



v.v. Hekelingen

COMMUNICATIEPLAN

Versie september 2021

Lyndsey Mans-Kuipers



Inhoudsopgave

Inleiding	2
1: Belang van communicatie	3
2: Algemene gedragsregels	4
3: Interne communicatie	6
3.1: Informeren	6
3.1.2: Speciale aandacht: procedure teamindelingen	7
3.2: Betrokkenheid creëren	9
4: Externe communicatie	10
4.1: Informeren	10
4.2: Betrokkenheid creëren	10
5: Beschikbare communicatiemiddelen	11
5.1: Tabel communicatiemiddelen	11
5.2: Uitwerking per communicatiemiddel	14
5.2.1: WhatsApp	14
5.2.1.1: Kader/vrijwilligers	14
5.2.1.2: Teams	14
5.2.2: Website	15
5.2.3: Facebook	15
5.2.4: Instagram	17
5.2.5: E-mail	17
5.2.6: Brief	18
5.2.7: Persoonlijk gesprek	18
6: Samenvatting voor vrijwilligers	20
7: Aandachtspunten en aanbevelingen	22
Bijlage: concept document teamindelen selectie (jeugd)	23

Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van v.v. Hekelingen. In dit document wordt ten eerste dieper ingegaan op het belang van communicatie, gevolgd door een beeld van alle manieren waarop er binnen de club interne en externe communicatie plaats kan vinden, en welke afspraken hierover zijn gemaakt.

De verschillende communicatiemiddelen met hun respectievelijke doelgroep en functie komen zeer uitgebreid aan bod, zodat het kiezen van het juiste communicatiemiddel makkelijker wordt en consequenter gebeurt. Tenslotte is dit document voorzien van een puntsgewijze samenvatting bestemd voor eenieder die uit hoofde van zijn functie binnen of namens de club communiceert.

Het is van belang dit document regelmatig, maar zeker jaarlijks te actualiseren. De wereld verandert in een hoog tempo en onze manieren van communiceren passen zich daarop aan. Wat in 2021, ten tijde van het opstellen van dit plan, logische communicatiemiddelen zijn, kan binnen enkele jaren compleet zijn veranderd.

Door de afspraken binnen dit plan van bovenaf wijd te verspreiden binnen de vereniging, zal er effectiever, consequenter en duidelijker worden gecommuniceerd. Dit gaat niet in één keer, en zeker ook niet vanzelf. Een betere manier van communiceren wordt alleen bereikt door hier continue aandacht aan te besteden, en bij iedere mededeling die binnen de club of naar extern publiek wordt gedaan, goed na te denken over de juiste vorm van communicatie. Dit plan vormt hierbij een leidraad, een manier om bewuster om te gaan met communicatie.

1: Belang van communicatie

Goede communicatie is onmisbaar bij ieder contact tussen mensen. De verkeerde toon, het verkeerde middel of zelfs het verkeerde moment kunnen een boodschap een compleet andere lading geven dan bedoeld.

Iedereen communiceert, de hele dag door. Meestal doen we dit zonder na te denken, is het iets dat vanzelf gebeurt. We voeren een gesprek, kijken iemand aan, sturen een berichtje of lachen vriendelijk. Allemaal vormen van communicatie waar iedereen mee te maken krijgt en waar geen beleid voor nodig is.

Anders wordt het als er wordt gecommuniceerd binnen of namens een organisatie. Hier komen grote aantallen mensen samen, en kan een verkeerd geformuleerde boodschap snel tot grote onrust leiden. Zelfs niet communiceren, op een moment waarop mensen dat wel verwachten, kan gevolgen hebben. Omdat er binnen en namens een organisatie doorgaans meerdere personen zijn die communiceren, is het eveneens belangrijk om na te denken over de manier waarop dit gebeurt. Het geeft rust als mensen weten hoe zij anderen moeten aanspreken, en ook weten hoe zij zelf aangesproken worden.

Een goede communicatie binnen een organisatie kan rust en stabiliteit bevorderen. Er ontstaan minder misverstanden, minder aannames en minder conflicten als er goed is nagedacht over de manier waarop wordt gecommuniceerd. Een gestructureerde communicatie naar externe partijen, bijvoorbeeld de media, kan zorgen voor een beter en duidelijker imago.

Uitgangspunt van effectieve communicatie, is de ontvanger centraal stellen. Het gaat niet om wat de zender wil vertellen, het gaat om wat de ontvanger moet weten. Dit vereist voor veel mensen een andere manier van denken dan zij van nature gewend zijn. Om die reden is het goed hier duidelijke afspraken over te maken.

De manier waarop wij communiceren is en blijft altijd persoonlijk. Zelfs als we de gemaakte afspraken volgen zal de manier waarop een boodschap wordt gebracht per persoon altijd iets verschillen. Dat is niet erg, het maakt een organisatie menselijk en interessant. Door duidelijke afspraken te maken over de te gebruiken communicatiemiddelen, de toon en de inhoud van een bericht zal de boodschap voor de ontvanger altijd duidelijk blijven, ongeacht wie de verzender is.

2: Algemene gedragsregels

Effectieve communicatie kan alleen plaatsvinden als iedereen dezelfde algemene gedragsregels in acht neemt. Dit zijn zaken die door iedereen die een functie heeft binnen de club moeten en mogen worden verwacht. Door deze in dit document vast te leggen ontstaat een betere mogelijkheid om elkaar hierop aan te spreken indien nodig.

Deze regels gelden bij iedere vorm van communicatie, dus zowel voor persoonlijke gesprekken als (digitale) geschreven berichten en alles hier tussenin.

-Altijd respectvol blijven

Mensen zijn het van nature niet altijd met elkaar eens. Dat is niet erg, maar houd het altijd netjes. Geef feedback op de inhoud, en niet op de persoon. Vanzelfsprekend wordt er niet gescholden of ander verbaal geweld gebruikt.

-Geef correcte informatie

Geef alleen feiten door waarvan je weet dat deze kloppen, en verifieer dit indien nodig. Heb je toch iets verteld dat niet klopt? Rectificeer dit dan zo snel en feitelijk mogelijk.

-Geef antwoord

Als iemand je een vraag stelt, dan geef je binnen een redelijke termijn antwoord. Via WhatsApp is dit binnen 1 dag, per e-mail zou dit ook het streven moeten zijn. 'Dat weet ik niet', 'Dat kun je beter aan... vragen' of 'Dat moet ik uitzoeken, ik kom er binnen een week op terug' zijn ook antwoorden. Zwijgen niet.

-Kom beloftes na

Beloftes die waar dan ook namens v.v. Hekelingen worden gedaan, of dit nu door het bestuur is of namens een vrijwilliger, moeten worden nagekomen. Denk dus goed na voor je iets belooft, en doe dit alleen als je zeker weet dat je de belofte na kan komen. Beloof je binnen een bepaalde termijn iemand te beantwoorden of met bepaalde informatie te komen, maar blijkt je hier meer tijd voor nodig te hebben? Geef dan een update en een nieuwe termijn. Dit kun je niet eindeloos herhalen, dus doe dit hooguit 1 keer.

