk:

- Eigen good practices (o.a. 'S-PORT op School, 'S-PORT Aanbod)
- Good practices waar 'S-PORT gebruik van maakt (o.a. Sjors Sportief, KNVB straatvoetbal)

Een good practice als Sjors Sportief is voor deze intermediairs een van de mogelijkheden om zichzelf te laten zien aan 's-Hertogenbosch. Daarnaast biedt Sport en Recreatie scholen (primair en voortgezet onderwijs) de mogelijkheid om via de good practice 'S-PORT om samen het sportaanbod, tijdens en na schooltijd, te vergroten en versterken. Voorbeelden hiervan zijn de opzet van sportdagen en de toevoeging van nieuwe sporten aan het lessenschema.

Projecten

Verder heeft Sport en Recreatie via 'S-PORT een aantal projecten die ze zelf hebben opgezet en waar ze als samenwerkingspartner fungeren. Hieronder vallen zowel projecten voor de intermediairs ('S-PORT SUPPORT, Nationale Sportweek, Sportwijken) als voor de B-2-C doelgroep (Citytrainers, Johan Cruyff Courts).

Deze projecten van 'S-PORT helpen de afdeling Sport en Recreatie om via de eigen medewerkers en de intermediairs in de gehele stad actief te zijn en hiermee het uiteindelijke doel te bereiken om samen zoveel mogelijk mensen in beweging te krijgen.

Door het ontwikkelen en uitzetten van deze good practices onder de naam 'S-PORT heeft Sport en Recreatie zelf echter de intermediairs en B-2-C doelgroep de mogelijkheid 'geboden' om 'S-PORT als organisatie of afdeling van de gemeente 's-Hertogenbosch te zien.

**Voor het complete schema van good practices per doelgroep, samenwerkingsprojecten van 'S-PORT en wat deze precies inhouden verwijs ik u graag naar paragrafen 8.3.1 en 8.3.2 van de bijlagen.*

3.1.2 Communicatiemiddelen

Om het initiatief goed in te passen in de markt en herkenning te vergaren onder doelgroepen moet er gebruik worden gemaakt van communicatiemiddelen. Onderstaande middelen zorgen ervoor dat het initiatief, het doel van 'S-PORT en de boodschap (missie van de gemeente 's-Hertogenbosch op het gebied van sport) die Sport en Recreatie met 'S-PORT wil uitdragen, goed en duidelijk over komen bij de intermediairs (B-2-B doelgroep).

**Voor de overige middelen van 'S-PORT(B-2-C doelgroep) verwijst ik u graag naar paragraaf 8.4.1 van de bijlagen.*

- **Nieuw eigen logo en website¹⁴**

Allereerst is er gekozen om een vernieuwd logo aan 'S-PORT te hangen.

Uit gesprekken met medewerkers van Sport en Recreatie kwam naar

voren dat eerdere ervaringen en campagnes (voor 2010=de start van

'S-PORT) hebben aangetoond dat de gemeente 's-Hertogenbosch niet per se het beste imago heeft en de gewenste reactie oproept bij de externe (B-2-C) doelgroepen in de stad. Uit deze gesprekken is ook gebleken dat de eerste gedachte bij de B-2-B, maar voornamelijk bij de B-2-C doelgroep vaak negatief is vanwege het beeld dat er van gemeentes in het algemeen is ontstaan; saai. Hier heeft Sport en Recreatie iets aan proberen te veranderen met het ontwerpen van 'S-PORT. Medewerkers hebben gemerkt dat door een nieuwe naam en logo te ontwikkelen S&R ervoor heeft gezorgd dat het vooroordeel (gemeente = saai) bij de jongeren, als ze het gemeente logo bij communicatie-uitingen en events zien, wordt ingedamd. Door het nieuwe logo en de eigen website wekt 'S-PORT juist interesse en positiviteit bij de doelgroepen in plaats van desinteresse. De website straalt, door het gebruik van felle kleuren, energie uit in tegenstelling tot de wat meer sombere huisstijl van gemeente 's-Hertogenbosch¹⁵. De website¹⁶ biedt de doelgroepen de mogelijkheid om informatie in te winnen over 'S-PORT, de good practices, wat er op het gebied van sport gebeurt in de stad en welke projecten gericht zijn op specifieke doelgroepen.



- **Posters, brochures en folders/flyers**

Door middel van poster, brochure, folders en flyers moeten de belangenpartijen en inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch meer herkenning vergaren ten opzichte van 'S-PORT. Op scholen en sportverenigingen wordt het logo van 'S-PORT getoond door middel van folders en posters in o.a. kantines, sportzalen en kleedruimtes. Deze middelen bieden Sport en Recreatie de mogelijkheid om de B-2-B en B-2-C doelgroepen te bereiken. Deze externe doelgroepen krijgen de kans aangereikt om meer informatie te vergaren over het initiatief 'S-PORT en deze middelen moeten hen aanzetten/beïnvloeden tot deelname bij evenementen en acties die geïnitieerd worden vanuit de afdeling Sport en Recreatie aan de hand van 'S-PORT.

- **Visitekaartjes**

De visitekaartjes dienen als reminder. Werknemers van verschillende bureaus binnen S&R zijn in het bezit van een 'S-PORT visitekaartje. Hier staat het logo en contactinformatie op om ervoor te zorgen dat de doelgroepen de link kunnen leggen tussen gemeente en 'S-PORT.

¹⁴ ('S-PORT)

¹⁵ ('s-Hertogenbosch)

¹⁶ ('S-PORT)

Tevens geldt dit visitekaartje als middel om herkenning te genereren bij de externe doelgroepen (B-2-B en zo nu en dan B-2-C).

- **Kleding** (**voor voorbeelden verwijst ik u graag naar paragraaf 8.4.2 Kleding van de bijlagen*)
 - Combinatiefunctionarissen en buurtsportmedewerkers dragen kleding met het logo van 'S-PORT. Deze mensen zijn in het bezit van truien en polo's wat ze herkenbaar maakt voor de inwoners van gemeente 's-Hertogenbosch.
 - De Citytrainers dragen speciaal ontworpen kleding met daarop het eigen logo dat is ontworpen voor het project 'Citytrainers'. Zo vallen deze citytrainers op in het stadsbeeld en de wijken waarin ze werkzaam zijn. De kleding zorgt voor bevestiging bij de doelgroepen (B-2-B en B-2-C) in de wijken en straalt professionaliteit uit.

- **Social Media**

- 'S-PORT^{17 18}. Bureau Sport en Recreatie heeft ervoor gezorgd dat 'S-PORT te vinden is op Social Media. Er zijn pagina's op Facebook en Twitter en hier worden alle lopende 'good practices' en evenementen getoond met de daarbij benodigde informatie. Dit gebeurt in de vorm van artikelen, links, foto's en video's. Via deze Social Media kanalen wordt ervoor gezorgd dat iedereen duidelijkheid krijgt over wat er momenteel speelt in de gemeente 's-Hertogenbosch en welke rol 'S-PORT hierin speelt. De Twitter pagina van 'S-PORT toont qua volgers aantal aan populairder te zijn dan de Facebook pagina; respectievelijk 624 tegenover 419.

**Voor voorbeelden verwijst ik u naar paragraaf 8.4.3 Social Media van de bijlagen*

- Citytrainers¹⁹.
Sport en Recreatie is van mening dat, voor optimaal gebruik en resultaat, deze 'good practice' in het bezit moet zijn van een eigen Social Media kanaal. Citytrainers heeft een eigen pagina waar de belangrijkste informatie voor de buurtbewoners gedeeld wordt. Daarnaast is elke Citytrainer in het bezit van een persoonlijke pagina waar buurtbewoners informatie kunnen vinden over Citytrainers die voor hun buurt van belang zijn. Hier wordt informatie gedeeld door de trainers over activiteiten in de buurten waar ze werkzaam zijn. Citytrainers zijn door deze werkzaamheden een mogelijke belangrijke drager van 'S-PORT.

- **Banners, roll-up, spandoeken en beachflags**

Verschillende good practices in de stad worden gecommuniceerd naar de doelgroepen aan de hand van banners, spandoeken en beachflags. Deze middelen worden kort voor aanvang



en tijdens de evenementen getoond en dienen als promotie. Het evenement wordt getoond, maar daarbij is het logo van 'S-PORT aanwezig. Hier moet herkenning uit voort komen. De banners en spandoeken die getoond werden bij good practices als Active Ageing, 'S-

¹⁷ (Twitter 'S-PORT)

¹⁸ (Facebook 'S-PORT)

¹⁹ (Citytrainers 's-Hertogenbosch)

PORTCAFÉ, Kids 'S-PORT Mee en Doelbewust zijn voorbeelden van promotie voor zowel 'S-PORT als sponsors om zich in de kijker te spelen bij de doelgroepen. Tijdens het evenement 'Welkom Thuis' (ontvangst Olympische sporters 2012) bij Station 's-Hertogenbosch waren tevens banners van 'S-PORT te zien.

**voor meer voorbeelden verwijst ik u naar paragraaf 8.4.4 Banners van de bijlagen.*

- **'S-PORT-SUPPORT meetings**

SPORT SUPPORT is een netwerk van bedrijven, ook wel partners genoemd, die ondersteuning bieden bij sportgerelateerde vraagstukken in de stad. Zij dragen hun steentje bij aan de ontwikkeling en sportparticipatie van de stad. 'S-PORT maakt gebruik van de partners die via SPORT SUPPORT verworven zijn en communiceert samen met deze stichting richting de doelgroepen.

- **SPORTCAFÉ meetings**

SPORTCAFÉ is een initiatief dat is opgezet binnen 'S-PORT om sportverenigingen de kans te bieden om andere verenigingen te ontmoeten, te netwerken, kennis te delen en krachten te bundelen.

3.2 Diepte-interviews

Er is, zoals eerder vermeld, de keuze gemaakt om informatie te vergaren door middel van een diepte interview. Het gehanteerde interview is een mix van twee soorten interviews:

- Gestructureerde interviews; hier liggen de vragen van tevoren vast.
- Halfgestructureerde interviews; hier liggen alleen de onderwerpen vast die men wil behandelen, maar is vaak alleen de beginvraag helemaal uitgeschreven.

Hieronder zullen eerst de intern afgenomen diepte-interviews aan bod komen en daarna worden in hoofdstuk 4 de externe diepte-interviews besproken.

3.2.1 Interviewresultaten

Interne interviews

Om de deelvragen en uiteindelijk de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is er, in samenspraak met de stagebegeleiders, een lijst opgesteld van personen die vanuit verschillende bureaus binnen de afdeling werkzaam zijn. Bij het opstellen van de lijst was het van belang om medewerkers te selecteren die vanuit verschillende belangen met 'S-PORT te maken hebben, omdat het hierdoor gegarandeerd is dat 'S-PORT vanuit elk mogelijk oogpunt binnen Sport en Recreatie bekeken en geanalyseerd is.

**Voor gegevens van deze medewerkers verwijst ik u graag naar paragraaf 8.6.1 Transcriptie en gegevens: Intern van de bijlagen.*

Aan de hand van dit onderzoek is er van elk onderdeel binnen Sport en Recreatie feedback ontvangen over hoe zij 'S-PORT zien en hierdoor was het mogelijk om de vragen zo volledig mogelijk uit te werken. Er zijn 6 personen geïnterviewd en deze vervullen hun taken vanuit de volgende bureaus:

- Bureau Beheer en Exploitatie (1)
- Bureau Sport en Bewegen (3)
- Bureau Beleid en Strategie (1)

- Bureau Ondersteuning (1)

Bij bovenstaande vier bureaus zijn de vooraf opgestelde deelvragen voorgelegd. Deze vragen hebben meer duidelijkheid gegeven aangaande de betekenis (huidig, oorspronkelijk en gewenst), meerwaarde en communicatie van 'S-PORT binnen de afdeling Sport en Recreatie. Zo vormen deze resultaten het eerste deel van de GAP-IST/SOLL situatieanalyse.

De volgende vragen zijn voorgelegd aan de bureaus:

**Het nummer achter de vraag geeft aan bij welke deelvraag ze horen in figuur 1 van paragraaf 1.6.2 Deelvragen.*

- Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT onder de medewerkers? **(1)**
 - Wat vind je van de oorspronkelijke betekenis? **(1)**
 - Wat zou voor jou de betekenis moeten zijn (gewenst)? **(6.2)**
- Wat is de meerwaarde van 'S-PORT bij de betrokken partijen? **(2)**
- Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, medewerkers (afdeling S&R), verenigingen, scholen, bedrijven en zorgpartners? **(4)**
- Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund? **(5)**
 - Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT? **(5)**
 - Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van de communicatiemiddelen van 'S-PORT? **(5)**
 - Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je? **(5)**
- Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT? **(7)**

Hieronder volgen kort per bureau de antwoorden van het interview. Deze zijn verworven nadat de interviews in volledigheid zijn uitgeschreven. Vervolgens is er naar de belangrijkste antwoorden en overlappingen gezocht en deze zijn uiteindelijk verwerkt in de volgende alinea's. De antwoorden staan in dezelfde volgorde opgesteld hierboven genoemde deelvragen.

**Voor schematische uitwerkingen per bureau verwijs ik u graag naar paragraaf 8.6.3 van de bijlagen.*

** Voor de codering en transcriptie verwijs ik u naar paragrafen 8.6. Transcriptie en gegevens: Intern en 8.8.1 Codering Intern van de bijlagen.*

Betekenis van 'S-PORT

Wat betekent 'S-PORT voor de bureaus van Sport en Recreatie?

Een van de geïnterviewden geeft aan dat hij/zij naar buiten treedt met 'S-PORT, maar de overige geïnterviewden hebben laten merken dat ze persoonlijk zelden tot niet naar buiten treden met 'S-PORT. Zij doen dit met de afdelingsnaam Sport en Recreatie. Dit heeft mede te maken met de onduidelijkheid over wat 'S-PORT is, wat het betekent en dat de medewerkers van Sport en Recreatie niet weten wat ze nu precies uit moeten dragen.

"S-PORT is onduidelijk voor de bureaus van Sport en Recreatie"

'S-PORT wordt door deze bureaus voornamelijk gezien als communicatieconcept of merk terwijl een enkeling het platformconcept daadwerkelijk terugziet. Volgens de medewerkers moet er duidelijkheid en een meerwaarde worden uitgestraald met 'S-PORT.

Twee van de zes geïnterviewden zien momenteel niet echt een meerwaarde in 'S-PORT, maar zij die dat wel doen hebben aangegeven dat 'S-PORT als merk een boost heeft gegeven aan het werk dat verricht wordt en dat het eigen logo voor herkenbaarheid heeft gezorgd.

Wat vinden de bureaus van de huidige betekenis?

De respondenten hebben aangegeven dat de oorspronkelijke betekenis een mooie gedachte en omschrijving van 'S-PORT is. Maar:

*'Medewerkers erkennen dat het concept niet uit de verf is gekomen
en deze betekenis ook niet reëel is'*

Een van de geïnterviewden is van mening dat dit de perfecte betekenis is, maar de overige respondenten geven aan dat zij deze betekenis nooit onthouden hebben en niet verwachten dat de doelgroepen (intermediairs en eindconsument) de betekenis wel weten.

De medewerkers zijn van mening dat Sport en Recreatie zelf verantwoordelijk is voor de onduidelijkheid en er geschoven moet gaan worden met de betekenis.

Wat zou de betekenis van 'S-PORT volgens de bureaus moeten zijn?

5 van de geïnterviewden zijn van mening dat er geschoven moet gaan worden met de betekenis.

'Er moet duidelijkheid en een meerwaarde uitgestraald worden met de betekenis'

De oorspronkelijke betekenis is niet uit de verf gekomen en dit komt grotendeels door de manier waarop Sport en Recreatie 'S-PORT heeft uitgezet en enkele medewerkers naar buiten zijn getreden met het label 'medewerker 'S-PORT'.

Een geïnterviewde geeft aan dat de oorspronkelijke betekenis perfect is en precies staat voor wat 'S-PORT is. Deze medewerker geeft aan dat er niet geschoven hoeft te worden met de betekenis.

Wat is de relatie tussen 'S-PORT, de gemeente en de afdeling S&R?

De geïnterviewden zijn van mening dat er weinig bekendheid is over 'S-PORT binnen de gemeente. Als men binnen de gemeente 'S-PORT kent, ziet men het als onderdeel van of equivalent van Sport en Recreatie.

Wordt er door de bureaus veel met 'S-PORT gepromoot?

Vier van de geïnterviewden heeft aangegeven dat er vanuit hun bureau wel gepromoot wordt met 'S-PORT en de beschikbare middelen, maar dat dit momenteel nog niet voldoende gedaan wordt.

*'De onduidelijkheid zorgt ervoor dat medewerkers onvoldoende naar buiten treden.
Ze weten niet goed wat ze precies naar uit moet dragen.'*

Op het gebied van vindbaarheid, herkenbaarheid en zichtbaarheid liggen er kansen voor de toekomst. De overige respondenten geven aan dat vanuit hun bureau niet actief gepromoot wordt, omdat zij in hun werkzaamheden niet direct met 'S-PORT te maken hebben.

Maken de intermediairs gebruik van de middelen van 'S-PORT en zouden zij meer gebruik willen maken van middelen van 'S-PORT in de toekomst?

De geïnterviewden hebben de inschatting gedaan dat intermediairs momenteel geen gebruik maken van de middelen van 'S-PORT. Dit geldt voor zowel social media als traditionele media.

Echter zijn de geïnterviewden wel van mening dat intermediairs hier voor openstaan, mits het aantrekkelijk is voor deze intermediairs is en ze er iets aan over kunnen houden. Als de intermediairs zich via de middelen van 'S-PORT op een manier kunnen promoten en profileren, die via de eigen middelen niet mogelijk is, zullen zij daar best voor openstaan. Het boekje van Sjors Sportief²⁰ is hier een goed voorbeeld voor en zulke middelen bieden de intermediairs de mogelijkheid om een breder publiek aan te spreken.

Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen (intermediairs) van 'S-PORT?

De geïnterviewden zijn van mening dat op het gebied van communicatiemiddelen Social Media als grootste kans geldt, omdat veel intermediairs actief zijn op dit medium en haar kanalen. De medewerkers geven tevens aan dat traditionele media niet vergeten moet worden als het gaat om communicatie richting de eindconsument (B-2-C). Dit is echter niet direct van belang voor dit onderzoek, maar voor de verdere toekomst en eventuele vervolgonderzoeken wel.

²⁰ (Sjors Sportief)

3.3 Conclusies intern onderzoek

Bovenstaande resultaten hebben het mogelijk gemaakt om het een en ander vast te stellen. Dit zijn de conclusies van het interne onderzoek.

- Sport en Recreatie heeft te maken met een probleem op het gebied van kennis van de medewerkers aangaande 'S-PORT. De oorspronkelijke betekenis wordt niet herkend en niet realistisch geacht om in de toekomst na te streven.
- Het ontbreken van deze kennis zorgt ervoor dat de medewerkers niet goed naar buiten treden met 'S-PORT en ze de meerwaarde van 'S-PORT niet zien.
- Er heerst niet alleen onduidelijkheid over 'S-PORT binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar ook gemeentebreed is er onvoldoende kennis over 'S-PORT.
- Het ontbreken van duidelijkheid heeft er voor gezorgd dat de medewerkers, vanuit hun bureaus, in hun werkzaamheden de communicatiemiddelen van 'S-PORT weinig gebruiken of toepassen.
- Er wordt aangeraden om te schuiven met de betekenis. Het terug laten komen van de meerwaarde van 'S-PORT in de betekenis wordt belangrijk geacht binnen de afdeling Sport en Recreatie.

Trap van Quirke²¹

In hoofdstuk 2. Theoretisch Kader is beschreven wat het Trap model van Quirke voor een organisatie kan betekenen. Voor het adviesplan, dat aan de hand van de Trap van Quirke is vormgegeven, is het belangrijk om vast te stellen op welke trede Sport en Recreatie zich momenteel bevindt. Naar aanleiding van de interne diepte-interviews kan geconcludeerd worden dat de afdeling Sport en Recreatie met 'S-PORT is blijven hangen op de tweede trede.

Sport en Recreatie heeft de medewerkers bij de inzet van 'S-PORT geïnformeerd wat het idee van 'S-PORT is en wat ermee bereikt moet worden. Via de e-mails, interne nieuwsbrieven wordt er met 'S-PORT gecommuniceerd en er is begrip gewekt onder de werknemers (medewerkers hebben aangegeven dat de oorspronkelijke betekenis een begrijpelijke gedachte is). Daar is het echter bij gebleven.

Het verder blijven communiceren, wat moet leiden tot betrokkenheid en verbondenheid bij de medewerkers van de afdeling, is daarentegen achtergebleven. Gedurende de diepte-interviews hebben de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie door laten schemeren dat er te weinig feedbackmomenten zijn geweest waarin zij hun mening hebben kunnen laten horen.

Aan de hand van deze conclusies kan het eerste deel van de GAP analyse en het interne deel van de IST situatie ingevuld worden.

**Voor de uitgewerkte stap 1 van deze modellen verwijst ik u graag paragraaf 8.6.4 naar de bijlagen.*

²¹ (Reijnders, 2010)

4. Externe analyse

4.1 Externe interviews

Voor de externe analyse is er tevens gekozen voor de toepassing van kwalitatief onderzoek in de vorm van een diepte-interview. Dit interview is op dezelfde manier opgesteld als de interne variant en is een mix van gestructureerde en halfgestructureerde interviews.

De externe analyse is gericht op de doelgroepen van 'S-PORT buiten de eigen organisatie. Deze doelgroepen, ook wel intermediairs genoemd, zijn:

- Sportverenigingen
- Scholen
- Bedrijfsleven
- Zorgpartners

Om tot een zo representatief, betrouwbaar en breed onderzoek en bijbehorende resultaten te komen, is het van belang dat voor de externe analyse ook de juiste intermediairs betrokken worden. Voor dit onderdeel is er een lijst opgesteld met een gevarieerd aanbod aan sportverenigingen, scholen, bedrijven en zorgpartners. Tijdens de opstelling van de lijst is er gekeken naar een aantal aspecten om ervoor te zorgen dat elke soort intermediair een stem heeft gekregen in het onderzoek. Op het gebied van scholen is er rekening gehouden met het primair en het voortgezet onderwijs terwijl er bij de sportverenigingen gelet is op verschillende soorten sporten, zodat niet alle geïnterviewden uit dezelfde sporttak afkomstig zijn. Tevens is er gekeken naar een goede mix van grote/kleine verenigingen en of ze indoor of outdoor de sport beoefenen. Het gevarieerde aanbod van intermediairs zorgt ervoor dat de resultaten gebruikt kunnen worden in de toekomst. Deze resultaten vormen de basis van het tweede deel van de GAP-IST/SOLL situatieanalyse.

**Voor de interviewlijst (paragraaf 8.5 Interviewlijst) en contactgegevens (paragraaf 8.7.1) verwijs ik u graag naar de bijlagen*

Voor het externe onderzoek zijn er, in overleg met de organisatie, deelvragen opgesteld die voor intermediairs van belang zijn aangaande 'S-PORT. Deze deelvragen komen in grote lijnen overeen met de opgestelde deelvragen voor het interne interview. De volgende vragen zijn aan de intermediairs voorgelegd:

**Het nummer achter de vraag geeft aan bij welke deelvraag ze horen in figuur 1 van paragraaf 1.6.2 Deelvragen.*

- Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij de intermediairs? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het? **(1)**
 - Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw organisatie? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in? **(1)**
 - De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: **'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.**
Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter? **(1)**
 - Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?) **(6)**

- Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?
 - Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw organisatie? **(2)**
 - Wat zou de gewenste meerwaarde voor jullie kunnen zijn? **(6)**
(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)
 - Wat draagt je organisatie bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?
(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).
- Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en organisaties? **(4)**
 - We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?) **(4)**
 - Voelen jullie je als organisatie onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet? **(4/1)**
- Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund? **(5)**
 - Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen? **(5B)**
 - Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt? **(5C)**
- Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als organisatie? Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken? **(7)**
- Wat missen jullie als organisatie zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie? **(6)**

De cijfers na de interviewvraag hebben betrekking op de nummers van de deelvragen. Om duidelijkheid te verschaffen aan de doelgroepen is er tijdens de interviews voor gekozen om vragen over begrippen bij elkaar te plaatsen, ondanks dat deze in het schema met deelvragen niet bij elkaar staan. In het interview wordt onder andere bij de onderdelen een en twee gevraagd naar respectievelijk de huidige en gewenste betekenis en meerwaarde. Dit is gedaan om de doelgroep het gevoel van duidelijkheid te geven en niet het idee te wekken dat er van de hak op de tak wordt gesprongen. Deze vragen behoren echter tot een andere deelvraag en zijn bij de uitwerking ook weer op de juiste plek in het schema met deelvragen en in onderstaande alinea's geplaatst.

**Voor het antwoordschema, transcriptie en de gegevens van de intermediairs verwijs ik u graag naar paragraaf 8.7 van de bijlagen.*

** Voor de codering verwijs ik u graag naar paragraaf 8.8.2 Codering Extern van de bijlagen.*

4.2 Interviewresultaten intermediairs

Betekenis van 'S-PORT

Wat betekent 'S-PORT voor de intermediairs?

Voor de intermediairs is 'S-PORT een organisatie of afdeling van de gemeente die zorgt voor verbinding tussen de gemeente en andere intermediairs, ondersteuning, advies, krachtenbundeling, aanvoer van kennis en het verzorgen van accommodaties voor verenigingen.

Oorspronkelijke betekenis

Het eerste deel van de oorspronkelijke betekenis, waarin de krachtenbundeling om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken naar voren komt, zien de intermediairs wel terug in de praktijk. Dit kan daarentegen niet gezegd worden over de rest van de oorspronkelijke betekenis.

'De intermediairs geven aan dat ze het platform, wat in de betekenis genoemd wordt, niet herkennen.'

Het tweede deel aangaande het op basis van gelijkwaardigheid uitvoering geven aan de sportvisie herkennen ze daarentegen niet.

Op het gebied van gelijkwaardigheid zien de kleinere intermediairs verschillen met de grotere en de sportvisie geven ze aan niet te kennen. De intermediairs hebben het idee dat dit meer iets voor de gemeente is.

Wat zou de betekenis van 'S-PORT moeten zijn?

Volgens de intermediairs moet er in de betekenis van 'S-PORT een aantal kernwaarden terug komen. Kernwaarden die de intermediairs in de betekenis willen zien: 'S-PORT laat mensen bewegen, zorgt voor verbinding van partijen, intermediairs ondersteunt en van advies voorziet, de stad versterkt door krachten te bundelen.

Meerwaarde

Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor de intermediairs?

Gedurende de diepte-interviews hebben de intermediairs aangegeven dat 'S-PORT voor hen een meerwaarde is gebleken.

'De meerwaarde van 'S-PORT voor de intermediairs heeft zich aangetoond op verschillende gebieden.'

De volgende gebieden zijn door de intermediairs genoemd. 'S-PORT is van meerwaarde op het gebied van:

- Ondersteuning
- Verbinding
- Versterking
- Uitbreiding netwerk
- Advisering

- Krachtenbundeling

Wat is de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de intermediairs?

De intermediairs hebben aangegeven tevreden te zijn met wat 'S-PORT momenteel doet en voor hen betekent. Tevens zijn ze van mening dat 'S-PORT goed bezig en sterk verankerd is in de stad. Met het oog op de toekomst hebben de intermediairs laten merken wat ze graag nog meer van 'S-PORT zouden terugzien. Dit is vertaald naar de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de intermediairs.

Als suggesties aangaande de gewenste meerwaarde gaven zij:

- Meer verbinding tussen betrokken partijen (gemeente en intermediairs) en uitbreiding van het netwerk. Deze versterkte verbinding tussen intermediairs is behulpzaam bij de uitbreiding van naschoolse activiteiten (samenwerking tussen scholen en verenigingen).
- Meer mogelijkheden tot profilering en promotie van de eigen organisatie (vereniging, bedrijf etc.).
- Betere bemiddeling tussen partijen bij het faciliteren van accommodaties.

Wat is de bijdrage van de intermediairs aan 'S-PORT?

'S-PORT is van origine opgezet als platform. Ondanks dat de intermediairs 'S-PORT zien als organisatie of afdeling van de gemeente 's-Hertogenbosch en niet als platform, geldt er toch een samenwerking. Dit betekent dat Sport en Recreatie in de vorm van 'S-PORT een bijdrage levert, maar de intermediairs doen dit ook. De bijdrage die deze intermediairs leveren ligt aan wat voor soort organisatie het is.

Verenigingen en scholen leveren een bijdrage door activiteiten te organiseren, deel te nemen aan activiteiten die onder de naam 'S-PORT georganiseerd worden. Tevens zijn de scholen plekken voor de combinatiefunctionarissen om hun expertise te delen en scholieren in beweging te krijgen.

Bedrijven leveren hun bijdrage door de overige intermediairs bij te staan en te ondersteunen bij problemen en vraagstukken waarmee ze kampen. Via 'S-PORT SUPPORT worden bedrijven met een bepaald veld van expertise gekoppeld aan een vereniging die kampt met een probleem op dat specifiek gebied. De bedrijven leveren, als bijdrage aan 'S-PORT, manuren om de andere intermediairs te helpen het probleem op te lossen.

De zorgpartners leveren op een ander vlak hun bijdrage. Zij brengen 'S-PORT in contact met hun eigen doelgroepen. Normaliter zijn dit groepen mensen die met een bepaald probleem kampen en zo in aanraking zijn gekomen met de specifieke zorgpartner. 'S-PORT en deze zorgpartners werken samen om ook deze groepen te helpen sporten en bewegen, waardoor beide partijen op maatschappelijk vlak een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van 's-Hertogenbosch.

Wat is de relatie tussen 'S-PORT, de gemeente en de afdeling S&R?

De antwoorden van de intermediairs op deze vraag overlappen elkaar in grote lijnen. Zij zien geen platform waar ze met andere intermediairs samenwerken, maar juist 'S-PORT als onderdeel van de gemeente waarmee ze samenwerken om elkaar te versterken en zoveel mogelijk mensen in 's-Hertogenbosch aan het sporten en bewegen te krijgen.

Communicatiemiddelen

Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zien de intermediairs weleens voorbij komen?

De communicatiemiddelen die de intermediairs voorbij zien komen zijn zeer gevarieerd. Het is niet zo dat ze alleen social media of juist alleen traditionele media varianten van 'S-PORT zien. Degene die genoemd werden zijn de volgende:

- E-mail
- Website
- Nieuwsbrief
- Sjors Sportief

De intermediairs hebben aangegeven dat 'S-PORT goed verankerd is in 's-Hertogenbosch en op het gebied van branding goed bezig is met de toepassing van flyers, kleding en sleutelhangers.

Zouden de intermediairs gebruik willen maken van middelen van 'S-PORT?

Het resultaat van deze onderzoeksvraag komt goed overeen met het antwoord dat naar voren is gekomen uit de interne diepte-interviews. Hoe de medewerkers van 'S-PORT het in hebben geschat blijkt in de praktijk de waarheid te zijn.

'De intermediairs geven aan dat ze wel gebruik willen maken van de middelen van 'S-PORT, mits het interessant voor hen is en het iets oplevert.'

Hierbij moet Sport en Recreatie denken aan het verbeteren van mogelijkheden voor intermediairs om zichzelf te kunnen profileren en promoten via 'S-PORT.

Zijn er nog andere middelen interessant voor de intermediairs?

Qua interesse voor communicatiemiddelen hebben de intermediairs ook wensen die verschillend waren van elkaar. Deze varieerden van traditionele media tot middelen op het gebied van social media. De middelen die de intermediairs graag terug zien komen:

- Social Media,
- Een 'S-PORT applicatie
- Nieuwsbrieven
- E-mails
- PR

Wat missen de intermediairs nog aan 'S-PORT?

Op de vraag wat zij nog missen aan 'S-PORT wisten de intermediairs niet goed hoe ze moesten reageren, omdat 'S-PORT een meerwaarde heeft voor de intermediairs in 's-Hertogenbosch en zij aan hebben gegeven dat 'S-PORT goed verankerd is in de stad en het prima doet op het gebied van branding.

Wat de intermediairs aan 'S-PORT missen is hierdoor ook zeer breed. Een greep uit de antwoorden; een database waar intermediairs zelf bestanden (draaiboeken voor toernooien of activiteiten) kunnen downloaden, 'S-PORT applicatie waar intermediairs zelf problemen en ook oplossingen

kunnen aanbieden, extra naschoolse activiteiten en het laten leven van de sportvisie bij intermediairs.

Conclusies extern onderzoek

Bovenstaande resultaten hebben het mogelijk gemaakt om het een en ander vast te stellen. Dit zijn de conclusies van het externe onderzoek:

- De interne onduidelijkheid over 'S-PORT heeft ertoe geleid dat de intermediairs zelf een beeld hebben gevormd van 'S-PORT. Deze intermediairs herkennen de oorspronkelijke betekenis niet en zien 'S-PORT als organisatie of onderdeel van Sport en Recreatie.
- Om duidelijkheid rondom 'S-PORT te creëren raden de intermediairs aan om kernwaarden aan de betekenis te hangen.
- De intermediairs zien, in tegenstelling tot de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie, wel een meerwaarde in 'S-PORT.
- De intermediairs zien in het dagelijks leven verschillende middelen van 'S-PORT terug en hebben tevens interesse in het gebruiken van de middelen van 'S-PORT.

5. Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk staan de conclusies vermeld. Bij elke deelvraag is stilgestaan en hierbij is de conclusie per vraag uitgewerkt. Aan de hand van deze conclusies zijn de modellen ingevuld en deze vormen de handvatten voor de aanbevelingen en het adviesplan.

5.1 Conclusies

1. Wat is de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen?

Intern is de betekenis van 'S-PORT relatief onduidelijk. Men weet niet wat het inhoudt en ze hebben geen duidelijk antwoord op wat 'S-PORT voor hen betekent. Extern wordt 'S-PORT gezien als organisatie of afdeling van de gemeente 's-Hertogenbosch die zorgt voor verbinding, ondersteuning, advies, krachtenbundeling, aanvoer van kennis en het verzorgen van accommodaties voor betrokken partijen.

Wat vind je van de oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT?

In de oorspronkelijke betekenis wordt het begrip 'platform' niet herkend en ook het 'op basis van gelijkwaardigheid invulling geven aan de sportvisie' is voor de intermediairs onduidelijk. Echter zien de intermediairs het 'krachten bundelen om 's-Hertogenbosch te versterken' wel duidelijk terug.

2. Welke communicatiemiddelen en modellen moeten er vanuit de literatuur ingezet worden om verbondenheid te creëren bij de betrokken doelgroepen (medewerkers en intermediairs)?

De Trap van Quirke en het Ui model van Hofstede zijn modellen uit de literatuur die laten zien welke communicatiemiddelen en op welk moment Sport en Recreatie deze in moet zetten om meer verbondenheid te creëren.

3. Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze betrokken partijen?

'S-PORT heeft voor herkenbaarheid gezorgd en intern wordt het gezien als een merk waarmee de afdeling naar buiten treedt. Extern geldt dat 'S-PORT op meerdere vlakken als meerwaarde wordt gezien. Dit zijn de kernwaarden die door intermediairs aan 'S-PORT worden gehangen: gebied van ondersteuning, verbinding, versterking van netwerken, levering van expertise, advisering, faciliteren.

4. Welke good practices zijn er al ontwikkeld binnen 'S-PORT?

Om doelstellingen te bereiken en meer mensen in 's-Hertogenbosch aan het sporten en bewegen te krijgen, zijn er good practices ontwikkeld. Deze good practices zijn meer gericht op de eindconsument (B-2-C) en behoren niet direct tot de scope van dit onderzoek. Voor duidelijkheid gedurende het onderzoek was het van belang om deze good practices even per doelgroep op een rijtje te zetten:

- Kids: GymPlus, Plein Gezond
- Jongeren: Cool, Doelbewust
- Volwassenen: Gezond Bewegen
- 50 PLUS: 50 Plus Sport, Fittest

Daarnaast zijn er projecten waar Sport en Recreatie via 'S-PORT mee (samen) werkt en deze zijn gericht op de intermediairs (B-2-B doelgroep). Een aantal van deze projecten zijn de Citytrainers, Cruyff Courts, Richard Krajicek Playgrounds, 'S-PORT SUPPORT en de Nationale SportWeek.

5. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, de gemeente, SR en de bureaus?

Als men binnen de gemeente 'S-PORT kent, wordt het als onderdeel van of als equivalent van de afdeling Sport en Recreatie gezien. Extern wordt 'S-PORT ook als onderdeel van of als afdeling

binnen de gemeente 's-Hertogenbosch gezien. De doelgroepen zien 'S-PORT als een partij waarmee ze samenwerken en niet als platform.

6. Welke communicatiemiddelen gebruikt 'S-PORT momenteel?

6.1. Via welke middelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

Momenteel wordt 'S-PORT ondersteund door verschillende traditionele en online middelen: Traditioneel: posters, brochures, flyers, give aways, kleding, visitekaartjes, banners, roll-up, spandoeken, beachflags en vlaggen.

Online: Website en eigen logo, Social Media; Twitter en Facebook, YouTube,

Overig: Bijeenkomsten 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORTCAFE

6.2. Welke middelen van 'S-PORT zien de intermediairs weleens voorbij komen?

De intermediairs hebben aangegeven dat zij de volgende middelen weleens voorbij zien komen: website, kleding van 'S-PORT, Posters, flyers, e-mail en de nieuwsbrief

7. Wat zijn de wensen en behoeften van betrokken partijen met betrekking tot 'S-PORT?

7.1. Wat is de gewenste meerwaarde?

Partijen zouden graag zien dat 'S-PORT voor nog meer verbinding tussen partijen zorgt, blijft ondersteunen en dit versterkt. De doelgroepen zien via 'S-PORT de mogelijkheid om zich nog meer te promoten en hun accommodatie te benutten. Hier zou 'S-PORT in de toekomst meer mee kunnen doen. Tevens zouden intermediairs graag zien dat zij via 'S-PORT hun (zakelijk) netwerk in de toekomst nog meer uit kunnen breiden.

7.2. Wat is de gewenste betekenis?

De oorspronkelijke definitie wordt niet goed herkend door de doelgroepen. Er moet geschoven gaan worden. De definitie moet, volgens de intermediairs, bestaan uit het verbinden, ondersteunen, bundelen van krachten, adviseren, uitdragen van kennis. 'S-PORT moet duidelijkheid en een meerwaarde uitstralen.

7.3. Wat missen de intermediairs nog?

De respondenten hadden allen een mening over wat zij nog misten en dit bleek heel erg breed te zijn. Toevoegingen van strategisch niveau tot activiteitsniveau. Een aantal van de zaken die ze noemden:

Meer naschoolse activiteiten, versterking tussen sportactiviteiten en sociale activiteiten, het laten leven van de sportvisie door 'S-PORT en meer synergie creëren tussen partijen. Een online platform waar partijen zelf informatie (draaiboeken etc.) kunnen downloaden. Hier zou een 'S-PORT applicatie ook een nuttige rol in kunnen spelen.

Een ander voordeel dat de 'S-PORT app zou kunnen bieden is het makkelijk plaatsen van oproepen voor leerkrachten (scholen), het vragen van hulp bij problemen en de informatieverstrekking over activiteiten die er in de stad plaatsvinden.

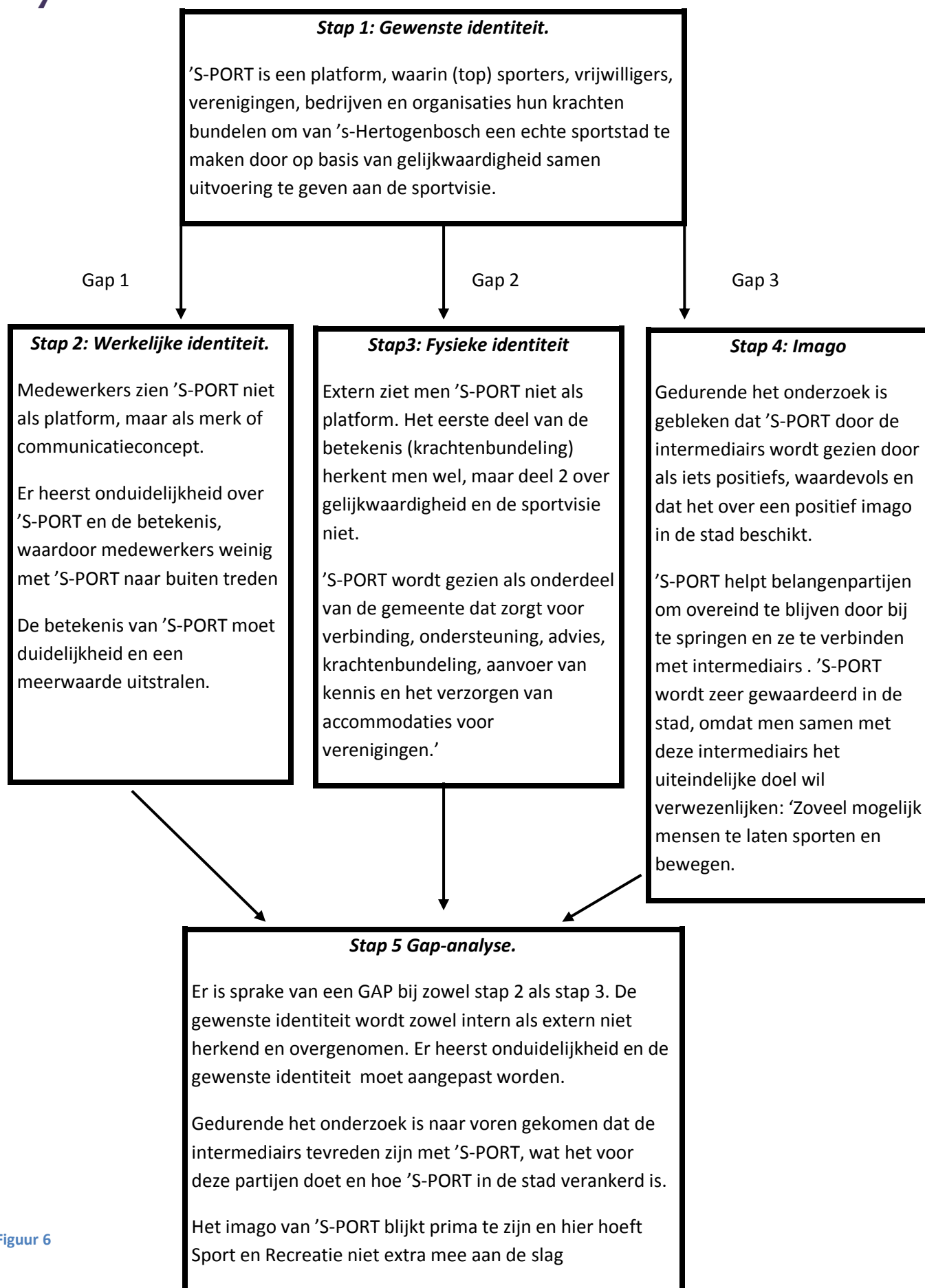
7.4. Wat is de missie van 'S-PORT?

'S-PORT, als platform zijnde, heeft dezelfde missie als de gemeente 's-Hertogenbosch op het gebied van sport:

"Iedereen, (van 0 tot 100 jaar en ouder) een laagdrempelig, passend en betaalbaar sport- of beweegaanbod in de directe omgeving aan te bieden".

8. Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT?

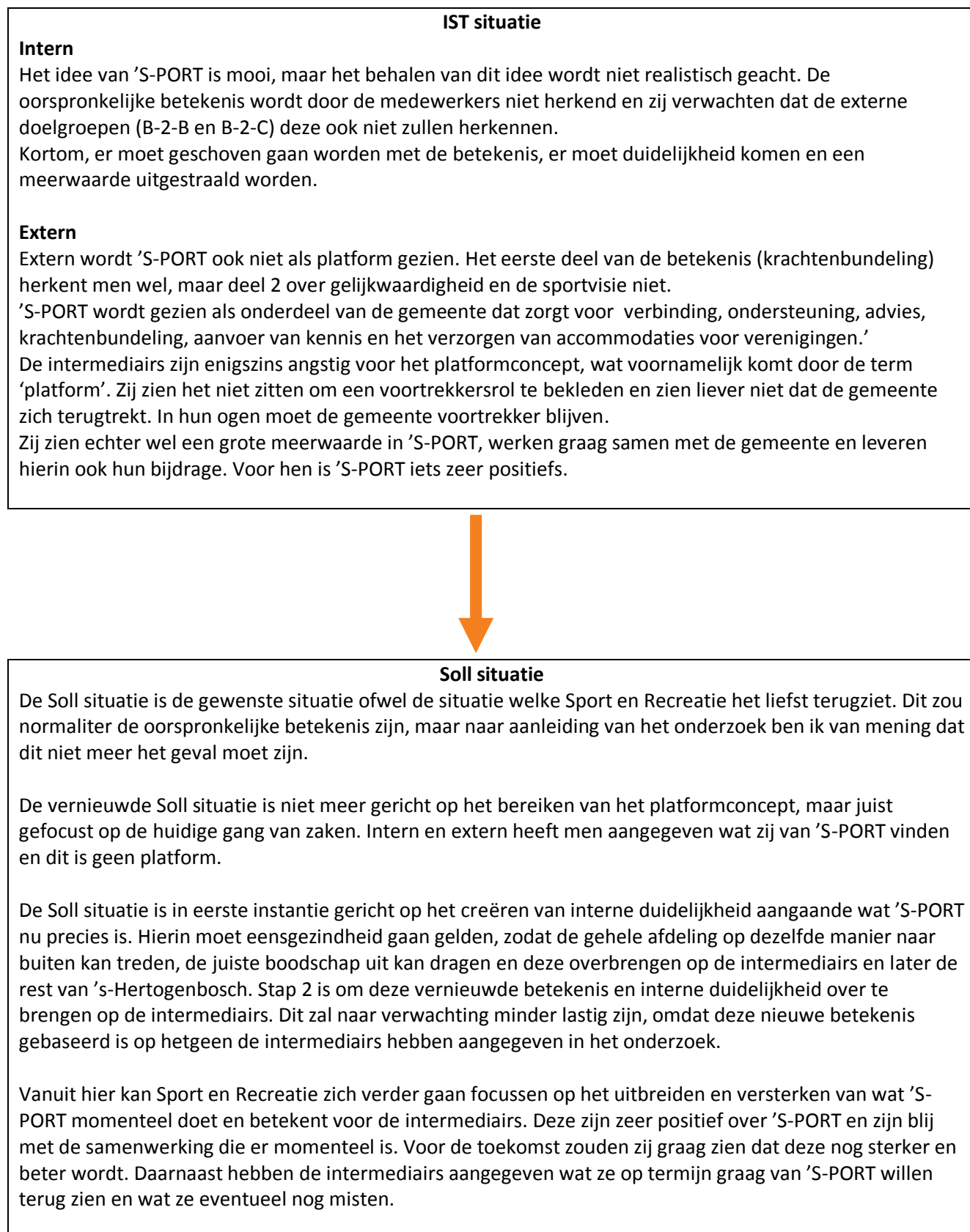
Social Media voert de boventoon qua interesse, traditionele media en PR mogen echter niet vergeten worden. Een applicatie is ook iets waar de doelgroepen in geïnteresseerd zijn.



Figuur 6

5.1.1 IST/SOLL Situatie analyse

Aan de hand van de GAP – analyse wordt de aanpak uitgebreid met het IST/SOLL situatieanalyse model.



