



Beleidsplan PR & communicatie

Inleiding

Als AWC communiceren wij ons met z'n allen een slag in de ronde. Per dag worden er in alle app groepen tientallen zo niet honderden berichten verstuurd en er volgen ook nog regelmatig mails, berichten op de website en op social media, enzovoort.

Het doel van communicatie vanuit AWC is natuurlijk verschillend per bericht. Met sommige berichten willen we gedragsverandering bereiken, met andere berichten willen we "slechts" informeren. Inefficiënte communicatie zorgt ervoor dat onze beoogde doelen niet gehaald worden. Bovendien kan een gevoel van "overload" ontstaan als er niet helder wordt gecommuniceerd.

Het niet behalen van onze communicatiedoelen zorgt voor irritatie: de zender denkt "we hebben dit toch al zo vaak gezegd", de ontvanger heeft het bericht gemist, genegeerd of anderszins niet echt "ontvangen".

Door de communicatie beter te stroomlijnen kunnen we:

- beter onze doelen bereiken;
- helderdere verwachtingen scheppen;
- mensen werk uit handen nemen;
- minder irritatie over de communicatie opwekken bij alle betrokkenen.
- voorkomen dat de een 'A' zegt en de ander 'B' (tegenstrijdige communicatie)
- de kans verkleinen dat communicatie gemist wordt en daarmee belangrijke informatie niet aankomt bij de ontvanger.

Dit beleidsplan poogt dit alles vorm te geven. Zoals alles is dit natuurlijk een levend document, en is alle feedback van harte welkom.

Joost de Valk

25 januari 2024



Wijzigingen aan dit document

10 juni 2025

- Toevoeging hoofdstuk "Overkoepelend beleid" met diverse uitgangspunten..

25 oktober 2024

- Nieuwe opmaak.
- Op basis van de ervaring van dit jaar zijn enkele zaken gewijzigd, voornamelijk het beleid wat betreft [nieuwsbrieven](#) en [socials](#).



Inhoudsopgave

Inleiding	1
Wijzigingen aan dit document	2
10 juni 2025	2
25 oktober 2024	2
Inhoudsopgave	3
Inventarisatie	4
Doelen	4
Doelgroepen	4
Kanalen	4
Overkoepelend beleid	5
Sportiviteit staat voorop	5
Respect en inclusiviteit	5
We zijn géén feestcafé	5
Beleid voor kanalen	6
Nieuwsbrieven	6
Werkgroep nieuwsbrieven	6
De website	7
Werkgroep website	7
Socials	7
Voetbal.nl app	7
WhatsApp	8
Bijzondere communicatiemomenten	8
Nieuwe leden	8
Nieuwe trainers	9
Incidentcommunicatie	9
Teamindelingen	9
Overige communicatiemomenten	9
Regels voor geschreven communicatie	9
Simpele communicatie	9
AWC email adressen	10
PR beleid	10
Randvoorwaarden	11
Planning	11
Correcte e-mailadressen	11



Inventarisatie

Doelen

Waarom communiceren we met mensen? Omdat we een aantal doelen willen bereiken:

- Tijdig informeren van betrokkenen bij bijvoorbeeld afgelasting.
- Binding met de club verbeteren en soms aanzetten tot actie.
- Gedragsverandering (niet meer hier je fiets neerzetten, wel daar de goals neerzetten, etc.).
- Vergroten van de impact van acties (Grote Clubactie, Rabo Clubsupport, Sjors Sportief).

Doelgroepen

Voor de communicatie van AWC onderscheiden we de volgende doelgroepen:

1. Trainers, teammanagers en andere vrijwilligers
2. (Ouders van) spelers
3. Sponsors
4. Fans en geïnteresseerden (onder hen gemeente, beleidsmakers etc.)

Kanalen

Op dit moment bereiken we de beide eerste doelgroepen voornamelijk via de website, WhatsApp en e-mail. E-mail zijn gerichte e-mails naar groepen, nieuwsbrieven en "De Groen Witte", ons clubblad. De andere geïnteresseerden bereiken we eigenlijk alleen via Instagram.

