

# Beleidsplan

## Communicatie & PR Commissie



**s.v. D.B.G.C.**

**2008-2011**

8 oktober 2008  
Versie 3

# Inhoudsopgave

1. Het ontstaan van de commissie
2. Samenstelling van de commissie
3. Overzicht huidige communicatiemiddelen DBGK
4. Doelstellingen
  - 4.1: Seizoen 2008-2009
  - 4.2: Seizoen 2009-2010
  - 4.3: Seizoen 2010-2011

# 1. De Communicatie & PR Commissie

In november 2007 werd tijdens de Algemene Ledenvergadering besloten tot een bestuurlijke hervorming van sv DBGC. Deze reorganisatie had als grootste kenmerk dat de diverse taken niet meer hoofdzakelijk door bestuursleden worden uitgevoerd, maar door commissies. Die commissies leggen vervolgens verantwoordelijkheid af aan het bestuurslid dat samenwerkt met een commissie. Het bestuurslid bespreekt de vorderingen van de commissie vervolgens met de overige leden van het bestuur.

Toen bekend werd dat er in commissies gewerkt zou worden, was al snel duidelijk dat er een Communicatie & PR Commissie zou moeten komen. Dit omdat communicatie, zowel intern als extern, vandaag de dag erg belangrijk is. Een goede presentatie naar de buitenwereld, door middel van een herkenbare huisstijl en een goed voorkomen in de media, zijn belangrijk voor de uitstraling van de vereniging.

In maart 2008 is een aantal mensen benaderd om deze commissie op poten te zetten. De Communicatie & PR Commissie heeft een vrije opdracht gekregen. Ze kon aan de slag gaan, haar plannen op papier zetten en die plannen ook (deels) alvast uit gaan voeren. In de zomer van 2008 zijn de eerste plannen in uitvoering gebracht. In de komende drie jaren (vanaf 1 september 2008) zal daar een vervolg aan gegeven worden.

Het is belangrijk dat deze plannen op papier staan, omdat zo voor iedereen duidelijk is wat de doelen van deze commissie zijn en op welke manier zij te werk wil gaan. Dat is nodig, omdat er niet eerder plannen op communicatie-, media en pr-gebied op papier zijn gezet. Dit soort dingen waren voorheen altijd toevertrouwd aan personen en niet aan de organisatie. Door de plannen in een beleidsplan te zetten, is het voor de organisatie (het bestuur) duidelijk wat er verwacht kan worden op de eerder genoemde gebieden.

De Communicatie & PR Commissie zal ervoor zorgdragen dat het beleid op gebied, van communicatie, media en pr een geïntegreerd deel zal gaan uitmaken van het totale beleid van sv DBGC.

## 2. De samenstelling van de commissie

De Communicatie & PR Commissie is begonnen met drie enthousiaste medewerkers, die vanwege hun liefde voor de club en onvrede over de oude website en andere communicatiemiddelen, de handschoenen hebben opgepakt om het beleid op de gebieden communicatie, media en pr te veranderen en te verbeteren. De drie leden van de Communicatie & PR Commissie zijn:

- **Bas Abresch**  
Selectiespeler van DBGC. In het dagelijks leven werkzaam als voetbaljournalist bij het maandblad ELF Voetbal. Hij heeft vooral verstand van tekstuele zaken, zoals het schrijven van persberichten, wedstrijdverslagen en overige teksten. Hij onderhoudt ook contacten met diverse media, die voor DBGC van belang (kunnen) zijn.
- **Remco Hanenberg**  
Selectiespeler van DBGC. In het dagelijks leven werkt hij voor Bison International, gehuisvest in Goes. Hij houdt zich daar bezig met de interne en externe communicatie door middel van het opstellen van persberichten, maar ook het onderhouden en vormgeven van de eigen website. Is ook op marketinggebied goed onderlegd.
- **Erwin Hotting**  
Selectiespeler van DBGC. In het dagelijks leven verdient hij zijn brood als accountmanager bij DataByte BV te Steenbergen, een bedrijf dat gespecialiseerd is in automatisering. Hij weet veel computers en is veel in de weer met de technische kanten van internet, zoals de vormgeving van websites en de besturingssystemen die hier bij horen. Is ook op andere gebieden grafisch onderlegd.

