

## **Inleiding**

In deze handleiding worden kort de verschillende organisatorische aspecten van het organiseren van aantrekkelijke baanwedstrijden toegelicht. Het blijkt dat veel organisaties van wedstrijden vaak opnieuw het wiel proberen uit te vinden bij gebrek aan overdracht of bestaande informatie. Het doel van deze handleiding is de verschillende organisatorische aspecten te ordenen, in te delen en te verdelen. Hierdoor kan een betere organisatie gewaarborgd worden.

In het draaiboek is ondermeer een tijdspad aangegeven, waarbinnen de taken kunnen worden afgewikkeld. Uiteraard staat vrij de planning anders op te zetten, zolang het binnen de kaders van de afspraken met derden en de Atletiekunie valt. Denk bij dit laatste aan de datum van jouw evenement. Indien vastgesteld en regionaal afgestemd, kan dit niet zomaar gewijzigd worden!

Deze handleiding moet dan ook gezien worden als een handvat. Het verdient de aanbeveling om deze handleiding door de leden van het organisatiecomité te laten bestuderen en daarbinnen een taakverdeling te maken.

Zoals uit deze handleiding blijkt, komt er heel wat kijken bij het organiseren van een aantrekkelijke wedstrijd. Veel verenigingen beschikken over te weinig kader en/of te weinig faciliteiten om zo'n wedstrijd van de grond te krijgen. Regionale samenwerking kan in zo'n geval uitkomst bieden. Tevens kan daarmee structuur en duurzaamheid van de wedstrijd gewaarborgd worden.

Jullie staan aan de vooravond van een gewaardeerde klus, waar vele honderden atleten met plezier van genieten. Om de organisatie doelstellingen te realiseren zal creativiteit, doorzettingsvermogen en zelfkritiek noodzakelijk zijn. Blijf nieuwe uitdagingen nastreven en houd vast aan de volgende woorden: **DE AANHOUDER WINT!**

## Stap 1: WAT?

Formuleer je idee, je plan. Wat is jouw doel bij de organisatie van een wedstrijd?

Achter elke wedstrijd schuilt een idee, een plan. Het plan is het fundament waarop de organisatie kan bouwen. Het biedt de wedstrijd structuur en duurzaamheid.

In het wedstrijdplan zouden, onder andere, de volgende zaken nader omschreven moeten worden:

- Legitimering van de wedstrijd. Wat is precies de aanvulling op het bestaande wedstrijdaanbod? Met andere woorden: waarom zouden atleten voor deze wedstrijd moeten kiezen? Waarin onderscheidt dit evenement zich of waarin wilt de organisatie zich onderscheiden?
- Doelstelling op korte en lange termijn.
- Doelgroep. Primair en secundair. Primair bijvoorbeeld senioren 1500, secundair een bijprogramma voor pupillen.
- Plan van aanpak. Wat zijn de (financiële) middelen en hoe worden die ingezet om de doelstelling te bereiken?

Het verdient de aanbeveling om in het beginstadium van de organisatie het wedstrijdplan op papier te zetten. Het plan kan als uitgangspunt dienen bij verdere besluitvorming. Tevens kan er tijdens periodieke evaluaties op teruggegrepen worden.

## Stap 2: WIE?

Stel het organisatieteam (WOC) samen.

Bij veel wedstrijden is het afbreukrisico groot, daar veel taken vaak bij 1 persoon rusten. Het verdient de aanbeveling een brede commissie op te zetten met afgebakende (kleine) taken. De werkzaamheden blijven zo te overzien en er worden geen enorme drempels opgeworpen voor vrijwilligers om een bijdrage te leveren. Bovendien is een kleine schakel eenvoudiger te vervangen dan een hele keten. Geef een duidelijke taakomschrijving mee, zodat niemand voor verrassingen komt te staan!

Je kunt er bijvoorbeeld aan denken per item op de volgende pagina's uit deze handleiding één of meerdere personen aan te stellen.

### Medewerkers

Het is goed de medewerkers al geruime tijd van te voren in te lichten over het evenement. Het is het eerste contact en mensen zullen er vanaf dat moment rekening mee houden. Belangrijk is om te zorgen dat jij te allen tijde goed contact hebt met de medewerkers en hen regelmatig informeert over de voortgang van de werkzaamheden. Deze taken zijn veelal toebedeeld aan een jurycontactpersoon. Voor deze functie is een aparte handleiding beschikbaar.

