Communicatieplan
Golfvereniging De Batouwe

Inhoud

1 Introductie 2

1.1 Vragen om te beantwoorden 2

2 Wie zijn we: wat kenmerkt De Batouwe? 3

2.1 De baan zelf 3

2.2 De mensen van De Batouwe 3

3 Wie verzorgt de communicatie? 4

3.1 De Communicatiecommissie 4

3.2 Websites 4

4 Met wie communiceren we als golfvereniging? 6

4.1 Interne doelgroepen 6

4.2 Externe doelgroepen (niet nader uitgewerkt) 7

5 Wat willen we communiceren en waarom? 8

5.1 Interne doelen 8

5.2 Externe doelen 8

6 Hoe communiceren we? 9

6.1 Interne doelen gekoppeld aan kanalen en KPI's 9

6.2 Externe doelen gekoppeld aan kanalen en KPI's 11

7 Huisstijl 12

8 Sjablonen (nader uit te werken) 15

8.1 E-mail en handtekening 15

8.2 Nieuwsbrief (NIEUWS!) 15

Bijlage 1A: Persona's volwassen leden 17

Bijlage 1B: Persona's jeugdleden en hun ouders 18

Bijlage 2: Organisatieschema en kanalen 21

1 Introductie

Dit communicatieplan vormt de leidraad voor alle schriftelijke communicatie van Golfvereniging De Batouwe. De vereniging streeft ernaar haar communicatie zo goed mogelijk in lijn te brengen met die van Golfcentrum De Batouwe (BV). Voor de buitenwereld willen we één gezicht laten zien. Bij voorkeur spreken we daarom over 'De Batouwe' als één geheel.

Communicatie omvat meer dan de berichtgeving via de website, nieuwsbrieven, flyers of sociale media. Voor fysieke bezoekers van de baan begint communicatie al vanaf de entree: wat zijn de blikvangers bij aankomst op het terrein, wat staat er op de informatieborden, hoe netjes is alles onderhouden, hoe worden mensen ontvangen, hoe is de sfeer in het clubhuis, wat zijn de omgangsvormen, … kortom: welke indruk maakt de baan?

Voor digitale bezoekers is de website bepalend voor een eerste indruk. Deze website moet vooral uitnodigend zijn om nader kennis te maken. Bovendien moet het eenvoudig zijn om snel in contact te komen met de juiste persoon, een starttijd te reserveren of informatie te vinden over bijvoorbeeld tarieven, lessen en andere activiteiten.

Het is belangrijk dat onze communicatie past bij het karakter van De Batouwe, dat er prettig en helder gecommuniceerd wordt, op de juiste momenten, via de juiste kanalen. Herkenbaarheid en uniformiteit (consistentie) zijn daarbij van belang. Dit geldt alles zowel voor de interne als externe communicatie.

1.1 Vragen om te beantwoorden

De huisstijl is een belangrijk middel om het karakter van De Batouwe te onderstrepen en om herkenbaar en consistent te communiceren. Om een passende huisstijl te ontwikkelen, is nagedacht over de volgende vragen:

- **Wat kenmerkt De Batouwe, waar staan we voor?** Wie zijn we en wat willen we uitstralen? En waarin onderscheidt De Batouwe zich van andere golfbanen?
- **Wie verzorgt de communicatie namens de golfvereniging?**
- **Met wie communiceren we?**
    - Intern: wie zijn onze doelgroepen?
    - Extern: wie zijn onze doelgroepen?
- **Wat willen we communiceren, en waarom?** Wat is het doel van de communicatie?
- **Hoe communiceren we, ook met het oog op de gestelde doelen?**

2 Wie zijn we: wat kenmerkt De Batouwe?

2.1 De baan zelf

- Golfbaan en natuurgebied in één
- Fruitbomen in de baan (pluk- en valfruit)
- Aangelegd op de klei: de spelbeleving verschilt, afhankelijk van het seizoen
- Zeer gevarieerde baan, mede dankzij drie lussen
- “Weg van de snelweg”.

2.2 De mensen van De Batouwe

- Toegankelijk/laagdrempelig: doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg
- Gevoel welkom te zijn en golfplezier te kunnen delen met anderen
- Vriendelijk, uitnodigend en correct
- Nuchtere mentaliteit: voeten stevig in de klei en handen uit de mouwen.

3 Wie verzorgt de communicatie?

Het bestuur (via het secretariaat) en de diverse commissies verzorgen de communicatie namens de golfvereniging, voornamelijk via nieuwsbrieven, mailings, Nexxchange en de verenigingswebsite. Daarnaast deelt het golfcentrum informatie via een eigen website, de shop, het restaurant en de schermen. Er zijn dus meerdere partijen die communiceren met de leden en met de buitenwereld, wat soms ten koste gaat van de herkenbaarheid en duidelijkheid.