-Wees je bewust van je rol

Wanneer je een functie bekleedt binnen de club, ben je feitelijk altijd in functie. Alles dat je zegt over zaken die met de club te maken hebben, zeg je als vertegenwoordiger van de club. Wees je hiervan bewust. Denk hierbij bijvoorbeeld aan informele gesprekken met ouders of spelers, maar ook met de media of op social media. Mensen weten wie je bent, en zien in jou een vertegenwoordiger van de club. Doe dus geen uitspraken die de club kunnen schaden of die niet passen bij het beleid van de club.

-Communiceer niet namens de club

Ook al ben je betrokken bij de club, en zien mensen in jou een vertegenwoordiger van de club, betekent dat nog niet dat je namens de hele club het woord mag doen. Communicatie met de media dient altijd via het bestuur plaats te vinden. Op social media mag je je niet als de club voordoen, dus geen accounts of pagina's namens v.v. Hekelingen of een onderdeel hiervan, zonder toestemming van het bestuur.

-Geef kritiek binnenskamers

Kritiek op de club in het algemeen, het bestuur of andere vrijwilligers in het bijzonder, wordt nooit via de media of op social media geuit. De juiste manier om dit soort dingen te bespreken en op te lossen is door intern een gesprek aan te gaan met betrokkenen.

-Zorg voor duidelijkheid

Communicatie is bedoeld om duidelijkheid te verschaffen. Voorkom overbodige informatie, wees volledig, en let altijd op dat wat je zegt niet op verschillende manieren opgevat kan worden.

-Wees eerlijk

Soms lijkt het makkelijker om de waarheid iets te veranderen om de boodschap beter te laten vallen. Doe dit niet. Een eerlijke boodschap kan lastig zijn, voor zowel zender als ontvanger, maar zorgt op lange termijn voor meer duidelijkheid en een betere relatie. Zeg liever 'Dat gaat niet gebeuren' dan 'Misschien in de toekomst' wanneer duidelijk is dat iets simpelweg niet gaat gebeuren. Op deze manier wordt voorkomen dat men onterecht hoop blijft houden, en het slechte nieuws uiteindelijk nog veel harder aankomt.

-Deel belangrijke informatie altijd schriftelijk

Wanneer je een boodschap mondeling brengt naar 30 mensen, komen er hierna zeker 20 versies van de boodschap in omloop. Zorg dat je belangrijke berichten dus altijd (ook) schriftelijk deelt. Dit is in je eigen belang, mensen kunnen je geen woorden in de mond leggen die je niet hebt gebruikt, maar ook in het belang van de ontvangers. Zij kunnen op deze manier altijd even nakijken wat je nu precies hebt gezegd, in plaats van hier een eigen versie van te maken. Breng je een belangrijke boodschap mondeling, omdat een persoonlijke benadering beter bij de situatie past (bv bij slecht nieuws), maak er hierna dan altijd even een samenvatting van en deel deze met de ontvanger (bv via WhatsApp of e-mail).

3: Interne communicatie

Binnen de vereniging vindt continue communicatie plaats, zowel formeel als informeel, en zowel tussen vrijwilligers onderling als tussen vrijwilligers en leden. Om dit in goede banen te leiden zijn heldere structuren nodig.

3.1: Informeren

Het doel van interne communicatie, communicatie binnen de vereniging, is hoofdzakelijk informeren. Dat betekent dat de communicatie hierbij moet passen, en zo feitelijk mogelijk moet zijn. De eerder benoemde algemene gedragsregels zijn hierbij leidend.

Door te structureren wie met wie communiceert wordt het voor leden duidelijker met wie zij te maken hebben, en voor vrijwilligers meer helder welke lijnen gevolgd moeten worden. Bovendien wordt voorkomen dat mensen bedolven worden onder de informatie die niet voor hen bestemd is.

Binnen de club is reeds een zekere structuur op hiërarchisch gebied aanwezig. Deze lijnen kunnen worden gevolgd als het om communicatie gaat.

Voor de communicatie in de seniorenafdeling ziet dit er zo uit:

Bestuur ↔ Coördinatoren ↔ Trainers ↔ Spelers

Voor de jeugdafdeling:

Bestuur ↔ Coördinatoren ↔ Trainers ↔ Ouders/spelers

Door eenieder te stimuleren deze lijnen te volgen, ontstaat er meer rust en duidelijkheid.

Natuurlijk zijn er situaties waarin van deze lijnen kunnen worden afgeweken. Zo is het nodeloos ingewikkeld en arbeidsintensief om het bestuur een boodschap die voor alle leden bedoeld is altijd via deze lijnen te laten delen. Een mededeling via de website of op social media kan een beter alternatief zijn.

Wil het bestuur deze boodschap echter nog eens extra benadrukken, dan kan dit het best wél via de genoemde structuur gebeuren: coördinatoren (uitsluitend jeugdafdeling) worden opgeroepen de boodschap nog eens te delen met de trainers, die deze vervolgens overdragen aan de spelers/ouders. Op deze manier worden steeds relatief kleine groepen aangesproken, en valt ook beter te overzien of iedereen de boodschap heeft ontvangen. Mocht een bepaalde groep mensen de boodschap niet ontvangen hebben, valt op deze manier eveneens beter vast te stellen waar het mis is gegaan.

Welke communicatiemiddelen kunnen worden ingezet bij interne communicatie leest u in 5: Beschikbare communicatiemiddelen.

3.1.2: Speciale aandacht: procedure teamindelingen

Rondom de teamindelingen (jeugd) voor het volgend seizoen ontstaat traditioneel veel onrust. Betrokkenen willen graag weten in welk team er gespeeld gaat worden en bemoeien zich niet zelden met de indelingen.

Door een gestructureerde communicatie kan een deel van deze onrust worden voorkomen. Het doel is betrokkenen feitelijk te informeren, en vragen te beantwoorden voor zij ontstaan. Door in iedere leeftijdsgroep voor dezelfde manier van communiceren te kiezen weten leden uit ervaring steeds beter wat zij kunnen verwachten.

Aantekening: de manier van indelen en selecteren wordt in deze structuur niet vastgelegd, het gaat uitsluitend om de communicatie.

Voor niet-selectieteams:

Er moet duidelijk worden gecommuniceerd op welke datum de indelingen bekend zullen zijn en op welke manier deze worden gecommuniceerd.

Zowel de aankondiging hierover als de indelingen zelf dienen tenminste op de website geplaatst te worden, een verwijzing hiernaar op Facebook valt aan te bevelen. Wordt de genoemde datum niet gehaald, dan dient dit tijdig gecommuniceerd te worden.

