

# *Stappenplan voor het opzetten van een WhoZnext Action Games*

*WhoZnext Action Games: super  
gaaf!*



**Colofon**

Uitgave: NISB, Arnhem  
Auteur: Heino van Groeningen (NISB)

Copyright © 2004 NISB, Arnhem

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

## Voorwoord

### ***WhoZnext Action Games: super gaaf!***

Het organiseren van je eigen WhoZnext Action Games is natuurlijk super gaaf. Wie van je vrienden kan nu zeggen dat ie een evenement voor een paar honderd jongeren heeft georganiseerd?

Bij het organiseren van zo'n groot evenement komt het één en ander kijken. Om je te helpen bij de organisatie hebben we een stappenplan voor je gemaakt. Volg de stappen en organiseer jouw WhoZnext Action Games.

Veel succes!



## INHOUD

- STAP 1. Een organisatiecommissie vormen
- STAP 2. De uitgangspunten van de WhoZnext Action Games bepalen
- STAP 3. De taken verdelen
- STAP 4. Het programma samenstellen (de werkgroep Inhoud)
- STAP 5. De locatie en catering regelen (de werkgroep Organisatie)
- STAP 6. Het event bekendmaken (de werkgroep Promotie)
- STAP 7. De begroting opstellen (de werkgroep Financiën)
- STAP 8. Een draaiboek maken voor de dag zelf

## Bijlage

- WhoZnext Action Games Venlo
- WhoZnext Action Games Lelystad
- Voorbeeldbrief relatie
- Projectplan WhoZnext Action Games Venlo
- Organisatiestructuur WhoZnext Action Games Venlo
- Sponsorplan
- Communicatieplan
- Promotie activiteiten WhoZnext Action Games

## Colofon

**Uitgave:** NISB  
**Auteur:** Heino van Groeningen (met dank aan de studenten Sportmanagement INHOLLAND, de gemeente Venlo en SportZeeland voor het beschikbaar stellen van hun kennis)  
**Redactie:** Ingrid van Doorn

Copyright © 2004 NISB, Arnhem

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier zonder voorafgaande toestemming van NISB.

## **STAP 1 EEN ORGANISATIECOMMISSIE VORMEN**

Samen weet en kun je meer dan alleen. Daarom is het handig om allereerst een organisatiecommissie in het leven te roepen. Deze commissie bestaat uit een groepje van 5 tot 15 jongeren, die samen het event gaan organiseren.

### **Tip: gevarieerde organisatiecommissie**

Benader uiteenlopende jongeren voor de organisatiecommissie: jongeren van verschillende scholen, jongens en meisjes, fanatieke en gezelligheidssporters, jongeren die lid zijn van een sportvereniging en jongeren die op eigen houtje sporten, enzovoorts. Waarom? Omdat verschillende jongeren vaak andere ideeën hebben.

### **Kennismaking**

Als je elkaar nog niet allemaal kent is het handig om hier in de eerste vergadering wat tijd voor uit te trekken. Een leuke manier om elkaar beter te leren kennen is het spelen van een kennismakingsspel. Een voorbeeld: schrijf op een bord of een groot vel papier steekwoorden als 'naam', 'leeftijd', 'voorgesteld agendapunt' en 'favoriete sport', en laat iedereen zich aan de hand van die thema's voorstellen.

### **Vergaderingen en agenda**

Jullie whoZnext-team gaat de komende maanden regelmatig vergaderen; je kijkt wat er moet gebeuren, verdeelt taken en neemt met je team beslissingen. Voordat je over acties gaat praten is het handig als je eerst met elkaar wat afspraken maakt:

- Wie gaat de vergaderingen leiden? (de voorzitter)
- Wie gaat een beknopt verslag maken van elke vergadering? (de notulist)
- Wie gaat het geld van het Team beheren? (de penningmeester)

Een vergadering zonder te weten waar je het met elkaar over gaat hebben leidt vaak tot chaos. Stel dan ook voor elke vergadering een agenda op. Een agenda is een lijst met punten die jullie in de vergadering één voor één bespreken. Hieronder tref je een voorbeeld aan.

### Voorbeeldagenda

Datum: 21 oktober  
Tijd: 15.30-17.00 uur  
Plaats: docentenkamer

1. Opening: de voorzitter opent de vergadering.
2. Notulen van de vorige vergadering: klopt alles wat erin staat?
3. Mededelingen: wie heeft er nog belangrijke nieuwtjes?
4. Stand van zaken: wie is de afgelopen periode waarmee bezig geweest en loopt alles volgens plan?
5. Planning: wat moet er de komende tijd gebeuren en wie doet wat?
6. Rondvraag: de voorzitter vraagt iedereen of hij of zij nog iets wil zeggen.
7. Volgende vergadering: spreek af waar en wanneer de volgende vergadering plaatsvindt.
8. Sluiting: de voorzitter sluit de vergadering.

## **STAP 2 DE UITGANGSPUNTEN VAN DE WHOZNEXT ACTION GAMES BEPALEN**

Na de kennismakingsronde is het zaak om met elkaar te bepalen hoe jullie event er in hoofdlijnen uit komt te zien. De volgende zes vragen kunnen hierbij helpen:

### **a. De aanleiding**

Waarom willen jullie eigenlijk een event organiseren? Omdat er te weinig rekening wordt gehouden met de mening van jongeren, omdat jullie een specifieke sportwens hebben, omdat...

### **b. Het doel**

Wat willen jullie bereiken met het event? Wat moet het concreet opleveren? Wanneer zijn jullie tevreden?

### **c. De doelgroep**

Voor wie zijn de WhoZnext Action Games bedoeld? Alleen voor jongeren of ook voor volwassenen? En hoeveel deelnemers willen jullie minimaal bereiken?

### **d. De samenwerking**

Bij wie zouden jullie kunnen aankloppen voor samenwerking? Welke mensen of organisaties kunnen welke bijdrage leveren?

### **e. De datum**

Wanneer gaat jullie event plaatsvinden? Bedenk daarbij dat de hele organisatie veel voorbereidingstijd vergt, alhoewel het natuurlijk wel uitmaakt hoe 'groots' jullie het willen aanpakken.

### **f. De sporten**

Welke sporten organiseren jullie tijdens de Action Games? Skaten? Quadrijden? IJsklimmen? Beachkorfbal? Beachvolleybal? Boogschieten? Zeilen? Kanoen? Windsurfen? Vliegeren? Schermen? Mountainbike? Inline skaten? High-diving?

