

Marketingplan

IJssportcentrum Eindhoven



M.M.E. van Wettum
Commerciële economie, Sport & Entertainment Marketing
Afstudeerbegeleider: Martijn Gregoire
Studentennummer: 1568374
Datum: juni 2013



gemeente Eindhoven

Voorwoord

Voor u ligt het strategische marketingplan dat is geschreven ter gelegenheid van mijn afstudeeropdracht voor de studie Commerciële Economie, Sport & Entertainment Marketing aan de Hogeschool van Utrecht.

Na mijn sollicitatie bij IJssportcentrum Eindhoven kreeg ik de mogelijkheid om af te studeren op de nieuw op te zetten trainingskampen.

Bij dezen wil ik mijn bedrijfsmentor, Jos van Gennip, bedanken voor het beschikbaar stellen van de opdracht en zijn hulp, tijd en begeleiding.

Daarnaast wil ik mijn docentenbegeleider Martijn Gregoire bedanken voor zijn hulp en begeleiding.

Ik heb met plezier bij het IJssportcentrum gewerkt en ik vertrouw erop dat de trainingskampen een positieve bijdrage zullen leveren aan de exploitatie van de ijsbaan.

Eindhoven, juni 2013



Marleen van Wettum

Management summary

Vanwege noodzakelijke bezuinigingen binnen de gemeente Eindhoven, en dus ook binnen de sector Sport, zijn de budgetten voor IJssportcentrum Eindhoven verlaagd. Er moet worden gekort op de uitgaven en de inkomsten moeten worden opgehoogd. Lukt dit niet dan dreigt er alsnog sluiting van IJssportcentrum Eindhoven.

Het is van belang te achterhalen of trainingskampen een bijdrage leveren aan het ophogen van de inkomsten. De hoofdvraag binnen dit onderzoek is:

“Hoe kunnen de trainingskampen op IJssportcentrum Eindhoven zó aantrekkelijk worden gemaakt dat er in de zomer van 2014 minimaal 10 shorttrack- en/of kunstrijeverenigingen trainingskampen boeken en daarmee € 20.000, - wordt gegenereerd”?

Uit marktonderzoek onder shorttrack- en kunstrijeverenigingen in Nederland en België kan geconcludeerd worden dat er diverse verenigingen interesse hebben in trainingskampen. Momenteel worden er nauwelijks trainingskampen aangeboden in Nederland en België. De meeste respondenten geven aan erg blij te zijn dat IJssportcentrum Eindhoven bezig is met het opzetten van trainingskampen. Het merendeel van de ondervraagden die geen trainingskampen willen afnemen doen dit niet, omdat een trainingskamp voor hen buiten de doelstelling van hun vereniging valt. Shorttrackverenigingen hebben interesse in trainingskampen maar maken graag gebruik van hun eigen trainer. Dit in tegenstelling tot de kunstrijeverenigingen die graag willen werken met externe trainers die hoog aangeschreven staan.

De mogelijkheid tot het gebruik van video analyses en het Jump Harness System¹ onderscheidt IJssportcentrum Eindhoven van haar concurrenten. Deze factoren zijn voor verenigingen van belang bij het maken van een keuze voor een trainingskamp.

IJssportcentrum Eindhoven moet veel aandacht besteden aan de promotie van de trainingskampen zodat het naamsbekendheid krijgt in Nederland en België.

Het is gebleken dat voor IJssportcentrum Eindhoven productontwikkeling volgens het Ansoff-model de beste strategie is. De trainingskampen gedurende de zomermaanden zijn een nieuw product op een bestaande markt. Door de opbrengsten van de trainingskampen wordt er meer omzet gerealiseerd. Als de trainingskampen goed afgenomen worden zal dit een eventuele sluiting van IJssportcentrum Eindhoven kunnen voorkomen.

Voorwaarde voor de zomerkampen die IJssportcentrum Eindhoven wil aanbieden is dat er het gehele jaar ijs ligt op de binnenbaan. Shorttrack- en kunstrijeverenigingen kunnen daardoor het gehele jaar door op ijs trainen. De opzet van de kampen kan variëren door de keuzemogelijkheden die er aangeboden worden: van volledig afhuren van de locatie tot het enkel huren van patches².

Uit de financiële analyse is gebleken dat de doelstelling om €20.000, - te genereren in het eerste jaar waarschijnlijk niet wordt behaald. De reden hiervan is dat er in het eerste jaar niet genoeg trainingskampen worden afgenomen om dit te realiseren. Om dit plan te laten slagen is het aan te bevelen om:

- Een online reserveringssysteem op te zetten
- De facebookpagina, die nu niet up-to-date is, actief te gaan beheren
- Een vroegboekkorting aan te bieden
- De aanwezigheid van video analyse en Jump Harness System te promoten
- De trainingskampen niet inhoudelijk te leiden maar enkel de locatie beschikbaar te stellen en slaapmogelijkheden, consumptie en nevenactiviteiten aan te bieden.
- Stagiaire aannemen voor direct marketing
- Jaarlijks te evalueren

¹ Jump Harness System: hengelconstructie voor kunstrijders dat dient als hulpmiddel bij het oefenen van sprongen.

² Patches: uren die specifiek voor kunstrijders/shorttrackers gereserveerd worden.

Inhoudsopgave

Management summary	3
Hoofdstuk 1 Inleiding.....	6
1.1 Onstaansgeschiedenis	6
1.2 Aanleiding	6
1.3 Onderzoekdoelstelling	7
1.4 Organisatiedoelstelling	7
1.5 Probleemstelling.....	7
1.6 Hoofdvraag	7
1.7 Deelvragen.....	7
1.8 Opbouw rapport	8
Hoofdstuk 2 Overzicht verrichte werkzaamheden	9
2.1 Evaluatie afstudeertraject	9
2.2 Competenties.....	9
Hoofdstuk 3 Strategisch profiel.....	11
3.1 Missie en visie van het bedrijf.....	11
3.2 Abell model	12
3.3 Core competence.....	13
Hoofdstuk 4 Interne analyse.....	14
4.1 Profiel van de organisatie	14
4.2 Organisatiestructuur	14
4.3 7's model van McKinsey	14
4.4 Huidige marketing mix	16
4.5 Financiële situatie.....	18
4.6 Strengths and Weaknesses.....	19
4.7 Conclusie interne analyse.....	19
Hoofdstuk 5 Het Marktonderzoek	20
5.1 Populatie.....	20
5.2 Steekproefmethode	20
5.3 Onderzoekmethode.....	20
5.4 Dataverzameling	20
5.5 Resultaten enquête	21
5.6 Resultaten interviews	21
Hoofdstuk 6 Externe analyse.....	23
6.1 Meso analyse	23
6.2 Afnemersanalyse.....	24
6.3 Concurrentie analyse.....	25
6.4 Bedrijfstakanalyse	26
6.4.1 Macro-omgevingsfactoren	26
6.5 Opportunities en Threats	28
6.6 Conclusies externe analyse.....	28

Hoofdstuk 7 SWOT analyse	28
7.1 SWOT	28
7.2 Confrontatiematrix	29
7.3 Strategische issues	30
7.4 Centraal probleem.....	30
7.5 Divergentieanalyse	31
7.6 Marketingstrategie.....	33
Hoofdstuk 8 Segmentatie en doelgroepbepaling.....	34
8.1 Marketingdoelstellingen	34
8.2 Marktsegmentatie	34
8.3 Doelgroepbepaling	34
8.4 Positionering	34
Hoofdstuk 9 Implementatie	35
9.1 Marketing mix.....	35
9.2 Financiële onderbouwing	40
Hoofdstuk 10 Conclusie en aanbevelingen	43
10.1 Conclusies	43
10.2 Aanbevelingen	44
Hoofdstuk 11 Literatuurlijst	455
Hoofdstuk 12 Bijlagen	457
Bijlage 1 Organogram IJssportcentrum Eindhoven	43
Bijlage 2 Organogram Gennepers Parken	43
Bijlage 3 Uitwerking 7's model MCKinsey	43
Bijlage 4 Prijsbestand	52
Bijlage 5 E-mail naar het mailingbestand	53
Bijlage 6 Enquête	54
Bijlage 7 Uitkomsten enquête	59
Bijlage 8 Uitwerking interviews	66
Bijlage 9 Resultaten optie evaluatiemodel	70
Bijlage 10 Slaapmogelijkheden.....	72
Bijlage 11 Nevenactiviteiten	72
Bijlage 12 Product voorbeeld.....	73
Bijlage 13 Prijsstelling	74
Bijlage 14 Implementatie	75
Bijlage 15 Adverteren in schaatsen.nl.....	76
Bijlage 16 Online reserveringssysteem	77

Hoofdstuk 1 Inleiding

Genneper Parken is een veelzijdig sport- en recreatiegebied gelegen in Eindhoven. De grote verscheidenheid aan accommodaties, dicht bij elkaar, maken het mogelijk om activiteiten te combineren. Het gebied is 200 hectare groot en natuur, cultuur en recreatie komen hierin samen. Binnen Genneper Parken ligt IJssportcentrum Eindhoven. Het is een gemeentelijke sportinstelling en heeft alle ingrediënten voor een winters dagje uit. Het IJssportcentrum beschikt over een 400-meterbaan, een ijshal en een trainingsbaan. De 400-meterbaan is semi-overdekt, zodat je toch nog het gevoel hebt dat je buiten aan het schaatsen bent. De ijshal is 30 bij 60 meter groot en is tevens verwarmd. Er hangen camera- systemen, disco LED verlichting en het beschikt over een goede muziekinstallatie. Op de ijshockeybaan is op vrijdagavond onder andere disco on ice. De trainingsbaan is eveneens 30 bij 60 meter en wordt vaak gebruikt voor scholen en verenigingen. IJssportcentrum Eindhoven trekt jaarlijks ongeveer 265.000 bezoekers.

1.1 Ontstaansgeschiedenis

IJclub Eindhoven was voorheen actief op een natuurijsbaan. Ze gingen lobbyen of het mogelijk was om een kunstijsbaan neer te zetten. In 1966 werd de ijsbaan met een binnenbaan en 400-meterbaan gebouwd. Deze werd gesponsord door Philips. Op dat moment waren er maar twee andere kunstijsbanen in Nederland, gelegen in Amsterdam en Deventer. In 1978 werd de ijsbaan door brand in de as gelegd. De ijsbaan werd vernieuwd en er werd een nieuwe binnenbaan en 400-meterbaan gelegd. In 1985 werd er buiten een trainingsbaan geopend. Deze werd neergelegd om A-status te krijgen om zo WK's te organiseren. In 2000 is de 400-meterbaan en trainingsbaan semi-overkapt. (J, Linssen persoonlijke communicatie, 8 mei, 2013)



Afbeelding 1: ijsbaan in 1970

1.2 Aanleiding

Vanwege noodzakelijke bezuinigingen binnen de gemeente Eindhoven en dus ook binnen de sector Sport, zijn de budgetten voor het IJssportcentrum verlaagd. Dit had in 2010 tot gevolg dat de gemeenteraad overwoog het IJssportcentrum te sluiten. Hiermee zou structureel €1.000.000, - bezuinigd kunnen worden. Door protesten van onder andere ijsverenigingen is de raad teruggekomen op dit voorstel en bleef de ijsbaan open. Omdat de bezuinigingstaakstellingen binnen de sector sport toch gerealiseerd dienen te worden, moeten er binnen de verschillende sportaccommodaties van Eindhoven forse maatregelen genomen worden. Enerzijds korten op uitgaven en anderzijds ophogen van inkomsten. Binnen het IJssportcentrum maken nieuw te vormen trainingskampen onderdeel uit van deze interventie.

Momenteel kent IJssportcentrum Eindhoven geen trainingskampen. Verenigingen trekken vaak naar het buitenland en/of andere banen in Nederland. Door ontwikkeling van een passend aanbod kan IJssportcentrum Eindhoven een belangrijke locatie worden voor verenigingen.

Het doel is om kwalitatieve trainingskampen op het gebied van shorttrack en kunstrijs aan te bieden aan verenigingen uit Nederland en België. IJssportcentrum Eindhoven wil een belangrijke speler worden op de markt van trainingskampen.

Shorttrack

In 1975 werd er voor het eerst kennis gemaakt met de sport shorttrack. Shorttrack is een vorm van hardrijden die wordt beoefend op een ijsbaan met minimale afmetingen van 30 bij 60 meter. Er wordt een ronde van 111,11 meter uitgezet. De boarding van de ijshockeybaan wordt bekleed met dikke kussens. Er worden kleine rondes geschaatst waardoor je erg scherpe bochten maakt.

Shorttrackers rijden hun wedstrijd altijd met meerdere rijd(st)ers tegelijkertijd. Tijdens een wedstrijd gaat het niet om de snelste tijd maar om wie er als eerste over de streep gaat. Je bent verplicht om een helm te dragen vanwege de snelheid. De schaats is anders dan een noor, het heeft een hogere schoen en de ronding van ijzer is ronder dan een langebaanschaats zodat een bocht snel genomen kan worden.



Afbeelding 2: shorttrack

Het is een spannende sport waarbij de adrenaline door je lichaam raast. Er wordt 300m, 500m, 1000m en 1500m gereden. De afstand van 2000 of 3000 meter legt een team gezamenlijk af. Ze lossen elkaar af door middel van een duw. (Flew, 2013)

Kunstrijden

In 1917 werd de eerste kunstrijwedstrijd gehouden in Nederland. Kunstrijden bestaat uit solorijden, paarrijden, ijsdansen en formatieschaatsen. Het bestaat uit twee onderdelen te weten een technisch programma en een vrije kür. Bij het technisch programma worden elementen opgesteld door de ISU (Internationale Schaats Unie) waar de kunstrijder zich aan moet houden. Het bestaat uit een kür op muziek van maximaal 2 minuten en 40 seconde. De vrije kür wordt op muziek geschaatst die de rijder zelf mag uitkiezen. Deze kür duurt 4 minuten voor dames en 4,5 minuut voor heren. (Club webware, 2012)



Afbeelding 3: kunstrijden

1.3 Onderzoekdoelstelling

Het optimaliseren van het exploitatieresultaat van IJssportcentrum Eindhoven.

1.4 Organisatiedoelstelling

1. Laagdrempelig recreatief aanbod realiseren voor een zo breed mogelijke doorsnede van de samenleving.
2. Laagdrempelige mogelijkheden creëren voor ijsverenigingen in en om Eindhoven.

1.5 Probleemstelling

Is er belangstelling bij shorttrack- en kunstrijverenigingen om in de zomerperiode een trainingskamp op maat af te nemen bij IJssportcentrum Eindhoven?

1.6 Hoofdvraag

Hoe kunnen de trainingskampen op IJssportcentrum Eindhoven zó aantrekkelijk worden gemaakt dat er in de zomer van 2014 minimaal 10 shorttrack- en/of kunstrijverenigingen trainingskampen boeken en daarmee € 20.000,- wordt gegenereerd?

1.7 Deelvragen

	Deelvraag	Onderzoeksmethode
1	Hoe ziet de Nederlandse en Belgische ijssportmarkt van shorttrack en kunstrijden eruit?	Deskresearch
2	Wat wordt er verstaan onder trainingskampen?	Deskresearch
3	Worden er al trainingskampen aangeboden in Nederland en België?	Deskresearch en fieldresearch
4	Hoe ziet de doelgroep van trainingskampen eruit?	Deskresearch
5	Hoe kan IJssportcentrum Eindhoven zich onderscheiden van hun concurrenten?	Deskresearch en fieldresearch
6	Wat zijn de behoeften van de potentiële klanten van trainingskampen?	Fieldresearch
7	Wat voor aanbod kan IJssportcentrum Eindhoven bieden?	Deskresearch en fieldresearch

1.8 Opbouw rapport

Het rapport is onderverdeeld in verschillende hoofdstukken. Het eerste hoofdstuk begint met de verrichte werkzaamheden tijdens mijn afstudeerstage, gevolgd door mijn leerervaringen en uitgewerkte competenties.

De management summary geeft een beknopte samenvatting van de bevindingen van het marketingplan weer.

Het marketingplan begint met een profielomschrijving van IJssportcentrum Eindhoven gevolgd door de missie en visie, het Abell model en de core competence.

In de interne analyse wordt de organisatiestructuur, het 7's model, de huidige marketing mix en de financiële situatie weergegeven.

Uit het marktonderzoek komen de resultaten van de afgenomen interviews en de enquête naar voren. De externe analyse begint met een omschrijving van de meso-omgeving, gevolgd door de macro-omgevingsfactoren.

Uit de interne en externe analyse vloeit de SWOT-analyse voort. Om de positie op de markt duidelijk te maken wordt er gebruik gemaakt van de confrontatiematrix. Hieruit komen strategische issues naar voren. Deze bestaan uit kansvelden en probleemvelden, waarna het centrale probleem wordt bepaald. Wanneer het centrale probleem is bepaald worden er strategische opties vastgesteld. De opties moeten passen bij de gestelde doelen van IJssportcentrum Eindhoven. Aan de hand van de gestelde strategie wordt de segmentatie en doelgroepbepaling omschreven.

In hoofdstuk 9 wordt de implementatie beschreven die bestaat uit de marketingmix en een financiële onderbouwing. Aan het eind van het marketingplan volgt de conclusie die antwoord geeft op het centrale probleem, gevolgd door mijn aanbevelingen aan IJssportcentrum Eindhoven. Aan het eind van het rapport bevindt zich de geraadpleegde literatuur.

Hoofdstuk 2 Overzicht verrichte werkzaamheden

Tijdens mijn afstudeerstage heb ik mezelf voornamelijk bezig gehouden met het opzetten van de trainingskampen. Het is een nieuw product dus het vergt veel tijd om te onderzoeken of het haalbaar is om het op de markt te zetten.

Ten eerste ben ik begonnen met het verzamelen en analyseren van de gegevens van de Nederlandse en Belgische schaatsmarkt. Ik heb mezelf beperkt tot de schaatsonderdelen shorttrack en kunstrijden.

Om de behoefte van de schaatsers te peilen is er een enquête verstuurd naar ongeveer 600 respondenten in Nederland en België. Daarnaast zijn er interviews afgenomen met trainers van shorttrack en kunstrijden om zo duidelijk op papier te hebben wat hun behoefte is met betrekking tot trainingskampen.

Naast het opzetten van de trainingskampen ben ik bezig geweest met het opzetten van shorttrack drop-ins. Binnen IJCE (ijsclub Eindhoven) zijn ze bezig om de sport shorttrack aantrekkelijk te maken onder de schaatsers. De shorttrack drop-ins vinden plaats van vrijdag 12 april tot en met vrijdag 24 mei. Samen met de heer W. van Maris, bestuurslid van IJCE, heb ik de shorttrack drop-ins opgezet. Het naar buiten brengen van de activiteit heb ik gedaan door middel van een persbericht, posters en e-mail berichten naar het ledenbestand van IJCE. De inschrijving verliep razendsnel en het zat al snel vol. Uiteindelijk heb ik een selectie gemaakt van het aantal deelnemers. Het was een flink puzzelwerk aangezien er maar een beperkt aantal maten schaatsen beschikbaar waren. Er moest rekening gehouden worden met de maten, tijd van inschrijving en het aantal keer dat de schaatsers aanwezig konden zijn. Uiteindelijk ben ik tot een goede en overzichtelijke indeling gekomen waar de heer van Maris erg tevreden over was. Omdat het zo'n succes is, begint vanaf vrijdag 19 augustus tot en met 26 september de tweede sessie shorttrack drop-ins.

Daarnaast heb ik diverse vergaderingen bijgewoond die onder andere gingen over de nieuwe camera systemen binnen IJssportcentrum Eindhoven.

2.1 Evaluatie afstudeertraject

Het was in het begin erg spannend om te beginnen bij IJssportcentrum Eindhoven. Het is een nieuwe omgeving waarin je terecht komt. In het begin moest ik dan ook wennen aan het werkpatroon van half negen tot vijf. De gewenning was er echter snel, je komt in een soort van ritme te zitten.

Tijdens mijn afstudeertraject heb ik geleerd dat als je informatie moet hebben van dergelijke je hier op tijd mee moet beginnen. Ze zijn vaak druk met hun eigen werkzaamheden en hebben geen tijd om vragen van een student te beantwoorden. Dit heb ik ook terug gezien in de enquête die is verstuurd. De respons was matig, maar waarna er een reminder werd verstuurd werd de respons iets hoger. Het is van belang dat je tijdens je afstudeertraject een duidelijke planning maakt. In het begin ging me dit lastig af, ik had een mooie planning gemaakt, maar kwam deze niet goed na. Dit was dan ook een tip van mijn begeleider vanuit de ijsbaan, beter plannen. Na de evaluatie heb ik me hier strenger aangehouden en dit is me goed afgegaan. Een ander puntje wat ik nog kan verbeteren is het stellen van vragen. Hier ben ik af en toe te nalatig in.

De structuur van IJssportcentrum Eindhoven is niet echt duidelijk. Wanneer ik wilde beschikken over informatie werd ik soms van het kastje naar de muur gestuurd wat leidde tot veel werk.

2.2 Competenties

Toepassing van theorie in praktijk

De theorie die ik de afgelopen drieënhalf jaar heb geleerd op de Hogeschool van Utrecht heb ik zeker toe kunnen passen om een goed onderzoek in elkaar te zetten. Ik heb veel aan de theorie van het boek 'strategische en operationele marketingplanning' van Rustenburg gehad.

Het cijfer dat ik hieraan geef is een 4.

Omgaan met (nieuwe) werkomgeving

Het is een hele omschakeling tussen naar school gaan en stage lopen. In het begin was het dan ook erg wennen om lange dagen te maken. Maar de gewenning was er snel. De werkplek waar ik zat was in het begin wennen. Het was best druk in de ruimte waar ik in eerste instantie werkzaam was maar na 3 weken kreeg ik een andere werkplek waar veel ruimte was.

Het nadeel van mijn nieuwe werkomgeving is dat er weinig contact met anderen is. De marketingafdeling van het IJssportcentrum is bijvoorbeeld gevestigd bij zwembad 'de Tongelreep'. Het cijfer dat ik hieraan geef is een 3.

Testen van de eigen mogelijkheden in de praktijk

Het testen van eigen mogelijkheden in de praktijk is goed gelukt. Ik heb namelijk veel zelf ondernomen omdat ik zelf de trainingskampen moest opzetten.
Het cijfer dat ik hieraan geef is een 4.

Aftasten van de loopbaanmogelijkheden

Ik ben tijdens mijn stage bij IJssportcentrum Eindhoven erachter gekomen dat mijn voorkeur er niet naar uitgaat om voor een gemeentelijke instelling te werken. Er wordt gewerkt met één vaste structuur waar niet van afgeweken mag worden.
Tevens wil ik ook geen baan waarbij je elke dag van 09.00 uur tot 17.00 uur achter de computer werkt. Het spreekt mij meer aan om een gevarieerde baan te hebben waarbij je niet heel de dag op een plek zit.
Het cijfer dat ik hieraan geef is een 4.

Eigen persoonlijke leerdoelen:

Planmatig werken:

Het maken van een planning lukt mij vrij eenvoudig. Het nakomen hiervan is echter soms lastig. Uiteindelijk heb ik wel alles op tijd af. Een verbeterpunt voor mezelf is dat ik me strikter aan mijn planning houd.

Het krijgen van kritiek:

Het omgaan met kritiek is een persoonlijk leerdoel. Wanneer ik positieve kritiek ontvang, ontkracht ik dit en wanneer ik negatieve kritiek ontvang ervaar ik dit als vervelend. Soms weet ik mezelf dan geen houding te geven. Ik moet negatieve kritiek niet als negatief zien maar als verbeterpunt.

Hoofdstuk 3 Strategisch profiel

In het strategisch profiel wordt de missie en visie van Genneper Parken omschreven. IJssportcentrum Eindhoven is een divisie van Genneper Parken waar dezelfde missie en visie gehanteerd wordt. Daarnaast is het Abell model weergegeven dat de business scope van de huidige situatie van de organisatie weergeeft. Tevens wordt de core competence beschreven om weer te geven wat de kernkwaliteiten van IJssportcentrum Eindhoven zijn.

3.1 Missie en visie van het bedrijf

IJssportcentrum Eindhoven heeft geen duidelijke missie en visie. De medewerkers onderling geven ieder een geheel andere omschrijving hiervan, waardoor des te meer wordt bevestigd dat deze niet aanwezig is bij het bedrijf. Uit gesprekken met de manager en medewerkers blijkt dat IJssportcentrum Eindhoven de klant centraal wil hebben staan, de kwaliteit van het ijs staat hoog in het vaandel, er wordt gestreefd naar een bezoekersaantal van (meer dan) 300.000 en ze willen meer aanbieden dan alleen 'een uurtje schaatsen'.