Figuur 7

5.2 Aanbevelingen

Om met 'S-PORT tot de gewenste Soll situatie te komen moet Sport en Recreatie de volgende zaken gaan toepassen:

- **Een pakkende betekenis op papier zetten en een slogan toevoegen aan het logo:**
De oorspronkelijke betekenis is onduidelijk bij de doelgroepen en dit komt door de enorme lap tekst. Zorg voor een pakkende betekenis die bij zowel medewerkers als intermediairs daadwerkelijk blijft hangen. Gebruik in deze betekenis en slogan de kernwaarden die tijdens het onderzoek veelvuldig genoemd zijn. Zo creëer je direct herkenbaarheid bij de betrokken partijen, nemen zij informatie sterker in zich op, dragen zij deze ook sterker uit vanwege de vergrote betrokkenheid. Uiteindelijk versterk je 'S-PORT hierdoor in zijn geheel en straalt hij hiermee direct een sterke meerwaarde uit.

- **Corporate story**
Een corporate story is het unieke verhaal van een onderneming waarin missie, visie, kerncompetentie en kernwaarden tot leven komen.

Bouwstenen:

- Het verleden: drijfveren, kernwaarden, oprichters, enz.
- Het heden: ondernemingsconcept, kernactiviteiten, prestaties, maatschappelijke legitimatie
- De toekomst: visie, ambitie, belofte aan stakeholders.

Aan de hand van een corporate story moet de gemeente ervoor gaan zorgen dat allereerst de werknemers zich meer betrokken gaan voelen. Momenteel missen zij een aantal dingen en aan de hand van de slogan en corporate story moet er duidelijkheid verschaft worden wat 'S-PORT is en met welke boodschap men in de toekomst naar buiten moeten treden.

Wanneer er intern duidelijkheid en eensgezindheid is zal voor de intermediairs hetzelfde proces ingezet worden. Uiteindelijk moeten de interne en externe doelgroep (B-2-B) weten wat 'S-PORT is, zodat men met de juiste boodschap richting hun eigen doelgroep kan communiceren.

- **De formulering van een missie.**
Het ontbreken van een missie is gedurende de diepte-interviews een kritische noot gebleken. Bij de herpositionering zal er een missie geformuleerd worden waar 'S-PORT afstapt van het platform idee en vanaf heden meer zal acteren vanuit de perceptie die er momenteel heerst bij de intermediairs: 'S-PORT is een organisatie/onderdeel van de afdeling Sport en Recreatie. Bij een initiatief als 'S-PORT hoort een missie als startpunt.
- **Vervolgonderzoek voor burgers.**
Sport en Recreatie heeft de juiste inschatting gemaakt om allereerst intern te beginnen met het onderzoek naar 'S-PORT. Dit onderzoek heeft meer inzicht verschaft aangaande de B-2-B doelgroep (intermediairs), maar complete informatie over de B-2-C doelgroep ontbreekt nog. Voor de toekomst is het raadzaam dat onder deze doelgroep ook een onderzoek gehouden wordt.
- **Onderzoek naar succes implementatie**
In het adviesplan zijn er communicatiedoelstellingen geformuleerd op het gebied van kennis, houding en gedrag. Voor 'S-PORT en Sport en Recreatie is het belangrijk dat er getest wordt of deze doelstellingen daadwerkelijk behaald zijn. Een tussentijds onderzoek biedt hiervoor de uitkomst en dit onderzoek moet een aantal maanden na de implementatie plaatsvinden.

Beantwoording probleemstelling

De probleemstelling van het onderzoek:

Op welke wijze kan de afdeling Sport en Recreatie met behulp van de juiste communicatie het platform 'S-PORT herpositioneren bij de doelgroepen, zodat betrokken partijen de meerwaarde van het concept gaan inzien?

Met doelgroepen worden dan bedoeld:

- Interne doelgroep (Afdeling S&R en totale gemeente)
- Externe doelgroep (Sportverenigingen, scholen, bedrijfsleven en zorgpartners)

Het uiteindelijke doel is dat deze doelgroepen meer kennis over 'S-PORT ontwikkelen, meer betrokkenheid en verbondenheid voelen en daadwerkelijk gebruik zullen gaan maken van het concept om daarmee de sport participatie te verbeteren. De scope van dit advies richt zich echter op de interne communicatie (B-2-B) binnen de afdeling Sport en Recreatie aangaande 'S-PORT en dus niet op de uiteindelijke sportconsument of inwoner van Den Bosch. Dit is de reden waarom (top)sporters uit de oorspronkelijke betekenis niet mee zijn genomen in dit onderzoek.

Antwoord

Aan de hand van de conclusies en aanbevelingen kan er antwoord gegeven worden op de probleemstelling.

Sport en Recreatie moet door middel van een nieuwe strategie, die gebaseerd is op het Ui model en de Trap van Quirke, 'S-PORT herpositioneren. Deze modellen vormen de oplossing voor de problemen op structuur- en cultuurniveau.

De aanbevelingen hebben de basis gevormd voor de communicatie die Sport en Recreatie aan de hand van deze modellen uit moet gaan dragen naar de medewerkers van de afdeling en de intermediairs. Uit het onderzoek is gebleken dat de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie behoefte hebben aan een duidelijke betekenis en duidelijk zichtbare kernwaarden van 'S-PORT. Hieraan wordt gehoor gegeven in het advies en aan de hand van deze vernieuwingen en de modellen moeten de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs meer kennis verkrijgen over wat 'S-PORT nu precies is, welke boodschap zij uit moeten gaan dragen in de praktijk en uiteindelijk meer betrokken en verbonden raken met 'S-PORT.

De uitwerking van de aanbevelingen en de toepassing, aangevuld met extra communicatiemiddelen, aan de hand van de modellen volgt in het concept en de communicatiemiddelen.

6. Adviesplan

Dit adviesplan bestaat uit een aantal verschillende componenten. Deze vormen samen een sterk geheel aan de hand waarvan Sport en Recreatie in de toekomst 'S-PORT' in kan zetten. Dit adviesplan vormt de basis en toont in stappen aan waar men zich op moet richten, hoe men dit moet gaan doen, wat men hieraan over houdt en wanneer men het moet uitvoeren.

De componenten van het adviesplan zijn:

- Doelgroep
- Doelstellingen
- Strategie
- Boodschap
- Concept
- Communicatiemiddelen
- Tijdsplanning
- Budget
- Evaluatie

6.1 Doelgroep

Om tot een juiste start te komen van het adviesplan is de doelgroep het eerste waar naar gekeken moet worden. Vragen als: met welke doelgroep(en) heeft de organisatie te maken, met wat voor soort doelgroep heeft de organisatie te maken, moet er gesegmenteerd worden, zijn de verschillende doelgroepen even belangrijk voor de organisatie, dienen van te voren beantwoord te worden.

Aangaande 'S-PORT' heeft Sport en Recreatie met meerdere doelgroepen te maken. Deze zijn onder te verdelen in twee groepen:

- Interne doelgroep (medewerkers Sport en Recreatie)
- Externe doelgroep (Sportverenigingen, scholen, bedrijfsleven, zorgpartners)

Ondanks de aanwezigheid van twee verschillende doelgroepen kan Sport en Recreatie spreken van een totale communicatiedoelgroep. Bovenstaande interne en externe doelgroepen zijn de partijen waar Sport en Recreatie de communicatie op moet gaan richten, waardoor er gesproken kan worden van een communicatiedoelgroep.

Uit het onderzoek is gebleken dat het intern en extern niet duidelijk is wat 'S-PORT' is en waar het voor staat. Het is zaak voor Sport en Recreatie dat zij hierin duidelijkheid en eensgezindheid gaat verschaffen. Om dit te verzorgen moet er goed en sterk gecommuniceerd worden met en naar deze partijen.

Segmentatie

Uit het onderzoek is gebleken dat 'S-PORT' voor onduidelijkheid zorgt. Intern weten de werknemers niet goed wat ze precies uit moeten dragen, waardoor dit ook niet duidelijk over komt bij de intermediairs. Gevolg hiervan is dat deze sportverenigingen, scholen, bedrijven en zorgpartners niet

precies weten wat 'S-PORT inhoudt en er zelf een betekenis aan hebben gegeven. Zij zien 'S-PORT dus ook niet als platform, maar als organisatie waarmee ze samenwerken.

Voor Sport en Recreatie is het zaak om duidelijkheid te verschaffen en de ontstane onduidelijkheid recht te trekken. Er moet een zelfde beeld ontstaan en betekenis uitgedragen worden aangaande 'S-PORT. Hiervoor moet Sport en Recreatie dezelfde communicatie gebruiken voor zowel de interne (medewerkers van Sport en Recreatie) als de externe (intermediairs) doelgroep en deze op eenzelfde manier benaderen. Er is dus geen sprake van segmentatie.

Primair

Voor de afdeling Sport en Recreatie is het van belang dat er intern begonnen wordt voordat men extern verder kan winnen. Dit neemt echter niet weg dat de intermediairs een zeer belangrijke partij zijn als het gaat over 'S-PORT. In het onderzoek is naar voren gekomen dat zij volop gebruik maken van wat hen aangeboden wordt, ze proberen samen sterker te worden, bieden hulp aan wanneer Sport en Recreatie dit nodig heeft en nemen deel aan vanuit 'S-PORT georganiseerde evenementen.

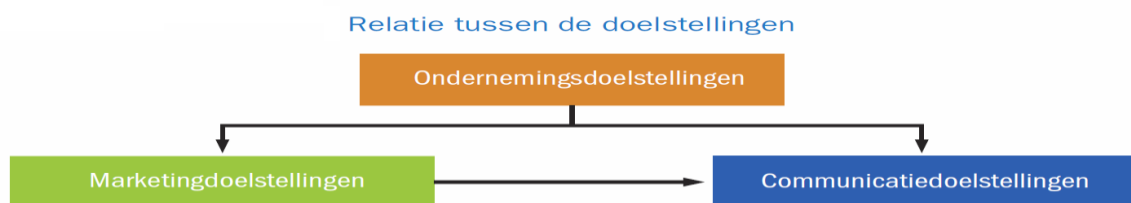
Om 'S-PORT samen te kunnen versterken moeten beide partijen hetzelfde uitstralen in de gemeente en richting haar inwoners. Dit doen de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs samen. Vandaar dat zij beiden tot de primaire doelgroep van dit adviesplan gelden.

6.2 Doelstellingen

Doelstellingen laten zien wat je als organisatie bij de geselecteerde doelgroep(en) wilt bereiken. Het vaststellen van doelstellingen is complex, maar wel noodzakelijk. Een organisatie moet deze van tevoren vaststellen, omdat doelstellingen de strategie en de keuze van middelen bepalen.

Allereerst moet een organisatie duidelijk voor ogen hebben welke doelstellingen voor hen van belang en van toepassing zijn. Er moet onderscheid gemaakt worden tussen:

- Ondernemingsdoelstellingen
- Marketingdoelstellingen
- Communicatiedoelstellingen



Figuur 8

In dit adviesplan is er gekozen voor de formulering van communicatiedoelstellingen, omdat gebleken is dat voor Sport en Recreatie hier het grootste pijnpunt zit aangaande 'S-PORT.

Communicatiedoelstellingen

Communicatiedoelstellingen zijn doelstellingen die met name betrekking hebben op de effecten van kennis, houding en gedrag.

**Voor meer informatie over kennis, houding en gedragsdoelstellingen verwijs ik u graag naar paragraaf 8.12 Kenmerken communicatiedoelstellingen van de bijlagen.*

Kennis

- 1 januari 2017 moet 100% van de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie de nieuwe positionering van 'S-PORT kennen.
- 1 januari 2017 moet 30% van de intermediairs in 's-Hertogenbosch de nieuwe positionering van 'S-PORT kennen.

Houding

- Op 1 januari 2017 moet 60% van de medewerkers van Sport en Recreatie een positieve houding hebben t.o.v. de nieuwe missie, slogan en logo van 'S-PORT.
- Op 1 januari 2017 moet 30% van de intermediairs een positieve houding hebben t.o.v. de nieuwe missie, slogan en logo van 'S-PORT

Gedrag

- Op 1 februari 2017 moeten de managers van de 4 bureaus binnen de gemeente en de initiatiefnemers van 'S-PORT minimaal twee keer een feedbacksessie met elkaar gehouden hebben.

6.3 Strategie

Deze strategie gaat vormgegeven worden aan de hand van het ui model van Hofstede en de Trap van Quirke²².

Er is gekozen voor een nieuwe benadering. Deze nieuwe strategie is meer gericht op de actievisie en interactievisie. Aan de hand van de onderzoeksresultaten is er vastgesteld dat bij de integratie van 'S-PORT in 2010 niet voldoende gehandeld is op zaken die volgens het ui model van Hofstede en de Trap van Quirke van essentieel belang zijn. Hier draait het om intern beginnen en daarna extern winnen. De aan Sport en Recreatie voorgeschreven strategie is hierdoor gebaseerd op de trappen die Quirke onderneemt op het gebied van veranderingsmanagement: Van de actievisie richting de interactievisie zoals in figuur 9 zichtbaar is.

Ui model van Hofstede²³

De stappen die Sport en Recreatie, aan de hand van de Trap van Quirke, moet nemen om 'S-PORT te herpositioneren bij de medewerkers van de afdeling en de intermediairs kunnen verklaard worden door middel van het ui model van Hofstede.

²² (Reijnders, 2010)

²³ (Hofstede, Hofstede, & Minkov, 2012)

Het ui model van Hofstede laat zien waar een organisatie uit is opgebouwd en waar Sport en Recreatie bij de herpositionering van 'S-PORT in de juiste volgorde van lagen naar moet kijken gedurende het proces. Op basis van deze lagen kan er aan de hand van de Trap van Quirke verdere invulling gegeven worden aan het veranderproces op het gebied van doelstellingen en middeleninzet.

Zoals in figuur 5 van het Theoretisch Kader te zien is, bestaat de kern van een organisatie uit waarden. Deze waarden geven aan waar Sport en Recreatie met 'S-PORT voor staat. Gedurende het onderzoek is er gevraagd naar wat 'S-PORT voor de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs betekent en of zij een meerwaarde in 'S-PORT zien. Hier zijn een aantal kernwaarden naar voren gekomen die bij de herpositionering centraal zullen staan. 'S-PORT moet in de toekomst o.a. staan voor verbinding tussen intermediairs en de gemeente, ondersteuning van intermediairs, versterking van deze intermediairs en de sportstad 's-Hertogenbosch in zijn geheel.

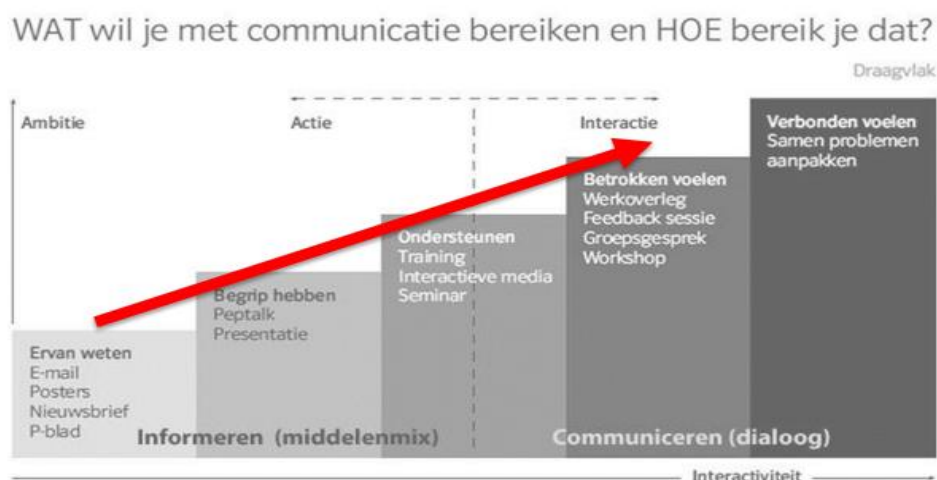
De laag van rituelen is voor 'S-PORT gericht op de feedbackmomenten en de vragenlijsten voor de intermediairs welke 4 keer per jaar plaatsvinden.

Om meer draagvlak aangaande de herpositionering van 'S-PORT te creëren bij de werknemers en intermediairs wordt er gebruik gemaakt van helden. Deze helden zullen niet vanuit Sport en Recreatie komen, maar juist vanuit de professionele sportwereld en de uitwerking van deze keuze vindt u in paragraaf 6.6 Communicatiemiddelen.

De laatste laag van het ui model van Hofstede is gericht op symbolen. Uit de resultaten is gebleken dat de medewerkers van Sport en Recreatie duidelijkheid missen over 'S-PORT en dat de intermediairs de oorspronkelijke betekenis niet herkennen. De herpositionering van 'S-PORT moet ervoor zorgen dat door middel van vernieuwde symbolen duidelijkheid ontstaat bij zowel de medewerkers van Sport en Recreatie als de intermediairs. De vormgeving van deze vernieuwde symbolen vindt u in paragraaf 6.5 Concept.

Aan de hand van de Trap van Quirke zal verdere invulling gegeven worden met wat voor doel en middelen Sport en Recreatie de gewenste veranderingen moet gaan realiseren.

Trap van Quirke



Figuur 9

Allereerst zal Sport en Recreatie intern duidelijkheid moeten creëren. Medewerkers moeten goed geïnformeerd worden over de wijze waarop men voortaan met 'S-PORT naar buiten moet treden. Vanuit hier kan er telkens een stap hoger worden gezet tot er betrokkenheid en verbondenheid is gecreëerd. Als het intern goed staat dan kan men direct hetzelfde proces in zetten richting de intermediairs. De medewerkers dragen hierin een belangrijke rol, omdat zij degenen zijn die de nieuwe boodschap duidelijk moeten communiceren. Als er intern betrokkenheid en verbondenheid geldt heb je als Sport en Recreatie zijnde gratis ambassadeurs van 'S-PORT in dienst die de boodschap versterken. Zo kunnen de intermediairs ook telkens een traprede omhoog tot ze zich betrokken en verbonden met 'S-PORT voelen als sterke samenwerkingspartner en ambassadeurs richting hun eigen doelgroepen.

Dit wordt uiteindelijk gedaan via de boodschap, het concept en de communicatiemiddelen die later in dit adviesplan aan bod komen. Eerst is er gekeken naar hoe Sport en Recreatie 'S-PORT moet gaan gebruiken en in de markt moet positioneren.

Communicatie

Sport en Recreatie zal met deze vernieuwde strategie gebruik gaan maken van themacommunicatie. Het doel van themacommunicatie is om de merkbekendheid en de merkvoorkeur te vergroten en het imago te verbeteren wat ook is het uiteindelijke doel van dit adviesplan is. Om deze zaken te versterken, vergroten en uit te breiden dient Sport en Recreatie 'S-PORT meer op het gebied van themacommunicatie te positioneren en te plaatsen onder de doelgroepen.

De communicatie zal zowel rechtstreeks gaan als via intermediairs. De rechtstreekse communicatie loopt via medewerkers, combinatiefunctionarissen, Citytrainers en communicatiemiddelen als direct mailing en Whatsapp. De vernieuwde informatie en boodschap van 'S-PORT zullen ze moeten leren, begrijpen en verder communiceren. Zij moeten deze informatie en boodschap uit gaan dragen richting de partijen waar ze mee werken. Gedurende dit proces moet de eerste GAP gedicht worden en de fysieke identiteit een worden met de gewenste identiteit. Ook wordt hier al een begin gemaakt met het dichten van de tweede GAP. Dit gebeurt door het communiceren van de juiste boodschap richting de belangengroepen.

Tevens zal de communicatie via intermediairs lopen, omdat veel van deze partijen in contact staan en samenwerken met medewerkers van Sport en Recreatie. Deze intermediairs zijn de externe partijen die via 'S-PORT samenwerken met de gemeente, 'S-PORT gebruiken en dit communiceren naar hun doelgroepen. Zij moeten ook de juiste zaken door gaan spelen naar hun doelgroepen en hierdoor is het van belang om hen nauw te betrekken in de nieuwe communicatie. Zo voorkomt Sport en Recreatie dat er weer GAP's vallen in het proces en zorgen ze ervoor dat iedereen de juiste informatie ontvangt. De intermediairs hebben hierna duidelijkheid over wat 'S-PORT is en wat het voor hen betekent. Gedurende dit proces dicht Sport en Recreatie GAP 2.

Duur

Er is gekozen voor een campagne met een langdurige termijn. 'S-PORT is iets wat hopelijk nog jaren terug te zien is in 's-Hertogenbosch. Met deze campagne wordt hier op ingespeeld en gekeken naar hoe Sport en Recreatie een vernieuwde gewenste situatie moet creëren en deze ook duidelijk kan

overbrengen bij de doelgroepen. De gewenste situatie is er een waarop zowel Sport en Recreatie als de intermediairs en de inwoners van de gemeente nog jaren op voort kunnen borduren.

De corporate story en de hernieuwde betekenis van 'S-PORT met de nieuwe slogan, huisstijl moeten de komende jaren het toonbeeld van 'S-PORT gaan worden waar men, intern en extern, zich mee kan identificeren.

Wanneer

Gedurende het onderzoek zijn er twee belangrijke doelgroepen uitgelicht. Deze zijn onderverdeeld in een interne (medewerkers Sport en Recreatie) en externe doelgroep (intermediairs). Beiden zijn van groot belang bij het uitdragen van de boodschap en communicatie die naar aanleiding van dit onderzoek zijn geformuleerd. In dit adviesplan wordt hier verder op ingegaan met de formulering van een corporate story, nieuwe betekenis en bijbehorende slogan. Het is voor Sport en Recreatie belangrijk dat allebei de doelgroepen de juiste communicatie en boodschap uitdragen. Beide doelgroepen behoren tot de primaire doelgroep voor het adviesplan, maar er is toch gekozen om allereerst de vernieuwde communicatie bij de interne doelgroep uit te zetten. Zij moeten allereerst de juiste communicatie in zich op nemen en als vanzelfsprekend te zien. De intermediairs zullen echter niet lang daarna benaderd worden. Het is essentieel voor Sport en Recreatie dat deze intermediairs het vernieuwde 'S-PORT op de juiste manier tot zich nemen en uit gaan stralen richting hun eigen doelgroepen.

Sport en Recreatie heeft gedurende dit onderzoek besloten dat men twee andere scenario's ook wil onderzoeken. Deze scenario's zijn aan de hand van de resultaten van dit onderzoek geanalyseerd en Sport en Recreatie kijkt na de afronding van dit adviesplan welke optie voor hen het beste is. De beste optie moet bij aanvang van het nieuwe seizoen (medio augustus/september) geïmplementeerd worden en dit is relatief snel aangezien er veranderingen plaats moeten vinden aangaande 'S-PORT. Vandaar dat de uitzet van het nieuwe 'S-PORT richting de intermediairs snel zal volgen.

Bij de implementatie geldt echter wel de gouden regel: "Intern beginnen is extern winnen."

Hoe

Sport en Recreatie heeft meerdere manieren waarop ze 'S-PORT en activiteiten promoot in de gemeente 's-Hertogenbosch. Dit gebeurt veelal vanuit eigen kanalen en af en toe door het gebruik van abri's, advertorials en redactionele stukken in dagbladen/weekbladen.

Sport en Recreatie wil zo snel mogelijk duidelijkheid en eensgezindheid creëren bij de betrokken partijen (S&R, intermediairs,) rondom 'S-PORT. Om dit te bereiken zal men zo veel mogelijk in de aandacht en publiciteit moeten komen. De eigen kanalen moeten actiever worden en er moet beter gecommuniceerd worden richting de medewerkers en intermediairs waarbij er de mogelijkheid moet zijn om feedback te geven over 'S-PORT. Via gastsprekerssessies, feedbacksessies en vragenlijsten moet Sport en Recreatie meer betrokkenheid en verbondenheid creëren bij de medewerkers van de afdeling Sport en Recreatie en de intermediairs. Op deze manier vergroot Sport en Recreatie de kans dat de medewerkers van de afdeling en de intermediairs als ambassadeurs gaan optreden en zelf voor meer zichtbaarheid zorgen doordat ze op de juiste manier 'S-PORT uitdragen.

Echter zal Sport en Recreatie in de toekomst ook gebruik moeten maken van advertenties,abri's etc. Deze middelen zijn voornamelijk gericht op de eindconsument (B-2-C doelgroep), zodat ook zij 'S-PORT meer gaan zien en herkennen in 's-Hertogenbosch. Deze middelen zijn niet in dit adviesplan opgenomen, omdat de scope van dit advies gericht is op de B-2-B doelgroep en niet op de B-2-C doelgroep.

Op het gebied van ratio en emotie is er gekozen voor een mix van beide factoren. In eerste instantie is het van belang dat men weet waar 'S-PORT voor staat en wat het voor hen betekent en oplevert. Dat wordt benadrukt door het ratio onderdeel van de communicatie. Sport en Recreatie wil met 'S-PORT ook inspelen op de emotie van de medewerkers van de afdeling en de intermediairs. De geïnterviewden hebben gedurende het onderzoek laten blijken wat ze van 'S-PORT vinden en op deze positieve emotionele signalen moet Sport en Recreatie inspelen. De slogan die de door intermediairs genoemde kernwaarden bevat speelt hierin direct een grote rol. Dit zijn zaken die herkenning bij de partijen oproepen en emotie wordt vaak opgeroepen door herkenning van menselijke waarden.

In het adviesplan gaat er een mix van tekst en beeld gebruikt worden. Het uiteindelijke doel is dat iedereen de vernieuwde betekenis gaat herkennen en er duidelijkheid komt over 'S-PORT bij de medewerkers van Sport en Recreatie en intermediairs.

Dit gaat gebeuren aan de hand van een corporate story, nieuwe duidelijke en sterke betekenis met een logo die de belangrijkste kernwaarden uitstraalt. Deze concepten bevatten tekst, maar worden versterkt door het beeld.

Positionering

De positionering die in dit adviesplan gehanteerd wordt is de tweezijdige positionering. Bij tweezijdige positionering worden de functionele producteigenschappen zowel met productvoordelen als met waarden van de consument verbonden. Deze positionering is informatieel en transformationeel tegelijk. Een tweezijdige positionering is sterk, aangezien ze de gehele doel-middelketen van de betekenisstructuur gebruikt.

In het concept komen zowel de productvoordelen van 'S-PORT als de waarden van de doelgroepen op een duidelijke, sterke én aantrekkelijke manier bij elkaar.

Naar aanleiding van de onderzoeksresultaten wordt 'S-PORT in dit advies gepositioneerd op basis van een aantal punten. Deze punten zijn:

- Functionele behoefte (samenwerken)
- Emotionele behoefte (positieve lading bij zowel werknemers als intermediairs)
- Design (opvallend en nieuw)
- Mentaliteit (versterken en verbinden van partijen)
- Authenticiteit ('S-PORT is sterk en omliggende gemeenten hebben zo iets niet)

6.4 Hoofdboodschap

De boodschap die uitgedragen moet gaan worden door Sport en Recreatie wordt vormgegeven door een corporate story. Een corporate story is het unieke verhaal van een onderneming waarin missie, visie, kerncompetentie en kernwaarden tot leven komen.

Bouwstenen:

- Het verleden: drijfveren, kernwaarden, oprichters, enz.
- Het heden: ondernemingsconcept, kernactiviteiten, prestaties, maatschappelijke legitimatie
- De toekomst: visie, ambitie, belofte aan stakeholders.

**Voor de uitgewerkte corporate story verwijst ik u graag naar paragraaf 6.5 Concept, stap 2. Corporate Story 'S-PORT.*

6.5 Concept

Een helder en doordacht concept brengt je strategie en boodschap tot leven.

Het zorgt voor:

- Directe herkenbaarheid
- Eenheid in alle communicatie-uitingen
- Onderscheid t.o.v. de concurrentie
- Versterking van de merkpersoonlijkheid

Soorten concepten²⁴

De volgende concepten kunnen worden onderscheiden:

- Effectconcept
- Associatieconcept
- Explicatieconcept
- Vergelijkingsconcept

**Voor meer informatie over de soorten concepten verwijst ik u graag naar paragraaf 8.9 Soorten concepten van de bijlagen.*

Voor dit adviesplan is er gebruik gemaakt van een explicatieconcept, omdat het voor Sport en Recreatie van belang is dat er opnieuw uitgelegd wordt aan de medewerkers van de afdeling en de intermediairs wat het nieuwe 'S-PORT' betekent, wat ze uit moeten dragen en wat de meerwaarde van 'S-PORT' voor hen is.

Voor dit creatief concept heeft een lang denkproces plaatsgevonden. De belangrijkste factoren worden hieronder getoond.

** Voor de stap voor stap uitwerking van het denkproces verwijst ik u graag paragraaf 8.10 Concepten en ideeën van de bijlagen.*

(Schoenmaker, 2011, p. 161)²⁴

Stap 1. Het logo en de slogan

Het creatief concept begint met de vernieuwing van het logo. Uit de onderzoeksresultaten is gebleken dat het logo te weinig uit en de geïnterviewden hebben aangegeven dat er vraag is naar een slogan. Deze slogan moet de meerwaarde van 'S-PORT voor de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs uitstralen en benadrukken.

Allereerst is er gekeken naar het huidige logo en de slogan. Hoe is het logo opgebouwd, wat is er krachtig aan en wat zou sterker kunnen.

Vervolgens zijn de kernwaarden op een rijtje gezet; Welke kernwaarden zijn er gedurende het onderzoek vaak genoemd, welke kunnen bijdragen aan de nieuwe uitstraling en verdienen dus een plek in de nieuwe slogan?

Nieuwe uitstraling:

- * Verbindt
- * Ondersteunt
- * Adviseert
- * Stimuleert
- * Ontwikkelt

Figuur 10

Dan komt het belangrijkste onderdeel van het gehele proces; de ideeën. In dit proces zijn alle ideeën op papier gezet en daarna verder uitgewerkt. Hierbij is gekeken naar het soort uitstraling dat het nieuwe logo en de slogan moet gaan hebben. Wat gaat voor onderscheiding en een nieuw sterk beeld zorgen? Welk design draagt, zonder slogan, het sterkst de kernwaarden uit?

Aan de hand van deze ideeën is er gekozen voor twee mogelijkheden op het gebied van een logo en slogan. De eerste variant ligt dicht bij de huidige gang van zaken. Deze waarborgt het oude logo en de huidige herkenning, maar heeft een nieuwe twist meegekregen door een nieuwe slogan.



Figuur 11

De tweede variant is een stuk drastischer. 'S-PORT moet opnieuw gecommuniceerd worden en herkenbaarheid creëren bij de doelgroepen (medewerkers Sport en Recreatie, intermediairs). Een nieuw logo en bijpassende slogan kunnen hierbij een sterke bijdrage leveren. In een tijd van vernieuwingen is het geen verkeerd idee om jezelf anders te positioneren en profileren.

In het denkproces zijn er drie logo's ontworpen. Voor dit adviesplan is de keuze gevallen op het volgende logo en deze is aan Sport en Recreatie geadviseerd om in de toekomst toe te passen in de communicatie-uitingen.

**Voor de overige twee logo's verwijs ik u naar paragraaf 8.10 Concepten en ideeën van de bijlagen.*

SPORT
verbindt, versterkt en ondersteunt

SPORT
verbindt, versterkt en ondersteunt

Figuur 12

Stap 2: Corporate Story 'S-PORT

Om dit logo extra lading te geven is er een corporate story geschreven om 'S-PORT' op een aantrekkelijke en speelse manier te verduidelijken. In deze corporate story komt naar voren wanneer 'S-PORT' is ontstaan, wat men doet en wat de missie voor de toekomst is. Ook komt het logo weer terug, zodat de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs direct weer geconfronteerd wordt met de vernieuwing die 'S-PORT' heeft ondergaan.

** Voor meer uitwerkingen verwijst ik u graag naar paragraaf 8.11 Corporate stories van de bijlagen.*

'De Kracht van 'S-PORT'

Brabanders onder elkaar, er heerst trots. Trots op de provincie, maar zeker op stedelijk gebied. Voor 's-Hertogenbosch en de inwoners is dit niet anders. Men is trots op de stad, wat ze biedt en wat er bereikt wordt. Dit varieert van het jaar van Jeroen Bosch, de Sint Jan tot de hockeydames van HCDB: 17 keer in de laatste 19 jaar landskampioen. Dat is niet niks! En dat mag gehoord worden vinden de inwoners.

In alles wat er binnen 's-Hertogenbosch gedaan wordt benadrukt men 'de kracht van de stad.' Op uitvoeringsniveau, maar zeker op sportief vlak. En dit is nu precies waar 'S-PORT' van de afdeling Sport en Recreatie voor staat!

Geboren in 2010 binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar nu in een nieuw jasje gestoken. 'S-PORT' heeft de afgelopen 6 jaarmet alleen bijgedragen aan de sportontwikkeling en participatie. Nee, ook bieden ze de inwoners en belangenpartijen de helpende hand waar nodig. Jarenlang zetten de mensen van Sport en Recreatie en 'S-PORT' zich al in om het sporten en bewegen te promoten in de stad. Dit doen ze door initiatieven als Citytrainers, Doelbewust, 'S-PORT Aan Bod, GymPlus en Sjors Sportief.

Vandaag de dag is 'S-PORT' van grote waarde in de stad en zijn ze een graag geziene partij bij velen. 'S-PORT' staat voor versterking, ondersteuning, advisering en verbinding van sportverenigingen, scholen, bedrijven en maatschappelijke organisaties in de stad. Daarnaast bieden ze ook hulp bij de organisatie, stimulering en ontwikkeling van activiteiten. Samen met deze partners probeert 'S-PORT' 's-Hertogenbosch goed op de kaart te zetten en de inwoners, op een sportieve manier, zichzelf te laten ontwikkelen.

Heel 's-Hertogenbosch heeft bijgedragen aan het fantastische verhaal van 'S-PORT. Dit verhaal zal voort blijven duren. Alles om ons heen kan veranderen, maar 'S-PORT' blijft toewerken naar het doel dat zij voor ogen hebben: Samen de mensen in 's-Hertogenbosch een zo groot en breed mogelijk sportaanbod bieden, zodat iedereen op de door hen gewenste manier kan bewegen en zichzelf kan blijven ontwikkelen.

Deze verbondenheid, DAT is de kracht van 'S-PORT' én van 's-Hertogenbosch.


 verbindt, versterkt en ondersteunt

Figuur 13

Stap 3. De nieuwe betekenis

Het vernieuwde logo, slogan en de corporate story worden uiteindelijk samengevoegd en uitgedragen door het derde aspect van dit creatief concept: de nieuwe betekenis van 'S-PORT. Dit is

misschien wel de belangrijkste stap in het proces, aangezien zowel de medewerkers van Sport en Recreatie als de intermediairs deze betekenis moeten gaan herkennen, uitdragen en naleven. Deze betekenis vat samen wat 'S-PORT, naar aanleiding van de onderzoeksresultaten, betekent voor de betrokken partijen en hoe zij het graag terug willen zien. De GAP analyse/Ist-Soll situatieanalyse heeft ons geleerd dat er GAP's zijn aangaande de gewenste en oorspronkelijke identiteit. De keuze voor een nieuwe betekenis zorgt ervoor dat Sport en Recreatie niet gaat proberen om de doelgroepen dicht bij de oorspronkelijke betekenis te krijgen, maar dat zij zich juist aanpassen. Sport en Recreatie zorgt door middel van de formulering van een nieuwe betekenis dat zij als organisatie de stap maken om dichterbij te komen en de betekenis na te leven die de doelgroepen aan 'S-PORT hebben gegeven.

Kortom, deze stap vormt het antwoord op de belangrijkste vraag die Sport en Recreatie vooraf heeft gesteld: 'Wat is 'S-PORT momenteel?'

'S-PORT is een organisatie die zorgt voor verbinding, advies, versterking, ondersteuning en ontwikkeling van belangengroepen om samen van 's-Hertogenbosch een sportstad te maken en zoveel mogelijk mensen in beweging te krijgen.

Stap 4. Missie van 'S-PORT

'S-PORT zal, in samenwerking met intermediairs, zoveel mogelijk mensen in de gemeente 's-Hertogenbosch op een leuke, sociale en interactieve manier laten sporten en bewegen om zo een gezondere levensstijl aan te meten.

Stap 5. Vervolgonderzoek naar burgers

Sport en Recreatie heeft de juiste inschatting gemaakt om allereerst intern te beginnen met het onderzoek naar 'S-PORT. Dit onderzoek heeft meer inzicht verschaft aangaande de B-2-B doelgroep (intermediairs), maar complete informatie over de B-2-C doelgroep ontbreekt nog.

Voor de toekomst is het raadzaam dat onder deze doelgroep ook een onderzoek gehouden wordt. Voor dit onderzoek kunnen dezelfde probleemstelling, hoofdvraag, onderzoeksvragen en eventueel onderzoeksmethoden gebruikt worden. Dit vervolgonderzoek moet uitwijzen hoe men vanuit de B-2-C doelgroep 'S-PORT ziet, wat voor betekenis deze groep aan 'S-PORT hangt, wat voor meerwaarde 'S-PORT voor hen heeft, wat zij graag van 'S-PORT zouden zien in de toekomst en wat er in hun perceptie beter kan.

Als deze resultaten geanalyseerd zijn kan Sport en Recreatie de adviesplannen voor beide doelgroepen (B-2-B en B-2-C) naast elkaar leggen en tot een compleet campagneconcept komen dat ze in de toekomst voor de gehele markt uit kan zetten.

6.6 Communicatiemiddelen

Via de Trap van Quirke²⁵ worden de middelen ingezet om zo tot uiteindelijke betrokkenheid en verbondenheid bij zowel intern als extern te komen. Bij de implementatie van dit plan is het niet nodig om extra personen aan te nemen en medewerkers krijgen niet te maken met extra arbeid. De communicatiemedewerkster zal, net als voorheen, de nieuwsbrief verzorgen en social media kanalen bijhouden. Wat voor haar verandert is dat ze dit moet gaan doen met de nieuwe uitingen van 'S-PORT. Het bijhouden van de applicatie wordt wel toegevoegd aan haar taken, maar het bedrijf dat de applicatie maakt zal deze ook onderhouden en op een dusdanige manier opzetten dat de communicatiemedewerkster de benodigde informatie uit de nieuwsbrieven, social media kanalen etc. direct en op een makkelijke manier kan kopiëren naar de applicatie. De toevoeging van de applicatie zal dus niet voor een dusdanige mate van extra arbeid zorgen dat haar andere taken in het gedrang komen.

Ook voor de overige medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs zal er niks veranderen. Enig verschil is dat zij vanaf nu met het nieuwe logo, slogan en betekenis naar buiten moeten treden. Deze moeten ze leren kennen, onthouden en accepteren, omdat zij uiteindelijk de ambassadeurs moeten worden van 'S-PORT. Het concept is ingericht op de antwoorden van de medewerkers van Sport en Recreatie en de intermediairs en wat zij graag terug wilden zien, waardoor het integreren van deze vernieuwingen geen extra arbeid zou moeten kosten.

Zuil 1: Kennisverstrekking en er weet van hebben.

Nieuwsbrief

Intern en extern zal er via de mail een tweewekelijkse nieuwsbrief rondgestuurd worden. Door middel van deze nieuwsbrief moeten medewerkers en intermediairs op de hoogte gehouden worden van waar 'S-PORT mee bezig is, wat de vorderingen zijn en wat er eventueel nog beter moet. Er moet duidelijkheid komen voor de medewerkers van Sport en Recreatie en intermediairs rondom 'S-PORT.

Zuil 2: Begrip hebben

Gast sprekers²⁶

Gast sprekers als Bert van Marwijk hebben gedurende hun carrière te maken gehad met een elftal van spelers die spelen volgens hun eigen taak, tactiek en stijl. Deze gast spreker komt met uitleg over hoe hij al deze individuen met eigen werkzaamheden als een succesvol geheel liet functioneren. Dit kan men daarna zelf gaan gebruiken en toepassen op de eigen organisatie/bureaus. Via zo'n gast spreker creëer je als organisatie zijnde sneller en meer begrip bij je werknemers.

Zuil 3. Ondersteunen

Applicatie → links naar de social media kanalen en citytrainers.

Door middel van deze applicatie levert men continu kennis en informatie over de huidige gang van zaken. Hiermee wordt er gezorgd voor ondersteuning van je werknemers en intermediairs. Op de

²⁵ (Reijnders, 2010)

²⁶ (Sportspeaker)

applicatie kan Sport en Recreatie evenementen of activiteiten plaatsen en die als promotie, profilering of ontwikkeling voor gebruikers kunnen gelden.

De applicatie biedt medewerkers en intermediairs de gelegenheid om goed up to date te blijven. Hierdoor kunnen zij zich specifiek richten op zaken, omdat ze precies kunnen zien wie waarvan op de hoogte is en wie niet. Hier kunnen zij verder inspelen en meer of juist iets minder ondersteuning geven op bepaalde gebieden.

Zuil 4. Betrokkenheid voelen.

Feedbackmoment

Intern door gezamenlijk te zitten en discussiëren over de huidige gang van zaken, wat er gemist wordt en juist goed gaat. Extern wordt dit gedaan door middel van een kleine vragenlijst. Hierin worden dezelfde punten als bij het interne overleg behandeld, maar zo krijgt Sport en Recreatie van (hopelijk) alle intermediairs informatie terug.

Deze feedbacksessie zal 1 keer per kwartaal plaats gaan vinden.

Zuil 5. Verbondenheid voelen.

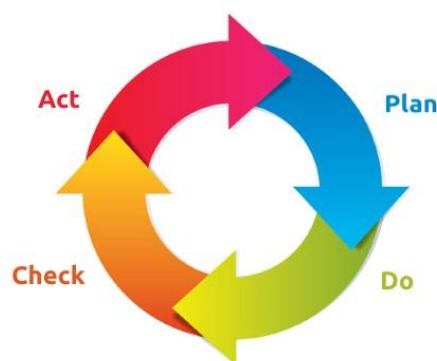
Applicatie

Hierin werken alle partijen samen om de pijnpunten uit de feedbacksessie aan te pakken. Dit wordt gedaan door middel van de eerder genoemde 'S-PORT applicatie.

Via de applicatie kunnen partijen (B-2-B) elkaar ondersteunen. De 'S-PORT app biedt ze de gelegenheid om zelf problemen aan te kaarten of juist de oplossing van te voren aan te bieden. Via de applicatie kunnen bedrijven hun diensten aanbieden en hier kan men, zowel medewerkers van Sport en Recreatie als de intermediairs, op reageren en gebruik van maken.

Voor de implementatie geldt dat eerst het deel (kennisvoorziening en informatiebron) voor de medewerkers volledig moet zijn en daarna kan er gekeken worden naar het completeren van het deel voor de intermediairs (ontmoetingsplaats, mogelijkheid tot profilering, ondersteuningskanaal).

De zuilen worden nageleefd volgens het Plan Do Check Act cyclusmodel²⁷



Figuur 14

²⁷ (PDCA)

6.7 Budgetplan cq. financiële onderbouwing

In deze financiële onderbouwing is schematisch aangetoond welk communicatiemiddel welke kosten met zich mee brengt. Deze kosten zijn onderverdeeld in twee categorieën; eenmalige en jaarlijkse kosten.

** Voor de toelichting van het budgetplan verwijs ik u graag naar paragraaf 8.13 Toelichting budgetplan van de bijlagen.*

Kostenschema

	Kosten eenmalig	Kosten per jaar
Salaris		
Communicatiemedewerkster:		
Onderhoud website	-	14.976,00
Onderhoud Social media	-	1.440,00
Verwerking vragenlijst	-	216,00
Onderhoud nieuwsbrief	-	3.744,00
Feedbacksessie		
8 Medewerkers	-	1.216,00
Personeel totaal	-	21.592,00
Gast spreker²⁸		
Gast spreker tarief	-	7000,00
Accommodatie tarief	-	-
Website²⁹		
Eenmalige update	800,00	-
Hosting etc.	-	125,00
Applicatie³⁰		
Applicatie (systeem, ontwikkeling)	45.000,00	1200,00
Hosting	-	400,00
Communicatie totaal	45.800,00	8725,00
Totale kosten	45.800,-	30.317,-

²⁸ (Sportspeaker)

²⁹ (Lift-off, 2016)

³⁰ (Lift-off, 2016)

6.7.1 Opbrengsten

'S-PORT is onderdeel van Sport en Recreatie, waardoor er geen winst geboekt kan worden op het gebied van geld. De gemeente 's-Hertogenbosch is immers een non-profit organisatie zonder winstoogmerk en dit heeft betrekking op alles wat vanuit de gemeente wordt georganiseerd.

Op andere gebieden kan 'S-PORT daarentegen wel degelijk voor winst zorgen. Enkele zaken die dit adviesplan op moet gaan leveren zijn:

- Duidelijkheid en helderheid.
Dit lijken op het eerste oog niet opbrengsten waar een organisatie direct op zit te wachten. Voor Sport en Recreatie is dit juist hetgeen waar ze het meest naar op zoek zijn. Dit onderzoek moet hen duidelijkheid en helderheid bieden over hoe men voortaan gezamenlijk naar buiten moet treden met 'S-PORT en hoe het gepositioneerd gaat worden. Dat is nu net hetgeen waar men momenteel mis op vat.
- Betrokkenheid en verbondenheid onder medewerkers en intermediairs.
Het verzorgen van kennis en duidelijkheid onder de doelgroepen moet ervoor zorgen dat Sport en Recreatie verder kan vorderen op de Trap van Quirke. Ze zijn bij de eerste opzet teveel bij trede 3 blijven hangen. Met dit adviesplan moeten ze met 'S-PORT de stap maken naar trede 4 en 5 om betrokkenheid en verbondenheid te genereren. Als dit gebeurt dan is 'S-PORT in het bezit van gratis ambassadeurs en zorgen zij zelf voor input als het gaat om het oplossen van problemen.
Het bereiken van deze treden zorgen daarnaast voor gemotiveerde werknemers en intermediairs die je boodschap op een juiste en enthousiaste manier uitdragen.
- Versterking positief imago 'S-PORT
De bovenstaande zaken moeten uiteindelijk door gaan werken in de uitbreiding van het positieve imago dat 'S-PORT bezit. Dit is met name op intern gebied een belangrijk winstpunt, omdat zij nog hun twijfels uitten. Ze zien in 'S-PORT wel iets moois mits er duidelijkheid en een meerwaarde uitgestraald wat de focuspunten zijn geworden voor dit advies. Extern is er al sprake van een positief imago, maar dit is gebaseerd op het beeld dat zij gecreëerd hebben al dan niet zelf of door de medewerkers van Sport en Recreatie. Nu is het zaak dat zij dit positief imago gaan linken en uitbreiden aan de hand van de vernieuwingen, die op basis van hun antwoorden in het leven zijn geroepen.

6.8 Tijdsplanning

Tijdsplanning

In deze tijdsplanning wordt de volgorde van de zuilen aangehouden. Deze zuilen vormen de richtlijn van de agenda-indeling, de toepassing van het nieuwe 'S-PORT' en de voortgang op het gebied van vastgestelde doelstellingen.

De invulling bepaalt Sport en Recreatie zelf, maar de deadlines worden hierin nader toegelicht.

