

# COMMUNICATIE

In elke organisatie is de communicatie van vitaal belang, zo ook bij schaakclubs. In het kort zou je communicatie kunnen omschrijven als: *een boodschap, op de juiste manier en op het juiste moment overbrengen naar de juiste persoon. Dat is vaak geen ‘makkelijke boodschap!’*

Met communicatie wordt niet alleen praten (verbale communicatie) bedoeld, maar ook de non-verbale communicatie. Met lichaamstaal (wenkbrauwen fronsen, lachen, vragend kijken, blik ontwijken, etc.) kan je ook veel duidelijk maken. Tenslotte is *goed luisteren* een uiterst belangrijk aspect van communicatie. Onderdruk derhalve de neiging om tijdens gesprekken en vergaderingen op alle gebieden ‘een inbreng te hebben’, maar luister eerst goed naar de ander(en) en bedenk wat hun ideeën zijn. Voeg alleen iets aan de discussie toe als dat meerwaarde heeft. Schrijf eventueel je punt op om het later in te brengen. ‘Praten om te praten’ vindt veel te veel plaats, niet alleen in de schaakwereld!

Bekende aandachtspunten bij communicatie zijn:

- Kies de juiste manier van communicatie (zie ‘*vormen van communicatie*’)
- Kies juiste tijd en plaats (In het bedrijfsleven wordt ‘*s morgens*’ gepropageerd)
- Houd rekening met je publiek (Pas je boodschap aan of breng die op een goede manier voor de toehoorders)
- Houd het eenvoudig (Duidelijk, direct taalgebruik)
- Bekrachtig je boodschap (Herhaal de boodschap tijdens een gesprek of ondersteun je mondelinge boodschap met een geschreven nota)
- Controleer of de boodschap is begrepen (Zitten alle betrokkenen op dezelfde lijn?)
- Luister goed naar de anderen (Bijdragen van anderen kunnen een goede aanvulling zijn, maar dan moet men wel een kans krijgen om die te geven. Moedig bijdragen van sommige aanwezigen ook aan!)
- Houd je woord (Doe wat je belooft! ‘Gouden wet’ in het hele leven)
- Houd contact (Een telefoontje, een persoonlijk babbeltje of een mailtje is weinig moeite, maar daardoor blijf je goed op de hoogte van elkaar)
- Beantwoord ‘contact’ altijd zo spoedig mogelijk! Iedereen die de moeite neemt om met iemand anders contact op te nemen verdient het om snel iets terug te horen. Geef – kort - je mening of de voortgang van het proces aan. Schep duidelijkheid en zorg ervoor dat anderen ‘verder kunnen’!

Voordat de diverse vormen van communicatie eens nalopen is het van belang de volgende vragen voor het overbrengen van een boodschap te overdenken:

*Wie:* voor wie is deze boodschap bestemd?

*Wat:* wat moet er overgebracht worden?

*Waarom:* waarom is het belangrijk deze informatie over te brengen? Wat wil ik bereiken?

*Wanneer:* is er een deadline voor het versturen of ontvangen van deze boodschap?

*Hoe:* hoe moet deze informatie worden overgebracht? (zie ‘*vormen van communicatie*’)

# ***VORMEN VAN COMMUNICATIE***

## **RONDSCHRIJVEN**

Voor een eenmalige activiteit zoals een toernooi of wedstrijd is het aan te bevelen om de kinderen een schriftelijk uitnodiging, een aankondiging mee te geven of te mailen. De kans dat mondelinge afspraken door kinderen vergeten worden is aanzienlijk, hetgeen je op deze manier kan verkleinen.

## **MONDELING (PER TELEFOON)**

Hoewel we het in dit communicatietijdperk bijna vergeten: iemand opbellen of persoonlijk iets vragen is nog steeds mogelijk! Een kort telefonisch vraagje of een gesprekje op de schaakclub is natuurlijk immer een idee. Zeker door de mobiele telefoontjes is snel contact verzekerd. Kan handig zijn als je als team onderweg bent of als je direct informatie van een ander nodig hebt. Indien het om 'harde afspraken' gaat is het aan te bevelen om de mondelinge afspraak te bevestigen per sms/e-mail/briefje.

