

# “Beweeg voor twee, een Radboud-gevoel”



**Inspiratie voor het  
Radboudumc-personeel  
om fondsen te werven via  
deelname aan  
sportevenementen**

Auteur: P.A.J. Beening

Studentnummer 1076821

Opleiding Calo Sportkunde

Hogeschool Windesheim

Datum, juni 2018

(Beknopte versie van de afstudeerscriptie

Adviesrapport Sportkunde Radboudumc 2018)

**Radboudumc**

## Inleiding

Dit beknopte adviesrapport is samengesteld op verzoek van de senior fondsenwerver van het Radboudumc Harry Verwaaijen, de opdrachtgever van het oorspronkelijke onderzoek. Peter Beening heeft het onderzoek uitgevoerd als afstudeeropdracht voor de HBO-Sportkunde van Windesheim. Het is een beschrijvend onderzoek, waarbij het onderzoek een verdiepend inzicht geeft. Dit inzicht betreft de motivatie van het Radboudumc-personeel om mee te doen aan sportevenementen, in combinatie met fondsenwerving voor de Radboudumc goede doelen. Voor het Radboudumc is deze opdracht een verbreding voor de fondsenwerving door meer de verbinding tot stand te brengen met sportparticipatie.

Deze beknopte versie is samengesteld uit onderdelen van het Adviesrapport Sportkunde Radboudumc 2018. Besloten is om de verkorte versie te laten bestaan uit een inleiding, de management samenvatting en een bondig advies (6.0). In de bijlagen is aanvullende informatie opgenomen. Het gaat om het communicatieschema van Kentaa (bijlage 1). Ook is de berekening van het aantal potentiële fondsenwervers opgenomen plus de bijbehorende tabel (bijlage 2). Niet opgenomen zijn de begrippenlijst, methodiek, theoretische verdieping, conclusies, resultaten en overige bijlagen waaronder de literatuurlijst en de gebruikte vragenlijst.

Naast deze beknopte versie kan het volledige Adviesrapport Sportkunde Radboudumc 2018 worden opgevraagd. Het verzoek is te richten aan de senior fondsenwerver Harry Verwaaijen<sup>1</sup> of mijzelf<sup>2</sup>. Overigens mag informatie uit mijn rapport met bronvermelding worden gebruikt.

Ik wens iedereen veel plezier bij het lezen van deze beknopte versie.

Sportieve groet,

Zwolle, juni 2018

Peter Beening,

Sportkundige

---

<sup>1</sup>Contactgegevens: Email: [Harry.Verwaaijen@Radboudumc.nl](mailto:Harry.Verwaaijen@Radboudumc.nl) (mobiel: +31 1 6 11515164)

<sup>2</sup>Contactgegevens: Email: [p.beening@hotmail.com](mailto:p.beening@hotmail.com) (mobiel +31 6 42325531)

## Management samenvatting

Bij het Radboudumc te Nijmegen heeft in het schooljaar 2017-2018 de afdeling Radboud Oncologie Fonds (ROF) een onderzoek laten uitvoeren in het kader van een afstudeerstage bij HBO Sportkunde Windesheim. Het doel is geweest handvatten te vinden om de sponsorinkomsten voor de Radboudumc goede doelen te verhogen door deelname aan sportevenementen van het Radboudumc-personeel te stimuleren. Deze inkomsten zijn in oktober 2017 volgens de manager aan de lage kant. Om te achterhalen wat die handvatten kunnen zijn, is de volgende onderzoeksvraag gesteld: **Hoe kunnen personeelsleden van het Radboudumc geïnspireerd worden om via deelname aan sportevenementen de sponsorinkomsten voor de Radboudumc goede doelen te vergroten?**

Door vooronderzoek te doen via literatuurstudie, het houden van semi-gestructureerde interviews met (externe) deskundigen en klankbordgroepen is een vragenlijst tot stand gekomen. Nadat deze vragenlijst online is uitgezet onder de 11.000 medewerkers van het Radboudumc hebben 370 medewerkers de vragenlijst ingevuld. Hiermee is het responspercentage 3,4% (370/11.000). Bij de responsverwerking van de Nederlandse vragenlijst is de focus gelegd op de respondenten uit de groep sporters die wekelijks of vaker sporten. Het is gebleken dat deze respondenten een nauwkeurige afspiegeling zijn van de wekelijkse sporters binnen het Radboudumc met een betrouwbaarheid van 90% en een foutmarge van 5%. Met deze representativiteit kan in beeld worden gebracht wat voor deze groep wekelijkse sporters belangrijk is. Ook kan een betrouwbare schatting worden gemaakt van de omvang van deze groep onder de totale populatie aan personeelsleden. De reacties op de Engelse vragenlijst (24) zijn op verzoek van de manager van het ROF apart gescoord. Deze reacties zijn meegenomen in de rapportage als het een meerwaarde heeft voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

