

De online verenigingsservice

Een adviesrapport over online ondersteuning voor hengelsportverenigingen.

Sportvisserij Nederland

Jyoti Basant

1508017

Bilthoven, 11 juni 2010

Hogeschool Utrecht

Marjon Westra

Samenvatting

'Het ondersteunen van aangesloten hengelsportverenigingen bij het uitvoeren van hun dagelijkse werkzaamheden'. Dit is één van de speerpunten binnen het beleidsplan voor de komende vijf jaar.

De probleemstelling: Hoe kan Sportvisserij Nederland online, aangesloten hengelsportverenigingen beter helpen bij het uitvoeren van beleid en dagelijkse werkzaamheden?, heeft een afstudeeropdracht gevormd waarbij de 'online verenigingsservice' de uitkomst biedt voor hengelsportverenigingen en hun vrijwilligers.

Voorwoord

Dit adviesrapport is tot stand gekomen naar aanleiding van het afronden van mijn opleiding Digitale Communicatie aan de Hogeschool Utrecht. Sportvisserij Nederland heeft mij de mogelijkheid gegeven om mijn kennis en kunde in de praktijk toe te passen middels een afstudeeropdracht.

Graag bedank ik alle medewerkers van Sportvisserij Nederland voor hun enthousiasme en collegialiteit. In het bijzonder gaat mijn dank uit naar bedrijfsmentor Danny Bok en projectleider Bert Zoetemeyer voor de begeleiding tijdens het afstudeertraject. Daarnaast wil begeleider Marjon Westra bedanken voor haar kritische kanttekeningen en goede raad.

Tenslotte bedank ik graag mijn partner en naaste familieleden voor hun steun tijdens deze vijf maanden van afstuderen. In het bijzonder mijn ouders, omdat zij mij de mogelijkheid hebben gegeven deze studie van vier jaar te volbrengen.

Bilthoven, 2010

INLEIDING	5
1. SPORTVISSERIJ NEDERLAND	6
1.1 Doeleinden Sportvisserij Nederland	7
1.2 Kantoor Bilthoven	8
2. OPDRACHTBESCHRIJVING	10
2.1 Achtergrond	10
2.2 De opdracht	11
2.3 De probleemstelling	11
2.4 Opzet adviesrapport	12
3. DOELGROEPONDERZOEK.....	13
3.1 Kwantitatief doelgroeponderzoek	13
3.2 Kwalitatief doelgroeponderzoek	15
3.3 Conclusies en aanbevelingen	16
4. CONTENTPLAN	19
4.1 Huidige situatie	19
4.2 Contentanalyse	21
4.3 Aanbevelingen	22
5. COMMUNICATIEPLAN	24
5.1 Doelgroepen	24
5.2 Doelstellingen	25
5.3 Boodschap	26
5.4 Middelen.....	27
5.5 SWOT-analyse van de online verenigingsservice.....	27
5.6 Strategie.....	28
5.7 Structurele communicatie over de verenigingsservice in 2010	30
5.8 Projectmatig communiceren.....	31
5.9 Crossmedia.....	32
5.9.1 Crossmedia concepting voor de verenigingsservice	33
LITERATUUR	36
BIJLAGE.....	37
Bijlage 1 Enquête doelgroeponderzoek.....	37
Bijlage 2 Resultaten Enquête doelgroeponderzoek	40
Bijlage 3 Dialoog interview	42
Bijlage 4 Banners	43
Bijlage 5 Flyer de verenigingsservice	43

Inleiding

Dit adviesrapport is opgebouwd in drie hoofdstukken. Deze hoofdstukken zijn tot stand gekomen om de afstudeeropdracht zo zorgvuldig mogelijk te beantwoorden. De opdracht vanuit Sportvisserij Nederland luidt: *Online ondersteuning voor hengelsportverenigingen optimaliseren, uitbreiden en communiceren*. Deze hoofdpdracht wordt middels deelvragen in dit rapport beantwoord. Deze zijn verdeeld onder een doelgroeponderzoek, content- en communicatieplan.

De online verenigingsservice is een onderdeel van de website van Sportvisserij Nederland waarbij hengelsportverenigingen & vrijwilligers alles kunnen vinden op het gebied van:

- Promotie
- Jeugdwerk
- Controle
- Bestuur
- Wedstrijden
- Vrijwilligers
- Ledenactiviteiten
- Visstandbeheer

De online verenigingsservice was, (sinds mei 2010 niet meer) versnipperd, onoverzichtelijk en niet gebruiksvriendelijk. Deze probleempunten over de online verenigingsservice zijn in samenhang met het schrijven van dit adviesrapport opgelost. Er is in dit rapport een doelgroeponderzoek uitgevoerd, een contentplan opgesteld met aanbevelingen en een communicatieplan verwerkt.



1. Sportvisserij Nederland

Sportvisserij Nederland is een vereniging die via acht regionale federaties en 1.000 lokale hengelsportverenigingen ruim 550.000 aangesloten sportvissers overkoepelt. Nationaal en internationaal vertegenwoordigt Sportvisserij Nederland de Nederlandse sportvisserij. Directe leden van Sportvisserij Nederland zijn de regionale hengelsportfederaties en de landelijke specialistenorganisaties van vliegvissers (VNV), snoekvissers (SNB) en karpervissers (KSN). Zij vormen de algemene ledenvergadering die het beleid op hoofdlijnen en de begroting bepaalt. Vanuit de ledenvergadering wordt een bestuur gekozen. Dit bestuur draagt de bestuurlijke verantwoordelijkheid voor de voorbereiding en uitvoering van het beleid.

Eén organisatie voor sportvissers.

De landelijke vereniging Sportvisserij Nederland is het resultaat van de fusie tussen de NVVS, de Nederlandse Vereniging Van Sportvissersfederaties en de OVB, de Organisatie ter Verbetering van de Binnenvisserij. De NVVS heeft gedurende 30 jaar als private organisatie de belangen van de Nederlandse sportvisserij behartigd.

De OVB heeft als publieksrechtelijke organisatie ruim 54 jaar als kennis- en adviescentrum op het gebied van zoetwatervisserij en visstandbeheer gefunctioneerd. Door de samenbundeling van expertise, betrokkenheid, enthousiasme en een zeer fijn netwerk van relaties op het gebied van natuur- en waterbeheer is één krachtige organisatie ontstaan.

Hengelsportfederaties

De regionale / provinciale belangenbehartiging is de primaire taak van de federaties. Iedere federatie beschikt hiertoe ook over een klein bureau (1 tot 4 medewerkers). Zij vormen samen met de 3 specialistenorganisaties de algemene ledenvergadering die het beleid op hoofdlijnen en de begroting bepaalt. Nederland telt acht hengelsportfederaties:

Hengelsportfederatie Groningen Drenthe

Hengelsportfederatie Friesland

Hengelsportfederatie Oost-Nederland

Hengelsportfederatie Gooi en Eemland

Hengelsportfederatie Midden Nederland

Sportvisserij Noordwest Nederland

Sportvisserij Zuidwest Nederland

Sportvisserij Limburg

Specialistenorganisaties

De landelijke organisaties van vliegvissers, snoekvissers en karpervissers vormen een spreekbuis voor hun specialisten. Dit zijn sportvissers die zich hebben gespecialiseerd op één soort visserij of op een bepaalde vissoort. Zij vormen samen met de hengelsportfederaties de algemene ledenvergadering die het beleid op hoofdlijnen en de begroting bepaalt:

- KarperStudiegroep Nederland (KSN)
- Snoekstudiegroep Nederland-België (SNB)
- Vereniging Nederlandse Vliegvissers (VNV)



Figuur 1 Logo's specialistenorganisaties

1.1 Doeleinden Sportvisserij Nederland

Sportvisserij Nederland heeft als doel

Het scheppen van optimale mogelijkheden voor de uitoefening van de sportvisserij in Nederland door:

- Het vertegenwoordigen van de belangen van de sportvisserij als belangrijke vorm van recreatie op landelijk en internationaal niveau;
- Het ondersteunen van federaties, specialistenorganisaties en hengelsportverenigingen bij de werkzaamheden op regionaal en lokaal niveau;
- Het bevorderen van de sportvisserijmogelijkheden in ons land, o.a. door te bevorderen dat alle aangesloten sportvissers landelijk in zoveel mogelijk door de leden of door de verenigingen ingebracht viswater tegen redelijke kosten kunnen vissen.

Dit laatste tracht Sportvisserij Nederland onder andere te bereiken door het uitgeven van de VISpas. Verder stelt Sportvisserij Nederland zich ten doel het verzamelen, ontwikkelen en inzetten van deskundigheid en kennis over de (sport)visserij en het visstandbeheer door:

- Het aanstellen van deskundig en ervaren personeel op het gebied van sportvisserij, water- en visstandbeheer, educatie en communicatie;
- Het opbouwen en onderhouden van kennis- informatiesystemen op het werkterrein van de organisatie;
- Het bevorderen van de kennis en de informatie over de (sport)visserij, de visstand en het visstandbeheer op lokaal tot internationaal niveau;
- Het benutten en toepassen van de deskundigheid en kennis middels een breed diensten- en productenpakket dat is gericht op de verschillende geledingen van de sportvisserij (internationaal, nationaal, regionaal, lokaal en individueel).

1.2 Kantoor Bilthoven

Voor de daadwerkelijke voorbereiding en uitvoering van het beleid beschikt Sportvisserij Nederland over een bureau te Bilthoven (figuur 2) met 48 professionele medewerkers. De directeur van het bureau is Joop Bongers, die tevens secretaris is van het bestuur. De medewerkers van Sportvisserij Nederland zijn actief op het gebied van belangenbehartiging, water- en visstandbeleid, voorlichting, promotie en wedstrijdorganisatie.