## **E-MAIL / APPEN**

Tegenwoordig wordt er heel wat afgemailed of geappt, hetgeen handig is omdat men snel veel personen kan bereiken. Nuttig bij het doorgeven van nieuws en informatie, maar het is en blijft wel onpersoonlijk. Discussies per e-mail worden derhalve algemeen ontraden omdat de meningen dan (te) snel 'zwart-op-wit' tegenover elkaar kunnen komen te staan, terwijl men in een persoonlijk gesprek meningen of ideeën kan aftasten en verklaren. De uitkomst van zo'n gesprek leent zich weer wel om 'vastgelegd' te worden per e-mail. Tenslotte zijn er nog veel mensen die niet dagelijks hun e-mails bekijken, zodat je het beste om bevestiging kan vragen als je wilt weten of het bericht over is gekomen.

## **E-ZINE (MAILING)**

Bij veel schaakclubs en bonden wordt er gebruik gemaakt van E-zine (E-mail magazine) of een mailing per e-mail. Regelmatig (eens per week of twee weken) of direct op het moment dat er weer nieuws is wordt de E-zine aan alle abonnees of leden opgestuurd. Een snelle en betrouwbare manier van communicatie! Denk alleen goed na hoe je dit vorm geeft. Bijvoorbeeld: alle tekst achter elkaar in een mail of een mail met bijlagen (in Word of Excel).

## **WEBSITE**

Vrijwel alle schaakclubs hebben een website, de een nog fraaier dan de ander. Ook alle regionale bonden en de KNSB zijn met hun websites een belangrijk communicatiemiddel en een nuttige bron van informatie. De grootste valkuil van al deze sites is echter het bijhouden van de sites. Na een enthousiast begin is de ervaring dat veel websites daarna minder goed worden bijgehouden. Dat gevaar is met name groot als er slechts één webmaster is. Met twee webmasters is de kans groter dat de website goed en snel bijgehouden wordt. Door actuele informatie (uitslagen interne en externe, oplossingen puzzels of schaakproblemen, aankondiging wedstrijden en toernooien, etc.) op je site te plaatsen is de kans groot dat de leden 'm regelmatig (wekelijks? dagelijks?) zullen bezoeken.

## **NIEUWSBRIEF**

Bij enkele jeugdclubs is er wekelijks (soms maandelijks) een nieuwsbrief met uitslagen, kort verslag, kalender, adressen/telefoon, mededelingen, 'weekpuzzel', etc. Een A4-tje dubbelzijdig printen en je hebt - als je het dubbel vouwt - 4 kantjes (A5-formaat) voor informatie. Een aanrader!

## **CLUBBLAD**

Het clubblad is zijn functie als actueel informatiekanaal binnen de club aan het verliezen. Maar voor achtergrondinformatie, algemene mededelingen, verslagen, analyses, puzzels, blijft het clubblad een geschikte manier om de leden te bereiken. Ook door de algemene gegevens die er in kunnen staan (adressen, telefoonnummers, data, kalender, etc.) blijft het clubblad een onmisbaar medium.

## **INFORMATIEBOEKJE (“JAARBOEKJE” / “COMPETITIEBOEKJE”)**

Aan het begin van elk nieuw seizoen is het aan te bevelen om een informatieboekje te maken. In beperkte vorm zou je ook een extra editie van het clubblad hieraan kunnen besteden. Uiteraard kan je ook kiezen om deze informatie op de website te plaatsen. Door veel informatie op te nemen kan je heel wat duidelijkheid creëren en zijn kunnen de leden spelenderwijs (door steeds weer iets extra's te lezen) hun kennis vergroten.

Informatie die je kan opnemen is bijvoorbeeld: adressenlijst bestuur, (uitneembare) adressenlijst van alle clubleden (adres, telefoon, mobiel, e-mail), adres en routebeschrijving clubgebouw, adressen / informatie regionale bond en KNSB, speeltijden club (openingstijden clubgebouw), de contributietarieven, korte (historische) omschrijving van de club (ledenaantallen in het verleden!?), taakomschrijvingen bestuursleden (bij wie moet je wat zijn?), structuur schaakclub, communicatiekanalen van de club (uitleg van de website, prikbord, clubblad, mailing, nieuwsbrief), “smoelenboek”: pasfoto's van alle leden - ter herkenning – opnemen, (interne) competitievormen met korte uitleg, spelen met klok (korte uitleg), summiere uitleg van de (belangrijkste) spelregels, verwijzing naar gehele FIDE-regels (of sites met informatie hieromtrent), uitleg elo en TPR, elolijsten clubleden, kampioenengalerij, statuten en huishoudelijk reglement, informatie over de clubbibliotheek, opstellingen externe teams, in te vullen competitieooster voor externe teams, gedragsregels teamspelers, leidraad voor teamleiders, jaarkalender van de club (data interne wedstrijden, externe competitie, trainingen, interne toernooien, vergaderingen, regionale kampioenschappen, sociale activiteiten), toernooiijst (regionaal en/of landelijk), adressenlijst andere clubs (alle clubs uit de regio of alleen de clubs opnemen waartegen men speelt in dat seizoen), uitleg van de schaakstructuur in Nederland (KNSB - regionale bond – club - school), gedrags- of huisregels van de schaakclub (roken, bord opruimen, afmelden), nuttige adressen, al dan niet op internet (KNSB, regionale bond, MEC, etc.), leerzame websites aanbevelen, aanbevolen boeken - cd-rom's - video's (met eventuele verwijzing naar adviseur / trainer), verkooppunten schaakmateriaal (winkels / internet), uitleg over opleidingen van de KNSB (trainer- en arbitercursussen), sponsors van de club (misschien kunnen dit boekje sponsoren!), notulen algemene ledenvergadering, beleidsplan, opvang nieuw leden (wat doet de club voor nieuwe leden?), inhoud en een sfeerverslag van een clubavond (stukje opnemen met eventueel een foto), advertenties, adres verenigingsconsulent, etc.

