

Succes van het EK vrouwenvoetbal verzilverd?

Een onderzoek naar de impact van het EK vrouwenvoetbal op de ledenwerving van verenigingen.



Auteur: Nadja Vollema

Studentennummer: 551224

Begeleider: Erik Puyt

Tweede beoordelaar: Inger Quanjel

Bedrijf: Vereniging Sport Utrecht

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
Sport- en bewegingseducatie
Hoofdfase 3, 2017-2018

22-06-2018

Auteur

Naam: Nadja Vollema
Studentennummer: 551224
Email: n-dja@live.nl
Klas: VH06
Stageperiode: 1-2-2018 tot 1-7-2018

Vereniging Sport Utrecht

Stagebegeleidster: Marlou Peeters
Functie: Projectleidster meisjes- en vrouwenvoetbal
Adres: Grebbenberglaan 5, 3527 VX Utrecht
Email: m.peeters@sportutrecht.nl
Website: www.sportutrecht.nl

Hogeschool van Arnhem en Nijmegen

Locatie: Nijmegen, Gymnasion
Faculteit: Gedrag, gezondheid & maatschappij
Instituut: Sport & bewegen
Opleiding: Sport- en bewegingseducatie
Onderwijsseenheid: Onderzoek binnen sport en bewegen 2

Beoordelaars

Begeleider: Erik Puyt
Tweede lezer: Inger Quanjel

Versie 1.0

VOORWOORD

Voor u ligt de afstudeerscriptie van mij, Nadja Vollema, in opdracht van Vereniging Sport Utrecht (VSU). Deze afstudeerscriptie betreft een onderzoek naar de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land op de aanpak van ledenwerving van voetbalverenigingen. Dit afstudeeronderzoek maakt deel uit van de afsluiting van mijn opleiding Sport- en bewegingseducatie (SBE) aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN). De afstudeerscriptie is geschreven van februari 2018 tot en met juni 2018.

Naar aanleiding van de vraag van Vereniging Sport Utrecht (VSU) heb ik onderzoek gedaan naar de relatie tussen de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land en de aanpak van ledenwerving van verenigingen. Ik heb mijn aandacht vooral gericht op de succes- en faalfactoren die verenigingen hebben ervaren tijdens het werven van meisjes- en vrouwenleden. Om dit te onderzoeken heb ik interviews afgenomen bij verenigingen. De geïnterviewden waren altijd nauw betrokken bij het meisjes- en vrouwenvoetbal of hebben dit zelfs zelf opgezet. Voor mij is duidelijk geworden hoe hard deze mensen moeten werken om het meisjes- en vrouwenvoetbal staande te houden binnen bepaalde verenigingen. Hier was ik me voorheen in de rol als speelster en trainster niet van bewust.

De afgelopen maanden heb ik met veel nieuwsgierigheid en plezier aan dit onderzoek gewerkt. Ik heb een heel leerzaam traject doorlopen. In tegenstelling tot het begin van het traject heb ik nu veel kennis over het doen van onderzoek, ik heb ervaren dat ik dit leuk vind om te doen. Tijdens het afstudeertraject kreeg ik steeds meer het idee dat mijn onderzoek van toegevoegde waarde zou kunnen zijn voor de voetbalwereld van de meisjes en vrouwen. Dit maakte dat ik steeds enthousiaster en gedetailleerder te werk ging zodat ik het uiterste resultaat eruit kon halen, ik hoop dat dit terug is te lezen in mijn afstudeerscriptie.

Ik wil alle tien de respondenten bedanken voor hun tijd en deelname aan het onderzoek.

Ik wil Marlou Peeters, mijn stagebegeleidster, bedanken voor haar enthousiasme, begeleiding en ondersteuning gedurende mijn afstudeertraject. Voor vragen en inspiratie kon ik altijd bij haar terecht. Daarnaast wil ik Erik Puyt, mijn scriptiebegeleider, bedanken voor de tijd, energie en aandacht die hij gedurende afgelopen vijf maanden in mijn afstudeertraject heeft gestoken.

Als laatste wil ik Meinte Vollema en Ellen van den Hurk bedanken voor het nalezen en corrigeren van mijn afstudeerscriptie.

Sport, en met name voetbal is mijn grote passie en ik hoop dan ook in de toekomst werkzaam te zijn in deze sector. Er moet nog een hoop gebeuren om meisjes- en vrouwenvoetbal net zo groot te laten worden als bij de mannen, mijn onderzoek is hierin al een stap de goede kant op. Het lijkt me fantastisch om de rest van deze stappen ook te kunnen zetten!

Nadja Vollema,

Utrecht, juni 2018.

SAMENVATTING

De actuele situatie en probleemstelling voor dit onderzoek is dat veel verenigingen in Utrecht moeite hebben om mee te komen met de trends en ontwikkelingen rondom het meisjes- en vrouwenvoetbal. Meisjes- en vrouwenvoetbal is de snelst groeiende sport in Nederland, toch is het aanbod van verenigingen hier nog niet op ingesteld. Doordat verenigingen onbekend zijn met het vrouwenvoetbal is het werven van meisjes- en vrouwenleden moeilijk en kan er geen passend aanbod worden gecreëerd.

Het doel van dit onderzoek is het doen van aanbevelingen aan Vereniging Sport Utrecht (VSU) om de aanpak van voetbalverenigingen met betrekking tot het werven van meisjes- en vrouwenleden te optimaliseren. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: *Wat hebben verenigingen gedaan om de impact van het EK te benutten om meer meisjes- en vrouwenleden te werven? Welke succes- en faal factoren zijn hierbij ervaren?* Het belang van dit onderzoek voor Vereniging Sport Utrecht (VSU) is het optimaliseren van de verenigingsondersteuning.

De succes- en faalfactoren zijn onderzocht door deductief kwalitatief onderzoek te doen waarbij het meetinstrument een diepte interview was. Er zijn zes verenigingen geïnterviewd die wel aan het activatieprogramma hebben deelgenomen en vier verenigingen die hier niet aan deel hebben genomen. Uit de antwoorden van de verenigingen is naar voren gekomen dat de machocultuur bij verenigingen nog vaak de overhand heeft. Een gevolg hiervan is dat het meisjes- en vrouwenvoetbal binnen de vereniging vaak afhankelijk is van maar een persoon. Hierdoor hebben veel verenigingen geen draagvlak, structuur en passend aanbod voor het meisjes- en vrouwenvoetbal. Verassend genoeg kwam naar voren dat verenigingen onderlinge concurrentie ervaren, zij willen elkaar niet helpen door gouden tips te delen.

Op basis van de analyse van de succes- en faalfactoren is er voor de verenigingsondersteuners van de VSU een viertal aanbevelingen opgesteld, zodat zij verenigingen beter kunnen gaan begeleiden en ondersteunen bij het ontwikkelen van het meisjes- en vrouwenvoetbal.

De eerste aanbeveling aan Vereniging Sport Utrecht is om onderlinge concurrentie tussen verenigingen te verminderen. Vereniging Sport Utrecht kan de onafhankelijke rol als verenigingsondersteuner innemen om succesfactoren te achterhalen en te implementeren bij verenigingen.

De tweede aanbeveling aan Vereniging Sport Utrecht is het begeleiden van verenigingen bij het creëren van draagvlak op het gebied van meisjes- en vrouwenvoetbal. Bij deze aanbeveling staan het vormen van een basisteam en het creëren van betrokkenheid bij meisjes- en vrouwenleden centraal. Door betrokkenheid te creëren ontstaat er tevredenheid bij huidige meisjes- en vrouwenleden, deze tevredenheid heeft een positief effect op de ledenwerving. Het vormen van een basisteam is ook belangrijk in het kader van een benodigde structuur.

De derde aanbeveling aan Vereniging Sport Utrecht is het ondersteunen van verenigingen in het opzetten van deze structuur. Om een structuur op te zetten bij de verenigingen is een gekwalificeerd kader nodig, dit kan door de 'eenzame held' een sterkere positie te geven binnen de vereniging. Dit kan tevens door het aanstellen van coördinatoren. Daarnaast is het belangrijk dat er gebruik wordt gemaakt van de georganiseerde themabijeenkomsten om het kader te kunnen kwalificeren.

De laatste aanbeveling aan Vereniging Sport Utrecht is het adviseren van verenigingen bij het opzetten van een passend aanbod. Tijdens het onderzoek is naar voren gekomen dat een goed draagvlak en heldere structuur kunnen leiden tot een gekwalificeerd kader. Door een gekwalificeerd kader kan er een beter niveau worden aangeboden bij de meisjes en vrouwen. Wanneer er meer niveau wordt aangeboden is er voor meisjes- en vrouwenleden sneller een passend aanbod. Bij deze aanbeveling is het belangrijk dat er aandacht wordt gegeven aan het gelijk trekken van de jongens- en meisjesafdeling en het kwalificeren van trainers, zodat ook op die manier het niveau wordt verhoogd.

Vereniging Sport Utrecht is een belangrijke organisatie voor verenigingen die meisjes- en vrouwenvoetbal aanbieden. Door de onafhankelijke rol in te nemen en bovenstaande aanbevelingen te implementeren kan Vereniging Sport Utrecht hiermee de benodigde vervolgstappen zetten op weg naar het ultieme einddoel: meer voetballende meisjes en vrouwen!

INHOUD

Voorwoord	2
Samenvatting	3
1 Inleiding	6
1.1 Aanleiding	6
1.1.1 Maatschappelijk probleem	6
1.1.2 Beschrijving organisatie(s) en relatie tot maatschappelijk probleem	6
1.2 Projectkader	7
1.2.1 Doel Vereniging Sport Utrecht	7
1.2.2 Kennisvraag	7
1.2.3 Doel binnen het onderzoek	7
1.2.4 Doel buiten het onderzoek	8
1.3 Globaal conceptueel model	8
1.4 Doelstelling van het onderzoek	8
1.5 Onderzoeksmodel	8
1.6 Vraagstelling	9
1.7 Begripsbepaling	10
1.8 Relevantie	10
1.9 Leeswijzer	11
2 Theoretisch kader	12
2.1 Vooronderzoek	12
2.2 Aanpak ledenwerving van verenigingen	14
2.2.1 Cultuur	14
2.2.2 Aanbod	15
2.2.3 Diversiteit	16
2.3 Impact van EK vrouwenvoetbal in eigen land	16
2.3.1 Sportmarketing	17
2.3.2 Participatie	18
2.3.3 Kennisontwikkeling	19
2.4 Definitief conceptueel model	20
2.5 Hypothese	20
3 Methodologische verantwoording	22
3.1 Onderzoeksmethode	22
3.2 Onderzoekspopulatie	22
3.3 Meetinstrument	23
3.4 Onderzoeksprocedure	23
3.5 Kwalitatieve dataverwerking	24
3.6 Data analyse	24
3.7 Betrouwbaarheid en validiteit	25
3.7.1 Betrouwbaarheid	25

3.7.2	Validiteit	26
4	Resultaten van het onderzoek.....	27
4.1	Aanpak ledenwerving van verenigingen.....	27
4.1.1	Cultuur	27
4.1.2	Aanbod	29
4.1.3	Diversiteit	30
4.2	Impact van EK vrouwenvoetbal in eigen land	31
4.2.1	Sportmarketing	31
4.2.2	Participatie	32
4.2.3	Kennisontwikkeling	34
5	Conclusies.....	36
5.1	Aanpak ledenwerving van verenigingen.....	36
5.1.1	Faalfactoren.....	36
5.1.2	Succesfactoren	37
5.2	Impact van EK vrouwenvoetbal in eigen land	38
5.2.1	Faalfactoren.....	38
5.2.2	Succesfactoren	38
5.3	Reflecteren op doelstelling	39
5.4	Reflectie op hypothese	39
6	Discussie	40
6.1	Theoretische relevantie	40
6.2	Praktische relevantie	40
6.3	Beperkingen.....	40
6.4	Vervolgonderzoek.....	41
7	Aanbevelingen	43
7.1	Rol van de VSU	43
7.2	Begeleiden bij het creëren van draagvlak	43
7.3	Ondersteunen in het opzetten van structuur	44
7.4	Adviseren bij het opzetten van een passend aanbod naar behoeften van meisjes en vrouwen	45
	Bibliografie	47
	Bijlage 1 – Interviewvragen gebaseerd op het definitief conceptueel model	50
	Bijlage 2 – Overzicht activatieprogramma	56

1 INLEIDING

1.1 AANLEIDING

In de aanleiding zal het maatschappelijk probleem naar voren worden gebracht. Daarnaast worden de maatschappelijke ontwikkelingen die hier in meespelen benoemd. Verder worden de organisaties die betrokken zijn bij het onderzoek beschreven en de relatie met het maatschappelijke probleem. Daarnaast wordt ook het doel van het onderzoek beschreven.

1.1.1 Maatschappelijk probleem

“Meisjes- en vrouwenvoetbal is in Nederland de snelst groeiende teamsport. Vooral onder jonge meiden is voetbal de laatste jaren bijzonder populair geworden. Afgelopen jaar steeg het aantal vrouwelijke leden met 6,23% naar 146.090 en is daarmee historisch hoog” (KNVB, 2018). Dat meisjes- en vrouwenvoetbal de snelst groeiende sport is, is een zeer goede ontwikkeling voor de maatschappij. Aan de andere kant van deze ontwikkeling is het de vraag of de capaciteit en het aanbod van verenigingen daarop is ingesteld. Meisjes- en vrouwenvoetbal is in opmars en de verenigingen zijn hierin nog niet voldoende bewust van de mogelijkheden die het biedt voor een vereniging, wat de wensen en behoeften zijn van meisjes en vrouwen en hoe verenigingen hierop in kunnen spelen.

Wat vaak zichtbaar is bij verenigingen is dat het bestuur ondergekwalificeerd is. Inspelen op trends en ontwikkelingen is voor het bestuur moeilijk, omdat deze erg snel gaan (Boessenkool & Nuijten, 2014). In dit geval heeft dat onder andere te maken met de onbekendheid van meisjes- en vrouwenvoetbal. Verenigingen moeten iets geheel nieuws gaan implementeren en daarvoor zijn gekwalificeerde mensen nodig. Het opzetten van meisjes- en vrouwenvoetbal vraagt dan om veel ondersteuning bij deze verenigingen. Omdat het een belangrijke ontwikkeling is die voor alle voetbalverenigingen veel voordelen kan bieden streeft de VSU er naar om alle verenigingen in Utrecht meisjes- en vrouwenvoetbal aan te laten bieden.

In aanvulling op bovenstaande beschrijving stelt de Koninklijke Nederlandse Voetbal Bond (KNVB) het volgende:

Meiden die gaan voetballen, stromen vergeleken met jongens sneller uit. Meiden houden het na zeven jaar voetbal voor gezien, terwijl jongens gemiddeld pas na veertien jaar hun schoenen aan de wilgen hangen. Een gebrek aan beleving of motivatie is niet het probleem. De werkelijke oorzaak ligt in het feit dat het aanbod en de sfeer van een voetbalvereniging nog niet aansluit bij de wensen en behoeften van meiden. Er zijn te weinig meiden, de trainers zijn ondermaats, of er is gewoon te weinig aandacht voor het meidenvoetbal (KNVB, 2018).

Doordat het aanbod nu nog minimaal en onprofessioneel is, is voor meisjes de uitdaging er snel vanaf. De uitstraling van vrouwenvoetbal is nog niet naar de wens van de KNVB. Uit verschillende analyses is gebleken dat de positieve impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land op het imago van het vrouwenvoetbal er zeker is geweest (Gemeente Utrecht, 2018). Hoe verenigingen op deze ontwikkelingen gaan inspelen is nog onbekend. De vraag vanuit de verenigingen is hierin vooral hoe zij de toegenomen populariteit van het vrouwenvoetbal kunnen benutten voor het werven van meisjes- en vrouwenleden.

1.1.2 Beschrijving organisatie(s) en relatie tot maatschappelijk probleem

Vereniging Sport Utrecht is de overkoepelende organisatie voor top- en breedtesport in gemeente Utrecht. Vanuit de VSU worden alle aangesloten verenigingen ondersteund en worden er maatschappelijke projecten gestart. Eén daar van is het project meisjes- en vrouwenvoetbal. Dit project is gestart omdat de verenigingen ondersteuning nodig hebben om de doelstelling van de KNVB, meer voetballende meisjes, te behalen.

Het project meisjes- en vrouwenvoetbal is vooraf aan het EK vrouwenvoetbal gestart en ondersteunt verenigingen in het opzetten van het meisjes- en vrouwenvoetbal en promoot het vrouwenvoetbal. Dit project is in samenwerking met de KNVB opgezet. Hierbij is de KNVB de overkoepelende organisatie

die zorgt dat landelijk de voetbalverenigingen worden ondersteund en dat vrouwenvoetbal wordt gepromoot. De VSU is, als lokale partner van de KNVB, de organisatie die kennis en kunde inzet om de landelijke aanpak van de KNVB in Utrecht te implementeren. De VSU heeft een projectleidster meisjes- en vrouwenvoetbal aangesteld. Deze projectleidster is verantwoordelijk voor de ondersteuning aan de verenigingen. Daarnaast is deze projectleidster verantwoordelijk gesteld voor de promotie van het vrouwenvoetbal. De KNVB en de VSU willen de structuur verbeteren van het vrouwenvoetbal na het EK vrouwenvoetbal in eigen land. In dit onderzoek wordt in kaart gebracht of deze aanpak succesvol is geweest.

1.2 PROJECTKADER

In het projectkader wordt aan de hand van de doelstellingen binnen en buiten het onderzoek de kennisvraag vanuit de VSU geformuleerd. Deze informatie is verkregen van de projectleider meisjes- en vrouwenvoetbal van Vereniging Sport Utrecht.

1.2.1 Doel Vereniging Sport Utrecht

De KNVB en Vereniging Sport Utrecht streven naar een stijging van het aantal voetballende meisjes en vrouwen in Nederland. Voor de VSU ligt de aandacht geheel op Utrecht (KNVB, 2018). *“Voetbal is voor iedereen. In 2018 voelt iedereen zich welkom in het voetbal, waarbij we ons in het bijzonder richten op de positie van meisjes en vrouwen”* (KNVB, 2014). Vereniging Sport Utrecht ondersteunt de doelstelling van de KNVB, namelijk meer vrouwelijke leden bij de voetbalverenigingen. Zowel de KNVB als de VSU staan voor gelijkheid binnen het voetbal, beide organisaties streven naar evenveel vrouwelijke leden als mannelijke leden. Om deze doelstelling te bereiken is een projectleider meisjes- en vrouwenvoetbal aangesteld. Door haar worden de verenigingen ondersteund in het opzetten van meisjes- en vrouwenvoetbal. De verenigingen worden ondersteund door de VSU in het werven van vrouwelijke leden, vanuit hier wordt aan de doelstelling gewerkt. De belangrijkste doelstelling van Vereniging Sport Utrecht is het behalen van meer vrouwelijke leden bij de voetbalverenigingen in Utrecht. Vanuit de VSU is de vraag gekomen of de projecten die de VSU heeft ingezet rondom het EK in voldoende mate hebben bijgedragen aan het verbeteren van de aanpak van verenigingen tot het werven van meisjes en vrouwen. Gegeven de resultaten van dit onderzoek wil de VSU de dienstverlening verbeteren.

1.2.2 Kennisvraag

De VSU heeft de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) gevraagd de relatie te onderzoeken tussen de wijze waarop verenigingen de impact van het EK vrouwenvoetbal hebben benut om hun aanpak aan te passen voor het werven van meisjes- en vrouwenleden. Door deze aanpassing hoopt men dat er meer meisjes- en vrouwenleden komen. De VSU wil inzicht krijgen in de succes- en faalfactoren van de ledenwerfacties die verenigingen ondernemen om voor, tijdens en na het EK vrouwenvoetbal nieuwe meisjes-en vrouwenleden te werven. Een belangrijke indicator is het verschil qua aantal nieuwe meiden-en vrouwenleden tussen de verenigingen die wel of niet mee hebben gedaan aan de interventies vanuit de VSU en KNVB. Door het beantwoorden van de kennisvragen kan de VSU bepalen welke ondersteuning zij verenigingen kunnen bieden om het succes van het EK te maximaliseren op de voetbalverenigingen met betrekking tot de werving van meisjes-en vrouwenleden.

Wat zijn succes- en faalfactoren in de aanpak van verenigingen om voor, tijdens en na het EK vrouwenvoetbal in eigenland nieuwe meisjes-en vrouwenleden te werven? In hoeverre zit er verschil in de verenigingen die wel en die niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma vanuit de VSU en KNVB?

1.2.3 Doel binnen het onderzoek

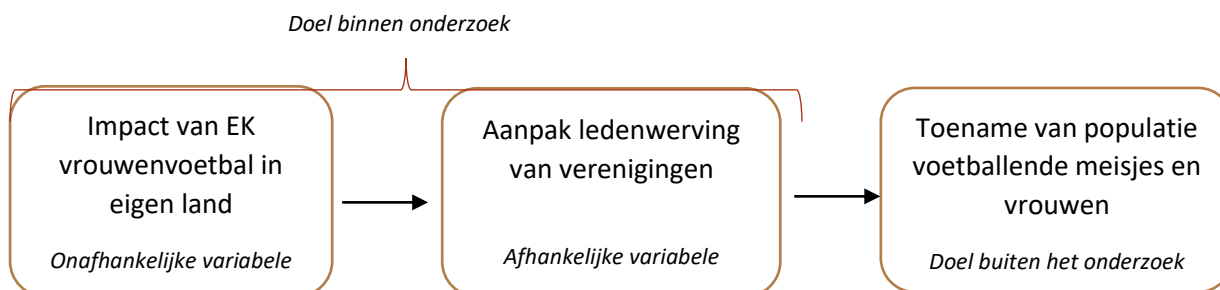
Het doel binnen het onderzoek is inzicht krijgen in de succes- en faalfactoren bij het werven van meisjes- en vrouwenleden door verenigingen aan de hand van de impact van het EK vrouwenvoetbal. Hierbij is het nodig om informatie te verkrijgen over de impact van het EK en de aanpak van verenigingen. Wat hebben verenigingen juist wel of niet gedaan om meer meisjes- en vrouwenleden te werven? Uiteindelijk worden aanbevelingen gedaan aan de VSU. De aanbevelingen worden gedaan om succesfactoren te benutten en faalfactoren te verbeteren.

1.2.4 Doel buiten het onderzoek

Het doel buiten het onderzoek is de groei van het aantal voetballende meisjes en vrouwen. De KNVB en de VSU streven, zoals eerder genoemd, naar een grotere populatie meisjes- en vrouwenleden.

1.3 GLOBAAL CONCEPTUEEL MODEL

Uit de aanleiding en kennisvraag blijkt dat er een tweetal belangrijke kernbegrippen zijn. Het gaat om de relatie tussen de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land en de ledenwerving van de verenigingen. Deze begrippen worden ook wel de variabelen genoemd, de onafhankelijke variabele is de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land. De afhankelijke variabele is de aanpak van verenigingen met betrekking tot de werving van meisjes en vrouwen.



Figuur 2. Globaal conceptueel model

1.4 DOELSTELLING VAN HET ONDERZOEK

Om een probleem binnen een organisatie op te lossen wordt een doelstelling gemaakt. Deze doelstelling wordt onderverdeeld in twee delen, het eerste gedeelte bestaat uit de omschrijving van de bijdrage die het onderzoek levert aan de oplossing van het probleem. Deze bijdrage is het geven van inzicht in de succes- en faalfactoren van de aanpak van ledenwerving. Het tweede gedeelte bestaat uit de omschrijving van de manier waarop deze bijdrage wordt geleverd, dit kan gezien worden als de rol van de onderzoeker (Doorewaard & Verschuren, 2015).