Uiteindelijk zijn het de aangesloten sportvissers die getraptd via de door hen gekozen bestuurders van de hengelsportverenigingen, die op hun beurt weer de bestuurders van de federaties kiezen bepalen welke activiteiten Sportvisserij Nederland moet uitvoeren. Het zijn ook de sportvissers die Sportvisserij Nederland middels een landelijke afdracht van betalen voor de (inter)nationale belangenbehartiging.

De basis voor de hengelsport vormen de hengelsportverenigingen. Zij zorgen lokaal voor de werving en binding van de sportvissers, promotie van de hengelsport, jeugdopleiding en sportvissersactiviteiten, belangenbehartiging, water- en visstandbeheer, huur van visrechten en uitgifte van vergunningen.



Figuur 2 Kantoor Sportvisserij Nederland te Bilthoven

De Sportvisserij Nederland-organisatie is aangesloten bij de European Anglers Alliance (EAA), een overkoepeling van hengelsportorganisaties uit 18 landen, die op Europees niveau de belangen van de sportvisserij behartigt.

In totaal telt Sportvisserij Nederland vier afdelingen met daarin een aantal. Hieronder volgt een overzicht:

Bedrijfsvoering

- Personeel & Organisatie
- Financiële administratie
- Secretariaat

Advisering en Begeleiding

- Advisering & Begeleiding
- Kennis & Informatie
- Visdocumenten & Controle

Belangenbehartiging

- Binnenwateren
- Zout water

Communicatie & Educatie

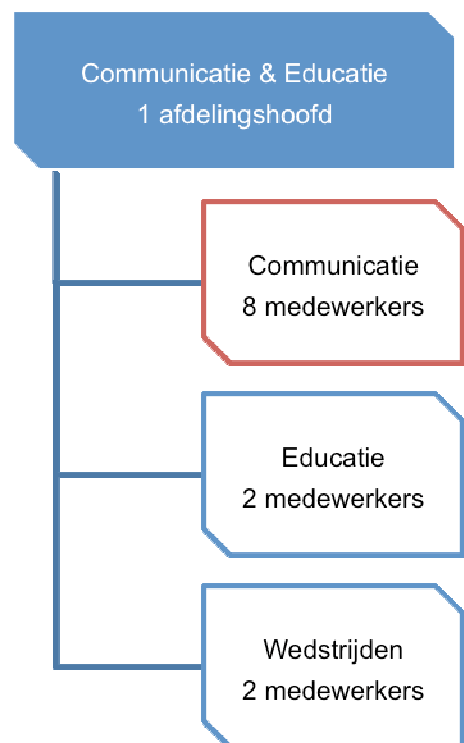
- Communicatie
- Verenigingsservice
- Wedstrijden

De afstudeeropdracht is uitgevoerd binnen de afdeling Communicatie & Educatie. Deze afdeling telt 13 medewerkers verdeeld over de verschillende clusters.

De hiernaast afgebeelde organogram van de afdeling Communicatie & Educatie geeft het aantal medewerkers per cluster weer. Op deze afdeling vinden alle activiteiten plaats op communicatie- en educatiegebied.

Het communicatiecluster zorgt voor alle communicatie naar allen die te maken hebben met vis en visserij. Dit cluster is verantwoordelijk voor:

- Het Visblad - oplage van +/- 100.000 stuks
- Persberichten - variabel
- Folders - variabel
- Beurzen - ongeveer 6 per jaar
- VisTV - 12 uitzendingen per jaar
- Radio & Tv-reclame - variabel
- Cursussen - ongeveer 25 per jaar
- Digitale media - websites + online applicaties
- Hyves
- YouTube
- Twitter
- digitale nieuwsbrief



2. Opdrachtbeschrijving

In dit hoofdstuk worden de achtergrond, opdracht en probleemstelling beschreven.

2.1 Achtergrond

De hengelsportverenigingen, afgekort HSV'en vormen de basis van de georganiseerde sportvisserij in Nederland. Zij zijn verantwoordelijk voor het behartigen van de belangen van de sportvisserij en dragen op lokaal niveau zorg voor de sportvisserijmogelijkheden en activiteiten voor de sportvisserij. De hengelsportverenigingen bieden met circa 20.000 vrijwilligers het meer uitgebreide netwerk 'in het veld'. Sportvisserij Nederland is het overkoepelend orgaan van alle hengelsportverenigingen in Nederland. Tussen de hengelsportverenigingen en Sportvisserij Nederland staan de federaties. Dit is voor een hengelsportvereniging het eerste aanspreekpunt. In onderstaand figuur 3 is het overzicht in beeld gebracht.



Figuur 3 hiërarchisch overzicht van de Sportvisserij in Nederland.

Bij de hengelsportverenigingen worden de sportvisserij lid. De hengelsportverenigingen bieden de VISpas en daarmee de viswateren aan. Zij organiseren de activiteiten voor de sportvisserij. Via hun hengelsportcontroleurs, de inzet van federatieve Buitengewone Opsporingsambtenaren en samenwerking met handhavinginstanties zien zij lokaal toe op de naleving van de visserijregels. Lokaal dragen zij zorg voor het visstandbeheer, de promotie, voorlichten en belangenbehartiging.

Verenigingsservice

De online verenigingsservice heeft tot doel om hengelsportverenigingen en hun vrijwilligers een eigen toegesneden platform te bieden. Dit platform noemen we de verenigingsservice. Vanuit de verenigingsservice kan een vereniging/vrijwilliger:

- ondersteunende, wervende en inspirerende media vinden;
- eenvoudig nagaan wat Sportvisserij Nederland en/of de federaties aan ondersteuning (service) bieden;
- deelnemen en bijdragen aan (interactieve) projecten en programma's.

De online verenigingsservice biedt Sportvisserij Nederland de gelegenheid om een eenduidig beeld uit te dragen van "de ideale hengelsportvereniging" en verenigingen te inspireren en stimuleren om nieuw te ontwikkelen (verenigings)activiteiten te starten.

2.2 De opdracht

De online verenigingsservice is een onderdeel van de website van Sportvisserij Nederland. In de huidige situatie (tot juni 2010) is deze service versnipperd, niet gebruiksvriendelijk en inhoudelijk vrij beperkt. Daarnaast is in de beleidsdoelstellingen van Sportvisserij Nederland voor de komende vijf jaar één van de speerpunten:

‘het ondersteunen van aangesloten verenigingen bij het uitvoeren van hun dagelijkse werkzaamheden’.

In het kader van de beleidsdoelstellingen is het project: De verenigingsservice gestart. Sportvisserij Nederland heeft de volgende opdracht gegeven:

‘Online ondersteuning voor hengelsportverenigingen optimaliseren, uitbreiden en communiceren’.

2.3 De probleemstelling

Om dit project duidelijk in kaart te brengen zal de probleemstelling met bijbehorende deelvragen worden gedefinieerd.

Probleemstelling:

“Hoe kan Sportvisserij Nederland online, aangesloten hengelsportverenigingen beter helpen bij het uitvoeren van beleid en dagelijkse werkzaamheden?”

In deze probleemstelling staan een aantal punten die belangrijk zijn om te weten voordat het ontwikkelingstraject aan bod komt. Sportvisserij Nederland zal zich gaan richten op aangesloten hengelsportverenigingen in Nederland. Met “online” wordt de website van Sportvisserij Nederland bedoeld.

Deelvragen:

- Wie zijn de doelgroep binnen de aangesloten verenigingen?
- Wat zijn de dagelijkse werkzaamheden binnen de verenigingen?
- Welke eisen en wensen hebben de verenigingen voor online ondersteuning door Sportvisserij Nederland?
- Op welke manier zal content worden aangeboden binnen de verenigingsservice?
- Hoe kun je projectmatig en structureel communiceren over de verenigingsservice naar verenigingen?
- Welke crossmediale middelen kan Sportvisserij Nederland inzetten voor de verenigingsservice?

2.4 Opzet adviesrapport

Dit adviesrapport is opgedeeld onder vier delen. Dit zorgt voor een overzichtelijk geheel waarin de deelvragen zijn verwerkt. Beschrijving van de onderdelen:

Doelgroeponderzoek

In dit hoofdstuk worden de volgende deelvragen beantwoord:

- Wie is de doelgroep binnen de aangesloten verenigingen?
- Wat zijn de dagelijkse werkzaamheden binnen de verenigingen?
- Welke eisen en wensen hebben de verenigingen voor online ondersteuning door Sportvisserij Nederland?

Contentplan

In dit hoofdstuk worden de volgende deelvragen beantwoord:

- Op welke manier zal content worden aangeboden binnen de verenigingsservice?

Communicatieplan

In dit hoofdstuk worden de volgende deelvragen beantwoord:

- Hoe kun je projectmatig en structureel communiceren over de verenigingsservice naar verenigingen?
- Welke crossmediale middelen kan Sportvisserij Nederland inzetten voor de verenigingsservice?

3. Doelgroeponderzoek

3.1 Kwantitatief doelgroeponderzoek

Binnen het project was een doelgroeponderzoek van belang om enkele deelvragen te beantwoorden. Dit onderzoek is uitgevoerd met een enquête als onderzoeksmiddel. De onderzoeksgroep bestaat uit de meest actieve personen binnen de hengelsportverenigingen. De enquête is verstuurd via de post naar 344 personen met als verwachte responspercentage, 40%. Het resultaat is dat er 138 respondenten hebben gereageerd. Het verwachtingspercentage van 40% is daarmee behaald.