Indelingen kunnen ook via andere kanalen, bijvoorbeeld WhatsApp, direct met betrokkenen worden gedeeld, waarbij de lijnen die voor interne communicatie zijn vastgesteld gevolgd worden. Dit mag echter pas gebeuren **nadat** deze openbaar zijn gemaakt via de website. Zo wordt voorkomen dat niet iedereen tegelijk over de informatie kan beschikken, bijvoorbeeld door het niet aanwezig zijn in een WhatsApp-groep. Dit voorkomt onrust en ongelijkheid.

Wordt de gestelde datum van communicatie niet gehaald? Dan dient dit tijdig, doch uiterlijk op de dag vóór de gestelde datum, gecommuniceerd te worden via de website, bij voorkeur met een duidelijke opgaaf van redenen. Hierbij dient ook een nieuwe datum genoemd te worden. Het is van het grootste belang voor de betrouwbaarheid van de club om deze belofte vervolgens wél na te komen.

Voor selectieteams:

Rondom de indelingen voor selectieteams ontstaat doorgaans meer onrust dan bij de niet-selectieteams. Extra informatie is nodig om deze onrust zoveel mogelijk te voorkomen.

Het beginpunt van de communicatie dient een geschreven document gericht aan de (voorlopig) geselecteerde speler en zijn of haar ouders te zijn, waarin wordt vermeld wat de betrokkenen kunnen verwachten. Dit document kan per e-mail, post of door persoonlijke overhandiging worden verdeeld.

In het document moeten minimaal de volgende punten zijn opgenomen:

-welke teams worden middels deze selectieronde samengesteld? (bv: de JO13-1 en JO13-2)

-op welke manier gaat dit gebeuren? (bv: acht selectietrainingen, twee oefenwedstrijden, drie bekercompetitieduels etc.)

-wanneer begint dit proces? (eerste training) en wanneer eindigt het?

-wanneer en via welke weg worden de resultaten bekendgemaakt? (wees hierin zo specifiek mogelijk en houd je aan deze afspraak)

-kunnen er ook na de bekendmaking van de indelingen nog wijzigingen plaatsvinden binnen de selectie en tot wanneer kan dit?

-wat gebeurt er met de spelers die niet in de selectie terechtkomen?

-wie staan er voor de groep? (namen van de trainers en indien reeds bekend hun functie voor het komende seizoen)

-waar kan ik terecht met vragen? (het heeft de voorkeur om hier 1 telefoonnummer of mailadres te plaatsen, en niet meerdere, om te voorkomen dat mensen hun vraag aan verschillende personen gaan stellen en wellicht net iets andere antwoorden krijgen)

Bij tussentijdse vragen van ouders of spelers wordt er bij voorkeur naar de informatie in dit document verwezen. Wordt de vraag hierin niet beantwoord, is het van groot belang dat er alleen feitelijke informatie wordt verstrekt bij de beantwoording. Een vraag als 'Weet je al of Pietje in de selectie komt?' moet dus niet worden beantwoord met 'Nou, hij is op de goede weg hoor, het zou zo maar kunnen', maar met 'Daar kan ik nu nog niks over zeggen, dat maken we op bekend.'

De indelingen van de teams (of wie er wel/niet in de selectie komt) dienen op de afgesproken datum en op de afgesproken manier gedeeld te worden. Hierbij verdient het de aanbeveling om zeker 'slecht nieuws' zoveel mogelijk persoonlijk te brengen kort voor de indelingen openbaar worden gemaakt, om eventuele vragen direct te kunnen beantwoorden en begrip te kunnen tonen voor de teleurstelling. Persoonlijk betekent in dit geval via een persoonlijk gesprek, telefonisch of via WhatsApp.

In de bijlage van het Communicatieplan is een concept voor het document opgenomen.

3.2: Betrokkenheid creëren

Alhoewel interne communicatie vooral gericht is op informeren, is ook het creëren van betrokkenheid een belangrijk punt.

Waar informeren tweerichtingsverkeer is, een boodschap kan zowel van 'boven' (bestuur) naar 'beneden' (leden) worden gestuurd als andersom, is dit bij het creëren van betrokkenheid anders. Dit loopt altijd van boven naar onder:

Bestuur → coördinatoren (indien jeugdafdeling) → trainers → leden/ouders

Het bestuur hoeft hierbij niet altijd het beginpunt te zijn, een trainer kan bv ook betrokkenheid bij de ouders creëren door een filmpje of foto's van een training te delen.

Alhoewel het creëren van betrokkenheid op de korte termijn een minder belangrijk doel lijkt dan informeren, is het op de lange termijn minstens zo belangrijk. Betrokken leden zullen de club eerder trouw blijven, meer begrip tonen en zich eerder als vrijwilliger aanmelden. Het is dus zaak om hier op structurele basis mee bezig te zijn.

Leden blijven betrokken als zij goed worden geïnformeerd over wat er speelt binnen de club (hier bestaat dus grote overlap met 'informeren') als het gaat om formele zaken. Ook informele zaken spelen echter een rol bij het creëren van een betrokkenheidsgevoel. Social media kunnen binnen deze vorm van communicatie een grote rol spelen. Zo worden niet perse belangrijke, maar wel leuke nieuwtjes gemakkelijk gedeeld. Uitgangspunt moet zijn dat iedereen zich onderdeel voelt van de vereniging. Dat vraagt om een complete benadering, waarbij selectiespelers of veteranen ook op de hoogte blijven van de activiteiten van de voetbalschool, en andersom. De randvoorwaarden hiervoor worden besproken in 5: Beschikbare communicatiemiddelen.

4: Externe communicatie

Wanneer de club communiceert met een persoon, bedrijf of andere doelgroep buiten de vereniging, is er sprake van externe communicatie. Alhoewel deze minder vaak plaatsvindt dan interne communicatie, is het van belang hier duidelijke afspraken over gemaakt worden. Er moet worden voorkomen dat de club via tal van personen en niet aan de club verbonden mailadressen etc. contact legt met externen, en er geen zicht is op alle communicatiestromen.

4.1 Informeren

Een deel van de externe communicatie verloopt grotendeels onbewust. Wanneer de club bijvoorbeeld een bericht plaatst op de website of social media dat in eerste instantie voor de leden bedoeld is, kan dit ook worden gelezen door derden. Hier dient altijd in het achterhoofd rekening mee gehouden te worden.

Daarnaast zijn er momenten waarop het voor de club van belang is om actief contact te zoeken met personen buiten de vereniging. Denk hierbij aan het informeren van de media, wanneer de vereniging nieuws te vertellen heeft. Ook het informeren van sponsoren valt onder externe communicatie.

Het aantal communicatiemiddelen dat ingezet kan worden bij externe communicatie is veelal beperkter dan bij interne communicatie (zoals bij 'Beschikbare communicatiemiddelen' aan bod komt). Een goede keuze maken is ook nu van groot belang. Daarnaast valt het aan te bevelen dat het aantal personen dat namens de vereniging contact heeft met externen, zo beperkt mogelijk wordt gehouden. Zo heeft de club een duidelijk aanspreekpunt, en wordt voorkomen dat verschillende personen onbewust net iets andere feiten naar buiten brengen.