Vervolgens is er nog de overkoepelende organisatie Genneper Parken, van waaruit grotendeels de marketing- en communicatie van IJssportcentrum Eindhoven georganiseerd en ter uitvoering wordt gebracht. De missie en visie van Genneper Parken staan hieronder beschreven.

Missie Genneper Parken

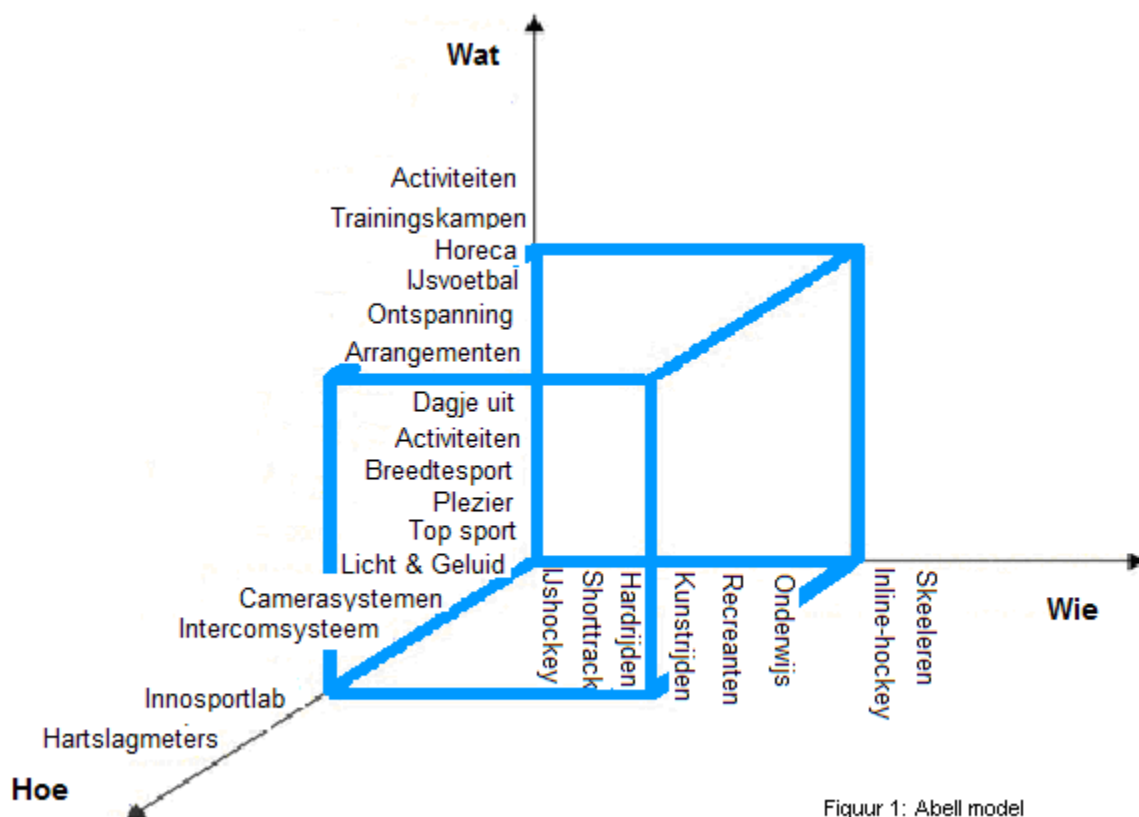
Wij willen door de bezoekers en andere belanghebbenden gezien worden als een authentieke, veelzijdige en vernieuwende aanbieder van vrijetijdsbesteding waarin zij spelenderwijs leren, grenzen verleggen en volop en ontspannen kunnen genieten van 'kwali-tijd'.

Visie Genneper Parken

Wij willen de missie bereiken door aan de verschillende doelgroepen authentieke, veelzijdige en vernieuwende programma's aan te bieden binnen de uitgebreide mogelijkheden in Genneper Parken. Op duurzame en respectvolle wijze gaan wij om met mens en natuur en in harmonie met de omgeving en partners binnen en buiten het gebied. Wij laten bezoekers en andere belanghebbenden Genneper Parken beleven door het ervaren van het unieke aanbod en door de gastvrije ontvangst.

3.2 Abell model

In figuur 1 is het huidige business definition-model van IJssportcentrum Eindhoven te zien. De huidige situatie van de organisatie wordt weergegeven. Het bestaat uit 3 assen: technologieën, segmenten en behoeften. Er wordt duidelijk gemaakt met welke technologieën en producten IJssportcentrum Eindhoven op de markt actief is en op welke doelgroep ze eventueel kunnen inspelen. In het midden van het model is een vierkant weergegeven. Alles wat in het vierkant valt is momenteel binnen IJssportcentrum Eindhoven actief.



Figuur 1: Abell model

In de business scope bevinden zich op het gebied van afnemers ijshockeysers, shorttrackers, hardrijders, kunstrijders, recreanten en scholen. De technologieën die momenteel gebruikt worden zijn licht & geluid, camerasystemen en een intercomsysteem. Op het gebied van behoefte kan er aan veel worden gedacht bij IJssportcentrum Eindhoven. Er is zowel top- als breedtesport. Ze bieden plezier, arrangementen, ontspanning en activiteiten aan. Er is een horeca uitbater aanwezig waar de afnemers drinken en eten kunnen nuttigen.

Op alles wat buiten de business scope valt kan IJssportcentrum Eindhoven inspelen.

3.3 Core competence

De accommodaties die zich bevinden binnen Gennep Parken ondersteunen elkaar. De drie grootste accommodaties zijn Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep met het bekende Pieter van der Hoogenbandstadion, IJssportcentrum Eindhoven en het Indoor Sportcentrum Eindhoven. Het Pieter van den Hoogenband stadion zorgt voor exposure voor Gennep Parken en dus voor IJssportcentrum Eindhoven.

IJssportcentrum Eindhoven is één van de grootste ijsbanen in Nederland en tevens één van de schoonste, qua netheid. Het beschikt over een 400-meterbaan een trainingsbaan en ijshockeybaan van beide de afmeting 30x60m.

Geen ijsbaan in Nederland heeft het gehele jaar ijs liggen op de binnenbaan. Vanaf 2014 ligt er het gehele jaar ijs op de binnenbaan bij IJssportcentrum Eindhoven. In België is er echter één ijsbaan die het gehele jaar ijs heeft liggen op de binnenbaan. De schaatsbaan is gelegen in Turnhout. Wat tevens nog niemand in zowel Nederland als België heeft zijn camerasystemen voor analyses. Momenteel zijn er 12 camerasystemen geïnstalleerd op de binnenbaan. Deze zijn echter niet optimaal voor trainingskampen. De camera's kunnen niet voor analyses gebruikt worden omdat ze te weinig frames bezitten en de verkeerde software bevatten. IJssportcentrum Eindhoven is bezig om het camerasysteem van het InnoSportlab in het Pieter van den Hoogenband stadion te kopiëren naar de ijsbaan zodat analyses mogelijk zijn.



Afbeelding 4: InnoSportLab

Hoofdstuk 4 Interne analyse

4.1 Profiel van de organisatie

IJssportcentrum Eindhoven is onderdeel van Gennep Parken, wat weer onderdeel is van de Gemeente Eindhoven. Gennep Parken is een veelzijdig sport en recreatiegebied. Het IJssportcentrum beschikt over een 400-meterbaan met in het midden een groot grasveld, een ijshockeybaan en een trainingsbaan die ook als ijshockeybaan gebruikt kan worden. De 400-meterbaan is semi-overdekt zodat je toch nog het gevoel hebt dat je buiten aan het schaatsen bent. De ijshockeybaan is 30 bij 60 meter groot en is tevens verwarmd. Er hangen camerasystemen, disco LED-verlichting en het beschikt over een goede muziekinstallatie. Op de ijshockeybaan is op vrijdagavond disco-on-ice, wat erg populair is bij kinderen. Tevens zijn de talenten van het CTO ijshockey en de Eindhoven Kemphanen te bewonderen op het ijs. De trainingsbaan heeft dezelfde grootte als de ijshockeybaan en wordt vaak gebruikt voor scholen en verenigingen.

4.2 Organisatiestructuur

Binnen de Gemeente Eindhoven is er een tak Sport en Bewegen. Onder deze tak valt Eindhoven Noord, de Karpen en Gennep Parken. De gebiedsmanager van Gennep Parken is Paul van Poppel. Onder hem zijn diverse mensen in dienst met de functies: Planning en Control, Marketing en Communicatie, Technische zaken, Facilitaire zaken en Bedrijfsbureau. Indoor Sportcentrum, Nationaal Zwembad de Tongelreep en IJssportcentrum Eindhoven zijn onderdeel van Gennep Parken. Hans Kilwinger is de manager van het Indoor Sportcentrum en Jos van Gennip is de manager van zowel Nationaal Zwembad de Tongelreep als IJssportcentrum Eindhoven.

Jos van Gennip is verantwoordelijk voor de exploitatie van deze beide accommodaties binnen Gennep Parken. De heer J. van der Loo heeft binnen het IJssportcentrum de functie van activiteitscoördinator en is verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken. Zijn hoofdtaken bestaan uit het plannen van activiteiten en aansturing van interne processen. De Marketing & Communicatie wordt ingezet voor de ijsbaan op basis van een jaarlijkse afspraak. Het bedrijfsbureau wordt op basis van het rooster doorbelast, net als technische zaken. Planning en control wordt op basis van het aantal formatieplaatsen doorbelast.

Daarnaast zijn er fulltime- en parttime ploegleiders en werknemers civiele zaken in dienst bij IJssportcentrum Eindhoven. De ploegleider is verantwoordelijk voor het gehele reilen en zeilen. Taken zijn het ontvangen van scholen en recreanten en het verlenen van EHBO. De okay rijder is verantwoordelijk voor het ijs en de werknemer civiele zaken is verantwoordelijk voor de schoonmaak rondom het ijs.

Om de organisatiestructuur te verduidelijken is in bijlage 1 een organogram weergegeven van IJssportcentrum Eindhoven. Bijlage 2 toont het organogram van Gennep Parken.

4.2.1 Bedrijfscultuur

Er is sprake van een zeer informele sfeer binnen de ijsbaan. Iedereen behandelt elkaar met respect, ongeacht welke functie men heeft. Iedereen moet zich goed voelen en een ieder het gevoel geven bij het team te horen. Wanneer er problemen zijn worden deze netjes met elkaar besproken.

De kernwaarden zijn dan ook trots, duurzaamheid, veelzijdigheid en maatschappelijke betrokkenheid. Iedereen heeft voldoende vrijheid om zelf besluiten te nemen.

4.3 7's model van McKinsey

De praktijk leert dat het analyseren van een organisatie op verschillende manieren kan. Een goede manier is het 7's model van McKinsey, omdat zo de prestaties van IJssportcentrum Eindhoven kunnen worden geanalyseerd. In het McKinsey model worden alle aspecten van IJssportcentrum Eindhoven opgenomen die ieder speciale aandacht behoeven van het management.

4.3.1 Structuur

Gennep Parken valt onder de sector Sport binnen de gemeente Eindhoven en IJssportcentrum Eindhoven valt weer onder Gennep Parken. IJssportcentrum Eindhoven heeft een platte organisatie. Het beschikt over een accommodatiemanager en daaronder valt een activiteitscoördinator, die verantwoordelijk is voor de planning. Daaronder valt de werkvloer. De werknemers op de werkvloer blijven op dezelfde laag hangen waarin ze actief zijn. Het is niet mogelijk om hogerop te komen.

4.3.2 Strategie

Bij IJssportcentrum Eindhoven wordt er niet gekozen voor een duidelijke strategie. Ze kenmerken zich door het bepalen van bepaalde 'targets'. Omdat IJssportcentrum Eindhoven als onderdeel van Gennep Parken ook onderdeel is van de gemeente Eindhoven moeten er ieder jaar bepaalde doelen worden gehaald. Wanneer de targets niet gerealiseerd kunnen worden, worden de doelen aangepast. Er is sprake van een taakstellende strategie.

4.3.3 Systemen

IJssportcentrum Eindhoven werkt met het besturingssysteem Windows. Tevens zijn er op alle computers Word, Excel en PowerPoint geïnstalleerd. Alle werknemers die werkzaam zijn binnen de gemeente Eindhoven krijgen een inlogcode voor het gemeentelijke intranet PINO. Dit is een nieuwsbrief van gemeente Eindhoven waarin alle gebeurtenissen worden vermeld. Binnen Gennep Parken worden alle bestanden opgeslagen in een map waar iedereen in kan die werkzaam is binnen Gennep Parken.

4.3.4 Stijl

De accommodatiemanager is bezig met cultuurverandering binnen het personeel. Het personeel is momenteel niet klantvriendelijk genoeg. Het personeel volgt cursussen met betrekking tot klantvriendelijkheid. Er worden meerdere keren per jaar functioneringsgesprekken gevoerd. Voorheen was IJssportcentrum Eindhoven een autoritaire organisatie waarbij het personeel weinig te zeggen had. Sinds 4 jaar wordt er meer aandacht aan het personeel besteed en hebben ze inbreng gekregen. Hierdoor gaan ze beter functioneren.

4.3.5 Sleutelvaardigheden

IJssportcentrum Eindhoven wil de mooiste en schoonste ijsbaan van Nederland zijn. Voor de ijskwaliteit van de 400-meterbaan wordt alles in het werk gesteld. Ze zijn constant op zoek naar verbeterpunten. Dit betreft ook de machines waarmee het ijs wordt gedweild. Er worden veel activiteiten georganiseerd voor diverse schaatsdisciplines. Wat de schaatsbaan uniek maakt is dat ze beschikken over een semi-overdekte 400-meterbaan.

4.3.6 Staf

Het team van IJssportcentrum Eindhoven bestaat uit 15 vaste werknemers. De ploegleiders zitten al 20 jaar in hun vak en zijn niet in voor veranderingen terwijl de accommodatiemanager het graag anders ziet.

Het personeel heeft de mogelijkheid tot het volgen van cursussen, zoals een social media cursus. De gemeente Eindhoven biedt deze cursus aan en het personeel kan zich hiervoor aanmelden.

4.3.7 Shared values

Mensen zijn van nature echte ontdekkers. De accommodatiemanager heeft een sterke wil om nieuwe dingen te ontdekken en het leven op een intense manier te ervaren wat leidt tot prachtige ambities.

Volgens het cultuurtypemodel van Handy hanteert de ijsbaan een personencultuur. De machtspreiding is groot en er wordt weinig samengewerkt. Dit is voornamelijk terug te zien bij de ploegleiders. Toen ze werkzaam werden bij de ijsbaan golden er bepaalde regels waar ze zich nog steeds aan houden. Ze zijn statisch en hebben moeite om zich aan te passen terwijl er veranderingen hebben plaatsgevonden binnen de ijsbaan waardoor aanpassing noodzakelijk is. De aanpassing draagt bij aan het voortbestaan van de ijsbaan. Het veranderen van cultuur heeft een lange weg te gaan. (J. van der Loo, persoonlijke communicatie, 28 februari, 2013)

In bijlage 3 vindt u het uitgebreide interview met J. van der Loo.

4.4 Huidige marketing mix

4.4.1 Product

Bij IJssportcentrum Eindhoven kun je ijshockeyen, kunstrijden, shorttracken, langebaanschaatsen, recreatief schaatsen, disco on ice schaatsen en ijsvoetballen. Het recreatief- en langebaanschaatsen vinden plaats op de 400-meterbaan. Het overige vindt plaats op de binnenbaan of de trainingsbaan. Deze hebben beide een afmeting van 30 bij 60 meter.

IJssportcentrum Eindhoven biedt verschillende arrangementen aan;

Kinderfeestjes: Er worden kinderfeestjes aangeboden bestaande uit: feestelijk onthaal van de jarige, mogelijkheid tot schaatsen en frietjes, een snack en wat te drinken.

IJsvoetbal: Sinds november 2012 is er een nieuwe activiteit op het ijs, ijsvoetbal. Je speelt een uur een potje voetbal met je schoenen op het ijs in een grote opblaasbare bal.

Discoschaatsen: op vrijdagavond van 20.00 uur tot 22.00 uur is er disco-on-ice.

Noren programma: maak kennis met het schaatsen op noren. Het bestaat uit een norenclinic op de semi-overdekte 400-meterbaan. De duur van dit programma bedraagt 2 uur en 15 minuten.

Groepen: vanaf groepen van 25 personen wordt er groepskorting gegeven. Deze is geldig van maandag tot zaterdag met uitzondering van feestdagen. Om hiervoor in aanmerking te komen, dien je dit minimaal twee weken van tevoren aan te vragen.

Schoolsportdag 1 bestaat uit een korte schaatsintroductie, ijshockey toernooi en ter afsluiting disco schaatsen. De duur van dit programma bedraagt 2 uur.

Schoolsportdag 2 bestaat uit een korte schaatsintroductie, ijshockey toernooi en ter afsluiting disco schaatsen. Tussen het ijshockey toernooi en het disco schaatsen kunnen ze kiezen tussen prestatie tocht, priksleeën, ijsstokschietsen, shorttrack of hindernisbaan. De duur van dit programma bedraagt 2,5 uur.

IJshockeyprogramma 1: maak kennis met het ijshockey. Het bestaat uit een ijshockeyclinic gegeven door een instructeur. Je krijgt een ijshockeystick, handschoenen en een helm. Voor en na de clinic krijg je een hapje en een drankje. De duur van dit programma bedraagt 4 uur.

IJshockeyprogramma 2: maak kennis met het ijshockey. Het bestaat uit een ijshockeyclinic gegeven voor een instructeur. Je krijgt de totale uitrusting: ijshockeystick, handschoenen, helm, bescherming en een ijshockeytenue. Voor en na de clinic krijg je een hapje en een drankje. De duur van dit programma bedraagt 4 uur.

Fitnesszaal: in de fitnesszaal kan off-ice worden getraind.

Zomerijs

Van 19 augustus tot 30 september wordt er zomerijs neergelegd op de binnenbaan. Dit is bestemd voor onder andere verenigingen en bonden.

Binnen vereniging IJCE zijn ze begonnen met shorttrack drop-ins op vrijdag 12 april. Het doel van de drop-ins is om de leden van IJCE en niet-leden kennis te laten maken met shorttrack, en ze uiteindelijk te enthousiasmeren om lid te worden van de afdeling shorttrack.

4.4.2 Plaats

IJssportcentrum Eindhoven is gevestigd binnen het gebied Gennepers Parken. Dit is gelegen in het zuiden van Eindhoven en omheind door veel groen.

Bereikbaarheid:

De locatie is goed bereikbaar vanaf de omliggende snelwegen N2, A2 en A67. Er is een ruime parkeerplaats beschikbaar. Ook is er een goede verbinding met het openbaar vervoer. Vanaf station Eindhoven Centraal rijdt buslijn 17 rechtstreeks naar het centrale punt van Gennepers Parken. Voor fietsers is er een fietsenstalling.

Distributie

Wanneer klanten de dienst willen afnemen komen ze persoonlijk in contact met de kassa of telefonisch met de activiteitencoördinator. Wanneer de afnemer een kinderfeestje, ijsvoetbal of een clinic wil boeken moet dit telefonisch worden gedaan met de activiteitencoördinator. Hij beschikt over een bestand met tijden en mogelijkheden. Wanneer er telefonisch een afspraak wordt gemaakt moet de afnemer een mail sturen met een bevestiging naar de activiteitencoördinator.

4.4.3 Prijs

Tarieven per persoon	
0-3 jaar	Gratis
4 jaar en ouder	€ 7,40
65+	€ 3,90
Abonnement	€ 132,00
Passepartout 4-12 jaar en vanaf 55	€ 40,00
Passepartout 13-54 jaar	€50,00
Schaatsen met stadspas	€ 2,00
Studentenkorting (TU)	€ 2,00
Zomerijs	€148, - per uur

Abonnement: een abonnement is zes maanden geldig. Met het abonnement heb je toegang tot IJssportcentrum Eindhoven, Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep en Ir. Ottenbad.

Passe-partouts: een passe-partout is twaalf maanden geldig en geeft tevens toegang tot het IJssportcentrum Eindhoven, Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep en Ir. Ottenbad.

Het abonnement en passe-partout kunnen worden aangeschaft bij de kassa van IJssportcentrum Eindhoven. Bij de aanschaf dien je de stadspas en een pasfoto mee te nemen.

Met de passe-partout betaal je per bezoek €2,00.

In bijlage 4 is het gehele prijsbestand van IJssportcentrum Eindhoven weergegeven.

4.4.4 Promotie

De marketing & communicatie afdeling valt binnen Genneper Parken, en voor de accommodaties die daar binnen vallen. De slogan "LEEF je UIT in Genneper Parken" wordt gebruikt om herkenbaarheid uit te dragen.

IJssportcentrum Eindhoven gebruikt relatief weinig middelen om een zo groot mogelijk marketing communicatie en media rendement te genereren door middel van online en offline marketing.

Online middelen:

- 📍 Website:
Op de website van Genneper Parken zijn alle activiteiten te vinden die in het park plaatsvinden. Op de website van Genneper Parken is een doorverwijzing naar de website van IJssportcentrum Eindhoven.
- 📍 Social media:
Social media is een online platform waar de gebruikers informatie kunnen vinden over IJssportcentrum Eindhoven. Er wordt intensief gebruikt gemaakt van Twitter. De volgers worden op de hoogte gehouden van leuke evenementen, nieuws, activiteiten en acties in IJssportcentrum Eindhoven. Er wordt echter niet intensief gebruik gemaakt van de facebookpagina. Deze is niet up-to-date, terwijl dit een belangrijk medium is op het gebied van social media.
- 📍 Nieuwsbrief:
Één keer per maand komt er een nieuwsbrief uit van Genneper Parken. In de nieuwsbrief staat alle informatie over activiteiten die plaatsvinden in de Genneper Parken. Hier staat de ijsbaan dus ook in vermeld.

Offline middelen:

- 📍 Billboards:
Rondom Genneper Parken bevinden zich billboards langs de wegen. Wanneer er een groot evenement plaatsvindt bij IJssportcentrum Eindhoven wordt dit via de billboards gecommuniceerd.
- 📍 Posters en flyers
- 📍 Banners:
Wanneer er een evenement plaatsvindt, worden er banners ontworpen. Ze bestaan uit 4 palen met op de vlag de naam van het evenement.
- 📍 Persberichten:
Er worden voornamelijk persberichten naar buiten gebracht over de Genneper Parken. Hier wordt het IJssportcentrum in meegenomen.



Dagbladen:

Gedurende de vakanties worden er advertenties in dagbladen geplaatst. Er wordt in het dagblad Groot Eindhoven een spread geplaatst met de activiteiten die er gedurende vakanties plaatsvinden.

Naast deze middelen worden er entreekaartjes-acties gehouden, waardecheques uitgedeeld en verzorgt de marketing-en-communicatieafdeling de aankleding van IJssportcentrum Eindhoven.

Mascotte Genneper Parken

B!NK is de mascotte van Genneper Parken. Tijdens evenementen en activiteiten is B!NK vaak aanwezig om de kinderen te vermaken. Via Twitter, Hyves en Facebook kun je volgen wat B!NK meemaakt. (K, Slegers, persoonlijke communicatie, 21 februari, 2013)

4.4.5 Personeel

De samenwerking van het personeel is van belang voor de ontvangst en behandeling van alle bezoekers. De klanten komen eerst telefonisch in contact met de activiteitencoördinator. Wanneer de afspraken zijn gemaakt worden deze gekoppeld naar de werknemers op de werkvloer. De klant meldt zich bij de kassa en de caissière licht de ploegleider in, die de klant formeel ontvangt. De machinisten zijn op de hoogte van de planning van de week zodat de baan netjes gedweild is. Mochten er zich bijzonderheden voordoen dan schrijven de machinisten en ploegleiders dit in het logboek, zodat al het personeel hiervan op de hoogte is. Tevens wordt het programma extern gecommuniceerd naar Rono Sport voor schaatsenverhuur en naar de externe uitbater van het restaurant 't Schaetshuys gelegen binnen het ijsbaancomplex.

4.5 Financiële situatie

De deuren van IJssportcentrum Eindhoven werden in 2010 bijna gesloten door de gemeente Eindhoven. De ijsbaan heeft tot vorig jaar een tekort gehad op de exploitatierekening. Afgelopen jaar hebben ze een positief jaar gedraaid. Er wordt jaarlijks een bedrag gereserveerd door de gemeente Eindhoven voor de sportinstellingen in Eindhoven. Er wordt een bedrag gereserveerd dat verdeeld dient te worden binnen Genneper Parken, en dat bedrag wordt verdeeld over de accommodaties binnen Genneper Parken. Er moeten extra inkomsten worden gegenereerd zodat IJssportcentrum Eindhoven kan blijven bestaan. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door de verhuur van vergaderruimtes, het aanbieden van nieuwe activiteiten en het verhuren van zomerijs in de zomerperiode.