Maand	Wat?
Juli	Interne Kick-off 'Het vernieuwde 'S-PORT' Nieuwsbrief met nieuw logo, slogan, betekenis en de corporate story: 'De kracht van 'S-PORT'. Tevens zijn hierin de nieuwsfeiten van juli te vinden Uitnodiging seminar met gastspreker Bert van Marwijk
Augustus	Nieuwsbrief 1, augustus 2016 Start bouw 'S-PORT app Programma boekje met informatie over seminar Bert van Marwijk Nieuwsbrief 2, augustus 2016 Oplevering 'S-PORT app aan de afdeling Sport en Recreatie
September	Seminar met Bert van Marwijk Nieuwsbrief 3, september 2016. Hier wordt in het kort het seminar samengevat en een voorschot gegeven op de nieuwe 'S-PORT app Kick-off 'S-PORT app. Hier zal de app geïntroduceerd worden bij de medewerkers van S&R en de intermediairs Nieuwsbrief 4, september 2016
Oktober	Nieuwsbrief 5 Vragenlijst 1. voor intermediairs Feedbacksessie 1. met medewerkers Nieuwsbrief 6

November	Nieuwsbrief 7, november 2016
	Nieuwsbrief 8, november 2016
December	Nieuwsbrief 9, december 2016 met daarin de uitnodiging voor seminarsessie 2 (Maartje Paumen)
	Nieuwsbrief 10, december 2016
Januari	Nieuwsbrief 11, januari 2017
	Vragenlijst 2. voor intermediairs
	Feedbacksessie 2. met medewerkers
	Nieuwsbrief 12, januari 2017
	Versturing programmaboekje seminarsessie 2. Tussentijds onderzoek naar de voortgang van de doelstellingen
Februari	Seminarsessie 2 met Maartje Paumen
	Nieuwsbrief 13, februari 2017
	Nieuwsbrief 14, februari 2017
Maart	Nieuwsbrief 15, maart 2017
	Nieuwsbrief 16, maart 2017
April	Nieuwsbrief 17, april 2017
	Vragenlijst 3. Voor intermediairs
	Feedbacksessie 3. Met de medewerkers
	Nieuwsbrief 18, april 2017
Mei	Nieuwsbrief 19, mei 2017
	Nieuwsbrief 20, mei 2017
Juni	Nieuwsbrief 21, juni 2017
	Nieuwsbrief 22, juni 2017
Juli	Nieuwsbrief 23, juli 2017
	Vragenlijst 4. Voor intermediairs
	Feedbacksessie 4. Met medewerkers
	Nieuwsbrief 24, juli 2017

Figuur 15

6.9 Evaluatie

De communicatiedoelstellingen zijn van grote waarde voor dit onderzoek en het adviesplan. Sport en Recreatie heeft als opdracht meegegeven dat er duidelijkheid en helderheid aangaande 'S-PORT gecreëerd moest worden. De doelstellingen zijn dan ook hierop gebaseerd.

Feedbackmoment en vragenlijst

Voor het vervolgonderzoek naar de burgers en het succes van dit adviesplan is het van belang dat er getest wordt of de doelstellingen behaald zijn. Dit moet gaan gebeuren door middel van een tussentijds onderzoek. In het adviesplan en de communicatiemiddelen is er al sprake van een feedbackmoment welke elk kwartaal plaats gaat vinden.

De implementatie gaat medio juli van start. De medewerkers worden vanwege de late zomervakantie van 2016 al in juli op de hoogte gesteld van de veranderingen en het nieuwe 'S-PORT. Veel medewerkers zijn op vakantie in augustus en begin september start het nieuwe seizoen, waardoor het voor Sport en Recreatie onmogelijk is om alle medewerkers eind augustus nog op de hoogte te stellen van de veranderingen.

Het eerste feedbackmoment vindt plaats in oktober. Dit is voor Sport en Recreatie het eerste moment om zowel op intern als extern (B-2-B) gebied te testen in hoe verre het nieuwe 'S-PORT overgenomen is en op de juiste manier wordt uitgedragen. Intern vindt er een fysiek feedbackmoment plaats waar er met elkaar om de tafel gezeten gaat worden en de intermediairs wordt een korte vragenlijst toegezonden.

Het tweede feedbackmoment zal plaatsvinden medio januari/februari en dit is een groot moment van de waarheid. De doelstellingen die voor dit adviesplan geformuleerd zijn moeten in januari gemeten worden en dit gaat gebeuren aan de hand van een tweede feedbacksessie en vragenlijst. Deze tweede analyse zal uit gaan wijzen of de doelstellingen realistisch zijn geweest en of ze uiteindelijk behaald zijn.

Zo ja, dan kan Sport en Recreatie verder met het nieuwe 'S-PORT en verder gaan kijken naar het vervolgonderzoek op B-2-C gebied.

Zo nee, dan ligt er weer een taak voor Sport en Recreatie om de medewerkers en intermediairs opnieuw te brieven en strenger toezicht te houden gedurende het veranderingsproces van 'S-PORT in 's-Hertogenbosch.

7. Bibliografie

Bakker, R. &. (2010). *IKZ Integrale kwaliteitszorg en verbetermanagement*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgeverij.

Citytrainers 's-Hertogenbosch. (sd). Opgehaald van Facebook Citytrainers:
<https://www.facebook.com/citytrainershertogenbosch/>

Cruyff Court. (sd). Opgeroepen op 2016, van www.s-port.nl/cruyffcourt: <http://www.s-port.nl/cruyffcourt.html>

Doelgroepen. (sd). Opgehaald van 'S-PORT: <http://www.s-port.nl/doelgroepen.html>

Facebook 'S-PORT. (sd). Opgehaald van Facebook 'S-PORT: <https://www.facebook.com/Sportdb073-311018039021189/>

Fisher, T. &. (2007). *Onderzoek doen*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Gemeente 's-Hertogenbosch. (2014). *Sportvisie, Sportief Samen Verder*. 's-Hertogenbosch.

Grinten, J. v. (2010). *Mind the Gap*. Boom Lemma Uitgevers.

Gruijters, H. &. (2016). *Leerkring 1*. Opgeroepen op Maart 16, 2016, van Website van Fontys Economische Hogeschool Tilburg: https://connect.fontys.nl/instituten/feht/specoco/semester8/_layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/instituten/feht/specoco/semester8/Documents/Semester%208%20Leerkring%20l.pptx&action=default

Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2012). *Allemaal andersdenkenden; Omgaan met cultuurverschillen*. Business Contact.

Lift-off. (2016, Juni 1). 'S-PORT App. (M. d. Jong, Interviewer)

PDCA. (sd). Opgeroepen op 2016, van Website van Passionned Group:
<https://www.pdcacyclus.nl/verbetermethoden/plan-do-check-act/>

Projecten. (sd). Opgeroepen op 2016, van <http://www.s-port.nl>: <http://www.s-port.nl/projecten.html>

Reijnders, E. (2010). *Basisboek Interne Communicatie*. Koninklijke Van Gorcum B.V.

Schoenmaker, V. &. (2011). *Geïntegreerde communicatie*. Boom Lemma Uitgevers.

's-Hertogenbosch. (sd). Opgehaald van Website van gemeente 's-Hertogenbosch: <https://www.s-hertogenbosch.nl/>

Sjors Sportief. (sd). Opgehaald van Voorbeeld Issue Someren:
https://issuu.com/sjorssportief/docs/sjors_digitaal_someren

'S-PORT. (sd). Opgeroepen op Maart 17, 2016, van 'S-PORT: <http://www.s-port.nl/home.html#.VurRdn3hDIU>

'S-PORT. (sd). Opgehaald van 'S-PORT: <http://www.s-port.nl/home.html#.V0hFrdKyOko>

'S-PORT. (sd). Opgehaald van 'S-PORT: www.s-port.nl

'S-PORT SUPPORT. (sd). Opgeroepen op 2016, van www.s-port.nl/sportsupport: <http://www.s-port.nl/sportsupport>

Sportspeaker. (sd). Opgehaald van Sportspeaker: <http://www.sportsspeakers.nl/>

Twitter 'S-PORT. (sd). Opgehaald van Twitter 'S-PORT: <https://twitter.com/SPORT073>

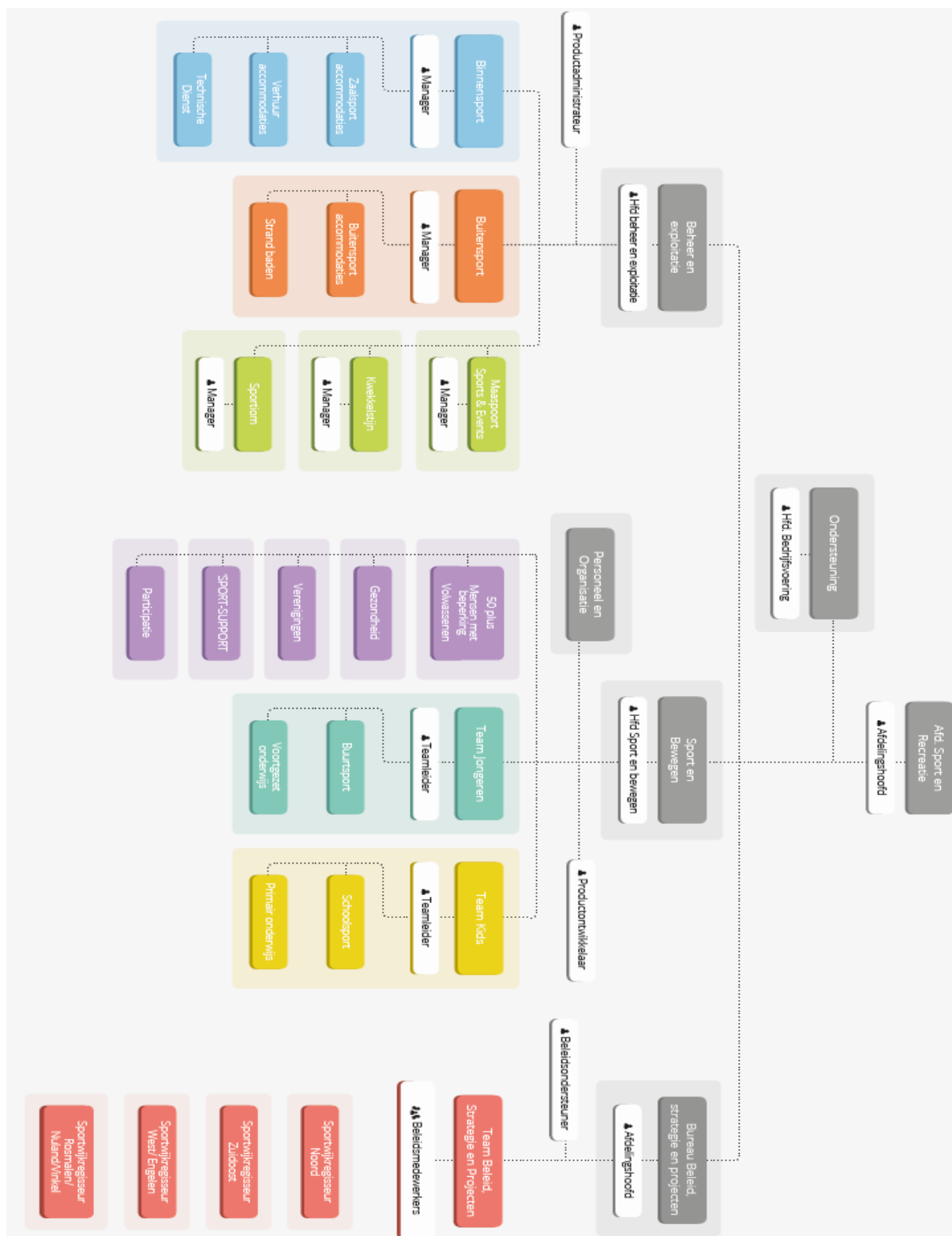
Wat is een CityTrainer. (sd). Opgeroepen op 2016, van www.citytrainersdenbosch.nl: <http://www.citytrainersdenbosch.nl/wat-is-een-citytrainer/>

8. Bijlagen

Inhoud

8. Bijlagen	65
8.1 Organogram Sport en Recreatie.....	66
8.2.Sportvisie.....	67
8.3. Good Practices.....	76
8.3.1 Doelgroepen en good practices	76
8.3.2 Projecten.....	76
8.4.Communicatiemiddelen	77
8.4.1 B to C middelen	77
8.4.2 Kleding.....	78
8.4.3 Social Media	79
8.4.4 Banners, Roll ups, spandoeken en beachflags	80
8.4.5 Video's.....	80
8.5.Interviewlijst.....	81
8.6.Transcriptie en gegevens; Intern.....	82
8.6.1 Gegevens medewerkers.....	82
8.6.2 Transcriptie interne interviews	82
8.6.3 Antwoordschema's interne interviews	117
8.6.4 Stap 1. Gap analyse en IST situatie.....	119
8.7.Transcriptie en gegevens; Extern	120
8.7.1 Gegevens intermediairs	120
8.7.2 Transcriptie externe interviews.	120
8.7.3 Antwoordschema intermediairs	150
8.8.Codering	152
8.8.1 Codering Intern	152
8.8.2 Codering Extern.....	172
8.9 Soorten concepten	190
8.10 Concepten en ideeën	191
8.11.Corporate stories.....	194
8. 12 Kenmerken Communicatiedoelstellingen	197
8.13 Toelichting budgetplan.....	197

8.1 Organogram Sport en Recreatie



Sportief Samen Verder Sportvisie

Een mooie ochtend in 's-Hertogenbosch

Kijkend uit het raam, zie ik het zonnetje schijnen. Het is een uitnodiging om eens even lekker te gaan hardlopen. Zodra ik de deur uitstap piept mijn smartphone. De Beweeg-app vraagt me vriendelijk of ik zin heb om de nieuwe 5km-looproute uit te proberen. Goed idee! Ik druk op 'ja', de stopwatch begint te lopen en de app geeft aan dat ik rechtsaf moet.

Al joggend zie ik kinderen van een basisschool in een lange rij richting het nabij gelegen sportpark lopen. Ze zijn uitgelaten, je ziet dat ze zin hebben in hun gymles, buiten op het veld. Vandaag krijgen ze voetballen op het kunstgrasveld van de voetbalvereniging. De club heeft samen met de gymleraar en FC den Bosch een voetbalcursus ontwikkeld, geschikt voor jong en oud. Later op de ochtend wordt diezelfde cursus ook gegeven aan een groep (ex)verslaafden. Een "wijksporplan" activiteit waar diverse wijkorganisaties samen aan werken. Mooi. De app leidt me naar een groen paadje tussen de huizen. Halverwege het paadje zie ik een groep mensen in sporttenu push-ups doen. De bootcamp trainer pept iedereen op om het beste uit zichzelf te halen. Dat lukt hem aardig zo te zien!

Tijd voor wat spieroefeningen. Ongemerkt ben ik op een mooi plekje aan de rand van de wijk aanbeland waar ik een prachtig uitzicht heb op de omliggende weilanden. Groen en ruimte zo dicht bij huis: wat een cadeautje! En wat is het leuk om te zien dat er al zoveel mensen lekker actief bezig zijn deze ochtend. Even later loop ik alweer tussen de huizen, het verrast me hoe makkelijk en veilig ik hier kan rennen. Ik hoef nauwelijks drukke verkeerswegen over te steken en de paden zijn mooi vlak en breed. Ik word ingehaald door een paar ouderen op de fiets, de sporttas achterop. Ze hebben het tempo er goed in en ik zie dat ze richting het wijksportpark gaan. Dat kan wel kloppen want daar organiseert de seniorenvereniging vandaag een bowltoernooi in de sporthal, zo weet ik van de berichtenservice van 'S-PORT. Rennend langs het park zie ik een groepje sporters uit de voetbalkantine komen. Onder leiding van een fysiotherapeut uit de wijk doen ze hun rekstrekoefeningen. Hij doet het voor een schappelijk bedrag, waarvoor ze samen wat uitleggen. Na het sporten drinken ze in het clubhuis vaak nog een drankje, omdat het gezellig en goed voor de onderlinge contacten is.

Aan de andere kant van de weg zie ik de kinderopvang waar het een komen en gaan van vaders en moeders is. Het valt me op dat een aantal ouders sportkleding aan heeft. Ze gaan met de oudste kinderen op het naastgelegen sportveldje een balspel doen. Wat een goed initiatief! Leuk voor de kinderen en de ouders. Ik ren verder en mijn app wijst me op de fitnessstoestellen die in het park staan, die pak ik even mee. Terwijl ik met mijn oefeningen bezig ben zie ik op het dak van het clubhuis zonnecollectoren schitteren in de zon. Samen met een kleine windmolen zorgen die voor lage energiekosten, heel duurzaam dus. Je kunt bij deze omnisportvereniging voetballen, tennissen, turnen, korf- en handballen op recreatief- en wedstrijd niveau. Het mooie is dat je met je lidmaatschap aan alle sporten kunt meedoen!

Mijn rondje zit er bijna op. Als ik langs het huis van een vriendin ren, denk ik aan haar enthousiaste verhaal over een van haar kinderen die bij het Koning Willem I College de cursus Citytrainer volgt. Ook weer zo'n mooi initiatief in de stad. Allemaal jonge mensen die, helemaal vrijwillig, sportactiviteiten organiseren voor hun stadsgenoten, zoals aan het strand van het Engelermeer bijvoorbeeld. Niet vergeten om straks thuis uit te zoeken hoe het zit met die proefles judo voor de jongste van ons gezin en wanneer die danswedstrijd van mijn nichtje in de Brede Bossche School ook

al weer is. Gewoon even naar www.s-port.nl. Want daar vind ik àlles wat ik maar wil weten over sporten en bewegen in onze stad. Tjonge, wat is dit een heerlijk begin van de ochtend!

Inleiding

Zo'n 'mooie ochtend in 's-Hertogenbosch' is heel dichtbij. In 2008, is met de sportvisie 'De sportieve kracht van de stad', een goede basis gelegd voor een actief sport en beweeg klimaat in 's-Hertogenbosch. De visie bevatte de ambitie om de maatschappelijke waarde van sport ten volle te benutten. Om dit te bereiken streefden we naar een sterke en op de toekomst gerichte sportinfrastructuur, een kwalitatief hoogwaardig sportaanbod en het scheppen van randvoorwaarden waarbinnen sportorganisaties zich konden ontwikkelen tot krachtige maatschappelijk actieve organisaties.

De sportvisie heeft uitgedaagd, discussie opgeleverd en tot resultaat geleid. Daar plukken we nu de vruchten van. Onze sportvisie voelt nog altijd goed, maar we zijn inmiddels zes jaar verder. De tijd en samenleving hollen voort. Stilstaan past niet bij sport en bewegen. We willen vooruit. Tijd voor een (her)oriëntatie. Hoe gaan we sportief samen verder en realiseren we voor iedereen in 's-Hertogenbosch zo'n mooie ochtend?

De toekomst

Zes jaar na de lancering van onze sportvisie is de positieve energie in de stad nog altijd voelbaar. De ambitie is nog levend. De inzet van de betrokken partijen is groot en heeft ons al veel opgeleverd. De evaluatie van de sportvisie maakt duidelijk dat er veel bereikt is en toont prestaties waar de stad trots op mag zijn (zie www.sportvisie-s-hertogenbosch.blogspot.nl). Maar we leven in een snel veranderende tijd. De uitspraak: 'We leven niet langer in een tijdperk van verandering, maar meer in een verandering van tijdperken' geldt ook voor ons:

- Samenwerking wordt vanzelfsprekender, kennis wordt sneller gedeeld en men is bereid elkaar te versterken. Kennisdelen is het nieuwe produceren.
- Mensen zien zichzelf als individu, zelfs in groepsverband. Mensen multi-tasken, maken individuele keuzes, maar horen ook graag ergens bij. Toch nemen individuele sporten zoals fitness, hardlopen, wandelen en fietsen aan populariteit toe. Het verenigingslidmaatschap oude stijl staat onder druk. Is er een lidmaatschap nieuwe stijl?
- 'Echt' contact maken, persoonlijke groei en maatschappelijke betrokkenheid zijn belangrijke waarden. Men wil deel uitmaken van de gemeenschap, het liefst dichtbij huis. Naast consumeren is er ook bereidheid om een bijdrage te leveren. Hoe kan het sport- en beweegaanbod hier haar voordeel mee doen?
- Door elkaar snel opvolgende technologische ontwikkelingen is onze communicatie voortdurend aan veranderingen onderhevig. Sociale Media spelen daarbij een belangrijke rol. Ook in de sport moeten we kijken wat deze ontwikkelingen voor ons kunnen betekenen.
- Techniek ontwikkelt zich zo snel dat investeren in duurzaamheid financieel loont. Ook voor sportaccommodaties biedt dit kansen. Investeren in duurzaamheid kan zowel een bijdrage leveren aan de duurzaamheidsdoelstelling als bijdragen aan de beheersing van exploitatiekosten.
- Overgewicht is een groeiend probleem. Het schaadt de gezondheid van jong en oud. Er is veel gezondheidswinst te behalen als we het overgewicht de baas worden. 's-Hertogenbosch

is in 2013 'Jongeren Op Gezond Gewicht (JOGG)- gemeente' geworden. De essentie van JOGG is samenwerken. Alleen een breed gedragen en integrale aanpak werkt. Ouders, scholen, gezondheidszorg, bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties, gemeente en sportaanbieders moeten de handen ineenslaan en aan de slag. Sport en bewegen is een belangrijke pijler onder deze gezamenlijke aanpak.

- Gemeenten worden verantwoordelijk voor de uitvoering van de Jeugdzorg, AWBZ en de WMO. Samen met hulpinstanties en burgers moeten zij de zorg, begeleiding en opvang van mensen die dat nodig hebben, organiseren. Dit vraagt om nieuwe werkwijzen en oplossingen en biedt kansen voor de sport. We gaan op zoek naar nieuwe 'sportieve arrangementen', gericht op ondersteuning, opvang of begeleiding van mensen uit de wijk.
- Sport wordt duurder en persoonlijke financiële ontwikkelingen laten burgers afhaken, ondanks dat sport niet bovenaan het bezuinigingslijstje staat. De betaalbaarheid van de sport vraagt aandacht. Speciaal als het gaat om de meest kwetsbaren in onze samenleving.
- Topsport is jezelf voortdurend verbeteren. Ondernemen is het zoeken naar innovatie. Kunnen de sport en het bedrijfsleven elkaar vinden in hun streven naar topprestaties?
- De vergrijzing zet sterk door. In 2030 zal ons inwonerstal zijn gegroeid met 15.000 inwoners. De groei zit in zijn geheel bij de 55-plussers. Sport stimuleert de fitheid, zelfredzaamheid, zelfstandigheid en sociale betrokkenheid van de ouder wordende inwoner.
- Een veilig(er) (sport)klimaat vraagt aandacht. Recente geweldsincidenten in de sport geven daartoe extra aanleiding. We willen een sportcultuur waarin iedereen zich veilig voelt. Verantwoordelijkheid is er voor ons allen! Respect staat centraal.

Missie

Sport raakt ons allemaal. En dat moet ook! Sport en bewegen zijn essentieel om ons lichaam gezond en in conditie te houden. Sport en bewegen dragen bij aan een gezonde, actieve, duurzame, sociaal betrokken en veilige samenleving. Sport biedt een platform om elkaar te ontmoeten, heerlijk te ontspannen en samen iets te ondernemen. Het allermooiste van sport is "het is gewoon leuk".

Iedereen in 's-Hertogenbosch moet in de gelegenheid zijn dit zelf te ervaren en zijn eigen 'mooie ochtend' te beleven. We zien het dan ook als onze missie om:

Iedereen, (van 0 tot 100 jaar en ouder) een laagdrempelig, passend en betaalbaar sport- of beweegaanbod in de directe omgeving aan te bieden.

Op deze manier krijgt iedereen de kans kennis te maken met en uit te vinden wat sport en bewegen voor hem of haar kan betekenen en uiteindelijk een plek te geven in hun dagelijkse of wekelijkse routine.

Tactiek

Realisatie van onze missie is alleen mogelijk als we bereid zijn buiten de gebruikelijke paden te treden en alles op alles te zetten om de goede voedingsbodem voor zowel top- als breedtesport in 's-Hertogenbosch te behouden. Maatwerk en samenwerking zijn hierbij de sleutels tot succes.

Het sportieve aanbod, in de directe omgeving, moet zo goed mogelijk afgestemd worden op de behoeften van de inwoners van de wijk. Iedere wijk is anders van samenstelling, kent zijn eigen

mogelijkheden, kansen en problemen. Dat vraagt om maatwerk op wijk- en buurtniveau. We stimuleren de ontwikkeling van wijkplannen en bieden ondersteuning bij de uitwerking van de plannen.

We moeten aan iedereen durven te vragen om, op basis van eigen doelstellingen, maatschappelijk bewustzijn en verantwoordelijkheidsgevoel een bijdrage te leveren. Er zijn in onze gemeente veel bedrijven, instanties, organisaties en individuen die veel te winnen hebben bij een gezonde en sportief actieve bevolking. De uitdaging ligt er om dat potentieel te benutten. Dat kan op buurt-, wijk-, of dorpsniveau. Vraagstukken die het buurt-, wijk- of dorpsniveau overstijgen, moeten stedelijk of zelfs regionaal opgepakt worden. Samenwerking gaan we actief stimuleren en organiseren. Alleen op deze manier kunnen we iedereen in 's-Hertogenbosch de mogelijkheid bieden te genieten van 'een mooie ochtend in 's-Hertogenbosch'.

Strategie

Maatwerk en samenwerking zijn de sleutelwoorden voor de toekomst. Wat gaan we doen om maatwerk en samenwerking te stimuleren en mogelijk te maken? We accentueren een vijftal zaken:

- **Sportwijk**

In de vorige sportvisie is het concept "Sportpunt" geïntroduceerd. In Rosmalen, West, Hambaken, Engelen en Maaspoort is gewerkt aan de uitwerking van deze Sportpunt gedachte. De resultaten zijn goed, maar we hebben geleerd dat ieder Sportpunt een eigen dynamiek en geheel eigen ontwikkeling doormaakt. Dit komt onder andere door de eerder genoemde maatschappelijke ontwikkelingen, de ligging in de wijk, de samenstelling van de wijk en de aanwezigheid van verschillende samenwerkingspartners. In de toekomst gaan we meer aansluiten bij deze specifieke kenmerken per wijk. De mogelijkheden, de energie en de behoeftes in de wijk staan centraal. Dit verbreedt het concept "Sportpunt" tot "Sportwijk".

Inzicht in de sportieve behoefte van de buurt, wijk en stad geeft ook inzicht in de benodigde sportieve faciliteiten. Zijn er voldoende accommodaties? Zijn ze geschikt en toegankelijk voor iedereen (ook voor mensen met een beperking)? Biedt de openbare ruimte voldoende mogelijkheden aan iedereen voor sportief bewegen?

De Sportwijk vraagt om actieve bijdragen en samenwerking van velen. Een initiërende en ondersteunende rol is weggelegd voor de bestuurs-, wijk- of dorpsraad. Deze kunnen ervoor zorgen dat er een breed gedragen wijk- buurt- of dorpsportplan komt. Als dat sportplan er is, is het aan partijen in de wijk/stad om (delen van) de uitvoering op te pakken. In de sportwijk West en in Rosmalen heeft men die handschoen al opgepakt. Aan andere wijken, maar ook Nuland en Vinkel de uitdaging om daar mee aan de slag te gaan.

- **Sportieve infrastructuur**

De openbare ruimte biedt zeer veel kansen om jong en oud tegen lage kosten te laten bewegen. Een goed ingerichte openbare ruimte biedt bewoners gelegenheid om veilig te fietsen, hardlopen, wandelen, skeeleren, voetballen, basketballen, fitnessen, etc. De openbare ruimte leent zich ook om te vissen, surfen, zeilen, zwemmen, jeu de boules en te ravotten. Nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen in de stad bieden bij uitstek de kans om de ruimte beweegvriendelijker te maken. Die kansen gaan we nog meer benutten. Bij

inrichtingsplannen houden we rekening met de bewegende mens en betrekken omwonenden, bedrijven en instellingen nadrukkelijk bij de planvorming en realisatie.

Een goede accommodatie is een basisvoorwaarde voor een vitale sportvereniging. Verenigingen en gebruikers verdienen ondersteuning in hun streven naar behoud en verbetering van hun complex. Dat is niet alleen een opgave voor de vereniging zelf, maar voor de hele gemeenschap. De kwaliteit van de sportvoorzieningen in de gemeente is, op enkele uitzonderingen na, goed tot zeer goed. Het voorzieningenpalet is aardig compleet en wordt nog beter door de toevoeging van Vinkel en Nuland. Deze dorpen beschikken onder andere over een Top-BMX fietscross baan en een hoogwaardige veldkorfbal accommodatie. Kortom: de liefhebber kan voor de meeste sporten in onze stad goed terecht. Dat moet zo blijven!

Er zijn ook wel enkele zwakke plekken in het accommodatielandschap die vragen om aandacht. Er is tekort aan zwembad en schaatsijs. Het onderzoek ijs en zwembad wijst uit dat een eventuele uitbreiding in samenhang met een van de twee bestaande baden en hun toekomst de meest voordelige keuze is.

De bewoners van de wijken Nuland en Vinkel hebben behoefte aan een volwaardige binnensportvoorziening in een van de twee kernen. We blijven scherp op een goede verdeling van sportvoorzieningen over de stad. We streven naar goede basisvoorzieningen op wijk en stadsdeel niveau, maar kijken ook buiten onze stadsgrenzen en zoeken daarin de samenwerking. Grotere, duurdere en/of bijzondere voorzieningen, zoals kunstijs, zwembaden, topsporthal, atletiekbaan, etc., bezien we op stedelijk of zelfs regionaal niveau.

Duurzaamheid biedt kansen voor sportaccommodaties. Door te investeren in de duurzaamheid van de sportaccommodaties kan worden bijgedragen aan zowel duurzaamheidsdoelstellingen als aan de beheersing van de exploitatiekosten van accommodaties. We moeten de ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid dan ook nauwgezet blijven volgen en bereid zijn een voorbeeldrol op ons te nemen.

In het totale sportlandschap spelen commerciële sportaanbieders en particulier initiatief een steeds belangrijkere rol. We stimuleren particuliere ondernemers en initiatiefnemers om zich in onze gemeente te vestigen en zo bij te dragen aan een divers en aantrekkelijk beweegklimaat.

In het streven naar een Sportwijk past het aanleggen van kunstgras en het breder toegankelijker maken van sportcomplexen. Kunstgras verbetert de belastbaarheid en werkt mee aan een verdere multifunctionaliteit en toegankelijkheid van het sportcomplex. Het is belangrijk de komende jaren te blijven investeren in kunstgras, vanuit de verwachting dat kunstgras leidt tot een intensiever gebruik van het hele sportcomplex. De aanleg van kunstgras sportvelden is echter geen vanzelfsprekendheid. Het is mede afhankelijk van beschikbare capaciteit op stedelijk niveau en de beschikbare middelen. Er is de afgelopen jaren geïnvesteerd in onze sportpunten. Ook de komende jaren vraagt de ontwikkeling van sportpunten om aandacht en nieuwe impulsen, zeker gezien de sportwijk ambitie.

Daar waar de buitensportverenigingen vaak de enige gebruiker zijn van het complex en meer mogelijkheden hebben om inkomsten te genereren, hebben de binnensportverenigingen het lastiger. Ze hebben geen eigen accommodatie en moeten daarom altijd rekening houden met de belangen van andere gebruikers. Ze hebben ook veel minder mogelijkheden om zelf inkomsten te genereren. De contributies liggen bij de binnensportverenigingen dan ook aanzienlijk hoger dan bijvoorbeeld bij voetbalverenigingen. Voor de komende jaren ligt er de uitdaging om de binnensportverenigingen te versterken.

- **Mensen en organisaties**

Tallose (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties maken van 's-Hertogenbosch een echte sportstad. Deze kracht komt samen in het platform 'S-PORT. 'S-PORT is een initiatief van de gemeente 's-Hertogenbosch, maar staat voor de veelheid aan partners waarmee we samen, op basis van gelijkwaardigheid, uitvoering geven aan onze sportvisie. Zo'n breed samenwerkingsplatform rondom een brede sportieve ambitie is uniek. 'S-PORT daagt uit, verbindt en inspireert. De potentie van dit platform is nog lang niet optimaal benut. Wij streven ernaar om die potentie nog beter te benutten.

Het bedrijfsleven is een onmisbare samenwerkingspartner voor sport in 's-Hertogenbosch. Een goed voorbeeld van een succesvolle samenwerking met het bedrijfsleven is 'S-PORT SUPPORT. Dit bedrijven netwerk stelt geheel kosteloos haar specifieke kennis en expertise ter beschikking aan de ontwikkeling en verbetering van de sport en sportorganisaties. Een netwerk als 'S-PORT SUPPORT is uiterst waardevol voor sportief 's-Hertogenbosch, en vormt een belangrijk element in de ondersteuning van verenigingen. De komende jaren werken we aan het behouden, uitbouwen en versterken van dit netwerk. De succesvolle aanpak 'Citytrainers' staat symbool voor een aanpak die we de komende jaren doorzetten en verbreden. Er is al een start gemaakt met het opleiden van Citytrainers binnen sportverenigingen. We spreken de talenten en ambities van inwoners van onze gemeente aan en geven hen de instrumenten om een voelbare bijdrage te leveren. De opleiding en inzet van Citytrainers beperkt zich niet tot de sport, maar opereert op het snijvlak van sport, cultuur en muziek. Hiermee vergroten en benutten we de organisatie- en realisatiekracht van onze stad enorm en doorbreken het patroon waarin meer werk bij minder vrijwilligers terecht komt. Ook legt het verbindingspunten tussen verschillende beleidsterreinen.

- **Samenwerken**

Het stimuleren van gezond gedrag en bewegen is een lastige opgave, vooral bij de groep die dit het hardste nodig heeft. Het organiseren en betaalbaar houden van de top- en breedtesport vraagt aandacht. Het realiseren van aansprekende sportevenementen vraagt om moed, durf en doorzettingsvermogen. Dit kan niemand alleen, dat moeten we samen doen.

De inzet van betaalde krachten in de sport is erop gericht om verschillende organisaties en sportaanbieders die actief zijn in de wijk te ondersteunen bij het opzetten en organiseren van een passend wijkgericht aanbod. De inzet van de beschikbare capaciteit moet gericht zijn op de uitvoering van de lokale "Sportwijk" plannen.

Bij de inzet van betaalde krachten (combinatiefunctionaris/buurtsportcoach) is het onderwijs een belangrijke partner. Goede vakleerkrachten zorgen voor kwalitatief beter

bewegingsonderwijs. Samen met het onderwijs streven we naar verdere verbetering van de kwaliteit van het bewegingsonderwijs en uitbreiding van het aantal beweegmomenten voor kinderen tijdens en buiten schooltijd. Daarbij is ook de zwemvaardigheid van kinderen een punt van aandacht.

Het runnen van een kleine of grote sportvereniging of het starten van een initiatief is niet gemakkelijk. Hoewel de stad trots mag zijn op haar vele deskundige sportbestuurders en vrijwilligers vraagt het aandacht. Op sommige momenten is extra ondersteuning nodig. Alle verenigingen, groot of klein, die een belangrijke bijdrage leveren aan het sportieve wijkaanbod moeten kunnen rekenen op ondersteuning als dat nodig is.

Er zit zo veel expertise in de stad, dat het loont om actief kennisuitwisseling te faciliteren. Verenigingen, particuliere aanbieders en individuen zijn heel goed in staat elkaar te helpen, van elkaar te leren en dingen samen te ontwikkelen. Samenwerking tussen deze partijen lijkt vooral kansrijk op sportcomplexen waar meerdere verenigingen, aanbieders of organisaties samen zijn gehuisvest, maar is ook op wijk of stedelijk niveau te realiseren. Ook in het kader van de transitie AWBZ, jeugdzorg en WMO liggen er kansen om met sport en bewegen een bijdrage te leveren aan deze opgave.

Ook door de samenwerking tussen commerciële sportaanbieders, het particulier initiatief en verenigingen te stimuleren kunnen nieuwe sportieve arrangementen ontstaan voor nieuwe doelgroepen. Met begrip voor ieder zijn eigen drijfveren en belangen kunnen nieuwe samenwerkingsvormen op een vruchtbare wijze het sportaanbod in buurten en wijken verrijken. Hierbij schuwen we het experiment niet. In Rosmalen, Engelen, Hambaken, Maaspoort en West zien we al mooie voorbeelden. Een van de gedachten is dat verenigingsleden op basis van het lidmaatschap niet slechts één maar meerdere verschillende sporten kunnen beoefenen en dus gebruik kunnen maken van alle faciliteiten die er op een sportpark zijn. Het is zoeken naar een vorm van lidmaatschap dat ook interessant is voor bewoners die liever aan recreatiesport willen doen. Niet ondenkbaar is dat een dergelijke samenwerking uiteindelijk leidt tot een nieuwe organisatie (bijvoorbeeld een omni-vereniging).

- **Topsport**

's-Hertogenbosch kent een hoog topsportniveau. Topprestaties hebben een positieve invloed op de sport zelf, maar ook op de samenleving. Sportieve successen van onze topsportteams en individuele topsporters geven de stad veel positieve energie en naamsbekendheid. We kijken allemaal met ontzag naar de inspanningen en ontberingen die topsporters doorstaan. Het inspireert om het beste uit jezelf te halen. Topsporters zijn rolmodellen en samen met de topsportorganisaties streven we er naar om die rol optimaal te benutten.

's-Hertogenbosch kent ook veel topsporttalenten. Deze talenten moeten de ruimte krijgen zich te ontwikkelen. Met een topsport-talentenschool en verschillende regionale talentenprogramma's binnen onze gemeente vervullen we een regiofunctie. Samenwerken is ook hier weer van groot belang, ook buiten onze gemeentegrenzen.

We zetten ons in voor sportaccommodaties waar ook op topniveau gepresteerd kan worden. De basis is en blijft de breedtesport, maar daar waar de topsport iets extra's vraagt, moeten we proberen de accommodatie daarop aan te passen. Spelers, trainers en organisaties moeten het uiteindelijk zelf klaar spelen om het hoge niveau te blijven behalen. Kennis delen, samenwerken en van elkaar leren - ook buiten de stads- en regiogrenzen - is essentieel om aan de top te blijven. Initiatieven die daar op zijn gericht verdienen ondersteuning waar mogelijk.

Een goede sportinfrastructuur is ook belangrijk om regelmatig gastheer te kunnen zijn van aansprekende topsportevenementen. Jaarlijkse en incidentele evenementen zoals Indoor Brabant, het ATP grastennistoernooi in Rosmalen en de Davis- en Fed-Cup zijn goede voorbeelden van sportevenementen die niet alleen een stimulans voor de sport zijn, maar ook het profiel van onze stad als sportstad versterken. Dat stimuleren we.

Sportief Samen Verder

Er blijft genoeg te doen rond het lokale top- en breedtesportklimaat. Er liggen uitdagingen en opgaven. De verhouding tussen de overheid en het particulier initiatief is aan verandering onderhevig, budgetten zijn beperkt, keuzes moeten worden gemaakt. Energie en inzet van velen zijn nodig om het goede te behouden en het kansrijke aan te pakken. Door te zoeken, kennis te delen, samen te werken en over grenzen heen te kijken kunnen talenten, ambities en mogelijkheden samenkomen. Dan maken we het verschil, bouwen we verder aan succes en wordt 'een mooie ochtend' voor iedereen in 's-Hertogenbosch bereikbaar. Om dat te bereiken moeten we 'Sportief Samen Verder'.

8.3. Good Practices

8.3.1 Doelgroepen en good practices

Doelgroepen	
KIDS • Gymplus • KNVB Straatvoetbaltoernooi • Plein Actief! • Sjors Sportief • 'S-PORT AAN BOD	JONGEREN • Cool • Doelbewust • 'S-PORT Op School
VOLWASSENEN • Fietslessen • Gezond Bewegen • Zwemlessen	50 PLUS • 50 Plus Sport • Bewegingssportcentrum 50 PLUS • Buurtsportcoach • Fittest • Gezond Bewegen • Meer Bewegen voor Ouderen

8.3.2 Projecten

Projecten	
Citytrainers³¹ De methode Citytrainer helpt deelnemers zijn/haar creatieve, sportieve, organisatorische en sociale talenten aan te scherpen en in te zetten. Daardoor wordt de kracht van de stad bereikbaar en dit maakt Citytrainers tot een 'life changing project'. Een Citytrainer draagt bij aan creatieve, sportieve en sociale stad."	Cruyff Court³²/Richard Krajicek Foundation Cruyff Courts bieden de kinderen uit de buurt een goede, veilige plek om te sporten en de gelegenheid om buiten te spelen. Richard Krajicek playgrounds zijn de openbare sportpleintjes waar de Richard Krajicek Foundation haar naam aan verbindt. Hier kunnen jongeren veilig verschillende sporten beoefenen.
'S-PORT SUPPORT³³ "'S-PORT SUPPORT is een netwerk van bedrijven die de sport in 's-Hertogenbosch een warm hart toe dragen. De bij 'S-PORT SUPPORT aangesloten bedrijven, ook wel partners genoemd, bieden ondersteuning bij sportgerelateerde vraagstukken in de stad."	Nationale Sportweek De Nationale Sportweek is een initiatief van NOC*NSF met als doel sporten en bewegen te promoten. De Sportweek laat zien hoe gezond en vooral leuk sporten en bewegen is.
Sportwijken In 's-Hertogenbosch zijn vijf sportwijken. Het gaat hierbij om plekken in de stad waar voorzieningen geclusterd zijn en	Sport en Gezondheid Sport en gezondheid gaan hand in hand. 'S-PORT wil samen met partners als de GGD en enthousiaste burgers u uitdagen, programma's

³¹ (Wat is een CityTrainer)

³² (Cruyff Court)

³³ ('S-PORT SUPPORT)

sportverenigingen, eventueel commerciële sportaanbieders en andere organisaties met elkaar samenwerken om de buurtbewoners de mogelijkheid bieden om te sporten.

en activiteiten aanbieden op scholen, in de wijken, met en bij sportaanbieders, in Gezondheidscentra. Uitgangspunt is een gezonde, actieve leefstijl voor iedereen

8.4.Communicatiemiddelen

8.4.1 B to C middelen

- **Filmpjes**

Promotievideo's worden getoond bij evenementen. Deze hebben als doel om informatie te verstrekken onder met name de B to C doelgroep (eindconsument ≠sporters en wijkbewoners). Dit zodat zij meer kennis op kunnen doen over wat 'S-PORT inhoudt en wat Sport en Recreatie hiermee te maken heeft. Tevens worden de andere initiatieven getoond dat de doelgroepen moet ondersteunen bij de vorming van een totaalbeeld over de betrokkenheid van 'S-PORT in de gemeente.

- **Give aways**

Deze give aways worden geschaard onder kleine 'gadgets'. Na een event of activiteit worden er goodiebags uitgedeeld welke een aantal items bevat zoals een key-koard en een zweethandje met rits waar iets in op kan worden geborgen. Deze zaken kunnen gebruikt worden en telkens gaat er bij gebruik een gedachte naar 'S-PORT en het event uit. Dit middel heeft als doel om meer bekendheid en herkenning te creëren bij de B to C doelgroep.

- **Advertenties**

Aan de hand van 'S-PORT zijn verschillende advertenties verschenen. Deze advertenties gaan zowel over 'S-PORT alleen als de good practices die worden georganiseerd. Er wordt informatie over het concept verstrekt, waar de inwoners meer kunnen vinden over 'S-PORT, welke good practices georganiseerd worden en wat de focuspunten zijn. Zo zijn er onder meer advertenties geweest voor de Sportgids voor Senioren, aangaande het sportaanbod voor de 50 plusser, als de Nationale Sportweek. Hier werd een schema verstrekt aan de inwoners van de gemeente met informatie over de tijden, locaties en sporten waaraan deelgenomen kon worden.

8.4.2 Kleding



rug grijs draak groot

rug grijs draak groot

Polo zwart



City Trainer
Hooded Sweater met naam
Plastisol



Voorzijde



Achterzijde

8.4.3 Social Media



Figuur 16 FB pagina 'S-PORT



Figuur 17 Twitter pagina 'S-PORT



Figuur 18 Facebook pagina Citytrainers

8.4.4 Banners, Roll ups, spandoeken en beachflags



8.4.5 Video's

<https://www.youtube.com/watch?v=GKHcuTbsXA8>

8.5. Interviewlijst

Interview contacten onderzoek 'S-PORT				Benaderd	Afspraak	Afgenomen
Intern S&R						
Ilvie van Schijndel	S-PORT SUPPORT			x	x	x
Rianne Bieckmann	Hoofd bureau S&B			x	x	x
Irfan Gadzo	Team verenigingen			x	x	x
Theo Verhagen	Beheer & Exploitatie			x	x	x
Eric Verhofstadt	Beleid & Strategie			x	x	x
Elise Rasenberg	Communicatie			x	x	x
Extern						
Verenigingen						
OJC Rosmalen	Grote/sterke vereniging			x	x	x
TV Asmunt	Grote/sterke vereniging			x		
HC Den Bosch	Grote/sterke vereniging			x	x	x
Rodebo	Kleine vereniging					
Badminton Sjut	Kleine vereniging			x	x	x
TTV Never Despair	Binnensport			x		
CHC	Buitensport			x		
RKVV Wilhelmina	Buitensport			x	x	x
Bossche Reddingsbrigade	Water/ijs			x	x	x
Bossche watervrienden	Water/ijs					
Reserver: FC Engelen						
VO Scholen						
Lenard Weber - lenard@rijzert.nl	Rijzert	lenard@rijzert.nl		x		
Han Essing - han@rijzert.nl	Rijzert	han@rijzert.nl		x		
Tim Pennings- T.pennings@helicon.nl	Helicon	t.pennings@helicon.nl		x	x	x
Niels Hulsen - N.hulsen@helicon.nl	Helicon	n.hulsen@helicon.nl		x	x	x
PO scholen						
René Dullaart	Brede Bossche School	r.dullaart@s-hertogenbosch.nl		x	x	x
Hans van Zoggel	Kc 't Boschveld	h.vanzoggel@kcboschveld.nl				
Bedrijfsleven						
Liftoff	Stefan van Ham	stefan@lift-off.nu		x	x	x
DBZ Fysio	Carolien Persoons			x		
Maatschappelijke partner						
Divers	Marlies Molenaar	M.Molenaar@divers.nl		x	x	x
Intern						
Ilvie van Schijndel	OJC Rosmalen		Verwerkt	x	x	x
Rianne Bieckmann	HC Den Bosch			x	x	x
Irfan Gadzo	BC Sjut			x	x	x
Theo Verhagen	RKVV Wilhelmina			x	x	x
Eric Verhofstadt	Bossche Reddingsbrigade			x	x	x
Elise Rasenberg	BBS De Kruiskamp			x	x	x
	Helicon				x	
	Lift Off				x	
	Divers				x	

Figuur 19 Interviewlijst

8.6. Transcriptie en gegevens; Intern

8.6.1 Gegevens medewerkers

Naam	Bureau
Theo Verhagen t.verhagen@s-hertogenbosch.nl	Bureau Beheer en Exploitatie Manager Openlucht Accommodaties
Ilvie van Schijndel i.vanschijndel@s-hertogenbosch.nl	Bureau Sport en Bewegen Team SportPlus en 'S-PORT SUPPORT
Irfan Gadzo i.gadzo@s-hertogenbosch.nl	Bureau Sport en Bewegen Team Verenigingen Verenigingsondersteuner
Elise Rasenberg-Sleven e.rasenberg@s-hertogenbosch.nl	Bureau Ondersteuning Coördinatie, Communicatie, PR
Rianne Bieckmann-Rijkers r.bieckmann@s-hertogenbosch.nl	Bureau Sport en Bewegen Hoofd bureau Sport en Bewegen
Eric Verhofstadt e.verhofstadt@s-hertogenbosch.nl	Bureau Beleid en Strategie DUO, projectbegeleider

Figuur 20 Gegevens Medewerkers Sport en Recreatie

8.6.2 Transcriptie interne interviews

Intern interview 1

Naam: Theo Verhagen

Bureau: Beheer en Exploitatie, Manager Openlucht accommodaties

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Eerlijk gezegd gebruik ik het logo en het thema 'S-PORT heel weinig. Van oudsher, hebben wij vanuit de gemeente de naam Sport en Recreatie als afdeling en het beeldmerk 'S-PORT is er als het ware bij gekomen. Dit omdat we steeds minder vanuit de ambtelijke organisatie werken, dus met werknemers die niet ambtelijk werkzaam zijn. Hierdoor willen we onszelf ook naar buiten toe op een andere manier profileren. Ik gebruik zelf nog steeds de afdelingsnaam Sport en Recreatie bij mijn werk en de naam 'S-PORT maar heel weinig.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?
Daarnaast in het doorvragen kun je het eventueel over bepaalde aspecten hebben in de definitie:

- (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties (dus samen met al deze partijen)
- gelijkwaardigheid (en dan misschien weer met name met gemeente)
- uitvoering geven aan sportvisie

Ik begrijp zoals het ontstaan is en in theorie is het heel mooi; Het samenwerken met al die partijen door middel van een platform. In mijn werkzaamheden werk ik veel samen met sportverenigingen, maar dit gaat over puur over het beheer en de exploitatie van sportaccommodaties. 'S-PORT is met name gericht op een andere manier van samenwerken. Bijvoorbeeld samen met deze partijen en partners als organisatie dienen van evenementen of activiteiten. Ik begrijp goed dat andere collega's in 'S-PORT een goede werkwijze zien, maar voor mij is het nog steeds de oude afdeling Sport en Recreatie. Ik gebruik het beeldmerk 'S-PORT ook eigenlijk niet en op ons briefpapier staat nog steeds Sport en Recreatie en dit is ook het dubbele van onze werkwijze. We treden naar buiten met twee beeldmerken.