3.1 De Communicatiecommissie

Om de communicatie beter te stroomlijnen, stelt de Communicatiecommissie een communicatieplan (dit plan) op, maar het verenigingsbestuur is eindverantwoordelijk. De samenstelling van de Communicatiecommissie is te vinden onder Vereniging - Commissies – Communicatiecommissie op onze website.

De rol van de Communicatiecommissie volgens het huishoudelijk reglement:

De Communicatiecommissie heeft als uitvoerende taak om alle interne en externe communicatie en informatie van de Vereniging aan haar leden en gasten, sponsoren, aspirant-leden, greenfeespelers en betrokkenen te stroomlijnen. Door dit te realiseren draagt de Communicatiecommissie bij aan het bereiken van de doelstellingen van de Vereniging. Dit gebeurt zowel door eigen activiteiten als door ondersteuning van de activiteiten van andere disciplines binnen de Vereniging.

In de loop van 2026 is besloten om de naam van de Communicatiecommissie te wijzigen in: Commissie Communicatie & Marketing. Hiermee komt beter tot uitdrukking dat deze commissie zich nadrukkelijker gaat richten op het communiceren met de ‘buitenwereld’ en het werven van nieuwe leden. Deze wijziging moet nog worden doorgevoerd in het huishoudelijk reglement. In een informele setting blijven we gemakshalve spreken over ‘de Communicatiecommissie’.

3.2 Websites

De golfvereniging heeft een eigen website (**debatouwe.nl**) die qua vormgeving een eenheid vormt met de website van het golfcentrum (**golfcentrumdebatouwe.nl**).

De verenigingswebsite is de centrale plek waar informatie over de vereniging en haar commissies gedeeld wordt met de leden. Deze website wordt beheerd door het verenigingssecretariaat en een lid van de Communicatiecommissie. Het golfcentrum

verzorgt informatie over de baan, starttijden, golflessen, de horeca, de businessclub en evenementen. Deze website wordt beheerd door medewerkers van het golfcentrum.

Twee verenigingscommissies onderhouden daarnaast een eigen website, namelijk de Commissie Natuur en Landschap (**batouwenatuur.nl**) en de Jeugdcommissie (**batouwebetuwsjeugdopen.nl**, alleen voor het evenement BBJO).

Het streven is om de website batouwenatuur.nl op termijn te integreren in de verenigingswebsite. Dat gebeurt in overleg met CNL, ook in verband met de verantwoordelijkheid voor het actueel houden van de informatie.

4 Met wie communiceren we als golfvereniging?

De vereniging communiceert zowel intern als naar buiten toe.

4.1 Interne doelgroepen

1. Verenigingsleden, waaronder jeugdleden en hun ouders, businessclubleden, oud-voorzitters, aangeslotenen
2. Vrijwilligers: leden van commissies
3. Bedrijfsleider en medewerkers golfcentrum: kantoor, horeca, receptie en shop, greenkeepers, marshals, golfpro's.
4. Ook wordt gecommuniceerd met de baaneigenaren.

1. Verenigingsleden

We onderscheiden grofweg vier typen volwassen leden: van zeer betrokken en fanatieke spelers tot recreatieve spelers die minder binding voelen met de vereniging. De verschillende soorten leden worden beschreven aan de hand van persona's. Deze persona's zijn te vinden in Bijlage 1A aan het einde van dit plan. De jongste jeugdleden hebben hun eigen communicatiekanalen, zij krijgen hun informatie rechtstreeks via de Jeugdcommissie en de communicatie verloopt ook vaak via het e-mailadres van hun ouders. In Bijlage 1B zijn de persona's beschreven van de jeugdleden en hun ouders.

2. Vrijwilligers/commissies

De vrijwilligers zijn voornamelijk de verenigingsleden die actief zijn binnen een commissie. De voorzitters van de commissies komen periodiek bij elkaar met het bestuur om verenigingszaken te bespreken en te stroomlijnen. De commissies zijn belangrijke bronnen van informatie voor de leden.

Artikel 20 van de verenigingsstatuten zegt: *De Algemene Vergadering en het Bestuur kunnen commissies instellen tot het uitvoeren van bepaalde opdrachten en/of tot voorlichting en bijstand van de Algemene Vergadering of van het Bestuur. De taak, de bevoegdheden en de werkwijze van deze commissies worden door het Bestuur geregeld, voor zover zij niet uit het besluit tot een instelling voortvloeien.*

3. Medewerkers golfcentrum

De medewerkers van het golfcentrum vormen vooral een *bron van informatie* die van belang kan zijn voor de leden. De communicatie met deze medewerkers verloopt voornamelijk mondeling.