Het doel van het onderzoek is het doen van aanbevelingen aan de VSU om de aanpak van voetbalverenigingen met betrekking tot het werven van meisjes- en vrouwenleden te optimaliseren zodat meer meisjes lid worden en blijven

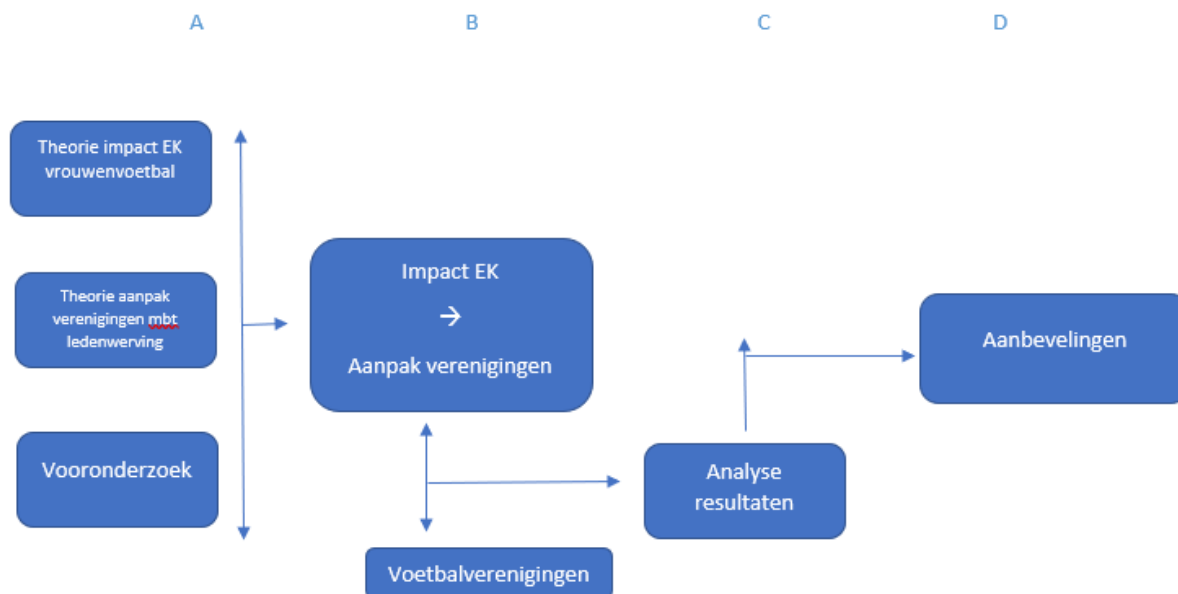
door..

te onderzoeken wat de impact is geweest van het EK vrouwenvoetbal in eigen land op de aanpak van voetbalverenigingen om meisjes- en vrouwenleden te werven.

1.5 ONDERZOEKSMODEL

Hieronder wordt het onderzoeksmodel weergegeven, dit is een uitwerking van de doelstelling binnen het onderzoek. In het midden van het onderzoeksmodel is het globaal conceptueel model uit paragraaf 1.3 weergegeven. Het onderzoek zal uiteindelijk leiden tot een aantal aanbevelingen aan Vereniging Sport Utrecht om de aanpak van de verenigingen te verbeteren met betrekking tot het werven van meisjes- en vrouwenleden.

Het doel van het onderzoek is het opstellen van aanbevelingen aan Vereniging Sport Utrecht. Deze aanbevelingen worden gebaseerd op informatie die zal worden verkregen door de interviews met de verenigingen. De interviewvragen zullen gebaseerd worden op het definitief conceptueel model, deze is verkregen door het analyseren van de theorie van de twee kernbegrippen. De interviews zullen door de onderzoeker worden afgenomen en de theorie wordt getoetst door een professional werkende bij Vereniging Sport Utrecht. Onder het onderzoeksmodel wordt nader toegelicht hoe de informatie wordt verkregen.



Figuur 3. Onderzoeksmodel

Allereerst wordt er vooronderzoek gedaan. In dit vooronderzoek wordt gekeken naar het behoeftenonderzoek over verenigingsondersteuning wat vooraf is afgenomen bij verenigingen. Op deze manier wordt duidelijk op welke aspecten de verenigingen zichzelf nog wil verbeteren. Naast het vooronderzoek wordt er theorie gezocht over de impact van het EK vrouwenvoetbal. Verder wordt er theorie gezocht over de aanpak van verenigingen met betrekking tot de ledenwerving (kolom A). De uitkomsten van het literatuuronderzoek in kolom A leiden tot het definitief conceptueel model. In kolom B worden de interviews, welke gebaseerd zijn op het definitief conceptueel model, afgenomen bij de verenigingen. Uit deze interviews zal blijken wat succes- en faalfactoren zijn van verenigingen die wel gebruik hebben gemaakt van het activatieprogramma. In kolom C wordt de theorie over de aanpak van verenigingen met betrekking tot ledenwerving vergeleken met de interviews. Hieruit worden conclusies getrokken die in kolom D volgen tot aanbevelingen. Wanneer de aanbevelingen zijn gedaan is het doel van het onderzoek behaald.

1.6 VRAAGSTELLING

De vraagstelling is overkoepelend voor de vragen die in het onderzoek beantwoord gaan worden. Deze vraagstelling is onderverdeeld in een hoofdvraag, een theoretische deelvraag, een empirische deelvraag en een analytische deelvraag. Door het beantwoorden van de deelvragen wordt inzicht op gedaan in de benodigde kennis en worden inzichten geanalyseerd die nodig zijn om de hoofdvraag mee te beantwoorden. Aan de hand van de deelvragen wordt structuur gegeven aan het onderzoek (Doorewaard & Verschuren, 2015).

Onderzoeksvraag

Wat hebben verenigingen gedaan om de impact van het EK te benutten om meer meisjes- en vrouwenleden te werven? Welke succes- en faal factoren zijn hierbij ervaren?

Theoretische deelvraag

Wat is er vanuit de theorie bekend over de impact van topsportevenementen op de aanpak van verenigingen om nieuwe leden te werven?

Deze vraag zal worden beantwoord in hoofdstuk 2.

Empirische deelvraag

Wat is de mening van voetbalverenigingen in Utrecht over de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land met betrekking tot het werven van vrouwelijke leden?

Deze vraag zal worden beantwoord in hoofdstuk 4.

Analytische deelvraag

Wat zijn de succes- en faalfactoren van verenigingen met betrekking tot het inzetten van de impact van het EK voor het werven van meisjes- en vrouwenleden?

Deze vraag zal worden beantwoord in hoofdstuk 5.

1.7 BEGRIPSBEPALING

Meisjes- en vrouwenleden: In het onderzoek wordt onder meisjes- en vrouwenleden verstaan: meisjes vanaf vier jaar tot vrouwelijke senioren. Vier jaar is de officiële leeftijd waarop een meisje zich mag aanmelden bij een voetbalvereniging en met het behalen tot nieuwe leden wordt ook senioren voetbal en bestuurstaken bedoeld (KNVB, z.d.).

Activatieprogramma: Dit is het georganiseerde programma vanuit de VSU en de KNVB. Hier gaat het om het activeren van de doelgroep. De theorie spreekt over 'zorgen dat iemand mee doet' (Nederlandse encyclopedie, 2018). Het activatieprogramma heeft betrekking op de interventies vanuit het EK vrouwenvoetbal en de georganiseerde themabijeenkomsten voor verenigingen. Alle georganiseerde activiteiten en bijeenkomsten vallen onder het activatieprogramma. Onder andere de volgende activiteiten zijn georganiseerd: : vriendinnendagen, Football Fridays, toernooien en andere acties die bedoeld waren voor de promotie van het vrouwenvoetbal in de regio Utrecht. In bijlage twee is het overzicht van het activatieprogramma te vinden, hierin staan de precieze uitgevoerde acties. Het doel van het activatieprogramma was het binden van meisjes en vrouwen aan voetbal en het promoten van het EK vrouwenvoetbal, zodat uiteindelijk de stadions gevuld zouden zijn.

Impact van het EK vrouwenvoetbal: Met de impact van het EK vrouwenvoetbal wordt bedoeld hoe verenigingen op een positieve manier het EK hebben kunnen inzetten om bepaalde doelen te behalen.

Ledenwerving: Ledenwerving betekend het werven van een nieuw lid, ook wel ledenaantrekking genoemd (Nederlandse encyclopedie, 2018). Als er wordt gesproken over de aanpak van ledenwerving van verenigingen gaat het om de acties die verenigingen hebben gedaan om nieuwe leden te werven.

1.8 RELEVANTIE

In deze paragraaf wordt de praktische en theoretische relevantie van het onderzoek beschreven. Ook wordt de rol van de SBE'er toegelicht.

Praktische relevantie

De relevantie op praktisch gebied is voor Vereniging Sport Utrecht hoog omdat dit onderzoek leidt tot mogelijke verbeteringen in het ondersteunen van de verenigingen op het gebied van werven van meisjes- en vrouwenleden, waardoor het aantal i meisjes en vrouwen uiteindelijk kan gaan stijgen. Daarnaast krijgt de VSU een helder beeld van de aanpak van verenigingen nu en in welke mate dat anders kan en hoe dit dan zou moeten.

De kans dat het doel buiten het onderzoek, meer voetballende meisjes, wordt behaald aan de hand van de aanbevelingen is groot. De aanbevelingen zijn gericht op de VSU om verenigingsondersteuning te verbeteren. Wanneer deze ondersteuning wordt aangepast en de succesfactoren worden toegepast bij de verenigingen is er kans op groei van het aantal meisjes- en vrouwenleden.

Theoretische relevantie

Er is eerder onderzoek gedaan naar de impact van sportevenementen op de amateursport en de mogelijke groei van leden bij sportverenigingen. Eerder onderzoek is echter niet gericht op de aanpak van verenigingen en welke succesfactoren bijdragen aan ledengroei. In de *Impactanalyse EK*

vrouwenvoetbal komt de sociale- en economische-impact naar voren, deze analyse geeft echter niet aan wat de invloed is op verenigingen die wel of niet deel hebben genomen aan het activatieprogramma van de VSU (Gemeente Utrecht, 2018). De theoretische relevantie is hoog omdat er wordt gekeken naar de maatschappelijke impact van het EK vrouwenvoetbal. Het onderzoek is grotendeels voortgebouwd uit Nederlandse wetenschappelijke literatuur afkomstig van Google Scholar, deze literatuur gaat in op de impact van topsportevenementen. Daarnaast is veel literatuur gebruikt van Boessenkool (2014) over voetbalverenigingen in Utrecht.

Relevantie voor de SBE'er

'Een SBE'er krijgt iedereen in beweging.' Dit is de slogan die vanaf het eerste jaar van de studie sport- en bewegingseducatie door de gangen galmt. Sport inzetten als middel is waar het om draait binnen deze studie. Sport draagt niet alleen bij aan de gezondheid van mensen, ook biedt sport op sociaal vlak veel mogelijkheden (Wilmore et al., 2008). Voetbal kan in deze zin veel voor, in dit geval, meisjes betekenen, zij kunnen voldoen aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen en sociale contacten onderhouden of juist integreren in de Nederlandse cultuur. Uiteindelijk wil de SBE'er iedereen in beweging krijgen, zo ook meisjes en vrouwen uit Utrecht.

De doelstelling van de KNVB, meer meisjes in beweging, maakt de SBE'er de aangewezen persoon om dit te realiseren. Door de VSU aanbevelingen te geven over verenigingsondersteuning wordt de ledenwerving van verenigingen verbeterd. Dit kan uiteindelijk leiden tot meer voetballende meisjes- en vrouwen. De SBE'er is opgeleid om mensen te motiveren, enthousiasmeren en adviseren op het gebied van sport en bewegen. De SBE'er heeft minder kennis over het motiveren en enthousiasmeren van verenigingen. Wel heeft de SBE'er het vermogen om zich snel te ontwikkelen tot professional op het gebied van verenigingen. De competentie adviseren komt van pas tijdens het ondersteunen van verenigingen en hierover heeft de SBE'er al veel kennis. De SBE'er kan werken met verschillende doelgroepen en heeft kennis van de verschillende manieren van onderzoek doen en adviseren (Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, 2017). Wanneer de onderzoeker meer inzicht krijgt in de succes- en faalfactoren van de aanpak van verenigingen om meisjes- en vrouwen leden te werven met betrekking tot de impact van het EK vrouwenvoetbal kunnen de aanbevelingen hierop worden afgestemd. Deze inzichten zorgen ervoor dat de VSU gedetailleerde aanbevelingen krijgt met betrekking tot het ondersteunen van de verenigingen. De onderzoeker beschikt over voldoende kennis en ervaring om de aanbeveling op een realistische en professionele wijze aan te dragen.

1.9 LEESWIJZER

In hoofdstuk twee wordt de theoretische deelvraag beantwoord. Vervolgens wordt in hoofdstuk drie de onderzoeksmethode omschreven. In hoofdstuk vier wordt de empirische deelvraag van het onderzoek beantwoord en in hoofdstuk vijf wordt de analytische deelvraag beantwoord. Daarna leest u in hoofdstuk zes de reflectie op de relevantie en de begrenzingen van het onderzoek. Als laatste vindt u in hoofdstuk zeven de aanbevelingen naar de VSU.

In de bijlagen zijn de volgende documenten opgenomen:

- Bijlage 1: Interviewvragen gebaseerd op het definitief conceptueel model.
- Bijlage 2: Overzicht activatie programma.

Los mee gestuurd vindt u het bestand waarin de interviews van de respondenten zijn uitgewerkt.

2 THEORETISCH KADER

In het theoretisch kader wordt de theoretische deelvraag beantwoord. De deelvraag voor het onderzoek luidt als volgt:

Wat is er vanuit de theorie bekend over de impact van topsportevenementen op de aanpak van verenigingen om nieuwe leden te werven?

In deze deelvraag is de aanpak van verenigingen om nieuwe leden te werven afhankelijk van de impact van topsportevenementen. De gevonden literatuur is afkomstig van Google Scholar, Science Direct, het Mulier Instituut, rapportages en doorverwezen literatuur. In het theoretisch kader wordt een analyse van de literatuur over de aanpak van ledenwerving van verenigingen en de impact van het EK gedaan. Het doel van deze analyse is het opstellen van het definitief conceptueel model, dit is de basis voor de vragenlijst.

2.1 VOORONDERZOEK

In Utrecht hebben 27 van de 32 veldvoetbalverenigingen één of meer spelende meisjes- en/of vrouwenleden. Sporting'70 heeft de meeste meisjes- en vrouwenleden, namelijk 268. In totaal zijn er acht verenigingen die meer dan 100 meisjes- en/of vrouwenleden hebben en zeven verenigingen die tussen de 25 en 100 meisjes- en/of vrouwenleden hebben. De overige twaalf verenigingen hebben minder dan 25 meisjes- en/of vrouwenleden (KNVB, 2016). In de figuur hieronder is weergegeven waar de verenigingen gevestigd zijn in Utrecht en welke verenigingen 100 of meer vrouwelijke leden hebben en welke minder.



Figuur 4. Veldvoetbalverenigingen die meisjes- en/of vrouwenvoetbal aanbieden (KNVB, 2016).

In figuur 3 lijkt het op het eerste oog alsof er heel veel verenigingen zijn waar meisjes- en vrouwenleden terecht kunnen. De acht verenigingen met meer dan 100 meisjes- en/of vrouwenleden zijn verspreid over de gemeente Utrecht, waarvan twee verenigingen (Hercules en Sporting'70) naast elkaar liggen. Voor de Utrechtse meisjes en vrouwen blijven er dan zeven locaties over waar zij

zouden kunnen voetballen. Op deze zeven locaties is het meisjes- en vrouwenvoetbal sterk ontwikkeld en wordt er door de vereniging veel aandacht aan besteed. Deze ontwikkeling toont aan dat de spreiding in de regio Utrecht te groot is. Meisjes moeten best ver reizen om bij een vereniging te voetballen waar meer dan 100 meisjesleden zijn. Wanneer meer verenigingen groter worden en zich sterk gaan maken voor het meisjes- en vrouwenvoetbal komen er meer verenigingen in Utrecht. Hierdoor hebben meisjes meer keus. De projectleider meisjes- en vrouwenvoetbal van de VSU ondersteunt de verenigingen die zich hard willen maken voor het meisjes- en vrouwenvoetbal. Door gerichte ondersteuning aan de vereniging wordt het kader meisjes- vrouwenvoetbal ontwikkeld en wil de vereniging meer meisjes- en vrouwenleden werven.

De projectleider meisjes- en vrouwenvoetbal werkt tevens als verenigingsadviseur vanuit Vereniging Sport Utrecht. Er is een behoefteonderzoek gedaan over op welke vlakken de aangesloten verenigingen het liefst ondersteuning zouden krijgen. In de tabel hieronder is weergegeven wat de resultaten zijn van dit behoeftenonderzoek.

Tabel 1. Behoeften onderzoek verenigingsondersteuning

	Ledenwerving	Leden-behoud	Ontwikkelingen technisch kader	Talentontwikkeling selectie/ niet selectie	Verbeteren organisatie	Vrijwilligers	Diversiteit
Sporting '70				X	X		
Kampong	X	X		X	X		
Zwaluwen Utrecht	X		X				X
Hercules		X	X		X	X	
DVSU	X			X	X		
DHSC	X	X	X		X		
Elinkwijk	X				X		
Vechtzoem	X		X			X	X
Desto				X	X		
Faja Lobi	X		X				X

Het behoeftenonderzoek van Vereniging Sport Utrecht wat hierboven is beschreven laat een aantal belangrijke verenigingsonderwerpen zien. Dit behoeftenonderzoek is gedaan door de VSU om inzicht te krijgen in de behoeftes van ondersteuning van de verenigingen. Uit de tabel wordt duidelijk dat zeven van de tien verenigingen graag ondersteuning willen op het gebied van ledenwerving. Hieruit kan geconcludeerd worden dat veel verenigingen meer leden willen hebben en dat zij willen weten hoe dit te behalen.

De meest relevante onderwerpen voor dit onderzoek zijn; ledenwerving, verbeteren organisatie en diversiteit. Deze onderwerpen zijn relevant omdat ze dicht bij het onderzoek staan en bijdragen aan de doelstelling van de VSU en KNVB. Er is gekozen voor deze onderwerpen omdat deze drie begrippen dichtbij de cultuur van de vereniging staan. Dit is belangrijk omdat vanuit de cultuur openheid voor meisjes- en vrouwenvoetbal moet ontstaan. De bevindingen uit het behoeftenonderzoek worden gebruikt om het theoretisch kader aan te vullen.

2.2 AANPAK LEDENWERVING VAN VERENIGINGEN

In deze paragraaf wordt er beschreven welke dimensies van de aanpak van ledenwerving van belang zijn voor het onderzoek. Deze dimensies zijn in paragraaf 2.1 geselecteerd uit het behoeftenonderzoek van Vereniging Sport Utrecht. De drie dimensies worden vervolgens door middel van een analyse van de literatuur afgebakend tot concrete begrippen.

In dit hoofdstuk is gebruik gemaakt van dikgedrukte woorden, onderstreepte woorden, en dikgedrukte onderstreepte woorden. Dit is gedaan om de dimensies, aspecten en indicatoren te kunnen onderscheiden van de andere tekst. Hieronder wordt toegelicht wat dit inhoudt:

Cultuur = Dimensie

Passende plek = Aspect

Sfeer = Indicator

Om een organisatie van een voetbalvereniging te verbeteren moet er kennis zijn van de normen en waarden, de opvattingen en hoe de vereniging in elkaar zit. Het algehele begrip wat hier overkoepelend is, is de verenigings**cultuur**. Onder cultuur wordt verstaan de **openheid** die een vereniging heeft en in hoeverre zij een **mannelijke voetbalorganisatie cultuur** ervaren (Elling, z.d.). De dimensie cultuur is gekozen omdat er voor interviewvragen en juiste resultaten kennis moet zijn van de cultuur van een vereniging.

De dimensie **aanbod** komt voort uit het thema ledenwerving vanuit het behoeftenonderzoek. Er kan pas worden gewerkt aan de ledenwerving van een vereniging wanneer het aanbod in kaart wordt gebracht, hierin is het belangrijk dat er rekening wordt gehouden met de **versnippering** van de meisjes- en vrouwenvoetbalverenigingen. Verder is het nodig om te weten wanneer meisjes- en vrouwenleden een **passende plek** ervaren bij een vereniging. Aan de hand van deze kennis en informatie kan worden gewerkt aan de manier van ledenwerving van een vereniging (KNVB, 2016).

De dimensie **diversiteit** is voortgekomen uit het behoeftenonderzoek. Deze sluit aan op de cultuur en het aanbod van verenigingen, wanneer deze namelijk beide juist zijn zal er ruimte zijn voor meer diversiteit binnen de voetbalverenigingen.

2.2.1 Cultuur

Na het ontstaan van voetbal werden in 1863 de algemene regels gestandaardiseerd door de Football Association in Engeland. Tegelijkertijd werd ook een sportideaal ontwikkeld, dit sportideaal werd later ook het maatschappelijk ideaal. De voetbalcultuur die toen ontstond verenigde mannen en sloot al het vrouwelijke uit. Er werd vanuit gegaan dat sport onnatuurlijk was voor vrouwen en de vrouw moest voldoen aan de huishoudelijke normen en waarden (Derks, 2004, pp. 4-15). De heersende **mannelijke voetbalorganisatiecultuur** wordt voornamelijk veroorzaakt door de uiting van **machogedrag** van voetballers en de vrouwonvriendelijkheid die de sport uitstraalt. Uit het artikel uit het *Tijdschrift voor genderstudies* (1999) blijkt dat machogedrag van mannen de boventoon heeft in de mannelijke voetbalwereld. Nog steeds veel mannen en vrouwen zijn van mening dat voetbal niet geschikt is voor vrouwen. Deze mensen vinden dat mannen willen presteren en denken dat de vrouwen niet willen presteren en voor de lol deelnemen aan de sport (Elling, z.d., pp. 22-35).

In de jaren daarna is in 1997 het 25-jarig bestaan van vrouwenvoetbal gevierd door de KNVB, dit betekende dat er al 25 jaar een erkende vrouwencompetitie was. Deze competitie is afgeleid van de mannelijke voetbalorganisatie cultuur. Rond deze tijd waren de verschillen tussen het mannen en vrouwenvoetbal nog groot, zo was de leeftijd waarop meisjes mochten deelnemen aan de sport hoger dan bij jongens. Daarnaast speelden meisjes kortere wedstrijden en voetbalden zij met een kleinere bal. Bij mannen ging het vooral om **presteren** en bij vrouwen om de gezelligheid. Nu zijn deze verschillen er niet meer (Derks, 2004, pp. 5-15). In deze tijd was het voor verenigingen moeilijk het vrouwenvoetbal op te zetten, er moest tijd **ruimte** en geld worden geïnvesteerd waar niet elke vereniging voor openstond. Omdat voetbal van oorsprong een mannensport is en de cultuur niet vanzelfsprekend openstaat voor nieuwe groepen, zoals vrouwen, was het opzetten van vrouwenvoetbal een grote stap. Toen bij startende verenigingen het vrouwenvoetbal ging lopen ontstond een kettingreactie bij andere verenigingen. Tot nu is meisjes- en vrouwenvoetbal nog steeds de snelst groeiende sport (Romijn & Elling, 2017, p. 25).