### **Tip: brainstormen**

Een goede manier om met elkaar tot een duidelijk antwoord te komen op elk van bovenstaande vragen is door het houden van een brainstorm. Daarbij bedenkt iedereen mogelijke antwoorden op de zes vragen. Zelfs de gekste ideeën mogen worden genoemd. Let op: in een brainstorm is het niet de bedoeling om tussentijds op elkaars punten te reageren. Laat iedereen zijn of haar ideeën eerst vrijuit noemen (of opschrijven) en schrijf ze vervolgens allemaal op een groot vel papier. Dat levert een hele lijst op met allerlei ideeën en antwoorden per vraag. Nu is het tijd om met elkaar tot een keuze te komen. Dat kan door er onderling over te discussiëren. Een andere manier is door iedereen een streepje te laten zetten achter het idee of antwoord dat hij of zij het beste vindt. Het idee of antwoord met de meeste streepjes 'wint' in dat geval.



### **STAP 3 DE TAKEN VERDELEN**

Op het moment dat je elkaar al wat beter kent en de uitgangspunten van jullie event zijn bepaald, is het zaak om de taken te verdelen. Per slot van rekening kun je ook niet alles samen doen. Het werkt vaak erg goed als subgroepjes van 1, 2 of 3 personen maakt. Elk groepje draagt de verantwoordelijk voor één van de volgende vier onderdelen:

1. De inhoud
2. De organisatie
3. De promotie
4. De financiën

Op deze manier ontstaan vier werkgroepjes, die ieder met hun eigen onderdeel aan de slag gaan. Meer informatie over de concrete taken per werkgroepje is te vinden in stap 4 tot en met 7.

#### **Afstemming**

Natuurlijk is het belangrijk dat de vier werkgroepjes niet helemaal los van elkaar te werk gaan. Je zult de activiteiten op elkaar moeten afstemmen. Zo moet de werkgroep organisatie van de werkgroep financiën horen hoeveel geld er beschikbaar is voor het huren van een locatie en voor de catering. En zo moet de werkgroep promotie precies weten hoe het event er inhoudelijk uit komt te zien om een wervende folder of een leuk stukje te kunnen schrijven. Er moet dus regelmatig onderling contact zijn tussen de vier werkgroepen.

Dat kan natuurlijk door even met elkaar te bellen of mailen, maar soms is het handiger om even bij elkaar te komen. Het is niet altijd nodig dat iedereen bij deze centrale vergaderingen aanwezig is, maar kun je ook steeds één persoon (de werkgroepjeleider of -coördinator) afvaardigen naar het overleg.

Naast de vergaderingen tussen de werkgroepen zijn er ook nog de centrale vergaderingen. Het is de taak van de algemeen voorzitter om deze centrale vergaderingen te leiden en te plannen. Hij of zij is ook degene, die het geheel in de gaten houdt en de vier werkgroepjes 'aanstuurt'.

#### **Tip: adreslijst**

Zorg ervoor dat alle betrokkenen een lijst krijgen met daarop alle namen, adressen, telefoonnummers en e-mailadressen.

#### **STAP 4 HET PROGRAMMA SAMENSTELLEN (werkgroep Inhoud)**

In stap 2 zijn de uitgangspunten en de sporten voor de Action Games al bepaald. Aan de werkgroep inhoud de taak om deze punten verder voor te bereiden. Dit moet uiteindelijk resulteren in een programma, waarin precies staat beschreven wat wanneer plaatsvindt (zie stap 8).

##### **Actielijst werkgroep Inhoud**

Hieronder een overzicht van de belangrijkste taken van de werkgroep inhoud. Dit overzicht is handig om de taken te verdelen en om van tijd tot tijd te bekijken of jullie op koers liggen.

<b>Wat moet er gebeuren?</b>	<b>Wie doet of doen het?</b>	<b>Wanneer klaar?</b>
Kiezen van de sporten.		
Samenstellen van het programma.		
Nagaan wat verder voor elk programma-onderdeel nodig is.		
Benaderen van deskundigen.		
Instrueren van alle betrokkenen.		

**STAP 5 DE LOCATIE EN CATERING REGELEN (werkgroep Organisatie)**

De werkgroep Organisatie moet ervoor zorgen dat alle voorwaarden voor het event goed geregeld zijn. Daarbij gaat het onder andere om het vinden en inrichten van een geschikte locatie en om het regelen van de catering.

**De locatie**

Waar de WhoZnext Action Games het beste kan worden gehouden hangt in de eerste plaats af van het aantal mensen dat jullie verwachten. Uiteraard geldt: hoe meer mensen en hoe meer sporten, hoe groter de locatie moet zijn. In veel gevallen zal het schoolplein of de voetbalvelden in de buurt een geschikte locatie zijn om het event te houden.

**Tip: de locatie 'opleuken'**

Om de aanwezigen direct in de stemming te brengen voor het event, is het leuk om de locatie nog wat 'aan te kleden'. Denk aan whoZnext-posters, een speciaal T-shirt voor alle medewerkers, het afdraaien van de whoZnext-video, leuke muziek (DJ) en een optreden van een groep breakdancers.

**De catering**

Koffie, thee, frisdrank, warme of koude snacks, belegde broodjes, fruit: wat je de deelnemers van het event aanbiedt is maar net afhankelijk van het tijdstip waarop het event plaatsvindt. Waarschijnlijk is het het handigst om de hele catering uit te besteden. Voor de catering kun je een echt horecabedrijf inschakelen, maar misschien weten jullie ook wel wat klasgenoten of vrienden voor deze taak te interesseren. Dat scheelt weer in de kosten.

**Actielijst werkgroep Organisatie**

Hieronder een overzicht van de belangrijkste taken van de werkgroep Organisatie. Dit overzicht is handig om de taken te verdelen en om van tijd tot tijd te bekijken of jullie op koers liggen.

Wat moet er gebeuren?	Wie doet of doen het?	Wanneer klaar?
Inschatting maken van het aantal deelnemers		
Locatie bespreken		
Locatie 'aankleden' en 'opleuken' (versiering, muziek, optreden, etc.)		
Regelen van apparatuur (microfoons, draaitafels, boxen enz.)		
Regelen van de catering (drank, eten, consumpties medewerkers)		

## **STAP 6 HET EVENT BEKENDMAKEN (de werkgroep Promotie)**

Elk event staat of valt met de deelnemers. Hoe goed de zaak inhoudelijk en organisatorisch ook is voorbereid, als er maar een handjevol mensen komt opdagen kun je moeilijk van een geslaagd event spreken. Daarom is het belangrijk om jullie event onder de aandacht te brengen. Een taak voor de werkgroep Promotie.