Zonder het een te willen veroordelen, (een fout en ander goed), vind ik dat we vanaf het begin al hinken op twee gedachten; We laten enerzijds de huisstijl van de gemeente niet los en hierdoor treden we naar buiten met twee beeldmerken. Dat is in mijn ogen ook het probleem waar we mee kampen. Om het goed te doen zul je bij wijzen van spreken een van de twee af moeten schaffen.

Het is een beetje dubbelop momenteel. Enerzijds is 'S-PORT toentertijd opgericht om er voor te zorgen dat mensen niet direct in de gaten hebben dat het een initiatief van de gemeente is. De gemeente heeft een beladen imago binnen de stad en om ervoor te zorgen dat je niet meteen met 1-0 achterstaat is er gekozen voor een nieuwe uitstraling. Echter als je het oude niet afschaft blijf je binnen je organisatie hinken op twee gedachten en zo denk ik er zelf ook over. In mijn beleving zou er binnen de organisatie een keuze gemaakt moeten worden tussen de twee.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Ik ben het eens met het idee van het platform en dat ze hebben gekozen voor een eigen naam en huisstijl. Ik snap ook dat het beter is, omdat een nieuw fris imago niet de beladenheid heeft die het imago van de gemeente wel heeft.

Het enige probleem/lastige is dat o.a. sportcentrum Maaspoort, Zwembad Kwekelstein ook een eigen logo en huisstijl hebben waardoor je op het gebied van communicatie niet op 2 maar op 3 of misschien wel 4 sporen aan het communiceren bent. De mensen van deze organisaties willen graag met hun eigen huisstijl en logo naar buiten treden en niet zozeer met het beladen imago van de gemeente.

De definitie voor het platform is goed. Ik ben van mening dat het voor collega's een handig hulpmiddel is, maar dat dit met name voor de werknemers van het bureau Sport en Bewegen geldt. Zij zijn degene die veel met 'S-PORT doen en er mee naar

buiten treden. Voor mijn bureau ligt dit wat anders aangezien wij het bijna niet gebruiken.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)
Ik denk dat veel verenigingen 'S-PORT wel kennen en er ervaring mee hebben. Er worden veel activiteiten georganiseerd door het bureau Sport en Bewegen en zij communiceren deze activiteiten onder de naam 'S-PORT richting de verenigingen. Dus ik denk dat veel verenigingen ermee bekend zijn; met name de grote verenigingen. Echter denk ik niet dat ze het als een platform zien, maar meer als (een onderdeel van) Sport en Bewegen.

Ik heb tevens te maken met wat kleinere verenigingen (recreatiesector), maar een gemiddelde volkstuinvereniging zal het logo en de naam 'S-PORT daarentegen niet kennen.

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Meerwaarde: Het zichzelf profileren en promoten via 'S-PORT zie ik wel als een meerwaarde voor de verenigingen. Ik denk dat zij dit ook zo inschatten. De activiteiten die collega's ontwikkelen zullen ook als meerwaarde door verenigingen gezien worden. Bij 'S-PORT SUPPORT benaderen we bedrijven om iets aan sponsoring te doen bij een vereniging. Dit hoeft niet per se via geld, maar ze kunnen ook hun diensten aanbieden. Bijvoorbeeld een advocatenbureau die een hoeveelheid uren ter beschikking stelt voor een vereniging die bepaalde vraag heeft. Ik ben van mening dat best veel verenigingen profijt hebben aan 'S-PORT zoals het nu werkt. Het is inderdaad toch een platform of een soort paraplu waaronder van alles georganiseerd wordt. Met name nog vanuit onze afdeling of het bureau Sport en Bewegen, maar ik zie wel dat er best veel georganiseerd wordt en dit voor de verenigingen in de gemeente waardevol is.

Gewenste meerwaarde: In de toekomst zou het nog mooier zijn als verenigingen zelf meer initiatief nemen om een activiteit op te zetten of het beeldmerk te gebruiken. Momenteel zijn het de collega's van Sport en Bewegen die het initiatief nemen binnen 'S-PORT is om een activiteit of een voorlichtingsavond te organiseren. Nu zijn het vaak de niet ambtelijke collega's van de afdeling Sport en Recreatie die de zaak aanzwengelen en vanuit

Vanuit het verleden was er vaak de gedachte: Wij starten iets op en als het goed is wordt het door anderen overgenomen en dan laten we het langzamerhand los. Na het loslaten moet de kracht van de stad (de partners) het platform meer gaan dragen. Dat zou in de toekomst wel de gewenste meerwaarde van 'S-PORT kunnen zijn voor verenigingen. Dat er een goed platform ligt aan de hand waarvan de partners verder

kunnen om zelf activiteiten te organiseren, de organisatie te promoten maar ook de algemene sportparticipatie en interesse in de stad te verhogen.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Huidige bijdrage: Nu consumeren ze de informatie en de producten die we ze aanreiken in de vorm van activiteiten, informatieavonden en de inzet van 'S-PORT SUPPORT in het geval van de bedrijven. Ze ondernemen zelf daarentegen nog weinig actie en initiatieven.

Toekomst: In de toekomst zou dit verbeterd moeten worden. Als je spreekt over een platform dan moet dat door alle partners ook gedragen en versterkt worden en kan dit niet alleen de taak van de Sport en Recreatie zijn. Vooralsnog zijn wij de partij die het concept proberen te trekken.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?
- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?
- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?
- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. (**→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.**)

Sport en Recreatie en 'S-PORT

Ik zie het puur als collega's. We hebben 3 bureaus:

- Sport en Bewegen
- Beheer en Exploitatie
- Beleid en Strategie

Of er nu iemand ambtelijk in dienst is, als zzp'er, uitzendbureau of de stichting Sportstimulering, dat maakt me niet zoveel uit. Ik zie het als een afdeling; we zijn een team, maar we treden alleen iets anders naar buiten. De afdeling dient uiteindelijk wel als de organisatie dat het platform 'S-PORT faciliteert.

'S-PORT en de gemeente

Ik heb bij de eerste vraag al veel uitgelegd over hoe het nu precies zit qua beeldmerk en hoe we naar buiten treden. Voor mij persoonlijk maakt het geen verschil dat 'S-PORT er is en hoe dit naar de buitenwereld gecommuniceerd wordt, omdat ik er weinig mee te maken heb. Binnen de gemeente denk ik ook dat het uiten van 'S-PORT niet zoveel uitmaakt, want de meesten weet niet eens van elkaar wat voor dienstverband iemand heeft. Ook denk ik dat het merendeel van de overige afdelingen niet weten wat of op de hoogte zijn van wat 'S-PORT betekent. 'S-PORT is wat naamsbekendheid betreft veel beter bekend bij de doelgroepen dan binnen de ambtelijke organisatie. 'S-PORT heeft een eigen naam, logo en website, maar ik ben van mening dat weinig collega's daar van op de hoogte zijn.

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Weinig. Onze mails bevatten standaard het beeldmerk van 'S-PORT. Hiermee verwijzen we wel naar 'S-PORT, maar verder treden wij binnen mijn bureau weinig op vanuit het beeldmerk en platform 'S-PORT. We hebben onze eigen afdelingsnaam en bureau.

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Ik zie wel de nieuwsbrieven vanuit 'S-PORT en wat er op de eigen site staat. Er zijn dan best wel wat dingen (nieuwsfeiten) vanuit de doelgroepen die dan door onze collega's opgepikt worden en in de nieuwsbrief verwerkt worden. Ik lever zelf ook regelmatig nieuwtjes aan voor de interne nieuwsbrief, maar die komen dan niet op de site of in externe nieuwsbrief van 'S-PORT.

Misschien zou hier wel een betere link tussen moeten komen. Ik ben van mening dat enkele nieuwsfeitjes die ik aangeleverd heb voor de interne nieuwsbrief ook voor de externe nieuwsbrief van belang hadden kunnen zijn. Daar zou dan een betere koppeling tussen moeten komen, tussen de interne en externe nieuwsbrief.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Wat betreft de bijdrage die verenigingen leveren valt er op dit gebied ook winst te behalen. Momenteel participeren verenigingen nog niet actief in het platform, maar ze ook nog actiever kunnen zijn in het aanleveren van nieuwsfeitjes. Ook zou dit stimulerend kunnen werken richting andere verenigingen. Bijvoorbeeld; als een vereniging een succesvol project heeft geleverd op het gebied van milieu op sponsorwerving dan is het leuk voor andere verenigingen om daar ook iets van te horen. Dan kunnen zij deze manier misschien ook voor zichzelf toepassen en komt het idee van het platform al meer terug in de zin dat belangenpartijen onderling elkaar helpen.

Momenteel is het alleen nog zo dat onze collega's van S+B dat nieuws op moeten pikken terwijl een vereniging zelf de mogelijkheid zou moeten hebben om dit op onze pagina te lanceren richting de andere verenigingen. Het loopt nu nog teveel via ons en dat bureau Sport en Bewegen de initiatiefnemer is, terwijl ik denk dat ze dit nieuws zelf ook graag zouden willen delen.

Het ideaalbeeld is dan ook dat onze collega's iets meer loslaten en de belangenpartijen de vrijheid geven om gebruik te maken van het platform.

- 8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Ik ben zelf niet zo goed op de hoogte van de nieuwste middelen. Binnen mijn bureau gebruiken we sinds kort een app om nieuwsfeitjes uit te wisselen. Misschien dat dit in de toekomst ook voor 'S-PORT gebruikt kan worden, omdat het natuurlijk sneller gaat dan een maandelijkse nieuwsbrief. Via zo'n blijven de verenigingen en collega's beter op de hoogte van wat er nu speelt.

Voor mij is het moeilijk om daar een uitspraak over te doen. Social media is iets wat momenteel wel populair is en misschien is dit ook wel bij de doelgroepen. Misschien dat het voor een aantal verenigingen aantrekkelijker wordt om actief deel te nemen als het sneller gaat, maar ze moeten er in eerste instantie nog steeds de meerwaarde van inzien om met anderen te communiceren.

Het platform is ontwikkeld om elkaar te helpen en als vereniging zijnde doe je het dan niet puur voor jezelf. Echter is het in mijn beleving voor veel verenigingen nog steeds naar zichzelf kijken met de belangrijkste gedachte dat ze het zelf goed doen. Hoe een andere vereniging haar probleem oplost moeten ze zelf maar bedenken. Er moet draagvlak zijn binnen een vereniging en voldoende vrijwilligerscapaciteit zijn om daadwerkelijk anderen te helpen. Je hoort toch vaak dat verenigingen moeite hebben om het eigen hoofd boven water te houden en dan gaat het eigen belang voor.

- 9 Iets gemist?

Ik zit een beetje te worstelen met de verschillende huisstijlen en de logo's. Wat je in het bedrijfsleven weleens ooit ziet is dat er op het briefpapier logo's van partners gebruikt worden. De gemeentelijke huisstijl is heel streng, we mogen alleen ons eigen beeldmerk (kroontje) gebruiken. In onze mails doen we al ooit verwijzingen, maar het zou mooi zijn als we op het briefpapier van de afdeling (als het mag van de gemeentelijke huisstijl) logo's van andere partners (niet alleen 'S-PORT, maar Maaspoort, Sportiom, Kwekelstijn, FCDB) vermelden en in onze communicatie ergens tonen.

Bijvoorbeeld dat je deze partijen in een voetnoot vermeldt als 'Partners in Sport'. Ik denk dat het een verbetering zou zijn, maar het is nog maar de vraag of de bewakers van de gemeentelijke huisstijl hierin mee mag en wil gaan. Het is belangrijk dat je als gemeente laat

zien met wie je samenwerkt of wie er participeert aan het platform. Natuurlijk kun je niet elke school, vereniging en bedrijf noemen, maar je kunt wel een aantal partijen die samenwerken in het platform vermelden in iets simpels als apart briefpapier met de logo's.

Intern interview 2:

Naam: Ilvie van Schijndel

Bureau: Sport en Bewegen, 'S-PORT SUPPORT

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Dat is meteen waar jouw onderzoek over gaat, omdat het voor mij redelijk onduidelijk is. Als ik naar buiten ga zeg ik altijd dat ik van de afdeling Sport en Recreatie ben, maar nooit dat ik van 'S-PORT ben. Ik uit me naar buiten altijd met Sport en Recreatie, gemeente 's-Hertogenbosch, maar in onze communicatie-uitingen staat wel altijd 'S-PORT en het draakje ('s heeft de vorm van een draak) dus het logo. Dat maakt het voor mij wel herkenbaar, maar als ik zelf in de wijken kom (met partners) dan kan ik 50% van de mensen corrigeren vanwege het feit dat zij het 'S-PORT (ES-port) noemen in plaats van 'S-PORT. Hier zit dus al een groot verschil in en dat maakt het een punt van aandacht. Ik noem mezelf in de wijken altijd medewerker Sport en Bewegen en als ik de telefoon opneem zeg ik: Ilvie van Schijndel, afdeling Sport en Recreatie van de gemeente 's-Hertogenbosch en niet Ilvie van 'S-PORT of iets dergelijks.

In mijn ogen is 'S-PORT ook de naam voor de afdeling Sport en Bewegen. Sport en Recreatie is overkoepelend, daaronder zit Sport en Bewegen en vanuit dit bureau gaan wij naar buiten als 'S-PORT en niet als Sport en Bewegen. Je hoort mij ook zelden Sport en Bewegen zeggen; het is of Sport en Recreatie als het over de afdeling gaat en ander is het 'S-PORT. De werknemers van Sport en Bewegen dragen in de wijken ook kleding met daarop het logo van 'S-PORT.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Daarnaast in het doorvragen kun je het eventueel over bepaalde aspecten hebben in de definitie:

- (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties (dus samen met al deze partijen)
- gelijkwaardigheid (en dan misschien weer met name met gemeente)
- uitvoering geven aan sportvisie

Ik vind het op zich een mooie gedachte en uitgangspositie. Echter denk ik dat een

vereniging zichzelf niet als 'S-PORT ziet, maar gewoon als vereniging die sport aanbiedt in de stad. Ik denk niet dat zij zich onderdeel voelen van 'S-PORT en dat er ook een afstand zit tussen de medewerkers die voor 'S-PORT werken. In principe is dit duidelijk, je werkt voor 'S-PORT of Sport en Recreatie, maar dat vind ik nu dan even hetzelfde. Ik vraag me alleen of verenigingen en bedrijven ook zien dat zij van 'S-PORT zijn. Dat denk ik namelijk niet.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Dat vind ik een hele lastige vraag. Ik snap de gedachte achter het idee van een platform en laten we voorop stellen dat ik het een mooie gedachte vind, maar ik denk dat een vereniging altijd een vereniging op zich zelf blijft. Terwijl de afdeling Sport en Recreatie echt naar buiten treedt met 'S-PORT en als organisatie is het logisch dat je graag als uitgangspositie wilt dat iedereen 'S-PORT mede mogelijk maakt, maar ik denk dat deze partijen het zelf nooit zo zullen gaan zien. Daar zou ik dus, op het gebied van een goede betekenis, mee gaan schuiven maar hoe dit gedaan moet worden durf ik niet te zeggen.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)
Ik denk dat verenigingen zich geen onderdeel van 'S-PORT voelen en ik weet ook niet of dit wenselijk is. In mijn mening is een vereniging een vereniging is en ook blijft en dat ze samen met de afdeling Sport en Recreatie zo goed mogelijk probeert te verenigen. Of dit nu echt onder 'S-PORT moet vallen, voor mij persoonlijk niet, maar hier zijn de meningen over verdeeld.

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Ik ben van mening dat het platform niet echt een meerwaarde heeft voor verenigingen. Een vereniging doet gewoon zijn of haar ding en maakt het voor inwoners mogelijk om bij hun te sporten en bewegen. In mijn ogen maakt het voor hun geen verschil of dit vanuit de vereniging of vanuit 'S-PORT gebeurt.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)

Momenteel

In principe zijn verenigingen wel de partijen die de sport maken in de stad. Wij helpen en ondersteunen ze hierin, maar zij zijn uiteindelijk degene die het doen. Ze hebben een hele belangrijke taak en functie, maar of dit per se vanuit 'S-PORT moet zijn of dat een vereniging het op de eigen manier doet, doet er niet zo veel toe. Hier zit voor mij ook geen meerwaarde in. De verenigingen leveren hun bijdrage door de hun sport in de stad te promoten en het maakt verder niet uit hoe dit nu gebeurt.

Toekomst

Ik denk dat zij 'S-PORT nooit zullen gaan zien als het platform dat het had moeten worden en zichzelf hier onderdeel van uit zien maken. Een vereniging blijft een

vereniging. Dus qua extra bijdrage zal er voor hen niks veranderen ten opzichte van het huidige.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?
- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?
- Bedrijven zien 'S-PORT natuurlijk wel een stuk vaker voorbij komen door de link met 'S-PORT SUPPORT. Het feit dat het in dezelfde huisstijl wordt gepromoot en geschreven werkt hier al aan mee. Bedrijven zien 'S-PORT en met name 'S-PORT SUPPORT als platform waar zij hun diensten inzetten voor verenigingen. Dus niet direct voor 'S-PORT, maar om verenigingen en andere sportaanbieders in Den Bosch sterker te maken. Zo zien bedrijven zich denk ik.**
- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- Huidige meerwaarde**
- Bedrijven zijn natuurlijk meer bezig met 'S-PORT SUPPORT en dit zullen zij ook meer zien als iets wat voor hen is. De naam 'S-PORT SUPPORT is natuurlijk heel mooi; SUPPORT van 'S-PORT. Dit is wel iets wat ik als meerwaarde zie, omdat in mijn ogen bedrijven zich meer zullen gaan herkennen met 'S-PORT dan dat verenigingen dit doen. Bedrijven gaan zich meer inzetten voor 'S-PORT en dus ook voor verenigingen en andere sportaanbieders.**
- Gewenste meerwaarde**
- Zoals ik al zei, 'S-PORT in de vorm van 'S-PORT SUPPORT is iets wat voor bedrijven aantrekkelijk en ook nuttig is. Zij kunnen zich via 'S-PORT SUPPORT bij verenigingen en sportaanbieders inzetten om deze te helpen. Ik denk dat dit voor hen prima is en dat het in de toekomst voor deze bedrijven ook niet anders hoeft te worden, omdat 'S-PORT hen momenteel al mee helpt om de sport in de stad te stimuleren.**
- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**
- Huidige bijdrage**
- Op het gebied van 'S-PORT SUPPORT dragen bedrijven altijd met een gesloten beurs**

bij. Zij zetten zich 60 tot 80 uur per jaar belangeloos in voor sportverenigingen en sportaanbieders. Denk aan bedrijven als advocatenkantoren, cateringbedrijven, evenementenbureaus en notarissen. Alle vragen die vanuit de sportaanbieders in de stad gesteld worden kijken we na. Als deze in onze ogen opgelost kunnen worden door een bepaalde opzet, gaan wij een koppeling maken tussen de vereniging en een partner van 'S-PORT SUPPORT die in deze zaak gespecialiseerd is. Zij helpen de vereniging dan verder op weg met hun vraagstuk.

Toekomst

Daar is al eerder onderzoek naar gedaan, naar wat partners willen. Ze doen momenteel al best veel, want als je de uren om gaat zetten in geld dan is deze wijze een hele mooie manier van sponsoring (sponsoring met een gesloten beurs). Ik zie nu even niet wat zij nog extra zouden kunnen gaan doen.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Voor maatschappelijke organisaties is de betekenis van 'S-PORT anders dan voor bedrijven. Met deze organisaties werken we heel erg veel samen

'S-PORT SUPPORT is niks op zich zelf staands vanuit de gemeente. Het is 7 á 8 jaar geleden opgericht en het is een stichting. De gemeente is een onderdeel van 'S-PORT SUPPORT. Het is een partner van 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT SUPPORT is niet van de gemeente, maar de gemeente is een partner. Dit is dus ook iets anders als 'S-PORT, maar het helpt er aan mee. In de wijken zijn wij als medewerkers Sport en Bewegen veel samen bezig met de maatschappelijke organisaties. De maatschappelijke organisaties werken dus samen met 'S-PORT. Zij zullen het denk ik juist wel eerder als een platform zien waar zij onderdeel vanuit maken en samen werken met verschillende partijen.

- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Ik denk dat puur en alleen de samenwerking al als een meerwaarde wordt gezien. Bij een samenwerking als de GGD wordt er meer duidelijkheid over o.a. de levensstijl, gezonde voeding en beweging gegeven. De GGD gaat dan over de voeding en een goede levensstijl waar 'S-PORT de input heeft op het gebied van bewegen. Zo versterk je elkaars boodschap.

Gewenste meerwaarde.

Ik ben van mening dat het voor heel veel van de organisaties nu al goed gaat en zij tevreden zijn met de huidige samenwerking. We versterken elkaar en helpen zo de stad. Ik verwacht dat zij tevreden zullen zijn als het op deze manier doorgaat.

- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Zij leveren dus een bijdragen op het gebied van kennisoverdracht, aandacht voor problemen en in samenwerking met 'S-PORT uiteindelijk de organisatie van een activiteit.

Toekomst.

Ik denk dat je het niet moet zijn als een grotere bijdrage leveren, maar dat het in de toekomst misschien nog beter in elkaar wordt geweven. Of dit nu vanuit 'S-PORT is of vanuit Divers (bijvoorbeeld) maakt niet uit. Het gaat erom dat je met zijn allen meer richting de kant van gezondheidsstimulering gaat.

Hier hebben we het afgelopen week ook over gehad in het MTE. Of het nu vanuit 'S-PORT, de GGD of Divers komt maakt niet uit. 'S-PORT is dan een van de samenwerkingspartners in het geheel.

6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. (**→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.**)

Het wordt door velen gezien als een en hetzelfde en daar ben ik het ook mee eens. Ik denk dat andere collega's niet doorhebben dat er nog een heel uitvoerend orgaan is: Sport en Bewegen : 'S-PORT. Ik heb het idee dat ze de meer harde kant van Sport en Recreatie verstaan en zien als de totale afdeling en het stukje Sport en Bewegen (de zachte kant van de afdeling) missen.

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

In principe wel. Als ik naar buiten ga vertel ik dat ik van Sport en Recreatie ben, maar in onze uitingen (flyers etc.) staat wel altijd heel duidelijk het logo en de naam 'S-PORT.

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen? **Durf ik eigenlijk niet te zeggen, omdat deze partijen ook hun eigen communicatiemiddelen hebben.**

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Dat is nu een beetje de vraag, ook van dit onderzoek. Is het nu wel zo belangrijk dat 'S-PORT gehoord wordt als naam of dat het gewoon Sport en Bewegen is wat onder de afdeling Sport en Recreatie valt en that's it.

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

We gaan nu natuurlijk meer in de richting van digitale communicatie en heel veel aan de hand van social media. Echter als ik voor de groepen spreek waarmee ik werk (40 + en voornamelijk 65+) moet je hiermee heel erg opletten. Voor deze groepen zijn hard copy communicatiemiddelen nog steeds heel erg fijn. We zijn ook voornamelijk werkzaam in aandachtswijken; hier heeft lang niet iedereen internet en kan ook lang niet iedereen lezen en schrijven.

We doen het in principe voor de mensen uit deze wijken en niet voor de elite wijken van 's-Hertogenbosch. Deze mensen weten prima de weg te vinden naar Sport en Bewegen. De mensen in aandachtswijken durven vaak minder goed de eerste stap te zetten en daar zijn wij juist voor. Als we ons alleen maar gaan richten op nieuwe communicatiemiddelen en social media dan bereik je een hele grote doelgroep gewoon niet.

Interview 3

Naam: Irfan Gadzo

Bureau: Sport en Bewegen, Verenigingsadviseur

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Voor mij persoonlijk is het niets meer dan een merknaam waar we onder vallen. Ik communiceer zelden tot nooit naar de mensen toe dat ik onder 'S-PORT val, maar onder de afdeling Sport en Recreatie. En 'S-PORT (of S – PORT, vaak noemen de mensen het zo) is niet meer dan een soort van merknaam, zoals Nike en Adidas. Zo wordt het ook een beetje gezien. Voor mijzelf kan ik zeggen dat ik er niets aan heb gehad en eerlijk gezegd zou ik ook niet weten wat ik eraan had moeten hebben. Wat betreft het uitdragen; Het draagt onze afdeling uit, onze medewerkers en het vertegenwoordigt ons als merk. In mijn eigen werkzaamheden heb ik geen toegevoegde waarde gemerkt van de naam 'S-PORT.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Daarnaast in het doorvragen kun je het eventueel over bepaalde aspecten hebben in de definitie:

- (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties (dus samen met al deze partijen)
- gelijkwaardigheid (en dan misschien weer met name met gemeente)
- uitvoering geven aan sportvisie

Ik heb deze betekenis weleens voorbij zien komen, maar onthouden heb ik hem nooit.

Als je aan mij zou vragen om deze betekenis op te noemen zou ik je het antwoord schuldig moeten blijven.

Tevens verwijzen wij mensen weleens naar onze website wat ook het platform voorstelt. Het dient als houvast. Daarnaast heb je nog de overige uitingen zoals een trainingspak of een shirt met het logo. Denk hierbij aan de normale toeters en bellen die men gebruikt als we een toernooi organiseren, maar dat is het dan ook wel. Ik mis dan ook heel erg het stukje van waarde willen uitdragen met je merknaam.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Wat we in mijn ogen missen is bijvoorbeeld een slogan. Denk hierbij aan een Nike: Just Do It. Het is nu 'S-PORT en dan een groot vraagteken. Hier zou een slogan bij moeten staan, maar niet zomaar iets. Wel een slogan die een bepaalde waarde uitdraagt en de vraag 'Waarom?' beantwoordt voor zowel de medewerkers als de wijkbewoners. Waarom zijn we/ is 'S-PORT er en waarom is het nodig? Waar staat het voor en wat

voor doel dient het? Dat zijn voor mij cruciale zaken aangaande het platform 'S-PORT waar ik momenteel geen antwoord op heb. Waar de afdeling Sport en Recreatie voor staat is duidelijk: Om zoveel mogelijk mensen in beweging en aan het sporten te krijgen. Misschien zou men hier een koppeling met 'S-PORT moeten maken om een bepaalde waarde uit te dragen.

Er moet een bepaalde boodschap naar buiten gecommuniceerd worden waar we zelf ook in geloven en die de vraag 'Waarom' beantwoordt.

Verenigingen

2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?) Ik denk dat zij (mensen binnen verenigingen en de buurtbewoners) 'S-PORT zien als een merk en dat zij echt niet weten waar het nu precies voor staat, behalve dat wij de medewerkers ervan zijn. Een duidelijker antwoord zullen zij echt niet kunnen geven. Wat 'S-PORT voor verenigingen zou kunnen betekenen: iets meer toeters en bellen uitdragen in de PR en de communicatie richting verenigingen. Ik denk dat daar een hele grote 'bottleneck' zit; wij communiceren vanuit 'S-PORT heel weinig direct richting verenigingen. We communiceren wel via onze eigen website, Facebook etc. maar in welke kantine dan ook zul je weinig terugzien van 'S-PORT of wat men eraan heeft. Je zult hooguit een flyer tegenkomen maar prominent aanwezig zijn we niet. Dat gebeurt alleen als we bij een vereniging een toernooi organiseren en de banners van 'S-PORT plaatsen, maar deze zijn daarna weer weg.

2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Als ik kijk naar mijn eigen werkzaamheden en die van mijn teamleden op het gebied van verenigingsondersteuning en ontwikkeling, zou het fijn zijn als 'S-PORT ons kan helpen met het stukje communicatiemiddelen geven richting de verenigingsmensen. Duidelijkheid verschaffen op vraagstukken als:

2.2.1 Wat doen wij?

2.2.2 Waar zijn wij voor als team?

2.2.3 Waar zijn de overige teams (naast team: Verenigingen) voor binnen de afdeling?

We moeten de mensen duidelijk kunnen laten zien wie welk team vertegenwoordigt en wat dat bepaalde team voor hen kan betekenen, mochten ze dit nodig hebben. Dat zie ik momenteel niet terug en dat mis ik wel. Concrete zaken als een flyer of een boekje waarin wordt aangegeven wat 'S-PORT betekent wat uiteindelijk bij verenigingen de gedachte moet oproepen dat ze er wat aan kunnen hebben. Misschien nog niet voor nu, maar wel in de toekomst.

2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)

Ik denk dat verenigingen hele goed input zouden kunnen hebben, maar nu daartoe niet de mogelijkheid hebben om dit te communiceren. Dan heb ik het over de digitale wereld. Tegen ons als medewerkers kunnen ze wel wat zeggen, maar ouders van

jeugdleden of senioren die bij verenigingen rondlopen hebben niet de mogelijkheid om hun ideeën of kritiek rechtstreeks richting het platform 'S-PORT te communiceren. Ik ben van mening dat er prominent een soort van discussieruimte aanwezig moet zijn op de website waar je kritisch aangepakt kan worden (in de goede zin van het woord). Het jezelf openstellen voor de gemeenschap dat mis ik.

'S-PORT zou de verenigingen ook handige 'tools' aan kunnen reiken. Denk hierbij aan een draaiboek voor een toernooi (zelf opgesteld of verkregen via een andere vereniging) wat voor heel veel houvast kan zorgen. Hier zou het onderling elkaar versterken ook in terug kunnen zien. Verenigingen die succesvol zijn kunnen deze documenten delen met verenigingen die het nodig hebben en zo komt het oorspronkelijke platform toch nog terug.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Ik denk dat de scholen best wel bekend zijn met onze medewerkers en ons ook waarderen door de dingen die we samen met ze doen. Op de scholen zijn wij wat prominenter aanwezig met onze activiteiten dan bij een vereniging. Denk hierbij aan buitenschoolse activiteiten en dergelijke. De combinatiefunctionarissen dragen ook allemaal een trainingspak met 'S-PORT en het logo, waardoor ze herkenbaar zijn. De scholen maken best wel makkelijk de verbinding met 'S-PORT en als ze ons nodig hebben weten ze ons ook wel te vinden. Voor mijn gevoel veel meer en makkelijker dan een vereniging.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

De huidige meerwaarde van 'S-PORT voor scholen is dat we samen kunnen werken met het opzetten van activiteiten en deze samen tot een succes brengen. Het samen bundelen van de krachten is een grote plus voor de scholen en de gemeente. Daarnaast leveren wij ook mankrachten die hun werkzaamheden kunnen uitvoeren op de scholen in de gemeente en daar profiteren zij van. Als dit in de toekomst zou kunnen blijven dan is dit al heel wat. Uitbreiding naar nog meer is een groot vraagteken.

Vanuit mijn rol als verenigingsadviseur vind ik dat we nog meer de koppeling moeten maken tussen verenigingen en scholen. Zouden wij niet veel van de activiteiten op scholen ook naar verenigingen kunnen halen en deze daar ook toepassen? De verenigingen hebben dit ook nodig; meer leden, meer contact met overige verenigingen, bekendmaking en bekend raken met deze clubs waardoor op de lange termijn de verenigingen er ook wat aan over gaan houden. Op het gebied van een betere koppeling zie ik nog een verbeterpunt. Het oorspronkelijke idee draait om het uit handen geven van het platform en mensen zelf de mogelijkheid geven om iets te ondernemen. Dat vind ik wel een heel goed plan, omdat wij ook niet alles voor moeten kauwen. Dat werkt in mijn ogen vaak juist averechts. Als het vanuit de buurt, school of vereniging zelf komt is er een grotere kans van slagen dan wanneer wij weer iets voor gaan kauwen.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Op het gebied van scholen heerst er nu al een goede samenwerking. Zij helpen mee met het opzetten van activiteiten en geven ons ook de ruimte d.m.v. de combinatiefunctionarissen om hierin succesvol te zijn.

In de toekomst zouden zij zelf nog meer input kunnen hebben en hun kinderen meer kennis laten maken met ons platform. Alle partijen zouden zich in de toekomst meer moeten kunnen verenigen met dit platform want dat is tenslotte het doel: een leven lang gezond zijn en sporten. Wij moeten een tool worden om mensen bij elkaar te brengen en ik ben van mening dat het motto/slogan en de waarde die je uit wilt dragen ook iets in deze richting moet zijn. Het moet krachtig zijn en direct iets oproepen bij degene die het ziet.

Bedrijven

- 1.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?
- 1.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- 1.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?
- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

- 6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)** Ik denk dat dit een wereld is die voor bijna iedereen onduidelijk is. Er zullen maar een handvol mensen zijn die dit goed kunnen scheiden en uitleggen wat het onderscheid is. Het hele platform 'S-PORT is voor mij niets meer dan een communicatietool met alle toeters en bellen. Meer is het niet. Het is een merknaam waar te weinig mee gedaan wordt.

Ik vergelijk het even met Apple. Zij staan daadwerkelijk ergens voor. Voor hen is dat innovatie, zaken anders doen dan de rest van de wereld, bijdragen aan het vergemakkelijken van de wereld. Je kunt 'S-PORT hier natuurlijk moeilijk mee vergelijken, maar wel dat je een duidelijke waarde moet gaan uitdragen. Dat is op dit moment gewoon niet het geval.

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Naar mijn idee veel te weinig. Het is niet prominent aanwezig bij ons allemaal als we bijvoorbeeld in gesprek zijn met wie dan ook. Dit komt, in mijn ogen, door het stukje onduidelijkheid dat er momenteel heerst. Wat is het nu en waar staat het voor. Als je niet weet waar je voor staat als platform en wat voor boodschap je uitdraagt, ga je hem ook niet uitdragen. Als je de oorspronkelijke betekenis moet uitdragen ga je het ook niet redden. Deze gaat niemand onthouden en deze ga ik dus ook niet verkondigen.

Qua communicatiemiddelen verwijs ik ooit naar de website als het gaat om het sportaanbod, maar of deze veel gebruikt wordt betwijfel ik. Daarnaast hebben we Twitter en Facebook, maar mijn oprechte vraag is of dit daadwerkelijk wat oplevert. En dan is het ook belangrijk om te weten wat het je op zou moeten leveren. Ja, je bent actief, maar wat dan? Voor mij is de komende vraag heel erg belangrijk: Waarom is 'S-PORT er? Als het alleen als communicatiemiddel is doe je jezelf te kort.

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Ik denk dat dit tegenvalt. Het is makkelijk te achterhalen door de desbetreffende cijfers van de website en social media pagina's te checken. Een punt van kritiek is dat wij als team helemaal niks mee krijgen of dat het überhaupt leeft onder de bewoners. Ik zit hier nu vier jaar en ik heb nog nooit een terugkoppeling gehad over 'S-PORT. Dat vind ik wel een groot punt van kritiek. Wie trekt nu de hele boel en met wat voor bedoelingen. Ik zou graag zien dat we sessies inplannen over het platform en hoe het nu gaat. Ik vind het goed dat jij dit onderzoek doet, maar dit had vier jaar geleden ook al gedaan moet worden. Ze zouden het elk jaar kunnen testen, maar het zegt ook alles dat jij hier nu onderzoek naar doet. Als alles prima verliep dan was het niet nodig geweest. We hebben het in de tijd dat ik hier nu werk nooit gehad over 'S-PORT als platform.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Ik denk het wel. Dingen worden pas interessant voor mensen als ze er ook zelf iets uit kunnen halen en op dit moment brengen wij alleen maar wat via het communicatiemiddel 'S-PORT. Ik denk dat hier zeker winst te behalen is, maar dan moet er wel wat te halen voor de wijkbewoners en de verenigingen. En dat is op dit moment niet mogelijk op de website behalve dat ze informatie kunnen vinden over wat er te doen.

Als je een toernooi in je wijk wilt organiseren vind ik dat wij als platform je kunnen ondersteunen op een bepaalde manier. De mensen die hiervoor verantwoordelijk zijn zouden dit op moeten pakken, maar dat is nu nog niet het geval. Je zou jezelf als 'S-PORT zijnde onmisbaar kunnen maken in de stad, omdat je hebt wel degelijk iets moois. Alleen moet je jezelf op een andere manier gaan profileren.

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT

Met de dingen die er al zijn (website en social media kanalen) bereik je al een groot deel van de stad. In de wijken mogen we wat prominenter aanwezig zijn; het logo met de slogan/je boodschap op de schermen plaatsen van wijk winkelcentra of meer exposure in het stadion van FC Den Bosch. Het gaat allemaal om zichtbaarheid en gezien worden en dat zouden we wat meer kunnen doen. Onszelf iets meer laten zien op de plekken waar de mensenmassa is (markt, stadscentrum). Je hebt tegenwoordig overal schermen, maar 'S-PORT zie je nergens voorbij komen.

Wat we hebben is al wel iets, maar alleen een website is niet voldoende. Mensen moeten getriggerd worden en als ze je overal op plekken zien waar het druk is, zorgt dat uiteindelijk voor herkenning. Dit is de eerste stap, maar ik zeg het nogmaals: Je moet een duidelijke boodschap uitdragen. Alleen gezien worden gaat je ook niet brengen naar waar je wilt zijn.

Interview 4

Naam: Elise Rasenberg-Sleven

Bureau: Ondersteuning; Coördinatie, Communicatie, PR

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Voor ons betekent het werk, omdat 'S-PORT iets is waar we heel erg mee bezig zijn. We geven uitvoering aan vragen die bij ons terechtkomen vanuit het werkveld van Sport en Bewegen. Als zij bepaalde doelen moeten bereiken dan gaat de communicatie van 'S-PORT ze daarin proberen te ondersteunen. De acties die wij uitzetten en middelen die we toepassen hebben dat als voornaamste doel; partijen helpen om ervoor te zorgen dat zij hun doelstellingen behalen. Daarnaast heb je natuurlijk altijd het overkoepelende dat je het imago van 'S-PORT wil bewaken; je wilt ervoor zorgen dat er onder de mensen goede rumoer over 'S-PORT is. Het liefst natuurlijk geluiden dat 'S-PORT helemaal top is. Voor ons is 'S-PORT (zachte tak) het communicatieconcept wat er is naast de kroon van de gemeente (harde tak) zelf. Deze beide takken hebben allebei hun eigen communicatiekanalen, al moet ik wel zeggen dat deze de laatste jaren dichterbij elkaar zijn gekomen. De verschillen zijn minder groot, de gemeente is minder star, we hebben een toptaken website gekregen i.p.v. een enorme website waar vanuit we alleen maar zenden. Er is een sterke ontwikkeling geweest op het gebied van social media. Het komt allemaal dichterbij elkaar naar mate de communicatie verandert.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Daarnaast in het doorvragen kun je het eventueel over bepaalde aspecten hebben in de definitie:

- (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties (dus samen met al deze partijen)
- gelijkwaardigheid (en dan misschien weer met name met gemeente)
- uitvoering geven aan sportvisie

Ik denk dat wij ons op digitaal vlak nog wel zo gedragen, met name aan de hand van de website van 'S-PORT. Hier proberen we in ieder geval al het aanbod en informatie die voor de doelgroepen interessant zijn te vermelden. Ik denk dat we dit wel proberen. In principe proberen we elke sportaanbieder op onze website zichtbaar te maken. Voor mij is het fout gegaan toen de 'medewerkers van 'S-PORT' ontstonden. Zij kregen de naam: medewerker van 'S-PORT en tevens kleding met het logo en de naam. Dan is het best wel begrijpelijk dat wij onszelf, maar ook extern 'S-PORT gezien wordt als organisatie. 4 jaar geleden hebben we de website weer een keer compleet vernieuwd. Voor ons in de communicatie is het relatief makkelijk om te schakelen. We hebben eigen kanalen, eigen middelen, een eigen huisstijl waar we zelf de baas over zijn. Daarnaast kunnen we snel actie ondernemen en daar ligt voor mij de kracht van 'S-PORT. Of we nu dingen van 'S-PORT zelf doen (eigen sportstimulering activiteiten) of dingen samen in de wijk doen met anderen: Wij zijn meestal het snelst in staat om iets naar buiten te brengen met daarin de logo's van andere partners verwerkt via @ of # etc. Wij kunnen nu eenmaal snel schakelen. Voor mij is 'S-PORT toch meer een communicatieconcept geworden. Verder gedragen we ons wel een stuk meer als ondersteuner en platform; we zijn continu aan het verbinden, op zoek naar initiatieven en geven hieraan onze steun maar laten het ook weer los als het goed loopt. Ik vind wel dat we ons goed gedragen, maar het idee van een platform waar partijen actief zelf samenwerken en krachten bundelen is niet uit de verf gekomen. Dat is het gewoon niet geworden.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Dat is voor jou om extern te gaan onderzoeken. Ik ben van mening dat als je met iets nieuws komt er ook een behoefte voor moet zijn. Voordat je iets opstart zou je al vastgesteld moeten hebben dat mensen er behoefte aan hebben. Ik denk dat het niet voldoende is vastgesteld toentertijd dat we daadwerkelijk in een behoefte voorzagen. Wat we wel zagen was dat veel verenigingen nog geen website hadden en dus lastiger te vinden waren. Wij verzamelden dan alle informatie over deze verenigingen en als iemand naar badminton in Den Bosch zocht, ze uiteindelijk alle verenigingen tegen kwamen. Dat was toen heel erg waardevol, maar nu is dat al wel achterhaald. Inmiddels heeft bijna elke sportaanbieder een website of een social media kanaal en dus makkelijk te vinden. Deze functie die we toentertijd bekleedde is nu een beetje weg dus ik hoop dat in jouw externe interviews naar voren gaat komen hoe deze partijen ons zien, wat zij van ons verwachten en wat zij willen doen. Ik vind ook dat we echt naar de resultaten moeten gaan kijken en het oorspronkelijke idee eventueel los moeten laten. We moeten vaststellen hoe we worden gezien en misschien er dan ook niet meer van moeten willen maken. Vanuit daar zien we dan wel wat het betekent voor alles wat we hebben en wat we doen op het gebied van communicatie. We moeten vooral gaan doen waar behoefte aan is en niet wat voor ons nou het beste is. Ik weet niet of men nu zo'n behoefte heeft aan 'S-PORT als platform. Wij gedragen

ons wel als platform, maar het is wel gebleken dat het oorspronkelijke plan niet aansluit bij wat de doelgroepen willen. Kijk maar naar het aantal volgers dat we hebben op social media. Yvonne doet uitstekend werk, maar de interesse blijft gewoon achter op dit moment en we weten nu ook wel dat het nooit echt heel interessant gaat zijn voor de doelgroepen.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)
Ik verwacht dat zij denken dat wij de sexy club van de gemeente 's-Hertogenbosch zijn. Daar waar ze aan kunnen kloppen voor hulp. Ik denk dat het team van Elles dit ook heel erg goed doet, omdat ze het steeds duidelijker maken dat je niet per se alleen bij de gemeente aan klopt voor geld. Het is bij verenigingen steeds duidelijker dat zo ook bij ons terecht kunnen voor kennis, steun, verbinden en om te netwerken. Ik denk dat zij ons wel gewoon als de leuke club 'S-PORT zien die onderdeel is van de gemeente 's-Hertogenbosch/de afdeling Sport en Recreatie. De afdeling waar mee te schakelen en te praten valt, waar men altijd een antwoord krijgt. Maar niet zoals het oorspronkelijk bedoeld was dat partijen zich zichtbaar aansloten. Dat is heel moeilijk gebleken en die behoefte is er dus blijkbaar niet. We zijn nu eenmaal geen Nike. Ondanks dat het er allemaal heel erg leuk uitziet moeten we wel realistisch zijn. Ik vind het inmiddels ook helemaal geen probleem meer dat het niet meer richting het oorspronkelijke idee gaat. Alle partijen weten ons goed te vinden en dat komt ook door ons gedrag. 'S-PORT ziet er toch net wat sexier en sportiever uit dan het kroontje van de gemeente, maar het gaat voornamelijk om ons gedrag. Dat is toch de grootste drager van onze identiteit en dat doen we goed.
- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)
Ik denk dat 'S-PORT echt voor verbinding zorgt, het bouwen van bruggen. Verenigingen zijn natuurlijk allemaal eigen heilige huisjes en die willen diep van binnen liever niet samenwerken. Zij zijn van mening dat andere sportverenigingen niks van hun en de problemen snappen. Ik ben van mening dat het team Verenigingen juist deze partijen kan verbinden met anderen en kan laten zien wat de kracht is als ze wel samen dingen oppakken. Het zal dan duidelijk worden dat velen met dezelfde problemen kampen. Op dit vlak wordt er nu wel voortaan een beetje geoogst. 'S-PORT dient een beetje als smeerolie bij deze problemen en dat is een meerwaarde voor verenigingen. Tevens houdt 'S-PORT verenigingen op de hoogte van ontwikkelingen, subsidies, activiteiten. Het verstrekken van nuttige informatie wordt ook wel gewaardeerd door de verenigingen.
- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)
Ik denk dat er in de loop der jaren een vele sterkere samenwerking is gekomen tussen ons en sportverenigingen op het gebied van sportstimulering activiteiten. Ik ga ervan uit dat dit alleen nog maar meer gaat worden. Momenteel bieden verenigingen al

leuke activiteiten aan bij scholen in de buurt. Zij zorgen zelf dan ook direct voor een verbinding met een andere partij. Zij helpen ons het primaire doel (zoveel mogelijk mensen laten sporten en bewegen) te bereiken. Verenigingen hebben natuurlijk ook een enorm bereik wat we kunnen gebruiken bij het opzetten van een nieuwe activiteit. Tevens kunnen zij een rol voor ons vervullen in de vorm van het geven van lessen en clinics of door het openstellen van hun accommodaties. Hierdoor zetten ze zichzelf ook weer in de picture wat ze ook echt moeten doen. De rol van verenigingen is aan het veranderen doordat mensen steeds vaker individueel gaan sporten en niet tijdsgebonden willen zijn.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?
- Ik denk dat door ouders en kinderen 'S-PORT gezien wordt als de mensen/organisatie die allemaal leuke dingen doen op de scholen. Ik denk dat ze al niet eens in de gaten hebben dat de sportleraar ook een medewerker is van Sport en Bewegen en 'S-PORT uitdraagt. Zij zullen 'S-PORT echt zien als hetgeen dat voor de leuke sportactiviteiten tijdens en na schooltijd zorgt. Dat 'S-PORT van de gemeente 's-Hertogenbosch is zal een stuk minder bekend zijn bij de leerlingen en hun ouders. De directie en leraren weten natuurlijk wel hoe het in elkaar steekt. 'Sporten en bewegen is belangrijk en dat vindt de gemeente natuurlijk ook. Vandaar dat ze deze combinatiefunctionarissen inzetten bij ons op school om de kinderen meer te laten bewegen. Samen proberen we er dan een gezondere school van te maken.' Uiteindelijk is het natuurlijk zo dat kinderen die gezond zijn en sporten ook beter kunnen presteren. Ik denk dat de rol van 'S-PORT duidelijk is. De sticker 'S-PORT ziet er nu eenmaal leuker uit, maar heel veel meer is het nu ook niet.**
- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
- Ik denk niet dat ze meer kunnen verlangen van 'S-PORT, maar dat ze er wel meer gebruik zouden kunnen maken. Hun doel is natuurlijk anders dan dat van ons; voor hen is het belangrijkste om kinderen iets te leren. De meerwaarde voor scholen is dat zij gebruik kunnen maken van de combinatiefunctionarissen. Deze zorgen voor de sportstimulatie binnen scholen en laten kinderen meer bewegen. Tevens staat 'S-PORT bekend als de organisatie die de leuke dingen doet. Als scholen hiermee samenwerken zorgt dit ervoor dat zij ook in een positief daglicht komen te staan. Dat is ook een meerwaarde van 'S-PORT voor de scholengemeenschap in de gemeente 's-Hertogenbosch.**
- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**
- Zij kunnen natuurlijk bijdragen aan het bereiken van onze doelstelling om zoveel mogelijk mensen meer te laten sporten en bewegen. Als er meer bewogen en gesport wordt op scholen dan dragen zij bij aan het bereiken van deze doelstelling. Dat is een bijdrage, maar het is nog niet zoveel als dat we graag zouden zien. Het is wel aan het**

uitbreiden en we bieden hier ook tools en methodes voor aan om gemakkelijk iets op poten te zetten om te bewegen.