Uit het onderzoek blijkt dat personeel te stimuleren is om deel te nemen aan fondsenwerving bij sportevenementen. De belangrijkste genoemde motivatoren zijn: het deelnemen aan sportevenementen leuk vinden, bekend zijn met de Radboudumc goede doelen en persoonlijke of maatschappelijke betrokkenheid ervaren met het te sponsoren doel. Het onderzoek heeft verduidelijkt dat communicatie naar personeel doorslaggevend is om fondsenwerving aan te moedigen. Het gaat om het afstemmen van de verbinding tussen de medewerker en de Radboudumc goede doelen. Het onderzoek heeft aangetoond dat sportevenementen aan bepaalde voorwaarden moeten voldoen om bereidheid tot fondsenwerving te realiseren. Genoemd zijn kosten van deelname tot €15 en een reisafstand (enkele reis) binnen een straal van 15 km van Nijmegen. De Zevenheuvelenloop, de Marikenloop, de Nijmeegse wandelvierdaagse en de Stevensloop zijn opgegeven als geschikte sportevenementen voor fondsenwerving. Opgemerkt is dat een teveel aan goede doelen aanleiding kan geven tot het afzien van fondsenwerving. Als stimulans is het beter om fondsen te werven voor het hoofd goede doel.

De titel van de scriptie “Beweeg voor twee, een Radboud-gevoel” is gekozen, omdat het Radboud-gevoel bereidheid tot fondsenwerving tijdens sportevenementen kan beïnvloeden. Vervolgens ontstaat tijdens het deelnemen aan sportevenementen en het werven van fondsen tegelijkertijd het bewegen voor twee. De medewerker beweegt voor zichzelf en voor degene die baat heeft bij de sponsoractie voor de Radboudumc goede doelen. Het advies is personeelsleden te ondersteunen bij het deelnemen aan sportevenementen waarbij ze ook fondsen kunnen werven. Dit houdt in dat wordt ingespeeld op de sportmotivatie van potentiële fondsenwerfers en dat de communicatie is afgestemd op wat hen verbindt met de Radboudumc goede doelen. De deelnamevoorwaarden worden meegenomen om bereidheid tot fondsenwerving te stimuleren.

De totale afstudeerscriptie geeft een uitgebreid beeld van de onderzoeksmethodiek, kwalitatief en kwantitatief, de resultaten en hoe de conclusies tot stand zijn gekomen. De discussie laat zien hoe is teruggekeken op het onderzoek. In de bijlagen zijn toelichtingen gegeven op het onderzoek.

## 6.0 Expertise advies

Dit hoofdstuk omschrijft wat handvatten kunnen zijn om de sponsorinkomsten voor de Radboudumc goede doelen te verhogen door deelname aan sportevenementen van het Radboudumc-personeel te stimuleren.

Binnen het Radboudumc was de opdracht mogelijkheden te onderzoeken om tijdens sportevenementen de sponsorinkomsten te verhogen. Om een goed beeld te krijgen wie de potentiële fondsenwerfers zijn wordt eerst de doelgroep omschreven (6.1). Daarna zijn de adviezen opgesteld en in volgorde van een tijdlijn toegelicht (6.2). De keuze van het sportevenement is de start van de tijdlijn. Vervolgens krijgen de voorbereiding op het sportevenement en tijdens het evenement zelf de aandacht. Dit gedeelte van de aanbevelingen eindigt met een follow up van het sportevenement. Aansluitend volgen de toepassing en verwachtingen over de aanbevelingen (6.3). De respondenten uit de Nederlandse vragenlijst vormden de basis voor dit advies, zoals is afgesproken met de manager van het ROF.

### 6.1 Doelgroep: de potentiële fondsenwerfers

Voor het advies bij de doelgroep is vooral gelet op mogelijkheden voor sportmotivatie en bereidheid tot fondsenwerving.