### **De doelgroep interesseren**

In stap 2 is al bepaald welke jongeren en volwassenen tot de doelgroep behoren. Nu gaat het erom deze mensen op de hoogte te brengen van het event en hen hiervoor te interesseren. Daarvoor bestaan verschillende mogelijkheden. Je kunt overal in de buurt posters ophangen om het event aan te kondigen. Je kunt folders uitdelen op plaatsen waar de doelgroep komt (zoals scholen, sportverenigingen, buurthuizen. Of je kunt proberen om de lokale of regionale pers (kranten, radio, tv) zover te krijgen een item aan het event te wijden.

Niet elk medium is even geschikt om je doelgroep te bereiken. Als je een bericht plaatst op de kabelkrant dan heb je grote kans dat alleen de volwassenen je berichtje hebben gelezen. Als je jongeren wil bereiken dan werkt het vaak beter als je hen aanspreekt op het plein en flyers uitdeelt. Elke doelgroep vereist een andere benadering.

### **Checklist flyer whoZnext**

- Er moeten felle kleuren opkomen zodat hij opvalt.
- Hij moet extravagant zijn, d.w.z. in het oog springend en anders dan andere flyers.
- Gebruik kreten die van veraf al aangeven wat de inhoud van de flyer is, zo kun je snel zien waar het om gaat.
- Actieve sporten als achtergrond, hierdoor worden de mensen geprikkeld.
- Een tekstblok met voordelen erop.
- De mensen moeten meteen zin krijgen om te sporten en enthousiast worden.
- Het geheel moet iets positiefs uitstralen.

### **Tip:**

Verwijs in alle promotiematerialen naar een e-mail adres of telefoonnummer, waar mensen zich voor het event kunnen aanmelden.

### **Persoonlijke uitnodigingen**

De wethouder en gemeenteambtenaren, de docenten Lichamelijke Opvoeding, sponsoren, sportbuurtwerkers, (jeugd)voorzitters van sportclubs in de buurt. Dit zijn allemaal mensen die je misschien wil uitnodigen voor jullie evenement. Als je hen ruim van tevoren een persoonlijke uitnodiging toestuurt heb je de meeste kans dat ze ook daadwerkelijk komen.

### **Tip: antwoordformulier en/of nabellen**

Stuur met de uitnodigingen een antwoordformulier, antwoortenveloppe en routebeschrijving mee. Mensen die niet reageren kun je natuurlijk ook altijd nog even nabellen.



### **Persberichten**

De lokale en regionale media kun je op de hoogte stellen door middel van een persbericht. In zo'n persbericht ga je kort in op de vijf W's:

- voor wie is het event bedoeld?
- wat houdt het ongeveer in?
- wanneer vindt het plaats?
- waar vindt het plaats?
- waarom organiseren jullie dit event?

#### **Tip: een woordvoerder**

Vermeld onderaan het persbericht de naam en het telefoonnummer van degene, bij wie journalisten voor meer informatie terecht kunnen.



### Actielijst werkgroep Promotie

Hieronder een overzicht van de belangrijkste taken van de werkgroep Promotie. Dit overzicht is handig om de taken te verdelen en om van tijd tot tijd te bekijken of jullie op koers liggen.

Wat moet er gebeuren?	Wie doet of doet het?	Wanneer klaar?
De promotiemiddelen (posters, flyers, folders, etc.) per doelgroep bepalen		
De promotiematerialen produceren.		
De promotiematerialen verspreiden.		
Aanstellen woordvoerder.		
Persoonlijke uitnodigingen schrijven en versturen.		
Persberichten opstellen en versturen.		



## STAP 7 DE BEGROTING OPSTELLEN (de werkgroep Financiën)

Voor het organiseren van een event is geld nodig. Het is de taak van de werkgroep Financiën om enerzijds geld los te peuteren bij sponsors en instellingen, en om anderzijds de uitgaven bij te houden. Deze werkgroep, met de penningmeester aan het roer, moet er voor zorgen dat niet meer geld wordt uitgegeven dan beschikbaar is.

### Subsidie en sponsoring

Een event is in het belang van verschillende partijen. Met name de gemeente en welzijnsinstellingen zullen het een heel goed initiatief vinden. Het ligt dan ook voor de hand om hier aan te kloppen met de vraag om financiële ondersteuning. Als jullie een goed plan indienen en kunnen aangeven waar jullie het geld voor nodig hebben, is de kans groot dat jullie een subsidie ontvangen.

Daarnaast kun je proberen om bedrijven te interesseren. Materiële sponsoring heeft doorgaans de meeste kans van slagen. Denk bijvoorbeeld aan een plaatselijke sportzaak, die een T-shirt voor alle medewerkers regelt. Aan een horecabedrijf, dat een speciaal tarief voor de catering rekent. Of aan een muziekzaak, die wat cd's als prijsje ter beschikking stelt...

### Tip: tegenprestatie

Bedenk van tevoren wat jullie sponsors te bieden hebben: het bedrijfslogo op de T-shirts, vermelding na afloop van het debat, vermelding in persberichten, etc.

### De begroting: inkomsten en uitgaven op een rij

De belangrijkste taak van de werkgroep Financiën is het bijhouden van de inkomsten en uitgaven. Het overzicht hiervan noemen we ook wel de begroting. Het is belangrijk om de begroting regelmatig bij te werken. Bepaalde onkosten kunnen namelijk hoger of lager uitvallen dan verwacht. Maak daarom onderscheid tussen de geschatte en de werkelijke uitgaven en inkomsten.



## Voorbeeld begroting

Kosten	toelichting			Inkomsten	
accommodatie	vergunningen		pm	SportZeeland	€ 2.300,00
	huur markt / plein 40		pm	SportZeeland pers. GS	€ 6.500,00
	huur marktkraampjes (5)	€ 100,00		gemeente Middelburg	€ 3.000,00
	toiletboxen	€ 100,00		whoZnext-gemeenten	€ 1.200,00
	podium / trailer voor muziek / optredens	€ 100,00		bonden (natura)	€ 600,00
	afzetting / dranghekken		pm	Oranje Fonds	€ 1.850
		<b>totaal</b>	<b>€ 300,00</b>		
promotie / publiciteit	drukwerk posters / flyers	€ 1.500,00			
	verzendkosten	€ 200,00			
	promotie door whoZnext-teams		pm		
	persmappen e.d.	€ 100,00			
		<b>totaal</b>	<b>€ 1.800,00</b>		
personeel	dagdelen medewerker	€ 6.500,00			
	kleding vrijwilligers	€ 250,00			
	eten / drinken vrijwilligers	€ 400,00			
	bedank - bon vrijwilligers	€ 300,00			
		<b>totaal</b>	<b>€ 7.450,00</b>		
activiteiten	huur materiaal (overig)	€ 500,00			
	optreden bands / dj (3-4)	€ 400,00			
	pannavoetbal (toernooivorm)	€ 300,00			
	publiekstrekker	€ 1.500,00			
	sport / spelvorm (bv. skaten, basketbal, ijshockey)	€ 400,00			
	sport / spelvorm (vechtsport, ...)	€ 400,00			
	BMX (KNWU)	€ 400,00			
	Streetdance	€ 400,00			
		<b>totaal</b>	<b>€ 3.600,00</b>		
aankleding	huur geluid/ licht	€ 400,00			
	spandoeken strateningang	€ 400,00			
	uitdeelmateriaal / presentjes sponsors en bonden		pm		
		<b>totaal</b>	<b>€ 800,00</b>		
	ehbo / veiligheid (politie?)	€ 100,00			
	evenementenverzekering	€ 200,00			
	logistiek / vervoer materiaal / huur busjes	€ 200,00			
	vervoer jongeren andere gemeenten (4 bussen)	€ 1.200,00			
		<b>totaal</b>	<b>€ 1.700,00</b>		
onvoorzien					€ 500,00
<b>TOTAAL</b>					<b>€16.150,00</b>