Deze drie leden van de Communicatie & PR Commissie zullen nauwe contacten onderhouden met het bestuurslid Facilitaire Zaken.

Voorlopig zijn deze drie leden voldoende om de commissie draaiende te houden. Er zullen echter wel nauwe contacten worden onderhouden met de mensen die de diverse communicatiemiddelen (zie hoofdstuk 3) onderhouden, zodat alle neuzen dezelfde kant op staan en er gestroomlijnd gewerkt kan worden. Ook zal er geregeld contact zijn met de andere commissies, zoals de sponsorcommissie of Team FC, als zij onze hulp nodig hebben bij bepaalde zaken. Uiteraard staat de Communicatie & PR Commissie altijd open voor creatieve geesten die de commissie en daarmee het gehele communicatiebeleid bij DBGC kunnen versterken.

### 3. Overzicht communicatiemiddelen DBGC

Zoals iedere organisatie heeft ook sv DBGC diverse middelen, om zowel intern (de eigen leden) als extern (media, andere geïnteresseerden) van informatie te voorzien. Hierbij een overzicht van de communicatiemiddelen in augustus 2008.

- **'t Vriendje**  
Al decennialang het clubblad van de vereniging, waarin iedere week de opstellingen, wedstrijdverslagen, mededelingen en andere zaken gepubliceerd worden. 't Vriendje is bedoeld om leden van informatie te voorzien over de zaken die spelen binnen de vereniging. Het traditionele Vriendje werd op papier afgedrukt en bij alle leden thuis bezorgd. Nu krijgen alleen de leden die niet over een computer of internet beschikken 't Vriendje nog op papier. De overige leden kunnen het clubblad downloaden van de website of ontvangen via email.
- **Website**  
Op [www.dbgc.nl](http://www.dbgc.nl) is het laatste nieuws te lezen binnen de vereniging. Ook is er per team een pagina beschikbaar om elftalfoto's, spelersnamen en wedstrijdverslagen op te zetten. Verder is de website geschikt om informatie te vinden over het bestuur, de route naar het sportpark, actuele standen, sponsoring enzovoort. Diverse mensen kunnen de website actueel houden door er berichten op te zetten. De website is voor zowel leden als niet-leden toegankelijk.
- **Teletekst**  
Via pagina 284 van teletekst op het Kabelkrant-kanaal worden leden op de hoogte gehouden van het programma, vertrektijden en uitslagen van de diverse teams. Ook andere voor leden interessante datums en mededelingen staan hierop vermeld.
- **Persbericht**  
DBGC treedt zo nu en dan toe naar buiten met een mededeling voor de media. Het wordt niet altijd aangeduid als persbericht, maar het is het in feite wel. Wedstrijdverslagen, aankondigingen van activiteiten en nieuwsberichten zijn allemaal onder te brengen onder de noemer persbericht. Dat soort berichten kunnen ook verschijnen op de website en in 't Vriendje.
- **Uitnodiging**  
Regelmatig houdt DBGC een receptie of iets dergelijks. Daarvoor worden genodigden, zoals sponsors, media en andere verenigingen aangeschreven. De uitnodiging is dus een communicatiemiddel naar buiten toe, maar kan ook intern gebruikt worden. Daarbij valt te denken aan uitnodigingen voor recepties of feesten, die via pamfletten in de kantine of mails worden verspreid onder de leden.

- **Sponsorbrief**

Voor de Communicatie & PR Commissie is het niet helemaal duidelijk of er een algemene brief bestaat die kan worden gestuurd aan sponsors. In het verleden zijn er wel brieven de deur uit gedaan om sponsors over te halen DBGC te sponsoren.