4.5.1 Huidige financiële situatie

Sinds 2011 is er bij IJssportcentrum Eindhoven een nieuwe accommodatiemanager aan het hoofd gekomen. Hij is tevens accommodatiemanager van Nationaal Zwembad de Tongelreep en heeft veel goede ideeën om de ijsbaan overeind te houden. Het negatieve exploitatieresultaat moet worden omgezet in een positief exploitatieresultaat. Hij kwam met innovatieve ideeën en de inkomsten van IJssportcentrum Eindhoven gingen omhoog. Dit kwam onder meer door de nieuwe activiteit 'ijsvoetbal'. IJssportcentrum Eindhoven draagt jaarlijks een bedrag van €62.000 bij aan het marketing en communicatie en media budget van Genneper Parken/sector Sport & Beweging.

4.5.2 Kengetallen

De berekening van de rentabiliteit, solvabiliteit en liquiditeit kan niet geanalyseerd worden om de financiële situatie te beoordelen. IJssportcentrum Eindhoven is onderdeel van de gemeente Eindhoven en streeft niet naar winst. IJssportcentrum Eindhoven werkt alleen met een exploitatierekening. Alleen op gemeentelijk niveau wordt er een balans en resultatenbegroting gemaakt voor de sector sport.

Zoals al eerder is beschreven wordt er een reserve geëxploiteerd voor IJssportcentrum Eindhoven. In 2012 was dit een bedrag van €1.100.000, -. Als basis kan gesteld worden dat de exploitatie 55% van alle kosten moet terugverdienen. 45% is de gemeentelijke bijdrage van de gemeente.

Alle sportgebieden in Eindhoven werken als een overkoepelende organisatie met elkaar. Mocht Genneper Parken een bedrijfsreserve overhouden en Sport Complex Eindhoven Noord heeft een tekort wordt het bedrag dat Sport Complex Eindhoven Noord te kort heeft door Genneper Parken gefinancierd.

Totaal mogen de sportgebieden een bedrijfsreserve hebben van €750.000, -. Alles wat daarboven zit moet worden afgedragen aan gemeente Eindhoven. (J, Clement, persoonlijke communicatie, 12 maart, 2013)

4.6 Strengths and Weaknesses

Strengths	Weaknesses
S1 Zomerijs van 19 augustus tot 30 september op de binnenbaan	W1 Weinig financiële middelen
S2 Camerasystemen als enige ijsbaan in Nederland	W2 IJssportcentrum Eindhoven heeft geen naam met betrekking tot trainingskampen
S3 Kwaliteit van het ijs staat hoog in het vaandel	W3 De camerasystemen kunnen niet voor analyses worden gebruikt
S4 IJssportcentrum Eindhoven is onderdeel van Gennepark	W3 Niet het gehele jaar ijs hebben liggen op de binnenbaan
S5 Succesvolle activiteit ijsvoetbal	W5 Geen strategie, missie en visie gehanteerd
S6 Geslaagde shorttrack drop-ins	
S7 Samenwerking InnoSportlab Pieter van den Hoogenband stadion	

4.7 Conclusie interne analyse

IJssportcentrum Eindhoven heeft als een van de enige ijsbanen in Nederland zomerijs liggen van 19 augustus tot 30 september op de binnenbaan. De verenigingen en bonden kunnen in de zomer trainen voor het aankomend seizoen. Echter ligt er bij IJssportcentrum Eindhoven niet het gehele jaar door ijs op de binnenbaan. IJssportcentrum Eindhoven beschikt over 12 camerasystemen. De kwaliteit van de camera's zijn niet goed genoeg voor analyses wat leidt tot een zwakte.

Sinds november wordt er de activiteit 'ijsvoetbal' aangeboden. Het is een succesvolle activiteit wat leidt tot een drukke bezetting. Afgelopen april zijn er shorttrack drop-ins opgezet om de sport shorttrack onder de schaatser te brengen. De opkomst was uitermate en de schaatser waren erg enthousiast.

Op het gebied van promotie wordt er intensief samengewerkt met Gennepark. De promotie van de accommodaties binnen Gennepark worden vanaf een locatie gedaan. De accommodaties gebruiken elkaar voor de promotie.

Hoofdstuk 5 Het Marktonderzoek

Bij marktonderzoek worden gegevens verzameld en geanalyseerd die van belang zijn voor beantwoording van de hoofdvraag.

5.1 Populatie

De populatie voor dit onderzoek zijn alle shorttrack- en kunstrijverenigingen in Nederland en België. Er is gekozen voor deze doelgroep omdat er met de trainingskampen op hen wordt richt. Verder is het onderzoek gericht op trainers van het kunstrijsen en shorttracken, zodat er een goed beeld kan worden gecreeerd van de wensen en behoeften van de doelgroep. In Nederland bevinden zich 47 kunstrijsclubs en 15 shorttrackclubs en in België 35 kunstrijsclubs en 7 shorttrackclubs.

5.2 Steekproefmethode

Het is niet mogelijk om alle individuele kunstrijs en shorttrackverenigingen te onderzoeken dus daarom is er gekozen voor een steekproefmethode. Via de website van de KNSB zijn er e-mailadressen verzameld. Naar 600 e-mailadressen is de enquête verstuurd. De respons bedroeg 114 respondenten. Daarnaast zijn er 2 kunstrijsinstructeurs, 1 shorttracktrainer en 1 choreograaf geïnterviewd.

5.3 Onderzoeksmethode

Er zijn veel methodes om onderzoek te doen. Voor mijn onderzoek heb ik gekozen voor beschrijvend onderzoek, omdat het achterhalen van de wensen en behoeften van de afnemer van belang is. Het verzamelen van de gegevens is verkregen worden door het afnemen van interviews en enquêtes. Door middel van het online programma thesistools is de enquête verzonden.

5.4 Dataverzameling

Het is van belang dat de enquête een duidelijke structuur bevat. Er mogen geen dubbelzinnige vragen in voorkomen. De geënuquêteerde moet dan ook geen moeite hebben met het invullen van de enquête.

Voor het interview geldt dat het een duidelijke lijn moet hebben en geen dubbelzinnige vragen moet bevatten. Het moet een spontaan interview zijn waarbij goed wordt doorgevraagd.

5.5 Resultaten enquête

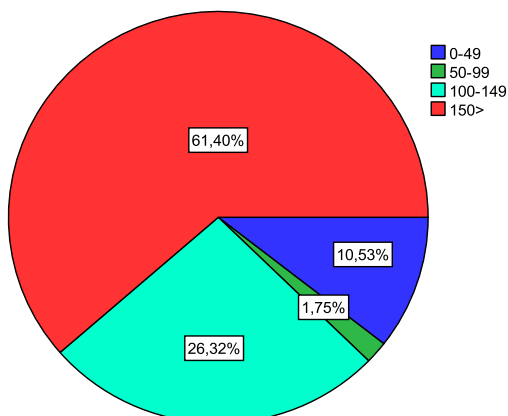
Hieronder worden de belangrijkste resultaten van de enquête beschreven. In bijlage 5 vindt u de e-mail die naar de geënuquêteerde is verstuurd en in bijlage 6 de vragen die tijdens de enquête zijn gesteld.

Van de 114 respondenten zijn er 17 kunstrijsers, 45 shorttrackers, 15 hardrijders, 30 ijshockeyers en 7 andere sporten. 93,55% wil deelnemen aan een trainingskamp.

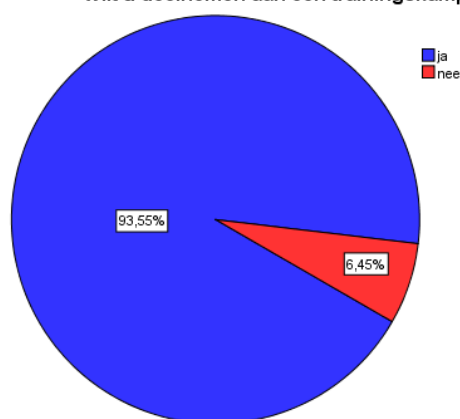
Mijn onderzoek is gericht op kunstrijsers en shorttrackers.

Bij de vraag of de respondenten willen deelnemen aan een trainingskamp willen ongeveer 95% van de shorttrackers en 94% van de kunstrijsers dit.

Welke afstand zou u willen afleggen?



Wilt u deelnemen aan een trainingskamp?



Bijna 62% van alle respondenten geeft aan meer dan 150 kilometer te willen afleggen voor een trainingskamp.

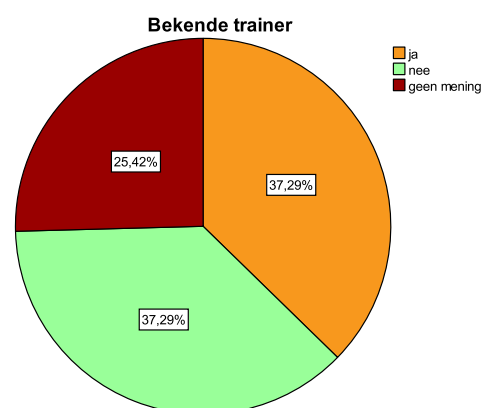
Bij het antwoord op de vraag aan welke aspecten een trainingskamp moet voldoen, kwam naar voren, dat de voorkeur van de respondenten uitgaat naar on-ice trainingen. Slaapmogelijkheden, maaltijden en off-ice activiteiten zijn ook van belang.

Bij de vraag of ze belang hebben bij videoanalyses komt naar voren dat beide doelgroepen hier interesse in hebben. 75% van de kunstrijders en 63% van de shorttrackers.



De helft van de kunstrij-respondenten geeft aan interesse te hebben in een externe trainer en de andere helft heeft geen mening. Shorttrackers geven aan interesse te hebben in hun eigen trainer.

Uit de enquête komt naar voren dat de bekendheid van de trainer van meer belang is bij de kunstrijders dan bij de shorttrackers.



Bij de vraag van welke slaapgelegenheid de respondenten mogelijk gebruik zouden willen maken komt naar voren dat de meeste voorkeur uitgaat naar slapen in een jeugdherberg, gevolgd door een overnachting in een tent of hotel.

Bijna alle respondenten hebben aangegeven dat ze als nevenactiviteiten vooral interesse hebben in het beoefenen van sportieve activiteiten. Daarnaast hebben ze ook interesse in teamactiviteiten.

In bijlage 7 vindt u de uitwerkingen van de enquêtes.

5.6 Resultaten interviews

Om de behoeften van de schaatsers duidelijk weer te geven, om zo met een goed aanbod te komen, zijn er 4 interviews afgenomen. Twee interviews hebben plaatsgevonden met coaches van het kunstrijden, één met een shorttrack trainer en de laatste met een choreograaf van het kunstrijden.

Wim Volkers is werkzaam als ploegleider bij IJssportcentrum Eindhoven en ging jaren met zijn shorttrackteam naar het buitenland voor trainingskampen. Het is voor shorttrackers van belang dat ze de bochten goed onder de knie krijgen. Hij geeft aan dat shorttrackverenigingen vaak alleen de accommodatie willen afhuren aangezien ze zelf een trainer willen meenemen. Qua recreatie hebben de schaatsers behoefte aan mountainbike, bosloop of skeeleren. De reden waarom verenigingen trainingskampen willen bijwonen is om een groepsbinding te creëren. Op de vraag waar zeker aan gedacht moet worden geeft hij aan het dat het belangrijk is om tijdig naar buiten te brengen dat er trainingskampen worden aangeboden.

De geïnterviewde kunstrij coach, genaamd Carina Herrygers, verzorgt zelf al een paar jaar een trainingskamp in Turnhout. Ze geeft aan dat het binnen het kunstrijden een trigger is als er een bekende trainer het trainingskamp leidt. Haar trainingskampen zijn altijd goed bezocht en de interesse komt vooral vanuit verenigingen uit Nederland.

Ze geeft aan dat ze veel interesse heeft in de mogelijkheid om een trainingskamp te kunnen organiseren bij IJssportcentrum Eindhoven. Een tip die ze nog meegeeft is dat het trainingskamp goed gepromoot moet worden door middel van een duidelijke poster, mailing naar verenigingen en actief zijn op social media.

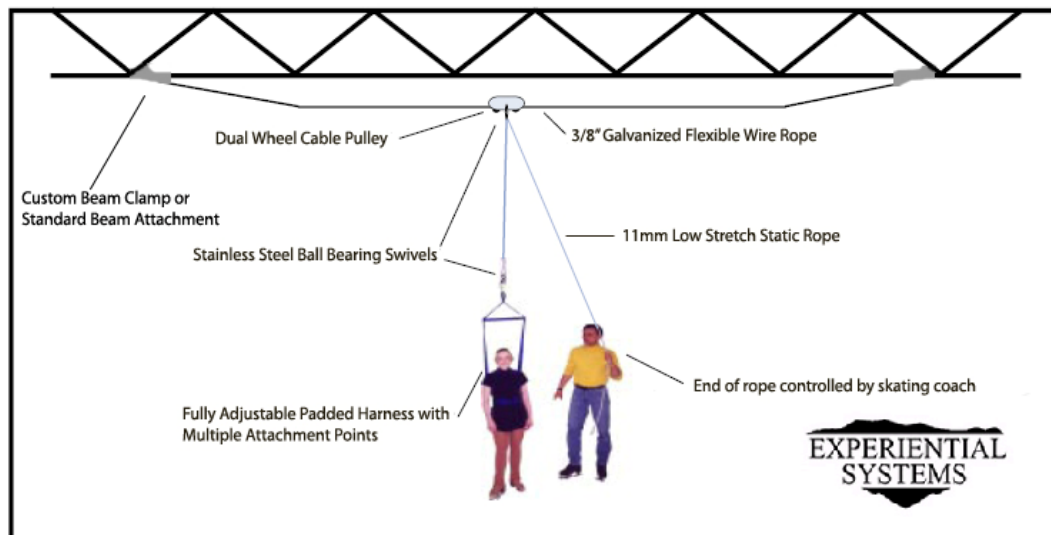
De derde geïnterviewde is de moeder van een kunstrijdster, Jacqueline Wouters. Ze is in opleiding tot trainster. Naar aanleiding van de enquête stuurde ze een enthousiaste mail over de trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven. Na een uitnodiging voor een gesprek heeft ze veel informatie gegeven over bekende namen binnen het kunstrijden. De namen die ze noemde zijn potentiële namen die interessant zijn voor de trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven.

Omdat er in Nederland nauwelijks trainingskampen worden aangeboden gaat ze met haar dochter naar trainingskampen in het buitenland. De geïnterviewde heeft verteld hoe de trainingskampen eruit zien waar ze momenteel met haar dochter heen gaat.

Jacqueline heeft mij doorverwezen naar een bekende choreograaf in de kunstrij wereld, Jimmy Tavares. Zij tipte mij om ook een interview bij hem af te nemen.

Jimmy Tavares geeft in ons gesprek aan dat er geen ijsbanen in Nederland en België zijn die beschikken over een Jump Harness System. Dit is een hengelconstructie voor het kunstrijden. Kunstrijders kunnen zo hun sprongen oefenen zonder dat ze op het ijs vallen. De coach heeft een touw vast waaraan hij/zij trekt wanneer de sprong wordt gemaakt. De kunstrijder bevindt zich in een beugel.

In bijlage 8 vindt u de uitgewerkte interviews.



Figuur 2: Jump Harness System

Hoofdstuk 6 Externe analyse

In de externe analyse worden alle externe factoren beschreven die van invloed zijn op de organisatie.

6.1 Meso analyse

Marktomvang

Totaal aantal kunstrijders en shorttrackers in Nederland

Er zijn 47 kunstrijverenigingen met een totaal van 2000 kunstrijders.

Er zijn 35 shorttrackverenigingen met een totaal van 1000 shorttrackers.

Totaal aantal kunstrijders en shorttrackers in België

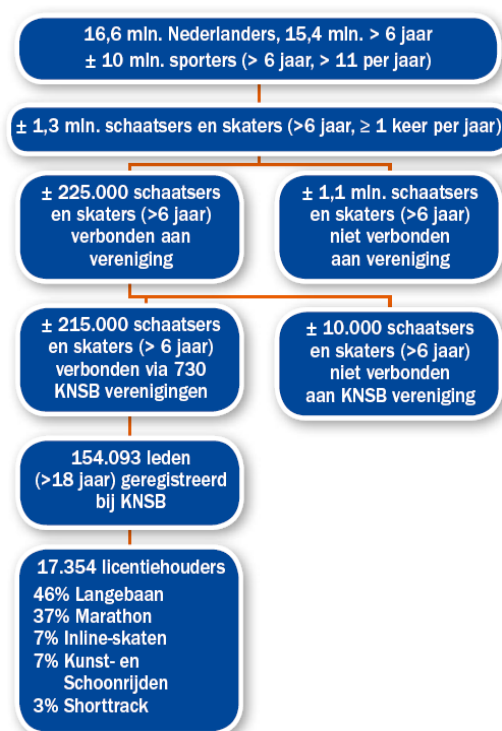
Er zijn 15 kunstrijverenigingen met een totaal van 1600 kunstrijders.

Er zijn 7 shorttrackverenigingen met een totaal van 250 shorttrackers.

Totaal zijn er 1250 shorttrackers en 3600 kunstrijders.

In Nederland bevinden zich ongeveer 10 miljoen sporters waarvan 1,3 miljoen schaatsers en skaters. 225.000 schaatsers en skaters zijn aangesloten bij een vereniging waarvan 215.000 zijn aangesloten bij de KNSB. De KNSB heeft 17.354 licentiehouders onderverdeeld in: 46% langebaan, 37% marathon, 7% kunst- en schoonrijden, 7% inline-skaten en 3% shorttrack. (KNSB, 2011).

De KNSB investeert veel in shorttrack omdat ze verwachten dat het de hele schaatssport ten goede komt. Kunstrijden daarentegen verkeert in zwaar weer. Er zijn in Nederland weinig professioneel bestuurd kunstrijverenigingen. Werkgroep Topsport Kunstrijden vindt dat de KNSB moet durven investeren, want ze zijn van mening dat er voldoende mogelijkheden zijn. (Driessen, 2013)



Figuur 3: Cijfers participatie (2010/2011)

6.2 Afnemersanalyse

Bij de afnemersanalyse gaat het erom dat het duidelijk wordt wie de klanten van de organisatie zijn en wat zij belangrijk vinden. Niet alleen is het belangrijk dat er gegevens over de klanten worden verzameld, maar ook over potentiële klanten.

Wie de klanten zijn kan in kaart worden gebracht aan de hand van de zes W's van Ferell. Dit zijn zes vragen die beantwoord moeten worden over de afnemers. De kansen en bedreigingen die de externe omgeving met zich meebrengt wordt in kaart gebracht, wat belangrijk is om op papier te hebben.

Wie zijn de huidige en potentiële klanten van trainingskampen?

Bij IJssportcentrum Eindhoven worden er momenteel nog geen trainingskampen aangeboden. Er zijn dus geen huidige klanten. De potentiële klanten van trainingskampen zijn alle shorttrack- en kunstrijverenigingen in Nederland en België.

Wat doen de (potentiële) klanten met de producten van trainingskampen?

Momenteel doen de klanten nog niets met de trainingskampen omdat het nog niet op de markt is bij IJssportcentrum Eindhoven. De reden waarom de potentiële klanten de trainingskampen gaan afnemen is omdat ze met hun team willen trainen. De video camera's maakt het interessant voor de vereniging om de prestaties van de rijders te kunnen analyseren zodat ze beter kunnen worden.

Waar kopen de (potentiële) klanten de producten van trainingskampen?

De klanten wonen momenteel de trainingskampen in Dordrecht, Turnhout en Oberstdorf bij. De potentiële bezoekers gaan via internet op zoek naar trainingskampen en komen zo bij IJssportcentrum Eindhoven terecht. De potentiële bezoeker komt dan op een website terecht waarop alle informatie over het trainingskamp vermeldt staat. Op de website kunnen ze zich inschrijven en voor meer informatie kunnen ze telefonisch contact opnemen met de activiteitencoördinator van IJssportcentrum Eindhoven.

Wanneer kopen (potentiële) klanten van trainingskampen hun producten?

De potentiële klanten kunnen vanaf begin april tot eind september trainingskampen boeken bij IJssportcentrum Eindhoven. In 2014 ligt het gehele jaar ijs op de binnenbaan.

Waarom kiezen (potentiële) klanten de producten van trainingskampen?

Uit de enquête over behoeftepeiling van trainingskampen, afgenomen eind februari 2013 onder 600 respondenten waarvan een respons van 114, is naar voren gekomen dat diverse verenigingen behoefte hebben aan een trainingskamp bij IJssportcentrum Eindhoven. Momenteel gaan veel verenigingen naar Turnhout voor een trainingskamp omdat het in Eindhoven nog niet wordt aangeboden. De reistijd naar Turnhout is voor veel verenigingen langer dan naar Eindhoven, vandaar dat verenigingen het trainingskamp bij IJssportcentrum Eindhoven willen bezoeken. De prijzen van patches liggen volgens de respondenten te hoog in Dordrecht dus trekken ze momenteel naar België waar de prijzen lager liggen. De respondenten zijn erg blij dat Eindhoven bezig is met het opzetten van trainingskampen. (Trainingskampen, enquête, Eindhoven, 22-02-2013)

Waarom kopen (potentiële) klanten de producten van trainingskampen niet?

Een belangrijke oorzaak waardoor de klanten geen behoefte hebben aan trainingskampen is het inzicht in de toegevoegde waarde van trainingskampen. Een enkele respondent geeft tevens aan dat het trainingskamp buiten de doelstelling van de vereniging valt en sommigen geven aan dat de afstand te groot is. Het zijn voornamelijk de Friese verenigingen die dit aangeven. (Trainingskampen, enquête, Eindhoven, 22-02-2013)

6.3 Concurrentie analyse

Voor het aanbieden van trainingskampen gedurende de zomermaanden is het belangrijk om te weten welke schaatsbanen in Nederland, België en Duitsland kampen organiseren.

- ☉ Kunstrijvereniging De Drechtsteden Dordrecht biedt van 29 juli t/m 9 augustus 2013 de Dazzling Dordt Days aan. In de eerste week is er een topcoach uit Canada aanwezig die de trainingen leidt. Er is een programma samengesteld voor basis, talentengroep, topgroep en topgroep met masterclass. De prijzen variëren voor één week tussen de €215, - en €350, - en voor twee weken tussen de €405, - en €660, - per persoon. Een warme lunch is bij de prijs inbegrepen. Wanneer er vóór 01-06 wordt betaald wordt er een korting verleend van €40, -. (Kunstrijvereniging De Drechtsteden Dordrecht, 2013).
- ☉ Kunstrijvereniging Kempisch IJstadion Turnhout biedt van 5 augustus t/m 17 augustus het Summercamp Carine aan. Er wordt tijdens het kamp aandacht besteed aan ijstraining, off-ice leningsoefeningen en conditietraining. Er zijn vier verschillende levels, te weten, senior, junior, novice en miniemen level. De prijzen variëren voor een week tussen de €175, - en €370, - en twee weken tussen de €300, - en €660, - per persoon. De variatie in prijzen hangt af van het level waarin de schaatser zich bevindt. Een warme lunch is bij de prijs inbegrepen. Bij het trainingskamp zijn veel bekende trainers aanwezig, die veel ervaring hebben. (Nieuw Olympia Turnhout, 2013).
- ☉ Eissportcentrum Oberstdorf biedt van 15 juni t/m 14 juli en van 10 augustus t/m 24 augustus een kunstrijkamp, genaamd iceDOME I en II, aan. Er zijn vier verschillende groepen en prijzen, te weten, beginner & pre-novice €450, -, novice €500, -, junior €600, - en senior €700, - per persoon. Daarnaast kunnen de kunstrijders er voor kiezen om privé lessen te nemen waar diverse tarieven voor gelden. (Ice Dome Oberstdorf, 2013).
- ☉ Schaatskamp Turnhout biedt van 18 augustus t/m 24 augustus een shorttrackkamp aan. Het is een kamp voor gevorderde schaatser van 10 tot 20 jaar. De prijs bedraagt €200, - voor een week, volpension per persoon. Er wordt dagelijks geschaatst en er vinden activiteiten plaats als skeeleren, fietsen en zwemmen. (Itra Shorttrackclub Wilrijk, Z.D.).

6.3.1 Conclusie concurrentie analyse

In Nederland wordt voor kunstrijden maar één trainingskamp in de zomerperiode aangeboden. In België wordt er naast een trainingskamp voor kunstrijden ook een trainingskamp voor shorttrack aangeboden. De concurrentie op het gebied van trainingskampen is voor IJssportcentrum Eindhoven dan ook niet erg groot.