#### 6.1.1 Sportmotivatie

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat plezier essentieel is voor sportmotivatie. Voor het benaderen van doelgroepen is een splitsing tussen de niet/nauwelijks sporters en de weeksporters eenvoudig te maken. De eerste groep sport eens per twee weken of minder. De tweede groep sport wekelijks of vaker.

Voor de Radboudumc goede doelen is het lastig om de niet/nauwelijks sporters rechtstreeks te benaderen voor fondsenwerving tijdens sportevenementen. Het is namelijk een langdurig proces om medewerkers van inactief naar fysiek actief te krijgen. Voor de Radboudumc goede doelen zal het begeleiden van deze niet/nauwelijks sporters niet de hoofddoelstelling zijn, want de sponsorinkomsten zullen hiermee nauwelijks verhogen.

Voor de Radboudumc goede doelen is het eenvoudiger om de weeksporters te benaderen dan de niet/nauwelijks sporters. De weeksporters zijn gewend om te sporten, vinden dit leuk, willen fysiek actief zijn en zien van het sporten de meerwaarde in. De weeksporters hebben aangegeven dat ze gezelligheid en onderling sociaal contact belangrijk vinden. Deze weeksporters doen veel eerder mee aan een sportevenement en de stap zetten om dan fondsen te werven is kleiner. Bovendien zijn de weeksporters die de vragenlijst hebben ingevuld representatief voor de totale groep weeksporters binnen het Radboudumc. Het ligt voor de hand om de focus bij deze weeksporters te leggen.

#### 6.1.2 Bereidheid tot fondsenwerving

Om maximaal bereidheid tot fondsenwerving te bereiken is het noodzakelijk een betrokkenheid te creëren met de Radboudumc goede doelen. De persoonlijk gevoelde betrokkenheid heeft de grote impact. Op dat moment is het personeel zelf of is een dierbare in contact gekomen met (één van) de onderwerpen van de Radboudumc goede doelen. Het personeel is erg betrokken bij het Radboudumc. Meerdere keren is gebleken dat personeelsleden een gevoel van trots ervaren als zij praten over 'hun' Radboudumc.

Het willen ondersteunen van de missie van Radboudumc staat hoog in het vaandel, zoals blijkt uit de responsverwerking.

Volgens de resultaten is er een deel van de respondenten dat leidt tot een betrouwbare schatting van 435 weeksporters van de 6.270 bereid fondsen te werven (groep Jazeker =  $20/288 \cdot 6270$ ), mits de juiste stimulans er is. Bovendien zal het aantal vermoedelijk stijgen met 1.785 weeksporters van de 6.270 (groep Ja, Misschien =  $82/288 \cdot 6270$ ), als deze medewerkers zich toevoegen aan de groep potentiële fondsenwerfers. In totaal behoren dan 2.220 ( $435+1.785$ ) medewerkers tot de groep potentiële fondsenwerfers. Daarnaast is in de groep respondenten niet/nauwelijks sporters nog door 13 ( $5+8$ ) medewerkers aangegeven dat zij eventueel bereid te zijn om fondsen te werven.

Volgens de innovatietheorie van Rogers volgt de rest van de groep vanzelf, wanneer de eerste 16% van de groep potentiële fondsenwervers meedoet aan fondsenwerving. Er was een groep respondenten die niet bereid is om in actie te komen voor de Radboudumc goede doelen. Als reden hebben ze opgegeven dat fondsenwerving geen prioriteit heeft, of dat ze in actie zijn gekomen voor een ander goed doel buiten het Radboudumc. Daarnaast is uit verschillende onderzoeksresultaten gebleken dat schaamte om te vragen voor een donatie ook een reden kan zijn geen fondsen te willen werven.

De aanbeveling is om de focus te leggen op de ruim **2.200 medewerkers**. Volgens de schatting overwegen zij om fondsen te gaan werven voor de Radboudumc goede doelen, indien zij voor deelname benaderd worden.

