

Faculteit Letteren en Wijsbegeerte
Faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen

Universiteit Antwerpen
Academiejaar 2014 – 2015

Masterproef Master Meertalige Professionele Communicatie

VRIJWILLIGERS BIJ VZW OPENDOEK: DIALOOG TUSSEN CONTACTPERSOON EN TONEELVERENIGING

Jasmien O

Emmelie Verbeke

Promotor: Sigrid Van der Auwera
Assessor: Katja Pelsmaekers



Faculteit Letteren en Wijsbegeerte
Faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen

Universiteit Antwerpen
Academiejaar 2014 – 2015

Masterproef Master Meertalige Professionele Communicatie

VRIJWILLIGERS BIJ VZW OPENDOEK: DIALOOG TUSSEN CONTACTPERSOON EN TONEELVERENIGING

Jasmien O

Emmelie Verbeke

Promotor: Sigrid Van der Auwera

Assessor: Katja Pelsmaekers



© Copyright: Universiteit Antwerpen

Zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van zowel de promotor(es) als de auteur(s) is overnemen, kopiëren, gebruiken of realiseren van deze uitgave of gedeelten ervan verboden. Voor aanvragen tot of informatie i.v.m. het overnemen en/of gebruik en/of realisatie van gedeelten uit deze publicatie, neemt u contact op met Universiteit Antwerpen, Master in de Meertalige Professionele Communicatie, Prinsstraat 13, 2000 Antwerpen (België) | mpc@ua.ac.be

Voorafgaande schriftelijke toestemming van de promotor(es) is eveneens vereist voor het aanwenden van de in dit afstudeerwerk beschreven (originele) methoden of producten en voor de inzending van deze publicatie ter deelname aan wetenschappelijke prijzen of wedstrijden.

© Copyright: Universiteit Antwerpen

Without written permission of the supervisor(s) and the authors it is forbidden to reproduce or adapt in any form or by any means any part of this publication. Requests for obtaining the right to reproduce or utilize parts of this publication should be addressed to Universiteit Antwerpen, Master in de Meertalige Professionele Communicatie, Prinsstraat 13, 2000 Antwerpen (België) | mpc@ua.ac.be

A written permission of the supervisor(s) is also required to use the (original) methods or products, and for submitting this publication in scientific contests.

ABSTRACT

OPENDOEK Amateurtheater Vlaanderen vzw, de overkoepelende organisatie voor alle amateurtoneelgezelschappen in Vlaanderen, miste een duidelijk uitgewerkt beleid voor de vrijwilligers die fungeren als contactpersoon tussen de organisatie en de theatergezelschappen. Op basis van observaties en aansluitende interviews onderzochten we in twee verschillende regioteams, Ieper en Antwerpen Zuidrand, hoe deze vrijwilligers hun opdracht momenteel uitvoeren en hoe dat efficiënter kan.

Eén van de grootste bevindingen uit ons onderzoek is dat het tijdstip waarop het contactmoment doorgaat niet geschikt is om problemen te bevragen. We maakten dan ook een onderscheid tussen waarderende gesprekken, die men kan voeren na de voorstelling, en ondersteunende gesprekken, die kunnen plaatsvinden enkele weken voor de première. In deze laatste soort komen twee belangrijke pijlers aan bod: ondersteuning en bevraging van problemen. Ons onderzoek toont aan dat bij toneelgezelschappen waar er nog regioteamleden actief zijn geen ondersteunend gesprek meer nodig is. Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat de meeste contactpersonen een open houding hanteren tijdens de gesprekken, maar dat ze nog vorming nodig hebben om de ondersteunende gesprekken op een correcte manier te kunnen voeren.

Daarnaast gaven enkele contactpersonen aan dat de verslagen die ze moeten invullen na een contactmoment enkele vage stellingen bevatten. Wij stellen daarom het systeem van een semantische differentiaal voor. Dat zorgt ervoor dat de vrijwilligers dit deel van het verslag gemakkelijker kunnen invullen en dat het management via een vastgelegd puntensysteem de toneelgezelschappen kan onderverdelen in artistiek-sociaal.

OPENDOEK zal best een vrijwilligersbeleid uitwerken waarin een duidelijke taakomschrijving staat, dat benadrukt wat het vrijwilligerswerk oplevert voor de vrijwilligers zelf en waarin een duidelijk wervingsplan is opgesteld om de diversiteit binnen de regioteams te verbeteren. Het management van OPENDOEK stelt daarnaast best één persoon verantwoordelijk die het vrijwilligersbeleid uitwerkt en opvolgt, die fungeert als aanspreekpunt voor de contactpersonen en die de vormingen en evaluatiegesprekken organiseert.