### **Actielijst werkgroep Financiën**

Hieronder een overzicht van de belangrijkste taken van de werkgroep Financiën. Dit overzicht is handig om de taken te verdelen en om van tijd tot tijd te bekijken of jullie op koers liggen.

<b>Wat moet er gebeuren?</b>	<b>Wie doet of doen het?</b>	<b>Wanneer klaar?</b>
Schatting maken van verwachte uitgaven (in overleg met andere werkgroepen)		
Subsidiegevers/sponsors benaderen.		
Uitgaven en inkomsten beheren.		
Rekeningen betalen.		
Begroting opstellen.		

## STAP 8 EEN DRAAIBOEK MAKEN VOOR HET EVENT ZELF

Na het doorlopen van stap 1 tot en met 7 en het uitvoeren van alle actiepunten is het dan eindelijk zover. Nog even een laatste poster in de kantine ophangen, de muziek en de microfoons testen en de hapjes en drankjes alvast voorproeven. De jongeren zijn 'binnen' en het event kan dan ook beginnen!

### Draaiboek

Om ervoor te zorgen dat de middag of avond van het event goed verloopt, is het handig om een draaiboek op te stellen. Daarin staat het volledige programma van A tot Z beschreven, met daarbij vermeld wie wat wanneer doet. Want een goede taakverdeling is niet alleen belangrijk in de voorbereiding op het debat, maar ook op de dag van het debat zelf!

### Voorbeeld WhoZnext Action Games

Tijd	Activiteit	Wie doet of doen het?
10.00	Aanwezig gehele organisatiecommissie	allen
10.15-12.00	Versieren locatie en klaarzetten spullen	allen
11.45	Ophalen eten voor commissie	Karim en Anne
12.00	Gezamenlijk diner	allen
12.30	Ontvangst beroemdheid	Peter
12.30-12.45	Doorspreken programma	allen
13.00-13.05	Welkoms woord burgemeester	Ron
13.05-16.30	Sporten	
16.30-16.35	Dankwoord en afsluiting	Peter
16.35-17.30	Opruimen	Allen
17.30-?	Naborrel	allen

**STAP 9 EVALUEREN!**

Wat ging het goed? Wat liep minder? En hoe kwam dat? Van antwoord op dergelijke vragen valt veel te leren. Door stil te staan bij deze is de kans groot dat het volgend jaar nog beter gaat.

**Hoe gaan we evalueren?**

Een evaluatie kun je als volgt aanpakken:

- Vul het onderstaande rapport individueel in.
- Bespreek daarna één voor één de verschillende onderdelen.
- Maak tenslotte een kort verslag van de bijeenkomst en verspreid die onder de betrokkenen.
- Vergeet natuurlijk niet het verslag goed te bewaren. Want waarschijnlijk staan daar veel tips in die volgend jaar weer van pas kunnen komen.

**Checklist evaluatie**

	Rapport Cijfer	Opmerkingen: wat kan volgende keer beter of anders?
Samenwerking whoZnext-team		
Verloop van het event		
Samenwerking met andere organisaties		
De taakverdeling		
Verloop activiteit 1, te weten: .....		
Verloop activiteit 2, te weten: .....		
Verloop activiteit 3, te weten: .....		
Promotie en publiciteit		
Kosten		



**Vragen over whoZnext?**

Meer weten over whoZnext?

- Surf naar [www.whoZnext.nl](http://www.whoZnext.nl)

**Opmerkingen of ideeën over whoZnext?**

- mail naar [mail@whoZnext.nl](mailto:mail@whoZnext.nl).

## **Bijlage: WhoZnext Action Games Venlo**

### **Dag**

Vrijdag 25 oktober 2002, 14.00-17.00

### **Locatie**

Mgr. Nolensplein, in het centrum van Venlo

### **Inhoud**

Tokkelen(60 m), Ijsklimmen, Lasergamen, Soccer, simulator, Skaten, Graffiti spuiten, Baseball, Skateboarden, Abseilen, Kooivoetbal, Boarding-soccer, Quad rijden



### **Partners (organisaties)**

- WhoZnext teams
- Gemeente Venlo
- Action Events
- Skateboardshop Blender
- La Vita Sana



### **Opmerkingen**

25 oktober was de grote spectaculaire afsluiter van de Games. Het stond in teken van 'Wheels sports', 'Extreme sports' en 'American sports'. De hele middag hebben er regionale bandjes het plein met muziek opgeluisterd.

De WhoZnext Action Games maken als activiteit deel uit van het project buurtsport. Het project buurtsport wordt in Venlo ondersteund door de lokale organisaties Gemeente Venlo, Stichting Wel.kom en de sportraad Venlo. De afdeling Sport en Bewegen is initiator en trekker van het project buurtsport. Om op een breed vlak sturing te kunnen geven aan buurtsport is een stuurgroep geformeerd die vooral voorwaardenscheppend en beleidsadviserend zal opereren. De stuurgroep buurtsport bestaat uit: Afdeling Sport en Bewegen (voorzitter), Afdeling Wijkgerichte aanpak, Afdeling Onderwijs en Welzijn, Afdeling Beheer Openbare Ruimte, Stichting Wel.kom, Sportraad Venlo.

Binnen de stuurgroep buurtsport zullen de WhoZnext Action Games op grote lijnen besproken worden. Uitvoering vindt plaats binnen de werkgroep WhoZnext Action Games. Deze werkgroep bestaat uit:

- Medewerker sportstimulering afdeling Sport en Bewegen (voorzitter);
- Sportcoaches afdeling Sport en Bewegen;
- Medewerk(st)er team Communicatie gemeente Venlo;
- Medewerk(st)er landelijke campagne.