Uit de *Verenigingsmonitor 2008* (2009, p. 7) blijkt dat zowel ledenwerving als ledenbehoud belangrijk is voor sportverenigingen. Bij de helft van de sportverenigingen komt werving en behoud van de leden naar voren als een issue en bij zestig procent staat ledenwerving en behoud beschreven in het beleidsplan. De helft van de sportverenigingen probeert in het sportaanbod vernieuwingen aan te brengen en flexibiliseert lidmaatschaps- en contributievormen. Het punt dat sportverenigingen nu steeds meer vraaggericht te werk gaan lijkt zo goed als bevestigd (van Kalmhout, de Jong, & Lucassen, 2009, p. 45). Door deze aanpak van verenigingen is er steeds meer focus gekomen op het vrouwenvoetbal, van totale geslotenheid is de cultuur verschoven naar **openheid** voor het vrouwenvoetbal (Romijn & Elling, 2017, pp. 19-24). De ontwikkeling die verenigingen hebben doorgemaakt waarbij de focus gegroeid is op het vrouwenvoetbal zal leiden tot vernieuwingen in het aanbod, hierbij zullen successen in ledenwerving behaald kunnen worden. Hierbij gaat het er om in hoeverre de verandering van aanpak daadwerkelijk aantoonbaar is dan successen zijn behaald.

“Voorheen werd vrouwenvoetbal verboden, vervolgens tegengewerkt, daarna gedoogd. Inmiddels omarmen tal van meisjes en vrouwen voetbal, en krijgt het steeds meer ondersteuning vanuit de KNVB” (Vlasveld, Mol, & Elling, 2017).

Tabel 2. Dimensie cultuur

Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Cultuur	Mannelijke voetbalorganisatiecultuur	- Machogedrag - Presteren - Ruimte
	Openheid	- Vernieuwend sportaanbod - Succes ledenwerving

2.2.2 Aanbod

Sinds 1 juli 2016 telt de KNVB ruim 154.00 voetballende meisjes- en vrouwenleden. Ongeveer 2500 verenigingen in Nederland bieden meisjes- en vrouwenvoetbal aan, het enige nadeel is dat deze 2500 verenigingen verspreid liggen over heel Nederland (KNVB, 2016). Het meisjes- en vrouwenvoetballandschap is **versnipperd**. De uitstroom van voetballende meisjes en vrouwen is nog groot, dit wordt gewijd aan het niet vinden van een passend voetballandschap. De KNVB koppelt deze uitstroom aan het vastlopen op ontwikkelingen van het vrouwenvoetballandschap voor meisjes en vrouwen en de KNVB spreekt over een gebrek aan continuïteit (KNVB, 2016).

Doordat er nog geen totale gelijkheid is tussen meisjes- en vrouwenvoetbal en het jongens- en mannenvoetbal is het moeilijk voor meisjes en vrouwen om een **passende plek** te vinden. Volgens onderzoek van de KNVB heerst er een gevoel dat de meisjes en vrouwen niet welkom zijn en niet als serieuze sporter worden behandeld (KNVB, 2016). Vanaf de opkomst van het vrouwenvoetbal tot heden stromen meisjes bijna altijd in bij de jongens. Deze meisjes komen dan als enige meisje bij de jongens terecht. Als er dan wel een meisjesteam is dan spelen meisjes van acht soms tegen twaalfjarigen en meisjes van zestien tegen vrouwen van dertig (Elling, z.d., pp. 22-35). Omtrent deze ontwikkelingen zijn verenigingen nu steeds meer bezig met een aangepast aanbod. Veel verenigingen zetten meisjesteams op en de leeftijdsgrens om een meisje aan te melden bij de verenigingen is omlaag gegaan (Elling, z.d., pp. 22-35). Door een aangepast aanbod waarin elk meisje kan voetballen op haar eigen niveau en tegen eigen leeftijdsgenootjes ontstaat tevredenheid, daarmee kunnen verenigingen meisjesleden binden aan de club. Onder een aangepast aanbod wordt ook begeleiding als belangrijk ervaren, meisjes willen anders gecoacht worden dan jongens. Uit onderzoek van Knoppers & Bouman (1998, pp. 223-237) blijkt dat er veel meer mannelijke trainers en leerkrachten zijn dan vrouwelijke. De trainer zal altijd anders coachen bij een mannenteam dan bij een vrouwenteam, dit komt voort uit de afwijkende behoeftes van vrouwen. Tegenover mannen willen vrouwen wat softer gecoacht worden en zal een vrouwelijke trainer beter weten hoe gecoacht moet worden (Knoppers & Bouman, 1998, pp. 223-237).

In onderzoek van Elling (z.d., pp. 223-237) komt naar voren dat meisjes die samen met meisjes voetballen dit meer doen voor de gezelligheid en dat plezier en een goede sfeer de drijfveer is om te voetballen. De meisjes die op voetbal gaan om te presteren gaan vaak uit zichzelf bij de jongens

voetballen, de drijfveer die deze meisjes hebben is de sport zelf en dus een sterke intrinsieke motivatie.

Tabel 3. Dimensie aanbod

Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Aanbod	Versnipperd	- Uitstroom door vastlopen van ontwikkelingen van vereniging - Gebrek aan continuïteit
	Passende plek	- Aangepast aanbod - Begeleiding - Plezier/sfeer - Intrinsieke motivatie

2.2.3 Diversiteit

Sportdeelname is al tijden geen louter mannelijke aangelegenheid meer. De sportdeelname van vrouwen en mannen is in deze tijd ongeveer even groot (Elling, 2015, pp. 20-23). Wanneer er wordt gekeken naar een random voetbalveldje in de wijk zijn hier vaak alleen jonge jongens aan het voetballen en zijn daar zelden meisjes te bekennen. Zoals jongens op het schoolplein altijd aan het voetballen zijn, heersen zij ook nog steeds grotendeel op de voetbalveldjes in de wijk (Elling, 2015, pp. 20-23). Omdat vrouwenvoetbal pas sinds 1971 officieel erkend is, is het niet raar dat niet overal waar voetballende jongens ook meisjes zijn. Voetbalverenigingen zijn voorheen niet divers geweest, er voetbalde een homogene elite groep en wie niet elite was hoorde er niet bij (Derks, 2004, pp. 5-15). Deze tijd is dat al anders, voetbalverenigingen ontwikkelen vrouwenafdelingen en staan open voor verschillende bevolkingsgroepen (Elling, 2015, pp. 20-23). Voor verenigingen is het opzetten van vrouwenvoetbal een nieuwe ontwikkeling en zoals al eerder aangegeven hebben verenigingen niet altijd de juiste kennis om dit te doen. Wat blijkt uit onderzoek is dat in combinatie met te weinig of niet de juiste kennis **verenigingen vaak onbekend zijn met de wensen en behoeften van vrouwen** (van Kalmhout, de Jong, & Lucassen, 2009, p. 68). Door deze onbekendheid en het niet beschikken over voldoende kennis blijven veel voetbalverenigingen homogeen en groeit de diversiteit niet.

Uit het vooronderzoek is gebleken dat veel verenigingen aangeven graag ondersteund te worden bij de diversiteit van de voetbalvereniging. Verenigingen streven naar een hogere diversiteit maar kampen met onvoldoende kennis (Boessenkool & Nuijten, 2014). Uit onderzoek van Boessenkool & Nuijten (2014) blijkt dat de diversiteit van sporters bij verenigingen is toegenomen. Tegelijkertijd staat in het onderzoek van Boessenkool & Nuijten (2014) beschreven dat deze diversiteit wel is gegroeid maar dat dit minimaal is. Deze minimale groei wordt door Boessenkool & Nuijten (2014) gekoppeld aan het feit dat sporters met gelijkgezinden willen sporten, door deze ontwikkeling zijn er nu katholieke-, christelijke-, zondag-, zaterdag- en allochtonenverenigingen ontstaan (Boessenkool & Nuijten, 2014).

Tabel 4. Dimensie diversiteit

Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Diversiteit	Onbekendheid met wensen en behoeften van (voetballende) vrouwen	- Ondersteuning - Gelijkgezinden

2.3 IMPACT VAN EK VROUWENVOETBAL IN EIGEN LAND

In deze paragraaf wordt er beschreven welke dimensies van de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land van belang zijn voor het onderzoek. Aan de hand van de drie dimensies wordt de afhankelijke variabele afgebakend tot concrete begrippen. In de monitor *Sportevenementen in Nederland* (2014, pp. 85-89) wordt het zevencluster model omschreven, aan deze zeven thema's zijn de maatschappelijke effecten van sportevenementen toe te weiden.

Het EK vrouwenvoetbal was een sportevenement en heeft verschillende maatschappelijke doeleindes gehad. Om dit theoretisch kader gestructureerd te beschrijven zijn de belangrijkste en meeste relevante drie thema's voor het onderzoek van het zevencluster model gekozen als dimensies. In figuur vier hieronder is het zevencluster model weergegeven, hierin zijn de drie dimensies:

sportmarketing, participatie en kennisontwikkeling omcirkeld. Deze dimensies zijn omcirkeld omdat deze voor dit onderzoek het meest van belang zijn, dit wordt onder de figuur verder toegelicht.

	Thema	Wenselijk	Onwenselijk
1	Gezondheid (fysiek en geestelijk)	Gezond aanbod voedingsmiddelen, stimulans voldoende bewegen, gevarieerd en gezond eten	Ongezonder aanbod voedingsmiddelen, excessief alcoholgebruik
2	Sportmarketing	Positieve impuls voor imago sporttak, groei sportdeelname	Negatief effect imago sporttak, negatieve publiciteit
3	Participatie en cohesie	Verbetering sociale samenhang en relaties, stimulans recreatieve sportdeelname, trots	Sociale segregatie, ontmoediging recreatieve sportdeelname, spanningen/rivaliteit: tussen bezoekers
4	Economie en placemarketing	Additionele bestedingen, verlenging verblijfsduur bezoekers/deelnemers, groei toerisme, netwerken, versterking placemarketing	Beperkte additionele bestedingen, wegleffect, verdringing, goede alternatieve investeringen
5	Accommodatie en infrastructuur	Versnelling geplande revitalisatie gebied, toekomstbestendige infrastructuur en accommodaties	Slechte arbeidsomstandigheden tijdens bouw, gebied, infrastructuur en accommodaties niet toekomstbestendig
6	Milieu	Milieuvriendelijk vervoer (fiets, openbaar vervoer, elektrische auto), milieuvriendelijk inkoopbeleid (regionaal), locatie met laag energieverbruik	Milieuonvriendelijk vervoer (auto en vliegtuig), milieuonvriendelijk inkoopbeleid (niet regionaal), locatie met hoog energieverbruik
7	Kennisontwikkeling en educatie	Optimaal gebruik bestaande kennis, leerervaringen borgen en delen, betrekken jeugd en onderwijs	Concurrentie remt delen van kennis

Figuur 5. Categorisering van maatschappelijke thema's en wenselijke en onwenselijke verschijningsvormen (Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2014, p. 85). Aangepast

Het vrouwenvoetbal heeft door het EK in eigenland een vernieuwend imago gecreëerd en uit de *Impactanalyse 2018* is gebleken dat economische- en maatschappelijke doelen zijn behaald (Gemeente Utrecht, 2018). Omdat deze impact van belang is voor de aanpak van verenigingen met betrekking tot ledenwerving is gekozen voor de dimensie sportmarketing. Het doel binnen het onderzoek is het doen van aanbevelingen, maar het doel buiten het onderzoek is een stijging van het aantal voetballende meisjes en vrouwen. Hierin gaat het om de participatie, de tweede dimensie. De verenigingen bouwen op de verenigingsondersteuning van de VSU op gebied van meisjes en vrouwenvoetbal. Zij geven aan weinig kennis te hebben en daarom is gekozen voor kennisontwikkeling als derde dimensie (Muilenberg, 2018).

2.3.1 Sportmarketing

“Sportevenementen worden door sportorganisaties, zoals sportbonden en internationale sportfederaties, beschouwd als een gelegenheid om sport positief onder de aandacht te brengen, het imago aan te scherpen en deelname te stimuleren” (Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2014, p. 86). Tegenwoordig zijn sportevenementen grotendeels gericht op sportmarketing. Het EK vrouwenvoetbal valt onder sportmarketing omdat ten eerste voetbal een sport is, het bevat een competitie-element, spelregels en deelnemers bezig zijn met een lichamelijk doel. Ten tweede is het EK vrouwenvoetbal ingezet om maatschappelijke, economische en politieke doelen te behalen (Gemeente Utrecht, 2018). Net als bij La Vuelta in 2009 heeft het EK vrouwenvoetbal ook maatschappelijke side-events georganiseerd gericht op de breedtesport. De door de publieke middelen gefinancierde side-events bij de Vuelta hebben gestreefd de maatschappelijke doelstellingen te behalen waardoor automatisch aan marketing doelstellingen gewerkt wordt (Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2014, pp. 254-273). Voorafgaand aan het EK vrouwenvoetbal is het activatieprogramma opgesteld, dit programma is opgezet ter promotie van het EK vrouwenvoetbal en om mensen te binden aan dit grote sportevenement. Deze doelstellingen zijn uiteindelijk marketing gericht, promotie zorgt voor supporters en supporters geven geld uit (Gemeente Utrecht, 2018).

Om een beleving te creëren bij de bezoekers en potentiële sportbeoefenaars is het van belang dat er wordt gewerkt aan het **imago** van de sport, dit imago zorgt voor interesse en belangstelling (Mulier Instituut, z.d.). Belangstelling en interesse werken hierbij als drijfveren en zorgen voor nieuwsgierigheid rondom het vrouwenvoetbal, meer mensen gaan zich verdiepen en worden onbewust gebonden aan de sport. Het imago van het vrouwenvoetbal gaat omhoog wanneer meer mensen geïnteresseerd zijn en de publiciteit groter wordt (Elling, z.d., pp. 22-35).

“De bekendheid van vrouwenvoetbal, de waardering onder het algemene publiek en onder ouders van dochters, en de media-aandacht zijn verbeterd, zeker rondom het huidige EK” (Vlasveld, Mol, & Elling, 2017, p. 6). Zoals eerder duidelijk is geworden is de bekendheid van vrouwenvoetbal gegroeid sinds de opkomst hiervan, waar het vroeger amper voor kwam dat vrouwenvoetballen zijn er nu overal voetballende vrouwen (Derks, 2004, pp. 5-15). De waardering is gestegen doordat er steeds meer acceptatie is ten opzichte van vroeger over het feit dat vrouwen voetballen en zij dit ook daadwerkelijk kunnen (Elling, z.d., pp. 22-35). Vooraf, tijdens en na het EK was de media-aandacht groot, dit heeft meegewerkt aan de stijging van het imago van het vrouwenvoetbal. De ontwikkeling dat Veronica de wedstrijden uitzendt op televisie is daarin leidend. De KNVB zegt hier het volgende over: *“Deze deal is goed voor het vrouwenvoetbal, goed voor Veronica en goed voor onze fans”* (KNVB, 2017).

Het imago van vrouwenvoetbal is nog altijd niet wat het hoort te zijn maar toch wordt gezegd dat vrouwenvoetbal 'hot' is. Deze uitspraak wordt gekoppeld aan het feit dat zoveel meisjes en vrouwen de sport beoefenen (Elling, z.d., pp. 22-35). Vrouwenvoetbal is de snelst groeiende sport ter wereld. Dit toont aan dat de **houding van verenigingen** tegenover vrouwenvoetbal ten opzichte van de afgelopen jaren is veranderd. De afgelopen jaren hebben veel verenigingen hun missie en visie gericht aangepast op vrouwenvoetbal, deze aanpassingen hebben geleid tot de groei van het aantal meisjes- en vrouwenleden (Prange & Oosterbaan, 2017). Na hockey is het in Nederland de grootste teamsport voor meisjes en vrouwen. Voetbal wordt nog gezien als mannensport, maar steeds meer vrouwen beoefenen voetbal, en blinken er ook nog in uit (Prange & Oosterbaan, 2017).

Tabel 5. Dimensie sportmarketing

Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Sportmarketing	Imago	- Publiciteit - Bekendheid - Imago vrouwenvoetbal
	Houding verenigingen	- Missie en visie vereniging

2.3.2 Participatie

Actieve sportparticipatie kan aanzienlijke gezondheidsvoordelen hebben (Berg, Warner, & Das, 2015, pp. 20-31). Sportorganisaties en regeringen beschouwen het promoten van sportactiviteiten als een belangrijk doel en leveren inspanningen om sportparticipatie te bevorderen (Aizawa et al., 2018, pp. 86-97). Uit onderzoek van Frick & Wicker (2016, pp. 259-263) blijkt dat mega sportevenementen zowel directe als indirecte effecten hebben op sportparticipatie, deze directe of indirecte effecten vallen onder het trickle-down-effect. Dit effect houdt in dat topsportprestaties mensen inspireren om te gaan sporten (NOC*NSF, z.d.).

Onder directe effecten wordt verstaan het **rolmodeleffect** van topsporters, nationale successen in internationale sportcompetities en ervaringen als toeschouwer. Het rolmodeleffect blijkt een cruciale factor te zijn voor de sportparticipatie, het wekt enthousiasme en kan potentiële deelnemers motiveren om deel te nemen aan sport (Mutter & Pawlowski, 2014, pp. 324-336).

Indirecte effecten die van invloed zijn op de **sportparticipatie** zijn aanvullende vormen van het trickle-down-effect zoals verbetering van de sportinfrastructuur en promotie van lokale media (Misener et al., 2015, pp. 135-156). Een ander indirect effect is het investeren in nieuwe sportlocaties, zo wordt er niet alleen ruimte geboden voor actieve sportparticipatie maar ook nodigt dit uit om grote sportevenementen te organiseren of te hosten (Huang & Humphreys, 2012, pp. 776-793). Uit onderzoek van Misener et al. (2015, pp. 135-156) blijkt dat hoe dichter mensen bij de gastregio wonen, hoe groter de impact van het sportevenement zal zijn.

In 1998 werd in de stad Utrecht het WK hockey voor mannen en vrouwen georganiseerd. Dat moment wordt beschouwd als een belangrijk moment voor de Nederlandse sport. Voorafgaand en tijdens dit WK zijn er side-events voor jong en oud georganiseerd. Deze zijn onderdeel van het **activatieprogramma** in de stad Utrecht en bij hockeyverenigingen. Het doel hiervan was promotie en ledenwerving (Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2014, pp. 238-253). Het doel was het binden van potentiële leden aan de verenigingen. De KNHB heeft zich in de jaren na het WK ingezet voor de ledengroei en het beleid. Er werd een strategisch plan gemaakt waarin een doelstelling voor het aantal leden werd gesteld. Tussentijds is deze doelstelling bijgesteld omdat de doelstelling al snel was behaald. Succesfactoren hierin waren het duidelijk inspelen op de behoeftes van hockeyers door de hockeybond en de populariteit van het WK. Door in te spelen op de maatschappelijke behoeftes van alle Nederlanders heeft de KNHB deze ledengroei gerealiseerd. Uit onderzoek bleek dat de groei in het aantal hockeyleden na het WK in gemeente Utrecht de landelijke groei oversteeg, dit werd geweid aan het hosten van het WK (Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2014, pp. 238-253).

Tabel 6. Dimensie participatie

Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Participatie	Rolmodeleffect	- Enthousiasme - Motiveren
	Sportparticipatie	- Investeren in nieuwe sportlocaties
	Activatieprogramma	- Binden van potentiële leden - Inspelen op behoeftes

2.3.3 Kennisontwikkeling

Sportevenementen organiseren vergt veel kennis, tijdens de organisatie vindt bij de organisatie, deelnemers en vrijwilligers een leerproces plaats waarbij deze partijen kennis op bouwen. Voor de organisatie is dit vaak professionele kennis, wat kan er beter en het **veranderen van inzichten**. Hierbij krijgen bestuursleden een andere kijk op bepaalde ontwikkelingen. Vrijwilligers kunnen tijdens deze organisatie de eigen kennis verhogen, hun netwerk uitbreiden en capaciteiten verbeteren en uitbreiden, dit geldt ook voor de deelnemers. “De opgedane kennis en ervaring kan na het evenement bij andere evenementen en in een andere maatschappelijke settings (bedrijfsleven, sportvereniging) worden benut. In het streven naar positieve maatschappelijke effecten van sportevenementen is Nederland gebaat bij kennisuitwisseling tussen organisatoren van evenementen en partijen die daarbij betrokken zijn (o.a. beleidsmakers, sportbonden)” (Hover, Straatmeijer, & Breedveld, 2014, p. 88). De kennis die door de verenigingen is opgedaan voorafgaand aan het EK tijdens het activatieprogramma kan herhaald worden ingezet. Deze kennis had optimaler kunnen zijn wanneer er geen concurrentie werd ervaren door verenigingen. Concurrentie is er tussen verenigingen en andere sportverenigingen (Schoemaker, 2014). Tijdens het activatieprogramma zijn verschillende evenementen georganiseerd in samenwerking met verenigingen, deze evenementen zijn mede begeleid door vrijwilligers van voetbalverenigingen. Zo heeft Sporting’70 het concept vriendinnendag een eigen draai gegeven en organiseert de vereniging deze voor de meisjesleden (Sporting’70, 2018).

De projectleider meisjes- vrouwenvoetbal ondersteund tien verenigingen in het werven van meisjes- en vrouwenleden en in het opzetten van meisjes- vrouwenvoetbal. De projectleider dient hierin als **verenigingsadviseur**. Op deze manier is het de bedoeling dat de vereniging kennis opdoet om ook zonder de adviseur meisjes- en vrouwenleden te blijven werven. Uiteindelijk zal, als de kwaliteit van de ondersteuning goed is, de vereniging zelfstandig verder kunnen. Voorafgaand aan het EK is behoeftenonderzoek gedaan bij deze verenigingen, gevraagd is waarin zij graag ondersteuning zouden willen krijgen. Uit het behoefte onderzoek bij de tien aangesloten verenigingen kwam naar voren dat het grootse aantal verenigingen geïnteresseerd is in ondersteuning ten aanzien van ledenwerving er is ook vraag naar verbetering van de organisatie.

Tabel 7. Dimensie kennisontwikkeling

Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Kennisontwikkeling	Veranderen van inzicht	- Kennis verhogen - Netwerk uitbreiden - Concurrentie
	Verenigingsadvisering	- Kwaliteit - Zelfstandig

2.4 DEFINITIEF CONCEPTUEEL MODEL

Om de theorie die betrekking heeft op de afhankelijke- en onafhankelijke variabelen overzichtelijk weer te geven wordt een definitief conceptueel model gebruikt. Dit model laat zien op welke dimensies en indicatoren er tijdens dit onderzoek gericht wordt (Doorewaard & Verschuren, 2015). Aan de hand van het definitief conceptueel model wordt een topiclijst gemaakt, deze topiclijst wordt bij de interviews gebruikt om vragen te formuleren.

Tabel 8. Definitief conceptueel model

Variabelen	Dimensie	Aspecten	Indicatoren
Aanpak ledenwerving van verenigingen (AV)	Cultuur	Mannelijke voetbalorganisatie cultuur	• Machogedrag • Presteren • Ruimte
		Openheid	• Vernieuwend sportaanbod • Succes ledenwerving
	Aanbod	Versnipperd	• Uitstroom door vastlopen van ontwikkelingen van vereniging • Gebrek aan continuïteit
		Passende plek	• Aangepast aanbod • Begeleiding • Plezier/Sfeer • Intrinsieke motivatie
	Diversiteit	Onbekendheid met wensen en behoeften van (voetballende) vrouwen	• Ondersteuning • Gelijkgelinden
Impact EK vrouwenvoetbal in eigen land (OV)	Sportmarketing	Imago	• Bekendheid • Publiciteit • Imago vrouwenvoetbal
		Houding verenigingen	• Missie en visie vereniging
	Participatie	Rolmodeffect	• Enthousiasme • Motiveren
		Sportparticipatie	• Investeren in nieuwe sportlocaties
		Activatieprogramma	• Binden van potentiële leden • Inspelen op behoeftes
	Kennisontwikkeling	Veranderen van inzicht	• Kennis verhogen • Netwerk uitbreiden • Concurrentie
		Verenigingsadvisering	• Kwaliteit • Zelfstandige vereniging

2.5 HYPOTHESE

De verwachtingen worden geschreven aan de hand van de overeenkomsten en verschillen tussen voetbalverenigingen die wel hebben deelgenomen aan het activatieprogramma, en dus de impact van het EK hebben benut, en verenigingen die dit niet hebben gedaan. In hoofdstuk 5.4 wordt er kort teruggeblikt op deze verwachtingen.