### Wedstrijdofficials

Bij nationale en competitie wedstrijden wordt het team van wedstrijdofficials (wedstrijdleader, scheidsrechter(s), starter(s) en in sommige gevallen ook microfonisten, jury d'appel en waarnemers door de Atletiekunie aangewezen. Voor de overige wedstrijden staat het de WOC vrij om zelf wedstrijdofficials te benaderen. Bij het uitkiezen is het niveau van de persoon niet belangrijk, wel de aantekening. Deze persoon moet dus deze aantekening echt bezitten en niet een 'vergelijkbare' of in de toekomst.

Zodra u een team heeft samengesteld, betrek hier in een vroeg stadium de wedstrijdleader bij, is het raadzaam om dit team te informeren over de specifieke kenmerken van de wedstrijd. Soms zijn de wedstrijdofficials het niet eens met het beoogde reglement van het evenement. Daarover kan beter vooraf dan tijdens de wedstrijd gediscussieerd worden. Het kan ook zijn dat de opzet van de wedstrijd vraagt om een aangepast chronoloog. Het belang van een goed chronoloog wordt vaak onderschat! Niet alleen de tijdigheid is van belang, ook de mogelijkheid tot het combineren van onderdelen is een pre. Persoonlijk contact met jury van buiten de eigen vereniging werkt veelal het beste, misverstanden worden zo voorkomen.

Speciale aandacht nog even voor de microfonist: Microfonisten zijn de functionarissen die gedurende het evenement grote invloed op de sfeer hebben en dus de uitstraling van de wedstrijd zelf. Zorg er voor dat deze post goed is ingevuld! Bij een groter evenement verdient het de aanbeveling twee of zelfs drie microfonisten aan te stellen (bijvoorbeeld één voor de technische- en één voor de looponderdelen).

### Wedstrijdsecretariaat

Eén van de belangrijkste instrumenten van een wedstrijd vormt het wedstrijdsecretariaat. Veel staat of valt met de keuzes die daar gemaakt worden. Het is daarom van groot belang dat er ervaren, kundige, stressbestendige, typvaardige mensen achter de pc's zitten.

Bij alleen voorinschrijving is het werk voor het wedstrijdsecretariaat tegenwoordig redelijk eenvoudig. Met de komst van online inschrijfmogelijkheden moet alleen tijdig het wedstrijdadministratieprogramma zijn ingericht en de inschrijving zijn geopend. Het startnummer moeten klaarliggen. Op een namenlijst kan worden afgevinkt welke atleten hun nummer hebben afgehaald. Het verdient aanbeveling om een meldingstermijn te hanteren, zodat startlijsten op tijd kunnen worden bijgewerkt en er geen halve series ontstaan. Leg alvast extra startlijsten klaar voor de microfonist en de windmeter bij de horizontale springonderdelen.

Een veel complexere situatie ontstaat, wanneer er gekozen wordt voor na-inschrijving. Voor bijna alle wedstrijden is de mogelijkheid tot na-inschrijving te prefereren. Wedstrijden met na-inschrijving trekken doorgaans veel meer deelnemers, omdat atleten meestal pas op het laatste moment beslissen of ze

deelnemen of niet. Het secretariaat zal in dit geval voorbereid moeten zijn op een stormloop van atleten en een hoge tijdsdruk bij het maken van startlijsten.

Het stimuleren van voorinschrijving door middel van een lager inschrijfbedrag heeft voor- en nadelen. Aan de ene kant kunnen meer deelnemers van tevoren ingevoerd worden. Aan andere kant moeten verschillende inschrijftarieven worden gehanteerd, levert het uitzoeken van startnummers van voorinschrijvers meer wachttijd op en moeten al bestaande inschrijvingen bij mutaties weer geschrapt of gewijzigd worden.

Een uitgebreide uitleg over het wedstrijdsecretariaat is terug te vinden in de handleiding voor het wedstrijdsecretariaat.

## **Medische verzorging**

Bedenk je dat je als organisatie verplicht bent om tijdens het evenement voor een goede (sport)medische opvang te zorgen. Hier wordt in ieder geval onder verstaan:

- Het verlenen van EHBO bij sportongevallen en een opvang voor algemene medische problemen;
- De 'eenvoudige' EHBO kan prima verleend worden door sportmasseurs van het NGS;
- Daarnaast dienen één of meerdere fysiotherapeuten aanwezig te zijn, die EHBO kunnen verlenen bij ernstiger (acute) blessures;
- In 'noodgevallen' moet teruggevallen kunnen worden op een ziekenhuis met een goed functionerende EHBO, waarvan het telefoonnummer bekend moet zijn bij uw medisch-/organisatieteam;
- U dient ervoor te zorgen dat atleten gebruik kunnen maken van ijs(pakkingen);
- Het verzorgen van een aantal preventieve activiteiten om blessures te voorkomen. Denk hierbij aan; de mogelijkheid tot het aanleggen van tapebandage, het verzorgen van preventieve massages aan atleten die meerdere dagen in actie komen;
- Deze preventieve activiteiten kunnen ingevuld worden door de reeds genoemde sportmasseurs en fysiotherapeut(en);
- De ruimte waarin deze medische verzorgers werken dient zowel voor atleten als voor publiek goed herkenbaar en aangegeven te zijn.