Naast al deze kanalen zijn er ook nog brieven bij aanmelding en afmelding. Deze komen in een apart document rondom die processen naar voren, dat samen met de secretaris wordt opgesteld en bijgehouden. In principe verstuurt AWC verder géén brieven, enkel e-mails.



Overkoepelend beleid

Er is een aantal dingen die we in ons achterhoofd moeten houden als we berichten voor AWC maken, op ieder medium:

Sportiviteit staat voorop

In onze berichten plaatsen we geen klachten of zelfs opmerkingen over scheidsrechters en/of tegenstanders. We feliciteren winnaars, ook als we dat zelf niet zijn, en zijn te allen tijde sportief.

Respect en inclusiviteit

In al onze communicatie zijn we respectvol naar iedereen, ongeacht achtergrond, geslacht, cultuur of overtuiging. Discriminerende of kwetsende opmerkingen worden niet geaccepteerd. We streven naar een sfeer waarin iedereen zich welkom en veilig voelt binnen onze vereniging.

We zijn géén feestcafé

We vermijden in onze externe kanalen foto's van mensen met drank, zeker van jongeren met drank, en we promoten geen alcohol in onze publieke berichten. We hebben een drankvergunning en er mag zeker gedronken worden bij AWC, maar feesten promoten we met mate. We moeten er rekening mee houden dat we alleen voetbalgerelateerde feesten mogen vieren in onze kantine én dat de Wijchens horeca voor een deel ook onze sponsors zijn. We concurreren dus *niet* met hen.



Beleid voor kanalen

De simpele stelregel moet worden:

- Informatie specifiek voor 1 of enkele teams gaat via WhatsApp.
- Informatie die geldt voor meer dan 1 of enkele teams gaat via de nieuwsbrief of de website. Als iets op de website geplaatst wordt, moeten de "ontvangers" daar nog wel op geattendeerd worden via bijvoorbeeld een mail.
- De sociale kanalen zijn ondersteunend aan de website.

Nieuwsbrieven

Waar in de vorige versie van dit beleidsplan nog werd gestreefd naar meerdere regelmatige nieuwsbrieven is gebleken dat dit op dit moment niet haalbaar is. Daarnaast is gebleken dat nieuwsbrieven die slechts 1 onderwerp behandelen effectiever zijn: ze worden beter gelezen en bereiken daardoor beter hun doel.

Daarmee hebben we twee soorten nieuwsbrieven:

- Incidentele nieuwsbrieven over 1 onderwerp. Voorbeelden van recente nieuwsbrieven:
 - "Grote Clubactie: lever je boekje op tijd in!" - naar alle leden
 - "De Algemene Ledenvergadering komt er aan!" - naar alle leden
 - "Kerst Zaalvoetbal Toernooi" - naar het kader
- De Groen Witte, ons clubblad

Aan het einde van de bestuursvergadering wordt steeds besloten welke onderwerpen in eventuele nieuwsbrieven aan de orde komen.

Werkgroep nieuwsbrieven

Met Bart Schraven is er een vrijwilliger die enkele keren per jaar een "Groen Witte" maakt, het clubblad dat via de nieuwsbrief verzonden wordt. Idealiter zou er een iets grotere werkgroep moeten zijn die de Groen Witte en de incidentele nieuwsbrieven maakt.

De taak van die werkgroep zou zijn het verzamelen en opmaken van de nieuwsbrieven, en het herschrijven van de aangeleverde teksten zodat deze voor iedereen begrijpelijk is. Idealiter zou deze werkgroep uit 2 a 3 mensen bestaan, zodat het nooit afhankelijk wordt van 1 persoon en het werk verdeeld kan worden.



De website

De website is een kanaal waar we als club veel vragen kunnen voorkomen door deze goed in te richten en veel voorkomende vragen daar goed en helder te beantwoorden.