Op het gebied van externe trainingskampen (kamp die door een externe wordt georganiseerd) is de huurprijs van een uur ijs in België veel lager dan in Eindhoven. Patches in België bedragen €95, - per uur (Schaatsbaan Turnhout, Z.D.) en in Eindhoven rond de €120, - per uur. De kwaliteit van het ijs is echter beter in Eindhoven. (J. van der Loo, persoonlijke communicatie, 2013)

6.4 Bedrijfstakanalyse

In de bedrijfstakanalyse komt naar voren welke invloeden van buitenaf relevant zijn voor de bedrijfstak waarin een organisatie opereert. Hierbij worden de macro-omgevingsfactoren benoemd.

6.4.1 Macro-omgevingsfactoren

Demografisch

Om een goed inzicht te krijgen in de macro-omgevingsfactoren wordt de DESTEP analyse gehanteerd. Deze geeft inzicht in de demografische, economische, sociaal culturele, technologische, ecologische en politiek-juridische factoren.

In Nederland bevinden zich 23 schaatsbanen. Onderstaande tabel geeft de 12 steden met de grootste schaatsbanen weer, evenals het aantal inwoners en het aantal schaatsers per 10.000 inwoners van die steden.

Plaats	Gemeente	Inwoners ^{*)}	Schaatsers (per 10.000 inw.)	Soort baan
11	Heerenveen	42.757	7,02	overdekt
27	Groningen	180.729	4,70	overdekt
63	Deventer	96.504	3,11	semi-overdekt
70	Alkmaar	94.445	2,96	semi-overdekt
75	Eindhoven	209.172	2,82	semi-overdekt
107	Assen	63.383	1,89	semi-overdekt
120	Haarlem	135.136	1,70	semi-overdekt
157	Utrecht	280.949	1,28	semi-overdekt
175	Amsterdam	743.079	1,09	niet-overdekt
260	Breda	169.709	0,53	overdekt
265	Den Haag	475.672	0,50	semi-overdekt
321	Sittard-Geleen	96.648	0,21	niet-overdekt

^{*)} Per 1-1- 2006 (Nederland kent 443 gemeenten.)



Figuur 4: Kleef, R. van (2007)

In België bevinden zich 20 kunstijsbanen. Op de kaart rechts staan de kunstijsbanen weergegeven. De kunstijsbanen met een rode stip zijn de grootste van België.

Trainingskampen richten zich op shorttrack- en kunstrijeverenigingen in Nederland en België.

Kunstrijden

Nederland:

In 1917 hebben de eerste kunstrij-wedstrijden plaatsgevonden. Mede dankzij de bekende televisieprogramma's 'sterren dansen op het ijs' en 'dancing on ice' is het aantal leden in vijf jaar gegroeid van 1.100 naar bijna 2.000 kunstrijders en -rijdsters in Nederland. (Stichting Kunstrijden Nederland, 2011). Er zijn ongeveer 47 kunstrijclubs in Nederland. (KNSB, 2013)

België:

De Vlaamse Kunstschaatsenbond (VKSB) vertegenwoordigt de belangen van de aangesloten Vlaamse kunstschaatsclubs. Alle leden zijn aangesloten bij de VKSB. In totaal zijn er 15 clubs aangesloten met een totaal ledenaantal van 1.600. In België bevinden zich 18 ijsbanen. (Mulder, persoonlijke communicatie, 9 mei 2013)



Afbeelding 5: kunstijsbanen België

Shorttrack

Nederland:

In 1975 werd voor het eerst kennis gemaakt met shorttrack. Binnen 5 jaar is het aantal shorttrackers verdriedubbeld van 350 shorttrackers tot 1.000 shorttrackers. Er zijn ongeveer 35 shorttrackverenigingen. (KNSB, 2013).

België:

In België (Vlaanderen) bevinden zich 7 shorttrackclubs met in het totaal ongeveer 250 leden. (Van Vossel, persoonlijke mededeling, 18 maart 2013)

Economisch

Momenteel leven we in een economische crisis wat een negatieve invloed heeft op de trainingskampen. De gemiddelde koopkracht van de consument neemt in 2013 nog verder af. De werkloosheid zal naar verwachting met bijna 6% stijgen. (NIBUD, 2012)

Uit onderzoek is gebleken dat consumenten minder besteden aan producten en diensten. Er wordt voornamelijk bezuinigd op vrijetijdsbestedingen, waar sport onder valt. Van de 2.000 Nederlandse ondervraagde consumenten geeft 31% aan, de komende tijd minder geld te besteden aan sport. ("Consumenten bezuinigen op vrijetijdsbestedingen", 2010).

Sociaal cultureel

Sport draagt bij aan de bevordering van de gezondheid van de mens. De consument hecht steeds meer waarde aan gezondheid en vitaliteit. (van der Schoot, 2008)

Ten opzichte van langebaanschaatsen, vindt de jeugd van 12 tot 20 jaar shorttrack erg interessant. Het is spectaculair, snel en een wedstrijd duurt niet lang. De korte tijdsduur spreekt de jeugd erg aan. Zowel deelnemers als toeschouwers zijn er relatief weinig tijd mee kwijt. (Driessen, 2013)

Technologisch

Technologie speelt steeds een belangrijkere rol in de sportwereld. Met de camera's kunnen de schaatsers zichzelf analyseren zodat ze hun technieken kunnen verbeteren, wat tot een beter resultaat kan leiden. Bij shorttrack is het van belang dat je scherpe en snelle bochten maakt. Elke honderdste van een seconde telt. Met behulp van de analyse kun je zien waar er nog verbeterpunten liggen. Bij het kunstrijden zijn de houding en sprongen van belang. Een analyse kan helpen bij het verbeteren van de houding en sprongen zodat je hogere punten kunt scoren bij de wedstrijden.

Ecologisch

Nederland heeft een zeeklimaat met milde winters en koele zomers. De milde winters heeft tot gevolg dat het schaatsgevoel niet echt naar boven komt bij de Nederlander. Dit leidt tot een daling van de bezoekers. Omdat de kwaliteit van het ijs erg belangrijk is en de winters niet koud genoeg zijn, zijn de stookkosten van IJssportcentrum erg hoog.

Politiek juridisch

De politiek/juridische factor speelt bij trainingskampen niet echt een rol.

Het is echter wel van belang dat de gemeente Eindhoven de sluiting van de ijsbaan niet gaat herroepen.

Veiligheid

De veiligheid van de bezoekers die deelnemen aan een trainingskamp moeten kunnen worden gewaarborgd. Dit kan doormiddel van ervaren trainers en een goede locatie.

6.5 Opportuniteiten en Threats

Opportuniteiten	Threats
O1 Er is behoefte aan het gehele jaar ijs op de binnenbaan in 2014	T1 Bezuinigen op vrijetijdsbestedingen (sport)
O2 De consument hecht steeds meer waarde aan gezondheid en vitaliteit	T2 Andere trainingskampen in Nederland en België
O3 De opkomst van shorttrack	T3 Trainingskamp valt buiten de doelstelling van de vereniging
O4 Groei van het aantal kunstrijders door de bekende televisieprogramma's 'sterren dansen op het ijs' en 'dancing on ice'	T4 Patches België goedkoper
O5 Binnen IJCE een afdeling shorttrack	T5 Economische crisis

6.6 Conclusies externe analyse

Er is behoefte aan het gehele jaar ijs op de binnenbaan in 2014. De consumenten hechten steeds meer waarde aan gezondheid en vitaliteit. Shorttrack is een sport in opkomst. In vijf jaar tijd is het aantal shorttrackers verdriedubbeld. De groei van het aantal kunstrijders is te danken aan de bekende televisieprogramma's 'sterren dansen op het ijs' en 'dancing on ice'. Momenteel leven we in een economische crisis wat leidt tot bezuinigingen. Consumenten geven aan te bezuinigen op vrijetijdsbestedingen (sport). Er worden nauwelijks trainingskampen aangeboden in Nederland en België, maar de trainingskampen die worden aangeboden vormen wel een bedreiging voor IJssportcentrum Eindhoven.

Hoofdstuk 7 SWOT analyse

In de SWOT worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen weergegeven. Deze zijn voortgekomen uit de interne en externe analyse.

7.1SWOT

Sterktes	Zwaktes
S1: Zomerijs van 19 augustus tot 30 september op de binnenbaan S2: Camerasystemen als enige ijsbaan in Nederland S3: Kwaliteit van het ijs staat hoog in het vaandel S4: IJssportcentrum Eindhoven is onderdeel van Gennep Parken S5: Succesvolle activiteit 'ijsvoetbal' S6: Geslaagde shorttrack drop-ins S7: Samenwerking InnoSportlab Pieter van den Hoogenbandstadion	W1: Weinig financiële middelen W2: IJssportcentrum Eindhoven heeft geen naam met betrekking tot trainingskampen W3: De camerasystemen kunnen niet voor analyses worden gebruikt W4: Niet het gehele jaar ijs hebben liggen op de binnenbaan W5: Geen strategie, missie en visie gehanteerd
Kansen	Bedreigingen
O1: Er is behoefte aan het gehele jaar ijs op de binnenbaan in 2014 O2: De consument hecht steeds meer waarde aan gezondheid en vitaliteit O3: De opkomst van shorttrack O4: Groei van het aantal kunstrijders door de bekende televisieprogramma's 'sterren dansen op het ijs' en 'dancing on ice' O5: Binnen IJCE een afdeling shorttrack	T1: Bezuinigen op vrijetijdsbestedingen (sport) T2: Andere trainingskampen in Nederland en België T3: Trainingskamp valt buiten de doelstelling van de vereniging T4: Patches is in België goedkoper T5: Economische crisis

7.2 Confrontatiematrix

De sterke/zwaktes en kansen/bedreigingen worden in deze paragraaf met elkaar gecombineerd in een confrontatiematrix. Uit de confrontatiematrix vloeien strategische issues voort die hieronder worden toegelicht.

		Kansen			Bedreigingen		
		Er is behoefte aan het gehele jaar ijs op de binnenbaan in 2014	Consument hecht steeds meer waarde aan gezondheid en vitaliteit	Shorttrack in opkomst	Bezuinigingen op vrijetijdsbestedingen (sport)	Andere trainingskampen in Nederland & België	Economische crisis
Sterktes	Zomerijs van 19 augustus tot 30 september op de binnenbaan	⊕⊕	+	+			-
	Camerasystemen als enige ijsbaan in Nederland	+		+		+	
	Geslaagde shorttrack drop-ins	+		⊕⊕			-
Zwaktes	Weinig financiële middelen	-			-		⊖⊖
	IJssportcentrum Eindhoven heeft geen naam met betrekking tot trainingskampen	+			⊖⊖	⊖⊖	
	Niet het gehele jaar ijs hebben liggen op de binnenbaan	⊕⊕					-

7.3 Strategische issues

7.3.1 Kansenvelden

-  IJCE heeft drop-ins gelanceerd voor shorttrack (S) X realiseren van een afdeling shorttrack binnen IJCE (O).
 IJsclub Eindhoven (IJCE) heeft in samenwerking met de KNSB (het gewest N-Brabant-Limburg-Zeeland) en het IJssportcentrum Eindhoven een pilot voor shorttrack opgezet. De trainingen worden gegeven door enthousiaste en deskundige trainers van vrijdag 12 april t/m 24 mei. Er is erg veel animo voor de drop-ins dus de trainingen worden in het nieuwe schaatsseizoen aangeboden in het programma van IJCE.
 IJssportcentrum Eindhoven moet inspelen op de nieuwe enthousiaste shorttrackers door hen over de trainingskampen te vertellen. Tijdens de trainingskampen kunnen de shorttrackers zich verder ontwikkelen.
-  Zomerijs van 19 augustus tot 30 september op de binnenbaan (S) X Er is behoefte aan het gehele jaar ijs op de binnenbaan in 2014 (O).
 Bij IJssportcentrum Eindhoven ligt momenteel zomerijs op de binnenbaan. In 2014 is het een kans voor het IJssportcentrum Eindhoven om als enige ijsbaan in Nederland het gehele jaar ijs te hebben liggen op de binnenbaan.

7.3.2 Probleemvelden

-  IJssportcentrum Eindhoven heeft geen naam met betrekking tot trainingskampen (W) X Andere trainingskampen in Nederland en België (T).
 Bij IJssportcentrum Eindhoven worden momenteel nog geen trainingskampen aangeboden. Het heeft dus nog geen 'naam'. In Nederland en België zijn er enkele trainingskampen gedurende de zomermaanden. Deze kampen hebben al bekendheid onder de schaatser.
-  IJssportcentrum Eindhoven heeft geen naam met betrekking tot trainingskampen (W) X bezuinigingen op vrijetijdsbestedingen, waar sport onder valt (T).
 Om meer inkomsten te genereren moeten er nieuwe producten worden neergezet bij IJssportcentrum Eindhoven. De nieuwe trainingskampen gedurende de zomermaanden moeten gaan zorgen voor extra inkomsten. De trainingskampen hebben nog geen bekendheid dus er moet veel geld en energie worden gestoken in de promotie om het tot een succes te laten leiden. Momenteel leven we in een economische crisis wat leidt tot bezuinigingen op vrijetijdsbestedingen, zoals sport, van 31%. Dit kan een negatief effect hebben op de trainingskampen.
-  Weinig financiële middelen (W) X Economische crisis (T)
 IJssportcentrum Eindhoven heeft weinig financiële middelen ter beschikking. Ze zijn afhankelijk van de subsidie die wordt verleend door de gemeente Eindhoven. Daarnaast gaat men als gevolg van de economische crisis minder besteden en meer sparen. Dit zou een negatief effect kunnen hebben op de trainingskampen.

7.4 Centraal probleem

1. Oorzaken
 Vanwege noodzakelijke bezuinigingen binnen de gemeente Eindhoven, en dus ook binnen de sector Sport, zijn de budgetten van IJssportcentrum Eindhoven verlaagd. Dit had in 2010 tot gevolg dat de gemeenteraad overwoog om IJssportcentrum Eindhoven te sluiten om zo structureel €1.000.000, - te bezuinigen.
 De gemeenteraad is terug gekomen op hun voorstel en de ijsbaan mocht open blijven. Voorwaarde hiervoor is dat er gekort moet worden op de uitgaven en de inkomsten moeten worden verhoogd.
2. Gevolgen
 Als er wordt gekort op de uitgaven bij IJssportcentrum Eindhoven zal dat ten koste gaan van de kwaliteit van het ijs. Wanneer tegelijkertijd de toegangsprijzen stijgen, zal de vraag sterk dalen.
3. Toekomstige effecten
 Het zal voor de consument onaantrekkelijk worden om naar IJssportcentrum Eindhoven te gaan. De bezoekersaantallen zullen dalen met als gevolg dat de ijsbaan toch haar deuren zou moeten sluiten.

7.5 Divergentieanalyse

Bij de divergentie-analyse wordt gezocht naar strategische alternatieven om het centrale probleem op te lossen.

Er zijn 2 stappen:

1. Genereren van 3 opties
2. Kiezen van de beste optie

0: Nul optie (niets doen)

- 1: Productontwikkeling: het aanbieden van trainingskampen op maat op de bestaande markt.
- 2: Customer intimacy: het creëren van klantenloyaliteit met de potentiële afnemers.
- 3: Productleadership: marktleider worden op het gebied van trainingskampen.

Optie 0: *geen verandering*

Voordeel:

-  Geen extra kosten
-  Geen herstructurering
-  Geen extra inspanning

Nadeel:

-  De doelstellingen worden niet behaald
-  Sluiting van de ijsbaan

Suitability: Deze optie is niet geschikt. Doelstellingen worden niet behaald en het centrale probleem wordt niet opgelost.

Feasibility: Het plan is zeker haalbaar. Er hoeft niets veranderd te worden, dus het kan meteen worden uitgevoerd.

Acceptability: Gezien de financiële gevolgen voor de toekomst is deze optie niet acceptabel.

Optie 1: *productontwikkeling*

Voordeel

-  Behalen van je doelstellingen
-  Inspelen in de behoeften van de afnemers

Nadeel:

-  Product heeft nog geen bekendheid
-  Promotiekosten

Suitability: Deze optie is geschikt. De doelstellingen zullen worden bereikt.

Feasibility: Productontwikkeling is een haalbare optie. Op het gebied van promotie zal het wat geld kosten aangezien het product nog geen bekendheid heeft.

Acceptability: Gezien de interesse van de potentiële klanten is het een acceptabele optie.

Optie 2: *customer intimacy*

Voordeel:

-  Klantenbinding / klantentrouw
-  Contact/interactiviteit met klanten
-  Klantenloyaliteit

Nadeel:

-  Kost veel tijd om loyaliteit te creëren
-  Organisatie moet veranderen
-  Niet genoeg kennis in huis om dit te doen

Suitability: Deze optie is geschikt. Er zijn momenteel veel mogelijkheden om customer intimacy in te spelen.

Feasibility: Het is niet zeker of dit plan haalbaar is. Het vergt veel tijd en kennis om dit te realiseren.

Acceptability: Het is twijfelachtig of dit een acceptabele optie is. Waarschijnlijk moet er iemand aangenomen worden die hier specifieke kennis over heeft.

Optie 3: *productleadership*

Voordeel:

- ☑️ Onderscheiden ten opzichte van haar concurrenten
- ☑️ Marktleider

Nadeel:

- ☑️ Investeren in marktonderzoek
- ☑️ Promotiemiddelen
- ☑️ Het product is nog niet op de markt

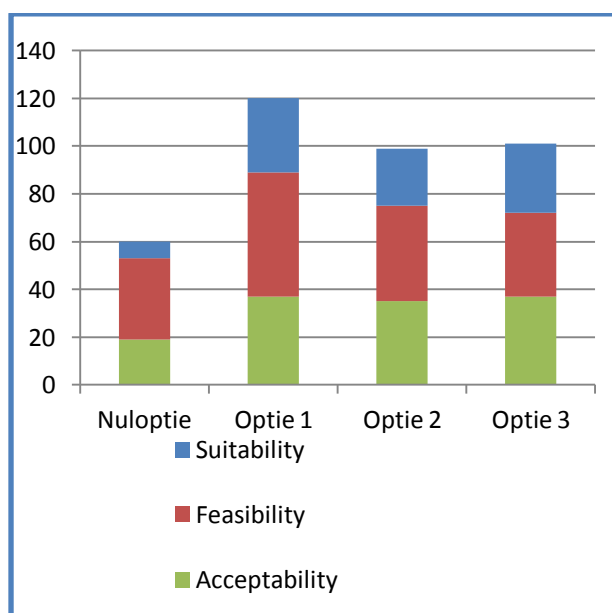
Suitability: Deze optie is geschikt. Het is echter niet zeker of de doelstellingen zullen worden bereikt.

Feasibility: Het is niet zeker of dit plan haalbaar is. Het kost veel geld om te investeren in producten waarmee je je kunt onderscheiden van je concurrenten.

Acceptability: Deze optie is zeker aanvaardbaar.

Gekozen optie

Aan de hand van het optie evaluatiemodel is naar voren gekomen dat optie 1 de geschikte optie is.



Figuur 5: Optie evaluatiemodel

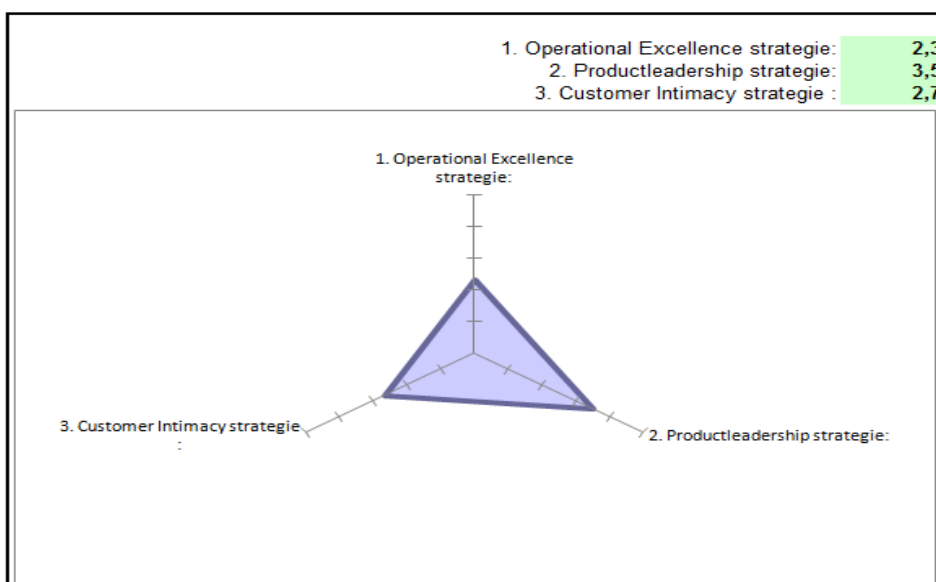
7.6 Marketingstrategie

De strategie die hieruit voortvloeit, is productontwikkeling met een nieuw product op de bestaande markt. Uit onderzoek is gebleken dat de schaatsers interesse hebben in trainingskampen bij het IJssportcentrum Eindhoven.



Figuur 6: Ansoff

Gekeken naar de waardestrategieën van Treacy en Wiersema is productleadership de geschikte waardestrategie. Productleadership zorgt voor het verbeteren van de producten en er wordt veel geïnvesteerd in research en development. Het personeel denkt mee op het gebied van innovaties.



Figuur 7: Treacy & Wiersema

Hoofdstuk 8 Segmentatie en doelgroepbepaling

In dit hoofdstuk wordt de segmentatie, doelgroepbepaling en positionering beschreven.

8.1 Marketingdoelstellingen

- ☑ Naamsbekendheid van de trainingskampen met vijftig procent in 2014.
- ☑ Minimaal 10 shorttrack- of kunstrijeverenigingen moeten in 2014 trainingskampen bijwonen.

8.1.2 Financiële doelstellingen

De financiële doelstelling luidt: hoe kunnen de trainingskampen op IJssportcentrum Eindhoven zó aantrekkelijk worden gemaakt dat er in de zomer van 2014 minimaal 10 shorttrack- en/of kunstrijeverenigingen trainingskampen boeken en daarmee € 20.000 wordt gegenereerd?

8.2 Marktsegmentatie

IJssportcentrum Eindhoven kent de doelgroep. Echter is de doelgroep nog niet bekend met de trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven. Uit onderzoek blijkt dat de doelgroep interesse heeft in trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven.

8.3 Doelgroepbepaling

De doelgroepen waar de trainingskampen zich op moeten gaan richten zijn alle kunstrijd en shorttrackverenigingen in Nederland en België.

De primaire doelgroep ziet er als volgt uit:

In Nederland bevinden zich 47 kunstrijeverenigingen en 35 shorttrackverenigingen.

In België bevinden zich 15 kunstrijeverenigingen en 7 shorttrackverenigingen.

Dit komt neer op een totaal van 104 verenigingen.

Demografisch	Alle kunstrijd en shorttrackers in Nederland en België.
Psychologisch	Sportief, actief
Geografisch	Gevestigd in Nederland en België

8.4 Positionering

Een onderscheidende factor voor IJssportcentrum Eindhoven is dat het een totaal trainingskamp gaat aanbieden in de zomer. Een unique selling point voor IJssportcentrum Eindhoven is dat er camerasystemen aanwezig zijn voor video opnames. Zo kunnen de schaatsers zichzelf na de oefening analyseren. Tevens zijn ze bezig met het installeren van een Jump Harness System voor kunstrijden.

Concurrenten:

IJssportcentrum Eindhoven heeft op het gebied van trainingskampen nauwelijks concurrentie. In Nederland wordt er jaarlijks één kunstrijd kamp aangeboden in Dordrecht. Turnhout (België) biedt jaarlijks één shorttrack- en één kunstrijdkamp aan. In Oberstdorf, gelegen in Duitsland, wordt er ook een kunstrijd kamp aangeboden. Het IJssportcentrum Eindhoven zou zich moeten positioneren als een locatie waar de doelgroep als eerste aan denkt bij de organisatie van een trainingskamp.

IJssportcentrum Eindhoven positioneert zich als vernieuwende aanbieder op het gebied van trainingskampen. Er wordt een compleet trainingskamp georganiseerd voor kunstrijders en shorttrackers.

Hoofdstuk 9 Implementatie

9.1 Marketing mix

Hieronder wordt de marketing mix beschreven van het nieuwe product 'trainingskampen'.

Product

Bij IJssportcentrum Eindhoven worden er vanaf 2014 trainingskampen aangeboden. Een trainingskamp is een meerdaags verblijf op een plek waar een team zich kan voorbereiden op het seizoen. Bij het trainingskamp wordt de locatie beschikbaar gesteld waar de vereniging zich kan voorbereiden. Slaapmogelijkheden, eten, drinken en nevenactiviteiten zitten hierbij inbegrepen. Zo kan het team zich goed richten op de trainingen en hoeven ze zelf nergens naar om te kijken.