Communicatie met de media en (potentiele) sponsoren mag alleen plaatsvinden na goedkeuring van en met medeweten van het bestuur en/of de communicatieverantwoordelijke. Bovendien valt het aan te bevelen om deze alleen plaats te laten via een mailadres of ander communicatiemiddel dat aan de club toebehoort.

4.2 Betrokkenheid creëren

Externe communicatie is ook van belang bij het creëren van betrokkenheid door mensen, bedrijven of andere doelgroepen buiten de vereniging. Het is prettig en belangrijk dat er door hen op een positieve manier over de club wordt gepraat en gedacht. Aanmoedigen dat ook externen de social media kanalen van de club volgen is een goede manier om zichtbaar te zijn, en een positieve gedachte op te wekken bij inwoners van Nissewaard. Onder hen bevinden zich personen die wellicht lid willen worden van een voetbalvereniging, of overwegen om een club te gaan sponsoren. Ook naar buiten treden wanneer er niet per se nieuws te brengen valt, kan dus helpen om de zichtbaarheid van de club te verhogen en te werken aan betrokkenheid van personen buiten de club.

Betrokkenheid creëren is niet iets dat je eens even kunt gaan doen. Het moet verweven zitten in de cultuur van de club. Een goede reputatie krijg je niet alleen door goed te communiceren, maar ook door een prettige vereniging te zijn. Communicatie kan slechts helpen om mensen hiervan bewust te maken. Een moment uitkiezen om eens even aan de betrokkenheid te werken, dat is onmogelijk. Interessante berichten delen met een groot publiek, en zorgen dat het beeld dat in de buitenwereld over de club bestaat aansluit met de werkelijkheid zou wel een aandachtspunt moeten zijn.

5: Beschikbare communicatiemiddelen

Het aantal communicatiemiddelen dat een mens, en daarmee ook een vereniging, tot zijn beschikking heeft is groot, en zal alleen maar blijven toenemen. Welk middel is geschikt voor welk soort communicatie?

5.1: Tabel communicatiemiddelen

In onderstaande tabel zijn alle beschikbare en op dit moment aanbevolen communicatiemiddelen waar de club actief gebruik van kan maken opgesomd. Er is aangegeven of dit middel voor intern of extern gebruik geschikt is, of beide, welke doelgroepen ermee bediend worden en voor welk soort boodschappen het middel geschikt is.

De genoemde percentages intern/extern zijn schattingen op basis van observaties. De verschillende communicatiemiddelen worden in de volgende paragrafen specifiek uitgewerkt.

N.B.: in deze tabel is het telefoongesprek als middel niet opgenomen. Er zijn momenten waarop dit een optie kan zijn, maar voor de meeste mensen geldt dat het hun voorkeur niet heeft. Zeker voor de ontvanger, die bij een telefonisch gesprek gestoord kan worden in zijn of haar bezigheden, kan het als irritant worden ervaren. Ook is er na afloop geen 'bewijs' van het gesprek, of de afspraken die erin gemaakt zijn, wat met veel andere middelen wel het geval is. Gebruik het om deze redenen alleen als er geen ander middel is dat toereikend is in de specifieke situatie, en met mate. Wanneer tussen een tweetal personen binnen de vereniging (of een formeel contact buiten de vereniging) een gewoonte is ontstaan van telefoneren, kan dit naar eigen inzicht zo worden gehouden. Houd er echter altijd rekening mee dat er binnen de vereniging met vrijwilligers wordt gewerkt, en er niet van hen verwacht kan worden dat zij altijd telefonisch bereikbaar zijn; zij hebben doorgaans ook nog hun bezigheden buiten de club, en zijn niet altijd in staat telefonische oproepen te beantwoorden.

Middel	Gebruik	Doelgroep	Inhoud
WhatsApp	Intern	Specifieke groepen, zoals teams, trainers en andere vrijwilligers	Berichten die alleen voor deze groep relevant zijn
Website	Intern (80%)	Alle leden (incl ouders jeugdleden) en vrijwilligers	Mededelingen vanuit de club die bij alle leden bekend moeten zijn
Website	Extern (20%)	Bezoekende clubs, potentiële leden, overige geïnteresseerden, media	Algemene informatie over de club + mededelingen voor leden (zorgen dat deze ook voor buitenstaanders te begrijpen zijn).
Facebook	Intern (70%)	Alle leden (incl ouders jeugdleden en vrijwilligers)	Mededelingen vanuit de club die bij alle leden bekend moeten zijn, informatieve berichten of leuke nieuwtjes die het delen waard zijn en het groepsgevoel kunnen verhogen
Facebook	Extern (30%)	Media, bezoekende clubs, potentiële leden, overige geïnteresseerden	Mededelingen aan leden (ter informatie), berichten die interessant zijn voor de media en/of die een goed beeld van de club geven, een visitekaartje
Instagram	Intern (70%)	Alle leden, met extra nadruk op de jeugd	Relevante foto's, zowel sfeer als nieuws (nadruk op sfeer)
Instagram	Extern (30%)	Voetballiefhebbers, met name lokaal, vrienden/bekenden van leden, overige geïnteresseerden	Relevante foto's, zowel sfeer als nieuws (nadruk op sfeer)

E-mail	Intern	Leden (incl ouders van jeugdleden). Zowel individuen als groepen.	Berichten die dusdanig belangrijk zijn dat er niet op kan worden vertrouwd dat een eventuele melding op de website voldoende is.
E-mail	Extern	Media, belanghebbenden	Mededelingen vanuit de club die relevant zijn voor betrokkenen
Brief	Intern	Leden (incl ouders van jeugdleden). Zowel individuen als groepen.	Berichten die dusdanig belangrijk zijn dat er niet op kan worden vertrouwd dat een eventuele melding op de website voldoende is. Formeler karakter dan e-mail, kan ook aanvullend gebruikt worden wanneer op e-mail niet gereageerd werd.
Persoonlijk gesprek	Intern	Leden / vrijwilligers	Informatie die als vervelend kan worden opgevat en waarbij het belangrijk is om een goede uitleg te geven, en op de reactie van de ontvanger in te kunnen gaan

Naast bovenstaande middelen heeft de club ook de mogelijkheid om via de voetbal.nl app te communiceren met de leden. Omdat dit nog niet actief gebeurt, is dit middel nog niet opgenomen in dit plan. Ten tijde van het opstellen kende de app nog veel storingen en problemen. Zijn deze verholpen, dan kan de app een deel van de communicatie per WhatsApp, E-mail en brieven vervangen. Houd er echter rekening mee dat het een middel is dat vooral voor mededelingen gebruikt kan worden, en kies wanneer een reactie gewenst is voor een ander middel.