## **Planning**

Enkele weken voor het evenement moet een lijst met alle medewerkers worden opgesteld. Wacht niet te lang met het benaderen van mensen (ook al heeft men in eerder stadium aangegeven te kunnen helpen). Hoe langer er wordt gewacht, des te groter de kans dat agenda's van mensen al vol staan met andere afspraken. Overigens heeft een te vroege benadering ook geen zin, daar een aantal hun afspraken weer vergeten! Probeer hier dus een middenweg in te vinden. Directe persoonlijke benadering of per telefoon of e-mail heeft het beste effect.

Maak, nadat bekend is wie er vrijwilliger zijn tijdens het evenement, een indeling per onderdeel. Houdt hierbij rekening met de wensen van de vrijwilligers. Dit geldt zeker ook voor de juryleden! Verder is het belangrijk om bij elk wedstrijdonderdeel minimaal één ervaren, gespecialiseerd jurylid te hebben. Het is aan te bevelen om voor de wedstrijd met de desbetreffende jury per onderdeel de hoofdlijnen nog even door te nemen of desnoods een bijscholing te organiseren. Bijscholingen worden vanuit de Atletiekunie ondersteund.

## **Waardering**

Zonder medewerkers is een evenement niet mogelijk. Mensen helpen in hun vrije tijd mee een evenement tot een succes te maken. Waardering hiervoor is een must en betaalt zich later uit in een stabiel vrijwilligerscorps. Want wie het als medewerker naar z'n zin heeft komt op een volgend evenement eerder terug. Besteed hier dus aandacht, tijd en geld aan!

## Deelnemers

De deelnemers zijn het belangrijkste element van het evenement. Het is dan ook noodzakelijk hier veel aandacht aan te besteden. Zo dient er vroegtijdig bekendheid te worden gegeven aan de datum van het evenement. Vanaf dat moment dient er voldoende informatie aanwezig te zijn voor de potentiële deelnemers. Breng daarbij vooral de factoren die de wedstrijd uniek en aantrekkelijk maken onder de aandacht (bijvoorbeeld serie-indeling op tijd, prijzengeld).

Belangrijk om te weten is dat op het moment dat de wedstrijdkalender bekend is gemaakt, er direct een koppeling van de kalender naar de wedstrijdgegevens ligt. De organiserende vereniging moet er zorg voor dragen dat deze gegevens zo compleet mogelijk zijn ingevuld op de website van de Atletiekunie.

Bedenk voor de website van de vereniging dat de uitstraling hiervan vaak bepalend is voor de eerste indruk van een atleet en dus zijn/haar deelname. Denk daarom bij de opzet van een website aan de volgende punten:

- Activeer de website op tijd, omdat al direct bij aanmelding bij de wedstrijdkalender er een link wordt gelegd van de wedstrijdkalender van de Atletiekunie naar uw evenement;
- Houd de website actueel;
- Kondig deelname van bijzondere atleten aan;
- Zet niet teveel informatie op 1 pagina en laat de homepage rust uitstralen;
- Maak gebruik van foto's en/of plaatjes;
- Geef minimaal de volgende items weer: nieuws, chronoloog, uitslagen, sponsors, bereikbaarheid, contact, foto's

(De inzet van uw website is zeker ook een belangrijk onderdeel van de nader te bespreken PR).

Via social media, mailgroepen en mondelinge informatieoverdracht kunnen potentiële deelnemers geïnteresseerd raken. Ook inviteren voor specifieke onderdelen is een goede optie.

## Stap 3: HOE?

Hoe wordt het plan uitgevoerd?

### Planning wedstrijd

Om tot een zo goed mogelijke planning te komen in jouw regio is het goed om voorafgaand aan de regio(kalender)vergaderingen contact te hebben met uw collega-organisatoren van andere verenigingen in de omgeving. Let daarbij ook op organisaties in omliggende regio's. In nagenoeg iedere regio is vanuit de Atletiekunie een kalendercoördinator aangesteld die het WOC kan adviseren in het plannen van het evenement. Vaak zit er een trend in de data. Een goede voorbereiding en afstemming zorgt voor een eenvoudige kalendervergadering later in het jaar.

Bij een regionaal circuit of een jaarlijks terugkerend evenement verdient het de voorkeur om zoveel mogelijk vast te houden aan dezelfde dag. Dat vergroot de herkenbaarheid. Tevens kunnen atleten de wedstrijden dan makkelijker inroosteren in hun agenda's.