Voor iedere te organiseren dag wordt een organisatieteam samengesteld bestaande uit een sportcoach, jongerenwerk(st)er Wel.kom en een WhoZnextteam. De organisatieteams zijn verantwoordelijk voor de volledige organisatie, waarbij zij professioneel ondersteund worden door de medewerk(st)er van de landelijke campagne WhoZnext. Terugkoppeling van de organisatieteams vindt plaats door de sportcoaches in de werkgroep. De landelijke en lokale werving wordt verzorgd door de medewerk(st)er team Communicatie van de gemeente Venlo en de medewerk(st)er Communicatie van de landelijke campagne WhoZnext. De algehele coördinatie van de WhoZnext Action Games ligt in handen van de medewerker sportstimulering afdeling Sport en Bewegen.

### **Verslag Action Game**

Om 10.00 's morgens kwamen de eerste vrachtwagens al aanrijden en was iedereen druk in de weer om de kooien en tenten op te zetten. En na druk in weer te zijn geweest stond om 14.00 alles gereed voor een dag vol actie!



### **American Sports**

En dat was te zien. Jongeren die vanuit alle hoeken kwamen toegesnel om mee te doen aan alle Extreme- en American Sports! Het slechte weer trotserend werd er enthousiast meegedaan aan virtual penalty shoot-out, cage- en boardingsoccer, lasergames en werd er over een parcours quad gereden!!!

### **Guerrillateam**

Het guerrillateam had de dagen daarvoor al voor flink wat bekendheid gezorgd. Met een compleet zwarte SRV-wagen reden ze het Wilhemina-plein op en sprongen, in A-team style, met Bivakmutsen op uit de wagen om vervolgens iedereen keycards om te hangen. Hierna verdwenen ze weer even snel als dat ze gekomen waren, de mensen verbouwereerd achterlatend. Op deze manier kwamen ze zelfs o.a. in de Volkskrant van afgelopen zaterdag.



Natuurlijk waren er nog meer Extreme sports waaronder Vertical Limit ijsklimmen, waar je met spikes onder je schoenen een ijswand moest beklimmen. Tokkelen vanaf een 60 meter hoge hijskraan. WhoZnext-team Coach Ed Noordhuis kwam hier als eerste van naar beneden suizen. Daarna was het de beurt aan de jongeren...en by the way, je kon je ook nog uitleven op de graffiti-wall!



Jammer was dat de BMX-stunt demo en het skate-event vanwege het slechte weer werden afgelast. Maar dat mocht de pret niet drukken, want de Coca Cola Drive-in zorgde voor de Urban BeatZ. Waarop spontaan door iedereen, van politieagent tot gemeenteambtenaar, werd meegedaan aan de Ketchupsong. Door de boyZ 'n girlZ werd vervolgens een spectaculaire breakdancedemonstratie weggegeven.

Rond 5 uur was het alweer afgelopen. Terwijl de Coca Cola drive-in met een nummer van Bassie & Adriaan aangaf dat het tijd was, hielpen alle whoZnext-ers nog mee om alles op tijd op te ruimen. 's Avonds liepen de meeste bezoekers van die dag en ook de whoZnext-ers uit



Tegelen, Blerick en Venlo mee in de stille tocht ter nagedachtenis aan René Steegmans en tegen zinloos geweld.

**WhoZnext TV**

Op de dag zelf waren er maar liefst 4 cameraploegen (o.a.: NOS 18.00 journaal, 2vandaag, TV Limburg en NOS jeugdjournaal) aanwezig.

**Bijlage: WhoZnext Action Games Lelystad**

**Dag**

21 december 2002, 14:00-18:00 uur

**Locatie**

Sportaccommodatie De Koploper, Lelystad

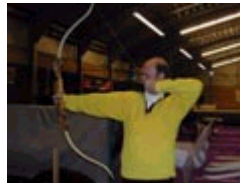


**Inhoud**

Vrij zwemmen, Voetvolley, Soccer squash, Rolstoelbehendigheid, Kano, Plankspringen, Aqua fitness, Reddingszwemmen, Watervolleyball, Squash, Squashvoetbal, Tennis, tafeltennis, Dutch tennis, Wandklimmen, Abseilen, Kooivoetbal, Basketball, Volleybal, Skaten, Boogschieten, Boksen, Capoeira  
Coca Cola drive-in, Streetdance, Breakdance en Darts

**Partners**

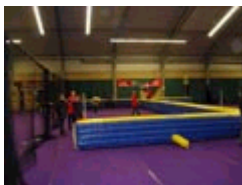
- Sportbonden
- Verenigingen
- Coca Cola
- De Koploper
- Sportbedrijven
- Sportbuurtwerk Ajee



**Verslag Action Games**

Zaterdag 21 december was het eindelijk zo ver. Iedereen had er lang naar uitgekeken, maar eindelijk was het moment daar: de WhoZnext Action Games in Flevoland gingen van start. Om 10 uur waren er al verschillende mensen bijeen om alles klaar te zetten voor de middag. Het podium moest worden opgebouwd voor de drive-in show, een kooi moest worden neergezet voor het Cage-voetbal, een skateramp in elkaar gebouwd en ga zo maar door.

Vanaf 14.00 uur was het officieel geopend, maar al voor die tijd waren er al verschillende jongeren die nieuwsgierig binnen kwamen kijken. Jong oranje was aanwezig op de indoor-tennisbaan waar zij clinics verzorgden. Veel belangstelling was er voor het klimmen maar ook het cage-soccer was erg populair.



De spectaculaire breakdanceact werd ondersteund door de betere beats van de Coca-Cola Drive-in show. Verder waren er nog tal van andere sporten zoals: squash, soccer-squash, dutch-tennis, rolstoeltennis, cage-voetbal, tafeltennis, skaten, basketbal, waterpolo, watervolleybal, darten, streetdance, Jeet Kune Do (vechtsport), darten, boogschieten, tafeltennis, blokjesvoetbal, basketbal, plankspringen enz.

Kortom, er was te veel om op te noemen. En dat allemaal in de Koploper! Veel werd georganiseerd door de whoZnext-teams in Flevoland. Ondersteund door N.I.S.B., Sport Service Flevoland, Stichting 3D, Sportbedrijf Lelystad en Jongeren Raad Lelystad. Mede dankzij de wervingsactie van het whoZnext Guerrillateam kwamen er over de hele dag ruim 400 jongeren op dit evenement af. Het was dus een enorm succes!

**Bijlage: voorbeeldbrief relatie**

Geachte relatie,

Hierbij nodigen wij u van harte uit om op 25 oktober a.s. aanwezig te zijn bij de Final Day van de **'WhoZnext Action Games Venlo'**.