POPULAIR WETENSCHAPPELIJKE SAMENVATTING: POSTER



VRIJWILLIGERS BIJ VZW OPENDOEK: DIALOOG TUSSEN CONTACTPERSOON EN TONEELVERENIGING

JASMEN O & EMMELIE VERBEKE

OPENDOEK

- koepelorganisatie van amateurtheater in Vlaanderen
- werkt met vrijwilligers op vier niveaus
- contactpersonen op regionaal niveau binnen regioteam

1. CENTRAAL NIVEAU

CENTRAAL SECRETARIAAT

BELEIDSORGANEN

Raad van bestuur | Algemene vergadering

2. PROVINCIAAL NIVEAU

PROVINCIALE OVERLEGRAAD (POR)

3. REGIONAAL NIVEAU

REGIONALE OVERLEGRAAD (OROR)

REGIOTEAM

Regiecoördinator | Contactpersonen

4. LOKAAL NIVEAU

AANGESLOTEN GROEPEN

INDIVIDUEEL AANGESLOTEN LEDEN

ONDERZOEK

Onderzoeksvraag: Hoe kan OPENDOEK de communicatie tussen contactpersonen en toneelverenigingen verbeteren zodat de vrijwilligerswerking overeenstemt met de missie en visie van OPENDOEK?

Deelvragen:

Hoe verloopt het contactmoment tussen de toneelverenigingen en de contactpersonen en welke variabelen hebben daar een invloed op?

Welke problemen ervaren de contactpersonen bij dat contactmoment? Hoe kunnen deze verholpen worden en hoe kan OPENDOEK daarin ondersteunen?

Wat is de relevantie van de groepsbezoeken met het oog op het realiseren van een direct contact met OPENDOEK? Is het bijwonen van een voorstelling het ideale kanaal?

Wat is het profiel van de doorsnee contactpersoon bij OPENDOEK en welke conclusies vloeien daaruit voort?

Methodologie: observaties van contactpersonen in twee verschillende regio's, Ieper en Antwerpen Zuidrand, tijdens hun bezoek aan de toneelvoorstellingen, aangevuld met interviews.

Participanten: zes contactpersonen uit het regioteam Antwerpen Zuidrand & vijf uit het regioteam Ieper. De gemiddelde leeftijd is 63 jaar en alle participanten zijn van het mannelijke geslacht, op één vrouw na.

BEVINDINGEN

1. Niet alle pijlers behandeld tijdens contactmoment
 - waardering
 - ondersteuning
 - bevraging problemen
2. Verdeling tickets en aanmelding
 - soms geen rotatiesysteem voor verdeling tickets
 - soms niet op naam van OPENDOEK
 - aanmelding zonder vermelding OPENDOEK
3. Verslagen willekeurig of niet ingevuld
 - vage stellingen
 - niet gebruikt door OPENDOEK
 - doel: onderscheid tussen artistiek & sociaal
4. Contactpersonen hebben vorming nodig
5. Onvoldoende uitgewerkt vrijwilligersbeleid en te weinig diversiteit in teams

AANBEVELINGEN

1. Waarderende & ondersteunende gesprekken
 - waardierend gesprek na voorstelling
 - ondersteunend gesprek enige tijd vóór de première
2. Verdeling tickets en aanmelding
 - rotatiesysteem invoeren of behouden
 - tickets aanvragen: extra contactmoment
 - OPENDOEK enkel vermelden bij nieuwe groepen
3. Verslagen herwerken
 - semantische differentiaal: aanpak op maat
4. Vorming voorzien voor contactpersonen
 - gesprekstechnieken & info OPENDOEK
 - daardoor stijgende waardering en motivatie
5. Vrijwilligers- en wervingsbeleid uitwerken
 - verantwoordelijke vrijwilligers aanstellen
 - nadruk op value management en ROE
 - duidelijk takenpakket
 - focus op jongeren en vrouwen bij werving



Emmelie Verbeke
emmelie.verbeke@student.uantwerpen.be

Jasmien O
jasmien.o@student.uantwerpen.be



Master Meertalige Professionele Communicatie

Faculteit Letteren & Wijsbegeerte en
Toegepaste Economische Wetenschappen
Academiejaar 2014 - 2015

VOORWOORD

Deze masterthesis was nooit mogelijk geweest zonder de medewerking en hulp van een aantal mensen. We willen hen dan ook graag kort even bedanken.

Eerst en vooral gaat onze dank uit naar Bernard Soenens en Bart Michiels, de voormalige en huidige directeurs van OPENDOEK vzw. Jullie hebben ons enorm veel vertrouwen en middelen geschonken om dit onderzoek tot een goed einde te brengen. Daarnaast willen we de enthousiaste contactpersonen uit de regio's Ieper en Antwerpen Zuidrand hartelijk bedanken. We werden telkens warm ontvangen en voelden ons meteen thuis. Dankzij de vele observaties en interviews met hen konden we dit mooie eindresultaat naar voren brengen.

Dan willen we ook graag Sigrid Van der Auwera, onze promotor, danken voor de goede raad en begeleiding. Ze reikte ons nieuwe ideeën aan als we even de richting kwijt waren en ondersteunde ons waar mogelijk.