Verschillen

De verwachting is dat de uitkomsten van de interviews veel verschillen tussen de verenigingen die wel hebben mee gedaan aan het activatieprogramma en verenigingen die niet hebben meegedaan. De

verenigingen die wel deel hebben uitgemaakt van het activatieprogramma zullen naar verwachting aangeven dat zij veel kennis hebben op gedaan, concepten hebben kunnen implementeren, en daardoor actief meer meisjes- en vrouwenleden hebben kunnen werven. Er wordt verwacht dat de hoge betrokkenheid van de verenigingen bij het EK leidt tot een succesvollere manier van het werven van meisjes- en vrouwenleden.

Er wordt verwacht dat bij de verenigingen die geen betrokkenheid hebben getoond tijdens het activatieprogramma deze succesvollere manier niet gehaald wordt en dat hier weinig verandering is in de aanpak van het werven van meisjes- en vrouwenleden.

Er wordt verwacht dat de verenigingen die wel hebben deelgenomen aan het activatieprogramma nog maar een lichte ondersteuning nodig hebben van Vereniging Sport Utrecht.

De verenigingen die niet de impact van het EK hebben ingezet om meer meisjes- en vrouwenleden te werven zullen vooral gerichte adviezen en meer ondersteuning nodig hebben om het zelfde aantal meisjes- en vrouwenleden te werven.

Overeenkomsten

De verwachting is dat alle verenigingen het zelfde doel willen behalen, namelijk: meer meisjes- en vrouwenleden. Verwacht wordt dat de verenigingen al enige moeite hebben ervaren in dit proces. Vereniging Sport Utrecht kan voor alle verenigingen een belangrijke rol spelen in het adviseren met betrekking tot het werven van meisjes- en vrouwenleden.

3 METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING

In dit hoofdstuk wordt de methode van het praktijkgerichte onderzoek beschreven. In dit praktijkgerichte onderzoek is gekozen voor een kwalitatief onderzoek, deze keus is gemaakt omdat er op deze manier diep kan worden ingegaan op de succesfactoren die er wel of niet zijn geweest bij verenigingen. In dit hoofdstuk wordt beschreven wie de respondenten zijn, welk meetinstrument is gebruikt, hoe en op welke manier de data is geanalyseerd en de manier waarom de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek is gewaarborgd.

3.1 ONDERZOEKSMETHODE

Zoals hierboven is benoemd is er gekozen voor kwalitatief onderzoek. Er is gekozen voor kwalitatief onderzoek omdat de focus van het onderzoek ligt op de mening van de respondenten. Omdat dit onderzoek gebaseerd is op een conceptueel model is er gekozen voor een deductieve manier van onderzoek doen. Deze manier van onderzoek doen wordt door Doorewaard, Kil & van de Ven (2015) omschreven als onderzoek waarbij data is verzameld door interviews met de respondenten en waarbij het onderzoek gebaseerd is op een conceptueel model. Uit het definitief conceptueel model zijn dimensies en indicatoren gekomen door het afbakenen van de al bekende theorie. Aan de hand van deze dimensies en indicatoren zijn topics ontstaan, aan de hand van deze topics is het interview opgebouwd. Het interview is een diepte interview waarbij de respondenten persoonlijk worden geïnterviewd, hierdoor is de informatie betrouwbaar.

3.2 ONDERZOEKSPOPULATIE

Het onderzoek zal uiteindelijk leiden tot aanbevelingen aan Vereniging Sport Utrecht. Om deze aanbevelingen zo specifiek mogelijk te doen is betrouwbare informatie nodig. Door de doelgroep af te bakenen en zowel verenigingen die wel hebben deelgenomen aan het activatie programma als verenigingen die niet hebben deel genomen te interviewen wordt betrouwbare informatie verkregen. Er is gekozen voor veldvoetbalverenigingen in gemeente Utrecht om de respondentengroep af te bakenen en het onderzoek overzichtelijk te houden.

Er is in eerste instantie gekozen om voorzitters van de vereniging en het bestuurslid meisjes-vrouwenvoetbal te interviewen. Deze interviews zullen apart worden afgenomen om sociaal wenselijke antwoorden van het bestuurslid meisjes- vrouwenvoetbal te voorkomen. Een voordeel van deze aanpak is dat verschillende meningen per vereniging naar voren komen en dus de informatie extra betrouwbaar is. Een nadeel is hierbij het werk wat het kost om deze resultaten te verwerken.

Na twee interviews is besloten om alleen het bestuurslid meisjes- vrouwenvoetbal te interviewen. Deze keus is gemaakt omdat veel voorzitters aangeven geen tijd te hebben om deel te nemen aan het onderzoek en beide bestuursleden meisjes- vrouwenvoetbal hebben aangegeven dat een voorzitter geen extra toevoeging kan hebben aan de antwoorden die zij al hebben gegeven. Vanuit Sporting'70 en DHSC kwam naar voren dat een voorzitter hier weinig mee bezig is en misschien nog wel minder informatie zou hebben.

Tabel 9. Overzicht geïnterviewde

Vereniging	Functie	Deelgenomen aan activatieprogramma ja/nee	Plaats	Datum	Lengte interview
Sporting'70	Meisjes-vrouwenvoetbal	Ja	Utrecht	12-04-2018	59.11 minuten
DHSC	Meisjes-vrouwenvoetbal	Nee	Utrecht	16-4-2018	37.54 minuten
Zwaluwen	Meisjes-vrouwenvoetbal	Ja	Utrecht	23-04	46.58 minuten
Kampong	Meisjes-vrouwenvoetbal	Ja	Utrecht	23-04	36.42 minuten
Elinkwijk	Oprichtster dames elftal en vrouwenvoetbal	Nee	Utrecht	23-04	55.32 minuten
Hercules	Meisjes-vrouwenvoetbal	Ja	Utrecht	01-05	40.46 minuten
Odysseus	Secretaris / ledenwerving en behoud	Nee	Utrecht	06-05	56.28 minuten
Vechtzoom	Trainer en oprichter meisjeselftal	Ja	Utrecht	07-05	56.40 minuten
De Meern	Meisjes-vrouwenvoetbal	Nee	Utrecht	16-05	53.55 minuten

3.3 MEETINSTRUMENT

Het meetinstrument wat in dit onderzoek wordt gebruikt is een vragenlijst, deze zal worden afgenomen tijdens interviews. Deze interviews zullen semigestructureerde interviews zijn, op deze manier kunnen er onverwachte gegevens aan bod komen (Gratton, Jones, & Robinson, 2009). Er wordt in de interviews gezocht naar succes- en faalfactoren met betrekking tot de ledenwerving van verenigingen aan de hand van de impact van het EK, succes- en faalfactoren zijn vrij subjectief en voor elke vereniging anders. Door semigestructureerde interviews uit te voeren is er voor de onderzoeker mogelijkheid om door te vragen waardoor er meer kennis naar boven komt en de resultaten persoonlijker zullen zijn.

Zoals in hoofdstuk twee duidelijk is geworden zijn er per dimensie een aantal belangrijke aspecten, uit deze aspecten zijn indicatoren naar voren gekomen. Aan de hand van deze indicatoren zijn interview vragen opgesteld. Daarnaast is er achteraf gekeken of de interviewvragen nog overeenkomen met de dimensies, variabelen en aspecten. In bijlage 1 wordt meetinstrument weergegeven.

3.4 ONDERZOEKSPROCEDURE

In de eerste negen weken van het onderzoeksproces worden verenigingen benaderd voor interviews, deze verenigingen worden benaderd via de mail. De afspraken voor interviews worden gemaakt in eind april en mei. Voor het vooronderzoek is informatie verkregen van de KNVB, deze informatie is via de mail verkregen. Ook is gesproken met de projectleider meisjes- en vrouwenvoetbal over de ontwikkelingen die te maken hebben met het activatieprogramma. Aan de hand van deze informatie en de interviews wordt de doelstelling afgebakend.

De interviews hebben plaats gevonden op de voetbalverenigingen of bij de geïnterviewde thuis en duren ongeveer 35 tot 60 minuten. De meeste interviews vinden plaats op trainingsavonden of aan het eind van de middag. De interviews worden afgenomen bij een bestuurslid, bij voorkeur iemand die veel kennis heeft over het meisjes- en vrouwenvoetbal binnen de vereniging. Veel verenigingen

hebben een afdeling in het bestuur voor meisjes- en vrouwenvoetbal, bij aanwezigheid van dit bestuur wordt iemand van deze afdeling bevroegd.

Het meetinstrument uit 3.3, welke te vinden is in bijlage 1, is aangehouden tijdens de interviews. Tijdens het interview is er op elk moment ruimte voor diepgang, deze diepgang wordt later toegevoegd aan het interview. De vragen zijn gestandaardiseerd waardoor een grote betrouwbaarheid wordt gecreëerd. Wanneer het onderzoek nogmaals door een derde zal worden uitgevoerd zullen dezelfde antwoorden worden gegeven. Omdat het meetinstrument is voorzien van doorvragen zullen deze het zelfde zijn bij een volgend onderzoek. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het onderzoek betrouwbaar is (van Zietsen & Willemse, 2004).

3.5 KWALITATIEVE DATAVERWERKING

Tijdens het afnemen van de interviews zal er apparatuur aanwezig zijn waarbij het interview kan worden opgenomen. Nadat de interviews zijn afgenomen worden deze samengevat en verwerkt in het Excel bestand. Om deze samenvatting gedetailleerd te doen zal de opname steeds gepauzeerd moeten worden om duidelijk te kunnen verwoorden wat is gezegd. Omdat de aspecten en indicatoren in de voorbereiding van het onderzoek al zijn behaald en niet voort hoeven komen uit de interviews, is het niet nodig om de interviews volledig uit te typen (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015). De antwoorden van de respondenten zijn enkel samengevat per indicator. De antwoorden van de respondenten waren makkelijk te verwerken doordat de interviews in dezelfde volgorde als het definitief conceptueel model zijn afgenomen. De volgende stappen zijn ondernomen om de data te verwerken:

1. *Excel bestand maken waarin per indicator en respondent informatie verwerkt kan worden*
Dit bestand bestaat uit zeven tabbladen. Eén tabblad waarin het definitief conceptueel model wordt weergegeven en vervolgens zes tabbladen voor de dimensies. Per dimensie zijn alle vragen toegewezen aan een indicator, per indicator kan informatie vervolgens worden verwerkt.
2. *Interviews samenvatten per indicator*
3. *Indicator samenvatting direct verwerken in Excel bestand per indicator*

3.6 DATA ANALYSE

De methode die is gebruikt zorgt voor overzichtelijke resultaten en vergroot de kans op overeenkomsten en verschillen. Deze overeenkomsten en verschillen worden gebruikt tijdens de aanbevelingen om aan vast te houden (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015).

De resultaten van de verenigingen die wel gebruik hebben gemaakt van het activatieprogramma worden vergeleken met de resultaten van verenigingen die niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma. De opgedane resultaten zijn verkregen aan de hand van interviews. Door deze resultaten naast elkaar te zetten zullen overeenkomsten en verschillen naar boven komen, eerst binnen de twee respondentgroepen en vervolgens tussen de verenigingen die wel en niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma. Aan de hand van deze resultaten worden de aanbevelingen geschreven. Een verschil is aanwezig wanneer de verenigingen die wel hebben deelgenomen aan het activatie programma een ander antwoord geven dan verenigingen die niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma. Wanneer de respondenten het zelfde antwoord geven is er sprake van een overeenkomst. Er wordt gezocht naar succes en faalfactoren van de verenigingen in het proces van ledenwerving.

Samengevat zullen de volgende stappen worden doorlopen:

1. Verwerken van het interview in Excel per indicator. In deze verwerking wordt een samenvatting van het antwoord van de respondent gegeven
2. Vanuit de indicatorsamenvatting wordt gekeken naar overeenkomsten en verschillen.
3. Overeenkomsten (geel) en verschillen (blauw) coderen
4. Succesfactoren (groen) en faalfactoren (rood) coderen
5. Resultaten verwerken

Het verwerken van de resultaten gebeurt in hoofdstuk vier. In dit hoofdstuk wordt gesproken over de volgende begrippen:

- De meerderheid van de verenigingen: zes tot acht respondenten
- De minderheid van de verenigingen: twee tot vier respondenten
- De helft van de verenigingen: vijf respondenten
- Bijna alle van de verenigingen: negen respondenten
- Alle van de verenigingen: tien respondenten
- Eén of een van de verenigingen: één vereniging

Verhelderende citaten worden in een ander bestand opgeslagen, deze citaten kunnen tijdens het uitwerken van resultaten van belang zijn. De citaten kunnen op dat moment dienen als een ondersteuning van een standpunt vanuit de respondenten.

3.7 BETROUWBAARHEID EN VALIDITEIT

Bij het doen van een kwalitatief onderzoek, wordt er niet gesproken over betrouwbaarheid maar over de navolgbaarheid van de analyse (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015). De navolgbaarheid van een onderzoek wordt gewaarborgd door een methode te beschrijven in het onderzoek. De interviewvragen zijn gebaseerd op het theoretisch kader, tijdens het interview is er speling per vraag, dit wordt een semigestructureerd interview genoemd (Gratton, Jones, & Robinson, 2009).

3.7.1 Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid van dit onderzoek is de mate waarin het onderzoek bij herhaling tot dezelfde resultaten zal leiden (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015). Vanuit de literatuur van Doorewaard, Kil & van de Ven (2015) blijkt dat er bij kwalitatief onderzoek ruimte is voor multi-interpreteerbaarheid van de gegevens. Dit houdt in dat er in de verschillende stadia van het kwalitatief onderzoek op verschillende wijze data kan worden verzameld, geanalyseerd of geïnterpreteerd. Door onderstaande technieken toe te passen op het onderzoek wordt de betrouwbaarheid zo hoog mogelijk gehouden.

Terugkoppeling van respondenten

Om te onderzoeken of de respondent de vraag goed interpreteert en de onderzoeker het antwoord goed interpreteert wordt gebruik gemaakt van de LSD techniek. Dit houdt in dat er naar het antwoord wordt geluisterd, vervolgens wordt het antwoord van de respondent samengevat door de onderzoeker en aan de hand daarvan wordt doorgevraagd. Na elk interview wordt er teruggeblikt op het gesprek en worden belangrijke punten herhaald en wordt de respondent gevraagd of dit correct is. De mogelijke toevoegingen of aanpassingen van de respondent zijn meteen verwerkt. De informatie die later is toegevoegd is nooit cruciale informatie geweest.

Expert-advies

Tijdens het onderzoek is een expert nauw betrokken geweest. De expert heeft begeleid bij het opstellen van het meetinstrument en het uitwerken van de resultaten. De expert is scriptiebegeleider en heeft de benodigde kennis over deductief kwalitatief onderzoek. Ook is er een expert aanwezig binnen het werkveld van het meisjes- en vrouwenvoetbal, zij biedt ondersteuning aan verenigingen en staat dicht bij het onderzoek. Het vier ogen principe is toegepast doordat er door een tweede persoon is gekeken naar het meetinstrument en de resultaten. Hierop is feedback gegeven en deze is verwerkt.

Terughoudend rapporteren

Omdat het onderzoek geen feitelijke cijfers zal gaan opleveren wordt er geen wetenschappelijke bewijsvoering geleverd, dit is vaak bij deductief kwalitatief onderzoek en maakt dat er terughoudend gerapporteerd moet worden. De conclusies en aanbevelingen zijn terughoudend omschreven omdat het niet gebaseerd kan worden op de feitelijke cijfers (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015).

Bij betrouwbaarheid wordt ook gesproken over de navolgbaarheid van het onderzoek. Dit onderzoek heeft een hoge navolgbaarheid, wanneer het nogmaals zal worden uitgevoerd kunnen exact dezelfde stappen worden gezet en vragen worden gesteld. Deze hoge navolgbaarheid geldt immers alleen

wanneer dezelfde doelgroep wordt bevraagd en dezelfde effecten worden onderzocht. De betrouwbaarheid wordt lager wanneer iemand anders binnen de vereniging wordt geïnterviewd omdat bijvoorbeeld iemand uit de harde kern een andere kijk heeft op meisjes- en vrouwenvoetbal.

3.7.2 Validiteit

Doorewaard, Kil & van de Ven (2015) omschrijven validiteit op de volgende manier; "*Onder validiteit verstaan we de mate waarin de gevolgde werkwijze en de technieken van de gegevensverzameling en de gegevensanalyse ons in staat stellen om terecht uitspraken te doen gegeven de reikwijdte van het onderzoek*" (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015, pp. 142-143). Bij een kwalitatief onderzoek wordt er een onderscheid gemaakt tussen interne en externe validiteit (Doorewaard, Kil, & van de Ven, 2015). Interne validiteit gaat over de vraag: zijn de resultaten, conclusies en aanbevelingen geldig voor de onderzochte situatie? Bij externe validiteit gaat het om de inschatting van de resultaten. De vraag hierbij is; zijn deze resultaten ook geldig voor andere situaties? Hierbij gaat het over situaties die in dit onderzoek niet zijn onderzocht.

Interne validiteit

In dit onderzoek is er sprake van interne validiteit doordat er aandacht is gegeven aan de volgende twee punten:

1. *Het meetinstrument is gebaseerd op analyse van theorie*
Het definitief conceptueel model is gebaseerd op verschillende bronnen namelijk: het Mulier Instituut, de KNVB en Google Scholar. Het meetinstrument is gebaseerd op het definitief conceptueel model. Alle bronnen hebben bijgedragen aan de kwaliteit van het onderzoek en van het meetinstrument. Doordat een derde heeft meegekeken naar de dimensies, aspecten en indicatoren zijn deze juist bepaald.
2. *Selectie van juiste respondenten*
Er is aandacht besteed aan de selectie van de juiste respondenten, hierbij is gekeken naar verenigingen die de meest omvangrijke informatie kunnen geven. Van belang hierbij is dat er verenigingen zijn gekozen die wel hebben deelgenomen aan het activatieprogramma en verenigingen die niet deelhebben genomen aan het activatie programma. De verenigingen zijn gekozen omdat zij hebben deelgenomen aan het behoeftenonderzoek.

Externe validiteit

Het onderzoek is gericht op de aanpak van ledenwerving van verenigingen in de regio Utrecht aan de hand van de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land. Er is gekozen om de mening van verenigingen te weten te komen. Hierbij gaat het over onderliggende factoren die de VSU en de verenigingen willen achterhalen. De externe validiteit is hierdoor laag. Dit onderzoek is niet te generaliseren voor andere verenigingen.

4 RESULTATEN VAN HET ONDERZOEK

In dit hoofdstuk wordt er aan de hand van de resultaten van de diepte-interviews antwoord gegeven op de empirische deelvraag:

Wat is de mening van voetbalverenigingen in Utrecht over de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land met betrekking tot het werven van vrouwelijke leden?

Vereniging A tot en met F hebben wel deelgenomen aan het activatieprogramma en dus verenigingsondersteuning gekregen. Vereniging G tot en met J hebben geen verenigingsondersteuning gehad en hebben dus ook niet deelgenomen aan het activatieprogramma.

Dit hoofdstuk is verdeeld in een paragraaf over de aanpak ledenwerving van verenigingen en een paragraaf over de impact van EK vrouwenvoetbal in eigen land. Binnen deze variabele zijn er per dimensie subparagrafen gemaakt. Alle gegeven antwoorden van de respondenten zijn samengevat.

Tabel 10. Feitelijke informatie respondenten

Vereniging	Functie	M/ V	Totaal aantal teams	Aantal meisjes teams	Aantal meisjes leden	Hoelang al vrouwenvoetbal?
Wel deelname activatieprogramma						
Vereniging A	Meisjes/vrouw en coördinator	V	69	16	274	>10 jr
Vereniging B	Meisjes/vrouw en coördinator	M	72	18	231	>10 jr
Vereniging C	Meisjes/vrouw en coördinator	M	80	18	192	>10 jr
Vereniging D	Meisjes/vrouw en coördinator	V	89	13	225	>10 jr
Vereniging E	Trainer meisjes / bestuurslid	M	Onbek end	1	13	1 jr
Vereniging F	Meisjes/vrouw en coördinator	V	110	10	157	>10 jr
Geen deelname activatieprogramma						
Vereniging G	Trainer dames / bestuurslid	M	32	3	76	5 jr.
Vereniging H	Speelster / oprichtster damesvoetbal	V	40	1	32	1 jr
Vereniging I	Secretaris	V	18	8	157	>10 jr
Vereniging J	Meisjes/vrouw en coördinator	M	112	21	258	>10 jr

In paragraaf 4.1 en 4.2 worden de resultaten beschreven aan de hand van de dimensies en aspecten.

4.1 AANPAK LEDENWERVING VAN VERENIGINGEN

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven aan de hand van de dimensies en aspecten.

4.1.1 Cultuur

Als een vereniging vrouwenvoetbal op de kaart gaat zetten is de verenigingscultuur een belangrijk begrip. Een cultuur moet open zijn en bereid om te investeren in het vrouwenvoetbal. Uit de theorie is naar voren gekomen dat veel verenigingen van oudsher nog berusten op een mannelijke voetbalorganisatiecultuur. Onder deze cultuur wordt verstaan de harde kant van voetbal met strikte regels en veel prestatiegerichtheid. Door de ontwikkelingen rondom het vrouwenvoetbal worden

verenigingen, ook verenigingen met een mannelijke cultuur, steeds opener tegenover het vrouwenvoetbal. Aan de respondenten is gevraagd of er sprake is van deze cultuur en in hoeverre de vereniging een open vereniging is voor meisjes- en vrouwenvoetbal.

4.1.1.1 Mannelijke voetbalorganisatie cultuur

Alle respondenten geven aan dat zij onder een mannelijke voetbalorganisatiecultuur de hardheid, mannelijkheid en een directe aanpak verstaan. De helft van de verenigingen geeft aan dat deze cultuur bij hun nog de overhand heeft. Vereniging I zegt hier het volgende over:

“Bij onze vereniging zit de mannelijke cultuur nog wel in de kern. Veel (oude) leden komen nog steeds kijken voor potje goed voetbal, waarbij prestatie voorop staat. Naar ons als vrouwen werd dan ook in het begin niet gekeken, we voelden hierin wel tegenkracht van de harde kern. Het bestuur vond het opzetten van vrouwenvoetbal daarentegen prima zolang ze niet te veel hoefde te doen.” – Vereniging I

De andere verenigingen geven aan deze machocultuur niet meer te ervaren is doordat zij het jongens- en meisjesvoetbal gelijk hebben getrokken.

De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat zij binnen selectieteams prestatiegericht voetbal spelen. In tegenstelling tot andere verenigingen staat bij een aantal van deze verenigingen bij de vrouweselectieteams niet overal prestatiedruk op, dit wordt onderbouwd aan de hand van onderstaand citaat:

“Prestatiegerichtheid is er binnen de selectieteams vooral bij de heren, voor vrouwen willen we de vereniging worden voor iedereen. We willen in de selectieteams niveau aanbieden en bij de andere teams er voor zorgen dat iedereen op zijn of haar eigen niveau kan voetballen.” – Vereniging B

De overige verenigingen geven aan dat juist plezier en leren voorop staat en dat iedereen op zijn of haar eigen niveau moet kunnen voetballen. De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat er geen geld wordt vrijgemaakt voor de vrouwenteams en dat er daarom niet eens prestatiegericht gedacht kan worden.