De bedrijfsleider heeft als belangrijkste belang om De Batouwe rendabel te houden. Dit kan botsen met de belangen van de vereniging, bijvoorbeeld als het gaat om het doen van

gewenste investeringen of als de vereniging veel starttijden claimt, wat ten koste gaat van mogelijkheden voor greenfeespelers, en omgekeerd. De medewerkers zijn in dienst van het golfcentrum en staan onder directe leiding van de bedrijfsleider. De golfpro's nemen een tussenpositie in, omdat zij kleine zelfstandigen zijn en soms ook elkaars concurrenten.

Openstaande vragen:

- Het streven is om nauw contact te onderhouden met het golfcentrum, zodat het belangrijke baannieuws ook de leden bereikt. Wat is hierin de rol van het bestuur en van de Communicatiecommissie?
- Wat te doen bij 'grote' gebeurtenissen of negatieve publiciteit? Hoe lopen dan de communicatielijnen?

4.2 Externe doelgroepen (niet nader uitgewerkt)

1. Bestuur en leden van andere golfclubs
2. Algemeen publiek (mensen in de wijde regio, waaronder potentiële golfers)
3. Greenfeespelers die De Batouwe bezoeken
4. Vrije golfers
5. Familieleden van bestaande leden.

5 Wat willen we communiceren en waarom?

Het antwoord op deze vraag is afgeleid van het doel van onze vereniging, zoals verwoord in de verenigingsstatuten, Artikel 3:

De Vereniging heeft ten doel het doen beoefenen en bevorderen van de golfsport, alsmede het bevorderen van het onderlinge contact tussen haar leden.

5.1 Interne doelen

- Informeren en activeren
- Verbinden en behouden van bestaande leden
- Creëren en versterken van een wij-gevoel.

De *interne communicatie* van De Batouwe is dus niet alleen bedoeld om te informeren, maar ook om mensen te verbinden en een verenigingsgevoel te geven. Daarom wordt niet alleen zakelijke informatie gedeeld, zoals informatie over de baan, lesmogelijkheden, tarieven en geplande activiteiten (need to know), maar worden ook belevenissen in de baan, persoonlijke verhalen en leuke golfweetjes gedeeld (nice to know).

5.2 Externe doelen

- Bekendheid Batouwe vergroten
- Uitnodigen tot nadere kennismaking
- Goodwill kweken
- Nieuwe leden werven.

In de verenigingsstatuten staat niets vermeld over het promoten van De Batouwe naar buiten toe, behalve: *het doen beoefenen en bevorderen van de golfsport.* Het huishoudelijk reglement geeft echter aan dat de Communicatiecommissie verantwoordelijk is voor de *interne en externe communicatie* (richting leden, gasten, sponsoren, aspirant-leden, greenfeespelers en betrokkenen).

De *externe communicatie* is bedoeld om De Batouwe te presenteren als een aantrekkelijke baan met een bruisende vereniging, om op die manier leden te werven. Niet alleen volwassenen, maar ook jeugdige spelers moeten zich aangetrokken voelen om naar De Batouwe te komen. Daarnaast kan De Batouwe goodwill kweken in de regio, door open te staan voor bezoekers die bijvoorbeeld meer willen weten over de natuur, de manier waarop de baan onderhouden wordt of goede doelen die ondersteund worden.

6 Hoe communiceren we?

Met het oog op de beschreven interne en externe doelen staan veel kanalen/media tot onze beschikking. Deze zijn weergegeven in het organisatieschema in Bijlage 2. Elk kanaal/medium kent zijn eigen voordelen en beperkingen. Sommige moeten voortdurend worden geactualiseerd, zoals de website en sociale media. Voor andere kanalen varieert de frequentie van wekelijks tot maandelijks, zoals de nieuwsbrief. Weer andere kanalen worden uitsluitend op vaste momenten ingezet, zoals de jaarfactuur of de uitgave van het Batouwe magazine. De inhoud en frequentie van elk kanaal/medium moeten worden afgestemd op de soort boodschap, het doel en de doelgroep.

De in 2023 ontwikkelde website staat aan de basis van de huisstijl voor alle communicatieve (schriftelijke) uitingen: digitaal en in print. De *huisstijl* is in het volgende hoofdstuk apart beschreven. De website is een belangrijk, maar passief platform. Leden en niet-leden moeten zelf de website bezoeken als ze op zoek zijn naar informatie.

Het belangrijkste middel om de verenigingsleden *actief* te informeren en betrekken bij De Batouwe is de nieuwsbrief, genaamd NIEUWS! Deze wordt frequent samengesteld en komt rechtstreeks in de mailbox van de leden.

Hierna worden kanalen/media/platforms zoveel mogelijk gekoppeld aan de beschreven interne en externe doelen en zo mogelijk aan kritieke prestatie-indicatoren (KPI's).