Bij het versturen van de enquête is er rekening gehouden met de verschillende functies die bestaan binnen een vereniging. We onderscheiden de volgende functies:

- Het bestuur (bestaande uit een: voorzitter, secretaris, penningmeester, vicevoorzitter en commissarissen)
- Controleurs
- Wedstrijdcontroleurs
- Jeugdbegeleiders & vismeesters
- Visstandbeheerders

In onderstaand schema is weergegeven naar welke doelgroepen de enquête is verzonden en hoeveel er van elke doelgroep we hebben ontvangen. Er is af te lezen dat de verhoudingen van het aantal verstuurd en het aantal ontvangen enquêtes niet gelijk zijn. Van de controleurs (26%) en wedstrijdcontroleurs (22%) zijn er in verhouding (68%) ten opzichte van jeugdbegeleiders & vismeesters minder ontvangen. Van de visstandbeheerders is de verhouding 36% en van de verenigingen 45%.

Ondanks de niet gelijke verhoudingen is er voldoende feedback ontvangen voor de beantwoording van de deelvragen en conclusies.

	Verstuurd	%	Ontvangen	%	Verhouding verstuurd-ontvangen %
Controleurs	77	22%	20	15%	26%
Wedstrijdcontroleurs	45	13%	10	7%	22%
Jeugdbegeleiders & Vismeesters	44	13%	30	22%	68%
Visstandbeheerders	28	8%	10	7%	36%
Verenigingen (het bestuur)	150	44%	68	49%	45%
Totaal	344	100%	138	100%	

Tabel 1 Overzicht van het aantal verstuurd en ontvangen enquête.

De enquête bestond uit tien vragen. De meerderheid van de vragen kon alleen beantwoord worden achter een computer met toegang tot het internet. De personen werd in de enquête gevraagd om naar het onderdeel 'verenigingen' op de website van Sportvisserij Nederland te surfen.

In bijlage 1 is de volledige enquête bijgevoegd.

Om een zo goed mogelijke beeld te krijgen van de doelgroep zijn de volgende vragen in de enquête verwerkt:

1. Wat is uw functie binnen de vereniging?
2. Wat zijn uw belangrijkste werkzaamheden binnen de vereniging?
3. Hoe vaak bezoekt u de website: www.sportvisserijnederland.nl?
4. Maakt u gebruik van het onderdeel "verenigingen" op de website?
5. Wat is uw eerste indruk over het onderdeel "verenigingen"? (Met betrekking op:
informatievoorziening, sfeer, behulpzaamheid en compleetheid.)
6. Kunt u gewenste informatie binnen het onderdeel "verenigingen" gemakkelijk vinden?
7. Hoe vindt u dat informatie binnen het onderdeel "verenigingen" wordt aangeboden?
8. In hoeverre helpt de aangeboden informatie binnen het onderdeel "verenigingen" u, bij de werkzaamheden binnen de vereniging?
9. Het onderdeel "verenigingen" omvat verschillende rubrieken. Kunt u voor uw eigen activiteiten aangeven wat u goed vindt, wat u mist of wat u slecht vindt?
10. Kunt u de rubrieken/thema's sorteren van 1 tot 9 waarbij 9 erg belangrijk is en 1 minst belangrijk. Er zijn negen rubrieken/thema's, zie bijlage 1 vraag 8.

De resultaten van het kwantitatief onderzoek zijn verwerkt in bijlage 2.

3.2 Kwalitatief doelgroeponderzoek

Bij de beantwoording van de vraag: *'In hoeverre helpt de aangeboden informatie binnen het onderdeel "verenigingen" u, bij de werkzaamheden binnen de vereniging?'* werden interessante maar soms onvolledige antwoorden gegeven. Binnen de onderzoeksgroep is er een selectie gemaakt van respondenten die deze vraag onvolledig hebben beantwoord, maar toch interessante opmerkingen hebben gemaakt. Om een heldere toelichting te verkrijgen van het antwoord, zijn er enkele telefonische interviews met de respondenten gevoerd. Uit een groep van tien respondenten, hebben er vier meegewerkt aan het telefonisch interview. Bij deze gesprekken zijn de antwoorden telefonisch toegelicht. Deze persoonlijkere benadering geeft een goed beeld hoe de doelgroep denkt, wat hij/zij wilt en verwacht.

Er is gekozen voor een telefonisch interview omdat het relatief weinig geld en tijd kost en het tijdstip makkelijk aan te passen is aan wensen van de respondent¹. Het onderwerp was goed afgebakend waardoor er geen tijdsbeperking ontstond. De antwoorden op de volgende vragen zijn verwerkt in hoofdstuk 3.3:

- U mist kennis, ervaringen en tips van andere jeugdbegeleiders. Hoe ziet u dit terug binnen de verenigingsservice?
- U gaf aan dat u de samenwerking tussen controleurs van verschillende verenigingen mist, wat bedoelt u hiermee en hoe zou de verenigingsservice hier een rol in kunnen spelen?
- U heeft aangegeven onderdelen en downloads te missen onder het thema visstandbeheer. Kunt u aangeven wat u mist en welke downloads uw hengelsportvereniging kunnen helpen met het visstandbeheer?
- U vindt dat de promotie van hengelsportverenigingen meer via winkeliers moeten gaan. Hoe kunnen wij van Sportvisserij Nederland, met de verenigingsservice uw vereniging hiermee beter helpen?

De dialoog van het van het kwalitatief onderzoek is verwerkt in bijlage 3.

¹ Baarda, De Goede, Teunissen. (2009). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek, handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv

3.3 Conclusies en aanbevelingen

Wie is de doelgroep binnen de aangesloten verenigingen?

De informatie die Sportvisserij Nederland aanbiedt (of nog gaan aanbieden) via de verenigingsservice is verdeeld in verschillende thema's. Dit wordt in het contentplan nader besproken. De doelgroep waarvoor deze informatie is bedoeld en de doelgroep binnen de aangesloten verenigingen:



Wat zijn de dagelijkse werkzaamheden binnen de verenigingen?

De hieronder beschreven dagelijkse werkzaamheden binnen de verenigingen zijn per doelgroep uitgelicht. Uit de enquête kwamen de volgende dagelijkse werkzaamheden naar voren:

Het bestuur

Van de 138 respondenten zaten er 68 in het bestuur. Deze 68 zijn onderverdeeld in verschillende functies. In sommige gevallen komt het voor dat één persoon meerdere functies bekleedt.

Voorzitter:

- Het controleren van de door de penningmeester gedane uitgaven en ontvangsten
- Het dagelijks bijhouden van de agenda samen met de secretaris
- Het bijhouden contacten met derden.

Secretaris:

- Het dagelijks bijhouden van de ledenadministratie
- Het verzorgen van interne- en externe correspondentie
- Het dagelijks bijhouden van de agenda samen met de voorzitter

Penningmeester:

- Het betalen van de rekeningen
- Het incasseren van contributies, toegezegde donaties en andere betalingen

Overige bestuursleden:

- Website bijhouden
- Contacten bijhouden met derden

Wedstrijdcontroleur

Uit de enquête is gebleken dat wedstrijdcontroleurs geen dagelijkse werkzaamheden hebben binnen een vereniging, zij komen alleen in actie wanneer er een wedstrijd plaatsvindt. Deze werkzaamheden staan hieronder beschreven.

- Het helpen organiseren van wedstrijden
- Controleren tijdens wedstrijden

Controleur

- Het controleren langs de waterkant.
- Contact bijhouden met andere controleurs

Jeugdbegeleider & Vismeester

De meeste Jeugdbegeleiders & Vismeesters zijn pas actief wanneer er iets georganiseerd wordt als: een visles, jeugdwedstrijd of een viscoach wordt ingezet.

- Het begeleiden van jeugd met vissen
- Het organiseren van vislessen op basisscholen
- Het organiseren van jeugdwedstrijden

Visstandbeheerder

Uit de enquête is gebleken dat een visstandbeheerder geen dagelijkse werkzaamheden heeft, maar wel jaarlijkse / maandelijkse voorkomende werkzaamheden:

- Het controleren van de visstand eens per jaar
- Het controleren van vuil en/of andere zaken die de visstand kunnen aantasten

Welke eisen en wensen hebben de verenigingen voor online ondersteuning door Sportvisserij Nederland?

Om deze vraag zo zorgvuldig mogelijk te beantwoorden is er in de enquête gevraagd wat zij binnen de verenigingsservice missen, goed of slecht vinden.

Eisen, wensen en aanbevelingen:

- Eenvoudige stappenplannen/overzichten als downloads aanbieden:
 - o Hoe zit een bestuur in elkaar?
 - o Hoe organiseer ik een wedstrijd, viskamp, visles etc.?
 - o Hoe zorg je voor ledenwerving?
 - o Hoe moet je een school benaderen voor een visles?
 - o Wat kan ik allemaal bij de federatie lenen/krijgen voor vislessen?
 - o Hoe zorg je dat je de jeugd enthousiast houdt?
 - o Voorbeelden van excursies
 - o Contributie hoogte
 - o Hoe stromen jeugdleden door naar senioren?
 - o Vrijwilligers. Hoe krijg je ze, hoe houd je ze en wat is de beloning?
- Viscursussen aanbieden.(vaste hengel, werphengel, karpercursus enz.)
- Veel gestelde vragen
- Links (verwijzingen naar handige sites)
- Meer spelmateriaal aanbieden.(memorie, dominospel, diverse spel ideeën)
- Meer interactie met andere verenigingen:
 - o Uitwisselen van ervaringen
 - o Overzicht van activiteiten van elke aangesloten hengelsportvereniging
 - o Samenwerkingsmogelijkheden met boa's en controleurs
- Meer praktijkvoorbeelden d.m.v. videobeelden.