Er wordt een variabel trainingskamppakket aangeboden. Het totale pakket kan worden afgenomen of onderdelen van het pakket bestaande uit:

-  Accommodatie (on-ice/off-ice)
-  Slaapmogelijkheden
-  Nevenactiviteiten
-  Camerasystemen
-  Jump Harness System
-  Eten/drinken

On-ice trainingen:

Dagelijks krijg je een paar uur per dag trainingen op het zomerijs.

Off-ice trainingen:

Dagelijks krijg je ongeveer 1 uur per dag off-ice training. Onder off-ice trainingen wordt verstaan oefeningen die niet op het ijs plaatsvinden. Voor kunstrijden zijn dit balletoefeningen, stretchoefeningen, conditietrainingen en sprongkrachttrainingen door middel van Vertimax. Vertimax is een apparaat die de spierkrachten verbetert.

Voor shorttrack zijn dit krachttrainingen, skeeleren, mountainbike en hardlopen.

Slaapmogelijkheden:

Het is mogelijk om te overnachten gedurende het trainingskamp.

In het midden van de 400-meter-baan is een groot grasveld waar tenten op kunnen worden geplaatst. Het is mogelijk dat de bezoeker zelf een tent meeneemt, maar ze kunnen ook tenten huren. Daarnaast zijn er hotels, hostels en jeugdherbergen in de buurt waar overnacht kan worden. In bijlage 9 zijn de slaapmogelijkheden omschreven.

Nevenactiviteiten:

Rondom Eindhoven zijn er veel nevenactiviteiten te beleven. Voorbeelden hiervan zijn zwemmen, mountainbike, ijsvoetballen en midgetgolfen.

In bijlage 10 is het gehele nevenactiviteiten bestand weergegeven.

Camerasystemen:

Er wordt een paal geplaatst op de binnenbaan waarbij de schaatser zich moeten 'inchecken' met een armbandje. Zodra dit is gedaan, gaan de camera's lopen. De schaatser voert de oefening uit, checkt zich uit bij de paal en krijgt op een groot scherm de oefening in slow motion te zien. De oefening wordt opgeslagen op een database en wordt verstuurd naar de schaatser.

Jump Harness System:

Er wordt een Jump Harness System gebouwd zodat de rijd(st)ers dubbele sprongen kunnen oefenen. Het Jump Harness System voorkomt dat je tijdens een verkeerde landing hard op het ijs valt.

Consumptie:

Het IJssportcentrum Eindhoven beschikt over een externe horeca uitbater. Gedurende het trainingskamp verzorgen zij het eten en drinken. Dit houdt in: ontbijt, lunch en diner.

Productdoelstelling

- ☒ In het najaar van 2014 een verhoging van de bezettingsgraad presenteren.
- ☒ In het najaar van 2014 een overzicht presenteren van het aantal shorttrack deelnemers tijdens de trainingskampen.
- ☒ In het najaar van 2014 een overzicht presenteren van het aantal kunstrij deelnemers tijdens de trainingskampen.

In bijlage 11 vindt u een voorbeeld van een trainingskampdag.

Prijs

Voor het basisproduct dat de verenigingen kunnen afnemen geldt de volgende prijs:

On-ice: €120, - per uur.

Off-ice: €50, - per uur.

Naar aanleiding van interviews kan er geconcludeerd worden dat er ongeveer 3 uur per dag on-ice trainingen plaatsvinden en 1 uur off-ice trainingen. Dit komt neer op een prijs per dag van €410, - per vereniging.

Daarnaast is het mogelijk om het product te upgraden met eten/drinken, slaapmogelijkheden en nevenactiviteiten. Daarnaast is het premium product van de trainingskampen het gebruik van camera-systemen en het Jump Harness System. De prijs voor één uur videoanalyse bedraagt €250, - en voor het Jump Harness System geldt een tarief van €100, - per uur.

Hieronder een voorbeeld van een upgradering:

	Prijs
On-ice	€120, - per uur
Off-ice	€50, - per uur
Legertent	€160, - per week voor 20 personen
Consumptie	€20, - per persoon per dag
Totaal voor 5 dagen	€4.210 per vereniging €4.210/20= €210,5 per persoon

In bijlage 12 vindt u een overzicht van de prijsstelling.

Prijsdoelstelling

- ☒ Binnen 4 maanden kortingsafspraken vastleggen voor vroegboekkortingen.
- ☒ Wanneer een respondent van de gevoerde enquête een boeking maakt in 2014 krijgt hij/zij 10% korting op de accommodatiehuur.
- ☒ Binnen 4 maanden afspraken maken over pakkettenkortingen.

Distributie

IJssportcentrum Eindhoven kiest voor exclusieve distributie, de dienst wordt aangeboden vanaf het IJssportcentrum, dus vanaf een vaste vestigingsplaats. De consument moet bereid zijn om de trainingskampen af te nemen.

Op dit moment kunnen de producten van IJssportcentrum Eindhoven afgenomen worden door telefonisch of via e-mail contact op te nemen met de activiteitencoördinator. Dit is een goede manier van communicatie.

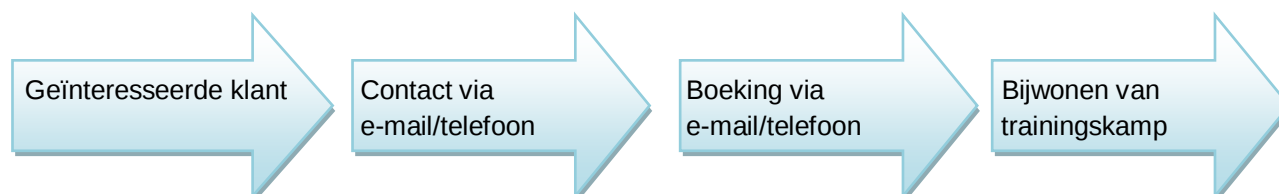
Trainingskampen bij IJssportcentrum moeten makkelijk te vinden zijn op het internet. Op de website van IJssportcentrum Eindhoven, Gennep Parken en de KNSB wordt informatie verstrekt over de diverse mogelijkheden van trainingskampen. De klanten kunnen ook telefonisch contact opnemen wat betreft de mogelijkheden van trainingskampen. Er wordt een variabel pakket aangeboden waar de activiteitencoördinator de klanten over kan inlichten. Zo kan de klant zijn/haar behoeften aangeven en de activiteitencoördinator met een pakket op maat komen. Het is tevens mogelijk om een persoonlijke afspraak te maken wat betreft de mogelijkheden. Dit kanaal is persoonlijke verkoop.

De kanalen waarvoor wordt gekozen zijn:

-  Telefoon
-  Internet
-  Persoonlijke verkoop

Distributieproces

Door middel van communicatiemiddelen, wat later in het rapport beschreven wordt, zal het distributieproces beginnen doordat de klant interesse wekt. De klant zal vervolgens contact opnemen via telefoon of e-mail. Wanneer de klant het juiste pakket op maat heeft bepaald wordt er een boeking gemaakt via e-mail/telefoon. Vervolgens woont de klant het trainingskamp bij.



Figuur 8: distributieproces

Marketingcommunicatie

Uit onderzoek is gebleken dat het erg belangrijk is dat de trainingskampen duidelijk worden gecommuniceerd naar de doelgroep. Het proces vanaf de eerste aanvaring met de trainingskampen tot het daadwerkelijk boeken wordt beschreven aan de hand van het AIDA model.

Attention	De doelgroep moet door middel van verschillende communicatiemiddelen op de hoogte worden gebracht van de trainingskampen.
Interest	De doelgroep raakt geïnteresseerd en wil meer informatie hebben.
Desire	De doelgroep is overtuigd en heeft de wens om het trainingskamp te boeken.
Action	De doelgroep neemt het trainingskamp af.

Communicatiemiddelen

IJssportcentrum Eindhoven beschikt over weinig financiële middelen. De kosten dienen niet te hoog op te lopen maar uiteraard, omdat het een nieuw product is, dient de promotie wel optimaal te zijn.

Direct marketing:

Direct marketing is een instrument dat voor een duurzame relatie tussen aanbieder en afnemer zorgt. De marketingafdeling beschikt over een database waarin alle e-mail adressen van alle shorttrack- en kunstrijverenigingen in Nederland en België zijn weergegeven. In oktober begint het schaatsseizoen en dan wordt er door de marketingafdeling een e-mail verstuurd naar alle verenigingen over de mogelijkheid tot trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven. In de mail wordt de facebookpagina link vermeld. Tevens worden de verenigingen telefonisch benaderd. Door middel van deze communicatiemiddelen wordt de attentie gewekt bij de verenigingen.

Flyers:

De flyers worden ontworpen door de marketingafdeling. Het drukken van de flyers en de distributie ervan wordt verzorgd door de gemeente Eindhoven. Vervolgens worden ze per post verstuurd naar alle shorttrack- en kunstrijverenigingen in Nederland en België. Er zijn in het totaal 104 verenigingen in Nederland en België.

Facebook:

Op de facebook pagina van het IJssportcentrum Eindhoven wordt de flyer gepost. In oktober gaat het nieuwe schaatsseizoen weer van start. Op dat moment wordt er op de facebookpagina van IJssportcentrum Eindhoven meer informatie verstrekt over de mogelijkheid van trainingskampen.

Er wordt een overzicht weergegeven van de diverse trainingskampen. De facebookpagina blijft up-to-date door middel van nieuwsberichten. Een voorbeeld van een nieuwsbericht is de invoering van het Jump Harness System. Zo kan de afnemer precies afnemen waarbij hij/zij zich goed bij voelt.

Free publicity:

Free publicity kan bijdragen aan een hogere bezetting van trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven. Wanneer het Jump Harness System en de camerasystemen geïnstalleerd zijn bij het IJssportcentrum wordt er door de marketingafdeling een persbericht gestuurd naar de landelijke perslijst. Hierin wordt vermeld dat IJssportcentrum Eindhoven de eerste ijsbaan in Nederland en België is die beschikt over deze faciliteiten. De perslijst wordt uitgenodigd voor de onthulling en kunnen zich aanmelden voor de perszitting. Wanneer de pers erover gaat schrijven is er sprake van free publicity.

Nieuwsbrief:

Iedere maand verschijnt er een nieuwsbrief van de Genneper Parken. Vanaf oktober worden de trainingskampen gepromoot door middel van een informatief stuk. De nieuwsbrief wordt verstuurd door de marketingafdeling.

Korting voor snelle beslissers:

Wanneer er vóór december 2013 trainingskampen worden geboekt bij IJssportcentrum Eindhoven wordt er korting verleend op de patches. Dit stimuleert de afnemer om op tijd te boeken, wat tevens fijn is voor de organisatie. De actie voor het boeken van trainingskampen wordt op dat moment gemaakt.

Persoonlijke verkoop:

Het doel van persoonlijke verkoop is om zoveel mogelijk boekingen binnen te slepen. De klant kan zijn/haar wensen en behoeftes bespreken met de activiteitencoördinator en zo kan er een pakket op maat worden gemaakt voor de klant. De klant raakt overtuigd en heeft de wens om een trainingskamp te boeken.

Relatie beheer:

Een belangrijk doel van persoonlijke verkoop is het aangaan van een duurzame relatie. Er is een database aangemaakt waar de klanten in worden opgenomen. Onderstaande gegevens zijn te vinden in de database:

-  Contactgegevens
-  Contactpersoon
-  Wensen en behoeften

Wanneer deze informatie bekend is kan er goed worden ingespeeld op de wensen en behoeften van de klanten. Bij een volgende boeking van de klant weet men precies welk pakket aangeboden dient te worden.

Advertentie in het magazine schaatsen.nl:

De KNSB heeft het grootste magazine van Nederland op het gebied van schaatsen, genaamd schaatsen.nl. Het heeft een oplage van 30.000 en verschijnt maandelijks van oktober tot en met juli. De doelgroep van de trainingskampen leest dit tijdschrift en daarom is het belangrijk dat er een advertentie over de trainingskampen in komt te staan.



Communicatiepanning

Datum	Activiteit
27-09-2013	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
14-10-2013	Bekendmaking van de trainingskampen. Mailing naar de verenigingen
25-10-2013	Verschijsdata schaatsen.nl
25-10-2013	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
01-11-2013	Telefonisch benadering van verenigingen
04-11-2013	Contact zoeken met potentiële afnemers
22-11-2013	Verschijsdata schaatsen.nl
22-11-2013	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
20-12-2013	Verschijsdata schaatsen.nl
27-12-2013	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
24-01-2014	Verschijsdata schaatsen.nl
24-01-2014	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
10-02-2014	Afdrukken van flyers. Flyers versturen naar schaatsbanen in Nederland en België
10-02-2014	Flyer plaatsen op de facebookpagina
21-02-2014	Verschijsdata schaatsen.nl
21-02-2014	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
21-03-2014	Verschijsdata schaatsen.nl
28-03-2014	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
28-03-2014	Reminder naar het mailingbestand over trainingskampen
07-04-2014	Afspraken maken met 't Schaetshuys m.b.t. ontbijt/lunch/diner
25-04-2014	Verschijsdata schaatsen.nl
02-05-2014	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
26-05-2014	Personeel op de hoogte brengen van het aantal trainingskampen
30-05-2014	Verschijsdata schaatsen.nl
06-06-2014	Advertentie aanleveren aan schaatsen.nl
04-07-2014	Verschijsdata schaatsen.nl

Communicatiedoelstellingen (na 1 jaar communicatie):

- ☑ Merkbekendheid: trainingskampen moeten bij 50% van de doelgroep bekend zijn.
- ☑ Gedrag: 10% van de doelgroep moet uiteindelijk het trainingskamp afnemen.

Personeel

Tijdens de trainingskampen is er personeel aanwezig van het IJssportcentrum. Het is van belang dat de werknemer op de hoogte is van de reservering zodat de bezoekers goed worden ontvangen. Het eerste contact met de bezoeker is erg belangrijk, ze moeten een goede indruk wekken. Het personeel ontvangt een planning waarop staat wanneer het ijs gedweild dient te worden. 't Schaetshuys is gedurende het trainingskamp geopend. De eigenaar bereidt het ontbijt, lunch en diner voor.

Wanneer de afnemer er voor kiest om op het terrein te overnachten dient er iemand aanwezig te zijn die een opleiding tot BHV (bedrijfshulpverlening) heeft gevolgd. Er wordt geïnformeerd bij de afnemer of hij/zij hierover beschikt. Wanneer dit het geval is wordt het ontruimingsprotocol besproken en hoeft er 's nachts geen personeel van de ijsbaan, dat in het bezit is van BHV, aanwezig te zijn.

Begin september wordt er een stagiaire aangenomen die begin oktober de verenigingen telefonisch gaat benaderen. Daarnaast gaat de stagiaire het reilen en zeilen rondom de trainingskampen opnemen.

Voor de premium producten camerasysteem en Jump Harness system is geen extra personeel nodig. De cameraopnames worden doorgestuurd naar een account zodat de trainer de opnames met de schaatser kan analyseren. Wanneer de camerasystemen een succes zijn en er is heel veel vraag naar, kan er een expert worden aangenomen die zich continue bezig houdt met het analyseren van de schaatsters. Zo verleen je extra service aan de schaatsters.

9.2 Financiële onderbouwing

In de financiële onderbouwing wordt weergegeven of het realistisch is trainingskampen te organiseren bij IJssportcentrum Eindhoven.

Hieronder worden de prijzen weergegeven van de trainingskampen. Er worden diverse mogelijkheden van trainingskampen beschreven waaruit verenigingen kunnen kiezen. De exacte inhoud van de verschillende trainingskampen wordt in bijlage 14 beschreven.

Naar aanleiding van de interviews en enquête wordt er verwacht dat er in 2014 twaalf trainingskampen worden afgenomen bij IJssportcentrum Eindhoven. De verwachting is dat dit aantal in 2015 is gestegen naar 20 kampen en in 2016 naar 32 kampen. 40% van de vaste kosten (GWL) wordt doorbelast naar de trainingskampen.

Trainingskampen

Opbrengsten			2014		2015		2016
	Prijs	Aantal	Totaal	Aantal	Totaal	Aantal	Totaal
<i>Trainingskamp1</i>	€ 2.050	2	€ 4.100	1	€ 2.153	0	€ 0
<i>Trainingskamp2</i>	€ 2.550	5	€ 12.750	2	€ 5.355	4	€ 10.710
<i>Trainingskamp3</i>	€ 3.300	1	€ 3.300	6	€ 20.790	8	€ 27.720
<i>Trainingskamp4</i>	€ 2.950	1	€ 2.950	6	€ 17.700	10	€ 30.975
<i>Trainingskamp5</i>	€ 2.250	1	€ 2.250	0	€ 0	1	€ 2.363
<i>Trainingskamp6</i>	€ 4.250	2	€ 8.500	3	€ 13.388	5	€ 22.313
<i>Trainingskamp7</i>	€ 5.000	0	€ 0	1	€ 5.250	2	€ 10.500
<i>Trainingskamp8</i>	€ 5.400	0	€ 0	1	€ 5.670	2	€ 11.340
Totale opbrengsten		12	€ 33.850	20	€ 70.305	32	€ 115.920

Kosten			2014		2015		2016
	Kosten per TK	Aantal	Totaal	Aantal	Totaal	Aantal	Totaal
<i>Gas per m3</i>	€ 382	6	€ 2.290	6	€ 2.359	12	€ 4.718
<i>Elektra per kWh</i>	€ 927	6	€ 5.561	6	€ 5.728	12	€ 11.456
<i>Water per m3</i>	€ 48	6	€ 286	6	€ 294	12	€ 588
<i>Promotiekosten</i>	€ 4.174		€ 4.174		€ 4.174		€ 4.174
<i>Tent</i>	€ 160	3	€ 480	5	€ 989	9	€ 1.483
<i>Consumptie</i>	€ 4.000	2	€ 8.000	5	€ 20.600	9	€ 37.080
<i>Lunch</i>	€ 500	7	€ 3.500	14	€ 7.210	22	€ 11.330
<i>Personeelskosten (optioneel)</i>			€ 1.250		€ 1.250		€ 1.250
<i>Camera systemen</i>			€ 3.000		€ 3.000		€ 3.000
<i>Jump Harness System</i>			€ 100		€ 100		€ 100
Totale kosten			€ 28.641		€ 45.704		€ 75.180
Netto-opbrengst			€ 5.209		€ 24.601		€ 40.740

9.2.1 Conclusie

Uitgaande van het verwachtingspatroon worden er in de zomermaanden van 2014 gedurende 6 weken, 2 trainingskampen per week afgenomen bij het IJssportcentrum.

In 2014 wordt er vanuit gegaan dat er een netto-opbrengst behaald wordt van €5.209, -.

De stelling om €20.000, - te genereren in 2014 kan niet gerealiseerd worden. Er worden te weinig trainingskampen afgenomen om de doelstelling te behalen. De camera's hebben een afschrijving van 5 jaar. De kosten per jaar voor de camera's bedragen €3.000, -. Het Jump Harness System heeft een afschrijving van 10 jaar dus de kosten hiervoor bedragen €100, - per jaar.

De gebruikskosten van de videoanalyse bedragen €250, - per uur. Na 60 afnamen zijn de aanschafkosten van het systeem, zijnde €150.000, -, gedekt.
Voor het Jump Harness System geldt een afname van 10 voor dekking van de aanschafkosten die €1.000, - bedragen. De gebruikskosten per uur hiervoor bedragen namelijk €100, -.

Naar verwachting wordt er in 2015 ongeveer €25.000, - gegenereerd en in 2016 €41.000, -. Gemiddeld genomen over 3 jaar wordt er ongeveer €23.500, - gegenereerd.

Er wordt vanuit gegaan dat de kosten voor deelname aan de trainingskampen jaarlijks worden verhoogd met 5% en dat de vaste kosten (GWL) met een indexering van 3% omhoog gaan.

Wanneer er gedurende het gehele jaar ijs ligt op de binnenbaan blijven de verenigingen die momenteel patches afnemen, doortraineren. Dit levert tevens extra inkomsten op. Momenteel dekken de verenigingen de vaste kosten van het IJssportcentrum. Daarnaast is de activiteit 'ijsvoetbal' erg populair en deze kan dan eveneens heel de zomer worden afgenomen.

Kosten:

GWL

De gemiddelde gas- en elektraprijs over de jaren 2009 t/m 2013 is gebruikt om de tarieven van 2014 te berekenen. De prijzen van het water variëren niet.

		2009	2010	2011	2012	2013
Gas	€/m ³	€0,631	€0,472	€0,531	€0,607	€0,53
Elektra inkoop	€/kWh	€0,110	€0,090	€0,091	€0,099	€0,098

	Verbruik per week	Gem. tarief 2009-2013	Kosten per week
Gas	1.725 m ³	€0,5534 per m ³	€954,32
Elektra	23.733 kWh	€0,0976 per kWh	€2.317,23
Water	100 m ³	€1,1904 per m ³	€118,98
			€3.390,53

Uit onderzoek blijkt dat het weer geen invloed uitoefent op het verbruik van gas, elektra en water. De reden hiervoor is dat de ijsshal goed verduisterd en afgesloten is.

Personeelskosten:

Overdag zijn er geen extra personeelskosten. De reden hiervoor is dat er momenteel het gehele jaar één machinist aanwezig is bij IJssportcentrum Eindhoven. De machinist kan de bezoekers van het trainingskamp ontvangen en het ijs dweilen.

's Nachts hangt het van de afnemer af (i.v.m. BHV) of er personeel van de ijsbaan aanwezig moet zijn. De kosten per uur voor het extra personeel bedraagt €25, - en wordt ingezet van 21.00-07.00 uur.

Aan de stagiaire die begin september wordt aangenomen zijn geen kosten verbonden omdat gemeentelijke instellingen, zoals IJssportcentrum Eindhoven, geen stagevergoeding geven.

Promotiekosten:

Binnen de accommodaties:

In Nederland bevinden zich 82 shorttrack-/kunstrijverenigingen en in België zijn dat er 22. De flyer wordt per post opgestuurd. Een postzegel binnen Nederland bedraagt €0,54 en naar België €0,90. Dit komt neer op een totaal bedrag van ongeveer €64, -.

De flyers worden zelf ontworpen en verstuurd naar de drukkerij van de gemeente Eindhoven. De prijs voor 2.000 flyers bedraagt €60, -.

Het magazine schaatsen.nl verschijnt negen keer per jaar.

De trainingskampen worden negen maal gepromoot in het magazine op ¼ deel van de pagina.

De kosten hiervoor bedragen €450, - per maand, dat is jaarlijks €4.050, -. De prijzen voor het plaatsen van een advertentie in schaatsen.nl vindt u in bijlage 15.

De promotiekosten komen neer op een totaal van € 4.210, -.

Tenten:

De kosten voor het huren van een tent bedraagt voor IJssportcentrum Eindhoven €160, - per week voor 20 personen. Bij de afnemer wordt €200, - in rekening gebracht. IJssportcentrum Eindhoven houdt €40, - per kamp over.

Consumptie:

Naar aanleiding van een gesprek met de eigenaar van 't Schaetshuys zijn de kosten voor ontbijt, lunch en diner neergekomen op €20, - per persoon per dag.

Lunch:

Naar aanleiding van een gesprek met de eigenaar van 't Schaetshuys zijn de kosten voor een lunch €5, - per persoon per dag.

Jump Harness system:

Na overleg met het personeel van de ijsbaan is er geconcludeerd dat de prijs van het Jump Harness system ongeveer €1.000, - bedraagt. De technische dienst van IJssportcentrum Eindhoven gaat het Jump Harness system zelf bouwen. Een sportschool in Eindhoven is failliet verklaard en in de hal hangt een rails die IJssportcentrum Eindhoven mag gebruiken. Daarnaast beschikt een trainster van het kunstrijden over een harnas dat IJssportcentrum Eindhoven gratis mag hebben.

Camerasystemen:

In samenwerking met het Innosportlab de Tongelreep heeft een bewegingswetenschapper camera's ontwikkeld voor IJssportcentrum Eindhoven. Deze order bevat 2 camera's inclusief software en 2 grote schermen. De camera's worden geplaatst op de binnenbaan en kunnen gebruikt worden voor shorttrack en kunstrijden. De kosten voor de order bedragen €15.000, - .

Hoofdstuk 10 Conclusie en aanbevelingen

Binnen dit hoofdstuk volgen de conclusies en aanbevelingen van dit onderzoek. Hier zal antwoord worden gegeven op de hoofdvraag.

10.1 Conclusies

IJssportcentrum Eindhoven moet de inkomsten ophogen om sluiting tegen te gaan. Trainingskampen maken onderdeel uit van de interventie. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt:

“Hoe kunnen de trainingskampen op IJssportcentrum Eindhoven zó aantrekkelijk worden gemaakt dat er in de zomer van 2014 minimaal 10 shorttrack- en/of kunstrijverenigingen trainingskampen boeken en daarmee € 20.000, - wordt gegenereerd”?