6.1 Interne doelen gekoppeld aan kanalen en KPI's

- **Informeren**
  - NIEUWS!
    - Frequentie verhogen naar 1 keer per week
    - Niet alleen verenigingsnieuws, maar ook baaninformatie en ander nieuws vanuit golfcentrum
    - Elke nieuwsbrief bevat een kalender met activiteiten per dag
    - Klikratio verhogen van 1,3% naar 10%
  - Website
    - Toegankelijk en actueel naslagwerk voor leden
    - Aantrekkelijkheid vergroten met beeldmateriaal (met mensen!) uit beeldbank
  - Nexxchange
    - Uitsluitend zakelijke informatie over wedstrijden en uitslagen
  - Social media
    - Actueel houden, minimaal één nieuwe post per week

  - ALV
    - Uitnodiging via Laposta (net als NIEUWS!)
  - Jaarfactuur
    - Contactmoment benutten om andere informatie te delen?
  - E-mailverkeer
    - Uniformeren opmaak en stijl (handtekening en schrijfregels)
  - Incidentele uitgaves
    - Regelwaaier met uitleg en oplossingen voor lastige spelsituaties

- **Verbinden en behouden leden, wij-gevoel en eigenaarschap**
  - NIEUWS!
    - Persoonlijke verhalen over deelname aan activiteiten of commissies
    - Gedrag in de baan op een luchtige manier bespreken
  - Website
    - Aantrekkelijke foto's die sfeer goed weerspiegelen, toegankelijk en uitnodigend
  - ALV en andere activiteiten, zoals bestuur-commissiewedstrijd
    - Zorgen dat alle leden en vrijwilligers zich gezien voelen
    - Actieve vrijwilligers in het zonnetje zetten
  - Batouwe magazine
    - Goed verzorgd magazine dat trots op De Batouwe uitstraalt
  - Sociale media (inclusief appgroepen)
    - Actuele berichtgeving over leuke activiteiten en acties via Facebook, LinkedIn en Instagram, maar voorzichtig met foto's in verband met privacy.

- **Activeren leden** (deelnemen aan activiteiten, inzet als vrijwilliger of ambassadeur)
  - NIEUWS!
    - Promoten verenigingsactiviteiten (funwedstrijden)
    - Groei deelname aan georganiseerde activiteiten
    - Oproepen voor deelname aan commissie
  - Website
    - Snelle knoppen naar aantrekkelijke acties en evenementen
  - ALV

6.2 Externe doelen gekoppeld aan kanalen en KPI's

- **Bekendheid verhogen**
  - Website
    - Verkeer en vindbaarheid verhogen door homepagina goed in te richten
    - Links naar website via bevriende golfclubs
  - Persberichten (bijvoorbeeld over BBJO, CNL, OGD, steun goede doelen)
    - Berichten over grote evenementen en goede doelen aanbieden aan kranten en plaatsen op sociale media
  - Organiseren open dagen
    - Nieuws over open dagen actief verspreiden via kranten, (digitale) flyers en sociale media
  - Batouwe magazine neerleggen op openbare plekken
    - Magazine actiever verspreiden in de regio

- **Uitnodigen tot nadere kennismaking**
  - Uitnodigende website
    - Aantrekkelijke website met sfeervolle foto's en snel vindbare informatie voor niet-leden
  - Aantrekkelijke kennismakingsacties
    - Nieuws over acties actief verspreiden via verschillende kanalen
  - Sociale media
  - Batouwe magazine

- **Werven nieuwe leden**
  - Organisatie activiteiten voor niet-leden (vriend(inn)endag, familiedag)
    - Meegeven flyer met informatie over Golfstart en (familie)tarieven
    - Terugkoppeling na afloop?
  - Golfstart
    - Netto groei ledenaantal naar 1.200 leden
    - Zorgen voor duidelijk traject vanaf de eerste kennismaking
  - Leden als ambassadeurs inzetten
    - Buddy's toewijzen aan nieuwe leden

7 Huisstijl

Een goede huisstijl zorgt ervoor dat alle uitingen van De Batouwe herkenbaar en consistent zijn. De Communicatiecommissie is verantwoordelijk voor het bewaken van de huisstijl. Alle externe communicatie wordt daarom bij voorkeur eerst gecheckt door (een lid van) deze commissie. Voor de interne communicatie door verenigingscommissies gebeurt dit door sjablonen te verstrekken, commissies goed te instrueren en zo nodig te corrigeren.

De huisstijl bestaat grofweg uit zes onderdelen:

1. **Logo**
   Het logo van Golfcentrum De Batouwe is een herontwerp van het oude logo, maar met een frisser en strakker uiterlijk. De combinatie van de golfbal en de appel is behouden gebleven. Deze verwijst naar de ligging in de Betuwe en de fruitbomen in de baan. Het groene blaadje verwijst ook naar de aandacht voor biodiversiteit.
   Het logo is gemaakt in verschillende uitvoeringen (Golfvereniging, Businessclub, Golfcentrum) maar we gebruiken alleen het logo met het bijschrift 'De Batouwe':





   Het logo moet 'ademen'. Daarom wordt rondom het logo een minimale ruimte vrijgelaten waarin geen andere objecten geplaatst mogen worden. Deze vrije ruimte rondom is gebaseerd op de helft van de golfbal:



2. **Tagline**
   De tagline die het golfcentrum al jaren gebruikt, is: *Beleef De Batouwe*.