Indien het WOC ernaar streeft ook toppers naar het evenement te trekken, dient rekening gehouden te worden met de nationale kalender. Let ook op het landelijke wedstrijdprogramma van de doelgroep: het is niet handig een wedstrijd voor B-junioren vlak voor of na de U20/U18 competitie te plannen.

Verder schuilt er een gevaar in het organiseren van een wedstrijd voor zowel CD-junioren als voor de U20/U18, senioren en masters. Zo'n evenement groeit vaak al snel uit zijn jasje. Hetzelfde geldt voor het aantal onderdelen/pogingen die vastgesteld worden.

Het programma moet zo zijn vormgegeven, dat groepen op individuele technische onderdelen niet groter zijn dan 16 atleten. Zo blijft de wachttijd beperkt en zijn combinaties van onderdelen beter mogelijk. Let verder op de mogelijkheden die een accommodatie biedt (4/6/8 rondbanen, aantal wind-mee/tegen mogelijkheden per technisch onderdeel).

Lange werponderdelen verdienen extra aandacht. Zo kan er niet tegelijk aan twee kanten geworpen worden. Meestal staat per wedstrijd óf discus óf speer op het programma. Speerwerpen wordt doorgaans met wind-mee afgewerkt, discus met wind-tegen.

Naast de kalendercoördinator in uw regio, is het aanspreekpunt voor wedstrijdgerelateerde zaken binnen het bondsbureau de afdeling wedstrijd sport. Deze afdeling houdt zich bezig met zowel planning technische- als wedstrijd technische aspecten van de evenementen op de Nederlandse baankalender.

### Financieel

Bij de organisatie van ieder (groot) evenement dient een begroting te worden opgemaakt. Deze dient als basis voor de opzet van het evenement en gedurende de voorbereiding is het goed om regelmatig een tussenbalans op te maken.

De begroting dient aan te sluiten op het wedstrijdplan. Bij een winstgevende wedstrijd ziet de begroting er anders uit dan bij een kostendekkende wedstrijd. Een belangrijk onderdeel van de begroting is het kosten-baten plaatje voor de deelnemers. Maak duidelijk wat er van de deelnemers wordt gevraagd (inschrijfgeld, reistijd, wachttijd) en wat de deelnemers wordt geboden (ET, EDM, prijzengeld, herinnering).

Denk bij de realisatie van het kostenplaatje ook aan subsidiemogelijkheden. Ervaring leert dat gemeentes gevoelig zijn voor de organisatie van aantrekkelijke breedtesportevenementen. Indien de vereniging een goed en enthousiast verhaal heeft, dan kan gevraagd worden of de gemeente een bijdrage levert. Gemeentes beoordelen een aanvraag meestal op de volgende items:

- Breedtesport evenement;
- Mogelijkheid tot deelname gehandicapten;

- Combinatie van jeugd en senioren;
- Open voor alle niveaus;
- Streven naar hoge deelnemersaantallen;
- Projectplannen;
- Promotiemogelijkheden voor de gemeente.

Indien de combinatie met topsport wordt gemaakt, kan ook de Stichting Topsport van de provincie worden benaderd.

Direct na het evenement dient een financieel verslag gemaakt te worden. Deze moet zo spoedig mogelijk worden opgezet, maar uiterlijk gereed zijn voor het einde van het boekjaar, zodat de vereniging de cijfers kan meenemen in het jaarverslag. Tevens geldt de doelstelling om dan ook alle bedragen van sponsors te hebben geïnd en nog openstaande kosten te hebben betaald.

## Sponsoring

Een wedstrijd zonder sponsoring en promotie is bijna niet meer denkbaar. Toch is het vinden van goede sponsors vaak geen eenvoudige klus en hangt een goede promotie vaak samen met de uitstraling en contacten in de mediawereld.

Om op zoek te gaan naar sponsors is het verstandig een sponsorplan te maken. Maak hierin duidelijk wat de vereniging / het evenement / het onderdeel de sponsor te bieden heeft, zodat voor de potentiële sponsor naar voren komt waarom zij het evenement zouden moeten sponsoren. Hieronder wordt beschreven waar u op moet letten voor u op zoek gaat naar een sponsor:

- Beschrijf het sponsorobject. Belangrijk is om duidelijk naar voren te brengen wat er gesponsord moet worden. In dit geval het evenement dat u organiseert. Maak voor de sponsor duidelijk welk resultaat hij kan verwachten. Beschrijf daarom de deelnemersaantallen, bezoekersaantallen, bijzonderheden rond evenement, overige sponsors, etc.;
- Maak een 'longlist' met alle potentiële sponsors. Bepaal hierbij welke bedrijven bij de doelgroep passen (een tabak sponsor zal bijvoorbeeld geen goede keuze zijn). Benader daarnaast eventueel de bedrijven waar leden van het WOC werken. Bedrijven zijn vaak gevoelig voor medewerkers die actief zijn in hun vrije tijd;
- Breng duidelijk naar voren welke voordelen er voor de potentiële sponsor liggen: waarom zou de potentiële sponsor juist dit evenement willen sponsoren? Wat is de meerwaarde voor de potentiële sponsor en zet dit op de voorgrond. Denk hierbij aan bijvoorbeeld naamsbekendheid, verbeteren imago (sportief, dynamisch, etc.), verlenen gastvrijheid of relatiemanagement, ideeën of maatschappelijke betrokkenheid, etc.

Treedt in de huid van de potentiële sponsor en bedenk op welke manier jij akkoord zou gaan. Een iets langere tijdsinvestering voor dit aspect, kan zich later uitbetalen met het binnenhalen van een sponsor.

Leg de potentiële sponsor een aantal mogelijkheden voor om te sponsoren. Maak hiervoor zogenaamde pakketten. Mogelijkheden:

- Logo sponsor op advertentie, flyer en/of startnummer;
- Logo sponsor op banner of (prominente) plaats op website;
- Boarding en vlaggen tijdens evenement;
- Melding door microfonisten tijdens het evenement of interview met het bedrijf tijdens evenement;
- Promotiestand gedurende het evenement;
- Naamsverbondenheid aan een prijs of onderdeel;
- Foto met toppers;
- VIP-arrangement incl. eten en drinken tijdens het evenement.

Indien de opties voor de sponsor duidelijk zijn, kan worden nagedacht over de uitvraag bij de sponsor. Dit kan uitgedrukt worden in geld, maar ook anders. Bijvoorbeeld een kledingsponsor die in ruil voor zijn naam alle vrijwilligers voorziet van kleding. Zet duidelijk neer wat er van de sponsor wordt verwacht, na overleg kan het altijd veranderen, maar maak een duidelijk voorstel.



Probeer ook veel aandacht te besteden aan de opmaak van het sponsorverzoek. Immers, de eerste indruk is vaak al bepalend of een sponsor een samenwerking wil aangaan of niet. Naast een correcte brief zonder taalfouten kan het zeer gunstig werken een flyer mee te sturen met de aankondiging van het evenement. In één oogopslag straalt de doelstelling en professionaliteit van de organisatie uit de mailing. Ook andere zaken zoals een foto of een nieuwsbrief kunnen stimulerend werken.

Belangrijk is de sponsor betrokken te houden bij het evenement. Onderhoud daarom niet alleen contact op het moment dat het evenement de sponsor nodig heeft, maar bepaal ook een aantal contactmomenten, waarop het WOC de sponsor informeert over de voortgang van de organisatie en de laatste ontwikkelingen. Op deze manier houdt dit evenement langer de aandacht van sponsoren vast en kan de inzet wellicht worden verhoogd.

## **Promotie**

Om meer bekendheid aan uw evenement te geven en wellicht (schrijvende) pers aan te trekken is goede promotie(PR) essentieel. Daarnaast is goede promotie aantrekkelijker voor potentiële sponsoren. Je evenement promoten is op verschillende manieren mogelijk. Ook hierbij kan worden gedacht aan het opstellen van een klein promotieplan om alles duidelijk in kaart te brengen.

In eerste instantie valt te denken aan adverteren. Hiervoor zijn diverse mogelijkheden: Via social media (Facebooksite), websites als 'RunningNL' of Runners World, Advertentie(s) in dag-/weekbladen of lokale en regionale omroepen. Daarnaast kan er gepromoot worden door middel van het ophangen van posters en/of flyers. Denk voor plaatsing aan winkels, meezenden verenigingszending Atletiekunie, flyereren bij plaatselijke sport-/atletiekverenigingen, scholen en andere evenementen.

Houd er rekening mee dat er van tevoren een budget moet worden gemaakt voor de PR. Let wel: door een goede investering in PR wordt vaak het beste resultaat in uitstraling en grootte van het evenement gehaald.

## **Accommodatie**

De accommodatie staat al in een vroeg stadium van de organisatie vast. Er moeten echter wel afspraken met de eigenaar van de accommodatie, eventuele andere verenigingen of bedrijven gemaakt worden over gebruik van de accommodatie(s)/-ruimte(s). Ook moet er goed bekeken worden of de accommodatie helemaal in orde is. Een inventarisatie van de tekortkomingen van de accommodatie is dan ook erg belangrijk. Hiervoor is eventueel een accommodatieadviseur van de Atletiekunie te raadplegen. Als blijkt dat er het een en ander aangepast moet worden, zullen er afspraken met de gemeente c.q. eigenaar gemaakt moeten worden over aanpassing van de accommodatie.