## 6.2 De aanbevelingen

Door het onderzoek is de doelgroep binnen het Radboudumc bekend. De motieven voor bereidheid tot fondsenwervingen en bijbehorende incentives zijn hieronder omschreven in een tijdlijn. Het gaat erom medewerkers te inspireren fondsen te werven bij deelname aan sportevenementen voor de Radboudumc goede doelen

### 6.2.1 Het ideale sportevenement

Het belangrijkste is dat het sportevenement in de buurt is van Nijmegen. Verder is uit het onderzoek naar voren gekomen dat de voorkeuren liggen bij de Zevenheuvelenloop, Marikenloop, Stevensloop en Nijmeegse wandelvierdaagse. Plus dat de deelnemers bereid zijn 15 euro zelf te betalen voor deelname aan het sportevenement. Ook is aangegeven dat het karakter en de sfeer van het sportevenement moeten passen bij de Radboudumc goede doelen. Verder is gebleken dat het zijn van het hoofd goede doel of een sportevenement specifiek voor fondsenwerving beter werkt.

**De Marikenloop** is voor de Radboudumc goede doelen het ideale sportevenement. Deze voldoet aan alle wensen van de personeelsleden die bereid zijn tot fondsenwerving. Echter, aan de Marikenloop mogen alleen vrouwen meelopen. Het evenement staat bekend om de gezelligheid en saamhorigheid. De Radboudumc goede doelen zouden hierop in kunnen spelen door een onderzoeksproject eraan te koppelen waarin speciaal vrouwen centraal staan. Daarnaast heeft de Marikenloop nog geen hoofd goede doel. Als het lukt om het hoofd goede doel te worden zal dit mooie resultaten opleveren.

Het Radboudumc is al sterk aanwezig bij **de Zevenheuvelenloop**. Iedereen jaar lopen 350 personeelsleden mee onder de vlag van het Radboudumc. De locatie en de inschrijfkosten van het evenement komen overeen met de wensen van de deelnemende personeelsleden. Echter, de Zevenheuvelenloop heeft al een ander hoofd goede doel en het karakter van het evenement sluit minder aan bij fondsenwerving voor de Radboudumc goede doelen. Dit komt doordat de focus vanuit de organisatie ligt op de conditie van de deelnemers tijdens het wedstrijdelement. Toch is het advies om bij de Zevenheuvelenloop fondsenwerving te promoten. De deelnemers zijn er al, de samenwerking met het Radboudumc is er ook. Op dit moment is dat een kans om op te pakken, want er wordt vrijwel geen actie ondernomen tot fondsenwerving voor de Radboudumc goede doelen.

**De Nijmeegse wandelvierdaagse** is het bekendste sportevenement van Nijmegen. Tijdens dit evenement staat de hele stad op zijn kop. Het evenement heeft een bepaalde heldenstatus onder de sportevenementen. Op papier is deze vierdaagse helemaal niet zo geschikt voor fondsenwerving. De afstand, deelnemersloting en inschrijfkosten sluiten al veel potentiële fondsenwervers buiten. Daarnaast is het evenement zo groot en bekend dat iedere organisatie graag in beeld komt bij deze vierdaagse. Dit zorgt voor een overkill aan PR-uitingen. De organisatie van deze vierdaagse wil vanuit principe geen hoofd goede doel kiezen, omdat ze geen andere goede doelen willen buitensluiten. Daarnaast is de speciale vierdaagse sponsorlooppagina in het bezit van een commerciële organisatie.

Toch is deze vierdaagse als sportevenement een relatief grote inkomstenbron voor de Radboudumc goede doelen. Dit komt door de bekendheid van het evenement en het voltooiën van de Nijmeegse vierdaagse wordt vaak beschouwd als een heldendaad. Daarom is het advies om mee te liften bij deze vierdaagse en er wel betrokken bij te zijn. Vergeet daarbij niet de bovengenoemde punten als kanttekening in het achterhoofd te houden.

De Stevensloop is uit de voorkeuren gekomen van de respondenten. Voor wat betreft de locatie en inschrijfkosten matchen het sportevenement, maar de Stevensloop heeft al een vast hoofd goede doel, namelijk de Stevenskerk. Daarnaast is het evenement ook lastiger aan een specifiek Radboudumc goede doel of onderzoeksproject te koppelen. Daarom is het advies om de Stevensloop in het begin nog niet als goed doel op te nemen. Tijd en geld kunnen in andere sportevenementen gestoken worden, als er behoefte is het werven van fondsen bij sportevenementen uit te breiden. Dan kan in 2020 altijd nog de stap richting de Stevensloop gemaakt worden.