5.2: Uitwerkingen en afspraken per communicatiemiddel

5.2.1: WhatsApp

Dit is een middel dat in principe uitsluitend bij interne communicatie wordt ingezet. Indien er sprake is van individuele externe contacten met bijvoorbeeld media of gemeente, kan dit middel ook worden gebruikt. Omdat dit doorgaans om (semi) informele communicatie zal gaan, is daar in deze uitwerking geen rekening mee gehouden.

Door de grote hoeveelheid teams, vrijwilligers en andere belanghebbenden, kan het aantal WhatsApp-groepen snel uit de hand lopen. Het is zaak dit onder controle te houden.

5.2.1.1: Kader/vrijwilligers

Het bestuur dient, eventueel in overleg met betrokkenen, te bepalen welke WhatsApp groepen er moeten bestaan. Toezien dat hierin alleen de mensen plaatsnemen die er ook horen te zijn, en deze lijst actueel houden, is essentieel.

Te denken valt aan een structuur die ook is genoemd binnen Interne Communicatie: een groep voor bestuursleden, een groep voor coördinatoren en een groep voor trainers, waar onderscheid gemaakt kan worden tussen senioren en jeugd. Er kan voor gekozen worden om binnen iedere groep iemand van 'de laag erboven' aanwezig te laten zijn (bv een bestuurslid in de coördinatoren-groep), om de communicatie sneller te laten verlopen. Het is ook mogelijk om de beheerder van een groep verantwoordelijk te maken voor de communicatie richting de 'volgende laag'. Het is hoe dan ook van belang hier heldere afspraken over te maken.

De genoemde groepen kunnen worden aangevuld met andere groepen die relevant zijn. Hierbij valt te denken aan groepen vrijwilligers binnen dezelfde functie of afdeling (scheidsrechters, kantine). Ook hierin is de aanwezigheid van een duidelijke 'schakel' richting de aansluitende laag weer noodzakelijk.

Zorg er te allen tijde voor dat het aantal groepen niet groter is dan nodig. Begin liever klein en breid dit uit, dan andersom.

Door het informele karakter van WhatsApp, is het belangrijk goede afspraken te maken over het gebruik ervan. Houd een groep netjes en efficiënt, voer privégesprekken op een andere manier en stel vragen aan een specifieke persoon niet in een groepsapp, maar in een privébericht (tenzij het antwoord voor anderen interessant is).

5.2.1.2: Teams

Ook per team is de aanwezigheid van een groep een goede manier om alle spelers en/of hun ouders te bereiken. Deze groep dient geleid te worden door de trainer, die hiermee tevens de schakel vormt richting het kader. Indien gewenst, maar niet noodzakelijk, kan in een teamapp ook een kaderlid (coördinator of bestuurslid) aanwezig zijn.

Door privacywetgeving is het niet toegestaan de telefoonnummers van de leden of hun ouders uit de ledenadministratie te halen voor dit doel. Aan het begin van ieder seizoen moeten de nummers op een andere manier verzameld worden. Is de indeling van een selectie nog niet bekend, dan kan er worden gekozen voor een centrale groepsapp tot het moment waarop deze indeling er wel is, waarna de groep gesplitst kan worden en/of leden aan de juiste groep kunnen worden toegevoegd.

De groepsapps voor teams dienen om de betreffende spelers of hun ouders (tot een leeftijd van ongeveer 16 jaar dienen de ouders geïnformeerd te worden, na die leeftijd kan ervoor worden gekozen de kinderen deze verantwoordelijkheid zelf te geven) te informeren. Denk hierbij aan trainingstijden, afgelastingen, wedstrijden etc. Afmeldingen voor trainingen en andere opmerkingen of vragen richting de trainer dienen in een persoonlijk bericht gestuurd te worden. Het is aan de trainer om de deelnemers aan de groep hierop te wijzen.

5.2.2: Website

De website wordt grotendeels (80%) gebruikt om leden te informeren. Doordat het een openbaar medium is, dient ook rekening gehouden te worden met externe bezoekers (bv leden van andere verenigingen, potentiële leden, media en andere belangstellenden).

Op de website worden voornamelijk berichten namens het bestuur geplaatst. Dit kan gaan om formele mededelingen, maar ook om andere informatie of oproepen die bij zoveel mogelijk leden aan moeten komen. In principe zal ieder bericht dat op de website verschijnt, worden doorgeplaatst op Facebook, om het bereik te vergroten.

Berichten op de site dienen redelijk formeel van toon te zijn, ze zijn tenslotte informerend en niet vermakend bedoeld. De aanspreekvorm is 'u', om dit te benadrukken.

Naast actuele nieuwsberichten dient er op de site altijd informatie beschikbaar te zijn waar leden, toekomstige leden, media en andere geïnteresseerden naar op zoek kunnen zijn. Het gaat hier om praktische informatie zoals een bezoekadres, mogelijkheden om in/uit te schrijven, mailadressen en andere contactinformatie.

5.2.3: Facebook:

Het is van belang om op Facebook als 1 club zichtbaar te zijn, en niet in de vorm van 'eilandjes'. Er dient een centrale pagina te zijn namens de gehele club, en aparte pagina's per teams of andere groepen binnen de vereniging dienen zoveel mogelijk te worden voorkomen. Hiervoor zijn meerdere redenen te noemen:

-Een centrale Facebookpagina voor de hele club vergroot de verbondenheid onderling. Leden worden op deze manier geïnformeerd over de gehele club, en niet alleen over het groepje waar zij deel van uitmaken.

-Facebookpagina's die door spelers of vrijwilligers worden aangemaakt, worden ook vaak door hen beheerd. Dat betekent dat er informatie op wordt gedeeld die zij selecteren, en niet het bestuur, op een toon die zij bepalen, en die sterk af kan wijken van de toon die het bestuur graag gebruikt in het contact met leden. Daarnaast is het niet wenselijk dat pagina's die v.v. Hekelingen (lijken te) vertegenwoordigen worden beheerd door privépersonen, omdat dit betekent dat de club niet bij de pagina's kan op het moment dat deze personen bijvoorbeeld de club verlaten. In het slechtste geval kunnen personen op deze manier de goede naam van de vereniging beschadigen.

-Wanneer er namens een club verschillende pagina's in omloop zijn, is het voor gebruikers van Facebook niet of nauwelijks te bepalen welke pagina de officiële is, en welke niet. De kans is aanwezig dat zij een pagina die door een lid of vrijwilliger wordt gerund, en waar het bestuur geen rechten op heeft, als formeel orgaan van het bestuur gaan zien. Dit moet worden voorkomen.

Alhoewel het formeel lastig te voorkomen is dat privépersonen een pagina aanmaken namens (een deel van) de club, moet dit wel zoveel mogelijk worden ontmoedigd. In de algemene gedragsregels in dit document is dan ook opgenomen dat vrijwilligers een dergelijke pagina nooit zonder overleg met het bestuur mogen starten. Wanneer er toch een pagina opduikt, waarbij het niet duidelijk is wie de beheerder is, moet door het bestuur altijd worden getracht dit te achterhalen. Met elkaar in gesprek gaan en uitleggen waarom een dergelijke pagina niet gewenst is, is de volgende stap.