We bevinden ons in een economische crisis die bezuinigingen onder de consumenten tot gevolg heeft. Uit onderzoek is gebleken dat van de 2.000 ondervraagden, 31% aangeeft komende tijd minder geld te besteden aan sport. Hier staat tegenover dat de consument waarde hecht aan gezondheid en vitaliteit.

Uit marktonderzoek kan geconcludeerd worden dat er diverse shorttrack- en kunstrijverenigingen interesse hebben in trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven. Momenteel worden er nauwelijks trainingskampen aangeboden in Nederland en België. IJssportcentrum Eindhoven onderscheidt zich ten opzichte van haar concurrenten door de mogelijkheid van videoanalyses en het Jump Harness System. Aangezien géén ijsbaan in Nederland en België beschikt over deze mogelijkheden is het voor verenigingen aantrekkelijk om te kiezen voor een trainingskamp bij IJssportcentrum Eindhoven. Momenteel reizen kunstrijders voor trainingen met het Jump Harness System af naar Dortmund. Tevens heeft géén ijsbaan in Nederland het gehele jaar ijs liggen in de ijshal. In Turnhout (België) is dit echter wel het geval. De locatie Eindhoven is derhalve belangrijk voor verenigingen die nu lang moeten reizen naar trainingslocaties.

Uit het onderzoek komt naar voren dat shorttrackers belang hebben bij het werken met hun eigen trainer. Kunstrijders daarentegen zijn geïnteresseerd in bekende, externe trainers. IJssportcentrum Eindhoven moet daarom de trainingskampen niet inhoudelijk leiden maar enkel de locatie beschikbaar stellen en slaapmogelijkheden, consumptie en nevenactiviteiten aanbieden aan verenigingen.

Er moet tijdig begonnen worden met de promotie van de trainingskampen. In een tijdperk waarin social media een grote rol speelt is het van belang dat effectief gebruik wordt gemaakt van communicatiemiddelen zoals o.a. facebook en e-mail.

Hoewel de kampen door de aanschaf van de camerasystemen en het Jump Harness System dermate aantrekkelijk worden gemaakt dat er in het eerste jaar naar alle waarschijnlijkheid 12 kampen worden afgenomen, wordt de financiële doelstelling van €20.000, - in het eerste jaar niet behaald door de hoge kosten. Echter zullen er door de toename van de naamsbekendheid de daaropvolgende jaren meer kampen worden afgenomen. Hierdoor zal er gemiddeld genomen over drie jaar €23.500, - worden gegenereerd en zal de financiële doelstelling wel worden bereikt, wat bijdraagt aan de overlevingskansen van IJssportcentrum Eindhoven.

Momenteel is er voor aankomende zomer 2013 al één trainingskamp geboekt door een kunstrijvereniging.

10.2 Aanbevelingen

Aan de hand van voorgaande conclusies kunnen er een aantal aanbevelingen worden gedaan.

Aanbeveling 1

IJssportcentrum Eindhoven beschikt niet over een online reserveringssysteem. De toegevoegde waarde van een online reserveringssysteem is dat het gemakkelijk gemaakt wordt voor de consument. Momenteel beschikt vrijwel iedereen over internet. Het online reserveringssysteem geeft weer wanneer er ijs beschikbaar is. De consument kan zo thuis de boeking maken voor patches. De boeking wordt gemaakt door middel van het invoeren van je naam, adres, telefoonnummer, tijdsduur ijshuur etc. Hierna kan je de boeking afronden door te betalen met het online betalingssysteem Ideal. In bijlage 16 is een voorbeeld van een online reserveringssysteem weergegeven.

Aanbeveling 2

De facebookpagina van IJssportcentrum Eindhoven is momenteel niet up-to-date. Er zijn maar 92 mensen die de pagina hebben 'geliked' tegenover een likers aantal bij het Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep van 1.200. Marketing & communicatie moet de facebookpagina meer up-to-date maken. De laatste post op de facebookpagina was in 2011. Op de facebookpagina moet informatie komen te staan over de activiteiten die plaatsvinden bij IJssportcentrum Eindhoven.

Aanbeveling 3

IJssportcentrum Eindhoven moet voor de trainingskampen een vroegboekorting hanteren. Wanneer je vóór een bepaalde periode het trainingkamp boekt krijg je een bepaalde korting. Dit stimuleert de afnemer om op tijd te boeken wat tevens fijn is voor de organisatie.

Aanbeveling 4

De aanwezigheid van video analyse en Jump Harness System moeten goed worden promoot naar de doelgroep. Het zijn onderscheidende factoren voor IJssportcentrum Eindhoven ten opzichte van haar concurrenten. Er dient aangegeven te worden wat voor toegevoegde waarde de video analyse en Jump Harness System biedt.

Aanbeveling 5

Tijdens mijn onderzoek voor de nieuw op te zetten trainingskampen bij IJssportcentrum Eindhoven ben ik er achter gekomen dat de kunstrijders interesse hebben in bekende trainers en shorttrackers juist liever gebruik maken van hun eigen trainer. Ik beveel IJssportcentrum Eindhoven aan de trainingskampen niet inhoudelijk te leiden maar enkel de locatie beschikbaar te stellen en slaapmogelijkheden, consumptie en nevenactiviteiten aan te bieden.

Aanbeveling 6

Op het gebied van promotie dient er een stagiaire aangenomen te worden die de verenigingen telefonisch gaat benaderen. Dit is een kosteloze investering. Tevens gaat de stagiaire het reilen en zeilen opnemen met betrekking tot trainingskampen.

Aanbeveling 7

Het is van belang dat er na de trainingskampen van 2014 een evaluatie plaatsvindt met de afnemers. Het is belangrijk dat de ervaringen worden gemeten. Na de meting kan er geconcludeerd worden wat er goed was en wat er eventueel verbeterd kan worden.

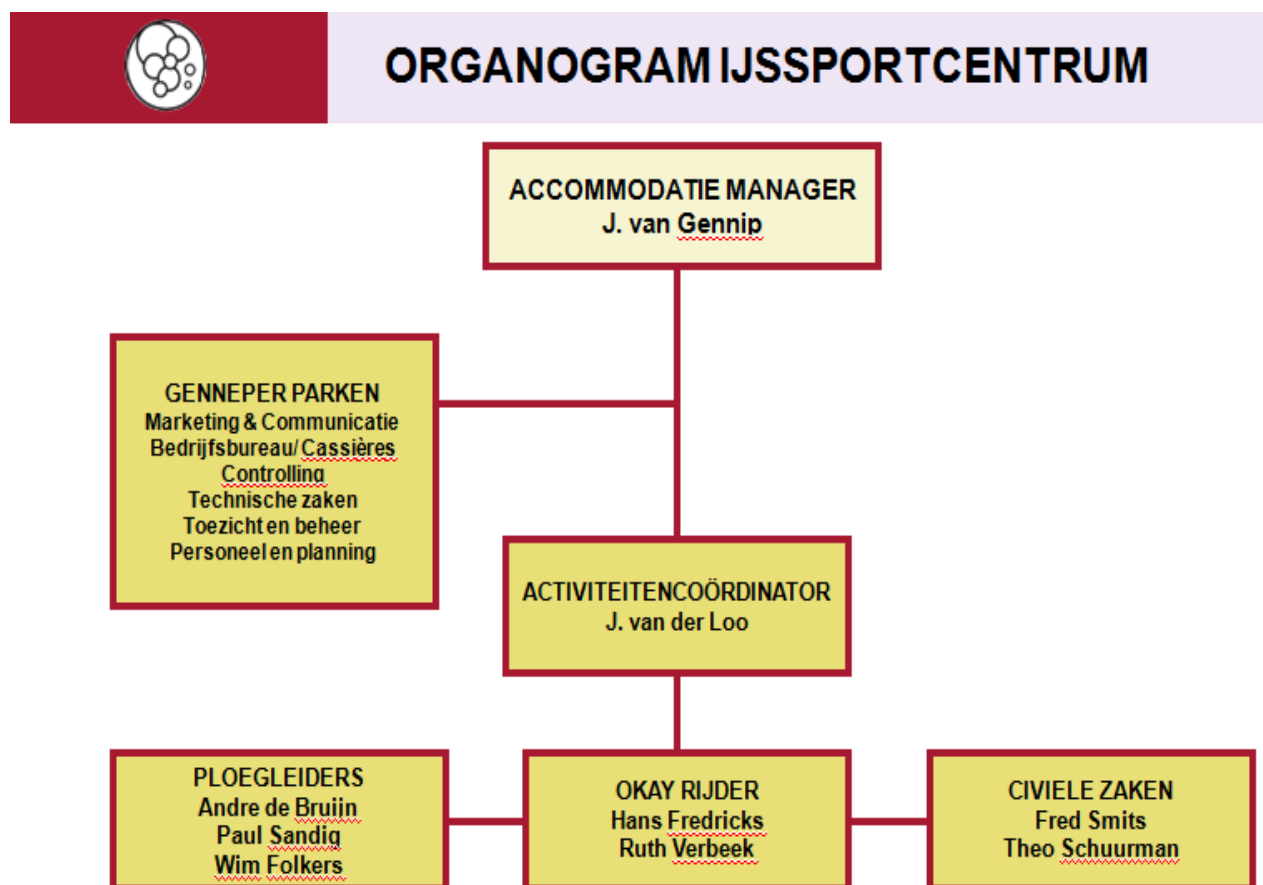
Literatuurlijst

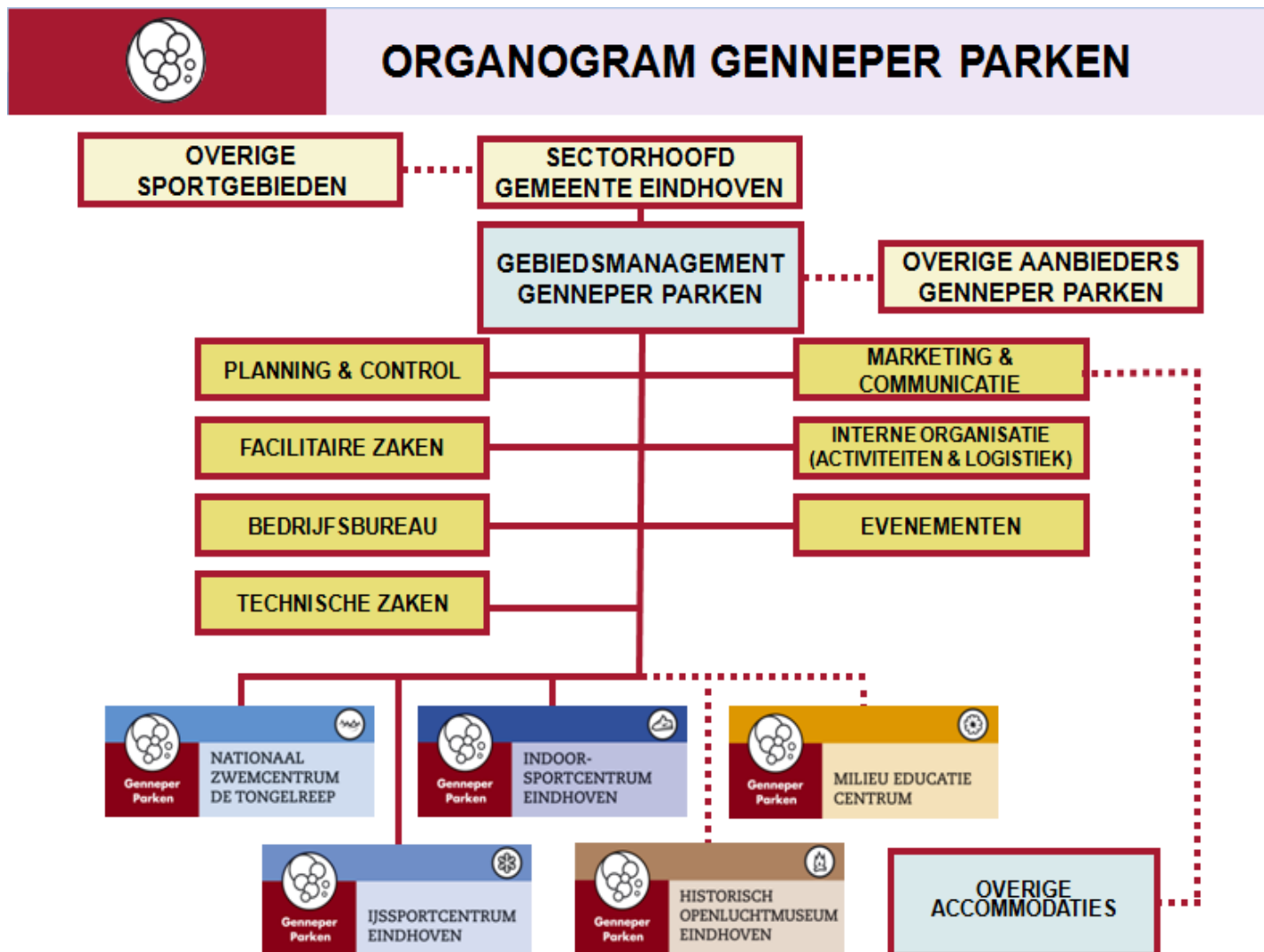
- Berge, L. ten & Oteman, M. (2009) *inleiding organisatiekunde*, Bussem: Coutinho
- Berkel, J. van (2011) *Kwantitatieve analyse met PASW statistics 18*, Utrecht.
- Body LIFE (2008). *Gezondheid verkoopt*. Geraadpleegd op 17 maart 2013, <http://www.inlineconsulting.nl/data/presse/a5e00132259715.pdf>
- Driessen, E (2013). De opmars van shorttrack. *Sportaccom*, p. 42-43.
- Genneper Parken (Z.D.). *Tarieven IJssportcentrum Eindhoven*. Geraadpleegd op 6 februari 2013, <http://www.ijssportcentrum.nl/algemeen/tarieven-ijssportcentrum-eindhoven.html>
- Giesbers, Verweij & Beer, (2013). *Vergrijzing: Wat is de huidige situatie*. Geraadpleegd op 22 april 2013, <http://www.nationaalkompas.nl/bevolking/vergrijzing/huidig/>
- Ice Dome Oberstdorf (2013). *IceDome 2013*. Geraadpleegd op 13 maart 2013, <http://en2012.icedome.com/camps/icedome/dates-und-regsitration/8041-8043-8045-0-8045-0.htm>
- Itra Shorttrackclub Wilrijk (Z.D.). *Stages & kampen*. Geraadpleegd op 13 maart 2013, <http://irta-shorttrackclub.blogspot.be/p/stages-kampen.html>
- Kleef, R. van (2007). *Nederland nader beschouwd*. Geraadpleegd op 11 februari 2013, <http://www.beggar.nl/Schaatsen/nader.htm>
- KNSB (Z.D.). *Adviesrapport werkgroep topsport kunstrijden*. Geraadpleegd op 18 maart 2013, <http://knsb.nl/disciplines/kunstrijden/adviesrapport-werkgroep-topsport-kunstrijden/>
- KNSB (2011). *Analyse*. Geraadpleegd op 18 maart 2013, http://knsb.nl/files/2009/08/2020_analyse.pdf
- KNSB (2013). *Annita van doorn ontvangt gouden KNSB-speld*. Geraadpleegd op 19 maart 2013, <http://knsb.nl/2013/01/07/annita-van-doorn-ontvangt-gouden-knsb-speld-op-kpn-nk-shorttrack/#.UUGfAxcraul>
- KNSB (2012). *Jaarplan 2012-2013*. Geraadpleegd op 18 maart 2013, http://knsb.nl/files/2012/03/Jaarplan-KNSB-2012-2013_3.pdf
- KNSB (2013). *Jaarverslag 2011-2012 van de KNSB*. Geraadpleegd op 18 maart 2013, <http://knsb.nl/files/2012/03/Jaarverslag-2011-2012.pdf>
- Kunstrijvereniging De Drechtsteden Dordrecht (2013). *Dazzling Dordt Days 2013*. Geraadpleegd op 13 maart 2013, <http://www.ddd-kunstrijden.nl/pages/310/dazzling-dordt-days-2013/>
- Maris, W (2013). *Kom kennismaken met shorttrack bij IJssportcentrum Eindhoven*. Geraadpleegd op 29 maart 2013, <http://www.ijce.nl/>
- Muilwijk, E. (2009). *Destep analyse*. Geraadpleegd op 11 februari 2013, <http://www.intemarketing.nl/marketing/analyses/destep>
- NIBUD, (2012). *Koopkracht 2013*. Geraadpleegd op 26 maart 2013, <http://financieel.infonu.nl/diversen/102955-koopkracht-2013-wat-heeft-de-consument-te-besteden-in-2013.html>
- Nieuw Olympia Turnhout (2013). *Summercamp Carine*. Geraadpleegd op 13 maart 2013, http://www.not-turnhout.be/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=82
- Rustenburger, G. & Gouw, T. de & Geus, A. de (2011) *Strategische en operationele marketingplanning – Kernstof – B*, Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers

- Schaatsbaan Turnhout (Z.D.). *IJshuur*. Geraadpleegd op 10 april 2013, http://www.kempischijssstadion.be/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=64:ijshuur&catid=7&Itemid=94
- Stichting Kunstrijden Nederland (2011). *Kunstrijden nationaal*. Geraadpleegd op 19 maart 2013, <http://www.sknfonds.nl/kunstrijden-nationaal.html>
- Tilburg (2010). *Consumenten bezuinigen op vrijetijdsbestedingen*. Geraadpleegd op 20 maart 2013, <http://www.tilburg.com/web/Informatie/Nieuws/Nieuws/Consumenten-bezuinigen-op-vrijetijdsbestedingen.htm>
- Verhoeven, N (2008). *Wat is onderzoek?* Amsterdam: Boom onderwijs
- Vereniging Kunstijsbanen Nederland (Z.D.). *Alle kunstijsbanen in Nederland*. Geraadpleegd op 18 maart 2013, <http://www.kunstijsbanen.nl/site/?IJsbanen:Kunstijsbanen%26nbsp%3B>
- Vlaamse kunstschaatsenbond (Z.D.). *IJsbanen*. Geraadpleegd op 18 maart 2013, <http://www.vksb.be/?q=ijsbanen>
- Westerbeek, H. & Rubingh, B. & Shilbury, D. e.a. (2010) *Strategische sportmarketing*. Nieuwegein: Arko Sports Media

Hoofdstuk 12 Bijlagen

Bijlage 1 Organogram IJssportcentrum Eindhoven





Bijlage 3 Uitwerking 7's model van MCKinsey

Intern interview, IJssportcentrum Eindhoven

Jos van der Loo

28 februari 2013

De organisatie

- Wat is uw functie binnen de organisatie?

De respondent is activiteitencoördinator bij het IJssportcentrum Eindhoven en is daarmee verantwoordelijk voor de planning van de accommodatie.

Hij heeft in het verleden de opleidingen MAVO en het CIOS in Sittard gevolgd.

7 S Model MCKinsey

Shared values

- In welke mate stemmen uw privé-doelen overeen met de organisatiedoelen?

De privé-doelen van de respondent stemmen lang niet altijd overeen met de organisatiedoelen. Zo wordt er meer uitgegaan van de naam Gennepers Parken, in plaats van de kracht van de eigen accommodatie. Hij zou graag willen zien dat de doelen meer betrekking hebben op het IJssportcentrum, in plaats van op Gennepers Parken breed, met als een van de onderdelen IJssportcentrum Eindhoven.

- Waar zijn collega's in de organisatie trots op?

Alle medewerkers zijn trots op het product ijs en de kwaliteit daarvan.

- Denkt u dat iedereen hier zo over denkt?

De respondent verwacht dat een enkeling afwijkt van de mening, maar dat het merendeel van de medewerkers dezelfde mening deelt over het trots zijn op het product.

- Hoe schat u de loyaliteit/betrokkenheid en het commitment in van het personeel?

De loyaliteit en betrokkenheid van het personeel voor IJssportcentrum Eindhoven zijn groot. Bij het personeel van Gennepers Parken die bepaalde taken voor IJssportcentrum Eindhoven uitvoeren is dit duidelijk minder, daar lijkt Nationaal Zwembad de Tongelreep het rolmodel en gaat daar de meeste aandacht naar uit.

- Welk gedrag zal binnen de organisatie niet getolereerd worden?

Klantonvriendelijk gedrag en een autoritaire houding ten opzichte van de klant wordt niet getolereerd bij IJssportcentrum Eindhoven.

Strategy

- Welke doelen heeft de organisatie?

Belangrijk doel van de organisatie is om de ijsbaan te behouden, hiervoor moeten zware bezuinigingen doorgevoerd worden, doel hierbij is om ondanks alle bezuiniging nooit concessies te doen op de kwaliteit van het ijs, dat is tenslotte het core product van IJssportcentrum Eindhoven. Het is van belang dat het IJssportcentrum Eindhoven de gestelde targets behaalt.

- Hoe duidelijk is de leiding over de missie van de organisatie, hoe goed wordt de missie bewaakt?

Momenteel gaat door de onzekere toestand de aandacht meer uit naar het overleven van het IJssportcentrum, hierdoor wordt de missie minder streng bewaakt, maar wordt meer gekeken naar hoe er geld bespaard kan worden en de klanten toch behouden kunnen worden.

- Wie zijn de belangrijkste concurrenten?

De belangrijkste concurrenten zijn andere drukbezochte vrijetijdsbedrijven.

- Wat zijn de belangrijkste sterkten en zwakten in de eigen organisatie?

De belangrijkste sterkte van IJssportcentrum Eindhoven is de hoge kwaliteit van het ijs. Zwakten van IJssportcentrum Eindhoven zijn dat de mensen nog niet efficiënt genoeg ingezet worden en nog een beetje te klantonvriendelijkheid zijn, maar daar hebben zij de laatste tijd al veel stappen in gemaakt, maar dit hopen zij nog verder te ontwikkelen.

- Waar blijft de eigen organisatie in achter?

IJssportcentrum Eindhoven zou meer inkomsten kunnen realiseren door zich, met name in de zomer, beter te exploiteren, door bijvoorbeeld andere activiteiten plaats te laten vinden en het gebouw meer te benutten op rustige tijdstippen.

Structure

Hoe ziet de organisatiestructuur eruit?

Machinisten rapporteren aan de ijsmeester en de ijsmeester aan de hoofd technische dienst en de accommodatiemanager. Daarnaast heb je nog de ploegleiders, ze rapporteren aan de activiteitencoördinator, de coördinator rapporteert dan weer aan de accommodatiemanager, welke vervolgens weer rapporteert aan Gennep Parken.

- Is duidelijk wie voor welke zaken bevoegd is, leiding dient te nemen?

De taken zijn goed verdeeld, voor iedereen is duidelijk wat van hem/haar wordt verwacht dat diegene doet

- Hoe zijn de taken verdeeld, wie is verantwoordelijk en voor welke taak?

Accommodatiemanager is eindverantwoordelijke, dan heb je de coördinator, deze is voornamelijk verantwoordelijk voor de planning.

De ijsmeester, technische dienst en de ploegleiders zijn verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken in het ijssportcentrum.

- Hoeveel hiërarchische niveaus zijn er?

Er zijn niet veel hiërarchische niveaus, officieel 4 maar onofficieel is iedereen gelijk en hebben werknemers onder aan de ladder net zo goed zeggenschap en vertrouwt IJssportcentrum Eindhoven hen toe dat zij, indien nodig, ook eigen keuzes mogen maken en daar staat de organisatie dan altijd achter, ongeacht of dit de beste keuze zou zijn geweest.

- Wat vindt u van het aantal hiërarchische niveaus?

De respondent vindt het aantal hiërarchische niveaus die er nu zijn wel goed.

- Welke problemen die binnen een organisatie kunnen ontstaan worden belangrijk gevonden om in de organisatie tegen te gaan?

Een probleem dat mogelijk zou kunnen ontstaan is dat de kwaliteit van het ijs en van de dienstverlening teruguit gaat, deze twee zijn belangrijk om tegen te gaan en worden dan ook nauwkeurig in de gaten gehouden door de organisatie.

Systems

- Waarom ziet u de organisatie als een (in)formeel?

De organisatie is informeel, dit wordt vanuit het management gestuurd, bij deze dienstverlening waar allerlei mensen gebruik van maken, jong/oud, geleerde/niet-geleerde, vindt het management het belangrijk om het laagdrempelig te houden en door als organisatie informeel te zijn, straalt je dit ook uit naar de buitenwereld.

- Welke informatiesystemen zijn er voor het verwerken van orders, planning, besturing en uitvoering van de verkoop, beoordeling, promotie en beloning?

Planning gaat via Recreatix (facturen)

Er is een kassasysteem aanwezig.