Die dag belooft een bruisend en sportief evenement te worden. En ook een gevarieerde dag, die georganiseerd is door en voor jongeren. U zult de unieke sfeer kunnen proeven, die past bij een zeer veelzijdig en inspirerend whoZnext evenement.

Vanaf 14.00 uur bent u van harte welkom in de whoZnext Vip tent, die u vindt aan het Mgr. Nolensplein (centrum van de stad).

Om 14.30 uur zal de heer Piet Janssen (wethouder sociale zaken, sport en burgerzaken) iedereen welkom heten.

Aansluitend vertelt het whoZnext team iets over het project.

Na deze korte toespraken kunt u op informele wijze meer te weten komen over onder andere:

- De zeer uiteenlopende activiteiten van de teams
- De rol van de coaches
- De bijdragen van de Gemeentes
- De positie van de Provinciale Sportraden

Wij stellen uw aanwezigheid tijdens deze dag zeer op prijs. En eerlijk gezegd .... wij rekenen eigenlijk wel op uw komst.

Graag ontvangen wij uw aanmeldingsformulier voor 22 oktober retour.

Vriendelijke groet

Heino van Groeningen  
projectleider whoZnext

## **Bijlage: Projectplan whoZnext Action Games Venlo**

### **Inleiding**

De afdeling Sport en Bewegen van de Gemeente Venlo wil met ondersteuning van de Stichting Wel.kom, in navolging van de MegaSummerGames 2001, tijdens de herfstvakantie weer het terugkerend evenement de Mega...Games voor de jeugd organiseren. De naam is veranderd in de WhoZnext Action Games. De Games 2001 zijn zorgvuldig geëvalueerd en na overleg met de diverse deelnemende verenigingen/organisaties is de opzet enigszins gewijzigd. O.a. zijn de WhoZnext Action Games verplaatst naar de herfstvakantie, en zullen jongeren zelf deelnemen aan de organisatie. De deelnemers kunnen in een week kennismaken met verschillende sporten en krijgen de kans actief deel te nemen aan de verschillende sporten/activiteiten.

Deze WhoZnext Action Games zijn verdeeld in 3 verschillende themadagen:

- Dag 1: Street Experience (o.a. Street-soccer, -hockey, -basketbal, - handbal)
- Dag 2: Adventure Day (wandklimmen, abseilen, kanovaren)
- Dag 3: Ingevuld door whoZnext team Blerick (jongeren zelf). Waarschijnlijk een skate dag met spectaculaire demo's en een skate toertocht, tevens wordt de week afgesloten middels een feest.

### **Doelgroep**

De doelgroep is jongeren vanaf 12 t/m 18 jaar. Zij kunnen zich opgeven voor deelname aan de diverse activiteiten. Dit is een groep die extra aandacht en stimulans behoeft als het gaat om actieve participatie aan sport- en spelactiviteiten.

### **Doelstelling**

Hoofddoelstelling: jongeren enthousiasmeren voor diverse sporten

Enkele subdoelstellingen:

- participatie in de organisatie van jongeren
- de bewegingsarmoede onder jongeren bestrijden
- een jaarlijks terugkerend evenement organiseren
- integratie van diverse achterstandsgroeperingen
- vergroten van de sociale cohesie tussen jongeren onderling.

### **Organisatie**

Er wordt een werkgroep geformeerd die zal bestaan uit beroepskrachten van de Gemeente Venlo.

Het eerste whoZnext team, zal betrokken worden bij de organisatie en ook zitting nemen in de werkgroep.

De Stichting Wel.kom zal een rol krijgen bij het werven en enthousiasmeren van deelnemers. De werkgroep is in het bezit van de benodigde deskundigheid op het gebied van de coordinatie en/of de organisatie en uitvoering van dergelijk grote projecten.

De jongerenwerkers van de Stichting Wel.kom zullen in een overleg worden ingelicht over de plannen omdat zij behulpzaam kunnen zijn bij het werven van deelnemers.

De werkgroep zal bestaan uit de volgende personen van afdeling Sport en Bewegen Gemeente Venlo, dhr. E. Claassens, mej. M. Muller, mej. J. v.d. Pluym, dhr. E. Noordhuis en tevens min. 2 afgevaardigden van het whoZnext team Blerick.

In de daadwerkelijke organisatie van de WhoZnext Action Games week zullen diverse sportverenigingen/organisaties benaderd worden om de activiteiten mede te organiseren en te ondersteunen.

### **Plan van aanpak**

In dit gedeelte komen de verschillende fases van dit project aan de orde met de daarbij behorende aspecten. Hierbij een grove fasering van de belangrijkste stappen voor het project, uitgezet in een tijdspad.

#### **Fase 1 Opstart- en ontwerpfase (februari/maart/april 2002)**

- maken van definitief plan naar aanleiding van dit concept
- verenigingen benaderen voor participatie in dit project
- maken van een financiële opzet waarbij gekeken gaat worden naar sponsoring en beschikbaar budget
- Het maken van een promotieplan en sponsorplan

Het resultaat van deze fase zal een werkboek zijn met een duidelijke taakverdeling en een bijbehorend stappenplan. Ook zal dit werkboek voorzien zijn van een financiële paragraaf en een promotieplan.

#### **Fase 2 Voorbereidingsfase (mei/juni 2002)**

- afstemmen van activiteiten in samenspraak met de verenigingen waarbij per themadag een draaiboek wordt gemaakt
- materiaal/accomodaties vastleggen
- laten maken van promotieartikelen, bijv. posters, flyers
- bewaken en zonodig aanpassen van het stappenplan
- Het maken van een begroting

Het resultaat van deze fase zijn operationele draaiboeken per themadag en inzicht m.b.t. financieel draagvlak. Ook de promotiecampagne is samengesteld.

#### **Fase 3 Promotiecampagne (juli/augustus 2002)**

- uitwerken van promotieplan
- werving van deelnemers door opgave

Het resultaat van deze fase moet zijn dat er voldoende bekendheid is omtrent de WhoZnext Action Games. Tevens wordt globaal het aantal deelnemers per activiteit inzichtelijk waardoor de draaiboeken, indien nodig, aangepast kunnen worden.