Uitzonderingen op bovenstaande zijn alleen mogelijk onder toezicht en met toestemming van het bestuur. Hier dient zo spaarzaam mogelijk mee omgegaan te worden, en ten alle tijden zal ook een bestuurslid/communicatiemedewerker als (mede)beheerder toegevoegd moeten worden om bovengenoemde problemen te voorkomen.

Wat inhoud betreft, moet er op Facebook zorg voor worden gedragen dat er een goede spreiding is van berichten. Dat betekent dat er altijd enige tijd tussen de geplaatste berichten moet zitten. Aan te bevelen valt om 1 of maximaal 2 berichten per dag te plaatsen. Daarnaast dient er monitoring plaats te vinden als het gaat om de aard van de berichten. De pagina is er voor de hele club, en de inhoud moet daarbij passen. Een goede balans tussen berichten namens het bestuur (doorgeplaatst vanaf de website), informatie over de selectieteams en de overige teams is van groot belang met het oog op betrokkenheid. Dat betekent dat er soms geschoven moet worden met berichten, of ervoor gekozen moet worden om bepaalde zaken niet te plaatsen, als dit de balans ten goede komt.

Facebook is een minder formeel medium dan de website. De toon van de geplaatste berichten moet daarop worden aangepast. Het publiek aanspreken met 'je' is hier de beste keuze. Een wat luchtigere toon is de standaard, maar daarvan kan worden afgeweken als de inhoud van een bericht hierom vraagt.

5.2.4 Instagram

Op dit moment gebruikt de club Instagram niet actief. Wel is er een 'fanaccount' dat wordt geleid door een lid. Ook heeft de club de beschikking over een account dat voorheen door een lid gebruikt werd. Op dit moment wordt hier nog niet mee gewerkt, omdat andere communicatiemiddelen de aandacht vragen.

Het verdient aanbeveling om uiteindelijk namens de club hiermee wel aan de slag te gaan, omdat hier een andere (veelal jongere) doelgroep mee kan worden bereikt dan op Facebook het geval is. Hierbij geldt echter wel dat als hiervoor wordt gekozen, er ook serieus werk van gemaakt moet worden.

Instagram is sterk visueel ingesteld; het is de foto die centraal staat. Gebruik daarom sterke beelden, kwalitatief goede foto's en zorg voor een bepaalde lijn en sfeer. Instagram moet wegens de beperkte aandacht voor tekst meer worden gezien als visitekaartje dan als informerend medium. Bij zeer belangrijke informatie op de website, kan er op Instagram wel een korte melding worden gemaakt waarin leden worden aangemoedigd de informatie op de site te bekijken.

Het Instagramaccount dient beheerd (of gedelegeerd) te worden door het bestuur. Bij hen dient ook altijd het wachtwoord bekend te zijn.

Alhoewel het formeel lastig te voorkomen is dat privépersonen een account aanmaken namens (een deel van) de club, moet dit wel zoveel mogelijk worden ontmoedigd. In de algemene gedragsregels in dit document is dan ook opgenomen dat vrijwilligers een dergelijk account nooit zonder overleg met het bestuur mogen starten. Wanneer er toch een account opduikt, waarbij het niet duidelijk is wie de beheerder is, moet door het bestuur altijd worden getracht dit te achterhalen. Met elkaar in gesprek gaan en uitleggen waarom een dergelijk account niet gewenst is, is de volgende stap.

Uitzonderingen op bovenstaande zijn alleen mogelijk onder toezicht en met toestemming van het bestuur. Hier dient zo spaarzaam mogelijk mee omgegaan te worden, en ten alle tijden zal ook een bestuurslid als (mede)beheerder toegevoegd moeten worden om de problemen die reeds onder het kopje 'Facebook' werden genoemd te voorkomen.

5.2.5 E-mail

Een e-mail kan naar een bepaalde groep of een enkel lid worden gestuurd in het geval van interne communicatie. Ook kan het worden ingezet in de externe communicatie, bijvoorbeeld richting de media of andere belanghebbenden. Iedereen die via een @vvhekelingen.nl mailadres mailt, moet bekend zijn met de algemene afspraken op het gebied van communicatie, en de afspraken over het gebruik van e-mail in het bijzonder. Privé mailen met het @vvhekelingen.nl adres (naar personen buiten de club) wordt niet aangeraden; gebruik het adres alleen vanuit de functie die je bekleedt.

E-mails dienen als formeel communicatiemiddel te worden gezien. Daarom is het passend altijd met een begroeting te beginnen, en voor een nette afsluiting te zorgen. Let erop dat de mail wordt ondertekend met een naam, niet met uitsluitend een functietitel. Een functienaam kan geen mail schrijven, een persoon wel. Vermeld dus altijd een functietitel in combinatie met een naam van een persoon. Bij mails die afkomstig zijn van het bestuur, wordt er ondertekend met de naam van het betreffende bestuurslid (Namens het bestuur van v.v. Hekelingen, Jan de Vries, bestuurder jeugdzaken) of de namen van alle bestuursleden (Het bestuur van v.v. Hekelingen, gevolgd door de namen van de bestuursleden). Persoonlijk ondertekende boodschappen worden doorgaans beter ontvangen dan boodschappen waarvan niet volledig duidelijk is wie de verzender is.

E-mails richting de media mogen alleen door of met goedkeuring van het bestuur en/of de communicatieverantwoordelijke verstuurd worden. Het valt aan te bevelen om het aantal contactpersonen beperkt te houden, om het opbouwen van een relatie gemakkelijker te maken.

5.2.6 Brief

Een brief wordt gebruikt voor interne communicatie en geldt als een stapje formeler dan een e-mail. Vanwege de kosten die ermee gemoeid zijn, valt het aan te bevelen dit middel alleen te kiezen wanneer er een zeer duidelijk doel voor is. Bijvoorbeeld wanneer de verwachting bestaat dat het juiste e-mailadres van de geadresseerde niet aanwezig is, of wanneer er op e-mails niet gereageerd is. Ook onder andere zwaarwegende omstandigheden, waarbij alle leden, een deel van hen of een individu een belangrijke mededeling moet worden gedaan kan voor een brief worden gekozen.

Let erop dat de brief wordt ondertekend met een naam, niet met uitsluitend een functietitel. Een functienaam kan geen brief schrijven, een persoon wel. Vermeld dus altijd een functietitel in combinatie met een naam van een persoon. Bij brieven die afkomstig zijn van het bestuur, wordt er ondertekend met de naam van het betreffende bestuurslid (Namens het bestuur van v.v. Hekelingen, Jan de Vries, bestuurder jeugdzaken) of de namen van alle bestuursleden (Het bestuur van v.v. Hekelingen, gevolgd door de namen van de bestuursleden). Persoonlijk ondertekende boodschappen worden doorgaans beter ontvangen dan boodschappen waarvan niet volledig duidelijk is wie de verzender is.