Bij een aantrekkelijke wedstrijd hoort een sfeervolle, complete accommodatie. Aandachtspunten zijn:

- Goede bewegwijzering, voldoende parkeergelegenheid;
- Uitnodigende entree atletiekbaan (boog/vlag, welkomstwoord);
- Bloemen/planten
- Vlaggen, doeken, sponsoruitingen
- Afstandsborden, afstandslijnen, scoreborden
- Jurytafels, jurystoelen
- Windvaantjes
- Strak aangeharkte, vlakke verspringbak/kogelstootsector (ook tijdens de wedstrijd)

Zorg ervoor dat de setting staat, vanaf het melden van de eerste deelnemers en tot de afloop van het laatste onderdeel. Vroegtijdig afbreken van onderdelen kan ook een slechte ervaring zijn.

## **Materiaal**

Bij elk evenement is materiaal nodig. Materiaal dat nodig is voor de uitvoering van de diverse onderdelen, maar ook spullen voor het secretariaat. Het benodigde materiaal is niet bij elk evenement gelijk. Per



evenement zal er een andere materiaallijst gemaakt moeten worden. Er moet tijdig geïnventariseerd worden wat er allemaal nodig is, zodat er eventueel spullen besteld, gehuurd of geleend kunnen worden. Verstandig is om al gedurende de winter het materiaal te checken.

Een goede elektronische tijdwaarneming (ET) en de aanwezigheid van EDM is een must voor een degelijke wedstrijd. Daarnaast dient te worden vastgelegd dat ook windmeters en een goede klok worden meegenomen. Houd overigens altijd een back-up aan jury tijdwaarneming op de trap voor het geval de ET uitvalt! Indien er verspringen of hink-stap-sprong op het wedstrijdprogramma staat, moet er een extra windmeter geregeld worden.

Vaak is de geluidsapparatuur op atletiekbanen niet voldoende in orde. Dit kan de verslaggeving zeer hinderlijk storen. Controleer dit lang van tevoren, zodat eventueel aanpassingen aan de apparatuur kan worden verricht. Indien mogelijk is ook een installatie in te huren van een bedrijf dat op feesten draait. Zij weten vaak wel raad hoe spullen op te stellen en te gebruiken. Dit kan grote impact hebben op de sfeer van het evenement. Helemaal als er wordt gezorgd voor een goede DJ, die de microfonist(en) afwisselt met goede muziek! Denk ook aan een goede loopmicrofoon, zodat de microfonist voldoende bereik heeft om verslag te doen van technische onderdelen.

Let op: in verband met mogelijke overlast is het in veel gemeenten noodzakelijk een vergunning aan te vragen voor geluid.

## Creativiteit

Creativiteit is een factor die de meer aantrekkelijke wedstrijden onderscheidt van de reguliere wedstrijden. Het verrassingseffect zorgt voor een onvergetelijk evenement bij zowel atleten, toeschouwers als medewerkers.

Extra's dienen zich vaak aan tijdens de dagelijkse gang van zaken. Je staat bijvoorbeeld op Koninginnedag te luisteren naar een bandje en denkt "die zouden wel eens een bijzondere meerwaarde kunnen vormen", of met Oud & Nieuw blijkt het kijken naar vuurwerk toch leuker dan gedacht. Tijdens evenementen is ook veel te doen. Dit hoeft niet lang te duren, maar het kan wel net dat beetje meer zijn voor een onvergetelijk evenement. Enkele voorbeelden:

- Klassement/dagprijs/herinnering. Zeer interessant voor het aantrekken van sponsors en media;
- Geluidswagen met DJ;
- Speciale tunes rondom de onderdelen;
- Optreden van een band;
- Vuurwerkshow;
- Cheerleaders;
- Live muziekkorkest;
- Zanger(es);
- Ludiek onderdeel als een rare estafette of achteruitlopen;
- Voorstellen van atleten tijdens een competitie door een ronde van alle teams;
- Etc.

Diverse zaken kunnen geregeld worden met behulp van sponsoring. Met nuchter denken kan men een heel eind komen! Uiteraard staat de atletiek voorop. Een belangrijk item daarin is de flexibiliteit naar de atleten toe.