- Wordt er gebruik gemaakt van management systemen, zoals CRM?

Deze systemen zijn niet bekend bij de respondent.

Style

- Wat is uw opvatting over de zichtbaarheid, de bereikbaarheid en de betrouwbaarheid van het management?

Volgens de respondent is het management nadrukkelijk aanwezig, het management staat open voor contact, 'open deur' beleid en doet moeite voor de klant.

- Hoe gaat het management om met kritiek en conflicten?

Indien de klant kritiek heeft op een personeelslid, dat deze volgens de klant niet naar behoren functioneert, dan wordt dit aan diegene duidelijk gemaakt, maar wel op een betrokken en menselijke manier.

Indien er een conflict ontstaat, zal hier de nodige aandacht aan besteed worden. Verder staat het management erg open voor contact, ideeën worden serieus genomen en indien nodig medewerking aan verleend.

- Hoe wordt er met collega's omgegaan?

Er wordt erg informeel en betrokken met collega's omgegaan.

- Mogen er fouten gemaakt worden?

De respondent geeft aan dat het wel degelijk toegestaan is om fouten te maken, fouten zijn namelijk menselijk, zolang ze maar openlijk worden uitgesproken en er over nagedacht wordt wat de volgende keer dan anders kan bij een soortgelijke situatie.

- Durven manager en/of personeel te delegeren?

De respondent geeft aan dat de accommodatiemanager veel naar zichzelf toe trekt, hij is betrokken en gewend zelf dingen te doen en te ondernemen, soms zou hij bepaalde taken meer moeten delegeren om zijn eigen werkdruk te verminderen.

- Durft het personeel risico's te nemen?

Het personeel durft risico's te nemen, mits deze binnen de gestelde grenzen zijn, zo mag nooit de veiligheid in gevaar worden gebracht.

- Denkt u dat het personeel weet bij wie ze met vragen/problemen terecht kunnen?

In principe weet het personeel wel dat zij met vragen/problemen terecht kunnen bij de accommodatiemanager.

- Wat is belangrijk voor u in een organisatie?

Initiatief, openheid, gastvrijheid, klantgericht, oog voor kwaliteit, wel aan regels houder, zonder dat deze te overheersend aanwezig zijn. Valkuil daarbij is, dat regels moeten niet overheersend zijn bij een organisatie waar geld verdienen niet super hoog in het vaandel staat, maar waar wel alles spik en span is.

Staff

Profiel manager en personeel

Omgang werven, vormen, evalueren en belonen, motiveren, behouden van personeel?

- Is er voldoende personeel?

De respondent geeft aan dat er op zich wel voldoende personeel is. Er zijn wel erg veel stagiaires naar zijn mening.

- Hoe is de personeelsopbouw in leeftijd, kennis en ervaring?

De personeelsopbouw is niet heel divers. Er zitten best veel ouderen in de organisatie. Tevens zijn er wel veel stagiaires aanwezig.

- In hoeverre wordt gebruikgemaakt van de bekwaamheden van medewerkers?

Ze worden op kwaliteit aangenomen en ingezet op taken waar zij goed in zijn.

- Wordt aandacht besteed aan training en opleiding?

Ja, bijvoorbeeld een social media cursus.

- Waar is deze op gericht?

- Hoe is het verloop; hoe staat het met doorstroommogelijkheden, zijn er loopbaantrajecten?

Dat gaat nu vrij star, vanwege de bezuinigingen

- Wat is de houding van de manager t.o.v. de werknemer?

Open, duidelijk en eerlijk

- Wat zijn typische kenmerken voor een door de leiding gewaardeerd personeelslid?

Betrokken, loyaal, klantgericht, creatief

Skills

- Wat typeert de organisatie in positieve zin?

Hart voor de zaak

- Waar is ze goed en/of competitief in?

Het maken/ontwikkelen van ijs en het onderhouden van de ijsbaan voor het behouden van een nette accommodatie.

- Noem 3 positieve punten van de organisatie?

Fijne werkomgeving, mooie accommodatie, goed product (hoge kwaliteit van het ijs)

- Noem 3 verbeterpunten van de organisatie?

Proces kan efficiënter, klantvriendelijker en creatiever

Bijlage 4 Prijsbestand

Tarieven per persoon	
0-3 jaar	Gratis
4 jaar en ouder	€ 7,40
65+	€ 3,90
Bezoekers, alleen volwassenen, niet schaatsers	€ 4,20
Abonnement	€ 132,00
Passepartout 4-12 jaar en vanaf 55	€ 40,00
Passepartout 13-54 jaar	€ 50,00
Schaatsen met stadspas	€ 2,00
Studentenkorting (TU)	€ 2,00
Overige tarieven	
Gezinskaart (4 personen, minimaal 1 volwassene)	€ 20,00
Combi-kaart (schaatsen en zwemmen op één dag)	€ 11,00
Kinderfeestjes per kind (exclusief schaatsenverhuur)	€ 10,75
IJsvoetbal	€ 12,50
Kinderfeestje ijsvoetbal	€ 17,50
Schaatsen huren (legitimatie verplicht)	€ 4,00
Kluisjes	€ 0,50
AMB Transponder (levensduur 1 jaar)	€ 25,00
AMB Transponder (levensduur 5 jaar)	€ 95,00
Wintervoordeelkaart	
Groepskorting (vanaf 25 per persoon) Ma-Zat	€ 6,40
Schoolsportdag 1 (min. 25 max. 250 personen)	€ 6,75
Schoolsportdag 2 (min. 50 max. 250 personen)	€ 7,75
Norenprogramma (min. 9 max. op aanvraag) exclusief schaatsenverhuur	€ 16,65
IJshockeyprogramma 1 (min. 10 max. 50) exclusief schaatsenverhuur	€ 25,00 (per 15-19 personen) € 23,00 (20+ personen)
IJshockeyprogramma 2 (min. 10 max. 50) exclusief schaatsenverhuur	€ 44,00 (per 15-19 personen) € 40,00 (20+ personen)
Vergaderzaal	

Abonnement: een abonnement is zes maanden geldig. Met het abonnement heb je toegang tot IJssportcentrum Eindhoven, Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep en Ir. Ottenbad.

Passepartouts: een passepartout is twaalf maanden geldig en geeft tevens toegang tot de IJssportcentrum Eindhoven, Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep en Ir. Ottenbad.

Het abonnement en passepartout kan worden aangeschaft bij de kassa van IJssportcentrum Eindhoven. Bij de aanschaf dien je de stadspas en een pasfoto mee te nemen.

Bij het passepartout betaal je per bezoek €2,00.

Studentenkorting: studenten die studeren aan de TU (Technische Universiteit Eindhoven) krijgen op vertoon van hun TU/e pas op dinsdag en donderdag avond tussen 20.00-22.00 uur korting.

Stadspas: als inwoner van Eindhoven krijg je een stadspas. Met de stadspas kan je kortingen krijgen.



Enquête IJssportcentrum Eindhoven



IJSSPORTCENTRUM EINDHOVEN

Uw mening is belangrijk voor ons!

IJssportcentrum Eindhoven wil zich nadrukkelijk gaan manifesteren als hoogwaardige trainingslocatie voor top- en breedte sport. Hierbinnen zijn wij geïnteresseerd naar uw ervaringen en behoeften in het kader van trainingskampen. Uw mening kan een belangrijke meerwaarde geven bij de totstandkoming van kwalitatieve trainingskampen. Daarom verzoeken wij u vriendelijk onze enquête in te vullen.

10% korting op accommodatiehuur

Zou u zo vriendelijk willen zijn om deze mail naar uw leden te sturen, zodat wij de mening van hen ook kunnen meenemen in ons rapport. Na het compleet invullen van de enquête wordt uw e-mailadres opgeslagen in een bestand en bij uw eerste boeking van een zomertrainingskamp in 2014 ontvangt u dan 10% korting op de accommodatiehuur.

Hieronder de link:

<http://www.thesistools.com/web/?id=320747>

(Mocht je de link niet kunnen openen, kopieer de link en plak deze in uw internet adresbalk.)

Alvast hartelijk dank!

Met sportieve groet,

Jos van Gennip
Accommodatiemanager IJssportcentrum Eindhoven

Bijlage 6 Enquête

Enquête Trainingskampen

Geachte heer/mevrouw,

IJssportcentrum Eindhoven wil zich nadrukkelijk gaan manifesteren als hoogwaardige trainingslocatie voor Top-en breedte sport. Hierbinnen zijn wij geïnteresseerd naar uw ervaringen en behoeften in het kader van TRAININGSKAMPEN.

Het invullen van de enquête duurt een kleine 10 minuutjes.

De informatie wordt persoonlijk behandeld en niet verstrekt aan derden.

[Start](#)

Trainingskampen

1.

Wat is de naam van uw vereniging? *

2.

In welke plaats bevindt uw vereniging zich? *

3.

Welke sporten worden beoefend binnen uw vereniging? (er zijn meerdere antwoorden mogelijk)

☐

IJshockey

☐

Kunstrijden

☐

Shorttrack

☐

Hardrijden

☐

Anders namelijk

4.

Welke sport beoefent u?

☐

IJshockey

☐

Kunstrijden

☐

Shorttrack

☐

Hardrijden

☐

Anders namelijk

5.

Beoefent u of uw vereniging topsport en/of breedtesport? *

- ☐ Topsport
- ☐ Breedtesport
- ☐ Beide

6.

Heeft u of uw vereniging wel eens deel genomen aan een trainingskamp? *

- ☐ Ja (ga door naar vraag 8)
- ☐ Nee

7.

Wat is de reden waarom u of uw vereniging nog nooit heeft deelgenomen aan een trainingskamp? (ga door naar vraag 16)

- ☐ Nooit een aanbod voor gehad
- ☐ Te prijzig
- ☐ Te ver weg
- ☐ Geen belangstelling
- ☐ Anders namelijk

8.

Hoe vaak heeft u of uw vereniging deelgenomen aan een trainingskamp?

- ☐ 0-1 keer
- ☐ 2-3 keer
- ☐ 4-5 keer
- ☐ 6 keer of meer

9.

Waar vond uw laatste trainingskamp plaats?

10.

Wat was de duur van het trainingskamp?

- ☐ 1-2 dagen
- ☐ 3-4 dagen
- ☐ 5-6 dagen
- ☐ 7 dagen of meer

11.

Hoeveel uur per dag trainde u on-ice?

- ☐ 0 - 1,5 uur
- ☐ 2 - 3,5 uur
- ☐ 4 - 5,5 uur
- ☐ 6 uur of meer

12.

Hoeveel uur per dag trainde u off-ice?

- ☐ 0 - 1,5 uur
- ☐ 2 - 3,5 uur
- ☐ 4 - 5,5 uur
- ☐ 6 uur of meer

13.

Welke faciliteiten waren inbegrepen bij het trainingskamp? (er zijn meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Maaltijden
- ☐ Slaapmogelijkheid
- ☐ Dranken
- ☐ Externe trainers
- ☐ Nevenactiviteiten
- ☐ Materiaal (shirtjes, broeken, slijpmogelijkheden etc)
- ☐ Anders namelijk

14.

Hoe was het trainingskamp ingedeeld?

- ☐ Achtereenvolgende dagen (midweek, weekend, week)
- ☐ Losse dagen verspreid over het seizoen
- ☐ Anders namelijk

15.

Was u tevreden over het trainingskamp?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, waarom niet?

Hieronder krijgt u een vragenlijst over de wensen en behoeften van u indien u het zou overwegen deel te nemen aan een trainingskamp. Door het invullen van deze vragenlijst krijgen wij een betere indruk van wat de wensen en behoeften zijn van de verschillende personen en verenigingen zodat het IJssportcentrum Eindhoven hun aanbod hierop kan baseren.

16.

Zou u of uw vereniging deel willen nemen aan een trainingskamp in de zomerperiode?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, waarom niet? (einde enquête)

17.

Hoeveel kilometer zou u maximaal willen reizen voor een trainingskamp?

- ☐ 0 - 49 km
- ☐ 50 - 99 km
- ☐ 100 - 149 km
- ☐ 150 km of meer

18.

Aan welke aspecten moet een trainingskamp volgens u voldoen? (er zijn meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Maaltijden
- ☐ Slaapmogelijkheid
- ☐ On-ice training
- ☐ Off-ice training
- ☐ Kracht training
- ☐ Nevenactiviteiten
- ☐ Externe trainers
- ☐ Video analyse
- ☐ Materiaal (shirts, broeken, slijpmogelijkheden)
- ☐ Anders namelijk

19.

Van welke slaapgelegenheid zou u gebruik willen maken? (er zijn meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Hotel
- ☐ Jeugdherberg
- ☐ Tenten op locatie
- ☐ Geen overnachting bij het kamp
- ☐ Geen mening
- ☐ Niet van toepassing
- ☐ Anders namelijk

20.

Hoeveel uur per dag zou u willen trainen?

- ☐ 0 - 1,5 uur
- ☐ 2 - 3,5 uur
- ☐ 4 - 5,5 uur
- ☐ 6 uur of meer

21.

In wat voor nevenactiviteiten heeft u interesse? (er zijn meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Sportieve activiteiten (mountainbike, zwemmen)
- ☐ Culturele activiteiten (musea)
- ☐ Teambuildings activiteiten
- ☐ Sightseeing activiteiten
- ☐ Andere sporten beoefenen/leren
- ☐ Anders namelijk

22.

Zou u training willen hebben van een externe trainer, of iemand van uw eigen vereniging tijdens het trainingskamp?

- ☐ Externe trainer
- ☐ Interne trainer
- ☐ Geen mening

23.

Vindt u het van belang dat er training wordt gegeven door een 'bekende' naam uit uw sport?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Geen mening

24.

Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

25.

Wat is uw naam?

26.

Wat is uw e-mailadres?

27.

Wat is uw woonplaats?

[Klik hier om de enquête in te leveren](#)

Hartelijk dank voor het invullen van de enquête.

Wij hopen u binnenkort een heel mooi aanbod te kunnen doen voor een trainingskamp die voldoet aan al uw eisen.

Met vriendelijke groet,

Robin van der Heijden
Marleen van Wettum

Bijlage 7 Uitkomsten enquête

Kunstrijden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	97	85,1	85,1	85,1
ja	17	14,9	14,9	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Shorttrack

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	69	60,5	60,5	60,5
ja	45	39,5	39,5	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Van de 114

Kunstrijden	17
Shorttrack	45
Hardrijden	15
IJshockey	30
Andere sporten	7
 Totaal	 114

Shorttrack

Wilt u deelnemen aan een trainingskamp?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ja	43	95,6	95,6	95,6
nee	2	4,4	4,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Aan welke aspecten moet een trainingskamp voldoen?

Maaltijden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	7	16,3	16,3	16,3
ja	36	83,7	83,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Slaapmogelijkheden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	7	16,3	16,3	16,3
ja	36	83,7	83,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

On-ice

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ja	43	100,0	100,0	100,0

Off-ice

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	5	11,6	11,6	11,6
ja	38	88,4	88,4	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Krachttraining

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	12	27,9	27,9	27,9
ja	31	72,1	72,1	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Nevenactiviteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	19	44,2	44,2	44,2
ja	24	55,8	55,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Externe trainer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	23	53,5	53,5	53,5
ja	20	46,5	46,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Videoanalyse

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	16	37,2	37,2	37,2
ja	27	62,8	62,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Materiaal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	30	69,8	69,8	69,8
ja	13	30,2	30,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Van welke slaapgelegenheid zou u gebruik willen maken?

Hotel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	23	53,5	53,5	53,5
ja	20	46,5	46,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Jeugdherberg

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	14	32,6	32,6	32,6
ja	29	67,4	67,4	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Tenten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	26	60,5	60,5	60,5
ja	17	39,5	39,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Geen overnachting

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	41	95,3	95,3	95,3
ja	2	4,7	4,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Geen mening

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	35	81,4	81,4	81,4
ja	8	18,6	18,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Niet van toepassing

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	40	93,0	93,0	93,0
ja	3	7,0	7,0	100,0
Total	43	100,0	100,0	

In wat voor nevenactiviteiten heeft u interesse?

Sportieve activiteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	1	2,3	2,3	2,3
ja	42	97,7	97,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Culturele activiteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	35	81,4	81,4	81,4
ja	8	18,6	18,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Teambuildingsactiviteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	22	51,2	51,2	51,2
ja	21	48,8	48,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Sight seeing

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	34	79,1	79,1	79,1
ja	9	20,9	20,9	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Andere sporten beoefenen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	30	69,8	69,8	69,8
ja	13	30,2	30,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Bekende trainer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ja	11	25,6	25,6	25,6
nee	19	44,2	44,2	69,8
geen mening	13	30,2	30,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Externe of interne trainer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Extern	8	18,6	18,6	18,6
Intern	30	69,7	69,7	69,7
Geen mening	5	11,7	11,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Conclusie:

Van de 114 respondenten zijn er 45 shorttrackers. Van de 45 shorttrackers zouden er 43 willen deelnemen aan een trainingskamp. Dit komt neer op 95,6%.

De reden waarom ze geen interesse hebben is het inzicht in de toegevoegde waarde van trainingskampen.

De conclusies die hieronder volgen zijn gericht op de 45 respondenten die deel willen nemen aan een trainingskamp.

Het antwoord op de vraag aan welke aspecten een trainingskamp zeker moet voldoen komt het volgende naar voren:

100% geeft aan dat er on-ice moet zijn.

88% geeft aan dat er off-ice trainingen moeten zijn.

84% geeft aan dat er maaltijden aanwezig moeten zijn.

84% geeft aan dat er slaapmogelijkheden moeten zijn.

63% geeft er aan dat er een video analyse aanwezig moet zijn.

55% geeft aan interesse te hebben in nevenactiviteiten.

Bij de vraag van welke slaapmogelijkheden de hardrijders hadden ze keuze uit hotel, jeugdherberg, tenten, geen overnachting of geen mening. Het was mogelijk om meerdere slaapmogelijkheden aan te vinken.

67% geeft aan een overnachting in een jeugdherberg te willen.

47% geeft aan een overnachting in een hotel te willen.

40% geeft aan een overnachting in een tent te willen.

Bij de vraag in welke nevenactiviteiten ze interesse hebben komt duidelijk naar voren dat bijna iedereen interesse heeft in sportieve activiteiten. Op de 2^e plaats komt naar voren dat ze interesse hebben in teambuildingsactiviteiten.

Bij vraag of shorttrackers interesse hebben in hun eigen trainer of een externe trainer komt duidelijk naar voren dat ze interesse hebben in hun eigen trainer. 70% geeft dit aan. Bij de vraag of de er een 'bekende trainer' aanwezig moet zijn geeft de meerderheid aan hier geen interesse in te hebben.

Kunstrijden

Wilt u deelnemen aan een trainingskamp?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	16	94,1	94,1	94,1
	nee	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Waarom wilt u niet deelnemen aan een trainingskamp?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wij zelf al een zomerstage aanbieden in Dordrecht	1	100,0	100,0	100,0

Aan welke aspecten moet een trainingskamp voldoen?

Maaltijden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	2	12,5	12,5	12,5
	ja	14	87,5	87,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Slaapmogelijkheden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	5	31,3	31,3	31,3
	ja	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

On-ice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	16	100,0	100,0	100,0

Off-ice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ja	16	100,0	100,0	100,0

Videoanalyse

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	4	25,0	25,0	25,0
	ja	12	75,0	75,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Externe trainer

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	6	37,5	37,5	37,5
	ja	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Nevenactiviteiten

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	11	68,8	68,8	68,8
	ja	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Krachttraining

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	8	50,0	50,0	50,0
	ja	8	50,0	50,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Materiaal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nee	16	100,0	100,0	100,0

Van welke slaapgelegenheid zou u gebruik willen maken?

Hotel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	9	56,3	56,3	56,3
ja	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Jeugdherberg

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	5	31,3	31,3	31,3
ja	11	68,8	68,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Tenten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	6	37,5	37,5	37,5
ja	10	62,5	62,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Geen overnachting

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	15	93,8	93,8	93,8
ja	1	6,3	6,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Geen mening

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	15	93,8	93,8	93,8
ja	1	6,3	6,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Niet van toepassing

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	13	81,3	81,3	81,3
ja	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

In wat voor nevenactiviteiten heeft u interesse?

Sportieve activiteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	2	12,5	12,5	12,5
ja	14	87,5	87,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Culturele activiteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	12	75,0	75,0	75,0
ja	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Teambuildings activiteiten

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	8	50,0	50,0	50,0
ja	8	50,0	50,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Sight seeing

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	14	87,5	87,5	87,5
ja	2	12,5	12,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Andere sporten beoefenen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid nee	16	100,0	100,0	100,0

Wilt u een externe of interne trainer?

Externe of interne trainer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Extern	8	50,0	50,0	50,0
Geen mening	8	50,0	50,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Vindt u het belangrijk dat de trainer een 'bekende' is?

Bekende trainer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ja	7	43,8	43,8	43,8
nee	1	6,3	6,3	50,0
geen mening	8	50,0	50,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Conclusie

Van de 114 respondenten zijn er 17 kunstrijders. Van de 17 kunstrijders zouden er 16 willen deelnemen aan een trainingskamp. Dit komt neer op 94,1%.

1 iemand geeft aan geen interesse te hebben in een trainingskamp omdat diegene andere sporten beoefent in de zomer.

De conclusies die hieronder volgen zijn gericht op de 17 respondenten die deel willen nemen aan een trainingskamp.

68,8% geeft aan meer dan 150 km te willen rijden voor het trainingskamp.

Het antwoord op de vraag aan welke aspecten een trainingskamp zeker moet voldoen komt het volgende naar voren:

100% geeft aan dat er on-ice moet zijn.

100% geeft aan dat er off-ice trainingen moeten zijn.

87,5% geeft aan dat er maaltijden aanwezig moeten zijn.

75% geeft er aan dat er een video analyse aanwezig moet zijn.

68,8% geeft aan dat er slaapmogelijkheden moeten zijn.

62,5% geeft aan interesse te hebben in een externe trainer.

Bij de vraag van welke slaapmogelijkheden de hardrijders hadden ze keuze uit hotel, jeugdherberg, tenten, geen overnachting of geen mening. Het was mogelijk om meerdere slaapmogelijkheden aan te vinken.

68,8% geeft aan een overnachting in een jeugdherberg te willen.

62,5% geeft aan een overnachting in een tent te willen.

43,8% geeft aan een overnachting in een hotel te willen.

Bij de vraag in welke nevenactiviteiten ze interesse hebben komt duidelijk naar voren dat bijna iedereen interesse heeft in sportieve activiteiten. Op de 2^e plaats komt naar voren dat ze interesse hebben in teambuildingsactiviteiten.

50% van de kunstrijders heeft interesse in een externe trainer gedurende het trainingskamp. De andere 50% heeft er geen mening over.

Bij de vraag of de kunstrijders willen dat de trainer een 'bekende' is, ligt het antwoord tussen geen mening en wel een bekende trainer dicht bij elkaar.

Bijlage 8 uitwerking interviews

Uitwerking interview shorttrack

Wanneer: 31-01-2013, 14.00 uur

Met: Wim Volkers

Kunt u zich even voorstellen?

Mijn naam is Wim Volkers. Ik ben werkzaam bij het IJssportcentrum Eindhoven als ploegleider.

Wat verstaat u onder shorttrack?

Snelle rondes rijden waarbij een goede bochtentechniek van belang is.

Wat voor ervaring heeft u met shorttrack?

Hij is al 33 jaar trainer/coach van hardrijverenigingen. (marathon en lange baan)

Wat zijn de behoeftes van shorttrackers?

Qua trainingen

Bochten goed onder de knie krijgen. Je moet alleen de accommodatie beschikbaar stellen want ze nemen vaak een eigen trainer mee.

Qua recreatie

Skeeleren, mountainbike, bosloop, krachtloop

Qua voeding

Bijvoorbeeld pasta voor de spieren.

Qua slaapmogelijkheden

Tenten of in de kleedkamers slapen.

Groepsaccommodatie in Geldrop.

Hoe heeft u destijds de kampen georganiseerd?

Sponsors gezocht (vaak de ouders van de kinderen zelf) en toen op zoek gegaan naar een geschikte locatie. De prijs all-in naar een trainingskamp in Italië bedroeg destijds €600, - per deelnemer.

Waar heeft u de kampen georganiseerd?

Eindhoven, Berlijn, Harderwijk, Groningen, Italië

Waarom kiezen verenigingen voor kampen?

Om een groepsbinding te creëren binnen de groep. Tevens om de bochtentechniek goed onder de knie te krijgen

Hoe kan je de verenigingen het beste benaderen?

Via social media, facebook. Promoten op de website en nieuwsbrief van de KNSB. Flyer maken met de informatie van het trainingskamp.

Wat was uw rol tijdens de kampen?

Trainer en coach

Hoe zag het schema per dag er uit?