Belangrijke onderdelen zijn o.a.:

- [Wedstrijdplanning](#) (dus niet elke week per mail, maar op een vaste plek op de site, direct uit sportlink, die ook op een iPad of zo in het hok van de terreinmeester gezien kan worden)
- [Trainingsplanning](#).
- [Toernooi-informatie](#).
- De [leden pagina](#), met info over contributie, fairplay, kleding, blessures etc.

Dit is informatie die mensen moeten kunnen opzoeken, het is handiger als dat op de site kan dan als dat in een mail moet.

Werkgroep website

Het beheer van de website zou ook in handen van een werkgroep moeten komen. De toernooi-informatie kan Patrice de Haan zelf op de site bijwerken, de wedstrijdagenda komt automatisch uit sportlink, de werkgroep zou pagina's zoals de trainingsplanning ook kunnen bijhouden.

Ook hier geldt dat de werkgroep de vrijheid moet hebben om teksten aan te passen zodat ze leesbaar zijn voor iedereen. Idealiter zou ook deze werkgroep uit 2 à 3 mensen bestaan, zodat het nooit afhankelijk wordt van 1 persoon en het werk verdeeld kan worden.

Socials

Socials worden voor een deel gedreven door de planning van het eerste. Daarnaast worden ze voornamelijk gebruikt voor promotie van evenementen, wat inherent iets meer op ad hoc basis gebeurt. Er is ondertussen een vrijwilliger die de wedstrijdplaatjes voor het eerste ("Matchday" aankondiging en uitslagen) maakt en/of klaar zet.

Voetbal.nl app

AWC gebruikt de voetbal.nl app actief. Trainers / teammanagers stellen daarin per wedstrijd een verzameltijd in en het rij- en vlagschema wordt daarin bijgehouden. Ouders wordt gevraagd beschikbaarheid hierin op te geven. Beter (en consistent) gebruik van deze app zou een boel communicatie kunnen schelen.



Dit past ook bij het beter gaan gebruiken van de voetbal.nl app voor vrijwilligerstaken, wat onderdeel is van het Verschilmaker traject.

WhatsApp

Teams kunnen niet zonder WhatsApp, en dat hoeft ook niet. Maar hoe meer “niet per se noodzakelijke” communicatie via WhatsApp verloopt, hoe meer kans je loopt dat mensen groepen gaan negeren, wat op zichzelf weer leidt tot minder goede respons. Dus: beperk WhatsApp verkeer tot de “kern” voetbal berichten.

WhatsApp is wél uitermate geschikt voor simpele dingen als polls over beschikbaarheid/aanwezigheid van spelers op trainingen, voor oefenwedstrijden, doorgeven van afgelastingen etc.

Bijzondere communicatiemomenten

Tot nu toe gaat het in dit document voornamelijk over communicatie voor de “day-to-day” van AWC. Dingen die elk jaar terugkomen voor alle betrokkenen. Er zijn ook een aantal momenten waarop het zinvol is om alle benodigde communicatie goed in kaart te brengen en die zo goed mogelijk te combineren. Denk dan bijvoorbeeld aan:

- Nieuwe leden
 - Wat moeten leden weten over de club?
 - Hoe zorgen we dat ze niet overspoeld raken met informatie?
- Nieuwe trainers
 - Wat wordt er van de trainers verwacht?
 - Wat moeten ze regelen? Denk aan een VOG, kleding, etc.
- Incidenten rondom wedstrijden
 - Wat communiceren we?
 - Wie doet dat?
 - Welke kanalen gebruiken we hiervoor?
- (Potentiële) nieuwe sponsors?
- Team indelingen

Nieuwe leden

Nieuwe leden krijgen een enorme bak met informatie over zich heen. Vorig jaar is gepoogd dat bij elkaar te vatten in een [Welkom bij de AWC JOX document](#).

Extra aandacht mag hierbij ook wel naar potentiële nieuwe leden, bijvoorbeeld de opvolging van mensen die zich aangemeld hebben bij Sjors Sportief.



