

ASC Nieuwland speler Mathijs Weterman studeert 'Sport, Gezondheid en Management' aan de Hanze Hogeschool in Groningen. Samen met een collega student heeft hij een Preventieve Organisatie Diagnose (POD) uitgevoerd van onze vereniging en de organisatie van ASC Nieuwland. De managementsamenvatting van zijn uitgebreide rapport, willen we graag delen.

Indien je het hele onderzoek wilt inzien kan je het beste contact zoeken met Mathijs. (m.j.weterman@st.hanze.nl).

Managementsamenvatting

Dit adviesverslag is vooral gericht op het behalen van het voornaamste doel van het onderzoek van de vereniging: Het opstellen van een adviesrapport voor het bestuur van Nieuwland om de kans op bestaansrecht te behouden en vergroten over een periode van vijf tot tien jaar.

De onderzoeksfase is bekeken vanuit verschillende richtingen. Bij de interne analyse zijn dit de leden, vrijwilligers, financiën, cultuur, accommodatie, aanbod, beleid, bestuur en het kader. Deze zijn nader toegelicht in het AKB-model en het Ui-model welke zijn voorgeschreven door de Hanzehogeschool Groningen. Verder is gebruikt gemaakt van tussentijdse rapportage, het observatieschema, uitslagen van de leden-enquête, diepte-interviews en het meegeschreven verslag van de bestuursvergadering. Bij de externe analyse is er vooral deskresearch gebruikt om bepaalde factoren te analyseren in de meso/macro omgeving.

Er is een stakeholders-analyse gemaakt waarbij belanghebbers van Nieuwland in kaart zijn gebracht. Hiervan maakten wij gebruik als er werd gekeken naar de meso-omgeving. Voor de macro-omgeving is gebruik gemaakt van de DESTEP-analyse. Hierbij wordt ingegaan op de demografie, ecologie, sociaal-cultureel, technologie, economie en politiek-juridisch.

Hieruit volgen een paar belangrijke kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes. Er is hiervoor gekozen om de belangrijkste uitkomsten verder te belichten. Deze uitkomsten werden hierna in een confrontatiematrix gezet.

Vanuit het bestuur van Nieuwland werd aangegeven dat ze willen weten wat de knelpunten van de vereniging zijn en hoe deze eventueel op te lossen zijn. Ze hebben een vaste hoofdsponsor en losse sponsoren daarnaast. Ze wilden weten of het mogelijk was nog meer sponsoren te werven. Daarnaast wilden ze inzicht hebben op de tevredenheid van de leden en vrijwilligers. Deze zijn later in het verslag beantwoord.

Nadat de SWOT-analyse en de confrontatiematrix gemaakt zijn, komen hieruit een aantal sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen die de vereniging kan gebruiken om hun bestaansrecht te vergroten. De vereniging is zeer gezond en ziet er ook vrij goed uit. Financieel redden ze zich prima, er zijn vrijwilligers genoeg al moet daar wat meer aandacht aan worden besteed. De leden daarentegen zijn goed vertegenwoordigd maar er mogen wel wat meer leden toegevoegd worden aan de vereniging. Er zijn genoeg kinderen in de omgeving die daarvoor kunnen zorgen.

Uit al deze analyses heeft het onderzoeksteam de volgende strategieën gekozen zodat het bestuur deze kan gaan gebruiken:

Projecten organiseren d.m.v.. subsidies zodat er diversiteit is voor de leden.

Via verschillende wegen kunnen er subsidies aangevraagd worden voor het opstarten van projecten. Zo kan er ook subsidie worden aangevraagd voor het opstarten van 'Walking Football'. De goedkeuring van de aanvraag vindt plaats in juli. Daarna kan er aan de slag worden gegaan met het werven van deelnemers. Aangezien de wijk Nieuwland voor 14.1% bestaat uit 65+ers en er bij 'Walking Football' zeven tegen zeven gespeeld wordt, zal er binnen de wijk voldoende voor deelnemers uit deze doelgroep zijn.

Via de KNVB wordt er een 20 weken durend traject afgewerkt na goedkeuring van de subsidie waarmee 'Walking Football' binnen de vereniging is opgestart en ook voor de seizoenen erop kan worden uitgevoerd en zelfs kan worden uitgebreid.

In Vathorst leden werven om de jeugdelftallen te vergroten door middel van social media en het grote aanbod wat je kan bieden.

Binnen verenigingen wordt er de laatste jaren steeds meer gebruik gemaakt van social media. Uit onderzoek is gebleken dat jeugd tussen de 12 en 19 jaar voor 47% dagelijks gebruik maakt van het platform Snapchat. Hier ligt een mooie kans om binnen ASC Nieuwland gebruik van te maken. Hier is het alleen wel van belang dat van tevoren wordt vastgesteld met welk doel het middel wordt ingezet en wie er toegang toe hebben. Daarnaast kan het gebruikt worden om leden aan te trekken buiten de wijk Nieuwland. Het is namelijk zo dat in Vathorst het aantal jeugd nog steeds stijgt en het in de wijk Nieuwland langzaam aan het afnemen is. Voornamelijk in het gebied 'de Bron' in Vathorst neemt het aantal jeugd sterk toe. Hier kan actief gepromoot worden voor de vereniging op het gebied van social media, maar ook door op, in deze buurt gevestigde basisscholen, activiteiten te organiseren of ze uit te nodigen voor evenementen op de vereniging.

Evenementen organiseren voor bedrijven i.v.m. sponsoren werven.

Hierbij wordt gebruik gemaakt van de accommodatie om sponsoren te werven met in dit geval een bedrijventoernooi. Er wordt eerst gepromoot op de website en facebook. Na de inschrijvingen wordt gekeken naar interessante bedrijven. Deze zullen op de wedstrijddag benaderd worden door het bestuur. Dit is ook een kans om huidige sponsoren tevreden te houden. Daarnaast enthousiasmeer je de andere bedrijven over Nieuwland. Na de wedstrijddag is het vooral contact houden met de bedrijven en deze zouden kunnen leiden tot nieuwe sponsoren.

Het onderzoeksteam doorziet dat zelfs zonder deze strategieën de vereniging over 5 tot 10 jaar nog steeds bestaansrecht heeft. Op dit moment is Nieuwland een 'vitale sportvereniging'. Wanneer de vereniging gebruik gaat maken van de gegeven adviezen zal deze groeien naar een 'vitale maatschappelijke betrokken vereniging'. In beide gevallen zal Nieuwland bestaansrecht hebben over 5 tot 10 jaar.