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Ik denk dat dit het duidelijkste is in de zin van 'S-PORT SUPPORT. Ik denk dat voor hun 'S-PORT iets goeds is wat gebeurt in Den Bosch op het gebied van Sport en Bewegen. Het is iets wat de gemeente coördineert of uitvoert samen met partners in de wijk en voor hun is dan de verbinding met 'S-PORT gemakkelijker dan voor al de andere partners en uitvoerders. Voor hun is het meer gericht op een stukje maatschappelijk ondernemen. Als een bedrijf een probleemstuk van een vereniging op kan lossen door middel van hun expertise heerst er het gevoel dat ze maatschappelijk iets hebben kunnen bijdragen binnen de sport in 's-Hertogenbosch. Dit creëert voor veel bedrijven toch een positief gevoel. Het is goed als ze regelmatig iets van 'S-PORT voorbij zien komen, maar het belangrijkste voor hen is natuurlijk het netwerk van 'S-PORT SUPPORT. De methode met de matches is voor hen de perfecte manier om het gevoel te krijgen dat ze bijdragen aan het sporten in de stad.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

De meerwaarde voor de bedrijven van 'S-PORT en 'S-PORT SUPPORT is dan ook dat het hen de mogelijkheid geeft om mee te helpen bij het oplossen van vraagstukken, verenigingen vooruit te helpen en om de sport in 's-Hertogenbosch te stimuleren. Tevens is het op zakelijk gebied een goede mogelijkheid voor hen om te kunnen netwerken.

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

De bedrijven dragen bij aan 'S-PORT door middel van het oplossen van vraagstukken van andere partijen. Zij stellen uren en hun expertise beschikbaar om bijvoorbeeld verenigingen bij te staan bij een probleem dat ze ervaren. Tevens helpen ze bij het organiseren van activiteiten en het stimuleren van de sport in de stad. Voor hen is het een mogelijkheid om aan de maatschappij bij te dragen en maatschappelijk te ondernemen.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Zij zullen het met name als communicatiemiddel zien. 'S-PORT wordt gebruikt als middel dat de organisaties gebruiken om hun 'doelgroep' te bereiken en ervoor te zorgen dat het met deze mensen weer beter gaat. Daar is 'S-PORT natuurlijk een ideaal

middel voor en wij richten ons juist ook op deze mensen. Op de mensen die het zelf niet kunnen, niet weten of niet durven om wat voor reden dan ook (geld, overgewicht etc.). Ik ben van mening dat op het gebied van inhoud en samenwerking nog enorm veel kansen liggen. Je ziet ook dat die verbindingen nu al veel meer ontstaan met allerlei welzijnsinstanties. Daar liggen veel kansen dus ik ben van mening dat we nog meer ons aanbod moeten gaan richten op mensen die het echt nodig hebben.

5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
De meerwaarde voor maatschappelijke organisaties is dat 'S-PORT voor hen als middel dient om hun 'doelgroep' (mensen met problemen) te bereiken en ze gebruiken het om deze mensen er weer bovenop te helpen. Door samen activiteiten te organiseren of ze kennis laten te maken met nieuwe sporten kan het positivisme bij deze mensen weer de overhand krijgen. Tevens geldt voor hen dat ze in de maatschappij er goed op staan als ze gezien worden met het logo van 'S-PORT. Als er iets georganiseerd wordt en beide logo's worden gecommuniceerd levert dit natuurlijk ook positivisme op voor hen.

5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Iedereen denkt natuurlijk dat zij de wijsheid in pacht hebben. Welzijnsinstanties krijgen vaak geld van de gemeente dus zij moeten zich ook profileren. Als een stichting als Divers miljoenen van de gemeente krijgt, maar niemand ziet ooit iets van Divers voorbij komen is er natuurlijk iets niet in orde. Dan gaan mensen zich achter de oren krabben.

Vandaar dat deze maatschappelijke organisaties steeds meer toenadering bij 'S-PORT zoeken, beter samenwerken en elkaar proberen te versterken. Ze proberen vaker zelf actief de samenwerking te zoeken met 'S-PORT en het niet zien als bedreiging. Dat zie ik als hun bijdrage.

6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)**
Ook intern proberen we ons af en toe te profileren. De informatie over 'S-PORT staat op intranet (niet geniaal en dat zou echt beter kunnen). Ik kan alleen maar zeggen dat ook intern we onszelf proberen te profileren door informatie te delen in o.a. personeelsbladen. Ik denk wel dat we gezien worden als die leuke, dynamische club 'S-PORT. Ik denk niet dat iedereen weet wat 'S-PORT dan precies doet, maar dat heeft ook weer te maken met relevantie. Als je (mensen van andere afdelingen) het niet hoeft te weten dan valt het je ook minder tot niet op. Ik weet zelf ook niet precies wat alle afdelingen nu precies doen. Echter denk ik wel dat voor velen, intern, 'S-PORT gezien wordt als een equivalent voor de afdeling Sport en Recreatie, ondanks dat we dat zelf niet helemaal zo voelen. Wij voelen niet dat het een en hetzelfde is, maar ik denk wel dat voor andere afdelingen binnen de gemeente zo geldt.

- 7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?
- 7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?
- Dat is onze taak. Om onszelf te laten zien, maar ook om advies te geven en te delegeren richting overige partijen.
- 7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?
- Nou ja, Sjors Sportief is natuurlijk een succes. Dat is niet van ons en het is landelijk natuurlijk al gebruikt, maar de doelgroepen maken er graag gebruik van. Wij hadden natuurlijk onze kennismakingscursussen en die waren een groot succes. De middelen die we er toentertijd voor inzetten waren revolutionair, maar ik heb het idee dat het nooit echt iets meer is geworden. Op een gegeven moment kwamen we allemaal tot de conclusie dat het niet meer werkte. Nu zijn we weer goed op weg en we leveren zelf een flinke bijdrage die Sjors Sportief beter helpt te maken. Nu merken we dat we als gemeente 's-Hertogenbosch heel ver zijn, veel nieuwe dingen doen en geleerd hebben. Hierdoor is het heel erg jammer dat het ons nooit is gelukt om verenigingen etc. actief gebruik te laten maken van onze middelen, terwijl we dit wel echt geprobeerd hebben. Om dit te verbeteren moeten we ervoor zorgen dat we met 'S-PORT goed scoren op Google. Mensen gaan zelden nog direct naar een webadres toe; nee ze gaan naar Google en tikken het hier in. Wij hebben er al wel voor gezorgd dat we goed bovenaan komen staan, maar verenigingen hebben voortaan allemaal een website en dit helpt ons niet echt mee. Als mensen informatie over rugby in de stad willen vinden dan komen ze direct bij rugbyclubs uit en niet meer bij 'S-PORT. Vroeger was dit wel zo, omdat 'S-PORT als een van de enige een website had en hier ook alle informatie van verenigingen op stond. Dat voordeel is weggenomen doordat elke partij voortaan online actief is. Nogmaals gaat het hier weer over het belang dat zij bij 'S-PORT hebben. Is het nog nodig dat ze hun informatie bij ons op de site plaatsen? Zij willen er toch vaak voor zorgen dat mensen naar hun eigen pagina's gaan in plaats van naar de onze, omdat ze zo meer exposure en wellicht leden krijgen.**
- 7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?
- Het zou kunnen, maar het draait toch allemaal om relevantie. Waarom zouden zij dit nog willen doen?**
- 8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?
- Ik denk dat sommige het nog wel leuk vinden dat wij hun nieuwsberichten plaatsen, maar dat is wel mondjesmaat. De behoefte is gewoon niet zo groot om dit nog via ons te doen. Ik denk echt dat de verenigingen niet de behoefte zien om het merk 'S-PORT zelf te gaan gebruiken. De redenen om samen te werken met 'S-PORT zijn voor mij hartstikke duidelijk. Ook is het hartstikke logisch dat ze gebruik willen maken van onze kracht, netwerk, subsidies maar heel veel verder is het voor hen niet van belang. Waarom zouden zij gebruik willen maken van onze middelen? Dit gaat juist allemaal ten koste van hun eigen middelen en ruimte. Maar ik ben wel van mening dat verenigingen de grootste mogelijkheden zien op het social media gebied. Dit is nu eenmaal heel erg aan het groeien en wordt door velen binnen hun doelgroepen gebruikt.**
- Voor ons is dit onderzoek goed om erachter te komen wat er nu precies van ons verlangt en gevraagd wordt. Hier moeten we ons dan verder ook echt aan gaan houden en niet proberen om toch onze eigen mening door te draven of onze gewenste optie proberen door te drukken.**

Interview 5

Naam: Rianne Bieckmann-Rijkers

Bureau: Sport en Bewegen, Hoofd bureau S+B

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

'S-PORT heeft als merk een boost gegeven aan wat we aan het doen zijn. Het is intern heel herkenbaar vergeleken met hoe het eerst was. Eerder heetten we Servicepunt Sport en Bewegen wat ten eerste niet zo hip was en ten tweede wisten de externe mensen het niet goed te vinden. Met 'S-PORT zijn we extern veel bekender geworden, vind ik. Kwalitatief zijn we ook beter geworden: een betere website, kleding van de mensen. Kwalitatief heeft het ons een boost gegeven en het is een stuk hipper en sneller dan voorheen en het is dichterbij de doelgroepen komen te staan. Voor mij heeft 'S-PORT een hele positieve uitwerking.

Wat er wel aan de hand is, daar zijn we zelf ook schuldig aan. We hebben zelf gezegd; wij zijn van 'S-PORT en dat was in eerste instantie niet de bedoeling. Aan de ene kant kun je zeggen dat het niet de bedoeling is geweest en het geen positieve invloed heeft gehad. Aan de andere kant was het misschien wel nodig dat mensen (inwoners en werknemers) zich konden identificeren met 'S-PORT. Alle werknemers konden trotsheid uitstralen dat ze er werkten. Het heeft in de algemene zin een positieve uitwerking gehad, maar het was de bedoeling dat het een platform werd waar alle belangenpartijen, die iets met sport en bewegen wilden gaan doen, zich vereenzelvigen en ik denk niet dat dit helemaal gelukt is. Ik ben echter wel van mening dat we met 'S-PORT veel meer met elkaar zijn gaan samenwerken en in beeld zijn. Het heeft dus twee kanten.

1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Daarnaast in het doorvragen kun je het eventueel over bepaalde aspecten hebben in de definitie:

- (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties (dus samen met al deze partijen)
- gelijkwaardigheid (en dan misschien weer met name met gemeente)
- uitvoering geven aan sportvisie

Ik vind dit een hele mooie betekenis. Het is een platform en ik vind ook dat wij als organisatie steeds meer met andere partijen (verenigingen, vrijwilligers, bedrijven) samenwerken aan 'S-PORT. Dit is ook wat 'S-PORT moet zijn. Echter is dit soms wat

moeilijk in de communicatie-uitingen, maar ik ben wel degelijk van mening dat we als organisatie steeds meer samen met de belangengroepen proberen te doen. Ik vind het ook een mooie omschrijving.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Mijn definitie zou overeen komen met wat er nu op papier staat. Ik zou niks veranderen ten opzichte van de huidige betekenis van 'S-PORT.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)
Ik denk dat 'S-PORT wordt gezien als iets gemeentelijks, maar dat ze wel degelijk inzien dat er via 'S-PORT vanuit de gemeente met hen mee wordt gedacht en geholpen. Ik ben ervan overtuigd dat de relaties verbeterd zijn en dat er meer contacten door ontstaan zijn. Echter denk ik nog niet dat de verenigingen zichzelf onderdeel van 'S-PORT uit zien maken. Het was bij de oprichting van 'S-PORT de bedoeling dat dit wel zo zou zijn, maar ik denk dat dit momenteel niet het geval is.

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Er is wel degelijk een meerwaarde. Alles wat via 'S-PORT gedaan wordt is vanuit de vraag van verenigingen. Wij bieden ze verenigingsondersteuning, maar er is niks dat wij ervan bovenaf opleggen. Als er een vereniging met een bepaalde vraag zit gaan wij ze proberen te helpen. Of dit nu op het gebied van bestuur, activiteitenorganisatie of vrijwilligerswerving is maakt niks uit. Als verenigingen met een bepaald plan op de proppen moeten komen of ze een website willen bouwen helpen we hen door ze via 'S-PORT SUPPORT aan een bedrijf te koppelen die ze hiermee uit de brand kan helpen. Kortom, met alle vragen die verenigingen hebben proberen we ze te helpen, maar verder niks.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Zij dragen alles bij aan 'S-PORT, omdat zij in feite de sport in 's-Hertogenbosch zijn. Zonder de verenigingen kunnen we niks, aangezien zij de spil zijn. Het zou wel mooi zijn als er sterkere samenwerking tot stand komt. Dat zij zichzelf meer als onderdeel van 'S-PORT gaan zien en voelen dan dat momenteel het geval is. Dat zou heel erg mooi zijn voor zowel de gemeente als de belangenpartijen.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Ik denk dat de betekenis van 'S-PORT bij scholen overeenkomt met die van de

verenigingen. Ze zullen het toch als een gemeentelijke organisatie zien. Wel een die werkelijk met ze meedenkt en doet, maar ook van adviezen voorziet.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (Profileren of promotie via 'S-PORT)

Verenigingen doen natuurlijk al aan sport en voor scholen ligt dit net wat anders, terwijl sporten en bewegen van essentieel belang is. Ik merk wel dat wij als 'S-PORT het sporten en bewegen binnen scholen promoten en het aanbod hiervoor ook leveren. Wij zijn het momenteel nog meer aan het brengen naar deze scholen om deze aan het bewegen te krijgen, terwijl er met verenigingen meer een duidelijke samenwerking geldt. Al met al is dit wel de meerwaarde die 'S-PORT voor scholen heeft.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)

Basisonderwijs

We werken wel enigszins samen met de scholen. De scholen in het basisonderwijs betalen de gemeente voor het sportaanbod. Zij betalen de vakdocent voor hun school die bij ons werkzaam is als combinatiefunctionaris in de wijken. Zij verzorgen activiteiten als GymPlus en PukkieSport na schooltijd in met name de aandachtsgebieden. Dus de kwaliteit van het bewegingsonderwijs ligt bij ons, maar scholen betalen ervoor om dit in te kunnen zetten en aan hun onderwijs toe te voegen. Wij bieden ze kwaliteit en zij bieden ons de mogelijkheid om dit breder in te zetten.

Voortgezet onderwijs.

Bij het voortgezet ligt dit wat anders. Op dit vlak zetten wij ons alleen in op scholen waar minder aan sport wordt gedaan. Daar zijn we met name bezig met het promoten van 'S-PORT/sport en deze scholen zetten zich hiervoor meer in op het gebied van tijd. Op deze scholen zijn wel vakdocenten aanwezig maar deze zetten zich actiever in voor een sterk naschools sportaanbod.

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Ik denk dat de betekenis bij bedrijven ietwat genuanceerder ligt. Zij zullen nog het meest in de richting van de gewenste/oorspronkelijke betekenis zitten. Zij zullen beter in de gaten hebben wat met 'S-PORT te maken heeft en hoe alles door ons bij elkaar gebracht wordt. Dit mede door 'S-PORT SUPPORT.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? (Profileren of promotie via 'S-PORT)

De bedrijven die hebben een warm hart voor de sport in 's-Hertogenbosch en alles wat hierbij hoort, dat lijkt me duidelijk. Met name voor de verenigingen, omdat de meeste matches gemaakt worden tussen bedrijven en verenigingen. Dit is met name vanwege het feit dat de verenigingen de spil zijn op het sportgebied wat het helder maakt dat de match bedrijf-vereniging gelegd moet worden. Doordat we goed samenwerken met de

bedrijven kunnen we ze sturen in de richting van verenigingen waar het meeste hulp nodig is. Het platform is zeker een meerwaarde voor de bedrijven, omdat 'S-PORT de bedrijven in de vorm van 'S-PORT SUPPORT de mogelijkheid biedt om de algemene sport in de stad bij te staan, mensen meer te laten bewegen en verenigingen die het nodig hebben te helpen. Bedrijven willen sport en het sportaanbod in de stad promoten en door de samenwerking met 'S-PORT SUPPORT hebben ze de zekerheid dat hun hulp bij een partij terecht komt die het daadwerkelijk nodig heeft.

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Er worden zo'n 50 matches per jaar gemaakt en deze bedrijven zetten elk vrijwillig gemiddeld 60 uur in voor de verenigingen. Dat is natuurlijk heel wat. Ik denk dat we ook niet meer van ze moeten verlangen, omdat de bedrijven nu al heel erg veel doen. Wel mogen we meer naar buiten brengen en communiceren wat de bedrijven allemaal doen en wat ze betekenen. Dat ze vaker een eervolle vermelding mogen krijgen.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Voor elke maatschappelijke organisatie kan de betekenis van 'S-PORT ver uit elkaar liggen, maar ik denk dat de betekenis voor hen redelijk gelijk is aan de betekenis die verenigingen aan 'S-PORT geven. Ik ben van mening dat deze groep ons ook kent en ze ons ook weten te vinden. We werken ook goed en veelvuldig met deze organisaties samen, maar ze zullen ons wel meer zien als gemeente 's-Hertogenbosch.

- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**
Het is vaak zo dat we samenwerken met buurtbewoners en allerlei initiatieven op het gebied van evenementen als de Vestingsloop. Tevens zijn we ambassadeur voor JeugdSportfonds waar het draait om het laten bewegen van kinderen, ook al is er minder geld beschikbaar. Deze initiatieven zien ons nog wel als gemeente, maar ze zien het wel als meerwaarde wanneer we samenwerken bij de organisatie van evenementen. Wij helpen hen bij het organiseren van evenementen en samen laten we kinderen bewegen dus zullen zij deze samenwerking wel als meerwaarde voor hun organisatie zien.

Als dit in de toekomst uitgebreid kan worden, zal dit hun weer helpen met het versterken en groeien van het evenement en de organisatie zelf. Ik denk dus dat zij hopen dat 'S-PORT versterkt wordt en dit uiteindelijk hun eigen evenementen ook ten goede komt. Wij worden sterker en hierdoor zij automatisch ook.

- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Zij hebben eigen evenementen en activiteiten om de sport in de stad te promoten of om kinderen te laten bewegen. Echter komen ze vaak met de vraag of wij financieel bij kunnen springen wat helaas niet gaat, omdat er geen subsidie beschikbaar is. Een

samenwerking is dan de oplossing en zij dragen het plan en de organisatie voor als bijdrage terwijl wij ze helpen om dit te versterken.

6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. (**→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.**) Naar dit antwoord ben ik heel erg benieuwd. Dit komt ook door mijn eigen functie binnen de afdeling. Ik denk dat veel mensen de sportstimulering en 'S-PORT wel zien in de stad en ze weten de afdeling ook te vinden op het gebied van exploitatie. Maar ik ben van mening dat veel mensen in de stad en binnen de gemeente zelf wel weten dat 'S-PORT onderdeel is van de afdeling Sport en Recreatie.

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Ja. Er mag hier nog meer aan gedaan worden, maar momenteel wordt er binnen mijn bureau veel gepromoot met 'S-PORT.

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Ja, anders doen we het natuurlijk niet. Er wordt wel gebruik van gemaakt, maar er mag vanuit onze kant wel meer naar buiten gebracht worden. De vindbaarheid is een aandachtspunt en misschien moet het allemaal wat makkelijker en duidelijker maken. We willen nu ooit te specifiek en klein alles communiceren. Al met al wordt er wel degelijk gebruik gemaakt van de communicatiemiddelen. Van de verschillende Social media de laatste tijd steeds meer dus dat is positief, maar naar de populariteit van de site ben ik benieuwd. Ik schat in dat het aantal hits de laatste tijd wat terugloopt. Toen we met de site begonnen plaatsten we daar foto's van activiteiten die georganiseerd waren, maar nu wordt dat steeds meer via de social media kanalen gedaan. Dus ik ben wel benieuwd of dit effect heeft gehad op de populariteit van de website.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Als ze willen weten wat er allemaal te doen is op sportgebied in de stad dan bieden de verschillende kanalen wel duidelijkheid. Daar komen ze dan wel uit. Zij moeten informatie willen hebben over de sport in de stad en wij kunnen ze dit dan aantrekkelijk presenteren. Dan ben ik van mening dat ze dit wel meer willen en gaan gebruiken.

Als ze ook de mogelijkheid hebben om de eigen evenementen te promoten gaan ze ook meer gebruik maken van deze middelen. Sjors Sportief is een goed voorbeeld hiervan. Dit boekje geeft ze de mogelijkheid om zichzelf op papier en gedurende de kennismakingsavonden te promoten wat kan leiden tot meer interesse en uiteindelijk leden. Verenigingen vinden het bijvoorbeeld wel belangrijk om zich via ons te laten zien aan de bewoners van de gemeente.

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Goede website is altijd belangrijk en aantrekkelijke social media kanalen/berichten voor evenementen. We moeten tevens meer halen uit de boekjes van Sjors Sportief,

want die vind ik persoonlijk echt heel erg goed. Flyers etc. wat minder en meer bieden waar de doelgroepen daadwerkelijk aandacht aan besteden en iets aan hebben.

Interview 6

Naam: Eric Verhofstadt

Bureau: Beleid en Strategie; DUO, beleid en project begeleiden.

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Vanuit Beleid en Strategie doen wij niet zo heel veel met 'S-PORT, omdat het op dit moment binnen onze afdeling en voor zover ik weet ook daarbuiten gezien wordt als de vervanger voor de gemeentelijke informatie website over sport. Daar staat nu niet meer zo heel veel op en nu maken we juist gebruik van de eigen website van 'S-PORT waar veel informatie beschikbaar is over waar je allemaal kunt sporten in de stad, wat er speelt en welke samenwerkingsverbanden er zijn. Kort door de bocht denk ik dat op dit moment dat de perceptie is van 'S-PORT. Met name dan de website, want alles wat er omheen gebeurt is volgens mij veel minder bekend.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Daarnaast in het doorvragen kun je het eventueel over bepaalde aspecten hebben in de definitie:

- (top)sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties (dus samen met al deze partijen)
- gelijkwaardigheid (en dan misschien weer met name met gemeente)
- uitvoering geven aan sportvisie

Ik denk nog steeds dat de gedachte die hierachter zit nog steeds prima is. Een platform is per definitie een plek waar verschillende aanbieders en partijen hun krachten bundelen. Dus wat mij betreft is de formulering nog steeds goed, maar is er in de praktijk niet zo veel van terecht gekomen. Daar hebben een paar oorzaken aan te grondslag gelegen:

- Met name de buitenwereld, maar ook intern, ziet 'S-PORT als de organisatievorm rondom Sport en Bewegen. Zoals de afdeling bij de gemeente werkt. Dit heeft ook te maken dat destijds alle mensen vanuit dat bureau in de wijken en buurten activiteiten organiseerden terwijl ze kleding droegen met

het logo en de naam 'S-PORT. Hierdoor leek het in begin heel sterk een gemeentelijke afdeling te zijn.

- Wij gebruiken 'S-PORT zelf als enige ook echt als platform. Alle andere partijen, los van 'S-PORT SUPPORT, gebruiken 'S-PORT niet zo. Niemand gebruikt 'S-PORT, buiten onze eigen organisatie, daadwerkelijk als hét platform voor de sport in 's-Hertogenbosch. Als dit daadwerkelijk zo is dan zou je direct de vraag moeten stellen hoe dat dan precies komt. Is er dan wel behoefte aan of maken de mensen liever gebruik van hun eigen websites en allerlei social media kanalen. Misschien hebben deze partijen wel hele andere platformen waar ze op dit moment gebruik van maken en hebben ze het platform 'S-PORT in die zin niet nodig.

Het grote probleem is dat mensen, als ze het überhaupt al kennen, 'S-PORT 9/10 associëren met het bureau Sport en Bewegen binnen de afdeling S&R. Ze zullen niet zeggen dat het een platform is waar iedereen samenwerkt om het totale sportaanbod in Den Bosch zo sterk mogelijk te maken. Hier tussenin zijn de sporen ergens uit elkaar gelopen. Ik ben van mening dat wij 'S-PORT te veel van de gemeente hebben gemaakt, te veel als een soort organisatie weggezet en nooit kenbaar gemaakt naar de doelgroepen toe dat het juist iets van hun is. Er is nooit gecommuniceerd dat wij het liefst vandaag nog het concept voor 99% loslaten en dat we graag zouden zien dat de doelgroepen met zijn allen iets van de stad maken. Die stap is nooit gezet terwijl dat echt de bedoeling was.

Het probleem van een gemeente is vaak dat bewoners hen zien als de partij die de leiding moet nemen en dit kan ook hetgeen zijn wat er mis is gegaan met 'S-PORT. We hebben dat wel weggezet, maar toch zitten we er nog steeds als een grote gemeente middenin. Op een gegeven moment zijn bewoners van mening dat de gemeente het dan ook maar moet doen en trekken ze eerder de handen ergens vanaf.

Misschien kun je wel beter het nu compleet loslaten en zeggen dat ze maar moeten kijken of ze er iets mee willen doen of niet. Een indicatie geven dat de doelgroepen het vanaf nu moeten gaan doen en wij nemen juist afstand.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Ik sta nog wel achter de oorspronkelijke betekenis. Echter om tot deze betekenis te komen zullen we het heel erg los moeten gaan koppelen van de gemeentelijke organisatie. Niet alleen in de manier waarop je het wegzet, maar ook in de hoofden van mensen en in de perceptie van deze groepen. Zij moeten niet het idee hebben dat het ook maar iets te maken heeft met gemeente 's-Hertogenbosch.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)
- Ik denk dat de meesten 'S-PORT zullen zien als onderdeel van de gemeente 's-Hertogenbosch. Niet als een platform waarop zij eigenlijk de scepter zouden mogen zwaaien in samenwerking met andere verenigingen en partijen.**
- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT,**

ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

De meerwaarde van 'S-PORT momenteel is dat het dient als informatiemedium. Men kan er een heleboel dingen uithalen en via de site (het kopstuk momenteel) kunnen verenigingen ook accommodaties huren. Zij kunnen informatie vinden over huurtarieven, andere verenigingen, welke activiteiten er georganiseerd worden. Tevens kun je zien wie er allemaal bij 'S-PORT SUPPORT zitten mocht je een vraag hebben waar je de hulp van een bedrijf voor nodig hebt.

Als informatiemedium hebben de verenigingen momenteel heel erg veel aan 'S-PORT. Dit heeft ook te maken met de downsizing van de gemeentelijke website. Hier kan men alleen nog hoofdpunten vinden en de rest van de informatie aangaande 'S-PORT is ook naar de nieuwe website verhuisd. Er is dus essentiële informatie te vinden.

Echter qua gewenste meerwaarde. Ik denk dat verenigingen daar momenteel niet mee bezig zijn. De huidige situatie vertelt ons dat veel verenigingen moeite hebben met het hoofd boven water houden en alleen kijken naar zichzelf. Zij zijn allang blij als ze de eigen competitie kunnen blijven spelen en organiseren. Misschien verwachten wij ook wel teveel van deze verenigingen. In de trant van: "Wij geven ze een platform en binnen twee jaar zijn ze allemaal super pro-actief geweest en hebben ze er iets moois van gemaakt." Echter lijkt het me dat verenigingen momenteel juist veel naar de gemeente kijken en liever zien dat de gemeente hen met de problemen helpt.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)

Ik denk dat verenigingen op dit moment nog niet heel erg veel bijdragen. Gedeeltelijk vanwege het feit dat ze meer met de eigen problemen bezig zijn, er niet aan toe komen en er de capaciteit niet voor hebben. Het is een beetje het verhaal van het kip en het ei. Ik denk dat je alleen iets van het platform kunt maken als je een groot deel van de verenigingen en andere partijen zover krijgt om aan te sluiten. Als er maar genoeg partijen meedoen en het maar groot genoeg wordt, dan sluiten anderen vanzelf aan. Om daar te komen moet je er wel eerst een aantal over de streep zien te krijgen en dit zal lastig worden. Echter de problematiek is bij veel verenigingen hetzelfde en je kunt onderling ontzettend veel van elkaar leren. Dus als er een hoop problemen zijn is het slim om alles bij elkaar te zetten en er samen naar te kijken. Problemen op het gebied van financiën, ledenwerving etc. zijn in je eentje moeilijk op te lossen, maar dat kan een ander verhaal worden als er met meerdere partijen naar gekeken wordt. Hier zou een platform dus een mooie rol kunnen spelen op het gebied van het samenbrengen van deze partijen. Daar zit een meerwaarde in voor hen en kunnen ze andersom ook een nuttige bijdrage leveren.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Ik denk dat de betekenis van 'S-PORT in grote lijnen overeen komt met die voor de verenigingen. Scholen komen veel in aanraking met 'S-PORT, omdat wij een aantal mensen in dienst die tevens gymleraar zijn op school (combinatiefunctionarissen). Ik

denk dat de scholen binnen 'S-PORT ook met name als een onderdeel van de gemeente 's-Hertogenbosch. Scholen hebben sowieso veel relaties met de gemeente op het gebied van o.a. huisvesting en sport. Dus de relatie tussen deze partijen is heel hecht. Maar ik ben van mening dat de conclusie is dat de manier waarop scholen naar 'S-PORT kijken niet zo veel verschilt van de manier waarop verenigingen dit doen.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

'S-PORT biedt hen de expertise aan van de combinatiefunctionarissen die de sportlessen verzorgen op de scholen. Dit resulteert in de sportieve ontwikkeling van de leerlingen binnen de scholengemeenschap en kan dus gezien worden als de meerwaarde van 'S-PORT.

Gewenst: Ik ben van mening dat de manier waarop 'S-PORT nu toegepast wordt bij scholen ook gewaardeerd wordt. Zij zullen misschien hopen dat het nog beter wordt, maar of dit ook gaat gebeuren is moeilijk te voorspellen. Dat zou wel een eventuele gewenste meerwaarde kunnen zijn.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

De scholen kunnen inderdaad ook veel voor 'S-PORT betekenen. Zij zijn voor ons natuurlijk ook een vindplaats en speerpunt. Daar bevinden de kinderen zich die wij aan het sporten moeten zien te krijgen, maar ook kinderen die later misschien lid worden van een vereniging. Tevens in de verre toekomst zijn zij ook belangrijk voor bedrijven, omdat dit de consumenten van de toekomst zijn. De scholen zijn hierdoor een hele belangrijke factor binnen 'S-PORT. Misschien nog wel belangrijker dan verenigingen. Op deze scholen zit een heleboel potentie voor ons

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Voor bedrijven zal het plaatje 'S-PORT met name gezien worden samen met 'S-PORT SUPPORT. Bedrijven houden natuurlijk allemaal van netwerkclubs. Dit doet het voor hen altijd goed. Tevens hebben alle directeuren van bedrijven die lid worden van 'S-PORT SUPPORT het beste voor met de algemene sport in de stad. Zij hebben toch een bepaalde drive om een bijdrage te leveren aan de sportontwikkeling.

Het draait bij deze bedrijven ook een beetje om goodwill, omdat ze het leuk vinden om iets voor de sport te doen en om 1/2 keer per jaar met andere bedrijven in de stad iets op sportief gebied te ondernemen. Het is niet zo dat zij er heel erg veel uithalen voor hun bedrijf. Het enige wat ik wel merk is dat een aantal bedrijven hopen om er toch wat uit te kunnen halen op het gebied van offertes opmaken. Dan probeer ik ze uit te leggen dat ze niet automatisch hiervoor in aanmerking komen omdat ze de 'S-PORT een warm hart toe dragen. Voor deze bedrijven zit er toch wel een zakelijk belang achter. Uiteindelijk prevaleert het hart voor de sport in de stad wel bij veel bedrijven, maar zakelijke discussies kunnen niet uitgesloten worden op den duur. Een betere

positionering van het platform kan hier ook flink helpen. Op het moment dat je het platform beter en duidelijker positioneert verklein je de kans dat dit voorkomt en is het duidelijk voor de bedrijven dat zij geen relatie aangaan met de gemeente. Dan begrijpen zij dat ze een samenwerking aangaan met het platform 'S-PORT en dit zijn twee hele verschillende dingen en uitkomsten.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

De meerwaarde van 'S-PORT voor de bedrijven is dat zij de mogelijkheid aangereikt krijgen om zowel de sportontwikkeling in 's-Hertogenbosch te stimuleren als hun bedrijf te profileren en in de picture te zetten. Zij helpen scholen en verenigingen om probleempunten aan te pakken en activiteiten te organiseren, maar hierdoor kweken zij ook goodwill binnen de stad. De meerwaarde voor hen valt dus terug te zien op meerdere vlakken. Voor bedrijven is het belangrijk om de sport in de stad bij te staan, maar ze moeten ook winst maken.

Gewenste meerwaarde: Ik ben van mening dat de bedrijven zichzelf nog onvoldoende kunnen profileren met hun deelname aan 'S-PORT. Zij snappen best dat ze er geen opdracht van de gemeente voor terug gaan krijgen, maar ze moeten wel kunnen laten zien dat ze iets voor de sport in 's-Hertogenbosch doen. Dit kan mensen die een opdracht willen uitbesteden aan een bepaald bedrijf wel positief beïnvloeden. Als zij dit waarderen gunnen ze een opdracht misschien wel eerder aan een bedrijf dat zich actief inzet voor de sport in de stad. Ik ben van mening dat bedrijven dit momenteel nog onvoldoende kunnen doen. We zouden ze nog meer de mogelijkheid kunnen bieden om hun bedrijf in de etalage te zetten.

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Ze dragen momenteel bij met uren die ze aanbieden. Zij bieden een product aan dat kan worden afgenomen door de overige partijen en dit voeren ze dan uit.

Toekomst: Het zou mooi zijn als de bedrijven een wat actievere rol gaan bekleden in het platform om zo de niet commerciële groepen te ondersteunen. Dan kunnen wij ons wat meer terugtrekken. Denk hierbij aan geld en middelen etc.

Als dit gebeurt hebben de scholen en verenigingen er profijt van en het geeft tevens ons de gelegenheid om ons wat meer afstand te nemen. Dat vergroot uiteindelijk ook de kans dat het platform meer tot bloei komt. Daar zie ik nog wel een rol voor de bedrijven weggelegd.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Ik denk dat zij ook 'S-PORT zien als onderdeel van de afdeling Sport en Recreatie. Voor mijn gevoel komt het overeen met de betekenis voor de overige partijen. Divers geeft bijvoorbeeld altijd aan als ze iets organiseren dat zij dit samen met 'S-PORT doen, maar hier bedoelen ze dan de afdeling Sport en Recreatie of Sport en Bewegen mee. Heel veel verder wordt er niet over nagedacht.

5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (Profileren of promotie via 'S-PORT)

Ik denk dat dit overeen komt met de meerwaarde voor bedrijven. Zij willen zichzelf graag profileren binnen de gemeente, omdat zij heel erg onder druk staan. Subsidies worden gekort etc. Zij voelen zich genooddaakt om zichzelf te bewijzen, te laten zien dat ze bestaansrecht hebben en dat ze dingen doen die nuttig voor de gemeenschap zijn. Door bij 'S-PORT aan te haken en daardoor positiviteit en goede ervaring te creëren hopen zij zichzelf alleen maar meer in de picture te zetten en hiermee hun bestaansrecht te definiëren. Ik ben van mening dat zij, onder de voorwaarde dat het platform toegepast gaat worden zoals het ooit bedoeld is, heel nuttig gebruik kunnen maken van 'S-PORT.

Deze organisaties willen bij de promotie van een event, dat samen georganiseerd wordt, niet alleen het logo van 'S-PORT op de middelen zien maar ook hun eigen logo. Alleen door deze dingen wordt het beeld versterkt dat 'S-PORT niet zozeer het overkoepelende platform is, maar dat het een onderdeel is van het evenement net als Divers. Je probeert juist alle partijen te overtuigen dat ze zich onder het platform scharen, omdat het platform de publiciteit moet genereren. Maar deze onduidelijkheid heerst nu en we gaan het ontzettend lastig krijgen om dit recht te trekken. We hebben er al over nagedacht om het logo van de gemeente te gebruiken, zodat deze onduidelijkheid weg wordt genomen.

5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)

Zij moeten zichzelf allereerst natuurlijk profileren, omdat hun bestaansrecht onder druk staat. Het is belangrijk dat zij de meerwaarde voor zichzelf in dat platform gaan zien, maar dat is momenteel niet het geval. De bijdrage die ze leveren is dan ook puur gericht op de samenwerking bij het organiseren van evenementen en activiteiten. Zij helpen op deze manier bij het stimuleren van de sportontwikkeling en participatie in de stad.

6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. (→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)

Je hebt een hele opbouw van de gemeente met sectoren. Deze zijn weer onderverdeeld in afdelingen en bureaus. Het is duidelijk wat al deze afdelingen en bureaus doen, maar dan heb je nog 'S-PORT. Waar hangt deze? Hij zou eigenlijk ergens buiten de organisatie van de gemeente boven de stad 's-Hertogenbosch moeten hangen, maar daar hangt hij niet. Hij hangt een beetje half boven de afdeling Sport en Recreatie en dan met name over het bureau Sport en Bewegen. Zo ziet men het ook intern volgens mij. Als jij het binnen onze afdeling gaat vragen dan krijg je al een hele hoop verschillende antwoorden, maar als je buiten onze afdeling gaat vragen dan is het nog maar de vraag of ze 'S-PORT überhaupt al kennen. Als ze het kennen dan denkt iedereen dat het de afdeling Sport en Recreatie is. Het is gewoon de afdeling 'S-PORT. Ze zien daar geen verschil in en de oorspronkelijke betekenis zou echt niet in hun opkomen. Voor hun zal het eerder een organisatieonderdeel

zijn binnen de afdeling Sport en Recreatie.

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Nee

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Dat kan ik niet zo heel goed beoordelen. Ik weet dat het in het verleden wel zo was. Zij maakten wel gebruik van de communicatiemiddelen (flyers, de website en social media kanalen) die we aan ze verstrekten. Dit was echter wel mondjesmaat.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Ja dat denk ik wel. Als wij goed nadenken wat we nu met 'S-PORT willen en hierbij ook de goede communicatiemiddelen gaan gebruiken. Als we middelen kiezen die voor de doelgroepen daadwerkelijk nuttig en bruikbaar zijn dan ben ik van mening dat zij deze graag zouden willen gebruiken.

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

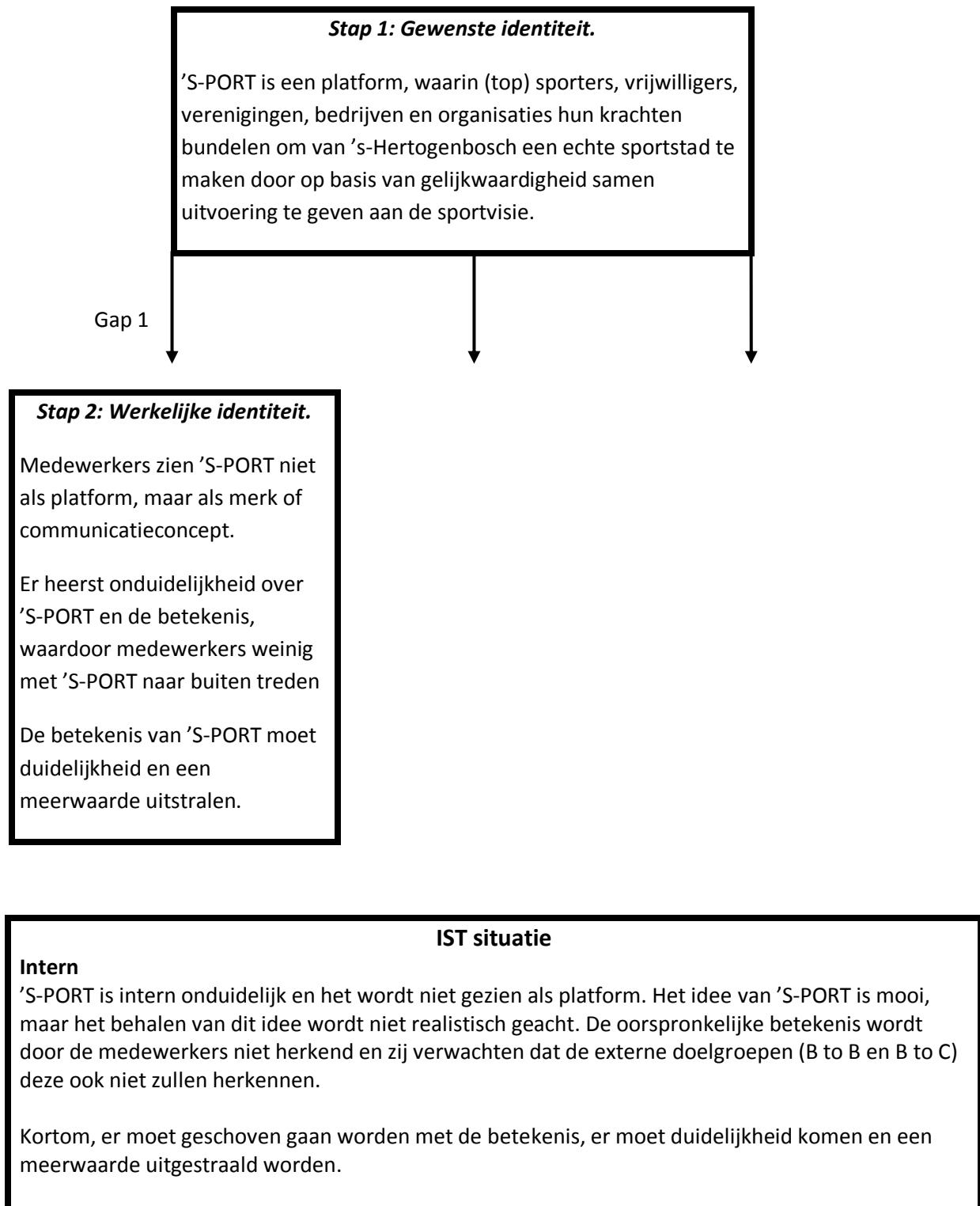
Dat is ook lastig. Er zit wel degelijk een verschil in wat de partijen nodig hebben. Bedrijven kijken natuurlijk anders naar verschillende communicatiemiddelen als scholen en zeker verenigingen. Ik ben wel van mening dat je het digitaal en via social media moet doen. Of je nog een website nodig hebt is maar de vraag, omdat de meeste dingen ook op te lossen zijn met een goede applicatie. Maar we moeten ons sowieso op digitaal vlak richten en innovatief zijn. Via deze middelen zijn mensen veel makkelijker over de streep te trekken dan met een flyer. Er zijn echter partijen die erbij zweren dat er een flyer op het prikbord moet hangen, omdat het anders niet gaat werken. Hier moeten zij zelf dan over oordelen, maar het allerbelangrijkste is dat de middelen het initiatief goed ondersteunen en duidelijk uitdragen. Dan denk ik dat er wel iets te halen valt met het platform.

8.6.3 Antwoordschema's interne interviews

Beheer en Exploitatie	Beleid en Strategie	Ondersteuning
• Beheer en Exploitatie heeft 'S-PORT weinig in gebruik, werkt vanuit S&R. • Beheer en Exploitatie is van mening dat de oorspronkelijke betekenis een mooie gedachte en goede werkwijze voor collega's is, maar het creëert ook onduidelijkheid. • Beheer en Exploitatie vindt dat een Nieuwe huisstijl voor een fris imago zorgt, maar ook voor onduidelijkheid. • Beheer en Exploitatie denkt dat er weinig bekendheid binnen de gemeente is over 'S-PORT. Overige afdelingen weten niet wat het betekent. • Beheer en Exploitatie is van mening dat intermediairs gebruik willen maken van de middelen van 'S-PORT, maar het moet interessant zijn. Er moet behoefte zijn. • Beheer en Exploitatie ziet in Social media een kans.	• Beleid en Strategie heeft 'S-PORT weinig in gebruik, 'S-PORT is de gemeentelijke website voor informatie. • Beleid en Strategie vindt dat het platformconcept een mooie gedachte is, maar er moet iets gebeuren om dit te bereiken. • Beleid en Strategie promoot niet met 'S-PORT. • Beleid en Strategie is van mening dat intermediairs gebruik willen maken van middelen van 'S-PORT, mits het interessant voor ze is. • Beleid en Strategie ziet de volgende kansen op communicatiegebied: Primair: Social media Secundair: Traditionele middelen.	• In de ogen van Bureau Ondersteuning is 'S-PORT een communicatieconcept (zachte kant) geworden voor Sport en Recreatie. • Ondersteuning vindt dat het platform concept niet uit de verf gekomen. • Er heerst binnen Ondersteuning onduidelijkheid over hoe nu verder. Durven niet met een betekenis te komen. • Ondersteuning denkt dat men binnen de gemeente 'S-PORT als equivalent van S&R ziet. • Vanuit ondersteuning promoten ze met 'S-PORT. Dit is de taak van het bureau. • Bureau Ondersteuning is van mening dat intermediairs momenteel geen gebruik maken van middelen van 'S-PORT. Wellicht dat dit in de toekomst wel het geval is, mits het interessant en er een behoefte is. • Bureau Ondersteuning ziet in Social Media een kans.