- **Poortbrief**

De zogenoemde poortbrief is in feite een programmaboekje, dat wordt verkocht bij thuiswedstrijden van DBGC 1. Hierin wordt de opstelling vermeld, alsmede de stand in de competitie en overige informatie omtrent de wedstrijd. Hier is ook een verloting aan gekoppeld, middels een lotnummer dat op de poortbrief wordt afgedrukt.

- **TV's in kantine**

Op wedstrijddagen wordt op de tv's in de kantine een programma gedraaid, waarop de programma's voor alle elftallen en de uitslagen van de wedstrijden worden gepubliceerd. Verder staan er diverse andere mededelingen vermeld op het tv-scherm, zodat de leden op de hoogte zijn van de dingen die binnen de vereniging (staan te) gebeuren.

## 4. Doelstellingen

Teneinde het beleid op communicatie-, media- en pr-gebied te verbeteren, heeft de Communicatie & PR Commissie zich enkele doelen gesteld. Die doelstellingen zijn verspreid over de komende drie jaar, de voetbalseizoenen 2008-2009, 2009-2010 en 2010-2011. Elk seizoen wil de commissie een aantal van die doelstellingen proberen te verwezenlijken, zodat DBGC over drie jaar over betere communicatiemiddelen, zowel intern als extern, beschikt en (voor de buitenwereld) een betere uitstraling heeft als vereniging.

De doelstellingen per jaar zijn hieronder uiteengezet.

### 4.1: 2008-2009

#### **A) Vernieuwen DBGC website, alsmede het up-to-date houden van deze website**

De Communicatie & PR Commissie is van mening dat de website anno 2008 hét visitekaartje van een vereniging is. Naar buiten toe, maar zeker ook voor de eigen leden. De Communicatie & PR Commissie is eveneens van mening dat de website zoals die er in augustus 2008 was niet voldoet aan de huidige eisen des tijds. De meeste informatie is er wel op terug te vinden, hoewel lang niet altijd even actueel en niet altijd even overzichtelijk. Daarnaast is de lay-out zeer beperkt en is er op multimediaal gebied zeer weinig mogelijk.

De Communicatie & PR Commissie is dus van mening dat DBGC een nieuwe website nodig heeft om de uitstraling te verbeteren, zowel onder de eigen leden als voor de buitenwereld. Daarom heeft de Communicatie & PR Commissie begin juli contact opgenomen met Quest Media, een bedrijf uit Oude-Tonge dat gespecialiseerd is in het bouwen van websites. Met behulp van de sponsorcommissie is er een akkoord gesloten en is Quest Media overgegaan tot het bouwen van de nieuwe website voor onze vereniging. Deze website zal qua lay-out vele malen mooier zijn de huidige website en dus duidelijk de uitstraling verbeteren. Daarnaast wil de Communicatie & PR Commissie de website up-to-date houden door zoveel mogelijk het laatste nieuws op de website te plaatsen, een compleet overzicht van alle teams te plaatsen (inclusief teamfoto's) en leiders/ouders de mogelijkheid te bieden om het wedstrijdverslag van hun team op de website te plaatsen, al dan niet via de leden van de Communicatie & PR Commissie. Ook is er in samenwerking met kledingleverancier Unito Sports een Webshop aan de DBGC-site gekoppeld, waar leden hun trainingskleding kunnen bestellen.

De lancering van de nieuwe website vindt naar verwachting plaats in de eerste week van september, maar dat zou ook wat later kunnen zijn. In de eerste weken zal de Communicatie & PR Commissie vooral bezig zijn met het ontdekken en invullen van de website. Daarna zal getracht worden om de website zo actueel mogelijk te houden en de ontdekkingen zo goed mogelijk tot uitdrukking te laten komen.