De respondenten is gevraagd welke aanpassingen nodig waren om mee te komen in de ontwikkelingen van het vrouwenvoetbal. Een viertal verenigingen heeft gezorgd voor eigen kleedkamers, coördinatoren en vaste trainingsdagen en tijden. Vereniging D zegt hier het volgende over:

“We hebben nog steeds een groot probleem met de veldcapaciteit bij onze club, om dit enigszins op te lossen hebben we vaste trainingsdagen voor alleen meisjes.” – Vereniging D

Samenvatting

Er is naar voren gekomen dat de helft van de verenigingen een machocultuur ervaart binnen de club, de verenigingen zijn van mening dat dit voort komt uit de harde kern van de club. Door de machocultuur is er bij veel verenigingen een prestatiegerichte sfeer, dit maakt dat verenigingen niet uitnodigend zijn voor meisjes en vrouwen. Bij de verenigingen die het jongens- en meisjesvoetbal gelijk hebben getrokken is de machocultuur volgens de vereniging niet aanwezig.

4.1.1.2 Openheid

De meerderheid van de verenigingen geven aan dat zij een open vereniging zijn voor meisjes en vrouwen omdat ze voor ieder meisje de juiste plek willen creëren binnen de club. Deze verenigingen proberen rekening te houden met wensen en behoeftes van meisjes en vrouwen. De andere verenigingen geven aan dat de vereniging helemaal niet bezig is met het creëren van de juiste plek, meisjes zijn welkom maar er worden daarvoor geen aanpassingen gedaan blijkt uit het volgende citaat:

“We staan hartstikke open voor meisjes en vrouwen en willen ze ook graag, we steken hier alleen geen energie in. Er zijn gewoon mensen nodig die hier aandacht aan besteden en energie in steken, dit is bij onze vereniging niet zo.” – vereniging H

In de theorie is beschreven dat vernieuwingen in het aanbod bij verenigingen kunnen leiden tot het behalen van successen in de ledenwerving. De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat zij meer leden hebben geworven sinds het opzetten van de meisjes- en vrouwenteams. Opvallend is een tweetal verenigingen wat successen heeft behaald in ledenwerving zonder enige vernieuwingen in het sportaanbod toe te passen. Deze verenigingen zeggen het volgende:

“Er had hier veel meer energie in gestoken kunnen worden. Na het EK is er een bepaalde stroom geweest van aanmeldingen bij ons zonder dat wij iets anders hebben gedaan, we hebben wel veranderd dat er geen wachtlijst is en dat iedereen moet gaan kunnen voetballen” – vereniging C

Samenvatting

Bijna alle verenigingen geven aan een open vereniging te zijn voor meisjes- en vrouwen. Uit de interviews komt naar voren dat verenigingen inspelen op de wensen en behoeftes van de meisjes- en vrouwen en bezig zijn om een passende plek te creëren. Dit zorgt voor een open gevoel richting potentiële meisjes- en vrouwenleden. Hierdoor zijn successen in ledenwerving ervaren. Verenigingen die geen energie in dit proces hebben gestoken hebben ook amper nieuwe leden kunnen werven.

4.1.2 Aanbod

Het aanbod voor meisjes- en vrouwenvoetbal in Utrecht is groot, er zijn veel verenigingen met een (beginnende) meisjes- en vrouwenafdeling. Uit de literatuur komt naar voren dat doordat het aanbod in de regio versnipperd is, er veel uitstroom is van meisjes. Deze uitstroom wordt gelinkt aan het niet vinden van een passende plek door meisjes bij een voetbalvereniging.

4.1.2.1 Versnipperd

Aan de respondenten is gevraagd of de vereniging een stabiele vereniging is voor meisjes en vrouwen, en waarom dit wel of niet zou zijn. De meerderheid van de respondenten omschrijft de vereniging als een stabiele vereniging voor meisjes en vrouwen. Hoe meer meisjes- en vrouwenleden hoe meer er op niveau ingedeeld kan worden, zo wordt een passende stabiele sportomgeving gecreëerd. De andere verenigingen vinden dat de vereniging nog niet stabiel genoeg is voor meisjes en vrouwen, deze verenigingen geven aan dat het kader nog niet goed ontwikkeld is en dat er daardoor niet een passend aanbod kan worden gecreëerd. Deze verenigingen richten hun aandacht op het ontwikkelen van een gekwalificeerd kader rondom het meisjes- en vrouwenvoetbal zodat het bestuur en de trainers een stabiele omgeving creëren.

De respondenten is gevraagd wat er nog moet gebeuren om een stabiele vereniging te worden voor meisjes en vrouwen. De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat er gewerkt moet worden aan het kader, de verenigingen willen gekwalificeerde trainers en een gestructureerd bestuur. Er is geen gerichte inzet voor vrouwenvoetbal binnen de verenigingen. Dit houdt in geen beleid gericht op het vrouwenvoetbal, geen gerichte aanpak om vrijwilligers te vinden en op te leiden en niet alle middelen beschikbaar stellen voor het vrouwenvoetbal. Vereniging B zegt hier het volgende over:

“De ledenwerving is vanuit het bestuur niet het grootste punt van aanpak. Omdat er veel zaken rond de vereniging zijn zwakken andere dingen soms af. De ledenwerving gaat ook een klein beetje vanzelf, in ieder geval bij de jongens.” – vereniging B

De helft van de verenigingen geeft aan dat het leveren van maatwerk en inspelen op wensen en behoeftes belangrijk is om uitstroom te voorkomen en mee te komen met de ontwikkelingen van het vrouwenvoetbal. Vereniging A zegt hier het volgende over:

“We hebben hierin vooral maatwerk geleverd en ingespeeld op behoeftes en daardoor een stabiele omgeving aanbieden voor meisjes.” – vereniging A

De andere verenigingen vinden dat er eerst meer aandacht op het werven van nieuwe meisjes- en vrouwenleden moet zijn. Wanneer er meer leden zijn kan er meer niveau worden aangeboden.

Samenvatting

Meer dan de helft van de verenigingen geeft aan dat de vereniging een stabiele omgeving aanbiedt voor meisjes en vrouwen. De verenigingen geven aan dat dit nog stabiel kan worden wanneer er

meer meisjes- en vrouwenleden bij komen. Dit doen verenigingen door maatwerk te leveren en in te spelen op wensen en behoeften van meisjes en vrouwen. Verenigingen zijn er van overtuigd dat er met meer leden een beter niveau kan worden aangeboden, een beter niveau zou zorgen voor een stabielere omgeving omdat iedereen op zijn eigen niveau kan spelen. Een nadeel is dat er bij verschillende verenigingen nog een onder gekwalificeerd kader is en dat er daardoor weinig kennis en aandacht is voor ledenwerving.

4.1.2.2 Passende plek

Uit de literatuur is gebleken dat meisjes en vrouwen het moeilijk vinden om hun plekje te vinden bij verenigingen. De KNVB toont aan uit onderzoek dat meisjes en vrouwen zich niet welkom voelen op verenigingen en niet worden behandeld als serieuze sporter. Verenigingen proberen hier nu op in te spelen door het opstellen van een nieuw aanbod.

Alle verenigingen geven aan dat zij teams hebben opgezet voor de meisjes en vrouwen die zich hebben aangemeld als lid. Vereniging D zegt hier het volgende over:

“We hebben ingespeeld op de ontwikkelingen die er waren. Er bleken meer meisjes te willen gaan voetballen, we hebben hierin ruimte geboden voor deze meisjes en zijn ons nu nog steeds aan het door ontwikkelen in het aanbieden van een stabiel kader voor meisjes.”

Bij meer dan de helft van de verenigingen was dit vanuit het bestuur ook meteen akkoord en was er voldoende ruimte en kader beschikbaar. Bij de andere verenigingen was er bij het bestuur twijfel over het opzetten van meisjes- en vrouwenteams en werd er maar door één iemand moeite en energie in gestoken.

De respondenten is gevraagd wat voor rol zij spelen in het ontwikkelingsproces van de meisjes. De helft van de verenigingen geeft aan een stimulerende rol te spelen in het ontwikkelingsproces van meisjes en vrouwen. Dit doen de verenigingen door aan te bieden aan meisjes met talent om bij de jongens te gaan voetballen. De helft van de verenigingen geeft aan dat dit een beslissing is die het meisje met de ouders zelf moet maken. De minderheid van de verenigingen geeft aan een terughoudende rol te hebben, deze vereniging geeft aan zich liever buiten het proces van de meisjes te houden.

Samenvatting

In deze subparagraaf wordt het verschil in machocultuur duidelijk, bij een aantal verenigingen zorgt deze cultuur ervoor dat er geen aandacht wordt gegeven aan het creëren van een passende plek voor meisjes en vrouwen. De verenigingen waar dat wel gebeurt hebben een groter draagvlak dan de andere verenigingen omdat er meer mensen zijn die zich willen inzetten voor het meisjes en vrouwenvoetbal, dit komt doordat de machocultuur daar niet overheersend is.

4.1.3 Diversiteit

Voetbalverenigingen bestaan van oudsher uit voornamelijk mannen, de trend vrouwenvoetbal is daar langzaam verandering in aan het brengen. Uit de theorie blijkt dat verenigingen steeds meer open staan voor vrouwen en dat diversiteit dus groeit. Acht van de tien verenigingen geven aan dat er steeds meer diversiteit ontstaat bij hun vereniging. Twee van de tien verenigingen geeft aan nog een homogene vereniging te zijn.

4.1.3.1 Onbekendheid met wensen en behoeften van voetballende vrouwen

De theorie spreekt over onvoldoende kennis binnen verenigingen omtrent vrouwenvoetbal. Door de gebrekkige kennis over de wensen en behoeften van meisjes en vrouwen lukt het verenigingen nog niet om alloctonen, autoctonen, jongens en meisjes te werven.

Uit het vooronderzoek is gebleken dat verenigingen ondersteuning wilden op het gebied van diversiteit. Doordat verenigingen een machocultuur ervaren wordt er vanuit het bestuur geen energie gestoken in het opdoen van kennis over het vrouwenvoetbal. Om deze reden hebben verenigingen

geen kennis van de wensen en behoeften van meisjes en vrouwen. De helft van de verenigingen heeft deze kennis wel opgedaan en speelt hier ook op in.

De meerderheid van de verenigingen heeft aandacht besteed aan het meisjes- en vrouwenvoetbal in het beleidsplan en heeft daarnaast ook focus op de ledenwerving. Vereniging F zegt hier het volgende over:

“Ja we focussen ons erg op meisjes, het grootste knelpunt daarin is de ruimte die we te kort komen om iedereen een plekje te kunnen geven in een team. We hebben de doelstelling om 1/3 vrouwelijke leden te hebben, om dit te behalen moet het aantal jongens teams iets krimpen.” – vereniging F

De andere verenigingen hebben geen aandacht besteed aan het meisjes- en vrouwenvoetbal, deze verenigingen hebben aangegeven nog een machocultuur te ervaren binnen de vereniging. Deze verenigingen richten wel hun aandacht op de ledenwerving maar hebben geen focus op het meisjes- en vrouwenvoetbal.

Samenvatting

Er is een verschil te zien tussen de verenigingen die wel machocultuur ervaren en tussen de verenigingen die dit niet ervaren. Bij de verenigingen waar dit wel zo is komt naar voren dat er geen aandacht wordt besteed aan meisjes- en vrouwenvoetbal in het beleidsplan. Bij de verenigingen die geen machocultuur ervaren wordt er hier wel aandacht aan besteed. Faalfactor die daarbij komt kijken is het bereiken van de doelgroep, dit blijkt in alle situaties moeilijk te zijn.

4.2 IMPACT VAN EK VROUWENVOETBAL IN EIGEN LAND

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven aan de hand van de dimensies en aspecten.

4.2.1 Sportmarketing

Het EK vrouwenvoetbal in Nederland wordt gezien als een vorm van sportmarketing. Tijdens het evenement van de snelst groeiende meisjes sport komen veel mensen bij elkaar en moeten organisaties kennis aan elkaar overdragen. Het evenement heeft veel impact gehad en heeft daarbij invloed gehad op het imago.

4.2.1.1 Imago

Aan de respondenten is gevraagd hoe de vereniging aan kijkt tegen het imago van vrouwenvoetbal. Ook is gevraagd naar de acties die verenigingen hebben ondernomen om op de bekendheid van het vrouwenvoetbal in te spelen. De meerderheid van de respondenten geeft aan erg positief te zijn over het imago van vrouwenvoetbal, het wordt geaccepteerd en verenigingen zien kansen. Eén vereniging geeft aan nog vooroordelen te hebben over het vrouwenvoetbal, het bestuur houdt het oude imago vast van vroeger en gaat niet mee met de ontwikkelingen. Bij de overige vereniging heerst het gevoel dat vrouwenvoetbal alleen belangrijk is als er hoog gevoetbald wordt en dat de rest er niet toe doet.

De meerderheid van de verenigingen die positief zijn over het imago van vrouwenvoetbal geven aan dat zij activiteiten hebben georganiseerd voor zowel leden als niet leden om in te spelen op de bekendheid van vrouwenvoetbal. Deze activiteiten waren gericht op ledenwerving en het binden van meisjes en vrouwen aan de vereniging. De overige verenigingen zijn hier niet mee bezig geweest, dit kan worden gekoppeld aan de machocultuur omdat deze verenigingen hier geen prioriteit in zien. Dit wordt onderbouwd door vereniging G:

“Ik zou graag meer meisjes elftallen zien maar het bestuur houdt zich daar nog niet zo mee bezig. Om deze reden zijn er ook geen plannen opgesteld vanuit het beleid.” – vereniging G

4.2.1.2 Houding verenigingen

De houding van voetbalverenigingen is aan het veranderen, dit is te zien aan de mate van openheid voor meisjes en vrouwen van nu vergeleken met vijf jaar geleden.

In de literatuur komt naar voren dat veel verenigingen de laatste jaren hun missie en visie hebben aangepast op het vrouwenvoetbal.

De meerderheid van de verenigingen heeft een missie en visie opgesteld voor het meisjes- en vrouwenvoetbal. Vereniging B zegt het volgende:

“Vijf jaar geleden was het meidenvoetbal nog geen speerpunt bij ons. Dit is pas vanaf twee jaar zo, toen is deze missie en visie bijgesteld omdat we ons willen onderscheiden.” – vereniging B

Deze is opgesteld om te de basis van structuur te leggen bij de vereniging, vanuit die structuur kan verder worden doorgebouwd op het meisjes- en vrouwenvoetbal. Een vereniging geeft aan de jongens- en meisjesafdeling gelijk te hebben getrokken, hierdoor ontstaat een missie en visie voor beide groepen. Ook binnen het bestuur is de aandacht gelijk verdeeld tussen jongens en meisjes, hierin is veel aandacht in het opzetten van een gestructureerd kader. De verenigingen die geen missie en visie ten aanzien van het meisjes- en vrouwenvoetbal hebben aangegeven een machocultuur te ervaren binnen de vereniging.

De helft van de verenigingen die een nieuwe missie en visie hebben opgesteld geeft aan gefocust te zijn op het aanbieden van het juiste niveau voor iedereen. Verenigingen ervaren dat dit nodig is om betrokkenheid te creëren. Om het juiste niveau aan te bieden zijn de verenigingen bezig met het ontwikkelen van het kader, er blijkt nog niet voldoende kennis te zijn over meisjes- en vrouwenvoetbal. Dit helft van alle respondenten geeft dit aan. De acties naar aanleiding van de bijgestelde missie en visie van andere verenigingen zijn in tegenstelling tot het kwalificeren van het kader vooral gericht op het werven van meisjes- en vrouwenleden.

Samenvatting

Het opstellen van een aangepaste missie en visie wordt door de helft van de verenigingen als belangrijk ervaren. Deze verenigingen willen structuur creëren binnen de vereniging en aan de hand van deze structuur uiteindelijk betrokkenheid te krijgen bij leden. De verenigingen die een machocultuur ervaren geven aan niet bezig te zijn met het opstellen van een nieuwe missie en visie. De helft van de respondenten acht het belangrijk dat het juiste niveau wordt aangeboden voor meisjes en vrouwen en stelt hiervoor acties op.

4.2.2 Participatie

Er is in dit onderzoek gekeken naar de manier waarop enthousiasme wordt gecreëerd, welke investeringen er gedaan worden voor sportparticipatie en welke acties zijn ondernomen om leden te binden aan verenigingen.

4.2.2.1 Rolmodeleffect

Meer dan de helft van de verenigingen heeft open trainingen of vriendinnendagen georganiseerd voor zowel leden als niet-leden, hierbij kwam naar voren dat verenigingen het belangrijk vinden om betrokkenheid te creëren. Dit blijkt uit het volgende citaat:

“Dit doen we door maatwerk te leveren, we spelen in op behoeftes en wensen van de leden. We organiseren regelmatig leuke dingen voor de teams, bijvoorbeeld vriendinnendagen of techniektrainingen.” – vereniging A

De andere verenigingen zijn niet bezig geweest met potentiële leden binden aan de club door enthousiasme te creëren, deze verenigingen geven nauwelijks aandacht aan het vrouwenvoetbal en hebben aangegeven een machocultuur te ervaren.

Samenvatting

Betrokkenheid creëren wordt als belangrijk ervaren door de meerderheid van de verenigingen. De verenigingen doen dat door enthousiasme, in de vorm van vriendinnendagen en open trainingen te creëren bij (potentiële)leden. Het verschil tussen verenigingen die dit wel doen en verenigingen die dit niet doen is duidelijk zichtbaar, de verenigingen die wel bezig zijn met betrokkenheid creëren

4.2.2.2 Sportparticipatie

De verenigingen is gevraagd welke investeringen er zijn gedaan om mee te komen met de ontwikkelingen in het vrouwenvoetbal en of het bestuur hier volledig achter stond. De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat het bestuur open stond om te investeren in het vrouwenvoetbal. De meerderheid van de verenigingen ervaart een matig gekwalificeerd kader en vindt dat dit invloed heeft op de meisjes- en vrouwenafdeling binnen de vereniging. De verenigingen willen het kader kwalificeren door hierin te investeren. Vereniging G zegt hier het volgende over:

“Ik zou graag zien dat er geïnvesteerd wordt in het de kennis van het bestuur.” - vereniging G

Een vereniging denkt hier anders over en is bezig met het gelijk trekken van de jongens- en meisjesafdeling zodat de trainersvergoedingen gelijk worden getrokken, op deze manier trekt de vereniging gekwalificeerde trainers aan.

Uit de interviews blijkt dat de meerderheid van de verenigingen veel waarde hecht aan een gekwalificeerd kader. Verenigingen willen, zoals vereniging H zegt, niveau aan kunnen bieden aan meisjes en vrouwen en hebben daarom een gekwalificeerd kader nodig. Dit wordt onderbouwd aan de hand van volgend citaat:

“Dat de kwaliteit van de trainer omhoog gaat zodat het niveau ook omhoog gaat, we streven naar gekwalificeerde trainers.” – vereniging H

In tegenstelling tot deze verenigingen is er een minderheid die zou investeren in ruimte, deze verenigingen geven aan meer ruimte nodig te hebben om vervolgens ook zich bezig te houden met het kwalificeren van trainers en bestuur.

Samenvatting

Ondanks de machocultuur bij verenigingen is toch meer dan de helft bereid om te investeren in het meisjes- en vrouwenvoetbal, uit interviews blijkt dat deze investering is voort gekomen doordat iemand zich hard maakt voor het vrouwenvoetbal bij de verenigingen die nog een machocultuur ervaren. Bijna alle verenigingen willen investeren in het kader om zo uiteindelijk een beter niveau aan te bieden.

4.2.2.3 Activatieprogramma

Het activatieprogramma bestond uit verschillende side-events in regio Utrecht, verenigingen konden hieraan deelnemen door activiteiten te organiseren op de club. Het activatieprogramma moest zorgen voor enthousiasme bij de Utrechtse bevolking en meisjes activeren om te gaan voetballen.

Meer dan de helft van de verenigingen heeft deelgenomen aan het activatieprogramma. Deze verenigingen hebben de activiteiten die zijn georganiseerd ingezet om (potentiele)leden te binden aan de club en het meisjes- en vrouwenvoetbal op de kaart te zetten. Er is door de meerderheid van de verenigingen ervaren dat het moeilijk is om de doelgroep meisjes en vrouwen te bereiken. Doordat de doelgroep moeilijk te bereiken is was het moeilijk om animo te creëren voor de activiteiten die georganiseerd werden. De minderheid van de verenigingen geeft aan dat er mond tot mond reclame is ingezet om de doelgroep te bereiken. Vereniging B geeft het volgende aan:

“We hebben een vriendinnendag georganiseerd in samenwerking met de VSU. We hebben hierin gebruik gemaakt van onze website en mond tot mond reclame, we merkten dat we veel meer bereik hebben via de leden zelf dan via onze website.” – vereniging B

De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat er te weinig aandacht en energie in het proces meisjes- en vrouwenvoetbal is gestoken. Vereniging F zegt het volgende hierover:

“Nee, er is niet een directe stijging van leden geweest. We hadden dit veel strakker aan moeten pakken, het activatieprogramma had een goede basis gelegd maar wij hebben daar zelf niet hard genoeg aan gewerkt om meer leden te werven.” – vereniging F

Om deze reden is er ook te weinig aandacht geweest naar de wensen en behoeftes van meisjes en vrouwen. De machocultuur heeft bij veel verenigingen nog de overhand en er is maar een iemand die energie in het proces meisjes- en vrouwenvoetbal steekt. Toch is er bij meer dan de helft van de

verenigingen een vriendinnendag of open training georganiseerd, de persoon die zich hard maakt voor meisjes- en vrouwenvoetbal heeft in samenwerking met de VSU dit kunnen organiseren.

Samenvatting

De verenigingen zijn het er over eens dat er te weinig aandacht wordt gestoken in het meisjes- en vrouwenvoetbal. De oorzaak is bij een paar verenigingen het gebrek aan gekwalificeerd kader, verenigingen weten niet hoe zij moeten inspelen op wensen en behoeftes. Bij andere verenigingen is er maar één iemand die zich hard maakt voor het meisjes en vrouwenvoetbal, hierdoor wordt er niet genoeg aandacht in het meisjes- en vrouwenvoetbal gestoken. Ondanks dit is het bij de meerderheid van de verenigingen wel gelukt vriendinnendagen te organiseren, deze zijn georganiseerd om betrokkenheid te creëren bij de meisjes en vrouwen.

4.2.3 Kennisontwikkeling

Vanuit de VSU en de KNVB zijn er cursussen en informatieavonden georganiseerd om de voetbalverenigingen in Utrecht van verschillende kennis en inzichten te voorzien.

4.2.3.1 Veranderen van inzicht

Door de vele ontwikkelingen die er zijn rondom het meisjes- vrouwenvoetbal is het voor verenigingen zaak dat, als zij met de ontwikkelingen mee willen komen, zij de inzichten vanuit het bestuur mogelijk moeten veranderen.

Aan de respondenten is gevraagd welke leerpunten zij hebben mee genomen uit het activatieprogramma of het opzetten van het vrouwenvoetbal. De helft van de respondenten geeft aan dat het werven van meisjes niet vanzelf gaat, deze verenigingen geven aan dat er veel energie en aandacht aan dit proces moet worden besteed. Een tweetal verenigingen geeft aan geen leerpunten te hebben, deze verenigingen vinden hun opzet een goede opzet. Vereniging H zegt hier het volgende over:

“Ledenwerven via facebook is echt een aanrader en al helemaal als je het personaliseert. Verder hebben we de verantwoordelijkheid van toekomstige speelsters zo laag mogelijk leggen zodat je betrokkenheid creëert.” – vereniging H

In tegenstelling tot andere verenigingen hebben zij erg veel aandacht gegeven aan het werven van leden onder andere via social media. Deze verenigingen zitten in de opstartfase van het vrouwenvoetbal en geven aan dat het nu dus erg goed gaat. Het enige wat hier naar voren komt is de onderlinge concurrentie, dit vinden de verenigingen jammer. Een vereniging praat over leerpunten in de communicatie, deze vereniging wil beter kunnen communiceren met de doelgroep binnen de vereniging.