## Regionale samenwerking

Uit de omvang en inhoud van deze handleiding blijkt nog maar weer eens, hoeveel mankracht, ervaring en middelen er nodig zijn om een aantrekkelijke wedstrijd van de grond te krijgen. Om er als organisatie genoeg waardering aan over te kunnen houden, moet er iets tegenover alle investeringen staan. Bijvoorbeeld een groot en kwalitatief hoogstaand deelnemersveld. Een fijne sfeer. Of een goed gespekte clubkas. Bij een losstaande wedstrijd lopen de kosten al gauw hoog op, terwijl er aan de andere kant weinig baten zijn. Dat is niet bevorderlijk voor de duurzaamheid van het evenement en voor veel verenigingen reden om er niet eens aan te beginnen.

In een aantal regio's is er al een oplossing gevonden voor dit probleem: Het wedstrijdscircuit. Een bundeling van 4,5 of 6 wedstrijden op verschillende atletiekbanen. Voorbeelden zijn het Baancircuit XL en Regio 13(<http://www.regio13.nl/>). Elk circuit zit weer anders in elkaar. Dat is logisch, want elk gebied vraagt om een andere aanpak. Er is vooral verschil in de balans tussen wat verenigingen zelf in de organisatie doen en wat er centraal geregeld wordt.

Samenwerking heeft een aantal belangrijke voordelen:

- Forse kostenposten (ET, PR, geluid, prijzengeld) kunnen gedeeld worden. Zo lopen verenigingen minder risico bij tegenvallende inkomsten en blijft er geld over voor extra's;
- Een circuit van meerdere aantrekkelijke wedstrijden is interessant voor sponsors;
- De kalenderafstemming is eenvoudiger en doeltreffender;
- Met meerdere wedstrijden in dezelfde opzet wordt de herkenbaarheid vergroot. Atleten weten op een gegeven moment wat er te halen is;
- De regionale binding tussen atleten en trainers wordt versterkt, doordat men elkaar herhaaldelijk ontmoet;
- Door de beschermde circuitvorm is een bepaalde deelname gegarandeerd. Het regionale circuit gaat voor een instuifwedstrijd elders;
- Atleten hebben meer aantrekkelijke wedstrijden in de omgeving van hun woonplaats;
- Er kan gewerkt worden met een klassement, zodat de stimulans om vaker mee te doen groot is. Dit geeft het circuit meer draagkracht. De laatste wedstrijd wordt dan een finalewedstrijd;
- Kleinere verenigingen kunnen zo toch een grote thuiswedstrijd organiseren. Dat is een enorme stimulans voor eigen atleten, jury en medewerkers;
- Verenigingen hoeven niet opnieuw het wiel uit te vinden, kunnen van elkaar leren en profiteren;

In de eerste plaats moet geïnventariseerd worden welke verenigingen mee willen en mee kunnen doen. Schroom niet om daarbij verder te kijken dan de regiogrenzen. Eerste vereisten zijn een kunststof atletiekbaan en een enthousiaste, vrijdenkende organisatie. Het verdient de voorkeur om per vereniging twee geschikte vertegenwoordigers aan te wijzen. Twee, omdat dan de voortgang van de expertise gewaarborgd wordt als iemand uitvalt. De vertegenwoordigers denken mee over de opzet, zijn aanwezig bij vergaderingen en vormen het aanspreekpunt tijdens de eigen wedstrijd.

Verder dient er een voorzitter en een penningmeester aangesteld te worden. Atletiek liefhebbers die zich goed kunnen inleven in de behoeftes van atleten en die voldoende tijd en energie hebben om het circuit te dragen. En er zal een taakverdeling moeten komen op gebied van sponsoring, PR, website, bijhouden klassementen, etc.

Hamvraag is: Hoe ver draagt de samenwerking? In de eerste bijeenkomsten zullen daar afspraken over gemaakt moeten worden. Stel daarbij zo veel mogelijk het belang van de atletiek voorop. Hoe nauwer het samenwerkingsverband, hoe meer er van elkaar geprofiteerd kan worden. Door de afspraken vast te leggen in een reglement en een draaiboek, wordt naleving en voortgang gewaarborgd.

Verder dient er nagedacht te worden over de wedstrijdplanning. Welke atletiekbanen zijn geschikt voor welke onderdelen? Welke stad is geschikt voor welke datum? Welke wedstrijddag past het beste bij de doelstelling? Hoe vaak moeten bepaalde onderdelen opgenomen worden in het programma? In welke vorm worden de klassementen gegoten? De ervaring leert, dat klassementen alleen van toegevoegde waarde zijn, als de puntentelling helder is.

De Atletiekunie kan bemiddelen bij het nader tot elkaar brengen van verenigingen. Tevens kan er bij vragen doorverwezen worden naar reeds bestaande circuits. Die zullen hun expertise graag ter beschikking stellen. Meer circuits vind je via de wedstrijdkalender op de website van de Atletiekunie.