Shorttracken, skeeleren, lopen of mountainbike en krachttrainingen.

Het is erg belangrijk om tussen de activiteiten rust te nemen.

Sociale activiteiten en neven activiteiten als bijvoorbeeld zwemmen.

Waar hebben de meeste verenigingen behoefte aan? Eigen trainer of extern?

De meeste verenigingen hebben behoefte aan een eigen trainer. Wanneer er een externe trainer is moet dit wel iemand zijn die 'bekend' is binnen shorttrack, dit trekt mensen aan.

Wat voor materiaal dient er aanwezig te zijn tijdens de kampen?

Er moeten pionnen en kussen voor het shorttrack aanwezig zijn.

Dienen er op de locatie van het kamp nog slijpmogelijkheden aanwezig te zijn?

Het is vaak dat ze zelf slijpmaterialen bij zich hebben. Het is wel een goede extra service als je het aanbiedt. Laat RONO een half uur komen per week.

Denkt u dat de kampen een toegevoegde waarde hebben voor de verenigingen?

Zeker, het is goed voor clubvorming, uitstraling en clubbinding.

Waar moeten we zeker aan denken als we (zomer) kampen opzetten?

Het is erg belangrijk dat je goed en op tijd naar buiten brengt dat je trainingskampen aanbiedt. Begin al snel met het naar buiten brengen dat je het organiseert en dat er snel meer informatie volgt.

Uitwerking interview kunstrijden

Wanneer: 25-03-2013 12.00 uur

Met: Carina Herrygers

Kunt u zich even voorstellen?

Mijn naam is Carina Herrygers, en ik ben kunstrij trainer.

Hoe lang zit u al in het kunstrijder vak?

Ik zit al 23 jaar in het kunstrij vak, het is mijn beroep.

Wat zijn de behoeftes van kunstrijders gedurende een kamp?

Qua trainingen

Externe trainer of eigen trainer?

Binnen het kunstrijden is het een trigger als er een bekende trainer aanwezig is op het trainingskamp.

Qua recreatie

Het is erg belangrijk dat je goed rust tijdens het trainingskamp.

Qua slaapgelegenheid

In een jeugdherberg, hotel of tenten.

Qua voeding

Een warme lunch om de spieren weer aan te sterken.

Qua materiaal

-

Heeft u zelf wel eens kampen georganiseerd, zo ja waar en wat waren de kosten?

Jaarlijks organiseer ik een summercamp in Turnhout. Aankomend jaar is het van 05/08 tot 17/08. Er zijn vier verschillende levels met verschillende kosten. De kosten variëren tussen de €570, - en €110, - voor een week en €310, - en €60, - voor twee weken.

Wat was uw functie?

Ik organiseer het summercamp in Turnhout en nodig externe trainers uit.

Hoe zag het dagelijkse schema eruit?

De schema's zien er per level anders uit. De duur van het kamp is vijf dagen.

Gold level:

4 uur on-ice training

1 uur off-ice training (ballet/dans)

Silver level

3 uur on-ice training

1 uur off-ice training (ballet/dans)

Brons level:

2 uur on-ice training

1 uur off-ice training (ballet/dans)

Basic level:

1 uur on-ice training

1 uur off-ice training (ballet/dans)

Een warme lunch is bij alle levels inbegrepen. Tussen de trainingen door wordt er veel GERUST!!!

Was er destijds veel vraag vanuit verenigingen?

Er is erg veel vraag vanuit verenigingen vooral uit Nederland. In België leeft het iets minder dan in Nederland.

Denkt u dat de kampen een positieve invloed hebben op de kunstrijders?

Zo ja, in welk opzicht?

Zeker. Vooral het les krijgen van externe trainers heeft een positieve invloed op de kunstrijders zodat ze weer nieuwe dingen kunnen leren.

Hoe kunnen we de verenigingen het beste benaderen voor een trainingskamp?

Folder maken met de informatie van het trainingskamp erop. Tevens een mailing sturen naar kunstrijverenigingen. Op social media moet je ook actief zijn.

Heeft u nog iets toe te voegen aan het interview?

Ik wil jullie erg graag helpen bij het opzetten van de trainingskampen. Zelf heb ik interesse om een kamp te organiseren bij jullie.

Email: carina.herrygers@me.com

Uitwerking interview kunstrijden

Wanneer: 04-04-2013 11.00 uur

Met: Jacqueline Wouters

De geïnterviewde is een trainer in opleiding en haar man is trainer.

Jimmy Tavaris

Een choreograaf. Hij is een schaatsclub aan het opzetten. Goede communicatie in het Nederlands en Engels.

Show, kunstschaatsen en choreografie

Hij heeft goede contacten met buitenlandse trainers.

In Den Bosch is de grootste vereniging van Nederland.

In Den Bosch gaat het ijs er van eind juni tot eind augustus af. De kosten van patch ijs bedraagt €90, -

Leuven is 3 weken dicht en de rest van het jaar geopend. 17.00-20.00 uur patch ijs

De ijsbaan in Oberstoff beschikt over 3 banen.

Trainingskamp van 2 weken. Alleen de trainingen worden aangeboden de rest (slapen, eten etc) moet je zelf verzorgen.

6 dagen 3X50 minuten on-ice trainingen en daarnaast nog off-ice trainingen.

Tijdens de 6 dagen heb je 1 dag rust.

Ice-dome Micheal Hood

Rita Koek → veel contacten in Duitsland

Solt Caracas (beste trainer) → kan mensen snel iets leren!! Hij bevindt zichzelf momenteel in Qatar.

!!Choreografie en sprongen zijn erg belangrijk!!

Compleet trainingskamp

08.00- 14.00 trainen

Beginner

1 uur on-ice

1 uur off-ice

Meer gevorderd

2 uur on-ice

1 uur off-ice

Zeer gevorderd

3 a 4 uur on-ice

2 uur off-ice

Het is belangrijk dat er goed wordt gerust!!!!

Warme lunch

Activiteiten off-ice

ballet (balletcoach)

Stretchen (uitrekken van de spieren na de training)

Kracht

Conditie (hardlopen)

Vertimax (sprongkrachten ontwikkelen)

Het is belangrijk dat je het trainingskamp op tijd communiceert.

Goede trainers moeten een jaar van te voren vastgelegd worden.

"Aanwezige"

Fysiotherapeut

Iemand die verteld waar een jury allemaal naar kijkt

Mentale begeleiding

Beste kunstrijdster van Nederland is Michelle Kauwenberg (Hapert) traint in Den Haag. 19 jaar oud

Prijzen trainingskamp
 5 dagen → €200 - €350, - per week (3 uur ijs)
 €400, - per week (4 uur ijs)

Belangrijke namen

Tjerrie Seres

Susanne Peterse (Choreograaf Den Bosch)

Ice-dome Micheal Hood (€1000 per week)

Rita Koen → tel nr: 004983223059136 of 004917675078979

Rita komt eind augustus terug naar Nederland. Zij heeft met topcoaches in Oberstdorf, Duitsland gewerkt.

Zolt Kerekes (beste trainer) → kan mensen snel iets leren!!

kerekeszsolt@hotmail.com Zolt zit momenteel in Qatar en is als trainer ook veelvuldig betrokken bij zomerstages van de ISU. Hij heeft lange tijd in Nederland gewoond en gewerkt en spreekt goed Nederlands.

Susanne Mason (spanje yaka)

Manon Peron (Dordrecht)

Carina (Turnhout)

Astrid Winkelman (dord days)

Jimmy Tavares

workshop.jimmytavares@gmail.com

facebook: <http://www.facebook.com/WorkshopJimmyTav>

tel.nr: 06-51377618

Uitwerking interview choreograaf

Wanneer: 25-04-2013 10.00 uur

Met: Jimmy Tavares

Jimmy Tavares is een choreograaf. Momenteel is hij bezig met het opzetten van een schaatsclub. Hij heeft 12 jaar Holiday on ice gedaan in 32 verschillende landen.

Voor het kunstrijden is het belangrijk dat je beschikt over een Jump Harness System. Dit is een hengelconstructie voor het kunstrijden. Kunstrijders kunnen zo hun sprongen oefenen zonder dat ze op het ijs vallen. De coach heeft een touw waaraan hij/zij trekt wanneer de sprong wordt gemaakt. De bevindt zich in een beugel.

Binnen het kunstrijden is er veel haat onderling. De kunstrijvereniging van Den Bosch traint niet samen met kunstrijvereniging van Eindhoven. De trainers hebben onderling veel ruzies.

Jimmy is onafhankelijk dus erg belangrijk voor de kunstrijders. De trainers kunnen Jimmy inhuren voor de choreografie. Hij geeft aan dat hij het belangrijk vindt dat de kunstrijders zich op hun gemak voelen.

Choreografie is van belang bij het kunstrijden. Zo werken de kunstrijders goed naar een show toe.

Buitenstaande coaches:

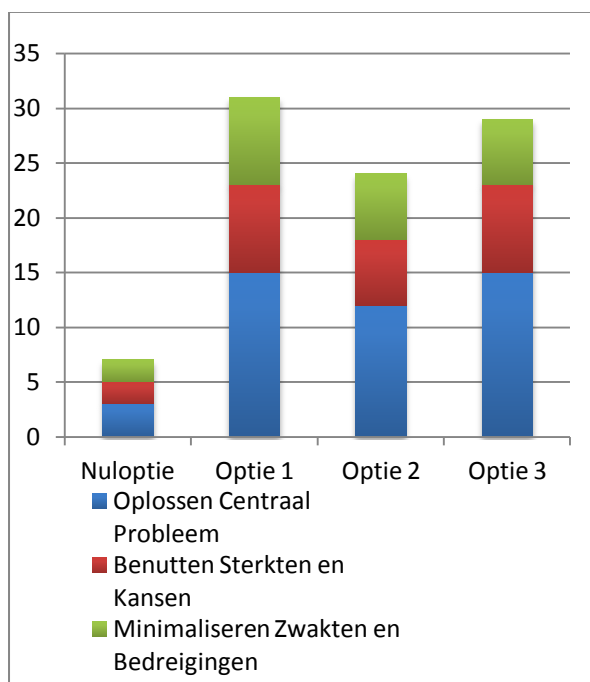
- Technische coach
- Drama coach
- Dans coach
- Ballet coach
- Fysiotherapeut

Adviezen:

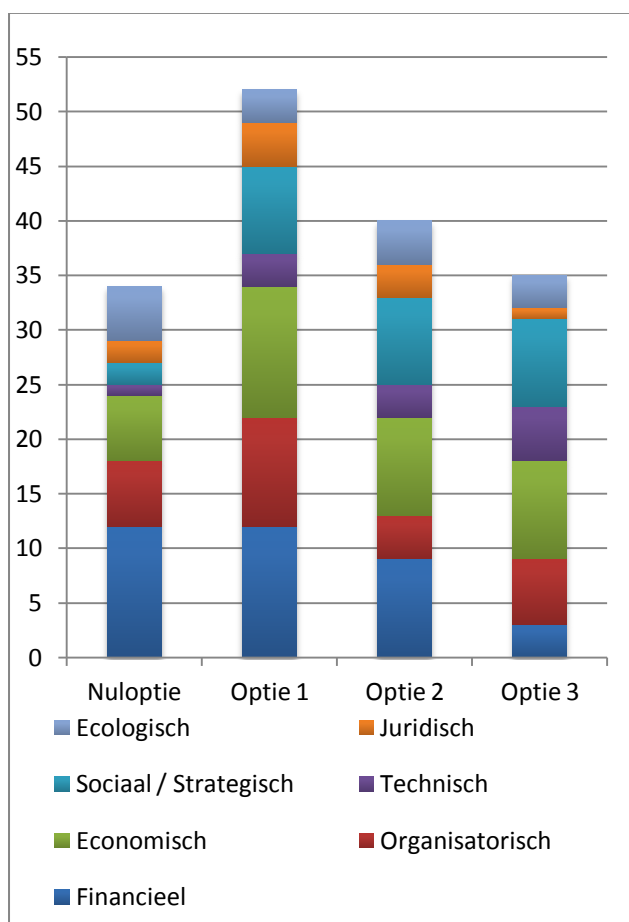
- Marketing (facebook)
- Chillroom
- Hengel
- Vloer en spiegel
- Show aan het eind van het trainingskamp

Bijlage 9 Resultaten optie evaluatiemodel

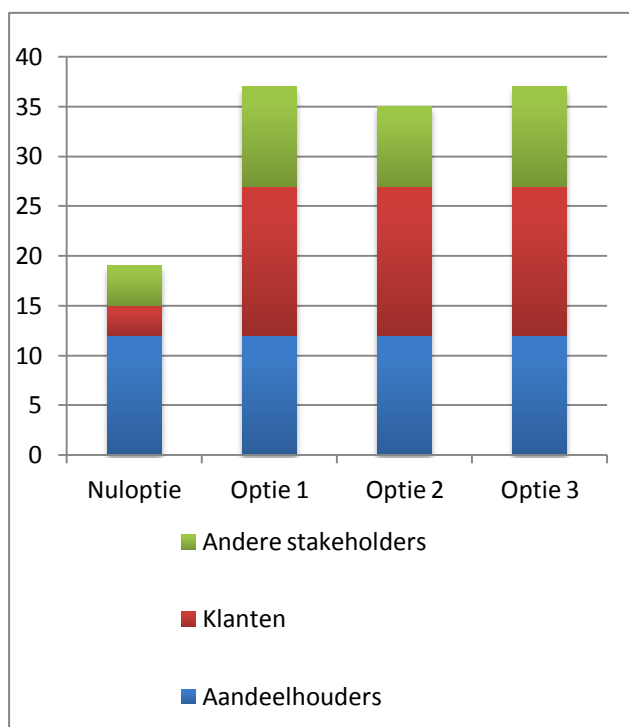
Suitability (geschiktheid)



Feasibility (uitvoerbaarheid)



Acceptability (aanvaardbaarheid)



Bijlage 10 Slaapmogelijkheden

Hotel/hostel/tent	Ligging
Van der Valk hotel	Gelegen binnen een straal van een kilometer. Het is een comfortabel vier sterren hotel.
Sandton Hotel Eindhoven	gelegen binnen een straal van 2.7 kilometer. Het is een charmant en comfortabel drie sterren hotel.
Hotel la Reine	gelegen in het centrum van Eindhoven binnen een straal van 3.8 kilometer
Hotel Benno	Gelegen in het centrum van Eindhoven binnen een straal van 3.8 kilometer.
3BE	Hostel gelegen binnen een straal van 2.4 kilometer.
Stayokay	Gelegen in Valkenswaard in het bos, midden in een prachtig sportpark. Het ligt binnen een straal van 10 kilometer.
Woon hotel Eindhoven	Er zijn 4 woonhotels gelegen in Eindhoven. Ze liggen allen binnen een straal van 4 kilometer.

Bijlage 11 Nevenactiviteiten

Activiteit	Locatie	Prijs
Mountainbike	Op noord	1,5 uur €25,- recreatief (12-15 km) 2,5 uur €27,50 sportief (25-30 km)
Zwemmen	Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep	Vrijkaartjes regelen met J. van Gennip
Kano	Rofra Valkenswaard	1 kano €13,00 (+/- 2 uur)
Paintball	Rofra Valkenswaard	€19,50 p.p (1,5 uur)
Ijsvoetbal	Ijssportcentrum Eindhoven	€12,50,- per uur
Voetbal	Ijssportcentrum Eindhoven	Gratis
Rugy	Ijssportcentrum Eindhoven	Gratis
Levend tafelvoetbal	Midden stuk 400-meterbaan	€360 euro, laten ze bezorgen
Rolhockey	St. Trudostraat 1A	€25 euro per uur
Combi midgetgolf + touwparcours	Op noord	€ 10,50
Midgetgolf	Gennep Parken	Volwassenen €5,00 Kinderen t/m12 jaar €4,00,-
Tennis	Heihoef of Thes	€10,00 per uur
Junior survival	Rofra Valkenswaard	vanaf 10 personen, €10,50 p.p
Karten	Vijfkampaan Eindhoven	Volwassenen €15,- per heat (10 min) Kinderen €12,00 per heat (10 min)
Springkussen	Indoor	

Bijlage 12 Product voorbeeld

Dag	Tijd	Activiteit
1	08.00-08.45	Ontbijt
	09.00-10.15	On-ice trainingen
	10.30-11.00	Rust
	11.00-12.00	Off-ice trainingen
	12.00-13.00	Lunch
	13.00-14.30	On-ice trainingen
	15.00-16.30	Zwemmen in Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep
	17.00-18.00	Rust
	18.00-19.30	Diner
	20.00-...	Slapen
2	08.00-08.45	Ontbijt
	09.00-10.15	On-ice trainingen
	10.30-11.00	Rust
	11.00-12.30	Midgetgolf
	12.30-13.30	Lunch
	13.30-15.30	On-ice trainingen
	16.00-16.15	Rust
	16.15-17.15	Off-ice trainingen
	17.15-18.00	Rust
	18.00-19.30	Diner
	20.00-...	Slapen
3	09.00-09.45	Ontbijt
	10.00-12.00	On-ice trainingen
	12.00-13.00	Off-ice trainingen
	13.00-14.00	Lunch
	14.00-15.30	Skeeleren
	15.30-16.00	Rust
	16.00-18.00	On-ice trainingen
	18.00-18.30	Rust
	18.30-20.00	Diner
	20.30-...	Slapen
4	08.30-09.30	Onbijt
	10.00-12.00	On-ice trainingen
	12.00-12.30	Rust
	12.30-13.30	Off-ice trainingen
	13.30-14.30	Lunch
	14.30-15.30	IJsvoetbal
	15.30-16.00	Rust
	16.00-18.00	On-ice trainingen
	18.00-18.30	Rust
	19.00-20.30	Diner
	21.00-...	Slapen

Bijlage 13 Prijsstelling

Slaapmogelijkheden

		Prijs
Legertent	10 personen 1 week	€ 109
	20 personen 1 week	€ 160
Van der Valk	2 personen 6 nachten	€ 600
Sandton Hotel Eindhoven	2 personen 6 nachten	€ 300
Hotel la reine	2 personen 6 nachten	€ 357
Hotel Benno	per dag 1 pers	€ 47,50
	per dag 2 pers	€ 75
3BE	zondag-donderdag	€25 per nacht
	vrijdag-zaterdag	€30 per nacht
Stayokay	per persoon +- €30 euro	
		€164,5/€655 per week/per maand
Woon hotel Eindhoven	1 persoons	

Eten

	Aanbod	Prijs
Grand cafe 't Schaetshuys	Voor minimaal 25 personen geopend	Ontbijt €5/€6
	Salade, pasta, drankje	Lunch €5/€6
		Diner €7,-

Nevenactiviteiten

Activiteit	Locatie	Prijs
Mountainbike	Op noord	1,5 uur €25,- recreatief (12-15 km) 2,5 uur €27,50 sportief (25-30 km)
Zwemmen	Nationaal Zwemcentrum de Tongelreep	Vrijskaartjes regelen met J. van Gennip
Kano	Rofra Valkenswaard	1 kano €13,00 (+/- 2 uur)
Paintball	Rofra Valkenswaard	€19,50 p.p (1,5 uur)
Ijsvoetbal	Ijssportcentrum Eindhoven	€12,50,- per uur
Voetbal	Ijssportcentrum Eindhoven	Gratis
Rugy	Ijssportcentrum Eindhoven	Gratis
Levend tafelfootbal	Midden stuk 400-meterbaan	€360 euro, laten ze bezorgen
Rolhockey	St. Trudostraat 1A	€25 euro per uur
Combi midgetgolf + touwparcours	Op noord	€ 10,50
Midgetgolf	Genneper Parken	Volwassenen €5,00 Kinderen t/m12 jaar €4,00,-
Tennis	Heihoef of Thes	€10,00 per uur
Junior survival	Rofra Valkenswaard	vanaf 10 personen, €10,50 p.p
Karten	Vijfkamplaan Eindhoven	Volwassenen €15,- per heat (10 min) Kinderen €12,00 per heat (10 min)
Springkussen	Indoor	

Patches

De prijs voor patches zijn €120,- per uur.

Bijlage 14 Implementatie

Er wordt vanuit gegaan dat de verenigingen per dag 3 uur on-ice afnemen en 1 uur off-ice en dat er per vereniging 20 schaatseren deelnemen.

Trainingskamp 1:

Per dag 3 uur on-ice en 1 uur off-ice

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Totaal €2050,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 2:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice en lunch

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Lunch €5,- per persoon per dag

Totaal €2550,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 3:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice, lunch en 1 uur video analyse

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Lunch €5,- per persoon per dag

Video analyse €250,- per uur (wordt 3 keer in de week afgenomen)

Totaal €3300,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 4:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice, lunch en 1 uur gebruik van de hengel.

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Lunch €5,- per persoon per dag

Hengel €100,- per uur (wordt 4 keer in de week afgenomen)

Totaal €2950,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 5:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice en slaapmogelijkheden.

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Tent €200,- per week

Totaal €2250,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 6:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice, slaapmogelijkheden en eten/drinken.

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Tent €200,- per week

Eten/drinken €2000,- (€20,- per dag per persoon)

Totaal €4250,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 7:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice, slaapmogelijkheden, eten/drinken en video analyse.

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Tent €200,- per week

Eten/drinken €2000,- (€20,- per dag per persoon)

Camera analyse €250,- per uur (wordt 3 keer in de week afgenomen)

Totaal €5000,- per vereniging voor 5 dagen

Trainingskamp 8:

Per dag 3 uur on-ice, 1 uur off-ice, slaapmogelijkheden, eten/drinken, video analyse en de hengel.

On-ice €120,- per uur

Off-ice €50,- per uur

Tent €200,- per week

Eten/drinken €2000,- (€20,- per dag per persoon)

Camera analyse €250,- per uur (wordt 3 keer in de week afgenomen)

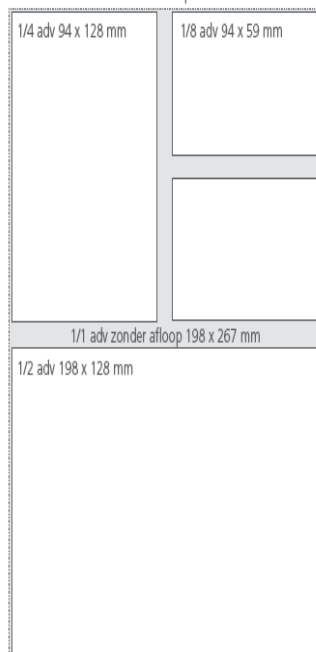
Hengel €100,- per uur (wordt 4 keer in de week afgenomen)

Totaal €5400,- per vereniging voor 5 dagen

Bijlage 15 Adverteren in schaatsen.nl

Tarieven	1x	4x	8x	Per maand
1	€1.800	€1.550	€1.300	€1.750
1/2	€ 975	€825	€690	€875
1/4	€550	€450	€400	€450
1/8	€375	€300	€250	

1/1 adv 230 x 297 mm + 3 mm afloop



Vanaf oktober tot juli wordt het blad schaatsen.nl maandelijks verspreid met een oplage van 30.000 exemplaren. Het blad bestaat uit 68 pagina's vol met schaatsnieuws.

De aanleverdata voor de advertentie bedraagt 4 weken.

Online adverteren op schaatsen.nl

Leaderboard top: grote horizontale advertentie in de bovenzijde van de pagina.

Rectangle: opvallend groot advertentieformaat dat altijd rechts op de pagina staat.

Bijlage 16 Online reserveringssysteem



Openingsuren Mei 2013 - Windows Internet Explorer

http://www.ijsstadion.nl/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=51%5Amei2013&catid=14&Itemid=42

Bestand Bewerken Beeld Favorieten Extra Help

Google patch is huren Zoeken Delen Meer

Nederlands IJshockey Bond IJshockey.com - Eerste Div... Welkom bij IBM Cognos 8 IJssportcentrum Eindhoven Nationaal Zwembad de ...

Favorieten Nederland FM - Radio luster... Marleen van Wettum - Outlo... Openingsuren Mei 2013 Pagina Beveiliging Extra

vrijdag 3 mei	open op reservatie	09.00 - 12.00
	publiek schaatsen	13.00 - 16.00
	publiek schaatsen	13.00 - 16.00
	kunstschaatsen NOT - competitieven	16.45 - 17.45
	kunstschaatsen NOT - recreanten 1	17.45 - 18.45
	kunstschaatsen NOT - recreanten 2	19.00 - 20.00
	disco schaatsen The Final info	20.00 - 22.00
	te huur - info	22.15 - 23.00
zaterdag 4 mei	te huur - info	08.00 - 10.15
	synchron schaatsen	

Start Openingsuren Mei 20... Novel-delivered Applicati... Plan Marleen - Microsoft ... Het Marktonderzoek - M... Microsoft Excel Internet 150% 15:23