De meerderheid van de verenigingen heeft nog geen acties ondernomen aan de hand van deze leerpunten, deze verenigingen geven aan dit te willen gaan doen aan het einde van het seizoen. De actie die het meest naar voren komt is het flyeren bij scholen om meer meisjesleden te werven. De andere verenigingen hebben al concrete acties ondernomen ter verbetering aan de hand van de leerpunten. Eén vereniging geeft aan veel meer bezig te zijn met persoonlijk contact richting potentiële leden, ook geven zij aan zich nu meer te richten op maatwerk voor meisjes en vrouwen binnen de vereniging. De andere vereniging heeft uit een themabijeenkomst een enquête mee gekregen als tip, deze behoefte enquête hebben zij onder de meisjesleden meteen uitgevoerd.

De respondenten is gevraagd wat zij in het vervolg anders zouden doen om de kennis en het netwerk wel optimaal te verbreden. Bijna alle verenigingen geven aan dat zij actiever en bewuster deel hadden willen nemen aan het activatieprogramma om hun eigen kennis, inzichten en netwerk te kunnen verbreden. Dit wordt onderbouwd aan de hand van het volgende citaat:

“Uiteindelijk was het voor ons misschien effectiever geweest als we actiever hadden deelgenomen aan het activatieprogramma, zo hadden we ook in contact kunnen komen met andere verenigingen en meer informatie kunnen krijgen over ledenwerving.” – vereniging D

De andere vereniging geeft aan dat zij in het vervolg een betere communicatie willen zien tussen het bestuur.

De meerderheid van de verenigingen geeft aan dat zij als vereniging veel kennis hebben opgedaan en vooral hun netwerk hebben kunnen uitbreiden door de georganiseerde themabijeenkomsten. Bijna alle verenigingen zijn erg positief over de Train de Trainer sessie, deze sessie heeft bijgedragen aan het kwalificeren van het kader. De overige verenigingen geven aan onderlinge concurrentie te hebben ervaren tijdens deze bijeenkomsten en zeggen hier het volgende over:

“Ik heb zeker ook veel gehad aan de bijeenkomsten met de verschillende verenigingen, hierin konden we veel kennis uitwisselen en hoorde we ook hoe andere verenigingen het aanpakte. Het was wel heel moeilijk dat andere clubs veel in eigen belang werkte, zo werden de echte succespunten niet echt blootgelegd.” – vereniging H

De verenigingen die deze concurrentie hebben ervaren waren de verenigingen die nog in de opstartfase zitten van het meisjes- en vrouwenvoetbal, ook ervaren deze verenigingen een machocultuur. De verenigingen bij wie het meisjes- en vrouwenvoetbal goed loopt ervaren deze concurrentie niet. Wel komt naar voren dat de verenigingen allemaal de beste willen zijn in het aanbod voor meisjes en vrouwen.

Samenvatting

Wat naar voren is gekomen is dat verenigingen beseffen dat het werven van leden niet vanzelf gaat. Verenigingen dachten dat dit door deel te nemen aan het activatieprogramma vanzelf ging, dit bleek niet zo te zijn en daardoor hebben veel verenigingen geen of te weinig aandacht gestoken in het meisjes- en vrouwenvoetbal. Toch zijn er wel veel verenigingen naar de themabijeenkomsten gegaan die vanuit de VSU zijn georganiseerd, deze verenigingen geven aan hun kennis te hebben kunnen verbreed en meer inzicht te hebben gekregen over het kwalificeren van kader. Andere verenigingen hebben tijdens deze bijeenkomsten juist onderlinge concurrentie ervaren, deze verenigingen hebben het idee gekregen dat andere verenigingen hun niet wilde helpen om verder te komen in het proces van meisjes- en vrouwenvoetbal.

4.2.3.2 Verenigingsadvisering

De verenigingen is gevraagd welke successen zij hebben ervaren tijdens de verenigingsondersteuning. Sommige verenigingen hebben een of twee keer met de projectleider gesproken, in dat geval is gevraagd naar successen hiervan. Meer dan de helft van de verenigingen geven aan dat de kwaliteit van de trainers en de kennis van het bestuur omhoog is gegaan door de verenigingsondersteuning. De train de trainer sessies worden hierin veel naar voren gebracht, verenigingen omschrijven deze als een succes. Dit blijkt uit het volgende citaat:

“De kwaliteit van de trainers is omhoog gegaan doordat zij kennis hebben opgedaan over de ontwikkelingen in het meisjesvoetbal tijdens de train de trainer sessies.” – vereniging A

Verenigingen geven aan dat de betrokkenheid, het enthousiasme en de inzet van de verenigingsadviseur echt successen zijn. Toch is er ook een vereniging die aangeeft dat er meer initiatieven vanuit de VSU hadden mogen komen, voor deze vereniging leek het alsof zij met alle vragen moesten komen.

Samenvatting

De ondersteuning vanuit de VSU is door verenigingen ervaren als erg nuttig. De succespunten hierin zijn de inzet en betrokkenheid van de verenigingsondersteuner. Een verschil is dat een vereniging aangeeft dat er weinig initiatief is getoond vanuit de VSU, deze vereniging had liever meer betrokkenheid gezien.

5 CONCLUSIES

In dit hoofdstuk wordt de conclusie geschreven aan de hand van de opgedane resultaten. Deze conclusie vormt uiteindelijk de basis voor de aanbevelingen. In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de analytische onderzoeksvraag, namelijk;

Wat zijn de succes- en faalfactoren van verenigingen met betrekking tot het inzetten van de impact van het EK voor het werven van meisjes- en vrouwenleden?

Het hoofdstuk is onderverdeeld in de aanpak ledenwerving van verenigingen en de impact van het EK vrouwenvoetbal. Vervolgens worden per dimensie succes- en faalfactoren beschreven. Er is gekozen om de faalfactoren eerst te beschrijven omdat deze door succesfactoren toe te passen worden verbeterd in de aanbevelingen. Als laatst wordt er teruggeblikt op de hypothese.

5.1 AANPAK LEDENWERVING VAN VERENIGINGEN

In deze paragraaf worden de succes- en faalfactoren omschreven van de aanpak van ledenwerving van verenigingen.

5.1.1 Faalfactoren

Cultuur

Machocultuur

Wat is opgevallen is dat de verenigingen met een machocultuur geen prioriteit leggen bij het ontwikkelen van een goed kader. Deze verenigingen zijn vaak nog niet klaar om het meisjes- en vrouwenvoetbal op te zetten. Door deze machocultuur is er vanuit het bestuur geen interesse in de Train de Trainer sessies. Wat opvalt is dat de deelnemers aan deze sessies vaak dezelfde personen zijn die zich hebben hard gemaakt voor het vrouwenvoetbal binnen de vereniging en dat er maar zelden iemand van het bestuur mee komt.

Openheid

Omdat het vrouwenvoetbal binnen een paar verenigingen geen prioriteit is wordt er geen aandacht en energie in dit proces gestoken. Doordat er geen aandacht en energie in het meisjes- en vrouwenvoetbal wordt gestoken komen er geen nieuwe meisjesleden bij, dit leidt tot het niet aan kunnen bieden van het juiste niveau. Deze ontwikkelingen tonen aan dat wanneer een verenigingen geen prioriteit ziet in het meisjes- en vrouwenvoetbal er geen openheid ontstaat voor deze doelgroep.

Aanbod

Niveau van aanbod laag

Omdat bij veel verenigingen de middelen niet gelijk zijn verdeeld onder de jongens- en meisjesafdeling is het niveau van de meisjes minder. Er worden geen investeringen gedaan in trainers waardoor het niveau niet omhoog gaat. Deze verdeling van de middelen is te koppelen aan de machocultuur die er bij verenigingen nog is. Het bestuur staat niet open voor verandering.

Niet bewust bezig met creëren passend sportaanbod

Wat opvalt is dat verenigingen niet bewust bezig zijn met het creëren van een passend sportaanbod. Er wordt weinig moeite en energie in het achterhalen van wensen en behoeftes van meisjes gestoken. Hierdoor zijn verenigingen niet in staat maatwerk te leveren en ontstaat er geen passend sportaanbod.

Diversiteit

Geen gekwalificeerde trainers

Waar veel verenigingen tegen aanlopen is het niet kunnen bieden van continuïteit en stabiliteit voor de meisjes- en vrouwenafdeling. Dit ligt voornamelijk aan het feit dat verenigingen niet genoeg gekwalificeerde trainers hebben voor de meisjes- en vrouwenteams. De trainers die voor de groep staan zijn vaak ouders of vrijwilligers die (meestal) geen ervaring hebben met het coachen van meisjes of vrouwen. Hierdoor lukt het veel verenigingen niet om het juiste niveau aan te bieden voor meisjes en vrouwen en is uitstroom naar betere verenigingen aanwezig. De meeste verenigingen

waarbij dit een faalfactor is hebben eerder in het onderzoek aangegeven nog een machocultuur te ervaren. Door de machocultuur is het bestuur niet bereid te investeren in gekwalificeerde trainers.

5.1.2 Succesfactoren

Cultuur

Succesvolle verenigingen creëren betrokkenheid

Verenigingen hebben aangegeven dat het belangrijk is betrokkenheid te creëren bij (potentiële) leden. Om uitstroom te voorkomen willen verenigingen betrokkenheid creëren, de verenigingen geven aan dat dit zorgt voor verbondenheid. Het nut van het creëren van betrokkenheid kan gekoppeld worden aan de onderlinge concurrentie. Wanneer er geen betrokkenheid wordt gecreëerd gaan meisjes- en vrouwenleden naar de concurrent.

Gerichte inzet voor vrouwenvoetbal binnen de vereniging

Verenigingen hebben aangegeven dat het vrouwenvoetbal pas van de grond komt wanneer er iemand is die tijd, energie en aandacht in het proces wil en kan steken. Het viel op dat het bestuur niet uit zichzelf het initiatief neemt. Het begint vaak bij iemand die opstaat binnen de vereniging en zich hard maakt voor het vrouwenvoetbal, later pas sluit het bestuur met een faciliterende rol aan. Omdat het vaak één iemand is die zich hard maakt voor het meisjes- en vrouwenvoetbal binnen de vereniging, wordt deze persoon de eenzame held genoemd.

Aanbod

Leveren van maatwerk

Verenigingen geven aan dat het leveren van maatwerk en het inspelen op wensen en behoeftes uitstroom kan voorkomen. Het leveren van maatwerk is belangrijk om vastigheid te geven aan de meisjes en vrouwen. Het aanstellen van vaste trainingsdagen en tijden heeft gezorgd voor structuur en betrokkenheid. Door de openheid van verenigingen en het vermogen om maatwerk te leveren wordt een passende omgeving gecreëerd voor de meisjes en vrouwen. Een passende omgeving zorgt voor het behoud van de meisjesleden en trekt ook nieuwe leden aan.

Succesvolle verenigingen bieden het juiste niveau aan

Er is naar voren gekomen dat een merendeel van de verenigingen een stimulerende rol aan neemt in de talentontwikkeling van meisjes. In dit proces bieden de verenigingen voor meisjes het juiste niveau aan bij de jongens zodat het meisje zich optimaal kan ontwikkelen. Door het juiste niveau aan te bieden bindt de vereniging deze meisjes aan de club, en ontstaat verbondenheid en er worden talenten ontwikkeld. Veel verenigingen hebben aangegeven te willen investeren in gekwalificeerde trainers om dit niveau ook bij de meisjesafdeling aan te kunnen bieden.

Diversiteit

Train de trainer

De train de trainer sessies zijn georganiseerd vanuit de KNVB en de VSU, voor deze sessies mochten alle verenigingen zich inschrijven. De verenigingen die hebben deel genomen aan deze sessies omschrijven de train de trainer sessies als een grote succesfactor. Deze sessies sloten uitstekend aan bij de verenigingen omdat veel verenigingen bezig zijn met het kwalificeren van het kader, in dit proces ligt er veel focus op de trainers. Vooral trainers die niet eerder een cursus hebben gehad geven aan nu een basis te hebben van kennis.

Succesvolle verenigingen zijn bezig met structuur

Veel verenigingen hebben aangegeven dat zij hebben geïnvesteerd in het kader van de club. Bij deze verenigingen is het vrouwenvoetbal langzaam maar zeker van de grond gekomen en zijn er steeds meer meisjes- en vrouwenleden bij gekomen. Bij deze verenigingen kwam naar voren dat structuur aanbrengen, met bijvoorbeeld coördinatoren, positief werkt op het kader. Door het opstellen van coördinatoren heeft deze vereniging een betere structuur dan verenigingen die geen coördinator hebben.

5.2 IMPACT VAN EK VROUWENVOETBAL IN EIGEN LAND

In deze paragraaf worden de succes- en faalfactoren omschreven van de impact van het EK vrouwenvoetbal.

5.2.1 Faalfactoren

Sportmarketing

Ledenwerving gaat niet vanzelf

Verenigingen geven aan dat zij niet genoeg energie in de ledenwerving hebben gestoken. Deze verenigingen dachten dat het door het activatieprogramma van zelf zou gaan. Verenigingen geven toe dat wanneer zij hier meer aandacht in hadden gestoken, zij meer leden hadden kunnen werven. Doordat er geen aandacht is besteed aan ledenwerving is er geen betrokkenheid gecreëerd bij (potentiele)leden.

Participatie

Niet bereid te investeren in meisjes- en vrouwenvoetbal

Verenigingen geven aan dat zij geen energie hebben gestoken om enthousiasme te creëren bij (potentiele)leden. Dit is mede doordat de machocultuur bij deze verenigingen nog heerst. Vanuit de harde kern is geen bereidheid om te investeren in activiteiten om leden te werven. Doordat er niet geïnvesteerd wordt is het kader van deze verenigingen slecht gekwalificeerd en kunnen meisjes niet op hun eigen niveau voetballen.

Kennis ontwikkeling

Onderlinge concurrentie

Wat verassend naar voren kwam is de onderlinge concurrentie tussen verenigingen om de beste meisjesafdeling. Het blijkt dat verenigingen bij wie de meisjes- en vrouwenafdeling goed loopt de gouden tips niet willen delen met andere verenigingen. Vooral door verenigingen in de opstartfase van het meisjes- vrouwenvoetbal werd dit als vervelend ervaren. Tijdens de georganiseerde themabijeenkomsten was het de bedoeling succesfactoren uit te wisselen met andere verenigingen, verschillende verenigingen gaven aan dit niet zo te hebben ervaren. Ook verenigingen met een goede meisjes- en vrouwenafdeling geven aan niet tevreden te zijn met de onderlinge concurrentie.

5.2.2 Succesfactoren

Sportmarketing

Succesvolle verenigingen spelen in op bekendheid

Verenigingen hebben bijna allemaal aangegeven positief te zijn over het imago van vrouwenvoetbal. Om hierop in te spelen zijn een paar verenigingen activiteiten gaan organiseren om in te spelen op de bekendheid van vrouwenvoetbal. De vereniging is veel bezig met betrokkenheid creëren en gaf aan hierdoor positief op de kaart te staan bij de Utrechtse meisjes en vrouwen.

Succesvolle verenigingen streven naar gelijkheid

Verenigingen zijn gefocust op het aanbieden van het juiste niveau. Een succesfactor die naar voren komt is het gelijk trekken van de jongens- en meisjesafdeling van een vereniging. De vereniging heeft, in tegenstelling tot andere verenigingen, één missie en visie die geldt voor jongens en meisjes. Er wordt gestreefd naar gelijkenis tussen trainers van jongens en meisjes en er gaat veel aandacht uit naar het ontwikkelen van het kader.

Participatie

Bereidheid om te investeren

Bij de meerderheid van de verenigingen is het bestuur bereid te investeren in het meisjes- en vrouwenvoetbal. Al deze verenigingen hebben en willen nog investeren in een gekwalificeerd kader. Door dit kader kunnen zij een steeds beter niveau aan bieden waardoor steeds meer meisjes op hun eigen niveau kunnen spelen.

Kennis ontwikkeling

Succesvolle verenigingen blijven zich ontwikkelen

Er komt uit de resultaten naar voren dat persoonlijk contact en het leveren van maatwerk zorgt voor betrokkenheid van bij de meisjes- en vrouwenleden. Deze betrokkenheid zorgt dat meisjes bij de club blijven voetballen en in combinatie met steeds beter gekwalificeerde trainers ontstaat een passend sportaanbod. Door de Train de Trainer sessie hebben verenigingen meer kennis op kunnen doen over het trainen van meisjes en vrouwen. Deze sessies zijn als erg nuttig ervaren.

5.3 REFLECTEREN OP DOELSTELLING

Om na te gaan of de behaalde resultaten volledig zijn wordt er gereflecteerd op de doelstelling. De doelstelling van het onderzoek luidde als volgt:

Het doel van het onderzoek is het doen van aanbevelingen aan Vereniging Sport Utrecht om de aanpak van voetbalverenigingen met betrekking tot het werven van meisjes- en vrouwenleden te optimaliseren zodat meer meisjes lid worden en blijven

door..

te onderzoeken wat de impact is geweest van het EK vrouwenvoetbal in eigen land op de acties en ontwikkelingen van voetbalverenigingen om meisjes- en vrouwenleden te werven.

Om aanbevelingen te doen aan de VSU moest er inzicht worden verkregen in de succes- en faalfactoren van de ledenwerving van verenigingen na de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigenland. Deze inzichten zijn verkregen aan de hand van interviews bij tien verenigingen. Van deze tien interviews zijn er zes verenigingen geweest die hebben deelgenomen aan het activatieprogramma en vier verenigingen die hier niet aan hebben deelgenomen. Aan alle verenigingen is naar succes- en faalfactoren gevraagd, verder zijn de interviewvragen zo gesteld dat succes- en faalfactoren vanzelf naar boven kwamen. De verkregen informatie uit de interviews is goed genoeg om de doelstelling te behalen. Er kunnen gerichte aanbevelingen worden gedaan aan de hand van de opgedane resultaten.

Er is ook informatie naar boven gekomen die niet relevant was voor het onderzoek. Deze informatie is niet meegenomen in de codering en ook niet in de conclusies. Wel is deze informatie in het bestand met antwoorden van respondenten blijven staan omdat het eventuele onderbouwing van andere antwoorden kan zijn.

5.4 REFLECTIE OP HYPOTHESE

In hoofdstuk 2.5 zijn er verwachtingen omschreven aan de hand van overeenkomsten en verschillen. Hieronder wordt kort teruggeblikt of deze verwachtingen correct waren of niet.

Er werd verwacht dat een hoge betrokkenheid van verenigingen bij het EK zou leiden tot een succesvollere manier van het werven van meisjes- en vrouwenleden. Deze verwachting komt overeen met de gevonden resultaten. Uit de resultaten is naar voren gekomen dat succesvolle verenigingen deel hebben genomen aan het activatieprogramma.

Er werd verwacht dat verenigingen die wel deel hebben genomen aan het activatieprogramma minder ondersteuning nodig zouden hebben dan verenigingen die niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma. Uit de resultaten blijkt dat de verenigingen die niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma minder structuur, draagvlak en kader hebben. Er zal dus meer ondersteuning nodig zijn in het begin.

Er werd verwacht dat alle verenigingen het zelfde doel willen behalen, namelijk: meer meisjes- en vrouwenleden. Er werd verwacht dat verenigingen moeite hebben ervaren tijdens dit proces en dat de VSU een belangrijke rol speelt in het ondersteunen van de verenigingen. Deze verwachting komt overeen met de gevonden resultaten.

6 DISCUSSIE

De discussie is onderverdeeld in vier paragrafen. Eerst wordt de theoretische relevantie van het onderzoek benoemd. Vervolgens wordt de praktische relevantie van het onderzoek benoemd en daarna worden beperkingen en mogelijke vervolgonderzoeken benoemd.

6.1 THEORETISCHE RELEVANTIE

In deze paragraaf wordt er gekeken of de gevonden resultaten overeenkomen met wat de theorie zegt. Voorafgaand aan het onderzoek was het moeilijk om theorie te zoeken over de aanpak van ledenwerving van verenigingen als gevolg van een sportevenement. De gevonden theorie komt veel overeen met de behaalde resultaten.

De grootste overeenkomst is dat de theorie spreekt over een machocultuur bij veel verenigingen en de invloed daarvan op het feit dat er geen passend sportaanbod is voor meisjes en vrouwen. In het onderzoek is naar voren gekomen dat door de machocultuur in de harde kern veel verenigingen het moeilijk vinden om het meisjes- en vrouwenvoetbal op te zetten. Ook sprak de theorie over de gelijkheid die nog mist tussen het jongens- en meisjesvoetbal. Door deze gelijkheid zou er uitstroom plaats vinden van meisjes- en vrouwenleden, omdat zij zich niet welkom voelen en er geen passend sportaanbod is. Uit de resultaten kwam naar voren dat er een paar verenigingen zijn die al bezig zijn met het creëren van gelijkheid, bij deze verenigingen loopt de meisje- en vrouwenafdeling goed. Dit onderbouwt dat de gevonden resultaten goed aansluiten op de literatuur.

Tijdens het onderzoek is naar voren gekomen dat bijna alle verenigingen investeren en willen investeren in gekwalificeerde trainers. In de literatuur is er bijna niks gevonden over te weinig gekwalificeerde trainers, er is alleen gevonden dat er meer mannelijke trainers dan vrouwelijke trainsters zijn. Het feit dat alle verenigingen opzoek zijn naar trainers die gekwalificeerd zijn om meisjes- en vrouwen te trainen is een toevoeging op de theorie.

Tot slot is in de literatuur nergens iets te vinden over de onderlinge concurrentie die wordt ervaren door verenigingen. Uit de resultaten is voort gekomen dat verenigingen onderlinge concurrentie ervaren met betrekking tot wie de beste meisjes- en vrouwenafdeling heeft, deze ontwikkeling zorgt ervoor dat verenigingen elkaar niet willen ondersteunen.

6.2 PRAKTISCHE RELEVANTIE

De praktische relevantie van dit onderzoek is groot. Steeds meer meisjes en vrouwen willen lid worden van voetbalverenigingen en bij steeds meer verenigingen beginnen deze ontwikkelingen te groeien. Omdat de trends en ontwikkelingen rondom het meisjes- en vrouwenvoetbal erg snel gaan is het voor veel verenigingen moeilijk om mee te komen met deze ontwikkelingen. Verenigingen hebben aan gegeven meer meisjes- en vrouwenleden te willen maar dat het moeilijk is om dit te realiseren omdat de verenigingen er vaak nog niet klaar voor zijn. Door dit onderzoek heeft Vereniging Sport Utrecht als verenigingsondersteuner inzicht gekregen in de succes- en faalfactoren van de ledenwerving van verenigingen naar aanleiding van de impact van het EK vrouwenvoetbal in eigen land. Het doel binnen het onderzoek, het doen van aanbevelingen aan de VSU, is daarbij gehaald. De verwachting is dat de aanbevelingen aan de VSU er voor gaan zorgen dat verenigingen het aantal voetballende meisjes en vrouwen gaat stijgen.