In 2019 zal ook het nieuwe fondsenwervend sportevenement **7 voor leven** worden georganiseerd. Het is een fietsevenement dat over de 7 heuvelen van Nijmegen gaat. Het evenement heeft grote fondsenwervende ambities voor de medische oncologie. Het advies is daarom specifiek voor het Radboud Oncologie Fonds om bij dit evenement betrokken te blijven.

### 6.2.2 De voorbereidingen op het evenement

De kansrijke sportevenementen zijn in kaart gebracht voor de Radboudumc goede doelen. De volgende stap die gemaakt moet worden is het werven van de deelnemers. De grote stap die de Radboudumc goede doelen hierin kunnen maken zijn bekendheid en bewustwording. Uit het onderzoek is gebleken dat één op de drie personeelsleden niet bekend is met de Radboudumc goede doelen. Daarnaast is het belangrijk dat de potentiële fondsenwerfers, die wel bekend zijn met de goede doelen, op de hoogte zijn van alle fondsenwervende mogelijkheden bij sportevenementen. Deze groep is trots op het Radboudumc en de missie ‘to have a significant impact on healthcare’ staat bij hun hoog in het vaandel. Verder is uit de onderzoeksbronnen gebleken dat het samenwerken in een teamverband motiverend werkt en dat saamhorigheid daarin een factor speelt. Daarom is voor een goede voorbereiding op de sportevenementen een sterk communicatieplan nodig met de juiste boodschap.

Het advies is om in te spelen op de saamhorigheid en het gevoel van trots op het Radboudumc. Dit kan door gebruik te maken van storytelling en tijdens een afdelingsbijeenkomst met collega’s de betrokkenheid omtrent het onderzoeksproject te bespreken. Hiermee wordt de nadruk gelegd op het wij-gevoel en op het nastreven van de gezamenlijke missie. Deze verhalen en presentaties werken het beste wanneer er rekening wordt gehouden met het waarom van bereidheid tot fondsenwerving. Benader vervolgens potentiële fondsenwerfers minimaal een halfjaar van tevoren over het sportevenement en de verbinding van de Radboudumc goede doelen. Kentaa (2016) heeft hiervoor een communicatieschema ontwikkeld (zie bijlage 1). Het advies is dit schema aan te houden want het creëert een persoonlijke betrokkenheid naar de fondsenwerfers.

Daarnaast is het advies de website en Social Media up to date te houden en voor potentiële fondsenwerfers praktisch en herkenbaar in te richten. Een opvallend resultaat uit het onderzoek is, dat potentiële fondsenwerfers een sterke behoefte hebben aan een intranetbutton speciaal voor sportevenementen en fondsenwerving. Het is daarom dat het advies is om de intranetpagina te ontwerpen voor het creëren/verstevigen van de bewustwording over betrokkenheid van Radboudumc goede doelen. Bij aanmelding kunnen potentiële fondsenwerfers kiezen hoe zij in actie willen komen om de sponsorinkomsten te verhogen en welke ondersteuning zij willen ontvangen. Het is bijvoorbeeld laagdrempeliger om de korting op deelnamekosten te doneren voor het goede doel, dan ‘eigen’ geld hiervoor in te zetten. Uit de klankbordgroepen is naar voren gekomen om die intranetbutton op de startpagina te plaatsen. Bij voorkeur met een doorklikmogelijkheid naar website of het online actieplatform van het goede doel. Ook kan de focus gelegd worden op actuele onderzoeksprojecten.

De deelnemers van de vragenlijst hebben aangegeven ondersteuning te willen ontvangen. Het gaat om flyers voor ondersteuning van hun acties en een eenheid te kunnen uitstralen door middel van een Radboudumc-team met een bijbehorend sportshirt. Het advies is flyers op voorraad te hebben en sportshirts ter beschikking te stellen. Ook willen deelnemers ondersteuning vanuit een online platform. Deelnemers verwachten een complete verzorgde en transparante pagina en de mogelijkheid om anoniem te kunnen doneren. Verder is aangegeven dat de potentiële fondsenwerfers zich het liefst inzetten voor een haalbaar doel van 15 duizend euro. Een doel dat onbereikbaar lijkt, omdat het doelbedrag twee miljoen euro is, schrikt af. De aanbeveling is dan ook om een inschatting te doen over hoeveel geld opgehaald gaat worden bij het sportevenement. Maak van dat bedrag het streefbedrag. Kentaa (2016) geeft aan de drie G’s toe te passen voor online interactie. Genot, want het moet leuk zijn om fondsen te werven. Gemak, want het moet gemakkelijk toepasbaar zijn

voor een leek. Gewin, want het is belangrijk dat mensen hun doelen behalen en een succeservaring beleven. Daarnaast is uit het onderzoek gebleken dat online betalen via de smartphone steeds populairder wordt en dat is ook tijdens klankbordgroep bevestigd.