We denken na over een nieuwe tagline om daarmee beter te benadrukken waar De Batouwe voor staat, bijvoorbeeld: De mooiste parkbaan in de Betuwe.

3. Typografie

Voor de communicatie op de website, maar ook voor nieuwsbrieven, is het belangrijk om een herkenbaar lettertype te gebruiken dat goed leesbaar is vanaf een scherm. De website gebruikt het lettertype Poppins (zoals deze tekst, getypt in Poppins 10). Het is niet bekend of Poppins ook gebruikt kan worden voor de nieuwsbrieven, omdat niet elke gebruiker beschikt over dit lettertype. Een goed alternatief is dan Arial 10 of Aptos 11.

Deze tekst is getypt in Arial 10.

Deze tekst is getypt in Aptos 11.

4. Kleur

De basiskleur is groen, met een kleurverloop van licht naar donkerder groen. Dit verloop zit ook in het logo (behalve als de witte variant wordt gebruikt bij een donkere achtergrond). Als een kleurverloop niet mogelijk is (zoals bij borduurwerk) wordt de kleur 'Batouwe Plat' gebruikt.
De kleurspecificaties zijn als volgt:

Batouwe Donker
CMYK: 88% 28% 100% 16%
HEX: #147836
RGB: 20 120 54
Pantone: PMS 144-14C

Batouwe Licht
CMYK: 62% 4% 100% 1%
HEX: #71b736
RGB: 113 183 54
Pantone: PMS 154-8C

Batouwe Plat
CMYK: 73% 20% 100% 4%
HEX: #4d9a36
RGB: 81 149 53
Pantone: PMS 155-8C

5. Visuals

Behalve het logo worden achtergrondelementen gebruikt die zorgen voor diepte en een speelser beeld. Deze elementen hebben een organische vorm (zoals de greens). Deze elementen zijn zichtbaar op de website en in het Batouwe magazine en komen bij voorkeur ook terug in andere media, zoals posters en flyers.

Foto's moeten representatief en actueel zijn: we willen mensen in beeld die we daadwerkelijk op De Batouwe kunnen tegenkomen. Ze moeten de sfeer overbrengen die op De Batouwe heerst. Een goede camera en een goede hand van fotograferen zijn essentieel.

Daarnaast is het belangrijk om De Batouwe als natuurgebied in beeld te brengen, met foto's van de golfbaan in verschillende seizoenen. Opvallend detail is het ijsvogeltje, met de link naar de website batouwenatuur.nl.
Ook de (bloeiende) fruitbomen moeten prominent in beeld worden gebracht..

6. **Tone of voice**

   Voor communicatie naar de leden toe (interne communicatie) gebruiken we je en jij als aanspreekvorm. Voor de externe communicatie (bijvoorbeeld naar sponsoren of de gemeente) gebruiken we in principe 'u', tenzij de doelgroep specifiek de jeugd betreft.

   Enkele algemene richtlijnen om prettig leesbaar te schrijven:
   Kom in de inleiding meteen ter zake: waar gaat dit bericht over? Onderaan is ruimte voor een e-mailadres, inschrijflink, meer informatie.

   - Houd alinea's kort en gebruik tussenkopjes, zodat je de tekst snel kunt scannen. Het gebruik van tussenkopjes helpt ook om een goede opbouw te krijgen. (Bij elkaar zetten wat bij elkaar hoort.)
   - Wissel de lengte van de zinnen af.
   - Schrijf actief en gebruik zo weinig mogelijk de lijdende vorm.
     Voorbeeld van een lijdende zin:
     "Er is na intensief onderling overleg besloten om de baan vanaf 15 april te openen." Dit is lijdend, omdat je niet weet wie het besluit heeft genomen.
     Beter is:
     "Het bestuur en de BV hebben besloten om de baan vanaf 15 april te openen."
     Je kan nog verder gaan, want voor de lezer is maar één ding belangrijk:
     "De baan gaat open vanaf 15 april!"
   - Gebruik geen afkortingen zoals t.a.v. of m.b.t. Schrijf deze voluit of vervang deze door een eenvoudiger alternatief.
   - Schrijf menselijk, maak zinnen niet te ingewikkeld. Schrijf alsof je een dialoog voert met je lezer. Wees altijd respectvol en vermijd uitspraken over geloof, politiek of afkomst.
   - Volg de spellingsregels van het Groene Boekje, te raadplegen via woordenlijst.org.

6. **Richtlijnen voor social media**

Nader in te vullen:

- Strategie per platform
- Tone of voice per kanaal
- Frequentie en contentrichtlijnen

8 Sjablonen (nader uit te werken)

Om ervoor te zorgen dat de huisstijl consequent wordt doorgevoerd, kan gebruikgemaakt worden van sjablonen.