*De nieuwe website is inmiddels online, nu kunnen de volgende fases in werking worden gezet.*

## **B) Structuur in wedstrijdverslagen aanbrengen**

Veel leiders of ouders maken graag een wedstrijdverslag van het team waarvan zij leider zijn of waarin hun zoon of dochter speelt. Eén van de podia om dit wedstrijdverslag te publiceren is 't Vriendje, maar een andere mogelijkheid is de website. In het verleden was het voor diverse leiders/ouders mogelijk om wedstrijdverslagen van hun team op de hoofdpagina van de DBGC-website te zetten. Het wedstrijdverslag van bijvoorbeeld E3 stond dan bovenaan de pagina. De Communicatie & PR Commissie is van mening dat dat niet de bedoeling is en wil wat meer structuur aanbrengen in het plaatsen van de wedstrijdverslagen. Daarvoor zijn twee mogelijkheden:

- a. Leiders/ouders of Wil Pulleman (die de wedstrijdverslagen krijgt opgestuurd voor 't Vriendje) sturen het verslag op naar één van de drie leden van de Communicatie & PR Commissie, zodat zij het vervolgens op de website kunnen zetten.
- b. Leiders/ouders krijgen beperkte toegang tot de website, zodat zij het verslag alleen op de eigen teampagina kunnen zetten, maar geen toegang meer hebben tot de hoofdpagina.

Optie B is nog niet meteen vanaf het begin mogelijk. Later in 2008 kan Quest Media dit systeem pas aanleveren. Daarom zal optie A in eerste instantie in werking gezet proberen te worden.

De wedstrijdverslagen van het eerste elftal, die naar diverse kranten en websites worden gestuurd, blijven verstuurd worden door eerste elftalspeler Bas Abresch, die dat de laatste jaren ook voor zijn rekening heeft genomen.

## **C) Structuur aanbrengen in persberichten, uitnodigingen en nieuwsbrieven**

De Communicatie & PR Commissie is van mening dat een kleine dorpsvereniging als DBGC iedere vorm van aandacht goed kan gebruiken. Daarom is het zaak om goede contacten te onderhouden met onder meer de media. Dit kan door de media op de hoogte te houden van de dingen die gebeuren bij de vereniging. Een goede manier om dit te doen, is door middel van officiële persberichten. Zulke persberichten stralen professionaliteit uit en kunnen naar meerdere partijen tegelijk verstuurd worden. Media kunnen vervolgens bepalen of ze de persberichten letterlijk overnemen of betrokkenen bellen voor meer informatie en het verhaal vervolgens in hun eigen woorden opschrijven.

Als het bestuur of een van de commissies iets kwijt wil middels een persbericht, dan is het handig om contact op te nemen met de Communicatie & PR Commissie. Zij kunnen de tekst en opmaak verzorgen en de persberichten verspreiden onder de diverse media. Datzelfde geldt voor uitnodigingen die verstuurd moeten worden. Het versturen daarvan zal in sommige gevallen een taak van het bestuur blijven, maar tekstuele zaken kunnen gedaan worden door de Communicatie & PR Commissie.

Voor eenmalige interne meldingen die van belang zijn voor alle leden kan ook gekozen worden voor een nieuwsbrief, die eveneens door Quest Media is ontwikkeld. Dit kan zowel digitaal als geprint. Geprint is het vooral handig als alle leden moeten worden geïnformeerd. Dan kunnen alle prints thuis worden bezorgd.



#### **D) Verbeteren poortbrief**

Het principe van de huidige poortbrief is prima, maar er zijn nog wel wat verbeteringen mogelijk. Zo is de opstelling niet altijd actueel en ontbreekt de selectielijst van de gasten. Daarnaast wordt de poortbrief momenteel door verschillende mensen samengesteld, wellicht dat dit in de toekomst kan veranderen. De print en opmaak zou met behulp van Quest Media kunnen worden gedaan. Het principe zal hetzelfde blijven, want de poortbrief is gewoon een goed product rondom de thuiswedstrijden van het eerste elftal. *Dit was eerst een punt voor het tweede jaar, maar er is besloten om dit nu al in werking te zetten.*