5.2.7 Persoonlijk gesprek

Gesprekken worden er, binnen alle geledingen van de vereniging, volop gevoerd. Doorgaans zijn deze informeel, en vallen zij niet onder dit communicatieplan. Wel is het, zeker voor bestuursleden en vrijwilligers, bij ieder gesprek van belang de algemene gedragsregels met betrekking tot communicatie, zoals genoemd in dit document, na te leven. Ook in informele gesprekken zijn deze van belang, en dragen zij bij aan een goede sfeer en het voorkomen van onduidelijkheden.

Wanneer er bewust een persoonlijk gesprek wordt ingepland met een lid en/of een ouder, dan heeft dit vaak een duidelijke reden. Vaak is er een probleem, of wordt er slecht nieuws gebracht. Denk hierbij aan een reprimande op het gebied van gedrag, of de (her)plaatsing in een team dat lager is dan gehoopt. Het is juist vanwege de aard van het gesprek goed om een duidelijke en rustige toon te gebruiken. Bereid een persoonlijk gesprek altijd goed voor, en houd ook dan de algemene gedragsregels weer goed in gedachten. Indien een lastig gesprek wordt verwacht, verdient het de aanbeveling om hier een derde persoon bij aanwezig te laten zijn. Zo ontstaat later geen onduidelijkheid over de besproken zaken. Ook is het goed om een gesprek altijd te beëindigen met een samenvatting van wat er besproken en afgesproken is. Indien nodig kan dit vervolgens schriftelijk worden vastgelegd, dit valt vooral in conflictsituaties aan te bevelen.

Zoek voor een persoonlijk gesprek altijd een rustige plek op en zorg dat alleen de belanghebbenden aanwezig zijn. Alhoewel iedere vertegenwoordiger van de club (iedere vrijwilliger, ieder bestuurslid) persoonlijke gesprekken kan voeren indien nodig of gewenst, kan het goed zijn om de vorm en inhoud vooraf te bespreken met bijvoorbeeld een coördinator of bestuurslid. Zeker wanneer er twijfel is over de juiste aanpak of wanneer de kans op escalatie groot wordt geacht, zou dit de norm moeten zijn.

6: Samenvatting voor vrijwilligers

Communicatie handleiding vrijwilligers v.v. Hekelingen

Binnen de club communiceren wij dagelijks met elkaar, en met mensen buiten de club. Om dit goed te laten verlopen is een aantal regels en richtlijnen opgesteld waar iedere vrijwilliger zich aan dient te houden. Alleen zo zorgen we ervoor dat de communicatie op een prettige en effectieve manier kan verlopen.

-Altijd respectvol blijven

Mensen zijn het van nature niet altijd met elkaar eens. Dat is niet erg, maar houd het altijd netjes. Geef feedback op de inhoud, en niet op de persoon. Vanzelfsprekend wordt er niet gescholden of ander verbaal geweld gebruikt.

-Geef correcte informatie

Geef alleen feiten door waarvan je weet dat deze kloppen, en verifieer dit indien nodig. Heb je toch iets verteld dat niet klopt? Rectificeer dit dan zo snel en feitelijk mogelijk.

-Geef antwoord

Als iemand je een vraag stelt, dan geef je binnen een redelijke termijn antwoord. Via WhatsApp is dit binnen 1 dag, per e-mail zou dit ook het streven moeten zijn. 'Dat weet ik niet', 'Dat kun je beter aan... vragen' of 'Dat moet ik uitzoeken, ik kom er binnen een week op terug' zijn ook antwoorden. Zwijgen niet.

-Kom beloftes na

Beloftes die waar dan ook namens v.v. Hekelingen worden gedaan moeten worden nagekomen. Denk dus goed na voor je iets belooft, en doe dit alleen als je zeker weet dat je de belofte na kan komen. Beloof je binnen een bepaalde termijn iemand te beantwoorden of met bepaalde informatie te komen, maar blij je hier meer tijd voor nodig te hebben? Geef dan een update en een nieuwe termijn. Dit kun je niet eindeloos herhalen, dus doe dit hooguit 1 keer.

-Wees je bewust van je rol

Wanneer je een functie bekleedt binnen de club, ben je feitelijk altijd in functie. Alles dat je zegt over zaken die met de club te maken hebben, zeg je als vertegenwoordiger van de club. Wees je hiervan bewust. Denk hierbij bijvoorbeeld aan informele gesprekken met ouders of spelers, maar ook met de media of op social media. Mensen weten wie je bent, en zien in jou een vertegenwoordiger van de club. Doe dus geen uitspraken die de club kunnen schaden of die niet passen bij het beleid van de club.

-Communiqueer niet namens de club

Ook al ben je betrokken bij de club, en zien mensen in jou een vertegenwoordiger van de club, betekent dat nog niet dat je namens de hele club het woord mag doen. Communicatie met de media dient altijd via het bestuur plaats te vinden. Op social media mag je je niet als de club voordoen, dus geen accounts of pagina's namens v.v. Hekelingen of een onderdeel hiervan aanmaken, zonder toestemming van het bestuur.

-Geef kritiek binnenskamers

Kritiek op de club in het algemeen, het bestuur of andere vrijwilligers in het bijzonder, wordt nooit via de media of op social media geuit. De juiste manier om dit soort dingen te bespreken en op te lossen is door intern een gesprek aan te gaan met betrokkenen.

-Zorg voor duidelijkheid

Communicatie is bedoeld om duidelijkheid te verschaffen. Voorkom overbodige informatie, wees volledig, en let altijd op dat wat je zegt niet op verschillende manieren opgevat kan worden.

-Wees eerlijk

Soms lijkt het makkelijker om de waarheid iets te veranderen om de boodschap beter te laten vallen. Doe dit niet. Een eerlijke boodschap kan lastig zijn, voor zowel zender als ontvanger, maar zorgt op lange termijn voor meer duidelijkheid en een betere relatie. Zeg liever 'Dat gaat niet gebeuren' dan 'Misschien in de toekomst' wanneer duidelijk is dat iets simpelweg niet gaat gebeuren. Op deze manier wordt voorkomen dat men onterecht hoop blijft houden, en het slechte nieuws uiteindelijk nog veel harder aankomt.

-Deel belangrijke informatie altijd schriftelijk

Wanneer je een boodschap mondeling brengt naar 30 mensen, komen er hierna zeker 20 versies van de boodschap in omloop. Zorg dat je belangrijke berichten dus altijd (ook) schriftelijk deelt. Dit is in je eigen belang, mensen kunnen je geen woorden in de mond leggen die je niet hebt gebruikt, maar ook in het belang van de ontvangers. Zij kunnen op deze manier altijd even nakijken wat je nu precies hebt gezegd, in plaats van hier een eigen versie van te maken. Breng je een belangrijke boodschap mondeling, omdat een persoonlijke benadering beter bij de situatie past (bv bij slecht nieuws), maak er hierna dan altijd even een samenvatting van en deel deze met de ontvanger (bv via WhatsApp of e-mail).