8.1 E-mail en handtekening

De handtekeningen onder e-mails namens de vereniging moeten herkenbaar zijn en allemaal dezelfde opmaak hebben. De handtekening van Marloes Gebuijs (secretariaat) ziet er nu als volgt uit:

Met vriendelijke groet,

Marloes Gebuijs
office manager

Secretariaat Golfvereniging De Batouwe
Oost Kanaalweg 1, 4011 LA Zoelen

T 0344 – 631031
E secretariaat@debatouwe.nl
W www.debatouwe.nl

Openingstijden
Dinsdag tm donderdag van 09.00 tot 13.00 uur

Deze opmaak laat te wensen over. Beter is om in de handtekening het lettertype Poppins te gebruiken (of Aptos als Poppins niet mogelijk is). Verder hoort er geen gele markering in te staan en kiezen we voor het logo met alleen De Batouwe als bijschrift.

8.2 Nieuwsbrief (NIEUWS!)

Het sjabloon voor de nieuwsbrieven volgens de huisstijlregels is gemaakt in Laposta:

Achtergrondkleur buitenkant: #71b736 = R113 G183 B54
Teksten: Poppins 12; Titelregels: Poppins 14 bold
Tekstkleur broodtekst en links: #0f5928
Tekstkleur titelregel: #147836 = R20 G120 B54
Rode actieknoppen: #ed1c24
Scheidingslijnkleur: #d6f0d6, lijndikte 2
Tekstkleur in footer: #666666

Naast de e-mail en nieuwsbrieven worden sjablonen gemaakt voor oproepen namens commissies, digitale of geprinte flyers, ALV-stukken, wedstrijdreglementen enzovoorts.

Bijlage 1A: Persona's volwassen leden

Persona A

Paul is een jaar geleden begonnen met golfen. Hij heeft altijd een druk leven geleid en vindt nu tijd voor een nieuwe hobby. Paul heeft ontdekt dat hij het golfen erg leuk vindt en is onlangs lid geworden van Golfvereniging De Batouwe. Een prachtige baan, en dicht bij huis. Voorlopig wil hij vooral zijn techniek bijschaven. Hij gaat goed vooruit, maar voelt zich nog niet zeker genoeg van zijn vaardigheden om mee te durven doen aan wedstrijden. Hij heeft zich aangesloten bij de Koppelrondes om wat meer mensen te leren kennen en omdat dit een laagdrempelige manier is om ook eens met anderen te golfen.

Persona B

John en Ria zijn al jaren lid van De Batouwe. Ze wonen in de gemeente Tiel en ze hebben vijfentwintig jaar geleden hun eerste golflessen gevolgd, samen met een aantal bevriende stellen. Ze kozen voor het lidmaatschap van De Batouwe vanwege de locatie, de mogelijkheden van een 27-holesbaan en de prachtige natuur. John is bovendien lid van de Businessclub. Ze spelen puur recreatief en zijn niet zozeer bezig met (het verbeteren van) hun handicap. Elke week lopen ze samen gezellig een rondje; meestal 9 holes en soms 18 holes. Een enkele keer spreken ze samen af om op een andere baan te spelen. Ze hebben genoeg aan hun vaste golfmaatjes. Ze doen niet mee aan wedstrijden en zoeken geen contact met andere leden. Wel vinden ze het leuk om hun golfrondje af te sluiten in het restaurant, waar ze na de speelronde een drankje nuttigen en soms blijven eten.

Persona C

Anneke is een geoefende speelster, met een gemiddelde tot lage handicap. Golfen is haar sport sinds ze niet meer kan tennissen en hockeyen. Ze speelt gemiddeld twee keer per week en doet regelmatig mee met verenigingswedstrijden, meestal in het weekend. Ze zet zich ook als vrijwilliger in voor de vereniging: eerst in de damescommissie en nu in het bestuur. Ze neemt ook trouw deel aan de Avond4daagse. Anneke kent veel mensen binnen de vereniging, vooral de leden die ook vaak meedoen aan de wedstrijden.

Persona D

Karel en Sophie zijn ambitieuze golfers. Je komt ze vaak tegen op De Batouwe, waar ze regelmatig hun korte spel aan het trainen zijn en hun swing oefenen op de drivingrange. Samen trekken ze aan het begin van het jaar de agenda om alvast te noteren aan welke golfwedstrijden en -evenementen ze mee willen doen. Hun vakanties zijn vaak golfvakanties. Sophie speelt in een competitieteam waarmee ze ook wekelijks traint. Karel speelt geen competitie, maar werkt serieus aan het bijschaven van zijn techniek en het verlagen van zijn handicap. Beiden zijn bekende gezichten binnen de vereniging en bij wedstrijden.