Sport en Bewegen		
	Positief	Negatief
	- Medewerker S+B ziet in 'S-PORT een positief initiatief. Het heeft ons als merk een boost gegeven, Intern is 'S-PORT herkenbaar, extern heeft het voor bekendheid gezorgd. We zijn zelf echter schuldig aan onduidelijkheid door onszelf medewerkers van 'S-PORT te noemen. - Medewerker S+B vindt de oorspronkelijke betekenis een mooie omschrijving, dit is wat 'S-PORT moet zijn. Het stukje samenwerking is zeer duidelijk terug te zien - Medewerker S+B vindt de huidige betekenis is perfect - Medewerker S+B is van mening dat medewerkers van de gemeente weten dat 'S-PORT onderdeel is van S&R - S+B treedt naar buiten met 'S-PORT Social media wordt gebruikt, maar 'S-PORT mag echter meer naar buiten brengen en de vindbaarheid van de kanalen moet beter. - Medewerker S+B is van mening dat intermediair gebruik willen maken van middelen van 'S-PORT als de aantrekkelijkheid en het belang voor hen wordt gestimuleerd. - Medewerker S+B ziet kansen in de website, Social media en het Sjors Sportief boekje.	- Voor medewerkers S+B is 'S-PORT onduidelijk, waardoor ze zelf naar buiten treden met S&R en niet met 'S-PORT. - Medewerkers S+B vinden de oorspronkelijke betekenis een mooie gedachte, echter hebben ze deze nooit onthouden. Intermediairs en bewoners zullen zichzelf geen onderdeel voelen van 'S-PORT. De medewerkers missen het uitdragen van een waarde die hiervoor kan gaan zorgen. - Medewerkers S+B vindt de oorspronkelijke betekenis een begrijpelijke gedachte, maar deze betekenis is niet reëel. Er moet geschoven worden met deze betekenis en er moet een waarde of slogan aan toegevoegd worden. - Medewerkers S+B zijn van mening dat binnen de gemeente S&R en 'S-PORT als een en hetzelfde ding wordt gezien. Een handvol mensen weten dit maar goed te onderscheiden. - S+B treedt promoot zelf via middelen van 'S-PORT, maar te weinig. Het is onduidelijk of partijen ook gebruik maken van onze middelen. Zij hebben namelijk ook eigen middelen en kanalen. - Medewerkers S+B zijn van mening dat intermediairs gebruik willen maken van middelen van 'S-PORT, mits het interessant voor ze is en ze er iets aan over kunnen houden. - Medewerkers S+B zien in Social media een kans. Hierbij moet de zichtbaarheid en herkenning versterkt worden. Echter mogen de traditionele middelen niet vergeten worden, aangezien niet iedereen internet heeft.

8.6.4 Stap 1. Gap analyse en IST situatie



8.7. Transcriptie en gegevens; Extern

8.7.1 Gegevens intermediairs

Naam	Organisatie
Tom Stroosnijder t.stroosnijder@sportalliantierosmalen.nl	OJC Rosmalen Verenigingsmanager
Hanne Daanen clubmanager@hcdenbosch.nl	HC Den Bosch Clubmanager
Jaco Wijsman Jacowijs@gmail.com	BC Sjut Voorzitter
Bob van Veen voorzitter@rkvwilhelmina.nl	RKVV Wilhelmina Voorzitter
Joost van Kempen Joost@joostvankempen.nl	Bossche Reddingsbrigade Clubmanager
Niels Hulsen n.hulsen@helicon.nl	Helicon Leerkracht Lichamelijke Opvoeding
Rene Dullaart r.dullaart@s-hertogenbosch.nl r.dullaart@bredeboschescholen.nl	Brede Bossche School de Kruiskamp Manager BBS
Stefan van Ham stefan@liftoff.nu	Lift-Off Eigenaar
Marlies Molenaar m.molenaar@divers.nl	Divers Medewerker Jeugd

Figuur 21 Gegevens intermediairs

8.7.2 Transcriptie externe interviews.

Extern interview 1

Naam: Tom Stroosnijder

Vereniging: OJC Rosmalen

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Ik zie het als een verbinding tussen de verenigingen en de gemeente. Als een samenwerkende partij die gericht is op sport en daarin de clubs kan ondersteunen.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Ik denk dat dit wel de lading dekt. Je bent een partner van elkaar, je legt verbindingen met elkaar en met andere verenigingen. Dan is alleen het stukje sportvisie; ik weet dan wat het is vanwege mijn andere werkzaamheden met de gemeente, maar ik kan me

voorstellen dat veel verenigingen hierover zullen struikelen en niet weten wat dat inhoudt.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Ik mis een beetje de adviserende en ondersteunende rol in de oorspronkelijke betekenis. Er staat wel krachten bundelen, maar het stukje advies (dienen als adviesorgaan) en verbinding leggen mis ik hierin. Ik vind dat 'S-PORT dit wel doet en dat mag ook terugkomen en benadrukt worden in de betekenis.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

'S-PORT is de verbinding tussen de vereniging en de gemeente en ik denk dat dit voor veel clubs een meerwaarde is. Er zitten sportmensen dus deze weten ook wat er in de sportwereld gevraagd wordt, 'dezelfde taal' spreken en daar ook in ondersteunen. Denk hierbij aan voorbeelden vanuit andere verenigingen aandragen bij een club. Dat slaat ook weer terug op het stukje krachten bundelen en samenwerken. 'S-PORT ondersteunt en zorgt ervoor dat je als vereniging zijnde niet altijd het wiel opnieuw uit hoeft te vinden, maar dat je ook kunt kijken naar wat voor informatie er al beschikbaar is die daarnaast ook nuttig kan zijn.

Daarnaast is het SPORTCAFÉ hartstikke goed opgezet qua advies, training en dient hierdoor echt als toegevoegde waarde.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Ik denk dat op het gebied van verbinden en adviseren goed gaat en dat daar ook behoefte aan is. Dus qua gewenste meerwaarde durf ik niet te zeggen wat OJC momenteel nog meer kan verlangen.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Wij zijn als grote vereniging een soort van voorbeeldfunctie en voortrekkersrol. De vraag is hoe je dat handen en voeten geeft. Als andere partijen dingen aan ons vragen, of het nu gaat om voorbeelden of ervaringen, proberen we ze daarmee te helpen. Laatst hebben we bijvoorbeeld op het gebied van asielzoekers onze hulp aangeboden en wat gedaan. Het gaat met name om maatschappelijke betrokkenheid en dat kan alleen als je als vereniging goed georganiseerd bent en alles goed voor elkaar hebt. Vanuit daar kun je verder kijken naar nieuwe activiteiten en doelgroepen. We doen voor het G-voetbal veel en we zijn bezig om voor ouderen wat meer te kunnen betekenen. Zo probeert OJC maatschappelijk zijn verantwoordelijkheid te nemen.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Het is geen officieel onderdeel van de gemeente. Ik vraag me af of dit een voordeel is. Aan de ene kant heeft de gemeente over het algemeen geen goed imago dus dan is het wel fijn dat je vanuit een andere naam en logo kunt opereren. Aan de andere kant hebben veel mensen het idee dat 'S-PORT toch iets is dat van de gemeente is en ze doen er toch aan mee. Wat ik me dan afvraag is of het wel zo'n probleem is dat mensen het als iets van de gemeente zien.

Ik weet niet zo goed hoe je dat dan het beste kunt communiceren. S&R is al een aparte stichting en je kunt 'S-PORT toch moeilijk als iets los en op zichzelf staand ding zien.

Het is en blijft een soort van stichting zonder winstoogmerk. Je hebt automatisch een hoop raakvlakken met de gemeente, helemaal omdat het een gemeentelijk initiatief is, dus waarom zou je dan iets anders willen?

- 3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Ligt eraan wat je verstaat onder platform. Een platform is, in mijn ogen, meer iets waar je lid van wordt en dat is natuurlijk niet zo. Aan de andere kant ben je wel onderdeel van de sportverenigingen binnen de gemeente en in die zin word overal bij betrokken. Je kunt vragen wat je wilt en naartoe gaan waar je wilt (bijeenkomsten etc.).

Andere partijen

Ja, uiteindelijk hebben we allemaal hetzelfde belang. Sportalliantie Rosmalen (andere werkzaamheden) heeft veel raakvlakken met 'S-PORT, maar dit levert op scholen regelmatig verwarring op. Je ontkomt er niet aan om het uit te moeten leggen. Je moet blijven communiceren dat we partners zijn en dat deze initiatieven voor veel kansen en mogelijkheden zorgen.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

- 4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

De website heb je natuurlijk. Ik moet zeggen dat de branding die 'S-PORT heeft toegepast met de kleding, sleutelhangers etc. wel erg goed is. Flyers zien we ook regelmatig voorbij komen. Online liggen er wel mogelijkheden. 'S-PORT zou dit beter uit kunnen werken dat het meer een kennisomgeving waar partijen informatie kunnen lezen, verzamelen en documenten (voorbeelden, cases van andere verenigingen) kunnen downloaden. Dan ga je toch weer meer in de richting van een platform. Iedereen heeft natuurlijk zijn eigen bond en voetbal is nu eenmaal een grote sport met een sterke bond. De KNVB biedt verenigingen ook de mogelijkheid aan om zulke documenten te downloaden en zo je vereniging sterker te maken. Dat zou je als 'S-PORT natuurlijk ook kunnen zijn voor de (wat kleinere) verenigingen in je gemeente.

- 4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Dat ligt eraan. Het ene wel en het andere misschien niet. We volgen wat er vanuit 'S-PORT gedaan wordt en als het interessant is voor ons als vereniging doen we er zeker aan mee. Als er iets is wat ons niet ligt of we hebben het al dan slaan we dat over en kijken wat er daarna komt.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

De communicatie naar buiten toe hebben we ook nog niet helemaal goed voor elkaar. Wij moeten ook nog veel meer aan PR doen dan momenteel het geval is. We doen al aan Facebook, Twitter en hebben een goede website wat al bovengemiddeld is. We kunnen altijd blijven verbeteren want als je ons weer gaat vergelijken met een topclub, blijven we weer achter. Intern merken we wel dat de website en social media kanalen goed bekeken worden, maar ik ben van mening dat we meer op persoonlijk vlak moeten doen. Persoonlijke benadering van mensen blijft ontzettend belangrijk, ook bij een grote vereniging.

Een slogan die de lading dekt en de meerwaarde aantoont in je uitingen zou voor 'S-PORT een positieve werking kunnen hebben.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Wat ik zeg, je zou online een soort van platform kunnen maken waar verenigingen zelf informatie kunnen vinden. Alleen is dan de vraag wie dat aan gaat leveren, gaat maken en up tot date houdt. Er is online al heel veel informatie beschikbaar bij 'S-PORT en bij de bonden etc. Als je dit zou kunnen bundelen en communiceren richting de verenigingen dan hoeven mensen niet het wiel opnieuw uit te vinden en kunnen ze dit gebruiken bij het probleemstuk. Dan besparen ze tijd en kunnen ze weer focussen op andere dingen wat binnen een vereniging een belangrijk aspect is.

Wij, als OJC, zijnde hebben hier niet direct behoefte aan, maar ik probeer even met jou en de andere partijen mee te denken. Wat voor hen zou kunnen werken.

Extern interview 2.

Naam: Hanne Daanen

Vereniging: HC Den Bosch

Naam: Hanne Daanen

Vereniging: HC Den Bosch

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Wij zetten 'S-PORT in voor ondersteunende diensten die niet hockey-gerelateerd zijn. We zetten ze actief in op zaken als sportiviteit en respect. Op zulke gebieden ondersteunt en helpt 'S-PORT onze vereniging. 'S-PORT zorgt ook voor verbinding met de wijk, in dit geval met de buurtsportcoach 'Ouderen'. We hebben een sportimpuls aangevraagd om de wijk actief te krijgen. 'S-PORT zorgt voor ondersteuning buiten hockey-technisch gebied en verbreding van het sportaanbod.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***
Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?
Een platform vind ik een vage definitie, dat kan van alles zijn. Een platform zie ik als een soort van 'winkeltje' waar de doelgroepen voor de oplossing van hun probleem kunnen shoppen. Echter denk ik niet dat veel verenigingen weten wat nu precies hun probleem is en wat ze dan op een platform moeten zoeken. Het samen werken is natuurlijk wel belangrijk, maar daarin vraag ik me af of en hoe effectief 'S-PORT is geweest in het faciliteren van zulke samenwerkingen (met scholen en bedrijven). Qua sportvisie, dan moet je die natuurlijk wel allemaal kennen en ook delen, maar ik denk dat heel veel verenigingen liever hun eigen visie willen delen of realiseren. Dus dit deel zie ik niet dusdanig terug en ik verwacht niet dat anderen dat wel zullen doen.
- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)
'S-PORT moet een eigen definitie, welke misschien juist meer op een doel of doelstelling moet lijken, die hun eigen visie rechtvaardigt en uitstraalt wat ze precies doen en waar ze voor staan.

2 Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?
Het inbrengen van kennis die wij, als hockeyclub, zelf niet hebben en dat is hartstikke waardevol. Ook brengen zij kennis, dus bekenden van 'S-PORT, met zich mee naar onze vereniging wat voor verbinding zorgt met andere organisaties.
- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?
(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)
De buurtsportcoach Ouderen gaat straks ook mee helpen met de uitvoering en het is positief dat je hierin een neutraal iemand erbij hebt die in de uitvoering voor de letterlijke verbinding zorgt. Dat de doelgroep verzamelt wordt en afgeleverd wordt bij onze poort. Dat is waardevol en wij zouden graag zien dat dit in de toekomst voortgezet wordt en eventueel versterkt.
- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?
(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).
Concreet terugbrengen weet ik even niet. De ambitie die wij uit willen stralen draagt misschien wel bij aan de Sportvisie die de gemeente wil realiseren. Er staat ook in dat verenigingen meer moeten gaan ondernemen en zichzelf gaan bedruipen. Daarin dragen wij bij en we willen als vereniging ook meer onze maatschappelijke toegevoegde waarde laten zien. Dat brengen wij terug en wat dat betreft zijn we misschien ook wel weer een platform voor de gemeente om hun ambitie te realiseren.

3 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

3.1 We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Ik weet eigenlijk het verschil niet tussen 'S-PORT en Sport en Recreatie. Mijn invulling is dat 'S-PORT een gemeentelijke invulling is en dat het een afdeling binnen of een onderdeel van 'S-PORT en Recreatie is. Ze hebben het me geprobeerd uit te leggen, maar dit is niet helemaal gelukt. Het kan ook zijn dat 'S-PORT het uitvoeringsorgaan is van Sport en Recreatie. Maar wat is er mis met deze perceptie? Het is toch niet erg dat mensen 'S-PORT als afdeling of onderdeel van Sport en Recreatie zien?

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Nee totaal niet. Wij zien het inderdaad als partner

4 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

'S-PORTCAFÉ, maar dat is het enige.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Het leuke van een platform is dat je eruit pikt wat je nodig hebt en dat is hier niet anders. Als vak A t/m D zaken als Sjors Sportief omvatten dan hoef ik dat niet te gebruiken, maar als Vak E Oudersport omvat weer wel. Maar dit gaat wel vanuit mijn eigen vraag.

Hiervoor dien je als vereniging wel je probleem helder te hebben en ik ben van mening dat heel veel verenigingen dit niet eens goed voor ogen hebben.

5 Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging.

Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Qua middelen zie ik het juist op een ander vlak. Als ik iets organiseer dan wil ik juist de middelen van 'S-PORT raadplegen aangaande het delen van beleidskennis, het verbinden van partijen en het meewerken aan deze activiteit. Dit heeft meer te maken met het benutten van manuren. Op het gebied van communicatie promoten onze communicatiemanagers de activiteiten en dat zouden ze dan ook best willen delen met 'S-PORT zodat het weer verder gedeeld wordt op Social Media

6 Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Ik denk dat we nu al in het kwadraat hebben wat we gebruiken vergeleken met twee jaar geleden. Dit heeft puur te maken, omdat we toen bezig waren met het hockey te organiseren. Nu zijn we een dienstverlener en ons sportaanbod wordt groter, waarbij ik 'S-PORT actief nodig heb. Daarin kan ik zelf ook nog leren; hoe moet ik die doelgroep, die (letterlijk) tegen de rug van onze tribune aankijkt, in totaliteit aanspreken en wat moet ik doen om ze te bereiken? We geven ze op een aantal gebieden wat last, omdat er parkeermogelijkheden verdwijnen en voor hen is het hier steeds drukker aan het worden.

Hoe kan ik ze bekoren, juist betrekken in hetgeen dat wij hier doen en laten blijken dat ze hier welkom zijn? Dat is natuurlijk wel een imago punt.

Extern interview 3.

Naam: Jacco Wijsman

Vereniging: BC Sjut

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Wij zijn een club van ongeveer 40 leden. Dit is misschien goed om een beeld te geven hoe lastig het om als kleine vereniging stand te houden. De afgelopen twee jaar zijn er zo'n 15 leden weggegaan door zaken als ouderdom, ziekte en verhuizing. Kortom, we vergrijzen dus wat. Tegelijkertijd zijn we in staat gebleken om dit op te vangen en er 17 leden bij te krijgen. Het blijft voor ons toch iedere keer weer spannend of we dit op kunnen vangen. In deze situatie kunnen we elke hulp gebruiken en is het heel fijn dat de gemeente in de vorm van 'S-PORT initiatieven heeft ontplooid om clubs te helpen. Daartoe zijn we enkele keren bij elkaar geweest met een paar clubs binnen de Bossche Badminton Federatie. Hier zijn ideeën ontwikkeld die op zich positief kunnen uitwerken; ik ben nog voorzichtig. Zaken als het maken van een flyer waarmee je clubs kunt promoten binnen de Bossche Badminton Federatie in deze regio. Via de contacten binnen de gemeente die 'S-PORT op scholen verzorgen, zouden we dan duidelijkheid kunnen krijgen of leerlingen in het onderwijs naar badminton konden worden gebracht. Of als de club een clinic zouden organiseren we via 'S-PORT dan aanwas zou kunnen krijgen. Op het gebied van dit soort zaken helpt de gemeente.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Vanuit het perspectief van de gemeente is dit een goede betekenis. Vanuit het perspectief van onze kleine vereniging niet zo zeer, omdat je deze betekenis op kunt splitsen in twee gedeeltes. Een heel goed deel; partijen die hun krachten bundelen om de sport beter op de kaart te zetten, meer mensen te laten sporten en leden aan te trekken. Het tweede deel: door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie; dit is meer iets voor de gemeente.

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)
'S-PORT is partijen die hun krachten bundelen om de sport beter op de kaart te zetten. Het samenbrengen van mensen, interactie bevorderen waardoor je sterkere beleving hebt op sportgebied en tegelijkertijd je gezondheid helpt.

2 Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

De meerwaarde moet voor een gedeelte nog gaan blijken. 'S-PORT is nuttig in de zin dat ze een aanzwengelde actie hebben ondernomen en een aanzwengelde functie hebben. Er zijn clubs bij elkaar gebracht binnen het kader van de Bossche Badminton Federatie en er worden plannen gesmeed. Dit is duidelijk positief.

De effecten laten echter vooralsnog op zich wachten. Of deze zaken het resultaat gaan krijgen wat je beoogt weet ik niet. Dus het kan best zijn dat ik over een half jaar moet zeggen dat het initiatief heel leuk was maar het resultaat nul was.

2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Het jezelf kunnen promoten en profileren via 'S-PORT is een meerwaarde voor de gehele Bossche Badminton Federatie en voor BC Sjut in het bijzonder. Overigens moeten we dit zelf ook doen als badmintonners. Dus dit is een en/en verhaal. De vraag is in hoeverre de gemeente ook via de eigen kanalen (Sjors Sportief en andere activiteiten die ze organiseren) het badminton nog meer zou kunnen promoten.

Voorbeeld: van de medewerkers had aangegeven dat via de contacten van een school voor voortgezet onderwijs naast voetballers ook badmintonners gevraagd zouden kunnen worden. Dit slaat weer terug op de clinic waar we het straks al over hadden. We stonden hier positief tegenover en hebben ervoor gezorgd dat we een clinic organiseerden. Vervolgens komt hier niemand op af. Dan weet ik niet hoe sterk de contacten van de gemeente zijn en in hoeverre hier de gemeente meer in zou kunnen betekenen samen met het onderwijs bijvoorbeeld. Er zou meer betrokkenheid gevraagd kunnen/moeten worden van kleinere verenigingen die een andere sport voetbal of tennis beoefenen. Het verbreedt toch de horizon van kinderen.

2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

We zijn in ieder geval aanwezig geweest bij de bijeenkomsten. We hebben meegepraat en gedacht. Dat is, denk ik, al heel essentieel als je 'S-PORT in de oorspronkelijke betekenis op wilt zetten. We hebben twee afgevaardigden gestuurd: 1 die de flyer heeft helpen maken en 1 die bezig is met de recreantencompetitie. Deze staat hierdoor veel in contact met andere badmintonclubs.

Dit is ook ter sprake gekomen tijdens een van de bijeenkomsten over het platform. Een paar clubs vroegen zich af of ze, omdat ze klein zijn, niet een recreantencompetitie op konden zetten en wie zich daarvoor in wilden zetten. Hierdoor hebben wij een contactpersoon benoemd welke over deze kwestie gaat.

Toekomst:

Wij zijn een club van ongeveer 40 leden met een beperkte inzet van mensen. Er zijn misschien altijd nog mogelijkheden en dit is een redelijk dubieuze formulering. Dit doe ik met opzet, omdat leden ons soms verbazen. Soms zetten ze zich ineens ergens voor

in, maar een andere keer tonen ze hiervoor minder interesse. Dus voor de toekomst is deze kwestie nog onduidelijk. Als het een leuk initiatief is, wie weet.

3 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Het is zeker geen eenheid. Het ligt er een beetje aan met wie. 'S-PORT die initiatieven neemt, dan kom je dicht bij een eenheid. We hebben echter ook te maken met de gemeente op het gebied van zaalhuur, het faciliteren van deze zalen en als intermediair tussen beheerder en school. Hier schort het nog weleens aan. Met name ook de onduidelijkheid over wie nu daadwerkelijk 'in charge' is. Je hebt contact met de gemeente en dan gebeurt er vervolgens niks of als je ergens over doorvraagt, maar direct te horen krijgt dat het de verantwoordelijkheid is van de school of de beheerder. Als er dingen niet goed lopen zijn wij (club en gemeente) geen eenheid en dat zou ik wel willen slechten.

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Nee, dat nog niet. Maar wat ik al zei over het oorspronkelijke idee, dat zie ik als een groeimodel. Er zijn goede initiatieven genomen. Het gewenste effect is er nog niet, maar dat we hieraan meedoen geeft ook aan dat we er wel bij willen horen. Dus op korte termijn hoop ik hierop ja te kunnen antwoorden.

Sprake van een samenwerking met andere partijen is momenteel ook niet. Dat zie je ook in het overleg dat is gehouden met 'S-PORT. Hier zitten alleen badmintonclubs en geen andere partijen. Dus die koppelingen hebben we nog niet gemaakt. Als de gemeente deze koppelingen al heeft, met scholen bijvoorbeeld, dan gaat dat nu langs onze vereniging en het badminton heen.

4 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

E-mails met de mogelijkheid om door te klikken naar de website. De zichtbaarheid van 'S-PORT bij BC Sjut is beperkt.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Als er positieve effecten voort komen uit de eerder genoemde ideeën dan willen we natuurlijk gebruik maken van middelen die ons aangereikt worden. We zitten er nu al bij en hopen op het beste, maar het moet zich wel gaan bewijzen. Dit kan op verschillende manieren.

5 Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Wat heel belangrijk is voor ons: Zijn er nu mogelijkheden om wat vaker in het nieuws te komen met berichten als: 'Badminton is een belangrijke sport', 'Badminton doet ertoe', 'Badminton is niet saai en ook voor jeugd'. Dat soort sfeermakende artikelen waar je als het ware zegt dat 'S-PORT meer is dan alleen voetbal, hockey, tennis en basketbal maar ook badminton. Het zou heel mooi zijn als dit via een gemeente

gecommuniceerd zou kunnen worden. Dat clubs via de gemeente kunnen floreren. Het soort middelen is een beetje een en/en situatie. Binnen onze club is er niet zoveel jeugd, ondanks dat we hiermee wel aan de slag zijn gegaan. We hebben nu leden vanaf 14 jaar, omdat het lastig is om direct met 6-jarigen de starten. Deze leeftijdsgroep moet je benaderen via social media, maar de ouderen binnen onze club weer minder. Het is dus een en/en situatie.

- 6 Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Je kunt aan veel verschillende dingen denken, los van waar we het al over gehad hebben: communicatie etc. Je kunt op twee niveaus denken

Clubniveau: Hier is het van belang om een versterking te vinden en een grotere interactie te vinden tussen sportactiviteiten en sociale activiteiten. Dit heeft te maken met zaken als een recreatieve mogelijkheid (kantinemogelijkheid) en een sportmogelijkheid waar je jezelf kunt ontwikkelen.

Stedelijk niveau: Hier zou je nog meer actie kunnen ondernemen die aantonen dat badminton een hele leuke sport is gekoppeld met een sociale attractiviteit. Het lastige is wel dat je hier wel de clubs voor nodig hebt en het is hierdoor iets wat moet groeien. Dat zou de clubs en sport versterken en zorgt ervoor dat je zichtbaar wordt als badminton zijnde. Dan is het leuk en sportief en dit zou een leuke verbetering zijn. De vraag is wel hoe zet je dit op en hier zie ik in de beginfase een rol weggelegd voor de gemeente. Zij zouden dit kunnen faciliteren met wat voor leuke dingen of cadeaus dan ook. Het is niet vanzelfsprekend dat sportverenigingen tegen elkaar zeggen: "Nu gaan we met zijn allen een leuke activiteit organiseren." Je moet mensen en verenigingen kietelen als gemeente. Als dat eenmaal gebeurd is gaat het lopen, maar hier komt de aanzwengende rol van de gemeente weer naar boven.

Extern interview 4

Naam: Bob van Veen

Vereniging: RKVV Wilhelmina

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

'S-PORT is voor ons een kennisdrager die met name enthousiasmeert en verenigingen helpt om iets op te bouwen en ze vanuit daar eigen keuzes laat maken. Het is een stukje kennisdrager, opleidingsinstituut, begeleider. Vooropgesteld moet worden dat 'S-PORT niet een organisatie is die het allemaal voor je doet.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Dat is een lastige vraag. Het is een mega grote volzin. Laat ik dat even vooropstellen.

Aan het stukje 'Op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie' twijfel ik wel. Het is ook nog steeds erg in groepen opgedeeld qua sporten en er is weinig interactie tussen de partijen. Of het een platform is moet ook nog blijken. Het moet wel georganiseerd blijven voor mij. Op de huidige manier kun je als vereniging aankloppen en vragen stellen bij 'S-PORT, waarna je samen probeert om meer mensen te laten bewegen. Momenteel sturen ze binnen 'S-PORT nog te veel op diverse items, want van een sportvisie heb ik geen duidelijk beeld. Welke sportvisie is er nu nog gaande binnen de stad?

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

In mijn definitie moet 'S-PORT faciliterend eromheen blijven hangen. Dat vind ik belangrijk, omdat het voetbal alleen maar het voetbal is. Zo'n complex als dat van ons staat meerdere malen in de week leeg, terwijl er wel behoefte is bij andere verenigingen om iets leuks te doen. Daar zou ons complex prima voor gebruikt kunnen worden. Het faciliteren en ervoor zorgen dat zulke dingen bij elkaar worden gebracht is iets waar 'S-PORT in kan helpen. Het dienen als kennisdrager is punt 1, maar het faciliteren en mensen bij elkaar proberen te brengen is daarbij ook belangrijk. Ik voorzie dat daar nog een hoop winst te behalen valt. De uitvoering is niet voor hen weggelegd, maar het verbinden voorafgaand wel. Deze initiatieven zijn taken voor de gemeente, want anders gebeurt er niks. Een voetbalvereniging denkt aan zichzelf en traint/speelt op de dagen dat ze moeten. Verder zullen die geen initiatief nemen.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

Ze hebben ons samengebracht met bedrijven voor een aantal zaken die we hadden liggen. Afvalverwerking, sponsorwerving etc. omdat ze zien dat we te kampen hebben met het verlies van subsidies. Kosten worden hoger en verenigingen komen onder druk te staan. Via 'S-PORT kunnen we ervoor zorgen dat deze zaken opgelost worden en dat we op een andere manier geld binnen kunnen halen. De verenigingscoach hebben nog geen of te weinig gebruik van gemaakt. Daar moeten we als club echt stappen in gaan maken, omdat ik dit wel als een meerwaarde zie. De positie waarin Wilhelmina nu zit heeft het helaas nog niet toegelaten om van deze coach gebruik te maken. We hebben daar nog geen tijd voor gehad. Als je niet oppast dan heb je bij een vereniging zo een 40 uur werkweek te pakken, naast je normale baan. Dat is niet te doen.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Voor het besturen met een visie, waar 'S-PORT een aantal reclame mee heeft gemaakt, kan ons zeer helpen. Dit zijn trainingen waar we uiteindelijk samen wel van willen genieten → Daar willen wij van gebruik maken. Daarnaast zou het nog meer verbinden in de toekomst een grote meerwaarde kunnen zijn. We hebben een sportpark waar alleen gevoetbald wordt, maar als je hier na schooltijd langs komt wemelt het van de jeugd. Het complex wordt flink gebruikt wat alleen maar goed is.

Deze drukte laat zien dat je als vereniging iets betekent voor de wijk, maar hier zouden wij veel meer in kunnen betekenen. 'S-PORT kan ons helpen om dit beter te faciliteren, zonder het echt over te moeten nemen, en op een makkelijkere manier jeugd bij ons terecht laat komen. Bijvoorbeeld door kennis te delen en voorbeelden te tonen van hoe het bij andere clubs is toegepast. Zij zouden de ingang kunnen verzorgen, want daar gaat voor een vereniging heel erg veel tijd in zitten als je geen verenigingscoach hebt.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Wij dragen bij door jongeren de mogelijkheid te bieden om gebruik te maken van ons complex. Incidenteel nemen we deel aan activiteiten. Binnenkort zijn hier de Konings Spelen; scholen houden op ons complex hun sportdagen. Deze faciliteren wij dan en dat is geen probleem. Echt meer dan dat doen we nu nog niet. Ik heb wel ideeën wat we in toekomst samen met de wijk allemaal kunnen gaan doen, maar die interactie tussen de belanghebbenden in de wijk is er nog niet. We hebben nu een nieuw sportgebouw in de wijk, maar een aantal clubs kunnen daar geen gebruik van maken vanwege de drukte. Wij zouden ons complex hiervoor aan kunnen passen om deze clubs onderdak te bieden. Dit soort beleidskeuzes zou ik graag met 'S-PORT willen bespreken en via zo'n platform binnen willen werken. Zij dienen eigenlijk op zulke momenten als onze verenigingscoach.

Zulke initiatieven geven ons meer bestaansrecht en het helpt je als club positioneren.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Als wij naar de gemeente en 'S-PORT kijken zien we twee verschillende dingen. De gemeente is voor ons verhuurder van het complex, daar hebben we mee te 'dealen'. Dat is dan de gemeentelijke rol om het zo even te zeggen. 'S-PORT zien we als de randzaken daaromheen. Zaken als: 'Hoe werken we met bepaalde verenigingen en hoe brengen we mensen daar bij elkaar?' Dit hebben we terug gezien op het gebied van sponsorwerving en afvalstoffen verwerking.

Voor mij zijn 'S-PORT en de gemeente echt twee verschillende dingen. Gemeente = zakelijke kant, 'S-PORT = zachte kant.

- 3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?
- Niet echt onderdeel. We werken af en toe samen. De relatie is nog op los-vast basis. Als er iets is wat gecommuniceerd moet worden dan komen we bij elkaar. Dit wordt ook nog eenzijdig geënthousiasmeerd : vanuit 'S-PORT naar de verenigingen via seminars, het SPORTCAFÉ, de website en nieuwsbrieven. Maar het is adhoc en te vrijblijvend. Je moet als club er in eerste instantie voor open staan en er werk van maken, maar we zitten daar met Wilhelmina nog niet ver genoeg in. We zitten in een reorganisatie en het kost nu nog teveel tijd om dit erbij te pakken.**

Als er ook gekozen gaat worden voor het platform dan voorzie ik niet dat Wilhelmina een kartrekkende rol gaat vervullen. Er komt een hoop bij kijken en vrijwilligers zijn schaars momenteel. Ik ben daarom van mening dat 'S-PORT een kartrekkende rol moet blijven vervullen in het mensen/partijen enthousiasmeren en verbinden.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

De nieuwsbrieven en e-mails zie ik voorbij komen. Ik kijk af en toe op de website en op straat zie ik ooit in het voorbijrijden een banner aan een lantaarnpaal.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Ligt aan de situatie. Er moet natuurlijk wel een meerwaarde zijn. We hebben onze eigen kanalen en deze gebruiken we ook. Als er een gemeentegids (Sjors Sportief) is waar we vermeld worden dan vind ik dat prima, maar dat levert geen leden op. Eigen communicatie vind ik wat dat betreft een stuk belangrijker.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Een goede website is voor een vereniging altijd van meerwaarde. Er wordt onderling binnen teams natuurlijk veel gebruik gemaakt van WhatsApp. Dit is voor informatie ideaal, omdat een teamlid iets deelt en de rest het direct ook weet. Voor afgelastingen etc. is dit perfect. We maken veel gebruik van Social Media kanalen. Facebook wordt heel veel gebruikt en we zitten momenteel in de opstartfase met het Wilhelmina profiel op Instagram. Van Twitter maken we ook gebruik, maar dat is niet echt populair. Ik zou het liefste iets met Instagram willen gaan doen voor de jeugd. Als er bijvoorbeeld een jeugdspeler voor het eerst bij de wedstrijdselectie van het eerste elftal zit, moet dit gecommuniceerd worden via deze kanalen naar de andere leden. Ik sta daar door mijn leeftijd (47 jaar) er iets te ver vanaf, maar ik ben wel van mening dat deze soort media ons enorm veel op kan leveren qua interesse en exposure.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Er wordt al veel gedaan vanuit 'S-PORT en de gemeente. De gemeente staat natuurlijk ook onder druk qua geld, maar ze pakken het goed aan. 'S-PORT zou nog meer de sportvisie kunnen laten leven bij verenigingen. 'S-PORT zou ook meer in samenhang kunnen kijken naar de maatschappelijke rol die verenigingen vervullen in de wijken. Wilhelmina is een enorme vereniging waar we veel zouden kunnen doen en kunnen betekenen voor andere kleine clubs. Deze zouden we op ons complex samen kunnen brengen en faciliteren. 'S-PORT zou voor meer synergie kunnen zorgen door meer verenigingen op een complex bij elkaar te brengen. (kaartclubs etc.)

Extern interview 5

Naam: Joost van Kempen

Vereniging: Bossche Reddingsbrigade

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Het is in ieder geval zo dat het nu voor mij duidelijker is dan een aantal jaar geleden. Toen kwam er ineens een soort club bij met een eigen logo, maar toentertijd heeft niemand ons hier iets over uitgelegd. Voor nu is 'S-PORT de club binnen de gemeente waar wij het meeste contact mee hebben. Ik merk dat het een soort van vlag is over iets wat uit meerdere dingen bestaat. Wij als club werken natuurlijk samen met 'S-PORT; wij huren accommodaties bij 'S-PORT. Daarnaast maken we heel veel gebruik van de verenigingsondersteuning, hierin hebben we veel contact met Elles en in kader van de samenwerking met andere watersportclubs die er momenteel is. We doen ook weleens dingen met 'S-PORT SUPPORT, doen mee met Sjors Sportief. We doen veel samen met 'S-PORT, maar ik merk wel dat er achter 'S-PORT veel verschillende clubs werken. Achter het verhuren en exploiteren zitten hele andere mensen dan bij Sjors Sportief, maar in onze ogen hebben deze ook weinig tot geen contact met elkaar. Het is leuk dat hier een naam en logo aan verbonden is, maar we waren ook niet anders gewend van Sport en Recreatie. We hebben op andere gebieden ook contacten met S&R, omdat we voor hen de bewaking van de strandbaden in de stad voor onze rekening nemen. Daar zie je de samenwerking ook in terug, omdat in dit geval de rollen omgedraaid zijn.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Je hebt het inderdaad over een platform en daar begint de definitie ook direct mee. Zo heb ik het nooit gezien en over nagedacht. Toen het begon dacht ik dat ze gewoon gebruik wilden maken van een hip, nieuw logo om beter richting de jeugd en sporters te communiceren. Later kwam ik erachter dat het een externe naam is voor de afdeling Sport en Recreatie, maar ik zie 'S-PORT nog altijd als een soort van afdeling, loket of team binnen de gemeente 's-Hertogenbosch. Ik heb 'S-PORT altijd gezien als een fysieke organisatie en niet zozeer als een platform. Bij een platform heb ik het idee dat verschillende partijen samenwerken en iets doen onder de vlag, maar werkt iedereen nog steeds vanuit de eigen organisatie. Ik vind niet dat je momenteel over een platform kunt spreken. De partijen die genoemd worden werken niet op gelijkwaardige basis samen om de sportvisie uit te dragen, maar voor mij is het een andere stempel voor wat de gemeentelijke afdeling doet. Het krachten bundelen om samen van 's-Hertogenbosch een sportstad te maken zie ik wel terug. Meer dan toen het nog gewoon Sport en Recreatie was.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Dat is een lastige, omdat het voor mij ook een politieke insteek heeft. Hedendaags merk je dat we zijn aanbeland in een participatiemaatschappij. De gemeente is niet

meer de partij die alles alleen moet doen, maar we moeten het met zijn allen samen doen. Dat is wat ik hier ook terug lees in de oorspronkelijke betekenis. Maar wat in werkelijkheid vaak gebeurt is dat de gemeente dit als een mooie gelegenheid ziet om te bezuinigen, zich terug te trekken en alles over de schutting te gooien.

Voor ons als watersportvereniging: Ik vind dat de gemeente en dus de gemeente moet zorgen dat er basisvoorzieningen beschikbaar zijn en dit moet faciliteren. Met het gedoe rondom het Sportiom zitten we redelijk in spanning als vereniging zijnde. Zulke zaken kun je nooit met een platform regelen, daar moet gewoon een gemeente aan mee werken. Ik ben, aangaande het krachten bundelen en samenwerken, een voorstander dat je deze beweging wilt maken, maar op bepaalde gebieden moet een gemeente de verantwoordelijkheid nemen en ze hier niet van weg mogen lopen. Op uitvoeringsniveau met het uitwisselen van kennis en informatie is zo'n platform een goed plan, maar op basis voorzieningen niveau moet de gemeente altijd betrokken blijven. Dus het idee dat de gemeente zo'n platform los gaat laten is in mijn ogen verkeerd.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

De meerwaarde van 'S-PORT ligt met name op het gebied van uitvoering. Het werven van nieuwe leden via Sjors Sportief of via andere activiteiten, het leggen van connecties met bedrijven en andere verenigingen om kennis uit te wisselen op basis van bestuur, leden- en sponsorwerving. We zijn veel minder geïsoleerd sinds we met 'S-PORT in contact zijn gekomen en mee samenwerken.

2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Wat op dit moment voor ons het belangrijkste is en waar ruimte voor verbetering ligt is het bemiddelen in de relatie met verhuurders. Onze relatie met Sportiom loopt nog best wel moeizaam. Problemen op technisch gebied, de huur of bepaalde kosten krijgen we moeilijk opgelost. We huren van 'S-PORT, maar als er problemen zijn dan zitten we alleen om de tafel met mensen van Sportiom. Na lang aandringen schuift er heel af en toe iemand aan van 'S-PORT. De verenigingsondersteuning van 'S-PORT schuift dan aan en deze doen het prima, maar het gaat ons met name om de mensen binnen de afdeling verhuren en exploiteren. Wij hebben een huurovereenkomst met deze afdeling binnen Sport en Recreatie en niet met Sportiom, maar momenteel trekken deze mensen zich er te makkelijk vanaf. Als er problemen zijn met de waterkwaliteit wijzen ze binnen Verhuur en Exploitatie direct naar Sportiom of Ibema, terwijl we een huurovereenkomst met hun hebben. Zij zouden ons meer mogen/moeten vertegenwoordigen bij deze kwesties. Ik vind de rol van 'S-PORT daar heel mager in, hoe ze zich als verhuurder en tussenpersoon opstellen.

2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten

creëren).

We zijn altijd bereid om deze gesprekken te doen. We stellen onze ruimtes (binnen zijn werkplek) beschikbaar als er een overleg is van 'S-PORT. Wij trekken ook de kar in het overleg met andere clubs. In het kader van samen krachten proberen te bundelen en samen te werken hebben we als Bossche Reddingsbrigade bijgedragen aan het proberen te verbinden van deze sporttak. Wij participeren ook in zaken als Sjors Sportief en de School Olympiade, daar zijn we ook aanwezig dus we leveren qua deelname ook een bijdrage. Zulke evenementen zijn als het ware een win/win situatie: Wij krijgen meer exposure en eventueel leden en 'S-PORT kan zulke activiteiten blijven organiseren. Hier zie je het krachten bundelen direct terug en het is voor ons dan ook een meerwaarde om hieraan mee te doen.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

3.1 We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Ik zie een afdeling S&R en daar werken mensen. Maar deze mensen treden naar buiten met het logo 'S-PORT. Het is een populairdere naam en logo om mee te communiceren richting de doelgroepen. Het is het merk waarmee ze naar buiten treden, maar intern wordt het gewoon nog als S&R gezien. Ik heb namelijk niet het idee dat ik contact het met een platform, maar juist met een fysieke organisatie.

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

We voelen ons hier geen onderdeel van. Dit heeft ook te maken met het feit dat wij de Reddingsbrigade zijn en dit is een landelijk initiatief, met een eigen logo en naam etc. Het heeft ook te maken met het feit dat onze vereniging twee gezichten heeft. We zijn een sportvereniging die zwemlessen en reddingzwemmen geven, maar ook een veiligheidspartner bij evenementen. We hebben een band met 'S-PORT en werken daarmee samen, maar er zijn ook voldoende zaken die we ondernemen welke niks met 'S-PORT te maken hebben.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Mailen en bellen doen we het meeste. Daarnaast kijk ik zelf af en toen op de website van 'S-PORT. Dit is puur eigen interesse. Wat we de laatste tijd veel gebruiken is Sjors Sportief om onszelf als vereniging te profileren en te laten zien.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Ja, we proberen al zoveel mogelijk gebruik te maken van de middelen die ons worden aangeboden. Het is ontzettend lastig, omdat je als vereniging zijnde ontzettend veel moet onderhouden in de stad qua social media pagina's en informatie kranten. Het zou mooi als deze dingen aan elkaar gekoppeld zouden kunnen zijn en dat je als vereniging in een keer je informatie bij zou kunnen werken. Op Sjors Sportief kun je je vereniging goed promoten met een tekst, foto en filmpje, maar het is irritant als je dit voor elke

pagina telkens opnieuw moet doen. Als er in de toekomst meer aangeboden wordt dan willen we daar best gebruik van maken als dit nuttig is voor onze vereniging.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

We hebben momenteel alle leeftijden binnen onze vereniging. Van kinderen die leren zwemmen tot oud leden die baantjes trekken (4 tot 85 jaar). Voor ons is e-mail het beste middel, omdat we hiermee alles en iedereen kunnen bereiken. Social media gebruikt een deel niet, per post leest de jongere groep weer niet. Per e-mail komt het bij iedereen aan. Op 350 leden hebben we van misschien twee mensen geen e-mail adres. We maken wel gebruik van social media (Instagram, Facebook, Twitter) om ons te promoten en mee te gaan met de tijd, maar hier zie dat deze berichten alleen een bepaalde doelgroep bereikt.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Als ik kijk naar andere gemeenten dan denk ik dat we het in 's-Hertogenbosch het hartstikke goed doen. We hebben als vereniging niks te klagen gekeken naar subsidies etc. Wat we nog aan ondersteuning krijgen aan 'S-PORT SUPPORT en de verenigingscoaches is ook heel sterk en daar doet de gemeente ook veel aan om dit sterk te maken.

Ik heb ook het idee dat verenigingen zelf meer actie moeten ondernemen om hier gebruik van te maken, omdat het wel vaak dezelfde verenigingen zijn die actief mee denken. Als je iets wilt van de gemeente dan staat het altijd voor je klaar, maar dit moet je zelf wel komen halen.

Qua verbetering: Het zou, op uitvoeringsniveau, nog meer een platform moeten worden waar de samenwerking tussen bedrijven, verenigingen (onderling) nog sterker gemaakt kan worden. Ik heb nu het idee dat veel partijen nog met name met zichzelf bezig zijn. Daarnaast kan het binnen 'S-PORT intern (S&R) ook allemaal nog wat sterker gekeken naar het verhuur en exploiteren van accommodaties. Achter de schermen mag iedereen ook wel wat meer kennis met elkaar maken.

Extern interview 6

Naam: Niels Hulsen

School: Helicon

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw school? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Wij maken best veel gebruik van de combinatiefunctionarissen die bij ons rondlopen (Edwin). Hij regelt heel erg veel dingen voor ons om buitenschoolse sportactiviteiten op te zetten en om de invulling van lessen te realiseren. Hij helpt en ondersteunt heel erg om het sportklimaat naar de scholen te brengen en andersom. De visie die ze binnen 'S-PORT hebben wordt bij ons goed gedragen.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Voor ons gelden een aantal partijen binnen de definitie wat minder. Bij ons draait het niet alleen om sporters die al een sport beoefenen, maar ook leerlingen die juist geen sport beoefenen worden op school echt benaderd om deel te nemen aan activiteiten. Voor ons draait het juist om de leerlingen en mensen die niet sporten proberen te betrekken en aan het bewegen te krijgen. Sommigen willen niet sporten of zijn moeilijker te motiveren, maar anderen willen wel en hebben er geen geld voor. Deze groepen kunnen door middel van de activiteiten (op school en buiten school) van 'S-PORT participeren.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Zoals wij de faciliteiten van de gemeente gebruiken is naar mijn mening een goede invulling. Het stukje benaderen van leerlingen die niet sporten en deze aan het bewegen te krijgen is voor mij zeer belangrijk. Daarnaast de contacten die de gemeente met verenigingen heeft zijn voor ons als school van grote meerwaarde. Wij kunnen via de gemeente makkelijker bij verenigingen terecht komen om bepaalde lessen in te vullen. Dat werkt voor ons super.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw school?

Sowieso de contacten met verenigingen, contacten met accommodatieverhuur. We communiceren richting Edwin (combinatiefunctionaris) wat we willen regelen en wat we van hem nodig hebben om dit te realiseren. Hij gaat dan op zoek naar geschikte ruimtes waar het plaats kan vinden. Daarnaast het in contact komen met het bedrijfsleven voor ondersteuning bij deze evenementen. Uiteindelijk is het contact leggen en de ingang die de vereniging hiervoor levert een grote meerwaarde voor ons. Tevens kunnen we via de gemeente sporten promoten die minder bekend en populair zijn bij leerlingen. Met deze sporten kunnen we ze hier kennis mee laten maken via activiteiten en evenementen. Denk aan sporten als freerunning en lacrosse.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor jullie school kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Nog meer? Daar zou ik zo geen antwoord op durven geven. De dingen die we momenteel samen doen zijn al van zo'n grote invloed voor de kinderen dat we nu niet op zoek naar meer dingen. We moeten eerst dit draaiende zien te houden en dan kunnen we vanuit daar weer verder kijken wat we eventueel in de toekomst verder samen kunnen betekenen.

- 2.3 Wat dragen jullie als school bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Wij zijn als school verantwoordelijk voor toernooien die we organiseren met andere middelbare scholen. We zorgen voor schema's, scores etc. Wij zijn verantwoordelijk voor de organisatie van deze activiteiten en toernooien. Wij dragen ook het grootste aantal teams voor bij activiteiten die door andere scholen worden georganiseerd. Tevens doen we aan alle activiteiten die vanuit de gemeente worden georganiseerd mee.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en Scholen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Wij zien het wel als een organisatie. We weten wel dat het vooral een organisatie is waar contacten tussen scholen, verenigingen en bedrijven gelegd kunnen worden.