#### **E) Inventarisatie huisstijl**

Om de uitstraling te verbeteren, is het belangrijk dat DBGC een herkenbare huisstijl krijgt. Denk aan logo's, lettertypes en –grootte, kleurgebruik en dergelijke. Als op alle digitale of gedrukte communicatiemiddelen een uniforme stijl wordt gebruikt, vergroot dat de herkenbaarheid. Mensen moeten zowel op de website als in 't Vriendje als in andere uitingen duidelijk zien dat het om DBGC gaat. Als overal hetzelfde logo, dezelfde kleuren en hetzelfde lettertype te zien zijn als het om DBGC gaat, dan vergroot dat de herkenbaarheid en wellicht ook het clubgevoel onder de eigen leden.

De huisstijl zal in samenwerking met Quest Media ontwikkeld worden en zal leidend zijn voor alle publicaties die DBGC in de komende jaren naar buiten brengt.

#### **F) Inventarisatie sponsorbrief**

Op de website van DBGC is een overzicht te vinden van de diverse bedragen die horen bij de diverse vormen van sponsoring. De Communicatie & PR Commissie vraagt zich af of dit ook op papier beschikbaar is, zodat de sponsorcommissie bij een bezoek aan een sponsor dit document kan overhandigen. De Communicatie & PR Commissie zal bij de sponsorcommissie inventariseren of een dergelijk document voorhanden is. Is dit niet het geval, dan kan dit in overleg gemaakt worden.

*Inmiddels is met de sponsorcommissie dat zo'n brief er niet komt. Mocht het nodig zijn om sponsors te benaderen, dan gebeurt per keer met een andere en gerichte brief, die in overleg met de Communicatie & PR Commissie kan worden opgesteld.*

### **4.2: 2009-2010**

#### **A) Clubblad bij iedereen weer onder de aandacht brengen**

Wie van de oudere leden zal het niet herkennen? Op woensdagmiddag werd 't Vriendje bezorgd en dan stormde je naar de brievenbus om te lezen wat er deze week weer in stond. Tegenwoordig wordt 't Vriendje echter door lang niet alle leden meer goed gelezen. En dat terwijl er toch vaak nuttige informatie in staat. Wellicht is het niet voor alle leden duidelijk hoe zij 't Vriendje kunnen verkrijgen.

Voor de Communicatie & PR Commissie ligt er dan ook de uitdaging om 't Vriendje weer bij iedereen onder de aandacht te brengen en het weer onmisbaar te maken voor de leden. Wat duidelijk is, is dat het via de digitale

snelweg zal moeten. 't Vriendje terugbrengen op papier is een onderneming die te veel tijd en moeite zal kosten. De aandacht vergroten voor het clubblad kan op twee manieren, ons inziens.

- a. De emailadressen van alle leden verzamelen en 't Vriendje digitaal via de mail verspreiden onder de leden. Dit zal echter een tijdrovende bezigheid zijn.
- b. 't Vriendje een prominente plek geven op de website, zodat vrijwel niemand eromheen kan. Dan zal wel eerst aan de leden duidelijk moeten worden gemaakt dat er iedere dinsdag (of woensdag) een nieuwe versie van 't Vriendje online komt.
- c. Leden via de website hun emailadres laten opgeven, zodat ze zich daarmee automatisch abonneren op 't Vriendje, dat dan via mail verstuurd zal worden zodra er een nieuwe is. Elke week het laatste nieuws meteen in je mailbox dus.

Mochten beide scenario's niet het gewenste resultaat opleveren, dan rest er waarschijnlijk één ding: afschaffen van 't Vriendje en alle mededelingen digitaal doen. Al zal daar wel heel goed over nagedacht moeten worden, aangezien 't Vriendje onderdeel is van de cultuur van de vereniging en voor veel (vooral oudere) leden nog steeds een belangrijke informatiemiddel is. Oudere leden hebben bovendien niet altijd de beschikking over internet, waardoor zij straks helemaal geen informatie meer krijgen. Deze oplossing is dus allesbehalve ideaal.