4. Contentplan

In dit plan is gekeken naar de huidige situatie en worden er aanbevelingen gedaan voor de aangeboden content binnen de verenigingsservice. Tijdens het schrijven van dit plan, zijn er al zaken die gedaan zijn zoals:

- De navigatiestructuur is bepaald
- Informatie is gecategoriseerd
- Vaste menu-items zijn bepaald
- De voorlopige landingspage is bepaald

De pagina's van elk thema binnen de verenigingsservice zijn geherstructureerd omdat aangeboden content binnen de verenigingsservice erg versnipperd was en vaak niet op de juiste plek stond.

4.1 Huidige situatie

De verenigingsservice kent acht thema's. Deze thema's zijn samengesteld door de projectgroep en de directeur. Elke aangesloten hengelsportvereniging heeft te maken met elk onderwerp binnen de verenigingsservice, oftewel elk thema speelt een rol binnen een hengelsportvereniging. Voor de ene een wat grotere rol dan de andere. De volgende thema's worden onderscheiden:



Figuur 4 De acht thema's van de verenigingsservice

Elk thema binnen de verenigingsservice kent verschillende onderwerpen. Door binnen een thema informatie te verdelen in verschillende onderwerpen is de gewenste informatie snel en gemakkelijk vindbaar. Onder elk thema bevinden zich ook vaste onderdelen op een vaste plek als: Downloads en Start HSV-Service. Zo weet de gebruiker altijd of er downloads beschikbaar zijn en hoe er snel terug genavigeerd kan worden naar de hoofdpagina van de verenigingsservice. Consequentheid is erg belangrijk voor de gebruiker. Dit geeft een gebruiker een vertrouwd gevoel en zorgt voor een beter gebruiksgemak van de verenigingsservice. Het zorgt ervoor dat de gebruiker altijd weet, wat en waar de gewenste informatie te vinden is. In tabel 2 zijn de thema's met de bijbehorende onderwerpen uitgewerkt.

Thema	Onderwerpen per thema
Bestuur	• Juridisch • Fonds verbetering sportvisserijmogelijkheden • Verzekeringen • Visrechten • HSV Ledenadministratie • Cursussen • Downloads • Start HSV-Service
Controle	• Kleding en controlepassen • Visserijwet en regelgeving • Cursussen • Downloads • Start HSV-Service
Jeugdwerk	• Vissen voor Kids • Viscoach • Vissenschool • Stekkie • Cursussen • In veilige handen • Downloads • Start HSV-service
Promotie	• Gratis website • Nationale Hengeldag • Bestellijst promomateriaal • Flyer: " Ga toch vissen" bestellen • Evenementen en activiteiten • Pers en publiciteit • Visplanner • Downloads • Start HSV-Service
Visstandbeheer	• Visserijkundig onderzoek • Hengelvangstregistratie • VBC's • Vissterfte • Aalscholver • Cursus visstandbeheer • Downloads • Start HSV-Service
Vrijwilligers	• Downloads • Start HSV-Service
Wedstrijden	• Agenda • Landelijke en regionale wedstrijden • Nederlandse kampioenschappen • Weegnet • Cursussen • Downloads • Start HSV-Service
Ledenactiviteiten	• Downloads • Start HSV-Service

Tabel 2 Sitemap verenigingsservice

4.2 Contentanalyse

Er zijn veel verschillende soorten content. Er zal een onderscheid worden gemaakt tussen soorten content per categorie en losse contentsoorten. Alle onderstaande voorbeelden hebben betrekking op de verenigingsservice. Deze categorisering geeft een overzicht of de verenigingsservice van elke categorie content bevat. De gekozen categorieën zijn mede ontstaan door de behoeftes van de doelgroep.

Categorie Content ²	Omschrijving	Voorbeelden
Promotie	Promotie uitingen.	Banners, splash (landingspagina), advertentie, nieuwsbrief.
Informatie	Productomschrijving en informatie over de verenigingsservice.	Productomschrijvingen, prijsinformatie, jaarverslagen.
Interactie	Mogelijkheden tot communicatie met de federatie en/of Sportvisserij Nederland.	E-mailadres, telefoonnummer, chatbox, bestelformulier.
“Word-of-mouth”	Mogelijkheden om met andere verenigingen te communiceren.	Virtuele community, forum, prikborden en reageermogelijkheden op artikelen.
Personalisatie	Aan persoonlijke wensen aangepaste producten en/of website.	Persoonlijke login.
Aggregation (combinaties)	Producten en informatie die het aan te schaffen product (download, promotiemateriaal) complementeren en verrijken.	‘Ga Toch Vissen’-flyers bij bestellen van een jeugdpakket. Het visweer (module Visweer van infoplaza) combineren het organiseren van viswedstrijden.
Advies	Mogelijkheid om door de federatie/Sportvisserij Nederland geadviseerd te worden.	Adviesmodule. Module waar vereniging advies kunnen vragen en antwoord kunnen krijgen. Deze service aanbieden via de verenigingsservice.
Faciliteiten	Diverse ondersteunende faciliteiten.	Winkelwagentje toevoegen bij het bestellen van verenigingsartikelen. Toevoegen van een sitemap.
Veiligheid	Vertrouwen genererende content.	Privacy- en security maatregelen.

Tabel 3 Contentanalyse

² Verhage, T. December 2003. Effectieve online marketing. Website content als instrument en taal. *Tijdschrift voor de Marketing*

Losse content soorten

In onderstaande lijst is een overzicht te zien van verschillende soorten content met bijbehorende voorbeelden geschikt voor de verenigingsservice.

Factsheets	Checklisten
Veel gestelde vragen	Films, video's
Afbeeldingen, illustraties	Handleidingen
Banners	Nieuwsbrief
Persberichten	Posters, flyers
Presentaties	Rapporten

4.3 Aanbevelingen

Op welke manier zal content worden aangeboden binnen de verenigingsservice?

- Zorg dat aangeboden informatie meer gaat leven. Hiermee wordt bedoeld dat er meer passende afbeeldingen uit de praktijk moeten worden toegevoegd. Spreek de hengelsportverenigingen aan met “je” en niet met u. Zorgt dat het overal wordt toegepast en blijf consequent met het schrijven en ontwikkelingen van nieuwe informatie.
- Houdt de vaste onderdelen binnen een thema op de juiste plek. Zorg dat onderwerpen niet worden verschoven.
- Laat elk thema even belangrijk zijn. Besteed aan alle thema's voldoende aandacht. Breng voldoende diepgang in aangeboden informatie, maar zorg dat alleen nuttige en praktische informatie de doelgroep bereikt.
- Genereer regelmatig nieuwe content. Dit houdt de bezoekers van de verenigingsservice actief en zij zullen vaker terugkomen naar en gebruik maken van de verenigingsservice.
- Laat de hengelsportverenigingen & vrijwilligers zelf content genereren (User Generated Content). Dit zorgt voor meer betrokkenheid en een groter draagvlak. Voorbeelden:
 - o Hoe organiseert hengelsportvereniging X een jeugdvisdag?
 - o Hoe zorgt hengelsportvereniging X voor een goede visstand in eigen wateren?
 - o Waarom heeft hengelsportvereniging X meer naamsbekendheid dan andere hengelsportverenigingen?
- Voeg content als “veel gestelde vragen” toe aan de verenigingsservice.
- De thema's binnen de verenigingsservice zijn als het ware ook verdeeld over verschillende afdelingen binnen Sportvisserij Nederland. Zorg dat eens per maand een vergadering wordt gepland tussen de verantwoordelijke van de verenigingsservice en iemand van de afdeling. Hierdoor kunnen ideeën voortkomen welke nuttig kunnen zijn voor de verenigingsservice.

Aanbevelingen per thema:

Thema	Uitbereiding/ nieuw type content
Bestuur	Laat voorbeelden zien van het bestuur binnen een grote (2000 leden) en een kleine (50 leden) hengelsportvereniging. Dit kan in de vorm van een afbeelding of video.
Controle	Videobeelden zullen dit thema versterken. Laat bijvoorbeeld zien hoe een vereniging haar wateren controleert.
Jeugdwerk	Dit kan uitgebreider worden gemaakt door het te laten zien van praktijkvoorbeelden. Laat zien hoe een vereniging een visies geeft, hoe ze een school moeten benaderen en wat zij allemaal doen voor hun jeugdleden.
Promotie	Laat d.m.v. videobeelden zien wat een vereniging doet aan haar promotie. Laat binnen de online verenigingsservice de (nieuwe) banners zie en niet in een .zip bestand (huidige situatie).
Visstandbeheer	Zorg voor beknopte stappenplannen en factsheets.
Vrijwilligers	Laat vrijwilligerswerk zien: Wat doen vrijwilligers binnen een vereniging en hoe gaat de vereniging daarmee om?
Wedstrijden	Zorg voor meer videobeelden. Laat bijvoorbeeld zien hoe een vereniging een wedstrijd organiseert.
Ledenactiviteiten	Geef voorbeelden van ledenactiviteiten. Geef tips en ideeën voor leden activiteiten, dit kan d.m.v. nuttige links, afbeeldingen en video's.

Tabel 4

Een selectie van aanbevelingen voor de online verenigingsservice uit: Smits, G.J en Bisschop J.S. 2007. *De Internet Scorecard: Verbeter je online resultaten*. Amsterdam: Pearson Education Benelux bv.