- 3.2 Voelen jullie je als school onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Ja, we worden altijd betrokken als er iets op de planning staat. We hebben met veel mensen binnen 'S-PORT goed contact en niet alleen met degene die verantwoordelijk is voor onze school. De samenwerking loopt goed met iedereen binnen 'S-PORT en als we iemand nodig hebben voor een lessenserie wordt dit aan Edwin voorgelegd. Hij gaat dan samen met zijn mensen kijken welke werknemer van 'S-PORT deze op kan pakken.

We zien de overige partijen wel redelijk als partners. We maken gebruik van hun diensten, maar het meeste wordt wel via 'S-PORT. Het is niet zo dat de lijntjes direct richting ons gaan, maar het komt dan via 'S-PORT bij ons terecht.

Als de gemeente zich alleen wil laten gelden als degene die de link tussen partijen legt en zich dan terug willen trekken, wie zijn wij dan om daartegen in te gaan. Als dat bij hun doelstellingen hoort dan zullen we ons daarin aan moeten passen. Dit geldt ook voor de huidige gang van zaken. Als dit door wordt gezet dan is dat voor ons ook helemaal goed.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

- 4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Mailcontact, posters, flyers.

- 4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Ja, ligt er natuurlijk aan of het bruikbaar is voor ons. Ik kan me voorstellen dat er bijvoorbeeld een app moet komen. Dat zou ideaal zijn.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als school. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Voor de kinderen zijn alle social media kanalen natuurlijk interessant (Facebook, Instagram). Zij weten deze dingen als geen ander te vinden. Daar zouden ze best wel wat mee kunnen. Een applicatie zou tevens zeer fijn zijn. Wij kunnen dan op de app plaatsen dat we een vakdocent nodig hebben, een aanvraag indienen en dat deze dan ook bij de juiste partij terecht komt. Dat zou ideaal zijn. Hierbij sla je dan wel het stukje contact met de contactpersoon over, maar je komt dan toch via de gemeente terecht bij de juiste partij. Uiteindelijk heb je dan toch een ietwat snellere verbinding met de andere partijen (verenigingen en bedrijven).

6. Wat missen jullie als school zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Eigenlijk niks. Ik zou nu niet iets kunnen bedenken wat het beter zou kunnen maken.

Extern interview 7

Naam: René Dullaart

School: BBS De Kruiskamp

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw school? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Vanuit scholen en brede scholen moet er veel de nadruk liggen op bewegen en gezonde voeding. We willen een gezonde en sportieve school zijn. Dat betekent dat bewegen een belangrijke rol moet spelen met o.a. aandacht voor bepaalde doelgroepen. Kinderen met overgewicht zijn een van deze doelgroepen. Er zijn veel kinderen die kampen met dit probleem en voor hen organiseren wij projecten en proberen we ze heel veel te laten sporten. Dat doen we voor een deel vanuit onze eigen organisatie, maar we werken ook samen met 'S-PORT. Zij stellen een aantal combinatiefunctionarissen beschikbaar die in worden gezet als vakdocent en daarnaast ontwikkelen ze ook activiteiten over gezonde voeding met betrekking tot beweging. Tevens neemt 'S-PORT de verantwoordelijkheid om naschoolse activiteiten te organiseren.

Vanuit Brede Bosse School ben ik ook betrokken bij Sportwijk West en dit is een Sportpunt hier in de wijk. Dit is een samenwerking van een aantal sportverenigingen met als doel om de wijkbewoners meer aan het bewegen te krijgen.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Het belangrijkste waar het om gaat is krachten bundelen. Alle partijen moeten hun krachten bundelen om uiteindelijk iets te bereiken. Ik denk dat het grootste probleem juist zit in het bundelen van deze krachten. Ik merk dat, vanuit Sportwijk West,

verenigingen flink bezig zijn om het eigen hoofd boven water te houden. Medewerkers van de gemeente zijn juist heel druk bezig om hun doelstellingen te behalen en dat ligt niet altijd in een lijn met elkaar. Het gevolg daarvan is dat de krachtenbundeling niet voldoende tot zijn recht komt.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Ik vind dat als je echt een Sportstad en sportieve school wilt zijn, je moet willen dat er meer bewoners (jong en oud) gaan sporten. Daar gaat het om en dat moet je doelstelling zijn. Als dit uiteindelijk leidt tot het zijn van een Sportstad dan is dat mooi meegenomen. Om dit te bereiken dan moet je als organisatie (vereniging, school, afdeling 'S-PORT bij de gemeente) heel wijkgericht werken. Als je echt de doelstelling wilt bereiken dan moet je als deelnemende partij of als 'S-PORT daadwerkelijk iets gaan doen voor de wijk. Misschien dat 'S-PORT zich juist op de wijken moet gaan richten en misschien iets minder op de verenigingen.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw school?

We hebben combinatiefunctionarissen in dienst, maar deze worden ook voor een deel door onszelf betaald. In de wijk zijn verschillende combinatiefunctionarissen voor verschillende doelgroepen bezig, maar ik weet wel dat deze niet goed van elkaar weten wat de ander precies doet. Als je beleid op elkaar wilt afstemmen en krachten wilt bundelen, moet je beginnen met je eigen medewerkers en deze elkaar laten informeren waar ze mee bezig zijn. Dat zou voor 'S-PORT het beginpunt kunnen zijn om hier wat mee te doen en misschien de opzet die ze nu hebben (opsplitsing van leeftijdsgroepen) omgooien en een andere structuur te gaan hanteren. Je moet functionarissen hebben die wijkgericht kunnen werken en dan moet het niet uitmaken of dit voor ouderen of jongeren is. Ik ben van mening dat 'S-PORT hier meer aan moet gaan doen.

Om even terug te komen op het wat minder doen voor verenigingen. Nu helpt 'S-PORT verenigingen regelmatig en de medewerkers van 'S-PORT verrichten hier heel erg goed werk, maar de verenigingen voelen ook niet meer de noodzaak om zelf een stapje extra te doen en op zoek te gaan naar vrijwilligers. Als 'S-PORT besluit om deze verenigingen wat minder te helpen stimuleer je ze juist om zelf wat te ondernemen. Met andere woorden; Je denkt verenigingen extra te helpen, maar je maakt ze in feite lui.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor jullie school kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Wij hebben naschoolse activiteiten in de vorm van Wijk Actief. Dit gebeurt 1 keer in de week in ons gebouw en een keer in een ander gebouw. Ik vind dat dit veel te weinig is, dat zou vaker moeten zijn. Ik ben van mening dat je door een herschikking in de structuur van combinatiefunctionarissen dit ook mogelijk kunt maken. Ik zie hier de jongere functionarissen zalen afhuren voor een activiteit, maar uiteindelijk de huur

afzeggen vanwege te weinig animo. Zij weten de doelgroep dus niet goed te bereiken of weten niet wat de doelgroep liever doet. Misschien willen zij wel buiten op een veldje basketballen in plaats van binnen. Het allerbelangrijkste vind ik dat er meer sportmogelijkheden moeten komen waar mensen niet perse lid moeten zijn van een vereniging, maar waarbij kinderen/volwassenen flexibel gebruik kunnen maken van het aanbod. Mensen moeten de keus hebben om op maandag te kiezen voor een training van de ene sport en later weer voor een andere sport zonder dat er moeilijkheden bij komen kijken. Via een soort pasje of strippenkaart maak je het mensen een stuk makkelijker. In deze wijk zijn er veel inwoners die geen of weinig geld hebben om te sporten en dit kan hen dan heel erg helpen.

- 2.3 Wat dragen jullie als school bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Mijn bijdrage is dat ik in de stuurgroep van Sportpunt West genaamd: Samen Gezond in West. Dit is een organisatie die als doel heeft om inwoners gezond te krijgen en meer te laten bewegen. Dat is mijn bijdrage vanuit mijn functie.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en Scholen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Bij 'S-PORT zitten een aantal mensen die heel breed gericht zijn, maar 'S-PORT heeft ook medewerkers die teveel in hokjes denken en wijkgericht beleid voeren. Dit is de groep die de combinatiefunctionarissen aansturen. Als je een beleidsmaker hebt die wel wijkgericht denkt, maar ernaast medewerkers hebben die dat niet doen komt er uiteindelijk in de praktijk niks van terecht.

- 3.2 Voelen jullie je als school onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Ik voel me juist wel onderdeel van 'S-PORT. Dat komt met name omdat ik aan tafel zit bij Sportpunt West, aan tafel zit bij Samen Gezond in West waar 'S-PORT ook bij zit. Ik werk op beleidsniveau best veel met hun samen.

Andere partijen:

Ik denk dat het voor andere partijen anders ligt. Iedere vereniging heeft problemen om de organisatie rond te krijgen met de vrijwilligers die ze hebben. Daar hebben ze het erg druk mee en kost veel tijd en energie. Ik denk daarom niet dat zij zich echt een wijkgerichte vereniging voelen. In onze buurt is er nu wel een vereniging die een buurtvereniging willen zijn, maar ze hebben geen notie van wat dat nu precies inhoudt. Ze willen activiteiten voor de buurtbewoners gaan organiseren in hun clubhuis, maar dat betekent niet dat ze een buurtvereniging zijn. Een buurtvereniging richt zich naar buiten toe en probeert mensen actief te krijgen en mee te laten doen. Zij organiseren activiteiten voor en met de buurt los van hun eigen sport. Dit kost tijd en vrijwilligers en het zou mooi zijn als 'S-PORT hierin iets kan betekenen. Dit willen ze ook, maar de mensen van 'S-PORT moeten deze kar niet gaan trekken. Als ze de kar gaan trekken,

maar de subsidie valt op een gegeven moment weg dan ligt alles op zijn gat. Daar moet je voor waken.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Website, ik vind het een hele goede. Een punt van kritiek is wel de publiciteit van de website, want die is niet goed. Een heleboel mensen weten niet dat deze bestaat, terwijl het een hele goede website is. Mensen die weten wat het adres is vinden gegarandeerd waar ze naar op zoek zijn, maar mensen die op de site van de gemeente kijken zullen niet uitkomen bij de website van 'S-PORT. Het is moeilijk vindbaar en ik ben van mening dat er een goede, duidelijke link moet komen naar de website van 'S-PORT. Ik kom nog steeds mensen in de wijk tegen die niet wisten dat de website bestond.

Verder hebben ze een nieuwsbrief, sportkalender die zeer goed en informatief is. Ik vind dat ze op dat gebied flink actief zijn, maar vergeet niet dat veel mensen in deze wijk geen internet hebben. Ze zijn wel in het bezit van een smartphone, maar als er een bestand binnenkomt van 'S-PORT kunnen ze deze niet openen. Ik denk dat er meer publiciteit op papier moet komen, omdat er ook veel ouderen zijn die geen internet gebruiken.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Dat doen we nu al en natuurlijk maak je er gebruik van als ze aan worden gereikt. Ik wil wel de kanttekening plaatsen dat 'S-PORT op moet wel voorzichtig zijn met het inzetten van middelen. Als het structurele middelen zijn → prima, maar als niet structurele middelen zijn wil het niet zeggen dat het altijd goede activiteiten zijn. De kunst is om de wijkbewoners actief te krijgen, ze zelf actief te laten zijn en actief te laten blijven. Als je middelen inzet om mensen actief te maken, niet alleen om te gaan sporten maar daarnaast ook als vrijwilliger, kan dat rendement hebben. Als je de uren van de mensen in gaat zetten om alleen maar de activiteiten te organiseren zonder mensen aan te zetten tot vrijwilligerswerk dan heeft het geen zin. Dan hebben de middelen geen doel.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als school. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Nu hebben wij zelf niets om over te klagen. We krijgen voldoende middelen aangereikt, omdat we een Brede Bossche School zijn. Ik denk niet dat er extra middelen nodig zijn, maar dat deze op een andere manier ingezet moeten gaan worden. Ik ben van mening dat er niet meer geld voor nodig is, maar dat het op een andere manier georganiseerd moet worden om er meer rendement van terug te zien.

Als het platform uiteindelijk een hulpmiddel gaat zijn voor verenigingen en andere partijen om activiteiten mogelijk te maken voor of samen met bewoners, dan denk ik dat het een goed initiatief is. Met elkaar ondersteunen en elkaar helpen met problemen is niks mis, maar dan moet het wel beter dan hoe het nu gaat.

6. Wat missen jullie als school zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Ik vind dat er elke dag na schooltijd, in welk pand van ons dan ook, een activiteit georganiseerd moet worden. Dat mag ook georganiseerd worden in samenwerking met de voetbal-, atletiek-, of tennisvereniging. Daar zou 'S-PORT een rol kunnen spelen; Een combinatiefunctionaris zou kinderen bij een tafeltennisvereniging onder kunnen brengen op de vrijdagmiddag, omdat deze vereniging de ruimte biedt om te spelen. De kinderen kunnen deelnemen aan een extra activiteit en de tafeltennisvereniging houdt er misschien wel nieuwe leden aan over. Een win/win situatie dus. Dit mag wel een stuk sterker.

Extern interview 8

Naam: Stefan van Ham

Bedrijf: Liftoff

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bedrijf? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

De reden waarom wij ons destijds aansloten is omdat wij heel erg actief waren in de lokale verenigingswereld. We hebben sporten als basketbal heel actief gesponsord en we vonden dat we meer terug moesten/konden doen voor lokale verenigingen. We zagen dat er bij verenigingen communicatievraagstukken lagen, maar dat zij door het ontbreken van kennis en budget deze niet op wisten te lossen. Zo zijn wij in contact gekomen met 'S-PORT. Enerzijds omdat zij wel deze links konden leggen en anderzijds omdat we op zoek waren naar een actiever zakelijk netwerk. 'S-PORT was voor ons iets waar het mes aan twee kanten sneed.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Het beginstuk vind ik goed, maar het laatste stukje niet zozeer. Dit vanwege het feit dat ik de term sportvisie zeer abstract vind. Wat is dan de sportvisie en ik denk ook niet dat er een vorm van gelijkwaardigheid is. Ik heb namelijk mijn expertise en anderen hun expertise. De een wordt meer gevraagd dus ik denk niet dat het op basis van gelijkwaardigheid kan zijn.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

'S-PORT is iets waar je vraag en aanbod koppelt en verenigingen/overige partijen de mogelijkheid geeft om expertise in huis te halen wat anders onbereikbaar voor hen zou zijn (ontbreken van netwerk en toereikend budget).

Het positieve punt van 'S-PORT en 'S-PORT SUPPORT is dat zij verenigingen, scholen etc. de mogelijkheid bieden om de benodigde expertise in huis te halen om het probleem op te lossen. Daarnaast heb ik de behoefte aan een lokaal netwerk aan

ondernemers die een gezamenlijke interesse hebben: sport. Daar zit voor mij een winsituatie.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw bedrijf?

Uitbreiding van mijn netwerk op zowel zakelijk als verenigingsniveau. Ik vind het altijd heel erg leuk om met verschillende mensen kennis te maken en erachter te komen wat zij nu precies doen en waarom dat ze dit doen. Het is ook een mooie manier om mijn expertise te kunnen laten zien aan anderen; het is voor mij daarnaast een beetje een showcase.

2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde 'S-PORT voor jullie als bedrijf kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Het zakelijke aspect aangaande het opdoen van een zakelijk netwerk zou versterkt mogen worden.

2.3 Wat dragen jullie als bedrijf bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Ik stel een x aantal uur per jaar ter beschikking (40 uur) die ik kosteloos inbreng. Deze uren zijn verdeeld over minimaal twee projecten, omdat ik verschillende dingen wil kunnen doen.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en bedrijven?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Ik dacht altijd dat het een afdeling was van de gemeente 's-Hertogenbosch. Ik snap dat er een dieper liggende betekenis ligt waarom zij dit doen vanuit maatschappelijk oogpunt. Dat is ook prima. Ik was altijd van mening dat het een afdeling binnen de gemeente was.

3.2 Voelen jullie je als bedrijf onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Dat vind ik wel meevallen. Op het moment dat je in een project, een match zit gaat alles goed. In de tussentijd hoor je eigenlijk heel weinig tot bijna niks. Dit kan natuurlijk ook aan mij liggen, omdat iedereen erg druk is. Ik denk wel dat het leuk is voor bedrijven om in de toekomst nog meer betrokken te worden.

Ik denk namelijk dat er ook meer gebeurt dan dat wij weten als leden. Met name op het gebied van matches en vraagstukken vanuit aangesloten verenigingen of bedrijven. De ondersteuning van verenigingen vanuit het bedrijfsleven, die behoefte snap ik wel. Echter ben ik van mening dat aangesloten bedrijven het ook als zakelijk netwerk zien waar ze zelf ook wast business uit kunnen halen.

Ik heb twee jaar geleden een project geïnitieerd over de promotie van de binnenstad van Den Bosch. Ik zocht daar ingangen voor op het gebied van kennissen en netwerken. Daar heb ik toen met een partij binnen de gemeente mee om de tafel gezeten en ook gebruik gemaakt van de hulp. Ik kon snel langskomen voor antwoorden en op dat vlak werkte het, maar vervolgens strandde het gewoon ondanks zijn goede bedoelingen. Voor mij was het raar dat de gemeente aan bedrijven vraagt om te investeren in hun activiteiten, maar vervolgens investeert de gemeente niet in de bedrijven door een deur te openen. Wat in mijn ogen niet zo heel lastig is. Ook de gemeente 's-Hertogenbosch heeft communicatieprojecten en wij (Liftoff) mogen hier dan niet aan mee doen, omdat er een aanbesteding geweest is. Op een aantal manieren conflicteren een aantal zaken. Als bedrijf zijnde in Den Bosch wil ik ook mee kunnen doen aan opdrachten die de gemeente 's-Hertogenbosch intern heeft. Ik wil investeren in mijn stad, maar dan moet de stad ook investeren in mij. Dat gebeurt te weinig naar mijn gevoel.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Website, zo nu en dan een e-mail/nieuwsbrief. Dat is het wel.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Ja, ik denk dat het wel goed is. Als bedrijf zijnde heb je natuurlijk ook de zakelijke kant en ik wil me laten zien aan een zo groot mogelijke groep medeondernemers. Als de mogelijkheid geboden wordt via dat netwerk dan zou ik dat wel willen gebruiken.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als bedrijf. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Ik heb een tijd geleden (3 jaar) een idee met Irfan en Mariëlle besproken. Het gaat om een app, een virtual reality applicatie. De techniek is veranderd dus de applicatie is qua idee ook breder geworden. Irfan was hier heel enthousiast over.

Het is een concept om met name jongeren van de bank te krijgen en de openbare sportgelegenheden, die er veel in de stad zijn, beter te benutten. Ik merk dat er aanvankelijk veel enthousiasme is, maar het bloedt na een tijdje weer dood binnen de organisatie en het wordt daarna niet meer opgepakt. Dat is zonde.

Het idee blijft dan een beetje zweven, maar dan heb ik liever dat men zegt dat het of juist wel past in plaats van dat er geen duidelijk antwoord komt. Ik denk namelijk dat het een heel sterk concept is waar je als 'S-PORT ook iets mee kunt doen op lokaal gebied, maar ook in andere steden makkelijk kunt uitrollen.

Een applicatie is interessant voor een groot deel van de doelgroepen van 'S-PORT. Enerzijds activeert het jongeren om buiten wat meer te gaan doen en elkaar meer uit dagen. Aan de achterkant geeft het natuurlijk een schat aan informatie aan 'S-PORT over de gebruikers en wat ze allemaal doen en waar ze dit doen. Alles is perfect te meten en hier zou het mes dan ook aan twee kanten kunnen snijden.

6. Wat missen jullie als bedrijf zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Ik kan me voorstellen dat een 'S-PORT applicatie in dit geval wel flink zou kunnen helpen. Leden kunnen elkaar makkelijk opzoeken en even kijken wat er nu allemaal

speelt. Een website moet men toch weer opzoeken. Ik denk dat een 'S-PORT applicatie voor de leden echt van toegevoegde waarde kan zijn. Niet alleen een smoelenboek, maar ook om te netwerken. Als je iets nodig hebt dan kan die applicatie je daarmee helpen.

Voorbeeld: Je zoekt iemand om de tuin bij te houden. Wie in je netwerk is hierin gespecialiseerd? Dat mis ik nu een beetje.

Extern interview 9

Naam: Marlies Molenaar

Maatschappelijke organisatie: Divers

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw organisatie? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Ik zie daar de oorspronkelijke betekenis en als ik die lees dan moet ik zeggen dat ik niet wist dat 'S-PORT dit inhield. Voor ons is 'S-PORT een afdeling bij de gemeente waar in brede zin van 0-99 jaar gewerkt wordt om deze mensen aan het sporten te krijgen. Tegelijkertijd ook bedrijven daarbij te betrekken. Wat me vanaf de zijlijn altijd opvalt is dat er heel actief gewerkt wordt vanuit de sportvisie van de stad 's-Hertogenbosch. Je ziet dat op alle leeftijden men sport belangrijk vindt en dit wordt goed gestimuleerd vanuit de gemeente. Dat is hoe wij naar 'S-PORT kijken en op een aantal van deze onderdelen werken wij met 'S-PORT samen.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Zoals ik het lees was het dus de bedoeling om een platform te krijgen en dat je minder op uitvoerend vlak bezig bent om mensen te laten bewegen. Het platform zie ik minder erin terug, want ik zie dat 'S-PORT vooral, met veel medewerkers in het veld, bezig is om meer mensen aan het sporten en bewegen te krijgen. Ze hebben het dus niet uit handen gegeven, maar met Citytrainers zie ik dan wel weer een middel terug waar het stukje platform kunt rechtvaardigen. Eerst deden de medewerkers dit allemaal zelf, maar nu zijn er Citytrainers die heel veel jongeren, ouderen en asielzoekers in de stad actief aan het sporten krijgen. Zij zijn een klein platform van mensen die de taken uiteindelijk in naam van 'S-PORT uitvoeren en gestimuleerd worden om anderen in beweging te krijgen. Ook overleggen zij met verenigingen om dingen te organiseren, maar het bedrijfsleven zie ik dan weer niet terug. Met dit initiatief raak je dus wel een aantal onderdelen van het platform idee.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Wat ik mooi vind is dat het op verschillende niveaus gedaan en uitgevoerd wordt. Ik vraag me af of het realistisch is om het een platform te willen noemen en dat bij de mensen of partijen zelf neer te willen leggen. Ik vraag me af of de verwachting realistisch is om zover te komen, want wat me juist opvalt is dat op veel vlakken er wel aan/mee gewerkt wordt. Dus momenteel (huidige gang van zaken) kijk ik juist heel positief tegen 'S-PORT aan. 'S-PORT heeft als afdeling het sporten en bewegen flink onder de aandacht gebracht in 's-Hertogenbosch. Je hebt natuurlijk een wethouder en een burgemeester die het een belangrijk aspect van de samenleving vinden dus dit zal ook meespelen in het geheel, maar ik vind juist dat er veel communicatiemiddelen goed benut zijn. Ik ben van mening dat 'S-PORT juist heel goed bezig is geweest. Als ik het nu vergelijk met toen ik vijf jaar geleden begon dan is daar een enorme boost in geweest

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw organisatie?

'S-PORT werkt veel met mensen samen die er geen gezonde levensstijl op nalaten en met deze groepen zijn wij ook veel bezig. Zij zijn voornamelijk bezig om deze mensen aan het bewegen te krijgen en ze bewuster te maken van een gezondere levensstijl. Op het gebied van jeugd was het in eerste instantie het doel om ze aan het sporten te krijgen, maar nu geldt sport meer als middel om aan sociale vaardigheden en gedragsverandering te werken. Dat is natuurlijk wel een ander uitgangspunt. 'S-PORT kan voor onze doelgroepen heel erg veel doen en betekenen.

2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor jullie als maatschappelijke organisatie kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Dan val ik een beetje stil. Ik heb zelf namelijk het beeld dat 'S-PORT heel goed verankerd is in de stad Den Bosch en dat het voor heel veel mensen een belangrijke maatschappelijke meerwaarde heeft. Als je vraagt wat nog beter zou kunnen, dan denk ik dat er nog veel te halen valt in de samenwerking op het gebied van jongeren. Zeker als 'S-PORT als middel ingezet gaat worden. Mensen laten bewegen en sporten is echter ook een doel op zich en ik zou het jammer als de focus daar volledig van afgaat. Stel dat 'S-PORT steeds breder wordt en cultuur, welzijn, gedragsverandering, gezondheid etc. ook onder 'S-PORT gaat vallen, omdat het allemaal raakvlakken met elkaar hebben. Als dit gebeurt dan zijn wij als maatschappelijke organisatie niet meer nodig, want dan doet 'S-PORT alles. Ik denk wel dat het belangrijk is dat iedereen precies weet wat zijn positie is en zo elkaar versterkt, omdat iedereen zijn eigen expertise heeft en vanuit zijn veld enorm veel voor elkaar kan betekenen.

2.3 Wat draagt deze organisatie bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

We brengen in veel gevallen 'S-PORT in contact met mensen die niet automatisch zullen sporten. Nu worden we ook ingezet worden en zoeken elkaar op in elkaars werkveld en hierdoor helpen wij 'S-PORT om het netwerk te verbreden.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en maatschappelijke organisaties?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Wij zien 'S-PORT als een afdeling binnen de gemeente.

3.2 Voelen jullie je als organisatie onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Ik denk dat wij het zien als een afdeling/partij waarmee we samenwerken. Vooral als een partner. Als je kijkt naar 'S-PORT in brede zin dan is het net zo goed een middel dat wij gebruiken richting onze doelgroep. Het is echter niet zo dat wij door middel van het platform 'S-PORT mensen meer aan het sporten gaan krijgen. WE hebben natuurlijk met de afdeling S&R te maken, omdat we gebruik van hun accommodaties. We hebben te maken met het gedeelte Verhuur, de Sportwerkers en we worden weleens betrokken bij bijeenkomsten over de sportvisie. Al is dat wel wat minder moet ik zeggen, omdat deze bijeenkomsten meer gericht zijn op verenigingen en bedrijven in mijn ogen.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Social media (Facebook → citytrainers). De website is natuurlijk redelijk actief al moet ik daar wel zelf naartoe om informatie te zoeken. Abri's, kleding van de medewerkers en dit valt natuurlijk wel op in het straatbeeld. Boekjes met informatie over 'S-PORT en de clubs (Sjors Sportief). Op scholen en bij fysiotherapeuten hangen altijd wel posters of flyers. Al met al moet ik zeggen dat ik overal wel iets van 'S-PORT voorbij zie komen.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Ik vind het moeilijk om deze vraag namens de organisatie te beantwoorden. Persoonlijk vraag ik me dat af, omdat we al gezamenlijke projecten hebt gedaan en vanuit hier elkaars boodschap al uitdraagt en versterkt. Daarnaast hebben we andere wensen dan verenigingen en scholen, omdat we vanuit Divers ons op andere zaken richten. Deze zijn belangrijker dan wat informatie over Divers in het boekje van Sjors Sportief bij wijze van spreken. Ik kan me voorstellen dat zulke dingen voor sportverenigingen belangrijker zijn.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als organisatie. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Als ik voor het jongerenwerk spreek dan haal ik 'S-PORT elke keer aan over de manier waarop zij in het verleden zichzelf als merk in 's-Hertogenbosch neer hebben gezet. Dat is iets waarvan ik vind dat wij dit met het jongerenwerk ook best mogen doen. Goed nadenken over het juiste logo dat aansluit bij jongeren en dit structureel gebruiken en toepassen in de uitingen en kleding van de medewerkers. Ook is 'S-PORT altijd

aanwezig op grote evenementen met uitingen of mensen. Eigenlijk vind ik hun een voorbeeld en dat ze op het gebied van marketingtechnisch iets wegzetten een goede prestatie hebben geleverd. Dan is het niet als platform, maar wel als organisatie zijnde.

6. Wat missen jullie als maatschappelijke organisatie zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Ik denk dat het redelijk compleet is. Ik ben een beetje zoekende aangaande het platform. Als dat is wat je wilde, wat moet daar dan nog voor gebeuren om daadwerkelijk zo'n platform te worden en waarom was dat zo belangrijk? Ik merk wel dat wij in de trajecten die we samen doen nog op bepaalde punten nog meer zouden kunnen betekenen. Met name op gebied van andere partijen erbij betrekken. Voorbeeld: Ramadantoernooi wat afgelopen jaar gezamenlijk gedraaid heeft. Daar hebben we dan de zelforganisatie verzorgd met meerdere partijen, maar nu komt de tweede editie eraan en dan moeten we gaan opletten. 'S-PORT heeft hier meer een kartrekkende rol in en we moeten zorgen dat we de zelforganisatie niet kwijtraken. Die andere partijen hebben in de uitvoering een minder goed lijntje met 'S-PORT en meer met ons. Als je zulke partijen binnen je platform echt aan je wilt binden dan zul je structureel moeten gaan investeren om deze clubs daadwerkelijk bij je te houden.

8.7.3 Antwoordschema intermediairs

Verenigingen	Scholen
• Voor verenigingen zorgt 'S-PORT voor verbinding, ondersteuning, advies, krachtenbundeling, aanvoer van kennis en het verzorgen van accommodaties voor verenigingen. • Platform wordt door verenigingen niet gezien. Het eerste deel van de oorspronkelijke betekenis met de kernwaarden herkennen ze wel, maar het tweede deel van de betekenis is voor hen onduidelijk. • Verenigingen zien 'S-PORT als meerwaarde op het gebied van ondersteuning, verbinding, uitbreiding connecties. • De bijdrage die verenigingen leveren zijn: deelname aan activiteiten, organisatie van activiteiten, ondersteunen andere verenigingen. • Verenigingen zien 'S-PORT als onderdeel van de gemeente • Verenigingen hebben de volgende middelen voorbij zien komen: E-mail, website, nieuwsbrief, Sjors Sportief. Branding is uitstekend met flyers, kleding, sleutelhangers. • Ze willen graag gebruik maken van de middelen van 'S-PORT, mits interessant en het iets oplevert. • Als kansen benadrukken ze: Social Media, Nieuwsbrieven en e-mails, PR	• Voor scholen is 'S-PORT is een organisatie (gemeente) die ondersteuning biedt om het sportklimaat op scholen te krijgen d.m.v. combinatiefunctionarissen. • Zij zien het platform uit de oorspronkelijke betekenis niet terug en het tweede deel aangaande de sportvisie is onduidelijk. De krachtenbundeling van de gemeente en intermediairs achten ze het belangrijkste. • In de betekenis moet terug komen dat 'S-PORT mensen laat bewegen en zorgt voor verbinding van partijen. Ze geven ook een punt van kritiek en zijn van mening dat 'S-PORT werkt nog gericht op de wijken moet werken. • De meerwaarde van 'S-PORT voor scholen is: 'S-PORT verbindt, creëert ingangen en ondersteunt door de combinatiefunctionarissen. • Organisatie van activiteiten en deelname aan 'S-PORT haar activiteiten is de bijdrage van scholen. • Scholen werken samen met 'S-PORT en voelen zich geen onderdeel van platform. • Scholen hebben de volgende middelen voorbij zien komen: Nieuwsbrief, website, posters, flyers. • Als kansen benadrukken de scholen: 'S-PORT applicatie, duidelijke papieren media en meer naschoolse activiteiten
Bedrijven	Maatschappelijke organisaties/Zorgpartners
• Voor bedrijven legt 'S-PORT (afdeling) de link tussen partijen en stimuleert uitbreiding zakelijk netwerk • Bedrijven zien het platform is minder terug, maar de rest van oorspronkelijke betekenis herkennen ze wel. • Ze geven de volgende betekenis aan 'S-PORT: " 'S-PORT koppelt vraag en aanbod en helpt hiermee partijen in de stad." • Bedrijven zien zich niet als onderdeel van het platform, maar als	• Zorgpartners zien 'S-PORT als een afdeling die samenwerkt met partijen om de stad te laten sporten en bewegen • Ze geven aan dat het platform is niet terug te zien en ze zich een partner voelen van 'S-PORT. • De meerwaarde van 'S-PORT voor zorgpartners is: 'S-PORT probeert mensen te laten bewegen en gezonder te laten leven. • In de toekomst moet er een verbetering komen op het gebied van jongeren

samenwerkingspartner. • Voor bedrijven ligt de meerwaarde op het gebied van uitbreiding van het zakelijk netwerk en het bieden van de gelegenheid om te helpen. • Zij zouden graag een betere versterking van het zakelijk netwerk terug zien. • Als bijdrage leveren zij manuren en expertise • Ze zien de Website, e-mails en de nieuwsbrief weleens voorbij komen. Ook willen ze graag gebruik maken van middelen van 'S-PORT. • Als kans benadrukken bedrijven de toepassing van een 'S-PORT applicatie.	• Als bijdrage brengen zorgpartners 'S-PORT in contact met moeilijk te bereiken doelgroep; Zij dragen bij aan de uitbreiding van het netwerk van 'S-PORT • Zij geven aan dat zij 'S-PORT zien door website, abri's, kleding, posters, flyers. • Ook laten ze blijken dat 'S-PORT goed bezig is en hoeft niet te veranderen. Zorgpartners zien 'S-PORT als voorbeeld op marketingtechnisch gebied.
---	---

8.8.Codering

8.8.1 Codering Intern

1. Theo Verhagen

Bureau: Beheer en Exploitatie

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Opmerking [M1]: Weinig in gebruik

Manier om jezelf ander te profileren.

S&R en niet 'S-PORT

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Theorie is mooi

'S-PORT is een mooie werkwijze voor collega's.

S&R en niet 'S-PORT

Twee beeldmerken aanwezig binnen organisatie → dubbel en onduidelijk

Opmerking [M3]: Hinken op twee gedachten. Verzinne iets nieuws, maar kunnen het ander ook niet loslaten

Afschaffen van een van de twee

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M4]: Positief over concept van het platform.

Eigen huisstijl zorgt voor nieuw, fris imago.

Probleem voor 'S-PORT: partijen willen via eigen huisstijl communiceren.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)

Opmerking [M5]: Verenigingen kennen 'S-PORT en hebben er ervaring mee.

Zien 'S-PORT niet als platform, maar als onderdeel van Sport en Bewegen.

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Opmerking [M6]: Profileren en promoten via 'S-PORT

Ondersteuning via 'S-PORT ('S-PORT SUPPORT)

Profijt van 'S-PORT zoals het nu werkt.

Gewenste meerwaarde:

Opmerking [M7]: Op eigen initiatief activiteiten organiseren a.h.v. 'S-PORT.

Duidelijk platform wat verenigingen kunnen gaan gebruiken in de toekomst.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Huidige bijdrage:

Opmerking [M8]: Momenteel alleen consumeren, ondernemen weinig actie en initiatieven.

Toekomst:

Opmerking [M9]: Grotere bijdrage. Meer dragen van het platform.

6. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

- 6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)**

Sport en Recreatie en 'S-PORT

Opmerking [M10]: Één team, ondanks dat we misschien anders naar buiten treden.

S&R faciliteert het platform 'S-PORT

'S-PORT en de gemeente

Opmerking [M11]: Weinig bekendheid over 'S-PORT binnen gemeente/ambtelijke organisatie.

Overige afdelingen weten niet wat 'S-PORT is of betekent.

7. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Opmerking [M12]: Nee. De mails bevatten het beeldmerk van 'S-PORT. Verder weinig promotie.

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Opmerking [M13]: Ja

Nieuwsfeiten komen bij mij of de collega's en deze spelen we dan door voor de nieuwsbrief.

Betere koppeling tussen interne en externe nieuwsbrief. Partijen het gevoel geven dat ze daadwerkelijk wat kunnen plaatsen

Hinken op twee gedachten.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Opmerking [M14]: Ja, ze willen zaken zelf ook delen om zichzelf te profileren.

Valt winst te behalen. Verenigingen moeten actiever worden.

Opmerking [M16]: Participatie hangt af van behoefte. Er moet behoefte zijn aan 'S-PORT. Partijen moeten er iets aan over kunnen houden.

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Opmerking [M15]: Social media. Applicaties/WhatsApp

Aantrekkelijker wanneer communicatie sneller gaat.

2. Ilvie van Schijndel

Bureau: Sport en Bewegen

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Opmerking [M1]: Onduidelijk

Treedt zelf naar buiten met Sport en Recreatie.

Eigen logo zorgt voor herkenbaarheid

50% spreekt naam verkeerd uit

'S-PORT ≠ aan Sport en Bewegen. Afdeling is overkoepelend, maar daaronder zit 'S-PORT.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Mooie gedachte en uitgangspositie.

Vereniging voelt en ziet zichzelf niet als onderdeel van platform 'S-PORT.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: Begrijpelijke gedachte en uitgangspositie.

Niet reëel.

Schuiven met betekenis

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)

Opmerking [M4]: Geen onderdeel van 'S-PORT. Geen noodzaak

Vereniging is vereniging;

Samenwerken met S&R om te verenigen

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Opmerking [M5]: Platform geen meerwaarde.
Vereniging doet eigending.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Momenteel

Opmerking [M6]: Promotie van hun sport in 's-Hertogenbosch.

Belangrijke functie; Niet noodzakelijk om vanuit 'S-PORT te vervullen. Eigen manier is net zo goed mogelijk.

Toekomst

Opmerking [M7]: Zullen nooit het platform 'S-PORT (gaan) zien.

Geen extra bijdrage

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Opmerking [M8]: Zien 'S-PORT vaker d.m.v. 'S-PORT SUPPORT. Zelfde huisstijl en schrijfwijze.

Platform om verenigingen diensten aan te bieden en deze sterker te maken.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Huidige meerwaarde

Opmerking [M9]: 'S-PORT SUPPORT is iets voor bedrijven. Platform voor support = meerwaarde

Meer herkenning dan verenigingen. Meer inzet voor 'S-PORT

Gewenste meerwaarde

Opmerking [M10]: Momenteel nuttig en aantrekkelijk platform voor sportstimulans

Geen verbetering nodig

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Huidige bijdrage

Opmerking [M11]: Gesloten beurs. Belangeloos 60 tot 80 uur per jaar aan manuren

Toekomst

Opmerking [M12]: Momenteel goede bijdrage. Onduidelijkheid over evt. Extra bijdrage.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Opmerking [M13]: Werken veelvuldig samen met 'S-PORT en 'S-PORT SUPPORT
Zien 'S-PORT eerder als platform, zichzelf als onderdeel.

- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M14]: Samenwerking met 'S-PORT is grootste meerwaarde
Elkaars boodschap versterken

Gewenste meerwaarde.

Opmerking [M15]: Huidige gang van zaken is prima.

- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M16]: Kennisoverdracht aandacht vragen voor problemen en activiteiten organisatie.

Toekomst.

Opmerking [M17]: Geen grotere bijdrage, maar betere verweving van huidige boodschap.

- 6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

- 6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en**

hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)

Opmerking [M18]: S&R en 'S-PORT wordt gezien als een en hetzelfde ding. Ben ik het mee eens. Mensen missen het uitvoerende orgaan: S+B

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Opmerking [M19]: Flyers en overige uitingen dragen het logo van 'S-PORT

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Opmerking [M20]: Onduidelijk. Partijen hebben eigen middelen.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Opmerking [M21]: Van belang dat 'S-PORT gehoord wordt of gewoon S+B dat onder S&R valt?

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Opmerking [M22]: Opletten met digitale communicatie.
Ouderen en aandachtswijken zijn niet altijd in bezit van internet.

3.Irfan Gadzo

Bureau: Sport en Bewegen, Verenigingsadviseur

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Opmerking [M1]: Niets meer dan merknaam.

Communiqueert zelf met S&R, niet met 'S-PORT.

Niks aan 'S-PORT gehad. Geen toegevoegde waarde

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

1.3

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Voorbij zien komen.
Nooit onthouden.

Mis het uitdragen van een waarde met de merknaam.

1.4 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M2]: Missen een slogan die een bepaalde waarde uitdraagt

Slogan die laat zien waarom 'S-PORT bestaat en waarvoor het staat. Momenteel onduidelijk voor Irfa.

Verenigingen

2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)

Opmerking [M3]: Verenigingen zien 'S-PORT als merk. Weten niet waarvoor het staat.

In de toekomst kan 'S-PORT meer uitdragen om zichzelf te verduidelijken. Meer directe communicatie met verenigingen vanuit 'S-PORT.

2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Opmerking [M4]: Momenteel onduidelijkheid wat verenigingen aan 'S-PORT hebben.

Momenteel is de meerwaarde van 'S-PORT onduidelijk.

Goede communicatiemiddelen moeten duidelijkheid verschaffen over wat 'S-PORT

2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M5]: Verenigingen zouden goede input kunnen geven, maar hebben momenteel geen mogelijkheid hiertoe.

Opmerking [M6]: Geen mogelijkheid om kritiek te leveren

Opmerking [M7]: Onderlinge versterking van verenigingen in 's-Hertogenbosch.

Delen van documenten na succesvolle activiteiten om elkaar te ondersteunen.

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Opmerking [M8]: 'S-PORT beter bekend bij scholen.
Prominenter aanwezig met middelen op scholen.
Scholen weten 'S-PORT makkelijker te vinden.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M9]: Samenwerking en bundeling van krachten.

Inzet van combinatiefunctionarissen op scholen.

Opmerking [M1]: Gewenst: betere koppeling tussen partijen binnen 'S-PORT.

Minder voorkauwen en meer uit handen geven.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M2]: Opzet van activiteiten

Geven combinatiefunctionarissen de ruimte om te werken

6. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)**

Opmerking [M1]: Onduidelijke wereld voor bijna iedereen.

Handvol mensen kunnen dit goed onderscheiden

'S-PORT is een merknaam waar te weinig mee wordt gedaan. Duidelijke waarde gaan uitdragen

7. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

- 7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Opmerking [M2]: Te weinig. Niet prominent aanwezig bij gesprekken.

Onduidelijkheid heeft aandeel in slechte uitdraging. Men weet niet wat voor boodschap ze moeten uitdragen

Raken huidige communicatiemiddelen hun doel?

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Opmerking [M1]: Nee. Dit zal tegen vallen.

Werknemers willen terugkoppeling over huidige gang van zaken.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Opmerking [M2]: Ja

Aantrekkelijkheid moet omhoog om dit te bereiken.

Doelgroepen moeten er iets aan hebben en over kunnen houden.

8. Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT

Opmerking [M1]: Social media en website.

Prominentere aanwezigheid op drukke punten in 's-Hertogenbosch.

Herkenbaarheid en zichtbaarheid creëren door communicatiemiddelen.

4.Elise Rasenberg-Sleven

Bureau: Ondersteuning; Coördinatie, Communicatie, PR

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Opmerking [M1]: Werk.

Gelegenheid tot uitzet van communicatie en acties. Helpen om partijen hun doelstellingen te bereiken.

1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M1]: Proberen ons digitaal volgens de oorspronkelijke betekenis te gedragen.

Probleemfactor: Ontstaan van 'medewerkers van 'S-PORT'.

'S-PORT is een communicatieconcept geworden.

Platform idee waar partijen elkaar ondersteunen is niet uit de verf gekomen.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M1]: Onduidelijk. Komt voort uit jouw onderzoek.

Als platform willen fungeren of blijven zoals we nu zijn?

Behoeft is voorafgaand niet voldoende vastgesteld

Onze beginfunctie is nu wat achterhaald (informatieverstrekker).

'S-PORT moet hetgeen zijn waar partijen behoefte aan hebben.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)

Opmerking [M1]: Leuke club van S&R en de gemeente 's-Hertogenbosch.

De club waar verenigingen terecht kunnen voor steun, kennis, verbinding en om te netwerken.

Verenigingen weten 'S-PORT te vinden vanwege ons gedrag.

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (**Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ**)

Opmerking [M1]: Verbinding, het bouwen van bruggen tussen partijen.

Hulpverlening bij problemen.

'S-PORT dient als informatieverstrekker richting verenigingen

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (**Denk aan kennisoverdracht, activiteiten**)

organiseren en aandacht voor sporten creëren

Opmerking [M2]: Samenwerking op het gebied van sportstimulering.

(primair doel: meer mensen laten sporten en bewegen).

Aanbieden van activiteiten bij overige partijen.

Openstelling accommodaties.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Opmerking [M1]:

Ouders en kinderen:

'S-PORT is de organisatie die leuke dingen op school organiseert.

Schoolmedewerkers.

Onderdeel van Sport en Recreatie.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M2]: Gebruik van combinatiefunctionarissen vanuit 'S-PORT. Delen kennis, expertise en zorgen voor sportstimulatie.

Profilering via 'S-PORT naar de gemeenschap.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M3]: Bijdrage aan het bereiken van onze doelstellingen door te bewegen en sporten op school.

Gebeurt te weinig, moet in de toekomst meer gebeuren.

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Opmerking [M4]: 'S-PORT in de zin van 'S-PORT SUPPORT.

Een goed initiatief voor bedrijven in de stad om verbinding te krijgen met overige partijen en hun expertise te delen.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M1]: 'S-PORT biedt de mogelijkheid tot hulpverlening bij probleemstukken.

'S-PORT biedt hen de mogelijkheid om te netwerken.

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M2]: Manuren en expertise.

Hulpverlening aan overige partijen binnen 'S-PORT om de aanwezige problemen op te lossen.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Opmerking [M3]: 'S-PORT is een communicatiemiddel voor MO's om hun doelgroep te bereiken.

- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M1]: 'S-PORT is een hulpmiddel om hun doelgroep te bereiken en te ondersteunen.

'S-PORT is een manier voor organisaties om zich positief te profileren.

- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M2]: Maatschappelijke organisaties zoeken actief de samenwerking met 'S-PORT.

- 6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

- 6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)**

Opmerking [M1]: Intern wordt 'S-PORT gezien als equivalent van Sport en Recreatie.

- 7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Opmerking [M2]: Ja, is onze taak

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Opmerking [M3]: Vroeger wel, nu niet meer. Is helaas niet gelukt om verenigingen actief gebruik te laten maken.

Het moet relevant zijn voor de doelgroepen om hiervan gebruik te maken.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Opmerking [M1]: Wellicht, maar dan moet het wel relevant zijn.

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Opmerking [M2]: Social media

5. Rianne Bieckmann-Rijkers

Bureau: Sport en Bewegen, Hoofd bureau S+B

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Opmerking [M1]: Positief initiatief. Als merk een boost gegeven.

Intern herkenbaar en extern voor bekendheid gezorgd.

Schuldig aan onduidelijkheid. Onszelf werknemers van 'S-PORT genoemd.

Platform waar partijen zich vereenzelvigen is 'S-PORT niet helemaal.

'S-PORT heeft echter wel voor een betere samenwerking gezorgd.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Mooie omschrijving. Dit is wat 'S-PORT moet zijn. Samenwerking is zeer duidelijk terug te zien.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: Huidige betekenis is perfect

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)

Opmerking [M4]: 'S-PORT wordt gezien als iets gemeentelijks.

Verenigingen zien zichzelf niet als onderdeel van 'S-PORT.

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Opmerking [M5]: Verenigingsondersteuning. Opgeboden als bestuur, activiteitenorganisatie, werving of via 'S-PORT SUPPORT.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M6]: Zij zijn de sport in 's-Hertogenbosch. De spil van ons initiatief.

Toekomst: sterkere samenwerking

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Opmerking [M1]: Gemeentelijke organisatie.

'S-PORT denkt mee en voorziet van adviezen.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M2]: Ondersteuning in het promoten van sporten en bewegen.

Levering van aanbod.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Basisonderwijs

Opmerking [M3]: Ruimte voor samenwerking en vakdocenten om hun werk te doen.

Voortgezet onderwijs.

Opmerking [M4]: Tijdaanbod. Zij dragen bij door tijd en moeite te steken in het helpen promoten van sport/'S-PORT in de stad.

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Opmerking [M1]: Meest in de buurt van oorspronkelijke betekenis. Weten het best wat we doen.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M2]: 'S-PORT biedt bedrijven de mogelijkheid om hun expertise te delen met de partijen die specifiek iets nodig hebben.