## **B) Interactiviteit op website vergroten**

Wanneer de website helemaal is geïntegreerd binnen DBGC, wordt het tijd om er meer mee te doen dan alleen up-to-date houden met nieuws en de leiders de wedstrijdverslagen laten plaatsen. Als mensen de nieuwe website eenmaal hebben geaccepteerd en hebben leren kennen, dan wordt het tijd om de mensen wat meer bij het geheel te betrekken. Kortom: de interactiviteit tussen de leden vergroten. Dit kan op de volgende manieren:

- Een forum waarop leden kunnen discussiëren over diverse onderwerpen.  
Plus: discussies vergroten de betrokkenheid en kunnen inzicht opleveren in meningen van de leden.  
Min: er gaat veel tijd inzitten om de discussies in de gaten te houden en reacties die niet door de beugel kunnen te verwijderen.
- Multimedia: leden die zelf foto's en filmpjes naar de webbeheerders kunnen sturen en zo zelf een bijdrage kunnen leveren aan een mooie en veelzijdige website.
- Polls: dit kan leuk zijn, als je een ludieke of grappige poll verzint. Het kan ook nuttig zijn, bijvoorbeeld als Team FC een thema nodig heeft voor een feest of als het bestuur de mening van de leden wil peilen over bepaalde zaken.

## **C) Wedstrijdaankondigingen DBGC 1**

Enkele jaren terug werd op diverse plaatsen in het dorp aangekondigd dat DBGC 1 die zondag zou spelen. Voor de betrokkenheid van leden én niet – leden in het dorp zou het goed zijn om opnieuw op diverse plaatsen posters op te hangen met daarop de wedstrijdankondiging van DBGC 1. Daarbij denkt de Communicatie & PR Commissie vooral aan de lokale middenstand,

zoals de bakker, slager, Bruna, Gall & Gall, Novy, Albert Heijn en dat soort winkels. Ook Café De Geit mag natuurlijk niet ontbreken.

Een andere mogelijkheid waaraan de Communicatie & PR Commissie denkt, is het plaatsen van een groot bord in de voortuin van Lambert Kozijnen BV, een van onze hoofdsponsors. Net zoals NTVV heeft (of had?) bij Visbeen en Abbenbroek heeft op de weg naar het dorp. Een bord waarop staat dat DBGC aankomende zondag om 14.00 uur speelt tegen...de naam van de tegenstander van die zondag. Zo'n bord is een extra aandachtstrekker voor de wedstrijd, exposure voor DBGC en wellicht ook voor Lambert.

### 4.3: 2010-2011

#### **A) Presentatiegids uitbrengen**

Bij diverse voetbalverenigingen wordt er aan het begin van het seizoen een presentatiegids uitgebracht, waarin de A-selectie wordt voorgesteld, een interview met de trainer staat, de hoofdsponsors ruimte krijgen enzovoort. Maar ook kunnen hierin dingen over de werkploeg vermeld worden, de plannen voor de jeugdopleiding en andere dingen die spelen binnen de club. Wellicht is het iets voor DBGC en valt er via sponsors iets te regelen over de prijs van zo'n presentatiegids. Het is geen must, maar het vergroot wel de uitstraling van de club.

#### **B) Uitbreiden van website en alle andere communicatiemiddelen**

Zodra alle voorgaande punten zijn verwezenlijkt, moet de Communicatie & PR Commissie niet achterover gaan leunen. Het verbeteren van het communicatie-, media- en pr-beleid zal een continu proces zijn. Altijd moet er gekeken worden waar dingen weer anders kunnen en welke mogelijkheden er zijn tot vernieuwing en daardoor verbetering. Dat is dus eigenlijk een doelstelling die voor alle drie jaren geldt en eigenlijk voor iedere commissie binnen DBGC vanzelfsprekend zou moeten zijn. We moeten elkaar sterker maken om uiteindelijk tot één mooi geheel te komen!