- Gebruik meer multimediatoepassingen. Voorbeelden:
 - o Toelichting op geschreven content in de vorm van tabellen, grafieken en illustraties.
 - o Inzet van *slide shows*
 - o Gebruik van videofragmenten
 - o Gebruik van animatie oftewel *Rich Internet Applications*
- Bezoekers besteden het grootste deel van hun tijd op andere websites (*Jakob's law of the internet user experience*). Tijdens zijn bezoeken aan andere websites ontwikkelt de gebruiker een bepaalde 'mentale map' van websites. De bezoeker verwacht dat een webpagina op een bepaalde manier is opgebouwd en functioneert. Bijvoorbeeld op gebieden als:
 - o Structuur van productpagina's
 - o De manier van navigeren
 - o Gebruik en werking van weblinks
 - o Het bestellen van producten
 - o De onderdelen van een corporate website
- Om de verenigingsservice effectief te laten zijn is het van belang dat er rekening gehouden moet worden met de volgende elementen:
 - o De opbouw van een webpagina
 - o De manier van navigeren door de navigatiebalk, interne links en buttond
 - o Het kleurgebruik en de consistentie daarin
 - o Typografie (lettergrootte, lettertype, regelafstand, contrast)

5. Communicatieplan

Om een effectieve strategie te kunnen ontwikkelen, is het belangrijk om te beschrijven wat we willen bereiken met de verenigingsservice. In dit plan is het essentieel om te bepalen wie de doelgroep is, wat de communicatiedoelstellingen zijn, welke communicatiemiddelen ingezet kunnen worden en wat de communicatiestrategie is.

5.1 Doelgroepen

Primair: Hengelsportverenigingen.

- Voorzitter
 - Secretaris
 - Penningmeester
 - Vicevoorzitter
 - Commissaris
- 
- Het bestuur van een vereniging
-
- Controleur
 - Wedstrijdcontroleur
 - Jeugdbegeleider & Vismeester
 - Visstandbeheerder

Secundair: Publieksgroepen.

- Sportvissers (leden van een hengelsportvereniging)
- Hengelsportfederaties
- Medewerkers Sportvisserij Nederland

5.2 Doelstellingen

Beïnvloeden van kennis, houding en gedrag. Een hengelsportvereniging heeft kennis genomen van de verenigingsservice, heeft behoefte aan de aangeboden informatie en maakt gebruik van de service. De hengelsportfederaties behoren tot secundaire doelgroepen. Zij zijn voor de hengelsportvereniging het eerste aanspreekpunt.

De doelstelling SMART geformuleerd:

Specifiek

De hengelsportverenigingen & vrijwilligers weten van het bestaan van de verenigingsservice, hebben behoefte aan de aangeboden informatie en maken gebruik van de service. Sportvisserij Nederland wil een optimale service bieden aan hengelsportverenigingen & vrijwilligers.

Meetbaar

De doelstellingen zijn meetbaar door:

- evalueren met dezelfde onderzoeksgroep waarnaar de enquête is verzonden
- statistieken van het aantal bezoekers op de verenigingsservice bekijken
- mondeling bij cursussen en bijeenkomsten vragen of er gebruik wordt gemaakt van de service

Acceptabel

De doelstelling past binnen het beleid en doelstellingen van Sportvisserij Nederland. De betrokkenen zijn bereid zich te verbinden aan de doelstelling.

Realistisch

Het doel is haalbaar, er is een uitvoerbaar plan opgesteld en de betrokkenen kunnen gevraagde resultaten beïnvloeden. De betrokkenen hebben voldoende kennis, middelen en bevoegdheden.

Tijdsgebonden

Dit jaar zal tenminste 70% van alle aangesloten hengelsportverenigingen & vrijwilligers weten van het bestaan van de verenigingsservice, en gebruik maken van de verenigingsservice.

De doelstelling beschreven in KHG-termen:

Kennis

- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers weten wat Sportvisserij Nederland en/of de federaties aan ondersteuning (service) bieden;
- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers weten waar ze bepaalde informatie kunnen vinden;
- Hengelsportverenigingen en vrijwilligers weten hoe, waar en met wie ze contact kunnen opnemen voor vragen.

Houding

- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers zijn bereid om gebruik te maken van de verenigingsservice;
- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers kunnen ondersteunende, wervende en inspirerende media vinden;
- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers voelen zich betrokken bij de verenigingsservice.

Gedrag

- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers maken gebruik van de verenigingsservice;
- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers nemen deel en dragen bij aan (interactieve) projecten en programma's binnen de verenigingsservice.

5.3 Boodschap

- Wat houdt de verenigingsservice in? (informatievoorziening) (kennis)
- Alles op één plek voor hengelsportverenigingen en vrijwilligers (houding)
- Wat levert het op voor de vereniging? (houding)
- Hengelsportverenigingen & vrijwilligers laten beproeven om de service te bezoeken en content te downloaden (gedrag)

5.4 Middelen

Intern

- Presentatie tijdens gezamenlijke lunch
- Interne mail
- Flyer
- Vergadering

Extern

- Informatiepakket voor aangesloten hengelsportverenigingen (promotiemateriaal, brochures, factsheets).
- Sportvisserij Nederland en federatieve websites: aparte pagina, nieuwsberichten, banners (zie bijlage 4 voor gemaakte banners)
- Extern domein, interne verwijzing Sportvisserij Nederland website (www.hsvservice.nl en info@hsvservice.nl)
- Flyer met beknopte beschrijving informatievoorziening, downloads. (zie bijlage 5 voor ontworpen en gedrukte flyer)
- Digitale Nieuwsbrief: eventueel een thema nieuwsbrief speciaal gericht op de verenigingsservice.
- Een kort item (paar seconden) in VisTV.
- Hèt Visblad: met verwijzingen naar de website.
- Mondeling toelichten tijdens bijeenkomsten en cursussen.

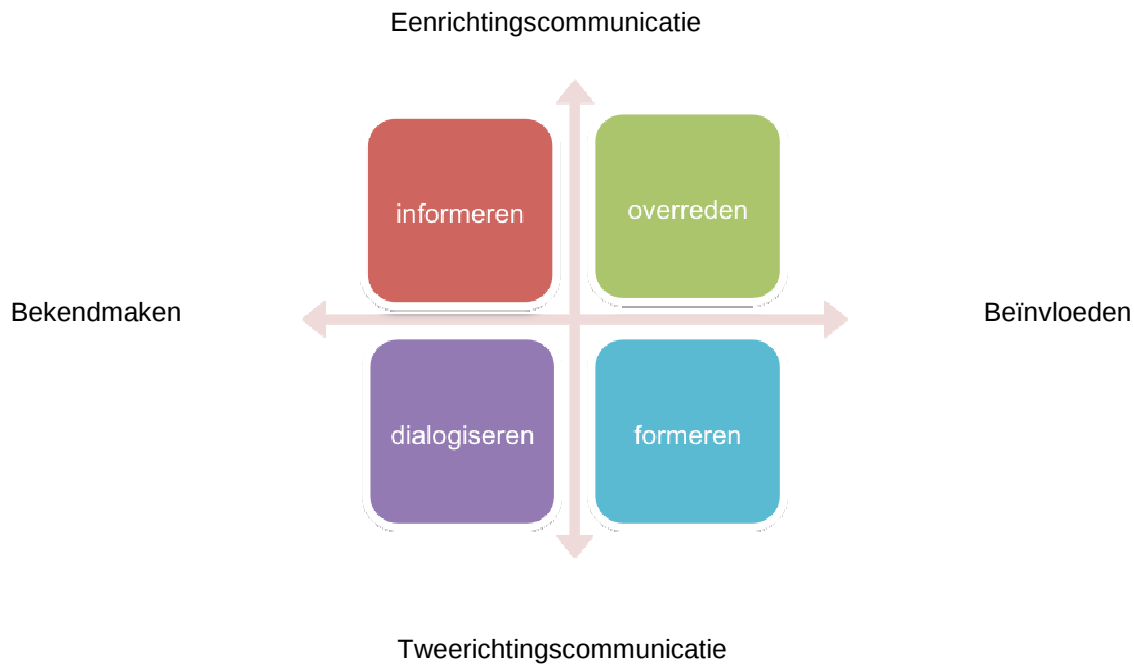
5.5 SWOT-analyse van de online verenigingsservice.



5.6 Strategie

In de communicatiestrategie wordt duidelijk welke communicatiemiddelen ingezet zullen gaan worden om de doelstellingen te bereiken.

In 1998 introduceerde Betteke van Ruler, hoogleraar Communicatiewetenschap, het zogenaamde Communicatiekruispunt. Een instrument om de hoofdlijnen van de strategie te bepalen. Het kruispunt gaat ervan uit dat in de aanpak van de communicatie twee fundamentele keuzes gemaakt moeten worden, die vier basisstrategieën opleveren:



Figuur 5 Communicatiekruispunt van Betteke van Ruler 1998

Informer en dialogiseren staat bij de communicatiestrategie met betrekking tot de verenigingsservice centraal. Sportvisserij Nederland wilt met de verenigingsservice, aangesloten hengelsportverenigingen & vrijwilligers, voorlichten, het overdragen van kennis in informatie en bekendmaken. De organisatie wilt de doelgroepen informeren. Nadat deze strategie is uitgevoerd kan een volgende strategie “dialogiseren” zijn. Dit is een tweerichtingscommunicatie tussen Sportvisserij Nederland, de federaties en aangesloten hengelsportverenigingen & vrijwilligers. Door deze strategie toe te passen ontstaat er interactie en wordt er een groter draagvlak voor de verenigingsservice gecreëerd.

Een doelgroep/middelenmatrix geeft schematisch weer welke middelen worden ingezet voor de verschillende doelgroepen. Zie tabel 5. De planning staat vermeld in tabel 6.