De praktische relevantie is groot doordat er is gevonden dat verenigingen onderlinge concurrentie ervaren. De VSU is de perfecte onafhankelijke organisatie die verenigingen kan ondersteunen. De VSU heeft betrokkenheid bij de verenigingen en door dit onderzoek ook inzicht in succes- en faalfactoren van verenigingen.

6.3 BEPERKINGEN

Ondanks dat er is geprobeerd het onderzoek zo valide en betrouwbaar mogelijk te maken zijn er beperkingen opgetreden tijdens het onderzoek. Deze beperkingen worden hieronder toegelicht.

Alle interviews zijn afgenomen aan de hand van het meetinstrument, een semigestructureerde vragenlijst. Het idee was om bij elk aspect een hoofdvraag te stellen aan de respondent, er werd verwacht dat het antwoord van de respondent genoeg diepgang bevatte waardoor doorvragen niet nodig was. Dit bleek niet zo te zijn, de antwoorden van de respondenten waren oppervlakkig en om diepgang te bereiken is veel tijd in beslag genomen. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het een onderwerp complex is waardoor respondenten de oorzaken en gevolgen zelf nog niet scherp hebben. Doordat er meer doorgevraagd moest worden verliepen de interviews in de precieze volgorde van het definitief conceptueel model, een voordeel hiervan was het uitwerken van de interviews dit was minder chaotisch. Doordat er uiteindelijk doorgevraagd is, is de kwaliteit van de aanbevelingen nog steeds goed.

Er is gekozen voor één vragenlijst die zowel bij de verenigingen die wel hebben deel genomen aan het activatie programma als aan de verenigingen die niet hebben deelgenomen aan het activatieprogramma is afgenomen. Dit maakt dat niet elke vraag beantwoord kon worden en sommige indicatoren dus niet een volledig aantal respondenten hebben. De invloed op de kwaliteit van de aanbevelingen is beperkt doordat er voorzichtig is geconcludeerd op basis van de resultaten.

In eerste instantie was er de intentie om per vereniging twee mensen te interviewen, iemand die gaat over het meisjes- en vrouwenvoetbal en een (vice)voorzitter. Er is na twee interviews gekozen om dit niet te doen. De eerste twee verenigingen gaven aan dat een voorzitter hier geen tijd voor heeft en deze twee respondenten wisten zeker dat zij meer informatie gaven dan de voorzitter. De beperking voor de aanbevelingen is dat het verschil in machocultuur nog beter naar voren had kunnen komen. De machocultuur bevindt zich in de harde kern van de vereniging, als er was gesproken met iemand uit deze harde kern hadden deze antwoorden vergeleken kunnen worden met de antwoorden van de persoon die gaat over het meisjes- en vrouwenvoetbal.

Tijdens de interviews kwam er bij meerdere verenigingen een indicator aan bod die niet in het definitief conceptueel model was verwerkt. Deze informatie is als indicator toegevoegd aan het definitief conceptueel model. De indicator is in het definitief conceptueel model toegevoegd bij de indicator 'netwerk uitbreiden', de informatie over de onderlinge concurrentie kwam hier naar voren en wordt gezien als faalfactor omdat het netwerk en de kennis niet worden uitgebreid door de concurrentie.

Er is gekozen om de interviews te verwerken in een Excel bestand in plaats van deze volledig te transcriberen. Doordat de structuur van het definitief conceptueel model is aangehouden tijdens de interviews was het uitwerken van de interviews per indicator functioneler dan het uittypen van de interviews. Er kon direct per indicator worden samengevat wat de respondent zei, op deze manier waren de antwoorden van de respondenten meteen geclusterd per indicator. Een nadeel van deze werkwijze is dat er sprake kan zijn van interpretatiefouten en de informatie kan niet volledig kan zijn. Om interpretatiefouten te voorkomen is er bewust voor gekozen om elk interview meteen na het interview uit te werken zodat het gesprek nog vers in het geheugen zat. De beperkingen van de keus om de interviews niet uit te typen op de aanbevelingen kunnen zijn dat de informatie niet juist is samengevat en dus niet klopt. De kans hierop is klein doordat de uitwerking van de interviews is gedubbelcheckt en omdat deze meteen zijn verwerkt.

6.4 VERVOLGONDERZOEK

Er wordt geadviseerd dat wanneer er vervolgonderzoek plaats vindt, bovenstaande beperkingen indien mogelijk voorkomen worden. Ook is het belangrijk dat wanneer er een vervolgonderzoek wordt gedaan er meer verschillende respondenten worden bevraagd, op deze manier komt er meer informatie en wordt het onderzoek betrouwbaarder. Er wordt aangeraden om tijdens het vervolg onderzoek te praten met de (vice)voorzitter van een vereniging en de persoon die gaat over het meisjes- en vrouwenvoetbal, dit om meer inzicht te krijgen in de machocultuur.

Een mogelijk vervolgonderzoeksonderwerp zou kunnen zijn de onderlinge concurrentie die verenigingen ervaren. De relatie tussen deze concurrentie en de mate waarin dit invloed heeft op het werven van leden en de ontwikkeling als vereniging kan een goede aanvulling zijn op dit onderzoek.

Verder verdient de machocultuur binnen verenigingen een apart onderzoek. De invloed van deze cultuur op het meisjes- en vrouwenvoetbal zou een aanvulling zijn voor de gehele voetbalwereld. Uit dit onderzoek zou dan vooral moeten blijken hoe verenigingen van deze cultuur een open cultuur kunnen maken om een gericht aanbod aan te bieden voor meisjes en vrouwen.

Een ander interessant vervolgonderzoek zou zijn wat de belangrijkste factoren zijn die bepalen of er wel of geen draagvlak is bij verenigingen en hoe je dit kunt beïnvloeden. Hierna kan gekeken worden naar wat het doet met verenigingen wanneer er draagvlak wordt gecreëerd, welke invloed dit heeft op de ledenwerving, het ledenbehoud en het meisjes- en vrouwenvoetbal.

Het laatste interessante vervolgonderzoek zou kunnen gaan over de invloed van de verenigingsondersteuning van de VSU op verenigingen. In hoeverre wordt er gebruik gemaakt van de verenigingsondersteuning en achtte de verenigingen deze ondersteuning als nuttig of kunnen hierin nog stappen worden gemaakt. Bij dit onderzoek is het dan van belang dat er wordt gekeken of de verenigingsondersteuning een positief effect heeft op verenigingen.

7 AANBEVELINGEN

De aanbevelingen hieronder geven antwoord op het praktische doel van het onderzoek. De aanbevelingen komen voort uit de analyses en de deelvragen. Eerst is er een aparte aanbeveling gedaan ten aanzien van de rol van de VSU. De aanbevelingen zijn onderverdeeld in drie dimensies namelijk; draagvlak, structuur en aanbod. Uit de analyses is naar voren gekomen dat dit de belangrijkste onderwerpen zijn bij verenigingen. De dikgedrukte zinnen zijn de aanbevelingen, deze worden vervolgens uitgewerkt in belangrijke acties die hier bij komen kijken.

7.1 ROL VAN DE VSU

Uit de interviews is gebleken dat de VSU een belangrijke rol heeft in het opzetten van meisjes- en vrouwenvoetbal. De ondersteuning die is gegeven werd ervaren als erg nuttig. De VSU is de aangewezen onafhankelijke partij om alle verenigingen te ondersteunen vanuit stedelijk perspectief. De verenigingen kunnen zich dan focussen op hun eigen aanbod, zonder concurrentie te ervaren.

1. *Onderlinge concurrentie tegengaan*

In de interviews is naar voren gekomen dat vooral verenigingen die in de opstartfase van het meisjes- en vrouwenvoetbal zitten onderlinge concurrentie ervaren van andere verenigingen. Verenigingen geven aan dat de gouden tips niet worden gedeeld met elkaar en dat alle verenigingen de beste wilden zijn in het werven van meisjes en vrouwen. De VSU kan in hierin de onafhankelijke rol op zich nemen en vanuit daar verenigingen ondersteunen. De VSU kan dan verenigingen waar het werven van meisjes- en vrouwenleden makkelijk gaat spreken over succesfactoren en deze vervolgens delen met verenigingen waar dit nog niet zo makkelijk gaat.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de VSU op drie onderdelen verenigingen kan begeleiden en ondersteunen. De onderdelen worden hieronder toegelicht:

1. **Begeleiden** bij het creëren van draagvlak
2. **Ondersteunen** bij het opzetten van structuur en kader
3. **Adviseren** bij het opzetten van een passend sportaanbod

7.2 BEGELEIDEN BIJ HET CREËREN VAN DRAAGVLAK

De eerste aanbeveling aan Vereniging Sport Utrecht is het **begeleiden van verenigingen bij het creëren van draagvlak op het gebied van meisjes- en vrouwenvoetbal**. Uit de interviews is gebleken dat veel verenigingen moeite hebben om het juiste niveau aan te bieden bij de meisjes en vrouwen. Dit komt onder andere door de machocultuur die bij de verenigingen nog heerst. Door deze machocultuur is er minder aandacht voor het meisjes- en vrouwenvoetbal, dit maakt dat verenigingen nu nog afhankelijk zijn van de eenzame held. Hierdoor zijn er bij deze verenigingen weinig mensen die deelnemen aan kaderopleidingen, dit leidt er toe dat het kader matig ontwikkeld blijft en zo kan er geen niveau worden aangeboden aan de meisjes en vrouwen. De VSU kan op de volgende wijze dit proces begeleiden.

1. *Bepalen hoeveel draagvlak er is bij verenigingen*

Voordat er draagvlak kan worden gecreëerd bij verenigingen is het belangrijk om te bepalen hoeveel draagvlak er al is bij de verenigingen. Dit kan worden bepaald aan de hand van volgende indicatoren:

- a. **Eenzame held of gekwalificeerd kader?** Als er een eenzame held is betekend dit dat er maar één iemand zich hard maakt voor het meisjes- en vrouwenvoetbal en er dus weinig tot geen draagvlak is. Een gesprek met de eenzame held over draagvlak aangaan maakt dit duidelijk. Een gekwalificeerd kader toont aan dat er wel draagvlak is.
- b. **Veel of weinig machocultuur?** Als de vereniging veel machocultuur ervaart is de kans op draagvlak kleiner. Om dit te achterhalen is een gesprek met de eenzame held of iemand van het bestuur nodig.

- c. Veel of weinig meisjesteams? Wanneer er nog maar weinig meisjesteams zijn kan dit liggen aan de hoeveelheid draagvlak die er nog niet is. Dit wordt duidelijk wanneer er in gesprek wordt gegaan met iemand van het bestuur.
2. *Starten met creëren van draagvlak bij de verenigingen waar het minste draagvlak is*
Draagvlak creëren bij de verenigingen die dit nog niet hebben heeft de prioriteit. Wanneer er meer verenigingen draagvlak hebben wordt het aanbod voor meisjes en vrouwen vergroot. Deze aanbeveling zou er voor kunnen zorgen dat meisjes en vrouwen van de wachtlijst ergens anders terecht kunnen. De VSU kan het volgende doen:
 - a. *Betrokkenheid creëren bij meisjes en vrouwen*
Uit de interviews is gebleken dat het creëren van betrokkenheid erg belangrijk is bij (potentiële)leden. De VSU zou verenigingen mee kunnen geven dat wanneer de meisjes- en vrouwenleden in het eerste jaar prioriteiten krijgen zoals, vaste trainingsdagen en -tijden, spelen op het hoofdveld, kleding en materialen er een mate van betrokkenheid en tevredenheid ontstaat bij de leden. Deze mate van betrokkenheid en tevredenheid zorgt ervoor dat de meisjes en vrouwen blijven en kan zorgen voor een positief effect op ledenwerving. In een gesprek met de vereniging kan de VSU handvatten geven om deze prioriteit te behalen.
 - b. *Een basisteam vormen om draagvlak te creëren*
Bijna alle verenigingen hebben aangegeven dat er bij de vereniging één iemand is die de kar trekt van het meisjes- en vrouwenvoetbal, deze eenzame held is binnen de vereniging de enige die zich hard maakt voor het meisjes- en vrouwenvoetbal en doet dit op een eilandje. Wat om deze reden veel voor komt bij de verenigingen is het kennisgebrek over meisjes- vrouwenvoetbal. De VSU kan hierin draagvlak creëren door een gesprek aan te gaan met deze persoon, twee bestuursleden, twee speelsters en een eventuele spelersraad. Tijdens dit gesprek is het belangrijk dat er gesproken wordt over het creëren van draagvlak en dat er afspraken worden gemaakt waarin duidelijke taken en rollen worden uitgedeeld. Om draagvlak te creëren en het eilandje van de eenzame held uit te breiden is er structuur nodig. Dit volgt bij de volgende aanbeveling.

7.3 ONDERSTEUNEN IN HET OPZETTEN VAN STRUCTUUR

Tijdens de interviews is naar voren gekomen dat verenigingen met een goede structuur een groter draagvlak hebben en meer meisjes- en vrouwenleden kunnen werven. Om een goed draagvlak te creëren bij verenigingen wordt de VSU aangeraden om verenigingen te **ondersteunen bij het opzetten van structuur binnen de verenigingen**. Het meisjes- en vrouwenvoetbal binnen de vereniging heeft een gekwalificeerd kader nodig gericht op meisjes en vrouwen. De VSU kan verenigingen ondersteunen door de volgende aanbevelingen te implementeren bij verenigingen:

1. *Van eenzame held naar helden*
Uit de interviews is gebleken dat bij bijna alle verenigingen een eenzame held is die zich inzet voor het meisjes- en vrouwenvoetbal. Bij de verenigingen waar het bestuur allemaal achter het meisjes- en vrouwenvoetbal staat is het meisjes- en vrouwenvoetbal een groter succes. De VSU kan zorgen dat de eenzame held een sterkere positie krijgt bij de verenigingen en dat er meerdere helden komen. Er zou geadviseerd kunnen worden aan verenigingen om een tak in het bestuur voor vrouwen op te richten.
2. *Gebruik maken van georganiseerde themabijeenkomsten en cursussen*
Vanuit de KNVB worden er themabijeenkomsten georganiseerd voor verenigingen om kennis op te doen. Wanneer er een kader is opgezet voor het meisjes- en vrouwenvoetbal binnen de vereniging is het zaak dat de juiste kennis wordt opgedaan. Deze kennis is nodig om een gekwalificeerd kader aan te bieden.

3. *De Train de Trainer sessies voort te zetten.*

De VSU kan verenigingen ondersteunen en adviseren de Train de Trainer sessies te bezoeken. In de interviews kwam naar voren dat de Train de Trainer sessies als zeer nuttig is ervaren. De verenigingen hebben aangegeven hier veel kennis uit te halen, met name de trainers die nog niet eerder cursussen of trainingen hebben gehad. De respondenten konden met zekerheid zeggen dat de kwaliteit van de deelgenomen trainers omhoog was gegaan. Om de trainers nog verder te kwalificeren wordt aangeraden aan de VSU om de Train de Trainer sessies voort te zetten.

4. *Aanstellen van meisjes- en vrouwenvoetbal coördinator bij de verenigingen*

Uit de interviews is gebleken dat de verenigingen die al wel een coördinator meisjes-vrouwenvoetbal hadden meer structuur konden bieden dan verenigingen die nog geen coördinator hadden. Voor een gestructureerd bestuur kan er vervolgens rekening worden gehouden met de verschillende leeftijdscategorieën. Een grote succesfactor welke naar voren is gekomen tijdens de interviews is het aanstellen van een onderbouw- en een bovenbouwcoördinator, op deze manier is er veel persoonlijk contact en meer oog voor detail. Door veel persoonlijk contact hebben de leden ook het idee dat ze prioriteit zijn en dat zorgt weer voor betrokkenheid en verbinding. Het aanstellen van coördinatoren zorgt voor meer inzicht in de wensen en behoeften van meisjes en vrouwen, dit inzicht is de basis voor het leveren van maatwerk om een passend sportaanbod te creëren.

7.4 ADVISEREN BIJ HET OPZETTEN VAN EEN PASSEND AANBOD NAAR BEHOEFTE VAN MEISJES EN VROUWEN

De laatste aanbeveling is **het adviseren aan verenigingen bij het opzetten van een passend sportaanbod naar behoeften voor meisjes en vrouwen binnen de vereniging**. Deze aanbeveling wordt onderverdeeld in drie belangrijke aspecten waar aandacht aan moet worden besteed. Wanneer er een gestructureerd kader is ontstaan bij de verenigingen en er voldoende draagvlak is voor het meisjes- en vrouwenvoetbal kan er gewerkt worden aan het aanbod. Uit de theorie is naar voren gekomen dat er nog uitstroom van meisjes- en vrouwenleden is bij verenigingen, omdat er niet het juiste aanbod wordt gecreëerd. Uit de interviews is vervolgens gebleken dat verenigingen niet veel doen om een passend sportaanbod te creëren. Wat verenigingen hebben aangegeven is dat zij teams aanbieden voor de meisjes die komen voetballen bij de vereniging. Verenigingen geven aan wel kansen te zien en willen daarom investeren in een gekwalificeerd kader. Uit interviews blijkt dat door een gekwalificeerd kader een beter niveau kan worden aangeboden, door een beter niveau is er voor de meisjes- en vrouwenleden sneller een passend aanbod. De VSU kan verenigingen adviseren het volgende te doen:

1. *Meisjes en vrouwen op de voorgrond plaatsen*

Het eerste aspect is activiteit, dit gaat over trainingen, wedstrijden en alles wat met voetballen te maken heeft op de club. Zoals eerder beschreven is het slim om tijdens de opstartfase van het meisjes- en vrouwenvoetbal betrokkenheid te creëren door meisjes- en vrouwenleden een periode op een hoger voetstuk te plaatsen. Dit betekent voor de meisjes en vrouwen ook vaste trainingsdagen en tijden, een keer op het hoofdveld spelen en ook op gunstige tijden spelen. Meisjes en vrouwen zullen zich meer gewaardeerd voelen en dit zorgt voor betrokkenheid naar de vereniging. Deze betrokkenheid maakt dat meisjes en vrouwen zich passend zullen voelen bij de vereniging.

2. *Kwalificeren van trainers door cursussen en trainingen*

Het tweede aspect is begeleiding. In veel interviews is naar voren gekomen dat verenigingen investeren en willen investeren in een gekwalificeerd kader, hier draait het vooral om trainers. Er is een overduidelijk tekort aan gekwalificeerde trainers, nu staan er vaak ouders of vrijwilligers voor de groep die geen verstand hebben van voetbal of geen diploma's hebben. De VSU kan zorgen voor meer cursussen en trainingen gericht op het kwalificeren van het kader en trainers, op deze manier kunnen verenigingen door deel te nemen meer kennis opdoen over het meisjes- en vrouwenvoetbal. Uiteindelijk kunnen deze cursussen en

trainingen bijdragen aan betere trainers, en zo kan een vereniging een passend aanbod creëren waarin op niveau gevoetbald kan worden.

3. *Gelijk trekken van de jongens- en meisjesafdeling*

Het laatste aspect is randvoorwaarden. Dit aspect gaat over de positie van het meisjes en vrouwenvoetbal binnen de vereniging. Bij veel verenigingen kwam naar voren dat de machocultuur nog bepalend is in de harde kern, hierdoor worden de jongens en de heren vaak anders behandeld dan de meisjes en dames. Het is belangrijk dat de VSU ondersteund in het gelijk trekken van de jongens en meisjes afdeling. Wanneer de geldstromen en faciliteiten tussen de meisjes en jongens gelijk worden getrokken kan er meer aandacht worden gegeven aan de trainers van meisjesteam en dus ook aan het niveau van de meisjes- en vrouwenafdeling. Het bieden van een goed niveau wekt interesse bij potentiële leden en zorgt voor een passend sportaanbod.

BIBLIOGRAFIE

- Aizawa, K., Wu, J., Inoue, Y., & Sato, M. (2018). Long-term impact of the Tokyo 1964 Olympic Games on sport participation: A cohort analysis. *Sport Management Review*, pp. 86-97
- Berg, B., Warner, S., & Das, B. (2015). What about sport? A public health perspective on leisure-time physical activity. *Sport Management Review*, 20-31.
- Boessenkool, J., & Nuijten, N. (2014). *Hoe de bal blijft rollen*. (S. Verhagen, Red.) Amsterdam: B.V. Uitgeverij SWP.
- Derks, M. (2004). Hard gras. Sekse, identiteit en voetbalgeschiedenis. *Tijdschrift voor Genderstudies*, 5-15. Opgeroepen op Maart 18, 2018
- Doorewaard, H., & Verschuren, P. (2015). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Amsterdam: Boom Lemma.
- Doorewaard, H., Kil, A., & van de Ven, A. (2015). *praktijkgericht kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom Lemma uitgevers.
- Elling, A. (2015). Feminisering van sportieve ruimten. *AGORA - Magazine voor sociaalruimtelijke vraagstukken* 31, pp 20-23
- Elling, A. (z.d.). 'Een beetje ruig, dat trekt me wel'. *Tijdschrift voor genderstudies*, pp. 22-35.
- Frick, B., & Wicker, P. (2016). The trickle-down effect: How elite sporting success affects amateur participation in German football. *Applied Economics Letters*, pp. 259-263.
- Gemeente Utrecht. (2018). *WEURO 2017 Economische en maatschappelijke impact analyse*. Utrecht: Werkgroep Evaluatie Sportevenementen.
- Gratton, C., Jones, I., & Robinson, T. (2009). *Onderzoeksmethode voor sportstudies*. Londen/New York: Routledge.
- Hogeschool van Arnhem en Nijmegen. (2017). *Opleidingsinstituut*. Opgeroepen op April 2, 2018, van https://study.han.nl/sites/bSBE-VT/_layouts/15/WopiFrame.aspx?sourcedoc=/sites/bSBE-VT/Documenten%20opleiding/HAN%20OS-OER%20SBE%202017-2018.pdf&action=default
- Hover, P., Straatmeijer, J., & Breedveld, K. (2014). *Sportevenementen in Nederland*. Utrecht: Akro Sports Media.
- Huang, H., & Humphreys, B. (2012). Sports participation and happiness: Evidence from US microdata. *Journal of Economic Psychology*, pp. 776-793.
- Knoppers, A., & Bouman, Y. (1998). De trainer als cultuurdrager. (J. Steenbergen, A. Buisman, P. de Knop, & J. Lucassen, Red.) *Waarden en Normen in de Sport. Analyse en beleidsperspectief*, pp. 223-237.
- KNVB. (2016). *Het voetballandschap voor meiden en vrouwen versterken*. Opgeroepen op Maart 20, 2018, van <https://www.knvb.nl/downloads/bestand/14423/ontwikkelingsprogramma-meiden-en-vrouwenvoetbal-brochure-18-19>
- KNVB. (z.d.). *Jouw kind op voetbal*. Opgeroepen op Juni 12, 2018, van <https://www.knvb.nl/info/19723/jouw-kind-op-voetbal>
- KNVB. (2017). *Veronica verwerft TV-rechten oranjeleeuwinnen*. Opgeroepen op April 2, 2018, van <https://www.knvb.nl/nieuws/oranje/oranjeleeuwinnen/39555/veronica-verwerft-tv-rechten-oranjeleeuwinnen>
- KNVB. (2014). *KNVB Beleidsplan 2014-2018*. Opgeroepen op Maart 1, 2018, van <https://www.knvb.nl/downloads/bestand/12059/knvb-beleidsplan-2014-2018>