Bijlage 1B: Persona's jeugdleden en hun ouders

ASPIRANT-JEUGDGOLFER

Liam zit op de basisschool en vindt midgetgolf heel leuk. Hij heeft geleerd dat dat onderdeel is van een grotere sport: golf. Hij wil daar wel iets meer over weten en vraagt het aan zijn ouders. Die hebben geen idee en samen zoeken ze naar informatie op internet. Zo komen zij er achter dat er golfbanen bestaan en dat er zelfs één in de buurt zit. Ze bekijken de website om te zien hoe dat allemaal werkt en wat het kost.

Als ze er niet zo 1-2-3 uit komen, belt een van de ouders met de golfbaan. Daar krijgen ze het telefoonnummer van de voorzitter van de jeugdcommissie. Die stuurt een mail waarin alles op een rijtje gezet wordt. Het blijkt allemaal erg laagdrempelig en Liam mag drie keer gratis komen meedoen om te zien of het hem bevalt. Het is op zondagochtend, wat fijn is want op zaterdag speelt Liam in het voetbalteam. Liam is nog maar 10 jaar en de golfbaan is te ver weg om te fietsen. Een van z'n ouders moet hem dus brengen en wachten terwijl hij speelt. Liam heeft geen spullen, maar die mag hij lenen. Liam doet een proefles mee en krijgt de smaak te pakken. De pro is heel aardig, net als de andere kinderen vallen. Hij had allemaal rijke, kille mensen verwacht, maar dat is helemaal niet zo. Liam wil graag nog een keer meedoen. Nu maar hopen dat zijn ouders hem steeds willen brengen…

Op school vertelt Liam niet dat hij het weekend heeft gegolfd. Hij is bang dat de kinderen hem uitlachen of dat zijn vrienden niet meer met hem willen spelen. Het duurt een paar maanden voordat hij het zijn vrienden vertelt en die vinden het eigenlijk wel stoer. Ze vragen of ze een keer mogen komen kijken of meedoen. Dat mag. Maar zij vinden het niet zo leuk als Liam. Liam blijft golfen en met een niet al te duur tweedehands setje wordt hij lid.

JEUGDLID 0-10 JAAR

Liam is nu lid en golft bijna elke week. Hij doet mee met de groepslessen en sluit vriendschap met een paar kinderen in zijn groep. Ze wonen in een heel andere stad, dus doordeweeks zien ze elkaar niet. Maar zij zijn een van de redenen dat Liam blijft komen. Een andere reden is dat hij de bal steeds beter gaat raken. Dat is zo'n fijn gevoel! De lessen helpen hem om de techniek onder de knie te krijgen en hij wil meer en meer oefenen. Maar ja, om zijn ouders altijd maar te vragen naar de baan te gaan… Hij mag nog niet zelf een golfronde lopen en weet niemand om te vragen met hem mee te gaan. Ook vindt hij het spannend: de baan is groot en lang en hij is vast en zeker nog niet goed genoeg. Voorlopig houd hij het bij de drivingrange. Hij weet dat hij ook het putten moet oefenen, maar daar heeft hij te weinig geduld voor, hij vindt het maar saai. Als ze met de lessen nu eens wat leukere spelletjes zouden doen, zou dat helpen. Liam heeft nog geen smartphone, en de meeste informatie krijgt hij via de appgroep waar zijn moeder in zit. Zij krijgt niet de

nieuwsbrieven van de vereniging, want zij is geen lid. En Liam leest zijn mail eigenlijk niet. Het maakt het communiceren niet makkelijk. Bovendien zit zijn moeder in zoveel appgroepjes dat het haar af en toe duizelt: school, hockey, golf, haar eigen hobby's. Vaak mist ze de aankondiging van een wedstrijdje en dat is jammer. Want Liam had eigenlijk wel graag mee willen doen.

Jeugdlid 10 – 20 jaar

Daphne is 14 en golft nu 5 jaar. Maar op school vinden ze er wat van… Zij vindt er ook wat van. Als het warm is mag ze niet in een te kort shirtje lopen en dan die golfkleding… Die golfers, die regels… Ze heeft de afgelopen 5 jaar ook niet zo veel gespeeld en geoefend dat ze er heel goed in is geworden. Hockey was toch altijd haar eerste sport. Het enige meisje in haar groep is weggegaan en nu vindt ze er eigenlijk niks meer aan. Ze gaat ook stoppen. Roel is ook 14 maar vindt golf nog steeds geweldig. Het kan hem niet schelen wat zijn vrienden op school zeggen, ze weten niet wat ze missen! Roel zit al bij de oudere jeugd in de groep en die zijn een stuk beter. Dat motiveert. Roel wil ook beter worden en zelfs competitie meespelen. Nog twee jaar en dan heeft hij z'n brommerrijbewijs en kan hij makkelijker zelf naar de baan komen. Dan hoeft hij alleen nog maar te zorgen voor een klein golftasje dat meekan op de brommer.