**Fase 4 Uitvoering en evaluatie (september/oktober 2002)**

- uitvoering van WhoZnext Action Games 2002
- evaluatiebijeenkomst werkgroep
- evaluatie met participerende sportverenigingen/organisaties
- voortgang bespreekbaar maken

## **Bijlage: Organisatiestructuur WhoZnext Action Games Venlo**

De WhoZnext Action Games maken als activiteit deel uit van het project buurtsport. Het project buurtsport wordt in Venlo ondersteund door de lokale organisaties Gemeente Venlo, Stichting Wel.kom en de Sportraad Venlo. De afdeling Sport en Bewegen is initiator en trekker van het project buurtsport. Om op een breedvlak sturing te kunnen geven aan buurtsport is een stuurgroep geformeerd die vooral voorwaardenscheppend en beleidsadviserend zal opereren. De **stuurgroep buurtsport** bestaat uit:

- Afdeling Sport en Bewegen (voorzitter)
- Afdeling Wijkgerichte aanpak
- Afdeling Onderwijs en Welzijn
- Afdeling Beheer Openbare Ruimte
- Stichting Wel.kom
- Sportraad Venlo

Binnen de stuurgroep buurtsport zullen de WhoZnext Action Games op grote lijnen besproken worden. Uitvoering vindt plaats binnen de werkgroep WhoZnext Action Games. Deze **werkgroep** bestaat uit:

- Medewerker sportstimulering afdeling Sport en Bewegen (voorzitter)
- Sportcoaches afdeling Sport en Bewegen
- Medewerk(st)er team Communicatie gemeente Venlo
- Medewerk(st)er landelijke campagne WhoZnext

Voor iedere te organiseren dag wordt een organisatieteam samengesteld bestaande uit een sportcoach, jongerenwerk(st)er Wel.kom en een WhoZnextteam. De organisatieteams zijn verantwoordelijk voor de volledige organisatie, waarbij zij professioneel ondersteund worden door de medewerk(st)er van de landelijke campagne whoZnext. Terugkoppeling van de organisatieteams vindt plaats door de sportcoaches in de werkgroep.

De landelijke en lokale werving wordt verzorgd door de medewerk(st)er team Communicatie van de gemeente Venlo en de medewerk(st)er Communicatie van de landelijke campagne whoZnext. De algehele coördinatie van de WhoZnext Action Games ligt in handen van de medewerker sport-stimulering afdeling Sport en Bewegen.



## **Bijlage: Sponsorplan**

### **Wat kan er allemaal gesponsord worden?**

- Kleding voor de medewerkers van whoznext
- Eten en drinken wat tijdens de Action Games verkocht wordt
- Gadgets voor bezoekers ( keycords e.d.)
- Promotiemateriaal (spandoeken, vlaggen, flyers, posters, programmaboekje, reclameborden enz.)
- Activiteiten/materialen
- Muziek
- Vervoer naar het terrein toe met pendelbussen
- Bekende Nederlanders die komen optreden
- Demo's, clinics en demonstraties die gegeven worden
- Prijzen voor winnaars van de games

### **Wat heeft whoZnext de sponsor te bieden?:**

- Naamsbekendheid onder jongeren
- Media aandacht (radio, tv en kranten)
- Sportief imago
- Advertentieruimte in programmaboekjes op de flyers en op poster.
- Sponsorpakketten
- Relatiemarketing
- Maatschappelijke betrokkenheid

### **Wat zijn de merkwaaarden van whoznext?:**

- Sport/bewegen
- Jeugd/jong
- Laagdrempelig
- Uitdagend
- Dynamisch
- Maatschappelijke betrokkenheid
- Betrokkenheid
- Vernieuwend
- Vermaak/entertainment
- Vriendschap
- Discipline
- Leerervaringen
- Zinvolle vrijetijdsbesteding

<b>Mogelijke sponsoren</b>	<b>Waarmee sponsoren:</b>	<b>Tegenprestatie:</b>
Pathé	Bioscoopkaartjes	Advertentieruimte
Coca-cola	Financiële bijdrage	Advertentieruimte, vip
Nike	Clinics, demo's, truien medewerkers	Advertentieruimte, vip
Sportdranken (AA Drink, Extran enz.)	Gratis drank	Naamsbekendheid
Scootermerken (Aprilia, Yamaha enz.)	Financiële bijdrage	Stand
Bauer (inline skates)	Demo of Clinic	Aandacht voor de sport
Connexxion	Pendelbussen	Naamsbekendheid
Vodafone, T-mobile	Keycards e.d.	Naamsbekendheid
Hitkrant, Break-out, Fancy, Yes enz.	Gratis advertentie, gratis bladen	Stand
Only	Financiële bijdrage	Advertentieruimte, vip
Rabobank	Prijzen	Advertentieruimte, vip
TMF	Muziek, DJ	Advertentieruimte
<b>Mogelijke fondsen en subsidies:</b>	<b>Waarmee sponsoren:</b>	<b>Tegenprestatie:</b>
De gemeente	Ruimte, subsidie	
Stichting Doen	Financiële bijdrage	Advertentieruimte, vip
VSB-fonds	Financiële bijdrage	Advertentieruimte, vip

## **Bijlage: communicatieplan**

Dit communicatieplan bestaat uit 9 stappen. Deze 9 stappen kun je zo uitgebreid maken als je wilt.

### **1. Doelgroep bepalen**

Wie wil je bereiken:

- Welke doelgroep(en) wordt onderscheiden?

Dat is voornamelijk de jeugd, verder wil je natuurlijk dat ouders en sponsors komen.

- Wat zijn de kenmerken van de doelgroepen;

Bijvoorbeeld: eigenwijs, veel op internet, sportief, druk, MTV/TMF, muziek, trendy etc.

- Wat is de belangrijkste doelgroep.

Jongeren tussen de 14 en 18 jaar.

### **2. Doelstellingen bepalen**

Bepaal per doelgroep de doelstelling die je wilt bereiken. Een doelstelling is:

- Specifiek: Makkelijk en goed uit te leggen;
- Meetbaar: achteraf kunnen meten of het gehaald is;
- Actiegericht: er moeten activiteiten aan vast zitten;
- Realistisch: de doelstelling moet haalbaar zijn;
- Tijdsgebonden: er moet een begin en een eindpunt zijn.

Een voorbeeld van een goede doelstelling is: "WhoZnext Action Games trekken per event 200 deelnemers in de leeftijd van 14 tot 18 jaar"

### **3. Boodschap: wat wil je communiceren**

Wat wil je de doelgroep vertellen:

- Eén boodschap per doelgroep (de achtergronden van de doelgroepen zijn anders (voorkennis, houding, cultuur etc.). Hier moet je de boodschap die je wilt uitdragen aan aanpassen.

Een voorbeeld van een boodschap is: "Door de WhoZnext Action Games willen we de jongeren meer invloed geven op sportgebied. Als jij iets wilt dan kan het. Wil jij bijvoorbeeld een skateramp in de buurt? Jij kan ervoor zorgen dat hij er komt!"

### **4. Middelen/media**

Welke middelen/media ga je gebruiken om de boodschap aan de doelgroep te kunnen communiceren:

- Denk aan: folders, flyers, advertenties, radio-tv-reclame, buitenreclame, beurzen, promotieactiviteiten, met sponsors etc.