### 6.2.3 Tijdens het sportevenement

Het advies is om tijdens het evenement de betrokkenheid te tonen naar de fondsenwervers, zoals bij de Zevenheuvelenloop het Radboudumc de bedrijvenloop organiseert. De wijze van organiseren wordt zeer gewaardeerd door de deelnemers. Denk hierbij aan omkleedruimtes, gelegenheid zich te laten masseren, een centraal punt om eten en drinken aan te vullen. Bovendien kan worden ingespeeld op het Radboud-gevoel door allemaal in teamkleding aanwezig te zijn en gezamenlijk een warming up te doen. Zorg dat programma en setting is afgestemd op tijd en ruimte voor het sociale informele praatje met de collega's. Naderhand is er afsluitend drankje om elkaar te feliciteren met de fysieke prestatie.

Wat fondsenwerving betreft kan het Radboudumc groeien. Het advies is om de focus te leggen op betrokkenheid en fondsenwerving. Neem daarbij de aandachtspunten het KWF-team over als aanvulling op het bestaande concept van het Radboudumc. Inhoudelijk betekent dit het volgende:

- Een aantal organisatieleden van de goede doelen ontvangen de fondsenwervers. Ze leggen hen in de watten door tijd en aandacht te geven aan praktische vragen en naar hun verhalen te luisteren. Bij de start en finish worden de mensen aangemoedigd door de organisatieleden van het goede doel.
- KWF geeft een rode roos na de prestatie. Het advies voor Radboudumc is om iets blijvends te geven, bijvoorbeeld een medaille, te laten overhandigen door de organisatieleden van Radboudumc goede doelen. Zo kunnen de fondsenwervers altijd via iets tastbaars terugdenken aan hun prachtige daad voor de Radboudumc goede doelen.
- Als laatste punt zou het natuurlijk prachtig zijn als de hoofdonderzoeker meeloopt als goed voorbeeld naar de rest en/of aan het einde de mensen tijdens de afsluiting met een dankwoord toespreekt.

### 6.2.4 De follow up

De follow up is een moment om te werken aan een vaste deelnemersgroep. Binnen een week na afloop van het evenement zijn de foto's beschikbaar zijn voor de deelnemers. Het is een tastbare herinnering aan hun moment van fondswerving en zij kunnen de foto's delen in hun persoonlijke netwerk. Uit het onderzoek bleek dat transparantie over het gebruik van het geldbedrag belangrijk is. Daarom is het advies om een terugkoppeland nieuwsbericht te maken over het totaal opgehaalde geldbedrag met een kort interview en dankwoord van de ontvanger van de donaties. Ook is aan te bevelen om een groepsfoto te plaatsen om aan de teamprestatie en het Radboud-gevoel te herinneren. Plaats ook een vooraankondiging voor de editie van volgend jaar en een vooruitblik naar het volgende sportevenement waarbij de Radboudumc goede doelen zijn betrokken. Door een link te plaatsen naar een korte evaluatie hoe de ondersteuning ervaren is, kan het organisatie-team de ervaringen van de fondsenwervers meenemen in hun evaluatie. Door het uitwisselen van ervaringen en een up-to-date praktijkgericht draaiboek gaat het organiseren van sportevenement waarbij medewerkers bereid zijn tot fondsenwerving steeds efficiënter.

## 6.3 Toepassing van de aanbevelingen

Het is belangrijk dat er per sportevenement duidelijkheid is over praktische uitvoerbaarheid van fondsenwerving bij dat sportevenement. Het gaat erom de randvoorwaarden invulling te geven over beschikbaar budget, tijdsplanning en bewustwording bij de potentiële fondsenwervers dat de fondsen het geld nodig hebben.

De Zevenheuvelenloop in november 2018 is bedoeld als pilotevenement waarbij het advies in de praktijk wordt getest voor incentives die snel te realiseren zijn. Dit heeft te maken met de korte voorbereidingstijd op het evenement. De Marikenloop in mei 2019 heeft nog voldoende voorbereidingstijd en kan een pilotevenement zijn om het advies in zijn volledigheid toe te passen.