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M1]: Zij dragen gemiddeld 60 manuren bij aan 'S-PORT.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Opmerking [M2]: Gemeentelijke organisatie

- 5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M3]: Ondersteuning bij activiteitenorganisatie en de totale samenwerking.

- 5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M1]: Organiseren van activiteiten en uitdraging van initiatieven.

- 6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

- 6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. **(→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.)**

Opmerking [M2]: Medewerkers van de gemeente weten dat 'S-PORT onderdeel is van S&R

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Opmerking [M3]: Ja

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Opmerking [M4]: Ja.
Social media wordt gebruikt.

'S-PORT mag meer naar buiten brengen en de vindbaarheid moet beter.

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Opmerking [M1]: Ja. Als de aantrekkelijkheid en het belang wordt gestimuleerd dan willen ze gebruik maken van middelen van 'S-PORT

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Opmerking [M2]: Website en Social media.
Sjors Sportief boekje.

6. Eric Verhofstadt

Bureau: Beleid en Strategie; DUO, beleid en project begeleiden.

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

Bureau

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bureau?

Opmerking [M1]: Gemeentelijke website voor sport en samenwerkingen.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: *'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.*

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Gedachte is nog steeds prima.

Problemen gedurende het proces:
 'S-PORT is Sport en Bewegen en niet een platform
 Gemeente gebruikt 'S-PORT als enige als platform en is te veel iets van S&R geworden.
 Gemeente zelf heeft 'S-PORT als organisatie weggezet.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M1]: Huidige betekenis is goed.

Verenigingen

- 2.1 Heb je veel te maken met verenigingen? Wat is de betekenis van 'S-PORT bij verenigingen volgens jou? (Hoe zien zij 'S-PORT en wat denken zij dat het inhoudt?)

Opmerking [M2]: 'S-PORT is een onderdeel van gemeente 's-Hertogenbosch. Geen platform

- 2.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze verenigingen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)**

Opmerking [M3]: Informatiemedium

Opmerking [M1]: Momenteel niet bezig met gewenste meerwaarde van 'S-PORT.
 Hoofd boven water houden heeft prioriteit.

Verwachtingen vanuit gemeente te hoog?
 Partijen prefereren gemeentelijke ondersteuning.

- 2.3 Wat dragen deze verenigingen bij aan 'S-PORT volgens jou en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M1]: Momenteel kleine bijdrage door gebrek aan capaciteit en eigen problemen.

Gewenste bijdrage: Gebruik platform en gezamenlijke ondersteuning.

Scholen

- 3.1 Heb je veel te maken met scholen (Voortgezet of Primair)? Hoe zien deze scholen 'S-PORT en wat voor betekenis heeft 'S-PORT voor hen denk je? Wordt er door scholen veel gebruik gemaakt van 'S-PORT en zien zij het als een positief of negatief initiatief?

Opmerking [M1]: 'S-PORT is een onderdeel van gemeente 's-Hertogenbosch.

- 3.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze scholen en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M2]: 'S-PORT biedt expertise van combinatiefunctionarissen.

Blijvende ontwikkeling van kennis bij functionarissen en hierdoor ook bij de leerlingen.

- 3.3 Wat dragen deze scholen bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M3]: Scholen zijn de vindplaats en speerpunt.

Op scholen zijn kinderen die we aan het bewegen moeten krijgen.

Bedrijven

- 4.1 Heb je veel te maken met het bedrijfsleven? Wat is het beeld dat zij van 'S-PORT hebben en hoe maken zij hier gebruik van volgens jou? Zien ze het initiatief als positief of negatief?

Opmerking [M1]: 'S-PORT ≠ 'S-PORT SUPPORT.

- 4.2 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor deze bedrijven en wat zou de gewenste meerwaarde kunnen voor hen kunnen zijn? **(Profileren of promotie via 'S-PORT)**

Opmerking [M2]: 'S-PORT biedt de mogelijkheid om te netwerken en de sportontwikkeling in 's-Hertogenbosch te stimuleren.

Gewenste meerwaarde:

Opmerking [M3]: Gewenst: Meer ruimte voor zakelijke ontwikkeling en profilering.

- 4.3 Wat dragen deze bedrijven bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? **(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren)**

Opmerking [M4]: Manuren.

Toekomst: Actiever bijdragen in het platform om niet commerciële groepen te ondersteunen.

Maatschappelijke organisaties

- 5.1 Heb je veel te maken met maatschappelijke organisaties? Wat betekent 'S-PORT voor hen en hoe zien zij het initiatief volgens jou? Is het nuttig of is het voor hen niet van toepassing?

Opmerking [M1]: 'S-PORT is een onderdeel van gemeente 's-Hertogenbosch.

5.2 Wat is de meerwaarde van 'S-PORT voor deze maatschappelijke organisaties en wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn? (**Profileren of promotie via 'S-PORT**)

Opmerking [M2]: Profilering via 'S-PORT in de stad.
Promoten eigen organisatie via samenwerking met 'S-PORT.

5.3 Wat dragen deze maatschappelijke organisaties bij aan 'S-PORT en wat zouden zij nog meer bij kunnen dragen in de toekomst? (**Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren**)

Opmerking [M1]: Een samenwerking gericht op event- en activiteitenorganisatie

6 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente en de afdeling S&R?

6.1 .We hebben het nu over het platform 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de afdeling Sport en Recreatie. (**→ Duidelijk opletten of mensen het zien als 1 en hetzelfde ding of dat ze denken dat de afdeling dient als organisatie die alles faciliteert.**)

Opmerking [M2]: Intern: Men ziet het als onderdeel binnen Sport en Recreatie of als naam voor S+B

Gemeente: Men kent het niet of zien het als S&R

7 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT momenteel ondersteund?

7.1 Wordt er door jouw bureau veel gepromoot met 'S-PORT?

Opmerking [M1]: Nee

7.2 Maken de partijen waar jij mee te maken hebt gebruik van onze communicatiemiddelen?

Opmerking [M2]: Onbekend.
Verleden mondjesmaat

7.3 Zouden zij meer gebruik willen maken van de communicatiemiddelen van 'S-PORT denk je?

Opmerking [M1]: Ja.
Behoeft + aantrekkelijke en nuttige middelen

8 Welke communicatiemiddelen worden geprefereerd door de betrokken partijen van 'S-PORT denk je? Welke middelen zou jij liever gebruiken binnen 'S-PORT?

Opmerking [M2]: Primair social media en digitale middelen.
Innovatief zijn.

Secundair: Flyers en posters voor partijen die deze wens hebben.

Middelen moeten het initiatief ondersteunen en duidelijk uitdragen.

8.8.2 Codering Extern

1. Tom Stroosnijder

Verenging: OJC Rosmalen

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?
 - 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: 'S-PORT is een verbinding tussen partijen. Tevens bieden ze ondersteuning aan clubs

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Deze betekenis dekt de lading van 'S-PORT. Het partnerschap, verbindingen leggen tussen partijen. Tweede deel herken ik wel, maar andere verenigingen niet.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: Aanvulling op betekenis: advies geven en verbinden van partijen. Adviesrol en het leggen van verbindingen moet terug te vinden zijn in de betekenis.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?
 - 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

Opmerking [M1]: 'S-PORT zorgt voor verbinding tussen verenigingen en de gemeente. Tevens zorgen zij ondersteuning en hulp.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?
(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M2]: Geen gewenste meerwaarde. Momenteel prima.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?
(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M1]: Ondersteunen en helpen van andere verenigingen met problemen. Organiseren van activiteiten voor de inwoners (maatschappelijke betrokkenheid tonen)

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M1]: 'S-PORT is geen officieel onderdeel van de gemeente. Voordeel of nadeel? Gemeentelijk imago is niet altijd even goed. Opereren met een nieuw logo kan voordelig zijn. Velen zien het als iets van de gemeente, maar vinden het niet erg. Moet je dan wel het platform idee doorzetten?

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M2]: Platform word je lid van, Dat zijn we niet van 'S-PORT dus nee. We werken samen.

Andere partijen

Opmerking [M3]: Ja, andere partijen zien we wel als partner. Uiteindelijk heeft iedereen hetzelfde belang.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: Website, Branding is uitstekend: Kleding, sleutelhangers, flyers.

Online liggen er mogelijkheden om meer tot een kennisomgeving te komen. Een plek waar partijen informatie kunnen vinden en downloaden over hoe ze een probleem moeten aanpakken.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Ja, mits het interessant voor ons is.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M1]: PR, op persoonlijk vlak moet je als vereniging zijnde mensen blijven benaderen.

Voor de gemeente: een slogan die de lading dekt en meerwaarde van 'S-PORT toont.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M2]: Een online platform waar verenigingen zelf informatie kunnen vinden.

2. Hanne Daanen

Vereniging: HC Den Bosch

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?
 - 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: 'S-PORT ondersteunt, helpt op niet hockey-gerelateerd gebied. Daarnaast verbindt 'S-PORT

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Platform is vaag. Veel verenigingen weten niet wat hun probleem is en wat ze dan met een platform aanmoeten. Samenwerken is waardevol. Sportvisie wordt niet herkend. Verenigingen willen liever de eigen visie uitdragen.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: Definitie die laat zien wat 'S-PORT doet en waar ze voor staan.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

Opmerking [M1]: Input van kennis en verbinding met andere organisaties

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profilering of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M2]: Versterking van verbinding.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M3]: Dragen bij aan de uitvoering van de Sportvisie. Ondernemen in 's-Hertogenbosch. Toegevoegde waarde in de maatschappij.

3 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

3.1 We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT

Opmerking [M1]: 'S-PORT en Sport en Recreatie zijn hetzelfde.
'S-PORT is een afdeling of het uitvoeringsorgaan van Sport en Recreatie
Geen probleem dat 'S-PORT onderdeel van de gemeente is.

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M2]: Geen onderdeel, partner.

4 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: 'S-PORTCAFÉ

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Alleen als het nuttig is voor de vereniging.

5 Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M3]: Manuren gericht op inbreng van kennis, verbinding en uitvoering.
Communicatie: Social Media

6 Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M4]: 'S-PORT is versterkt en dit is positief.
HC Den Bosch groeit en heeft 'S-PORT nodig. Als 'S-PORT met hen meegroeit zou dit fijn zijn.

3. Jaco Wijsman

Vereniging: BC Sjut

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: 'S-PORT helpt verenigingen die met problemen kampen
Helpt ideeën/oplossingen te vinden.
Contacten leggen tussen partijen.

1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van***

gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M1]: In de ogen van de gemeente een goede betekenis. Positief initiatief en momenteel een sterk groeimodel.

Krachten bundeling om sport beter op de kaart te zetten is zeer positief.

Tweede deel met gelijkwaardigheid en sportvisie is onduidelijk.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M2]: 'S-PORT is partijen die hun krachten bundelen om de sport beter op de kaart te zetten. Het samenbrengen van mensen, interactie bevorderen waardoor je sterkere beleving hebt op sportgebied en tegelijkertijd je gezondheid helpt.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

Opmerking [M3]: Meerwaarde moet nog gaan blijken.

Positief op gebied van samenbrengen van partijen en ondersteunen, promotie en profilering.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M4]: Nog meer kansen creëren en jezelf kunnen promoten als vereniging zijnde.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M1]: Aanwezigheid bij bijeenkomsten, Meedenken en meepraten over oplossingen.

Toekomst:

Opmerking [M2]: We zijn een kleine club, lastig om nog meer te doen.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M1]: 'S-PORT is een onderdeel van de gemeente.

Echter geen eenheid binnen de gemeente. Men wijst snel naar elkaar.

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M2]: Nee.
Onze deelname en bijdrage laat zien dat we onszelf hier wel onderdeel van willen voelen.
Zien overige partijen ook niet als partners momenteel.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M3]: e-mails en website.
Zichtbaarheid van 'S-PORT is beperkt bij BC Sijst.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M4]: Ja, mits er positieve resultaten volgen.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M1]: Steeds meer jeugd aanwezig bij BC Sijst, maar ouderen zijn er ook voldoende.
Social media voor de jeugd
Ouderen hebben meer baat bij traditionele media en e-mails.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M2]: Clubniveau: versterking en grotere interactie tussen sportactiviteiten en sociale activiteiten.
Stedelijk niveau: Meer interactiviteit tussen verenigingen en zichtbaarheid creëren.

4. Bob van Veen

Vereniging: RKVV Wilhelmina

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: Kennisdrager, opleidingsinstituut en begeleider.

1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Platform zie ik niet terug.
Deel 2 is onduidelijk

Het moet georganiseerd blijven vanuit de gemeente, zodat je aan kunt blijven kloppen en samen kunt werken.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: 'S-PORT moet dienen als kennisdrager, ~~faciliteerder~~, en verbinder. Daar valt nog winst te behalen.

Uitvoering is niet voor hen, maar het verbinden voorafgaand wel.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

Opmerking [M1]: Het samenbrengen van verenigingen met andere partijen om problemen op te lossen.

Verenigingscoach is een meerwaarde, maar daar hebben we nog niet genoeg gebruik van gemaakt.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M2]: Het leren van verenigingen om te besturen met een visie. Meer verbinden en nog beter faciliteren in de toekomst.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M1]: Openstellen van faciliteit.
Deelname aan activiteiten.

Toekomst: nog meer activiteiten faciliteren of clubs onderdak bieden.
Sterker samenwerken met 'S-PORT om beleidskeuzes te maken. Dit geeft ons bestaansrecht en betere positionering.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M1]: 'S-PORT en de gemeente zijn twee verschillende dingen. 'S-PORT is de zachte kant en de gemeente de zakelijke/harde kant.

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M2]: Niet echt. Meer een samenwerking waar we af en toe gebruik van maken. Het is nog op lost/vast basis.

'S-PORT moet een katrekkende rol blijven vervullen.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M3]: Nieuwsbrieven, e-mails, af en toe ~~bezoeken~~.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M4]: Er moet een meerwaarde zijn. Nee, eigen communicatie heeft de voorkeur.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M1]: Een goede website, social media. Instagram is met name een middel waar ik graag iets mee wil gaan doen qua ~~expansie~~ en interesse binnen de doelgroepen.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M2]: Het laten leven van de sportvisie bij verenigingen, samen betere invulling geven aan de maatschappelijke rol en meer synergie creëren tussen verenigingen.

5. Joost van Kempen

Vereniging: Bossche Reddingsbrigade

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw vereniging? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: Nu duidelijker dan aantal jaar geleden.
'S-PORT is de externe naam

'S-PORT is de club binnen de gemeente waar we het meeste contact mee hebben
'S-PORT is de vlag over iets wat uit meerdere dingen bestaat.

Samenwerking met 'S-PORT, accommodatie huren van 'S-PORT, we maken gebruik van verenigingsondersteuning

1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: **'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen**

om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: 'S-PORT nooit gezien als platform, maar fysieke organisatie met een hipper naam en logo om te communiceren richting de jeugd en sporters

Externe naam voor Sport en Recreatie.

Betekenis: eerste deel is wel terug te zien, tweede deel niet.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M1]: Definitie moet bestaan uit krachten bundelen en samenwerken.
Gemeente moet echter ook een rol blijven spelen en niet weglopen van verantwoordelijkheden.

Compleet loslaten van het platform is verkeerd.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw vereniging?

Opmerking [M1]: Meerwaarde op gebied van uitvoering.
Verenigingsondersteuning op het gebied van ledenwerving en 'S-PORT SUPPORT.
Verbinden van partijen en connecties leggen.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde voor hen kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M2]: In de toekomst zou een betere samenwerking/progressie op het gebied van relatiebemiddeling gewenst zijn.

Gemeente moet meer als vertegenwoordiger van verenigingen dienen bij problemen met accommodaties.

- 2.3 Wat draagt je vereniging bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M1]: Bereidheid om S&R te helpen met onderzoeken/gesprekken als deze.
Leidende rol in overleggen met andere clubs.
Deelname in het krachten bundelen van partijen binnen de zwemwereld.
Deelname aan evenementen ontwikkeld door 'S-PORT.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en verenigingen?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M2]: 'S-PORT is het merk waarmee S&R naar buiten treedt en communiceert met de doelgroepen.

Ik heb het idee dat ik contact heb met een fysieke organisatie en geen platform.

3.2 Voelen jullie je als vereniging onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M3]: We voelen ons geen onderdeel van 'S-PORT.

We werken samen met 'S-PORT, maar hebben voldoende zaken die we ondernemen welke niets met 'S-PORT te maken hebben.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: E-mail, telefonisch contact. Website en Sjors Sportief.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Ja, wanneer het nuttig is voor onze vereniging.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als vereniging. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M3]: Lastig om andere middelen toe te passen vanwege leeftijdsverschil binnen vereniging.

E-mail is het enige wat bij iedereen binnen komt.

6. Wat missen jullie als vereniging zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M1]: Op uitvoeringsniveau zou 'S-PORT nog meer als platform kunnen dienen.

De samenwerking tussen partijen kan nog beter gemaakt worden.

Intern kan het onderling contact ook beter.

Positief: In vergelijking met andere gemeenten doet 's-Hertogenbosch het hartstikke goed.

6. Niels Hulsen

School: Helicon

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw school? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: Helicon maakt veel gebruik van combinatiefunctionarissen.

'S-PORT ondersteunt om het sportklimaat op scholen te krijgen

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Aantal partijen binnen de definitie gelden voor ons minder.

Wij richten ons ook op leerlingen die geen sport beoefenen en deze aan het bewegen te krijgen.

'S-PORT is voor ons geen platform.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: Het laten bewegen van iedereen in de stad en het leggen van contacten met andere partijen. Dit zijn zaken die belangrijk zijn voor ons.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw school?

Opmerking [M1]: 'S-PORT legt contacten en creëert ingangen bij andere partijen waar we activiteiten kunnen organiseren.

'S-PORT ondersteunt door de matches met bedrijven die ze verzorgen.

'S-PORT helpt met het promoten van evenementen en onbekende sporten die we willen tonen.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor jullie school kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M2]: Momenteel prima. Dit moeten we draaiende houden.

- 2.3 Wat dragen jullie als school bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M1]: We organiseren activiteiten en toernooien. Deelname aan activiteiten die 'S-PORT organiseert.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en Scholen?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M2]: 'S-PORT is een organisatie binnen de gemeente welke contact legt tussen scholen, verenigingen en bedrijven.

- 3.2 Voelen jullie je als school onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M3]: We worden betrokken en werken samen.

Overige partijen zien we als partners. We maken gebruik van hun diensten, maar dit loopt wel via 'S-PORT.

'S-PORT, als organisatie, legt de link tussen de partijen d.m.v. hun contactenbase.

Als zij naar het platform idee willen dan gaan we daarin mee. Wie zijn wij om daar nee tegen te zeggen.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

- 4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: Mails, Flyers, Posters

- 4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Ja, als het bruikbaar is voor ons.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als school. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M3]: Social media voor kinderen.
Een applicatie zou ideaal zijn voor ons als school.
Zo kunnen we direct een oproep plaatsen bij een probleem en 'S-PORT biedt dan zijn contacten aan om hier direct op te kunnen reageren.

6. Wat missen jullie als school zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M4]: Niks.

7. Rene Dullaart

School: BBS de Kruiskamp

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

- 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw school? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: Scholen leggen nadruk op bewegen en gezonde voeding.

Kinderen met overgewicht zijn de doelgroep. Primair doel is om deze te laten bewegen.

Vanuit eigen organisatie, maar ook in samenwerking met 'S-PORT.

'S-PORT stelt combinatiefunctionarissen beschikbaar en ontwikkelen activiteiten m.b.t. beweging en gezonde voeding.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M1]: Het belangrijkste aspect is krachten bundelen.

Onduidelijkheid in communicatie zorgt ervoor dat krachtenbundeling niet voldoende tot zijn recht komt.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M2]: Meer Wijkgericht werken.

Doelstelling is Sportstad, om dit te bereiken moet je erg aanwezig zijn in de wijken van je stad.

'S-PORT meer richten op wijken en misschien minder op verenigingen.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw school?

Opmerking [M3]: 'S-PORT ondersteunt door combinatiefunctionarissen beschikbaar te stellen welke activiteiten organiseren voor doelgroepen.

Deze personen worden ook deels door scholen betaald.

Combinatiefunctionarissen weten niet veel over elkaars werkzaamheden.

Combinatiefunctionarissen moeten wijk gericht kunnen werken, niet alleen op 1 vlak.

Idee van platform is goed initiatief, maar alles moet vele malen beter.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor jullie school kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M1]: Meer activiteit aangaande naschoolse activiteiten organiseren.

Meer sportmogelijkheden faciliteren waar geen lidmaatschap voor nodig is.

2.3 Wat dragen jullie als school bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M2]: Functie in Stuurgroep van Sportpunt West. Vanuit hier help ik inwoners gezond te krijgen.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en Scholen?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M1]: Sport is een onderdeel van S&R.

Medewerkers van 'S-PORT denken te veel in hokjes.

3.2 Voelen jullie je als school onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij?

Opmerking [M2]: Persoonlijk vlak: ja. Vanwege Sportpunt West en hier werken we samen met 'S-PORT.

Andere partijen:

Opmerking [M3]: Nee. Andere situatie voor overige partijen. Eigen belang gaat voor.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: Website (goede website, maar moeilijk te vinden als je niet weet wat je zoekt)
Nieuwsbrief, sportkalender.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Ja. Momenteel doen gebeurt dit al en in de toekomst willen we dat ook.

'S-PORT moet voorzichtig zijn met de inzet van middelen: structurele zijn prima. Middelen zonder echt doeleinde niet.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als school. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M1]: Geen extra middelen nodig.

Noot: Papieren middelen zijn belangrijk aangezien niet iedereen in de wijken internet (kan) gebruiken.

6. Wat missen jullie als school zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M2]: Meer aandacht voor naschoolse activiteiten. Elke dag moet er iets georganiseerd worden en samengewerkt worden met omliggende verenigingen.

8. Stefan van Ham

Bedrijf: Lift-off

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?
 - 1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw bedrijf? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: 'S-PORT is de organisatie die voor ons de link legt tussen bedrijven en partijen om probleemstukken op te lossen.

Zij zorgen tevens voor de uitbreiding van ons zakelijke netwerk.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Deel 1 is terug te zien en is goed.

Deel 2 niet goed en niet terug te zien.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M3]: 'S-PORT is iets waar vraag en aanbod wordt gekoppeld en verenigingen/scholen de mogelijkheid biedt om expertise in huis te halen wat anders onbereikbaar zou zijn.

2. Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw bedrijf?

Opmerking [M1]: Uitbreiding van netwerk op zakelijk en verenigingsniveau.

'S-PORT biedt me de mogelijkheid om mijn expertise te laten zien: een showcase.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde 'S-PORT voor jullie als bedrijf kunnen zijn?
(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M2]: Versterking van het zakelijke aspect aangaande de opbouw van een netwerk.

- 2.3 Wat dragen jullie als bedrijf bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M3]: Mijn bedrijf draagt bij door manuren en expertise beschikbaar te stellen.

3. Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en bedrijven?

3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M1]: 'S-PORT is een afdeling binnen de gemeente 's-Hertogenbosch.

3.2 Voelen jullie je als bedrijf onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij?
Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M2]: Nee, niet echt. Bedrijven zouden wat meer betrokken mogen worden naast de tijd dat ze projecten doen. Ik wil graag mijn netwerk uitbreiden en dan wil ik graag meer betrokken worden.

4. Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: Website, e-mails, nieuwsbrief.

4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Ja, dat wil ik wel. De zakelijke kant is belangrijk en ik wil me graag laten zien aan een zo groot mogelijke groep medeondernemers laten zien.

5. Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als bedrijf. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M1]: Applicatie. App is interessant voor een groot deel van de doelgroepen van 'S-PORT. Tevens geeft het de gemeente informatie aan de achterkant

6. Wat missen jullie als bedrijf zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M2]: Applicatie. Leden kunnen elkaar makkelijk opzoeken, verenigingen hun problemen plaatsen en bedrijven hierop reageren.

9. Marlies Molenaar

Organisatie: Divers

1. Wat de huidige betekenis van 'S-PORT bij de betrokken partijen? Wat houdt het in, waar staat het voor en wat voor doel heeft het?

1.1 Wat betekent 'S-PORT voor jou en jouw organisatie? Wat is de betekenis, Hoe zien jullie 'S-PORT en wat houdt het in?

Opmerking [M1]: 'S-PORT is voor Divers een afdeling waar men probeert om mensen aan het sporten te krijgen. Hierbij betrekken ze bedrijven en proberen ze actief de sportvisie van 's-Hertogenbosch uit te dragen.

- 1.2 De oorspronkelijke betekenis van 'S-PORT is: ***'S-PORT is een platform, waarin (top) sporters, vrijwilligers, verenigingen, bedrijven en organisaties hun krachten bundelen om van 's-Hertogenbosch een echte sportstad te maken door op basis van gelijkwaardigheid samen uitvoering te geven aan de sportvisie.***

Wat vind je van deze betekenis? Lijkt deze op die van jou en welke vind je beter?

Opmerking [M2]: Het platform zie ik minder terug.

'S-PORT is actief in het veld om mensen aan het sporten en bewegen te krijgen, maar hebben niks uit handen gegeven.

Initiatief Citytrainers rechtvaardigt deels van het platform idee.

- 1.3 Wat zou in jouw ogen de betekenis van 'S-PORT moeten zijn? (kun je eventueel zelf een definitie bedenken of wat mis je in de huidige definitie?)

Opmerking [M1]: Positief over de huidige gang van zaken en dat 'S-PORT op meerdere niveaus uitgevoerd wordt.

Platform is misschien niet realistisch.

'S-PORT is nu en in het verleden goed bezig geweest.

- 2 Wat is de huidige en gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor de betrokken partijen?

- 2.1 Wat is de huidige meerwaarde van 'S-PORT voor jouw organisatie?

Opmerking [M2]: 'S-PORT en Divers hebben gedeelde doelgroepen.

'S-PORT probeert samen mensen aan het bewegen te krijgen en bewuster te maken van een gezondere levensstijl.

- 2.2 Wat zou de gewenste meerwaarde van 'S-PORT voor jullie als maatschappelijke organisatie kunnen zijn?

(Profileren of promotie via 'S-PORT, ondersteuning via 'S-PORT SUPPORT en 'S-PORT CAFÉ)

Opmerking [M1]: Momenteel is 'S-PORT goed verankerd en de focus moet blijven liggen op sporten en bewegen.

1 punt van verbetering.

Verbetering in de samenwerking op het gebied van jongeren.

- 2.3 Wat draagt deze organisatie bij aan 'S-PORT volgens jou? Zouden jullie in de toekomst wellicht nog meer bij kunnen dragen?

(Denk aan kennisoverdracht, activiteiten organiseren en aandacht voor sporten creëren).

Opmerking [M2]: Brengen 'S-PORT in contact met mensen die niet sporten. Hulp bij uitbreiding van het netwerk van 'S-PORT.

- 3 Wat is de relatie tussen 'S-PORT, gemeente, afdeling S&R en maatschappelijke organisaties?

- 3.1 .We hebben het nu over het 'S-PORT gehad. Wat is volgens jou de relatie tussen 'S-PORT en de gemeente. (Is het een en hetzelfde of is de gemeente juist de partij die alles

vanachter de schermen faciliteert voor 'S-PORT?)

Opmerking [M1]: Afdeling binnen de gemeente.

- 3.2 Voelen jullie je als organisatie onderdeel van 'S-PORT of is het als het ware een andere partij? Zo ja, zien jullie de overige betrokken partijen als partners of niet?

Opmerking [M2]: Partner waarmee we samenwerken.

We zien 'S-PORT niet als platform waarmee we mensen aan het bewegen willen krijgen.

- 4 Via welke communicatiemiddelen wordt 'S-PORT ondersteund?

- 4.1 Welke communicatiemiddelen van 'S-PORT zie je weleens voorbij komen?

Opmerking [M1]: Social media. Website. Abri's, Sjoers Sportief, Posters, flyers.

- 4.2 Zou je in de toekomst gebruik willen maken van een van deze middelen? Middelen die men binnen de gemeente ter promotie van 'S-PORT gebruikt.

Opmerking [M2]: Nee, d.m.v. samenwerking gebeurt dit al.

Tevens andere focuspunten dan verenigingen en scholen dus 'S-PORT haar middelen zijn minder interessant.

- 5 Zijn er misschien nog andere middelen die interessant zijn voor jullie als organisatie. Middelen die jullie het liefst zouden willen gebruiken?

Opmerking [M1]: Nee. 'S-PORT is momenteel een voorbeeld voor ons op het gebied van marketingtechnische positionering.

- 6 Wat missen jullie als maatschappelijke organisatie zijnde nog aan 'S-PORT? Wat zou het beter kunnen maken voor jullie?

Opmerking [M2]: Redelijk compleet.

Is het belangrijk om richting het platform te gaan?

8.9 Soorten concepten

Effectconcept	Associatieconcept	Explicatieconcept	Vergelijkingsconcept
Geef aan welk positieve effect het product heeft voor de consument; dit kan ook een positief sociaal effect zijn (zoals status verhoging), of een negatief effect wanneer het product niet wordt gebruikt.	Breng het product in verband met iets anders, een actualiteit of een sfeerbeeld.	Geef uitleg over een bepaalde producteigenschap; samenstelling van het product of wijze waarop het is gemaakt.	Vergelijk het product met andere producten, bijvoorbeeld vergelijkende reclame.

8.10 Concepten en ideeën

De nummers 1 t/m 5 staan in het teken van het denkproces dat de basis heeft gevormd voor de uitwerking van de ideeën. Nummers 6 t/m 8 zijn de uitgewerkte varianten.

1.

SPORT = Beweging

SPORT

SPORT

Dus Italic lettertype

SPORT = Connects

S-PORT

Waarom is de S buitengesloten van het woord sport?

Dit is juist niet connected. Het streepje verbind nog enigzins...



Geen kapitalen gebruiken voor ondertitel/slagzin.
Is te schreewerig voor een logo

2. Huidige logo's

Oud logo



Kleurenschema



3. Kernwaarden

Nieuwe uitstraling:

- * Verbindt
- * Ondersteunt
- * Adviseert
- * Stimuleert
- * Ontwikkelt

SPORT

SPORT

Dus Italic lettertype

4. Font analyse

font opties

S-PORT

S-PORT ■

S-PORT

S-PORT ■

S-PORT

S-PORT

S-PORT ■

S-PORT

S-PORT

Beste opties

S-PORT

erg italic. Goed voor snelheid en beweging aan te duiden.

S-PORT

goede dikte qua letters

S-PORT

mooie ronde s

5. Ideeënveld

Ideeen voor connectie, verbinden, ondersteunen, adviseren, stimuleren, ontwikkelen



transparantie. De vlakken versterken elkaar als ze bij elkaar zijn

S-PORT

Italic, zorgt voor snelheid en beweging in het logo

S-PORT

[S-PORT]

Sluit de woorden. Bij elkaar brengen, gezamenlijk, ondersteunen

-PORT

Ketting, verbinding,

S-PORT

Het streepje verbind alle letters. Het verbind streepje versterkt

S-P^oRT

Alle koppen bij elkaar maakt samen een o. Samenwerken, ondersteunen, versterken, connecten

S^oPORT

Het streepje als koppelstuk tussen de losse s en port

6. Logo met duidelijker koppelstuk

S^oPORT
verbindt, versterkt en ondersteunt

S^oPORT
verbindt, versterkt en ondersteunt

7. Transparant logo

S-PORT
verbindt, versterkt en ondersteunt
's-hertogenbosch

S-PORT
verbindt, versterkt en ondersteunt
's-hertogenbosch

8. Koppen bij elkaar

S-P^oRT
verbindt, versterkt en ondersteunt

S-P^oRT
verbindt, versterkt en ondersteunt

8.11. Corporate stories

'De Kracht van 's-PORT'

Brabanders onder elkaar, er heerst trots. Trots op de provincie, maar zeker op stedelijk gebied. Voor 's-Hertogenbosch en de inwoners is dit niet anders. Men is trots op de stad, wat ze biedt en wat er bereikt wordt. Dit varieert van het jaar van Jeroen Bosch, de Sint Jan tot de hockeydames van HCDB: 17 keer in de laatste 19 jaar landskampioen. Dat is niet niks! En dat mag gehoord worden vinden de inwoners.

In alles wat er binnen 's-Hertogenbosch gedaan wordt benadrukt men 'de kracht van de stad.' Op uitvoeringsniveau, maar zeker op sportief vlak. En dit is nu precies waar 'S-PORT van de afdeling Sport en Recreatie voor staat!

Geboren in 2010 binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar nu in een nieuw jasje gestoken. 'S-PORT heeft de afgelopen 6 jaarniet alleen bijgedragen aan de sportontwikkeling en participatie. Nee, ook bieden ze de inwoners en belangenpartij en de helpende hand waar nodig. Jarenlang zetten de mensen van Sport en Recreatie en 'S-PORT zich al in om het sporten en bewegen te promoten in de stad. Dit doen ze door initiatieven als Citytrainers, Doelbewust, 'S-PORT Aan Bod, GymPlus en Sjors Sportief.

Vandaag de dag is 'S-PORT van grote waarde in de stad en zijn ze een graag geziene partij bij velen. 'S-PORT staat voor versterking, ondersteuning, advisering en verbinding van sportverenigingen, scholen, bedrijven en maatschappelijke organisaties in de stad. Daarnaast bieden ze ook hulp bij de organisatie, stimulering en ontwikkeling van activiteiten. Samen met deze partners probeert 'S-PORT 's-Hertogenbosch goed op de kaart te zetten en de inwoners, op een sportieve manier, zichzelf te laten ontwikkelen.

Heel 's-Hertogenbosch heeft bijgedragen aan het fantastische verhaal van 'S-PORT. Dit verhaal zal voort blijven duren. Alles om ons heen kan veranderen, maar 'S-PORT blijft toewerken naar het doel dat zij voor ogen hebben: Samen de mensen in 's-Hertogenbosch een zo groot en breed mogelijk sportaanbod bieden, zodat iedereen op de door hen gewenste manier kan bewegen en zichzelf kan blijven ontwikkelen.

Deze verbondenheid, DAT is de kracht van 'S-PORT én van 's-Hertogenbosch.

S-PORT
verbindt, versterkt en ondersteunt
's-hertogenbosch

'De Kracht van 's-PORT'

Brabanders onder elkaar, er heerst trots. Trots op de provincie, maar zeker op stedelijk gebied. Voor 's-Hertogenbosch en de inwoners is dit niet anders. Men is trots op de stad, wat ze biedt en wat er bereikt wordt. Dit varieert van het jaar van Jeroen Bosch, de Sint Jan tot de hockeydames van HCDB: 17 keer in de laatste 19 jaar landskampioen. Dat is niet niks! En dat mag gehoord worden vinden de inwoners.

In alles wat er binnen 's-Hertogenbosch gedaan wordt benadrukt men 'de kracht van de stad.' Op uitvoeringsniveau, maar zeker op sportief vlak. En dit is nu precies waar 'S-PORT van de afdeling Sport en Recreatie voor staat!

Geboren in 2010 binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar nu in een nieuw jasje gestoken. 'S-PORT heeft de afgelopen 6 jaarniet alleen bijgedragen aan de sportontwikkeling en participatie. Nee, ook bieden ze de inwoners en belangenpartij en de helpende hand waar nodig. Jarenlang zetten de mensen van Sport en Recreatie en 'S-PORT zich al in om het sporten en bewegen te promoten in de stad. Dit doen ze door initiatieven als Citytrainers, Doelbewust, 'S-PORT Aan Bod, GymPlus en Sjors Sportief.

Vandaag de dag is 'S-PORT van grote waarde in de stad en zijn ze een graag geziene partij bij velen. 'S-PORT staat voor versterking, ondersteuning, advisering en verbinding van sportverenigingen, scholen, bedrijven en maatschappelijke organisaties in de stad. Daarnaast bieden ze ook hulp bij de organisatie, stimulering en ontwikkeling van activiteiten. Samen met deze partners probeert 'S-PORT 's-Hertogenbosch goed op de kaart te zetten en de inwoners, op een sportieve manier, zichzelf te laten ontwikkelen.

Heel 's-Hertogenbosch heeft bijgedragen aan het fantastische verhaal van 'S-PORT. Dit verhaal zal voort blijven duren. Alles om ons heen kan veranderen, maar 'S-PORT blijft toewerken naar het doel dat zij voor ogen hebben: Samen de mensen in 's-Hertogenbosch een zo groot en breed mogelijk sportaanbod bieden, zodat iedereen op de door hen gewenste manier kan bewegen en zichzelf kan blijven ontwikkelen.

Deze verbondenheid, DAT is de kracht van 'S-PORT én van 's-Hertogenbosch.

S-PORT
verbindt, versterkt en ondersteunt
's-hertogenbosch

'De Kracht van 's-PORT'

Brabanders onder elkaar, er heerst trots. Trots op de provincie, maar zeker op stedelijk gebied. Voor 's-Hertogenbosch en de inwoners is dit niet anders. Men is trots op de stad, wat ze biedt en wat er bereikt wordt. Dit varieert van het jaar van Jeroen Bosch, de Sint Jan tot de hockeydames van HCDB: 17 keer in de laatste 19 jaar landskampioen. Dat is niet niks! En dat mag gehoord worden vinden de inwoners.

In alles wat er binnen 's-Hertogenbosch gedaan wordt benadrukt men 'de kracht van de stad.' Op uitvoeringsniveau, maar zeker op sportief vlak. En dit is nu precies waar 'S-PORT van de afdeling Sport en Recreatie voor staat!

Geboren in 2010 binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar nu in een nieuw jasje gestoken. 'S-PORT heeft de afgelopen 6 jaarniet alleen bijgedragen aan de sportontwikkeling en participatie. Nee, ook bieden ze de inwoners en belangenpartij en de helpende hand waar nodig. Jarenlang zetten de mensen van Sport en Recreatie en 'S-PORT zich al in om het sporten en bewegen te promoten in de stad. Dit doen ze door initiatieven als Citytrainers, Doelbewust, 'S-PORT Aan Bod, GymPlus en Sjors Sportief.

Vandaag de dag is 'S-PORT van grote waarde in de stad en zijn ze een graag geziene partij bij velen. 'S-PORT staat voor versterking, ondersteuning, advisering en verbinding van sportverenigingen, scholen, bedrijven en maatschappelijke organisaties in de stad. Daarnaast bieden ze ook hulp bij de organisatie, stimulering en ontwikkeling van activiteiten. Samen met deze partners probeert 'S-PORT 's-Hertogenbosch goed op de kaart te zetten en de inwoners, op een sportieve manier, zichzelf te laten ontwikkelen.

Heel 's-Hertogenbosch heeft bijgedragen aan het fantastische verhaal van 'S-PORT. Dit verhaal zal voort blijven duren. Alles om ons heen kan veranderen, maar 'S-PORT blijft toewerken naar het doel dat zij voor ogen hebben: Samen de mensen in 's-Hertogenbosch een zo groot en breed mogelijk sportaanbod bieden, zodat iedereen op de door hen gewenste manier kan bewegen en zichzelf kan blijven ontwikkelen.

Deze verbondenheid, DAT is de kracht van 'S-PORT én van 's-Hertogenbosch.



'De Kracht van 's-PORT'

Brabanders onder elkaar, er heerst trots. Trots op de provincie, maar zeker op stedelijk gebied. Voor 's-Hertogenbosch en de inwoners is dit niet anders. Men is trots op de stad, wat ze biedt en wat er bereikt wordt. Dit varieert van het jaar van Jeroen Bosch, de Sint Jan tot de hockeydames van HCDB: 17 keer in de laatste 19 jaar landskampioen. Dat is niet niks! En dat mag gehoord worden vinden de inwoners.

In alles wat er binnen 's-Hertogenbosch gedaan wordt benadrukt men 'de kracht van de stad.' Op uitvoeringsniveau, maar zeker op sportief vlak. En dit is nu precies waar 'S-PORT van de afdeling Sport en Recreatie voor staat!

Geboren in 2010 binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar nu in een nieuw jasje gestoken. 'S-PORT heeft de afgelopen 6 jaarniet alleen bijgedragen aan de sportontwikkeling en participatie. Nee, ook bieden ze de inwoners en belangenpartij en de helpende hand waar nodig. Jarenlang zetten de mensen van Sport en Recreatie en 'S-PORT zich al in om het sporten en bewegen te promoten in de stad. Dit doen ze door initiatieven als Citytrainers, Doelbewust, 'S-PORT Aan Bod, GymPlus en Sjors Sportief.

Vandaag de dag is 'S-PORT van grote waarde in de stad en zijn ze een graag geziene partij bij velen. 'S-PORT staat voor versterking, ondersteuning, advisering en verbinding van sportverenigingen, scholen, bedrijven en maatschappelijke organisaties in de stad. Daarnaast bieden ze ook hulp bij de organisatie, stimulering en ontwikkeling van activiteiten. Samen met deze partners probeert 'S-PORT 's-Hertogenbosch goed op de kaart te zetten en de inwoners, op een sportieve manier, zichzelf te laten ontwikkelen.

Heel 's-Hertogenbosch heeft bijgedragen aan het fantastische verhaal van 'S-PORT. Dit verhaal zal voort blijven duren. Alles om ons heen kan veranderen, maar 'S-PORT blijft toewerken naar het doel dat zij voor ogen hebben: Samen de mensen in 's-Hertogenbosch een zo groot en breed mogelijk sportaanbod bieden, zodat iedereen op de door hen gewenste manier kan bewegen en zichzelf kan blijven ontwikkelen.

Deze verbondenheid, DAT is de kracht van 'S-PORT én van 's-Hertogenbosch.



'De Kracht van 's-PORT'

Brabanders onder elkaar, er heerst trots. Trots op de provincie, maar zeker op stedelijk gebied. Voor 's-Hertogenbosch en de inwoners is dit niet anders. Men is trots op de stad, wat ze biedt en wat er bereikt wordt. Dit varieert van het jaar van Jeroen Bosch, de Sint Jan tot de hockeydames van HCDB: 17 keer in de laatste 19 jaar landskampioen. Dat is niet niks! En dat mag gehoord worden vinden de inwoners.

In alles wat er binnen 's-Hertogenbosch gedaan wordt benadrukt men 'de kracht van de stad.' Op uitvoeringsniveau, maar zeker op sportief vlak. En dit is nu precies waar 'S-PORT van de afdeling Sport en Recreatie voor staat!

Geboren in 2010 binnen de afdeling Sport en Recreatie, maar nu in een nieuw jasje gestoken. 'S-PORT heeft de afgelopen 6 jaarniet alleen bijgedragen aan de sportontwikkeling en participatie. Nee, ook bieden ze de inwoners en belangenpartij en de helpende hand waar nodig. Jarenlang zetten de mensen van Sport en Recreatie en 'S-PORT zich al in om het sporten en bewegen te promoten in de stad. Dit doen ze door initiatieven als Citytrainers, Doelbewust, 'S-PORT Aan Bod, GymPlus en Sjors Sportief.

Vandaag de dag is 'S-PORT van grote waarde in de stad en zijn ze een graag geziene partij bij velen. 'S-PORT staat voor versterking, ondersteuning, advisering en verbinding van sportverenigingen, scholen, bedrijven en maatschappelijke organisaties in de stad. Daarnaast bieden ze ook hulp bij de organisatie, stimulering en ontwikkeling van activiteiten. Samen met deze partners probeert 'S-PORT 's-Hertogenbosch goed op de kaart te zetten en de inwoners, op een sportieve manier, zichzelf te laten ontwikkelen.

Heel 's-Hertogenbosch heeft bijgedragen aan het fantastische verhaal van 'S-PORT. Dit verhaal zal voort blijven duren. Alles om ons heen kan veranderen, maar 'S-PORT blijft toewerken naar het doel dat zij voor ogen hebben: Samen de mensen in 's-Hertogenbosch een zo groot en breed mogelijk sportaanbod bieden, zodat iedereen op de door hen gewenste manier kan bewegen en zichzelf kan blijven ontwikkelen.

Deze verbondenheid, DAT is de kracht van 'S-PORT én van 's-Hertogenbosch.

S-PORT
verbindt, versterkt en ondersteunt

8.12 Kenmerken Communicatiedoelstellingen

Een aantal kenmerken per soort doelstelling:

Kennisdoelstellingen	Houdingsdoelstellingen	Gedragdoelstellingen
hebben betrekking op: • Naamsbekendheid merk/organisatie • Kennis over organisatie/merk/product/dienst (inhoudsbekendheid) • Enz.	hebben betrekking op: • Imago merk/organisatie • Betrokkenheid bij organisatie/merk/product/ dienst • Enz.	hebben betrekking op: • Aankoopintentie t.o.v. merk/product/dienst • Intentie om informatie op te vragen • Enz.

8.13 Toelichting budgetplan

In deze onderbouwing wordt er per middel korte uitleg gegeven over hoe de kostenpost tot stand is gekomen en op welke bronnen het budgetplan is gebaseerd.

- **Nieuwsbrief**
Een medewerker is maandelijks drie dagen bezig met het opzetten van de nieuwsbrief. Gedurende deze dagen wordt er informatie verzameld en vorm gegeven aan het geheel.
- **Gastpreker sessie**
Gastpreker:
2 keer per jaar komt er een gastpreker als Bert van Marwijk een presentatie/motivatiespeech geven over zijn eigen ervaringen. Voor deze twee uur durende presentatie vraagt Bert van Marwijk €5.000,- en Maartje Paumen €2.000,-³⁴
Accommodatie presentatie gastpreker.
€0,- Er zal gebruik gemaakt worden van de accommodatie van een intermediair. Hapjes en drankjes zullen worden verzorgd door de partij die vestiging neemt in de accommodatie. Kosten zijn per persoon en worden niet verzorgd door de stichting. Dit is de vergoeding die de intermediair voor het ter beschikking stellen van zijn/haar accommodatie.
- **Website**
Eenmalige update om de vernieuwingen van 'S-PORT toe te passen. Een communicatiemedewerker is verantwoordelijk voor de content op de website dus de maandelijkse urenbelasting X uurloon.
(jaarlijkse website kosten, Registratie, hostingkosten
eenmalige update: 100 euro per uur door extern bedrijf. 1 werkdag: **8 uur x 100 = 800,-**
Communicatiemedewerker: 16 uur per week x 52 weken. **832 uur per jaar x 18 = 14.976**
- **Applicatie**
Eenmalige kosten om de applicatie te bouwen. Een communicatiemedewerker is verantwoordelijk voor de content op de applicatie. Navragen hoeveel uur dit maandelijks kost X uurloon.
Een applicatie opzetten kan in kosten variëren van 5.000 tot 50.000 euro. Tevens moet er

³⁴ (Sportspeaker)

400 euro per jaar uitgetrokken worden voor de hosting en de kosten berekend worden voor het updaten.

**voor de bron en meer informatie aangaande de content verwijst ik u graag naar de bijlagen.*

- **Social Media kanalen**

Een communicatiemedewerker is verantwoordelijk voor de content van de social media kanalen. 2,5 uur per week x 52 weken = 130 uur per jaar.

130 x 18= 1440,-

- **Feedback sessie en vragenlijst**

Feedbacksessie

4 keer per jaar een feedbacksessie met de medewerkers. 8 medewerkers x 2 uur per sessie. 16 uur x 4 = 64 uur. Zowel man als vrouw dus het gemiddelde is genomen als uurloon. Dit is een uurloon van 19,-

64 uur x 19,- = 1216,-

Vragenlijst

4 keer per jaar een vragenlijst van 8 a 10 vragen. Via Google Forms worden de resultaten uitgewerkt. Dit is een gratis dienst.

Communicatiemedewerker is 3 uur per keer bezig met invoering van data.

3x4 = 12 €18,- per uur voor een communicatiemedewerkster.

12 uur x €18,- = 216 euro