	Het bestuur van HSV'en	Controleur	Wedstrijdcontroleur	Jeugdbegeleider & Vismeester	Visstandbeheerder	Sportvissers	Hengelsportfederaties	Medewerkers Sportvisserij Nederland
Flyer	X	X	X	X	X			
Nieuwsberichten op de website	X	X	X	X	X	X	X	X
Nieuwsbrief	X							
VisTV						X		
Het Visblad	X	X	X	X	X	X		
Mailing: intern En extern	X	X	X	X	X		X	X
Presentatie: intern								X
Cursussen, overlegmomenten, voorlichtingsbijeenkomsten	X	X	X	X	X	X	X	X

Tabel 5 doelgroep/middelenmatrix

5.7 Structurele communicatie over de verenigingsservice in 2010

Om structureel te blijven communiceren over de verenigingsservice wordt het volgende aanbevolen:

- Maandelijks een vast onderwerp: de verenigingsservice in de 'verenigingen' –nieuwsbrief
- Om de twee weken een thema of een onderwerp binnen een thema uitlichten op de website van Sportvisserij Nederland (zie tabel 6)
- De federaties lichten elke maand een thema toe d.m.v. een nieuwsbericht op de website.
- Personeel dat enige samenwerking heeft met hengelsportverenigingen en/of vrijwilligers blijven aansturen om altijd de verenigingsservice te communiceren

Datum	Communicatiemiddel (met eventuele suggesties)
16-06-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Promotie (in de zomer gaan meer mensen vissen, dit is voor verenigingen een kans om hun promotionele activiteiten een 'boost' te geven. Suggestie onderwerp: "Promoot je vereniging de zomer in!")
01-07-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over de verenigingsservice: een update (nieuwe downloads, promotiemateriaal enz)
14-07-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Wedstrijden (er worden in deze maand volgens de wedstrijdagenda negen wedstrijden georganiseerd).
28-07-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Vrijwilligers. (licht het onderwerp toe. Wanneer er geen genoeg content beschikbaar is zal deze moeten worden ontwikkeld)
11-08-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Visstandbeheer. (Licht het onderwerp toe. Informeer over de downloads en (online) cursus.
25-08-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Ledenactiviteiten. (Licht het onderwerp toe, vertel welke activiteiten een vereniging voor haar leden kan organiseren)
08-09-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over de verenigingsservice: een update (nieuwe downloads, promotiemateriaal enz)
22-09-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Jeugdwerk. (De scholen zijn weer begonnen en verenigingen kunnen ze benaderen voor vislessen)
05-10-2010	Er vindt een cursus Controle plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
07-10-2010	Er vindt een cursus Controle plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
13-10-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Controle (Licht het onderwerp toe. Gebruik voorbeelden als: downloads, video beelden en afbeeldingen)
14-10-2010	Er vindt een cursus Controle plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
20-10-2010	Er vindt een cursus Controle plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
27-10-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over het thema: Bestuur (Licht het onderwerp toe door te beschrijven wat de verenigingen kunnen downloaden en vinden onder dit thema)
28-10-2010	Er vindt een cursus Controle plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
02-11-2010	Er vindt een cursus Jeugdbegeleiding plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
10-11-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over een thema naar keuze
12-10-2010	Er vindt een cursus Jeugdbegeleiding plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
16-11-2010	Er vindt een cursus Wedstrijdcontroleur plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
18-11-2010	Er vindt een cursus Wedstrijdcontroleur plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
23-11-2010	Er vindt een cursus Wedstrijdcontroleur plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
24-11-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over een thema naar keuze
25-11-2010	Er vindt een cursus Wedstrijdcontroleur plaats. Licht de verenigingsservice mondeling toe en deel de flyer uit.
08-12-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over een thema naar keuze
22-12-2010	Nieuwsbericht plaatsen op de website over een thema naar keuze

Tabel 6 Planning: inzet communicatiemiddelen 2010.

5.8 Projectmatig communiceren

Nadat de communicatie over de verenigingsservice is gelanceerd, zal er geëvalueerd moeten worden of de communicatiedoelstellingen bereikt zijn. Wanneer de doelstellingen bereikt zijn kan er gestart worden met de doorontwikkeling van de verenigingsservice. Wanneer de doelstellingen niet bereikt zijn, moet er opnieuw bepaald worden of de communicatiemiddelen voldoende bereikt hebben.

Op de werkvloer zal de online verenigingsservice een extra toevoeging zijn aan de dagelijkse werkzaamheden van de bij dit project betrokken medewerkers. Dit zijn medewerkers van Sportvisserij Nederland en de acht federaties. Voor een optimale online verenigingsservice zullen de volgende werkzaamheden uitgevoerd moeten worden:

- Het aanvullen van content in de vorm van downloads, teksten en afbeeldingen binnen de verenigingsservice. Zie tabel 4 voor aanbevelingen.
- Regelmatig content uitwisselen met de federaties.
- Content plaatsen over de online verenigingsservice op de federatieve websites. Hierbij is het belangrijk dat ook de federaties een plek op een website hebben ingericht voor de online verenigingsservice. Dit kan door simpelweg een banner te plaatsen.
- Federaties betrekken en op de hoogte stellen bij veranderingen, toevoegingen of andere zaken met betrekking tot de online verenigingsservice. Dit geldt ook voor de interne communicatie binnen het kantoor Bilthoven.

5.9 Crossmedia

Crossmedia, een begrip met vele definities. De laatste jaren is er bij de verschillende media veel veranderd. Dit heeft vooral te maken met nieuwe mogelijkheden die de gebruiker heeft gekregen: hij heeft nu zelf de macht in handen, een ontwikkeling die binnen de mediatheorie 'empowerment' wordt genoemd. Men moest zich hierdoor met allerlei zaken gaan bezighouden die voorheen niet aan de orde waren. Enkele kenmerken die hierbij een sturende rol hebben gespeeld zijn:

- het non-lineaire karakter van het internet
- er kunnen meerdere richtingen worden gevolgd
- van de boodschap gaat een virale werking uit
- de betrokkenheid en de authenticiteit zijn erg belangrijk
- de boodschap is niet gebonden aan tijd of locaties
- de deelbaarheid van het web
- de eenvoud van het web
- de toegankelijkheid van het web
- de zender en ontvanger kunnen van rol veranderen, dus het perspectief wisselt vaak
- de volggroep genereert zelf content (UGC)

Er bestaan ontzettend veel definities van crossmedia. Voor de een heeft crossmedia vooral te maken met techniek en distributie, het publiceren van content via verschillende platvormen. Voor iemand anders heeft crossmedia betrekking op de 'nieuwe' journalist. Die stukken schrijft voor zowel traditionele media (de krant) als voor de moderne media (een weblog). Crossmedia is een middel om één of meerdere communicatiedoelstellingen te behalen. Ik sluit mij geheel aan bij de definitie van Indira Reynaert. Zij definieert de term door een combinatie van andere definities te gebruiken. Dit is nodig om, vanuit het oogpunt van de communicatie, een vertaalslag te kunnen maken naar het ontwikkelen van crossmediale concepten:

Er is sprake van crossmedia als er ten behoeven van een communicatiedoelstelling een kruisbestuiving bestaat van verschillende media zoals theater, film, televisie, radio, de bladen, het internet, games, mobiele apparaten en live-evenementen. De verschillende media communiceren hierbij mediumspecifieke betekenissen die deel uitmaken van een synergetisch geheel: via een verhaal wordt er een bepaalde boodschap over de media uitgedragen, waarbij rekening wordt gehouden met de kwaliteiten en eigenaardigheden van de ingeschakelde media³,

³ Reynaert, I, Dijkerman, D, Fokkema, N. (2009) Basisboek crossmedia concepting. Boom onderwijs.

5.9.1 Crossmedia concepting voor de verenigingsservice

Welke crossmediale middelen kan Sportvisserij Nederland inzetten voor de verenigingsservice?

Een crossmediaal concept is een creatief strategisch ontwerp om beoogde doelstellingen te bereiken via storytelling en een crossmediale inzet. Het is een uitgangspunt voor een format, campagne of in dit geval de verenigingsservice. Vaak worden bij de ontwikkeling van een crossmediaal concept de volgende stappen onderscheiden:

1. Een doelstelling formuleren
2. Via een boodschap een doel bereiken
3. De boodschap verpakken in een verhaal
4. Het verhaal afstemmen op de consumenten, hun mediagebruik en de 'specifieke eigenschappen' van het medium
5. Het verhaal verspreiden via verschillende media
6. De consumenten bereiken, met hen communiceren en de dialoog centraal stellen

Bij het concepting van crossmedia voor de verenigingsservice zal alleen gekeken worden naar het onderdeel "conceptualiseren". Er zal een concept worden bedacht wat uitgevoerd kan worden door Sportvisserij Nederland.

1. Een doelstelling formuleren

Doelstelling van het crossmediale concept is om hengelsportverenigingen & vrijwilligers te informeren over de online verenigingsservice en gebruik te laten maken van de online verenigingsservice.

2. Via een boodschap een doel bereiken

De online verenigingsservice biedt alle informatie wat hengelsportverenigingen & vrijwilligers kan helpen bij hun dagelijkse werkzaamheden binnen een vereniging. Een van de doelstellingen van Sportvisserij Nederland is om hengelsportverenigingen & vrijwilligers een goede service te verlenen door ze te helpen met hun dagelijkse werkzaamheden binnen de verenigingen. Door een betere service te verlenen aan de hengelsportverenigingen, in dit geval door middel van de online verenigingsservice, zijn het uiteindelijk de hengelsportverenigingen die meer leden kunnen binden. Hoe meer leden des te meer VIs passen er worden verkocht waardoor Sportvisserij Nederland meer inkomsten binnen krijgt wat o.a. ten goede komt voor het blijven ondersteunen van hengelsportverenigingen & vrijwilligers met daarbij hun leden. De boodschap van dit crossmediale concept zal zijn: 'De verenigingsservice, alles voor hengelsportverenigingen en vrijwilligers'.