Roel speelt af en toe een rondje met zijn golfvrienden. In het weekend het liefst 18 holes, maar vaker, vanwege de tijd, 9 holes. Als hij echt weinig tijd heeft, loopt 'ie de Pruimenlus. Hij heeft een smartphone en via de app spreken ze met elkaar af. Hij heeft ook een mailadres, maar de mail leest 'ie nauwelijks.

Jeugdlid 20 – 30 jaar

Esther heeft haar rijbewijs en een auto. Ze golft al 10 jaar. Ze is nu 22 jaar en heeft een vaste groep vrienden waarmee ze speelt. Ze neemt geen lessen, is niet ambitieus. Ze vindt het gewoon leuk. Ze speelt vaak 's avonds door de week naast haar baan. In het weekend is ze vaak druk met andere dingen. Ze spreken meestal af via de app. De nieuwsbrief krijgt ze wel, maar leest ze nauwelijks. Na een rondje golf blijft ze vaak nog lang plakken in het clubhuis om met haar vrienden wat te drinken. Ze zou ook wel willen blijven eten, maar ja, da's best duur. Nog een paar jaar en dan moet zij ook meer contributie betalen. Hopelijk verdient ze dan meer, anders lukt het misschien niet meer om lid te blijven. Ze is al 9-holeslid vanwege de kosten, en omdat ze nauwelijks 18 holes golft.

De golfende ouder/verzorger

Linda golft al 20 jaar heeft kinderen. Haar oudste is nu op een leeftijd dat golfen interessant wordt. Ze neemt hem weleens mee naar de golfbaan. Ze is benieuwd naar de mogelijkheden voor jeugdgolf op De Batouwe en vindt een flyer in het clubhuis. Daar staat een e-mailadres op van de jeugdcommissie, en ze besluit een mail te sturen.

Het is wel lastig, mocht haar oudste golfen leuk vinden, want wat doet ze met de andere kinderen? Haar man is ook niet altijd thuis in het weekend en om haar ouders nu weer te vragen… Maar als het lukt dan werkt het goed: haar oudste krijgt golfles; zij gaat dan zelf ook even oefenen. Hopelijk kunnen ze binnenkort samen de baan in, dat zou zo leuk zijn! Het is handig dat Linda ook golft, want dan gaat ze toch regelmatig naar de baan. Haar kind kan dan gewoon mee. En als een van de anderen mee moet, nou ja dan is dat zo, ze vermaken zich wel in het clubhuis.

De niet-golfende ouder/verzorger

Bert heeft een dochter die ineens over golfen begon. Hoe ze daar bij kwam… Ze had het op tv gezien en vond het machtig mooi. Inmiddels is zij lid op De Batouwe. Golfen was gelukkig niet zo duur als zij van tevoren hadden gedacht. Bert vindt het zelf ook wel leuk, maar om nou lid te worden… veel te duur, en zo leuk vindt hij het nu ook weer niet. En dan al die andere golfers… Vaak toch rijke lui of managers. Ze zitten aan het begin van de middag al aan de witte wijn op het terras. Nee daar heeft Bert niet zoveel mee. Hij snapt ook niet zo veel van het spelletje. De verhalen van z'n dochter volgt 'ie dan ook niet allemaal. Over die hole, die slag, die bal, die regel … het zal allemaal wel!

Zijn dochter is nog jong en heeft nog geen smartphone. Dus Bert zit in de appgroep en krijgt mail van de jeugdcommissie. Af en toe kijkt hij mee in haar mailbox om te zien of er mail is van de vereniging. Want omdat Bert geen lid is, krijgt hij die ook niet. Ook kan hij niet bij de besloten pagina's op de website. Dat is jammer, want daar staat belangrijke informatie voor zijn dochter. Samen hebben ze een account gemaakt, maar het inloggen lukt niet. Zijn dochtertje is heel fanatiek en wil haar handicap verlagen. Er is een app waar ze dat kan regelen, Golf.nl. Maar ja, hoe werkt dat? Bert heeft geen account en zijn dochter weet het ook niet. En dan dat verenigingssysteem, Nexxchange, om je in te schrijven voor wedstrijden. Dat lukt al helemaal niet. Gelukkig regelt de jeugdcommissie veel voor ze, dat kan gewoon via de app of mail, of even bellen.

Het lastige is dat haar broertje nu ook wil gaan golfen. Hij is jonger en heeft al helemaal geen smartphone. Maar hoe gaat Bert dan voor beide kinderen een account maken in de Golf.nl app? Golfen is een ingewikkelde sport, maar alle administratie eromheen zo mogelijk nog ingewikkelder! Hopelijk worden de kids snel groot en kunnen ze het allemaal zelf regelen.

Bijlage 2: Organisatieschema en kanalen

Organisatieschema communicatie Batouwe

Versie 16 december 2025