## **OUDEAVOND (voor de jeugd)**

Eens per seizoen een ouderavond organiseren is zeker de moeite waard. Je kan dan veel informatie overdragen (ouders zijn geïnteresseerd!), vragen beantwoorden, duidelijke afspraken maken (bijvoorbeeld over gedragsregels, fatsoensregels, spelregels, begeleiding naar wedstrijden en/of toernooien), draagvlak voor de ideeën van club creëren (de kinderen moeten soms thuis ook aan schaken doen) en de betrokkenheid van de ouders met de club vergroten. Als die betrokkenheid er is, dan is de volgende stap de ouders te laten participeren in de organisatie van de club. De meeste ouders staan daar welwillend tegenover, zeker als ze duidelijk voor ogen hebben hoe de club in elkaar zit en wat hun concrete taak zou inhouden.

## **PRIKBORD**

Bij veel clubs is er een prikbord. Handig om algemene informatie (uitslagen, aankondiging toernooien, bestuursmededelingen, etc.) op te hangen, maar of de informatie ook daadwerkelijk bij veel leden terecht komt is sterk afhankelijk van de gewoontes binnen de club. De leden moeten zich bewust zijn van deze manier van communicatie, er moet geregeld nieuwe informatie zijn, het bord moet op een strategische plek hangen zodat de leden er eigenlijk niet omheen kunnen.

## **FOLDERS / AFFICHES / FLYERS**

Folders, affiches of flyers voor de schaakclub zorgen voor een grote(re) bekendheid van de club in de gemeente, maar leveren niet automatisch leden op. Daar is veelal meer voor nodig, dus bedenk goed wat je doel van de club is als je hier - veel - geld aan gaat besteden.

## **PERS**

Bij bijzondere gelegenheden (kampioenschap team, simultaan, lezing, toernooi, etc.) is het aan te bevelen om een persbericht op te stellen. De club komt daardoor weer eens in de plaatselijke belangstelling, het is leuk voor betrokkenen en het verhoogt de kans op sponsors. Zorg dat een clublid met een vlotte, leuke schrijfstijl deze taak op zich neemt. Sommige clubs plaatsen regelmatig een stukje in de krant en dan zou af en toe een foto leuk zijn. Als je aan het begin van het seizoen een rolletje (of schijfje) vol schiet met foto's van de teams en individuele leden van de schaakclub dan kan je bij elk stukje de meest geschikte foto meesturen.

## ***AANVULLENDE INFORMATIE***

De volgende relevante informatie is bij mij op de vragen:

- Effectief besturen (artikel met allerhande informatie op dit terrein)
- PR-tips (waar moet je allemaal aan denken als je met de pers te maken krijgt?)
- De schaakclub en PR (een beeld van de huidige situatie en enkele tips)
- Website interview (met de beheerders van de "beste schaakwebsite")
- Websites vragenlijst (welke items willen de leden op de website?)
- Ouderavond (opzet en mogelijke onderwerpen)
- Enquête (voor ouders en/of jeugdleden)
- Ouders graag gezien (rol van de ouders bij een schaakclub)
- Ouders minder gewenst (de negatieve rol van ouders)
- Jaarboekje (wat moet er allemaal instaan?)
- Nieuwsbrief (voorbeeld/opzet)
- Kaderwerving (hoe moet je dit aanpakken?)

Tevens heb ik diverse voorbeelden van:, folders, affiches, flyers, nieuwsbrieven, e-zines en clubbladen.