3. De boodschap verpakken in een verhaal

Bij een hengelsportvereniging worden sportvissers lid. Over het algemeen wordt de sportvisser lid van een vereniging voor de VISpas. Hiermee mag hij/zij in de aangegeven wateren, vastgesteld in de landelijke lijst van viswateren en verenigingswater vissen. Verenigingen & vrijwilligers moeten nieuwsgierig raken naar de online verenigingsservice. Het verhaal draait dan om het te laten zien van beelden, geluiden, teksten en afbeeldingen over een “perfecte hengelsportvereniging met overdreven gemotiveerde vrijwilligers”. Via verschillende kanalen zal dit verhaal worden overgebracht.

4. Het verhaal afstemmen op de consumenten, hun mediagebruik en de ‘specifieke eigenschappen’ van het medium

Om de hengelsportverenigingen & vrijwilligers te bereiken zal via verschillende mediakanalen het verhaal worden overgebracht. Het verhaal moet passen binnen het taalgebruik, cultuur, en sfeer van een hengelsportvereniging. De verenigingen samen met hun vrijwilligers zullen met ‘je’ worden aangesproken.

5. Het verhaal verspreiden via verschillende media

Het verhaal over een ‘perfecte’ hengelsportvereniging moet voor de consument (hengelsportverenigingen & vrijwilligers) overtuigen dat het verhaal onwerkelijk is, maar toch nieuwsgierig raken over hoe en wat die zogenaamde ‘perfecte’ hengelsportvereniging heeft gedaan om te zorgen voor dat ze:

1. Erg enthousiaste en zeer betrokken leden hebben die vele andere activiteiten dan ‘het vissen’ organiseren (thema ledenactiviteiten)
2. Een grote en zeer actieve jeugdafdeling hebben (thema jeugdwerk)
3. Een grote naamsbekendheid hebben. (thema promotie)
4. Iedere week een druk bezochte viswedstrijd organiseren (thema wedstrijden)
5. Nog nooit een boete hebben uitgedeeld tijdens controle (thema controle)
6. Ieder toekomstig lid snel en heel gemakkelijk een VISpas kan bestellen (thema bestuur)
7. Perfect viswater hebben (thema visstandbeheer)
8. Een groot aantal aan vrijwilligers hebben (thema vrijwilligers)

De bovenstaande ‘hoofdstukken’ van het crossmedia-verhaal zullen verspreid worden met de huidige communicatiekanalen van Sportvisserij Nederland. De hoofdstukken stellen een van de acht thema’s voor binnen de online verenigingsservice. De huidige communicatiemiddelen die ingezet worden voor het communiceren naar hengelsportverenigingen & vrijwilligers zijn:

- De website van Sportvisserij Nederland inclusief de federatieve websites. Hierop worden nieuwsberichten geplaatst.
- Per brief.
- Digitale nieuwsbrief
- Bijeenkomsten en overlegmomenten
- Via de mail
- Telefonisch

6. De consumenten bereiken, met hen communiceren en een dialoog stellen

Om het verhaal over te brengen naar de hengelsportverenigingen & vrijwilligers zal het bereik van de communicatiemiddelen groot om de aangesloten hengelsportverenigingen & vrijwilligers te kunnen bereiken. De website, (nieuw)brief en mail hebben het grootste bereik. Deze zullen meer ingezet worden dan de overige middelen (bijeenkomste en telefonisch).

Als het verhaal overgebracht is zullen de hengelsportverenigingen & vrijwilligers naar de online verenigingsservice via www.hsvservice.nl gaan waar het complete verhaal beschreven al dan niet afgebeeld staat.

“ Maak gebruik van de online verenigingsservice en wordt net als de zogenaamde ‘perfecte’ hengelsportvereniging”.

Literatuur

Boeken

Baarda, D.B. De Goede, M.P.M. Teunissen. J. (2009). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek, handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv.

Braas, Couwelaar van, Kat (2001) *Taaltopics Rapporteren*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv.

Reynaert, I, Dijkerman, D, Fokkema, N. (2009) *Basisboek crossmedia concepting*. Boom onderwijs.

Smits, G.J en Bisschop J.S. 2007. *De Internet Scorecard: Verbeter je online resultaten*. Amsterdam: Pearson Education Benelux bv.

Smits, J. Edens, R. (2009) *Onderzoek met SPSS en Excel*. Amsterdam: Pearson Education

Verckens, J.P. (2008). *Methoden en technieken van onderzoek*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Vocht de, A. (2005) *Basishandboek SPSS 11 voor Windows*. Utrecht: Bijleveld Press.

Tijdschriftartikelen

Verhage, T. December 2003. Effectieve online marketing. Website content als instrument en taal. *Tijdschrift voor de Marketing*.

Internetbronnen

Verloop, R (2009). *Boekrecensie: Basisboek crossmedia concepting*. Geraadpleegd op 25 mei 2010, <http://www.frankwatching.com/archive/2009/08/03/boekrecensie-basisboek-crossmedia-concepting/>

Bestuur. Geraadpleegd februari 2010, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Bestuur/>

Doelstellingen & Organisatie (2010) Geraadpleegd maar 2010, http://www.sportvisserij nederland.nl/sportvisserij_nederland/

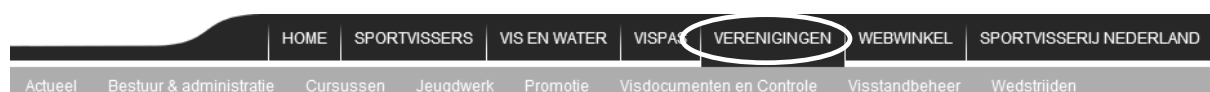
Bijlage

Bijlage 1 Enquête doelgroeponderzoek

Geachte relatie,

Sportvisserij Nederland wil via de website: www.sportvisserijnederland.nl binnen het onderdeel “verenigingen” bruikbare informatie en ondersteuning bieden aan personen (bijv. vrijwilligers) die actief zijn binnen de hengelsportvereniging. Door te meten hoe gebruiksvriendelijk, nuttig en overzichtelijk deze informatie en ondersteuning wordt aangeboden, kunnen wij de online verenigingsservice nog beter verlenen.

Indien u nog geen gebruik maakt van de website maar wel over een computer met internetmogelijkheden beschikt willen wij u vragen naar het onderdeel “verenigingen” te gaan binnen de website www.sportvisserijnederland.nl. Zie afbeelding hieronder.



Naam	_____
Leeftijd	_____ M / V
Woonplaats	_____
Naam vereniging	_____
Functie binnen de vereniging	_____
Telefoonnummer	_____
E-mail	_____

Wat zijn uw belangrijkste werkzaamheden binnen de vereniging?

Onderstaande vragen hebben betrekking op de website: www.sportvisserijnederland.nl

kruis aan wat van toepassing is m.b.t. de vragen hieronder

1. Hoe vaak bezoekt u de website: www.sportvisserijnederland.nl?

- ☐ Nooit
- ☐ 1-5 keer per jaar
- ☐ maandelijks
- ☐ wekelijks - dagelijks
- ☐ Alleen voor deze enquête

2. Maakt u gebruik van het onderdeel “verenigingen” op de website?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Alleen voor deze enquête

Bij het beantwoorden van de volgende vragen is het van belang dat u binnen het onderdeel “verenigingen” eerst even globaal de rubrieken bekijkt.

3. Wat is uw eerste indruk over het onderdeel “verenigingen”?

Informatief	☐	☐	☐	☐	Niet informatief
Saaï	☐	☐	☐	☐	Spannend
Behulpzaam	☐	☐	☐	☐	Niet behulpzaam
Niet compleet	☐	☐	☐	☐	Compleet

Omcirkel het gewenste antwoord m.b.t. de vragen hieronder

4. Kunt u gewenste informatie binnen het onderdeel “verenigingen” gemakkelijk vinden?

☐ **Zeer slecht**
☐ **Slecht**
☐ **Voldoende**
☐ **Goed**
☐ **Zeer goed**

5. Hoe vindt u dat informatie binnen het onderdeel “verenigingen” wordt aangeboden?

☐ **Zeer slecht**
☐ **Slecht**
☐ **Voldoende**
☐ **Goed**
☐ **Zeer goed**

6. In hoeverre helpt de aangeboden informatie binnen het onderdeel “verenigingen” u, bij de werkzaamheden binnen de vereniging?

☐ **Zeer slecht**
☐ **Slecht**
☐ **Voldoende**
☐ **Goed**
☐ **Zeer goed**

7. Het onderdeel “verenigingen” omvat verschillende rubrieken. Kunt u voor u eigen activiteiten (kruis aan) aangeven wat u goed vindt, wat u mist of wat u slecht vindt?

- ☐ **Bestuur & Administratie**
- ☐ **Cursussen**
- ☐ **Promotie**
- ☐ **Visdocumenten & Controle**
- ☐ **Visstandbeheer**

Goed _____
 Slecht _____
 Ik mis _____

Sportvisserij Nederland heeft een opzet gemaakt om het onderdeel “verenigingen” overzichtelijker te maken (staat nog niet online). Dit gebeurt d.m.v. iconen waaronder alle informatie gesorteerd is. De volgende vragen hebben betrekking op de afbeelding hieronder.

8. Kunt u de rubrieken sorteren van 1 tot 9 waarbij 9 erg belangrijk is en 1 minst belangrijk.



Administratie



Wedstrijden



Visdocumenten & Controle



Ledenactiviteiten



Promotie



Bestuur



Jeugdwerk



Visstandbeheer



Vrijwilligers

9. Kan Sportvisserij Nederland in een later stadium contact met u opnemen over de vorderingen van de online Verenigingservice? Dit gesprek zal bestaan uit enkele korte vragen.