- KNVB. (2016). *Meisjes en vrouwenvoetbal Utrecht*. Utrecht: KNVB.
- KNVB. (2018). *Meiden en vrouwenvoetbal*. Opgeroepen op Februari 27, 2018, van <https://www.knvb.nl/themas/meiden--en-vrouwenvoetbal>
- KNVB. (2018). *Werving en behoud*. Opgeroepen op Februari 27, 2018, van <https://www.knvb.nl/themas/meiden--en-vrouwenvoetbal/breedtesport/werving-en-behoud>
- ministerie van VROM. (2007). *Actieplan krachtwijken*. Opgeroepen op Maart 24, 2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/.../actieplan-krachtwijken/actieplan-krachtwijken.pdf>
- Misener, L., Taks, M., Chalip, L., & Green, B. (2015). The elusive “trickle-down effect” of sport events: Assumptions and missed opportunities. *Managing Sport and Leisure*, pp. 135-156.
- Muilenberg, W. (2018, April 24). Aanpak ledenwerving na impact EK. (N. Vollema, Interviewer)
- Mulier Instituut. (z.d.). *Sportevenementen*. Opgeroepen op Maart 17, 2018, van <http://www.mulierinstituut.nl/projecten/sportevenementen/>
- Mutter, F., & Pawlowski, T. (2014). Role models in sports – Can success in professional sports increase the demand for amateur sport participation? *Sport Management Review*, pp. 324-336.
- Nederlandse encyclopedie. (2018). *Ledenwerving*. Opgeroepen op Juni 1, 2018, van <http://www.encyclo.nl/begrip/ledenwerving>
- Nederlandse encyclopedie. (2018). *Activeren*. Opgeroepen op Juni 1, 2018, van <http://www.encyclo.nl/begrip/activeren>
- Nike. (2018). *Nike mercurial superfly 360*. Opgeroepen op Maart 20, 2018, van <https://www.nike.com/nl/football/bootroom/t/born-mercurial-lieke-martens/>
- NOC*NSF. (z.d.). *Sport en nationale trots*. Opgeroepen op April 2, 2018, van <https://www.nocnsf.nl/cms/showpage.aspx?id=16243>
- Prange, M., & Oosterbaan, M. (2017). *Vrouwenvoetbal in Nederland. Spiegel en katalysator van maatschappelijke verandering*. Utrecht / Amsterdam: Uitgeverij Klement / Atria, kennisinstituut voor emancipatie en vrouwengeschiedenis.
- Romijn, D., & Elling, A. (2017). *Vrouwenvoetbal is de snelst groeiende sport*. Utrecht: Mulier Instituut. Opgeroepen op Maart 19, 2018, van <http://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=7703&m=1491477884&action=file.download>
- Sasakawa Sports Foundation. (2014). *The 2014 SSF national sports-life survey*. Tokyo: Sasakawa Sports Foundation.
- Schoemaker, J. (2014). *Het einde van de sportvereniging*. Opgeroepen op Juni 3, 2018, van <http://www.sportknowhowxl.nl/nieuws-en-achtergronden/open-podium/item/87429>
- Sporting'70. (2018). *Agenda*. Opgeroepen op Maart 20, 2018, van <https://www.sporting70.nl/537/13-04-2018/agenda/>
- van Kalmhout, J., de Jong, M., & Lucassen, J. (2009). *Verenigingsmonitor 2008. De stand van zaken bij sportverenigingen*. Nieuwegein: Akro Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.
- van Zietsen, D., & Willemse, D. (2004). *Methodologie van kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Bohn Stafleu van Loghum.
- Vlasveld, A., Mol, P., & Elling, A. (2017). *Vrouwenvoetbal: ontwikkelingen, kansen en uitdagingen*. Opgeroepen op Maart 18, 2018, van <http://www.mulierinstituut.nl/wp-content/uploads/2015/04/Verslag-symposium-vrouwenvoetbal-16-juli.pdf>

Kenny, W. L., Wilmore, J. H., & Costill, D. L. (2016). *Inspannings- en sportfysiologie* (3e herziene druk; G. M. van der Poel, Vert.). Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

BIJLAGE 1 – INTERVIEWVRAGEN GEBASEERD OP HET DEFINITIEF CONCEPTUEEL MODEL

In de bijlage hieronder is het definitief globaal conceptueel model weergegeven. Vanuit dit model zijn de interviewvragen opgezet. Het interview is als volgt uitgevoerd:

1. Er wordt allereerst toegelicht hoe het interview gaat verlopen. Hierin wordt verteld dat er gebruik wordt gemaakt van dimensies (toegelicht als kernbegrippen).
2. Vervolgens wordt er per dimensie een openingsvraag gesteld. Deze vraag is de dikgedrukte vraag in het DCM.
3. Aan de hand van de antwoorden van de respondent worden de diepte vragen gebruikt om de des betreffende informatie te verwerven.

De dimensies kunnen in willekeurige volgorde doorlopen worden, dit wordt bepaald aan de hand van de antwoorden van de respondent.

Variabelen	Dimensie	Aspecten	Indicatoren	Vragen
Aanpak ledenwerving van verenigingen (AV)	Cultuur	Mannelijke voetbalorganisatie cultuur	• Machogedrag • Presteren • Ruimte • Geen verstand van	<u>Openingsvraag: Hoe omschrijft u de verenigingscultuur van uw vereniging?</u> <u>Diepte vragen:</u> 1. A. Wat verstaat u onder een mannelijke voetbalorganisatie cultuur? B. Welke aanpassingen heeft uw vereniging moeten doen in ruimte om met de ontwikkelingen van vrouwenvoetbal mee te gaan? 2. A. Terugkomend op de mannelijke cultuur. In hoeverre is uw vereniging te omschrijven als een prestatiegerichte vereniging? B. Wordt bij uw vereniging een sportvriendelijke omgeving gestimuleerd of gaat het alleen om winnen en doen wat daar voor nodig is? Zo ja stimulering: Wat doet u om dit te bereiken?
		Openheid	• Vernieuwend sportaanbod • Succes ledenwerving	1. A. Kunt u uw vereniging omschrijven als een open vereniging voor meisjes en vrouwen? Zo ja, waarop baseert u dat? Zo ja vraag B. B. Welke vernieuwingen in het sportaanbod zijn er geweest om een open vereniging te worden? C. Zijn er vlak voor, tijdens en na het EK nog vernieuwingen in het sportaanbod geweest? Zo ja, welke? D. Kunt u succesfactoren van deze vernieuwingen omschrijven? 2. A. Hebben de vernieuwingen geleidt tot successen in de ledenwerving
	Aanbod	Versnipperd	• Uitstroom door vastlopen van ontwikkelingen van vereniging • Gebrek aan continuïteit	<u>Openingsvraag: Wat is het huidige aanbod voor meisjes en vrouwen en wat heeft u gedaan om dit te veranderen?</u> <u>Diepte vragen:</u> 1. A. Kunt u uw vereniging omschrijven als een stabiele vereniging voor meisjes en vrouwen? Hoe was dit 2 jaar geleden? – zo ja, vraag B en C. zo nee vraag D. B. Waaruit concludeert u dat de vereniging stabiel is? C. Welke aanpassingen heeft uw vereniging gedaan om te zorgen voor deze continuïteit voor meisjes- en vrouwenleden?

				D. Welke veranderingen moeten er volgens u nog komen om een stabiele omgeving te bieden voor meisjes- en vrouwen? 2. A. Welke ontwikkelingen heeft uw vereniging doorlopen tijdens de groei van het animo naar het vrouwenvoetbal? B. Wat zijn in deze ontwikkelingen belemmeringen geweest? C. Zijn er ook succesfactoren naar boven gekomen tijdens deze ontwikkelingen?
		Passende plek	• Aangepast aanbod • Begeleiding • Plezier/Sfeer • Intrinsiek gemotiveerd meisje	1. A. Hoe omschrijft u de sfeer op uw vereniging ? B. Is deze sfeer de afgelopen jaren veranderd? Zo ja, welke veranderingen hebben plaats gevonden? C. Zijn er vlak voor, tijdens en na het EK nog specifieke veranderingen in sfeer geweest? Zo ja, kunt u deze omschrijven? 2. A. Heeft u sinds de opkomst van het vrouwenvoetbal veranderingen aangebracht in het aanbod van uw vereniging? Zo ja, welke veranderingen? B. Heeft u vlak voor, tijdens of na opnieuw veranderingen toegepast in het aanbod? Zo ja, welke veranderingen? C. Kunt u de succesfactoren benoemen van deze veranderingen? 3. A. Biedt uw vereniging de mogelijkheid aan om meisjes met een intrinsieke motivatie te laten voetballen bij de jongens? B. Welke rol als vereniging speelt u in dat proces? (bv: stimulerende rol, terughoudend, motiverend)
	Diversiteit	Onbekendheid met wensen en behoeften van (voetballende) vrouwen	• Ondersteuning • Gelijkgezinden	Openingsvraag: In hoeverre kunt u uw vereniging omschrijven als een diverse vereniging? Waarom wel of niet divers? <u>Diepte vragen:</u> 1. A. Heeft u een beleidsplan? B. Hoeveel aandacht is er in dit beleidsplan voor ledenwerving?

				C. Is hierin ook focus op nieuwe groepen zoals meisjes? Zo ja, wat zijn deze plannen en welke knelpunten komen daar bij kijken? D. Streeft uw vereniging naar diversiteit? Zo ja, welke beleidsplannen zijn hier voor opgesteld? E. Kunt u uw vereniging omschrijven als een multiculturele vereniging waarin jongens en meisjes spelen? Zo ja, vraag F. zo nee, vraag G. F. Heeft uw vereniging ondersteuning gehad (was dit gewenst) in het ontwikkelen van diversiteit? G. Op welke manier is uw vereniging ondersteund en bent u tevreden over deze ondersteuning? 2. A. Bestaat uw vereniging van nature voornamelijk uit gelijkgezinden leden? Zo ja, welke doelgroep is dit? B. Welke veranderingen heeft uw vereniging doorgemaakt om niet meer uit gelijkgezinden te bestaan?
Impact EK vrouwenvoetbal in eigen land (OV)	Sportmarketing	Imago	- Bekendheid - Publiciteit - Imago vrouwenvoetbal	<u>Openingsvraag: Hoe kijkt uw vereniging aan tegen het imago van vrouwenvoetbal en wat doet de vereniging om in te spelen op dit imago?</u> <u>Diepte vragen:</u> 1. A. Is naar uw idee de bekendheid van vrouwenvoetbal in Utrecht gestegen na het EK vrouwenvoetbal in eigen land? Zo ja, waar baseert u dat op? B. Heeft u als vereniging acties ondernomen vlak voor, tijdens of na het EK vrouwenvoetbal om in te spelen op deze stijging van bekendheid? Zo ja, welke? Zo ja, vraag C. C. Kunt u succesfactoren van deze acties omschrijven?
		Houding verenigingen	Missie en visie vereniging	1. A. Wat is uw missie en visie ten opzichten van het vrouwenvoetbal? B. Is deze missie en visie anders dan 5 jaar geleden? Zo ja, wat is er veranderd? Zo nee, waarom is deze niet veranderd? C. Zijn er acties uit de bijgestelde missie en visie voortgekomen? Zo ja, welke acties zijn er geweest? D. Kunt u succesfactoren omschrijven van deze acties?

	Participatie	Rolmodeleffect	• Enthousiasme • Motiveren	<u>Openingsvraag:</u> Bent u als vereniging op de hoogte geweest van het activatieprogramma vooraf het EK vanuit de VSU en KNVB? In hoeverre heeft u hieraan deelgenomen? <u>Diepte vragen:</u> 1. A. Heeft u in relatie tot het EK vrouwenvoetbal een rolmodel ingezet bij de vereniging? Zo ja, welke effecten had dit en waarom heeft u deze ingezet? C. Kunt u omschrijven op welke manier uw vereniging enthousiasme creëert bij potentiële meisjes- en vrouwenleden?
		Sportparticipatie	• Investeren in nieuwe sportlocaties	1. A. Hoe waren de meningen in het bestuur verdeeld over het investeren in vrouwenvoetbal? B. Welke investeringen heeft uw vereniging gedaan met betrekking tot vrouwenvoetbal? Bv knelpunt van aantal kleedkamers. C. Zijn er vlak voor, tijdens en na het EK nog nieuwe investeringen geweest in het meisjes- en vrouwenvoetbal bij uw vereniging? D. Kunt u succesfactoren van de investeringen omschrijven? E. Welke investeringen ziet u graag nog in de toekomst?
		Activatieprogramma	• Binden van potentiële leden • Inspelen op behoeftes	1. A. Heeft u als vereniging deelgenomen aan het activatieprogramma? Zo ja, welke promotiemiddelen heeft u daar bij ingezet? Zo ja vraag B. Zo nee, vraag D. B. Welke acties zijn er ondernomen tijdens het activatieprogramma om meer meisjes- en vrouwenleden te werven? C. Hebben deze acties succes gehad? Zo ja, welke successen heeft u ervaren? Zo nee, waaruit blijkt van niet? D. Wat zijn faalfactoren met betrekking tot de ledenwerving van meisjes en vrouwen?
	Kennisontwikkeling	Veranderen van inzicht	• Kennis verhogen • Netwerk uitbreiden / concurrentie	<u>Openingsvraag:</u> Heeft uw vereniging wel eens ondersteuning van buitenaf gekregen bij het opzetten van het meisjes-en vrouwenvoetbal? Kwam

				deze ondersteuning van hun kant of heeft u die aangevraagd? <u>Diepte vragen:</u> 1. A. Heeft u door deel te nemen aan het activatieprogramma het netwerk, de kennis en inzichten met betrekking tot ledenwerving kunnen verbeteren? Zo ja, vraag C. C. Welke leerpunten heeft u meegenomen vanuit dit activatieprogramma? D. Heeft u deze leerpunten al toegepast op de vereniging? Zo ja, welke veranderingen bracht dit met zich mee? E. Kunt u de succesfactoren hiervan omschrijven? F. Wat had u graag anders willen doen om deze kennis wel zoveel mogelijk te verbreden?
		Verenigingsadvisering	• Kwaliteit • Zelfstandige vereniging	1. A. Welke successen kunt u omschrijven van de ondersteuning vanuit de VSU? B. In hoeverre is uw vereniging nu zelfstandig op gebied van ledenwerving van meisjes en vrouwen?

BIJLAGE 2 – OVERZICHT ACTIVATIEPROGRAMMA

2017	LOCATIE	DOELGROEP	VAN	TOT	OMSCHRIJVING	GESCHAT BEREIK
'wEURO Toppers bij jou op school	30 scholen + 4 Special Herd	Scholen	maart	juni	'wEURO toppers geven presentatie en clinic bij jou op school.	795 leerlingen
Lezepakket 'wEURO2017	Utrecht	Scholen	januari	maart	Interactief gratis lezepakket in het teken staat van het EK voetbal.	4 scholen in Utrecht
Nieuwjaarsreceptie	Gemeente Utrecht	Genodigden	maandag 2 januari 2017	maandag 2 januari 2017	Receptie georganiseerd door de gemeente Utrecht.	800 genodigden
Sportprijs uitreiking Utrecht	Jaarbeurs Utrecht	Iedereen	woensdag 15 februari 2017	woensdag 15 februari 2017	Sporters, coaches, vrijwilligers worden geëerd voor hun bijzondere prestaties.	800 genodigden
FC Utrecht scholenbezoeken	4 scholen in stad Utrecht	Scholen	maandag 20 maart 2017	maandag 20 maart 2017	De spelers van FC Utrecht gaan op bezoek bij scholen in de gemeente Utrecht.	40 leerlingen
"Vreedzaam" Schoolvoetbaltoernooi	Verenigingen Utrecht	Scholen	maart	april	Scholencompetitie georganiseerd door Harten voor Sport en de KNVB. Keepie Uppie aanwezig met mascotte Kicky	2000 deelnemers
'wEURO Gastcollege	MBO Utrecht	Studenten	maandag 3 april 2017	maandag 3 april 2017	werving vrijwilligers + event promotion	50 leerlingen
Share Talent Tour	MBO Utrecht	Studenten	dinsdag 4 april 2017	dinsdag 4 april 2017	stages/cv-tips/sollicitatiebrieven geven	70 leerlingen
Kick off 100 dagen voor 'wEURO 2017	FC Utrecht stadion	Iedereen	vrijdag 7 april 2017	vrijdag 7 april 2017	Oefeninterland Nederland - Frankrijk en nog veel meer!	Vol stadion!
EK Vriendinnendagen	Verenigingen Utrecht	Iedereen	april	juni	Een toernooi en leuke voetbalactiviteiten samen met jou vriendinnen!	410 deelnemers
Football Friday: Pasen, zoek het voetbal!	Stad Utrecht	Iedereen	vrijdag 14 april 2017	vrijdag 14 april 2017	Zoek de voetbalvelden die verstopt zijn in Utrecht en win kaarten.	Landelijk (online)
Football Friday: Konings spelen	Binnenstad Utrecht	Iedereen	vrijdag 21 april 2017	vrijdag 21 april 2017	Voetballen tijdens de konings spelen.	500 deelnemers
FC Utrecht - Roda JC (Keepie Uppie finale)	FC Utrecht stadion	Keepie Uppie	zondag 23 april 2017	zondag 23 april 2017	Finale keepie uppie finalisten 1 april	Vol stadion!
FC Utrecht verenigingsbezoek	12 verenigingen in Utrecht	Verenigingen	woensdag 26 april 2017	woensdag 26 april 2017	Provinciebezoek in het teken van EK Vrouwen.	90 deelnemers
Oranje wedstrijd Oddezeuys	Oddezeuys	Studenten	vrijdag 28 april 2017	vrijdag 28 april 2017	Op social uitlichten voor Football Friday!	50 studenten
Football Friday: Nog een dag extra oranje bij Oddezeuys	Landelijk	Iedereen	vrijdag 28 april 2017	vrijdag 28 april 2017	Voetballen tijdens voetbaldag bij Oddezeuys	Landelijk (online)
Attractiedagen Nieuw Utrecht	Amaliapark	Iedereen	vrijdag 5 mei 2017	zondag 7 mei 2017	Sport en Spel activiteiten georganiseerd voor jong en oud	1000 bezoekers
Football Friday: Activatedag	Utrecht	Iedereen	vrijdag 5 mei 2017	vrijdag 5 mei 2017	EK sfeeren op bevrijdingsdag.	Landelijk (online)
Football Friday: Moederdag-actie op social	Binnenstad	Iedereen	vrijdag 12 mei 2017	vrijdag 12 mei 2017	Win kaarten voor moederdag en verras je moeder!	Landelijk (online)
Officiële opening oranje loper	Utrecht	Iedereen	dinsdag 16 mei 2017	dinsdag 16 mei 2017	De oranje loper op de trappen bij het Centraal Station worden officieel aangelegd	500 voorbijgangers
Football Friday: Dag in het teken van landen match 1	Utrecht	Iedereen	vrijdag 19 mei 2017	vrijdag 19 mei 2017	'Wedstrijden Nederland - Noorwegen en Denemarken - België (uitlichten via social Kampong Vriendinnendag)	Landelijk (online)
Voetbalfestival 2.0	Vechtzoom	Iedereen	woensdag 24 mei 2017	woensdag 24 mei 2017	Versameling van voetbalactiviteiten en kennisactiviteiten.	90 voetballende meiden
Football Friday: Schoolvoetbalspecial/ voetbalfestival special	Vechtzoom	Iedereen	vrijdag 26 mei 2017	vrijdag 26 mei 2017	Sfeerimpressie van het voetbalfestival 2.0	Landelijk (online)
Football Friday: Dag in het teken van landen match 2	Utrecht	Iedereen	vrijdag 2 juni 2017	vrijdag 2 juni 2017	'Wedstrijden Italië - Rusland en Duitsland - Zweden	Landelijk (online)
DESTO DIVA CUP	DESTO	Iedereen	zaterdag 3 juni 2017	zaterdag 3 juni 2017	Groot meiden toernooi	1000 deelnemers
Football Friday: Basisschoolactivatie: Speelje Fit!	Utrecht	Iedereen	vrijdag 3 juni 2017	vrijdag 3 juni 2017	NTB	Landelijk (online)
Keepie Uppie in winkelcentrum Overkapel	Winkelcentrum Overkapel	Iedereen	zaterdag 10 juni 2017	zaterdag 10 juni 2017	Bedrijven pakket A	50 deelnemers
Voorrondes Studentencup	Oddezeuys	Studenten	zondag 11 juni 2017	zondag 11 juni 2017	Voorrondes Landelijke Studentencup bij Oddezeuys	200 studenten
Ladies Run	Utrecht	Ladies	zondag 11 juni 2017	zondag 11 juni 2017	Kleed je in het roze en ren met jou vriendinnen de ladies run (oranje sfeeren).	800 deelnemers
DHSC EK OPEN VOETBALTRAINING	DHSC	Vrouwen	maandag 12 juni 2017	maandag 12 juni 2017	EK open training	30 deelnemers
DVSU EK VRIENDINNENDAG	DVSU	Iedereen	woensdag 14 juni 2017	woensdag 14 juni 2017	Mini EK en side-events	70 deelnemers
Football Friday: Vaderdag-actie op social	Binnenstad	Iedereen	vrijdag 16 juni 2017	vrijdag 16 juni 2017	Win kaarten voor vaderdag en verras je vader!	Landelijk (online)
DESTO EK VRIENDINNENDAG	DESTO	Iedereen	zaterdag 17 juni 2017	zaterdag 17 juni 2017	Mini EK en side-events	100 deelnemers
Keepie Uppie in winkelcentrum Gagelhof	Winkelcentrum Gagelhof	Iedereen	zaterdag 17 juni 2017	zaterdag 17 juni 2017	Bedrijven pakket A	50 deelnemers
Gemeente intern voetbalactiviteit + Kicky	Gemeente Utrecht	Iedereen	woensdag 21 juni 2017	woensdag 21 juni 2017	Keepie uppie + Kicky	20 deelnemers
Football Friday: Dag in het teken van landen match 3	Utrecht	Iedereen	vrijdag 23 juni 2017	vrijdag 23 juni 2017	'Wedstrijden Oostenrijk - Zwitserland en Frankrijk - IJsland	Landelijk (online)
G5 mini EK	ADO Den Haag	G5 steden	zaterdag 24 juni 2017	zaterdag 24 juni 2017	Elke speelstad komt met een 2 teams in 2 leeftijdscategorieën waarmee een mini EK wordt gespeeld in het ADO den Haag stadion	140 deelnemers
SPORTING '70 EK VRIENDINNENDAG	Sporting '70	Iedereen	woensdag 28 juni 2017	woensdag 28 juni 2017	Mini EK en side-events	50 deelnemers
Football Friday: Show yourTalent special	Utrecht	Iedereen	vrijdag 30 juni 2017	vrijdag 30 juni 2017	Kicky skate mee in de skateparade!	Landelijk (online)
Zw'ALUW'EN UTRECHT 1911 EK VRIENDINNENDAG	Zw'aluwen Utrecht 1911	Iedereen	zaterdag 1 juli 2017	zaterdag 1 juli 2017	Mini EK en side-events	45 deelnemers
KAMPONG EK VRIENDINNENDAG	Kampong	Iedereen	zondag 2 juli 2017	zondag 2 juli 2017	Mini EK en side-events	50 deelnemers
Football Friday: Dag in het teken van landen match 4	Utrecht	Iedereen	vrijdag 7 juli 2017	vrijdag 7 juli 2017	'Wedstrijden Spanje - Portugal en Engeland - Schotland	Landelijk (online)
NK Atletiek poolstokhoogspelingen	Vredenburgplein	Iedereen	donderdag 13 juli 2017	donderdag 13 juli 2017	NTB	Binnenstad vol!
Football Friday: Oranjesdag, kleur je huis oranje, start EK	LANDELIJK	Iedereen	vrijdag 14 juli 2017	vrijdag 14 juli 2017	Haal alle oranjespullen tevoorschijn en kleur alles oranje!	Landelijk (online)
Assemblee Gemeente Utrecht	FC Utrecht stadion	Business	zondag 16 juli 2017	zondag 16 juli 2017	NTB	100 genodigden