In de Bijlagen is informatie opgenomen als ondersteuning van het expertise advies.

## Bijlagen

In deze beknopte versie zijn twee bijlagen opgenomen. Het gaat om het communicatieschema van Kentaa (2016), zie bijlage 1. Ook is de informatie opgenomen over de berekening van het aantal potentiële fondsenwervers plus de bijbehorende tabel, gebaseerd op de respondenten van de Nederlandse vragenlijst, zie bijlage 2. Overige aanvullende informatie is ter beschikking in het Adviesrapport Sportkunde Radboudumc 2018.

### Bijlage 1: Communicatieschema van Kentaa

Kentaa heeft hier een communicatieschema gemaakt op basis van gedrevenheid om fondsen te werven, zie de afbeelding hieronder figuur 1 (Kentaa, 2016, p. 16). Het vormt een onderdeel van het advies (6.2.2) uit het Adviesrapport Sportkunde Radboudumc 2018. Het toepassen van dit schema ondersteunt het creëren van een persoonlijke betrokkenheid naar de potentiële fondsenwervers.



**Figuur 1 Het segmenteren van deelnemers naar aanpak van communicatie (Kentaa, 2016, p.16)<sup>3</sup>**

<sup>3</sup> Noot: Herdrukt van Kentaa (2016, p. 10), figuur 8 "Het segmenteren van deelnemers naar aanpak van communicatie", zie [https://www.kentaa.nl/whitepaper/fondsen-werven-met-evenementen/download/bedankt?whitepaper\\_download\\_id=001273](https://www.kentaa.nl/whitepaper/fondsen-werven-met-evenementen/download/bedankt?whitepaper_download_id=001273)



## Bijlage 2: Omvang potentiële fondsenwervers

De cijfermatige toelichting is gebaseerd op de resultaten van de vragenlijst: Sportevenement en fondsenwerving voor de Radboudumc goede doelen, 2018. De bijlage bestaat uit twee delen. Deel A betreft de berekening van de omvang van de potentiële fondsenwervers. Deel B laat de tabel de combinatie zien van sportparticipatie en bereidheid tot fondsenwerving gebaseerd op de respondenten van de Nederlandse vragenlijst.

### A. Berekening aantal potentiële fondsenwervers binnen het Radboudumc

Op de website van volksgezondheidszorg.info staat “Ruim de helft van de Nederlanders sport wekelijks. In 2017 deed 57% van de Nederlanders van 12 jaar en ouder wekelijks of vaker aan sport.”

Voor de beeldvorming is een omrekening gemaakt naar de situatie bij het Radboudumc (2018), gebaseerd op de respondenten van de Nederlandse vragenlijst.

Uitgaande van	11.000 Radboudumc'ers
57%	6.270 Weeksporters, die wekelijks of vaker sporten
20/288*6.270	415 Weeksporters die fondsen willen werven (groep “Jazeker” 20 respondenten van de 288 weeksporters)
82/288*6.270	1.785 Weeksporters die fondsenwerving overwegen (groep “Ja, misschien” 82 respondenten van de 288 weeksporters)
DUS	2.220 Potentiële fondsenwervers, mits de juiste stimulans er is en zij ook daadwerkelijk fondsen gaan werven

### B. Tabel over sportparticipatie gecombineerd met bereidheid tot fondsenwerving gebaseerd op de respondenten van de Nederlandse vragenlijst

Mate van bereidheid tot fondsenwerving	Jazeker	Ja, misschien	Weet niet	Nee	Totaal
<b>Bij weeksporters</b>	<b>20</b>	<b>82</b>	<b>58</b>	<b>128</b>	<b>288</b>
Meerdere keren per week, maar niet dagelijks	13	63	40	66	182
Eens per week	5	14	15	53	87
Dagelijks	2	5	3	9	19
<b>Bij niet/nauwelijks sporters</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>37</b>	<b>58</b>
Eens per maand	5	1	4	1	11
Eens per twee weken		5	4	3	12
Minder dan eens per maand		2		2	4
Ik sport niet				31	31
<b>Bij totaal NL-vragenlijst</b>	<b>25</b>	<b>90</b>	<b>66</b>	<b>165</b>	<b>346</b>

Tabel 1 Aantal keer sporten afgezet tegen bereidheid fondsen te werven onder bepaalde voorwaarden