☐ Nee

☐ Ja

Heeft u over het algemeen nog opmerkingen/ideeën/toevoegingen voor de website van Sportvisserij Nederland?

Vriendelijk bedankt voor het invullen van de enquête.

U kunt deze enquête inleveren bij de stand van Sportvisserij Nederland op de VISMA, waarbij u een cadeautje ontvangt of terugsturen naar Sportvisserij Nederland d.m.v. bijgevoegd antwoordenvolp.

Contactpersoon:

Jyoti Basant

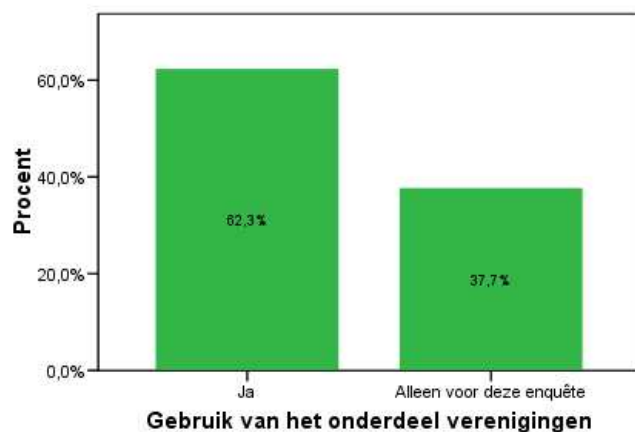
Stagiair afdeling Communicatie & Educatie

T 030 60 58 427

E basant@sportvisserijnederland.nl

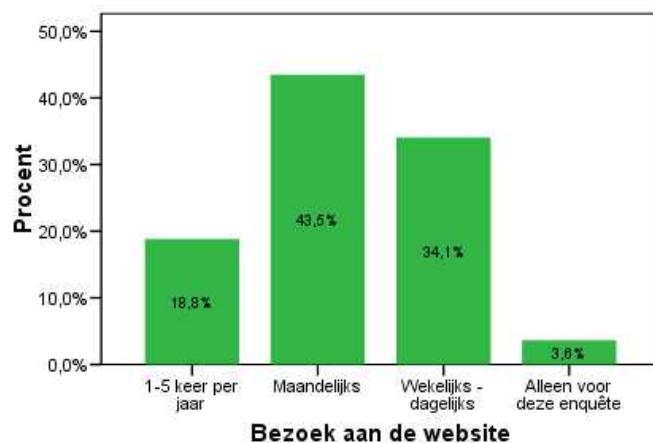
Bijlage 2 Resultaten Enquête doelgroeponderzoek

- De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 57 jaar.
- 62,3% van de respondenten maakt gebruik van het onderdeel verenigingen (verenigingsservice). Zie grafiek 1.
- 43,5% bezoekt de website van Sportvisserij Nederland maandelijks en 34,1% wekelijks tot dagelijks. Zie grafiek 2.
- 63,3% van de respondenten krijgen als eerste indruk van het onderdeel verenigingen dat het “redelijk spannend” is en 56% vindt het “redelijk compleet”. Zie figuur 3 & 4.
- Het merendeel van de respondenten krijgt als eerste indruk dat het onderdeel verenigingen erg informatief en behulpzaam is. Zie figuur 5 & 6.
- Het aanbod en de vindbaarheid van informatie binnen het onderdeel verenigingen beoordelen de respondenten met ‘goed’.
- Over het geheel vinden de respondenten dat de aangeboden informatie hun ‘voldoende’ helpt.



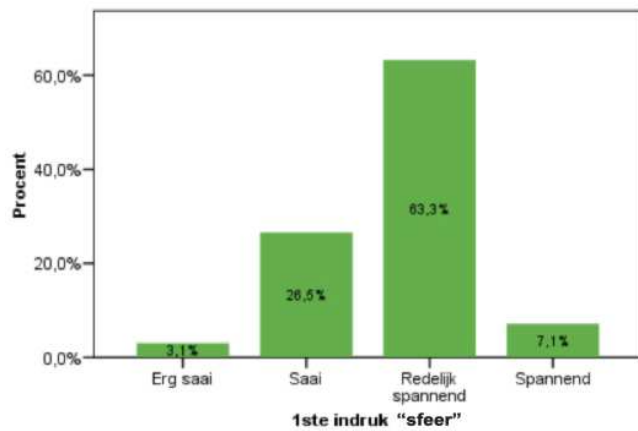
© Sportvisserij Nederland

Grafiek 1



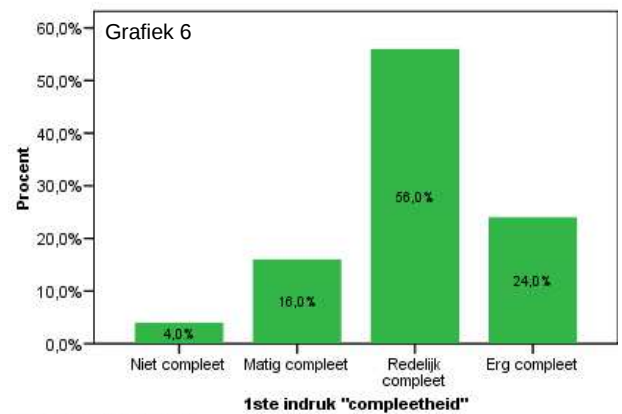
© Sportvisserij Nederland

Grafiek 2



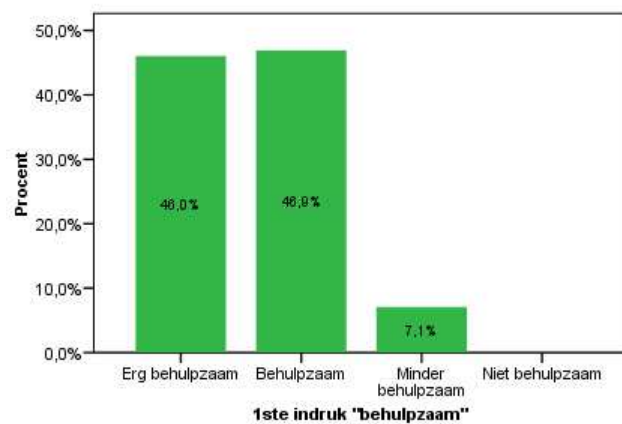
© Sportvisserij Nederland

Grafiek 3



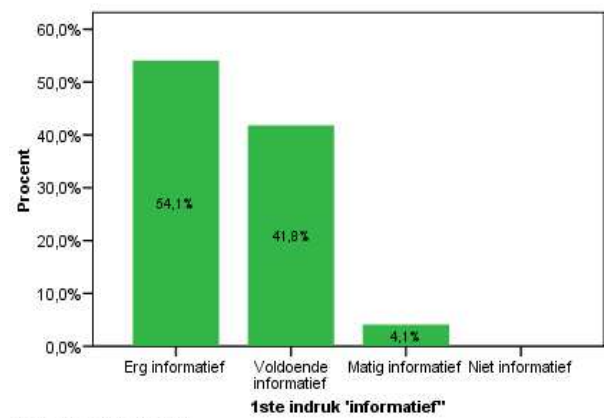
© Sportvisserij Nederland

Grafiek 4



© Sportvisserij Nederland

Grafiek 5



© Sportvisserij Nederland

Grafiek 6

Bijlage 3 Dialoog interview

Goedendag, u spreekt met Jyoti Basant van Sportvisserij Nederland. Onlangs heeft u een enquête ingevuld over de verenigingsservice van Sportvisserij Nederland. Nogmaals hartelijk bedankt hiervoor. Zou ik u een korte vraag mogen stellen?

- Ja, prima. Stelt u maar de vraag.
- Nee, ik heb nu even geen tijd, kunt u later terug bellen?
- Kan ik het antwoord op de vraag ook naar u toe mailen?

Een van de vragen van de enquête luidde: "Kunt u voor u eigen activiteiten aangeven wat u goed vindt, wat u mist of wat u slecht vindt?" U gaf een interessant, maar onvolledig antwoord. <vraag> Kunt u dit toelichten.

Bijlage 4 Banners

Onderstaande (op de site bewegende) banner staat live op www.sportvisserijnederland.nl



Dezelfde banner is ontwikkeld in de formaten:

- Square banner 125x125 px.
- Half banner 234x60 px.

Bijlage 5 Flyer de verenigingsservice

De onderstaande flyer is 5000 keer gedrukt in a5-formaat.

De verenigingsservice www.hsvservice.nl Sportvisserij Nederland

Alles voor hengelsportverenigingen en vrijwilligers

- ✓ Overzichtelijk verdeeld in acht thema's
- ✓ Gratis te bestellen promotiemateriaal
- ✓ Ontwerp een eigen flyer
- ✓ Handige tips, draaiboeken, handleidingen en downloads
- ✓ Gratis (online) cursussen
- ✓ En nog veel meer!

bestuur controle jeugdwerk promotie visstandbeheer wedstrijden vrijwilligers ledenactiviteiten

Download handleidingen als:

- ✓ Hoe promoot ik mijn vereniging?
- ✓ Wat kan ik doen voor de jeugd?
- ✓ Hoe verbeter ik mijn controle aan 't water?
- ✓ Hoe verbeter ik de visstand van mijn water?
- ✓ En nog vele andere downloads...

Bekijk www.hsvservice.nl en vind alles gemakkelijk en snel!

De verenigingsservice wordt mede aangeboden door:

Hengelsportfederatie Groningen Drenthe Hengelsport Federatie Oost-Nederland Hengelsportfederatie Gooi & Eemland Hengelsportfederatie Fryslân MIDDEN NEDERLAND sportvisserij Limburg Sportvisserij NoordWest Nederland Sportvisserij Zuidwest Nederland