-Communicatie binnen de club loopt altijd via deze lijnen:

Bestuur ↔ Coördinatoren ↔ Trainers ↔ Spelers (ouders)

Als trainer communiceer je dus met spelers (ouders) en je coördinator. Deze kan, indien nodig, weer contact opnemen met het bestuur. Voor overige vrijwilligers geldt dat zij aankloppen bij de persoon die hen ook aanstuurt in hun bezigheden.

-Sluit af met je naam en functie

Communiceer je per e-mail of brief namens de club, dan sluit je altijd af met zowel je naam als je functie. Vul dit eventueel aan met je contactgegevens. Verloopt de communicatie mondeling of via WhatsApp, stel jezelf dan voor met naam en functie.

7: Aandachtspunten en aanbevelingen

Met de inhoud van dit communicatieplan heeft de vereniging de basis in handen om de communicatie zowel intern als extern beter en meer gestructureerd te laten verlopen. Dat is echter nog geen garantie dat dit ook zal gebeuren. De club heeft te maken met een groot aantal divisies en lagen, waar veel vrijwilligers op hun manier doen wat hen het beste lijkt. Vaak gaat het hier om reeds jarenlang bestaande patronen, die lastig te doorbreken zullen zijn.

Het feit dat er met vrijwilligers wordt gewerkt, bemoeilijkt de implementatie en naleving van de procedures in dit communicatieplan. Iedereen voert zijn taak met de beste intenties uit, maar beschikt niet altijd over de achtergrondkennis en vaardigheden die binnen een bedrijf wel mogen worden verwacht binnen bepaalde functies.

Om tot een succesvolle implementatie te komen, zal er allereerst bij een groot deel van hen erkenning moeten zijn voor het belang van een goede communicatie. Zij moeten inzien dat dit wellicht een andere manier van benaderen vereist dan zij tot nu toe gewend zijn, maar dat het hen in de toekomst ook voordelen op kan leveren. Door duidelijker en strakker te communiceren zal het aantal vragen, klachten en onduidelijkheden waar zij mee te maken krijgen afnemen, wat hen uiteindelijk veel tijd en ergernis kan schelen en zelfs de sfeer binnen de club in zijn algemeen kan verbeteren.

Wat essentieel is, is dat eenieder het belang van de ontvanger centraal gaat stellen, zoals toegelicht in 'Belang van communicatie'. Er zal een gedragsverandering moeten plaatsvinden, waarbij vrijwilligers en bestuursleden leren niet langer communiceren wat en hoe zij dat het beste vinden, maar hierbij altijd stil staan bij de ontvanger van de boodschap. Op welk moment en op welke manier kan deze het best geïnformeerd worden? Welke informatie moet de ontvanger krijgen, en welke is niet van belang? Duidelijke lijnen en patronen zijn hierbij van belang, zodat er nieuwe routines kunnen ontstaan. De manier van communiceren rondom de teamindelingen is hierbij een belangrijk aandachtspunt.

Het is onmogelijk gebleken om alle communicatielijnen in kaart te brengen. Binnen een club met zoveel mensen, zoveel vrijwilligers en leden, wordt nu eenmaal op veel meer manieren met elkaar gecommuniceerd dan aan de oppervlakte zichtbaar is. Veel communicatie verloopt via informele WhatsApp groepen, waar geen documentatie of kennis van is bij de bestuursleden. Om tot een goede implementatie te komen verdient het aanbeveling om vanuit het kader zelf nieuwe overleggroepen op WhatsApp te creëren die deze bestaande groepen kunnen vervangen, en hier uitsluitend de mensen in te plaatsen die hier in horen te zitten. Begin klein, en zie of dit genoeg is. Uitbreiden kan, indien nodig, altijd nog.

Essentieel is dat bij iedere boodschap die door de club (het bestuur) naar buiten wordt gebracht, de afweging wordt gemaakt via welk medium dit het best kan gebeuren. Het is aan te bevelen één persoon aan te stellen die namens het bestuur communiceert (via alle verschillende kanalen) of dit door diverse personen te laten doen, waarbij altijd één eindverantwoordelijke aangewezen dient te zijn. Alleen zo blijft er een duidelijke lijn in de communicatie bestaan, en is er zekerheid dat alle beschikbare media op de juiste manier gebruikt worden.

Bijlage:
concept document teamindelingen selectie (jeugd)

Beste (naam speler),

Hierbij willen we je laten weten dat binnenkort de selectieprocedure voor de (naam teams) zullen gaan beginnen. We hebben alle spelers die al binnen onze club actief zijn uiteraard het afgelopen seizoen al goed in de gaten gehouden, maar om de definitieve indeling te kunnen maken nodigen we een aantal spelers uit om deel te nemen aan de selectietrainingen. Jij bent één van deze spelers.

We zullen (aantal) selectietrainingen organiseren, op de volgende momenten:

Datum, tijd, eindtijd

Datum, tijd, eindtijd

Etc

Daarnaast zullen er op (data, tijden) oefenwedstrijden worden gespeeld. Voor deze wedstrijden zal een beperkt aantal spelers worden uitgenodigd, het is dus nog niet zeker of je hierbij hoeft te zijn (deze tekst alleen meenemen als er daadwerkelijk wedstrijden zijn, en uiteraard aanpassen aan de feiten). Dit hoor je uiterlijk een week ervoor via een WhatsApp bericht.

Op (datum) zullen we je laten weten of je komend seizoen in de selectieteams bent ingedeeld. We laten je dit weten via (noem communicatiemiddel, let op dat je dit zeker voor de afvallers op een zo persoonlijk mogelijke manier doet, zie communicatieplan). De spelers die niet in de selectie worden ingedeeld, zullen volgend seizoen spelen in de (naam team, indien bekend incl. naam trainer).

De indelingen voor de selectieteams zijn altijd voorlopig. We willen iedere speler uit laten komen op het niveau dat bij hem of haar past. Wordt tijdens het seizoen duidelijk dat een selectiespeler zich minder snel ontwikkelt dan we hadden gehoopt, of blijkt een speler uit een ander team zich juist sneller te ontwikkelen dan gedacht, dan kunnen er wijzigingen plaatsvinden. Deze zijn er in het belang van de club, we willen de beste spelers in onze selectieteams, maar ook in het belang van de spelers. Spelen op een niveau dat aansluit bij de capaciteiten van een kind maakt het voetbal vele malen leuker.

De selectieprocedure vindt plaats onder leiding van (namen en indien bekend functies). Wilt u hen een vraag stellen dat doet u dat bij voorkeur via (noem communicatiemiddel, bv WhatsApp). (noem nummer en naam van contactpersoon).

Met vriendelijke groet,

(naam/namen contactpersoon/personen)