## **5. Planning**

Goede planning is belangrijk voor een communicatieplan. Onder planning wordt verstaan de volgorde waarin middelen worden gebruikt of de boodschap wordt opgebouwd. Wanneer gebeurt dus wat? Daar zijn verschillende mogelijkheden voor, bijvoorbeeld:

- Dezelfde boodschap via verschillende media aan de doelgroep aanbieden. Dit kan verspreid over een langere periode (10 advertenties in 10 weken), maar ook een piek in korte tijd (10 advertenties in 2 weken).
- Bij bezoek aan scholen: wanneer ga je? Welke dagen, welke tijd?

## **6. Organisatie**

Wie doet wat binnen de organisatie. Vooraf moet duidelijk worden gezegd in het communicatieplan, wie welke taken heeft. Niet alleen binnen de organisatie, maar ook erbuiten, bijvoorbeeld bij gesprekken met reclamebureau's en sponsors.

## **7. Financiën**

De uitvoering van een communicatieplan kost geld. In een kostenbegroting kun je alle kosten op een rij zetten. Denk niet alleen aan plaatsen van krantenartikelen, maar ook aan de aanmaakkosten van advertenties e.d., rechten op foto's, inschakeling van reclamebureau's en de post onvoorzien (5-10% van het totaalbudget).

## **8. Monitoring**

Door tussentijdse meetpunten in te stellen, kun je kijken of de activiteiten voldoende opleveren en zo niet kun je zaken bijstellen. Door alles goed in de gaten te houden kun je op tijd bijspringen als het niet goed gaat.

## **9. Evaluatie**

Heb je de doelstelling gehaald? Wat ging er goed? Wat ging er minder? Deze en andere vragen worden bij het evalueren beantwoord. Door dit goed duidelijk te maken, zorg je ervoor dat je in de toekomst een (nog) beter communicatieplan kunt maken. Zorg ook dat je uitkomst van de evaluatie op papier staat! Dan kun je het nog eens teruglezen.

## **Bijlage: promotie activiteiten WhoZnext Action Games**

### **Promotie Activiteit 1:**

Door 3 streepjes codes te verzamelen van Coca-Cola flessen krijgt men gratis toegang tot alle Action Games die georganiseerd worden. Uiteraard kan er ook gekozen worden voor een andere variant waarin de gratis toegang tot alle Action Games wordt verschaft. We hebben voor deze promotie activiteit gekozen, omdat Coca-Cola WhoZnext al sponsort en er profijt van heeft dat de jeugd Coca-Cola associeert met WhoZnext. Het kan zijn dat jongeren speciaal Coca-Cola gaan kopen om naar de Action Games toe te kunnen, waardoor Coca-Cola een grotere omzet kan krijgen.

### **Promotie Activiteit 2:**

Organiseer bijvoorbeeld een gymles voor alle middelbare scholen in de trend van de Action Games. Hierbij kan je denken aan skateboarden, pana knock out, graffiti spuiten en baseball. Hiermee wordt de gehele doelgroep bereikt, omdat onze doelgroep van ongeveer 12 tot 18 loopt en deze zitten voornamelijk op middelbare scholen vijf dagen in de week. Het geeft ook een positieve uitstraling naar je doelgroep toe. Je benadert ze persoonlijk en dat werkt ook heel erg goed. Hierdoor zullen je deelnemers eerder geneigd zijn om aan de Actions Games deel te nemen.

### **Promotie Activiteit 3:**

Op de dag van de Action Games is het mogelijk dat jullie een bekende Nederlander uitnodigen om aanwezig te zijn. Wij denken dan aan: Wesley Sneijder, Robert Eenhoorn, Teun de Nooijer, Rik Smits, Pieter van den Hoogenband, Ernesto Hoost, Katja Schuurman, Georgina Verbaan, Bas Muijs, Bridget Maasland, Raymond van Barneveld, Michael Boogerd, Leontien van Moorsel en Rintje Ritsma. Dit levert veel promotie op voor de Action Games, ook kunnen zij handtekeningen uitdelen en aanwezigen helpen bij het beoefenen van hun sport. De bekende Nederlanders zorgen voor een professionele uitstraling.

### **Promotie Activiteit 4:**

In de aanloop naar de Action Games zou je vrijwilligers goodies uit kunnen laten delen. Hierbij moet je denken aan: keycards, petjes, sleutelhangers, buttons en stickers. Alle goodies hebben de naam WhoZnext en Action Games. Zo vergroot je de naamsbekendheid en hierdoor creëer je een vrijgevend imago. Dit is zeer belangrijk bij onze doelgroep, omdat die al niet veel te besteden hebben.

### **Promotie Activiteit 5:**

Een prijsvraag organiseren is ook een mogelijkheid voor de Action Games. De winnaar ontvangt een WhoZnext prijzenpakket en vrijkaartjes. Via de scholen wordt aan alle leerlingen een prijsvraagformulier uitgedeeld. De prijsvraag is een actie die heel laagdrempelig is voor de deelnemers en die toch leidt tot promotie.

### **Promotie Activiteit 6:**

Een whoZnext-bus waarin meer informatie te krijgen is over whoZnext en waar jongeren zich kunnen inschrijven voor whoZnext. De bus staat bij grote jongerenevenementen zoals bijvoorbeeld de Megafestatie en kan meegaan bij de activiteiten die worden georganiseerd in de stad.

**Promotie Activiteit 7:**

Tijdens de gymlessen met een whoZnext team langsgaan op een middelbare school. Het whoZnext-team neemt dan materialen mee voor de leerlingen waar ze zelf een hele gymles mee moeten bedenken. Wat de leerlingen dan verzinnen wordt meteen uitgevoerd tijdens de les, zodat ze kunnen zien dat ze zelf iets kunnen organiseren en dat het dan ook wordt uitgevoerd. Er kan dan elke week een team naar een andere school gaan, zodat jongeren door het hele land bekend worden met whoZnext.

**Promotie Activiteit 8:**

In de stad geeft een whoZnext team een opdracht aan jongeren die mee willen doen. Er worden dan kleine teams gemaakt die dan een opdracht krijgen in de stad. Die opdracht is dan bijvoorbeeld het organiseren van een heel klein voetbaltoernooitje op een plein in de stad. Dan moeten ze zelf alles gaan regelen en deelnemers krijgen. Zo kunnen de jongeren zien dat ze zelf iets voor elkaar kunnen krijgen en zelf iets kunnen organiseren. Ze krijgen meteen meer informatie mee over whoZnext en kunnen zich inschrijven om zelf in een whoZnext team te gaan.