Nieuwe trainers

Voor nieuwe trainers is er een [AWC trainers intro document](#). Er wordt gepoogd ook enkele keren per jaar een “nieuwe trainers” sessie te houden waarin trainers worden rondgeleid.

Incidentcommunicatie

Op dit moment is er geen specifiek beleid over incidentcommunicatie. Dit beleid gaat wel ontwikkeld worden.

Teamindelingen

Teamindelingen zijn altijd weer de meest bediscussieerde momenten en beslissingen van het jaar. Het is heel belangrijk deze processen zo transparant mogelijk te maken, zodat men kan zien hoeveel tijd, zorg en moeite er in deze processen gestoken wordt. Goede communicatie over de teamindelingen kan een heleboel (lang slepende) “pijn” weg nemen.

Overige communicatiemomenten

In een later stadium wil “team communicatie” ook graag kijken naar het standaardiseren (en daarmee vereenvoudigen en verbeteren) van communicatie over de overgang van half naar heel veld, het fluiten van wedstrijden etc. etc.

Regels voor geschreven communicatie

De clubnaam wordt formeel als volgt geschreven: sv AWC. Maar omdat in de volksmond over AWC wordt gesproken, schrijven we zo veel mogelijk over AWC en niet over “sv AWC”.

AWC staat bekend om haar gezellige en informele sfeer. Deze moet ook te herkennen zijn in de uitingen van de club. Daarom worden de lezers aangesproken met ‘jij’ en ‘je’ en worden teksten op een informele manier opgesteld.

Niet alle leden van AWC zijn even vaardig met taal. Voor een deel van onze leden is Nederlands ook niet hun eerste taal. Teksten worden daarom zo simpel en leesbaar mogelijk gehouden. Lange zinnen worden vermeden, en communicatie wordt zo kort mogelijk gehouden.

Simpele communicatie

Alle teksten die door meer dan alleen bestuurders van AWC moeten worden gelezen worden geschreven op B1 niveau, kortweg: eenvoudig Nederlands. Dit is dezelfde standaard als de



overheid hanteert¹, en zorgt dat het grootste deel van de leden de teksten ook daadwerkelijk goed kan begrijpen.

AWC email adressen

Kaderleden die vanuit hun functie een AWC email adres hebben gebruiken dat emailadres altijd voor het uitvoeren van die functie. Dit zorgt er voor dat taken gemakkelijk overgenomen kunnen worden als dat kaderlid weg valt, en dat informatie zo veel mogelijk op door AWC gesanctioneerde plekken staat.

PR beleid

PR, wat staat voor Public Relations, gaat over externe communicatie van de club en is als zodanig ook de verantwoordelijkheid van het bestuurslid communicatie. Goede PR draagt bij aan de bekendheid van AWC bij diverse geïnteresseerden zoals leden, (potentiële) sponsors, de buurt en anderen.

AWC mailt persberichten naar de pers via een door het bestuur aangewezen PR contactpersoon. Het hebben van 1 vaste contactpersoon voor de pers bevordert de goede relatie met de pers en dus ook de (toon van en inhoud van) de berichtgeving. Ten tijde van het schrijven van dit document is dit het bestuurslid Communicatie, maar het bestuur kan besluiten dit te wijzigen.

De PR contactpersoon verstuurt alle persberichten en is eerste aanspreekpunt voor de pers. De persberichten worden altijd gemaakt in samenspraak met degenen die het betreft, bijvoorbeeld hoofdtrainers, leden van de TC etc.

¹ <https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/rijkswebsites/aanbevolen-richtlijnen/taalniveau-b1>



Randvoorwaarden

Planning

De eerste randvoorwaarden zijn al eerder in dit document genoemd: een planning die enkele maanden vooruit kijkt.

Correcte e-mailadressen

Naast een correcte planning is ook een zo up-to-date mogelijke ledenadministratie, met e-mailadressen van leden die kloppen, erg belangrijk. Bij aanmelding gaan mensen akkoord met het privacybeleid van de club, dit waarborgt dat we ze onder de AVG mogen mailen.