## Evaluatie

Hoe geslaagd de wedstrijd op het eerste gezicht ook lijkt, achter de schermen zijn er altijd wel punten die verbeterd kunnen worden. Om in een volgend jaar niet in dezelfde fouten te vervallen, is het handig om de verbeterpunten vast te leggen.

Wees kritisch, creatief en opbouwend bij de evaluatie, het blijft een proces waarbij altijd ruimte is voor vernieuwing en groei. Benut deze mogelijkheden.

## Draaiboek op maand

### Oktober

Item	Wat	Wie
Doelstellingen	Bepaal doelstellingen en welke opzet evenement	WOC
Planning	Haal de Nationale kalender van de website Atletiekunie	WS
	Plan de wedstrijden	WS
	Stem de geplande data af met organisaties van baanwedstrijden in de omgeving	WS

### November

Item	Wat	Wie
Financieel	Opzetten begroting voor komende jaar en bespreken met het bestuur van de vereniging	Penningmeester
PR	Opzetten promotiemateriaal / -middelen	PR
Sponsoring	Maken sponsorplan	PR
	Opzetten Longlist van sponsoren	
	Benaderen sponsoren	

### December

Item	Wat	Wie
Planning	Opstellen wedstrijdprogramma	WOC
Materiaal	Controleer website Atletiekunie op gebreken atletiekbaan	WOC
	Controleer in grote lijnen de situatie van de baan en maak een afspraak met de Gemeente indien er aanpassingen noodzakelijk zijn	Vereniging
Sponsoring	Benaderen sponsoren	PR

### Januari

Item	Wat	Wie
Planning	Inschrijven wedstrijden op Atletiek.nu	WS
	Invoeren chronoloog op website Atletiek.nu	WS
	Vastleggen atletiekbaan bij de Gemeente	WOC
Jury	Benader een wedstrijdleider	JUCO
Materiaal	Controleer al het verenigings-wedstrijdmateriaal en maak een bestellijst waar nodig	WL / materiaalploeg
	Controleer alle benodigde materialen voor secretariaat en kantine. Maak bestellingen waar nodig	WS / kantine
	Bepaal met welk programma gaat worden gewerkt	WS
Sponsoring	Benaderen sponsoren	PR

### Februari

Item	Wat	Wie
Algemeen	Vastleggen Elektronische Tijdwaarneming	WOC
	Benaderen van goede microfonisten	JUCO
	Vastleggen van speciale geluidsapparatuur	WOC
	Vastleggen kantine	WOC
Planning	Bijwonen kalendervergadering	Voorzitter WOC
Jury	Opstellen jurybrief en rondsturen	JUCO
PR	Opzetten website voor het evenement	PR
Sponsoring	Benaderen sponsoren	PR

**Maart**

Item	Wat	Wie
Algemeen	Vastleggen van extra zaken rondom het evenement, zoals aankleding, etc.	WOC
Jury	Verwerken respons jurybrief	JUCO
	Vastleggen EHBO	JUCO
PR	Maken van Posters/Advertentie	PR
	Updaten website voor het evenement	PR
Sponsoring	Benaderen sponsors	PR

**April**

Item	Wat	Wie
PR	Verspreiden posters en flyers (PR plan)	PR
	Updaten website voor het evenement	PR
Media	Opzetten Persbericht en verspreiden	PR
Atletenveld	Informereren belangrijkste trainers over opzet wedstrijd	WOC

**Mei – Augustus (de evenementen)**
**Voorbereidingen voor het evenement**

Item	Wat	Wie
Algemeen	Regel voldoende wisselgeld	Penningmeester
	Informereren Microfonisten en Sponsors over laatste info	JUCO
	Regelen van jury attentie	JUCO
Materiaal	Check Materiaal een laatste keer	WL
	Zorg voor voldoende stopwatches	JUCO
PR	Verstuur informatieve mailings	PR
	Zorg voor een fotograaf op het evenement => later op de website	PR
Media	Informereren Media met laatste info	PR

**Acties na het evenement**

Item	Wat	Wie
Uitslagen	Publiceren uitslagen op de website	WS
	Informereren pers aangaande topprestaties	PR
	Informatieve mailing rondsturen	PR
Sponsors	Informereren hoe de wedstrijd verlopen is	PR
PR	Updaten website met foto's en een verslag	PR

**September**

Item	Wat	Wie
Evaluatie	Evaluatie van de evenementen	WOC / bestuur
Financieel	Opstellen resultatenrekening	Penningmeester
	Verrekenen openstaande rekeningen en sponsorgelden	Penningmeester
Sponsors	Bedanken sponsors en informeren over nieuwe doelstellingen	PR