Als laatste gaat een speciale vermelding naar onze vrienden en familie, zonder wiens steun deze masterscriptie en -opleiding waarschijnlijk slechts dromen waren gebleven.

Bedankt!

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT	I
POPULAIR WETENSCHAPPELIJKE SAMENVATTING: POSTER	II
VOORWOORD	III
1 INLEIDING	6
2 LITERATUUR	7
2.1 OPENDOEK.....	7
2.2 Werken met vrijwilligers.....	10
2.2.1 Aantal	10
2.2.2 Profiel	11
2.2.3 Werving	11
2.2.4 Ondersteuning	14
2.2.5 Motivatie en retentie	16
2.3 Gesprekstechnieken.....	18
2.3.1 Non-verbaal	18
2.3.2 Verbaal	20
3 ONDERZOEKSOPZET	22
3.1 Onderzoeksvragen.....	22
3.2 Methodologie.....	22
3.2.1 Observaties	22
3.2.2 Interviews	24
3.2.3 Objectiviteit	25
3.2.4 Regiokeuze	25
3.2.5 Participanten	26
3.3 Operationalisering.....	27
4 BEVINDINGEN	28
4.1 Aard van het gesprek.....	28
4.2 Tijdstip & locatie.....	29
4.3 Houding.....	29

4.4	Aanmelding en tickets	30
4.5	Gezelschap.....	31
4.6	Verslagen	31
5	AANBEVELINGEN EN DISCUSSIE	33
5.1	Aard en tijdstip gesprek.....	33
5.2	Werving	34
5.3	Vorming.....	36
5.4	Ondersteuning.....	37
	5.4.1 Aanspreekpunt	37
	5.4.2 Takenpakket	38
5.5	Verdeling, tickets en aanmelding.....	38
5.6	Verslagen	38
6	CONCLUSIE	41
7	LITERATUUR	43
8	BIJLAGEN	47
8.1	Mail naar contactpersonen: Emmelie.....	47
8.2	Mail naar contactpersonen: Jasmien	48
8.3	Infofiche.....	49
8.4	Observatiefiche.....	50
8.5	Definiëring van de begrippen uit de observatiefiche	53
8.6	Vragenlijst.....	54
8.7	Stellingen opgenomen in verslag voor contactpersonen.....	55
8.8	Read-me informatie bij zip-file	55
8.9	Deelname aan onderzoek van derden	56
	8.9.1 Jasmien O	56
	8.9.2 Emmelie Verbeke	58
9	VERKLARING OP WOORD VAN EER	59

1 INLEIDING

OPENDOEK Amateurtheater Vlaanderen vzw is de overkoepelende organisatie voor alle amateurtoneelgezelschappen in Vlaanderen. Hun algemene strategische visie werd onder handen genomen en op punt gesteld in 2012, waarna ze een beleidsplan opmaakten voor de komende vier jaar.

In december 2014 gingen we met de toenmalige directeur, Bernard Soenens, op zoek naar wat er nog verbeterd kon worden op communicatief vlak binnen de organisatie. Daarbij kwamen we tot de conclusie dat het beleidsplan 2012-2016 geen duidelijk uitgewerkt beleid voorziet voor de vrijwilligers die fungeren als contactpersoon tussen de organisatie en de theatergezelschappen. Er was dus nood aan een herziening van de huidige procedures en ondersteuning zodat de vrijwilligers op een efficiëntere manier kunnen werken.

OPENDOEK werkt met contactpersonen die op vrijwillige basis contact houden met de aangesloten amateur theatergezelschappen. Deze contactpersonen fungeren als tussenpersoon en bezoeken de lokale toneelgroepen hoofdzakelijk naar aanleiding van een theatervoorstelling, waarna ze verwacht worden een gesprek te voeren met de vereniging in kwestie. Om hen daarbij te helpen ontvangen ze momenteel een handleiding (OPENDOEK, 2014) in brochurevorm en krijgen ze begeleiding van een regiocoördinator, maar verder is er geen coaching, controle of duidelijke regeling voorzien vanuit het centrale niveau.

OPENDOEK geeft aan dat deze contactpersonen betere ondersteuning moeten krijgen vanuit het centraal beleid en wil duidelijke procedures en ondersteuning aanbieden aan de vrijwilligers, maar heeft zich tot nu beperkt tot losse initiatieven.

Daarom gaan we in dit onderzoek na:

- * hoe de contactpersonen momenteel hun opdracht aanpakken om groepen ter plaatse te bezoeken naar aanleiding van theatervoorstellingen en in welke mate dat aansluit bij de doelstellingen, vastgelegde procedures en tips zoals beschreven in de handleiding;
- * wat OPENDOEK wenst/verlangt van de contactpersonen en hoe zij hen kunnen ondersteunen.

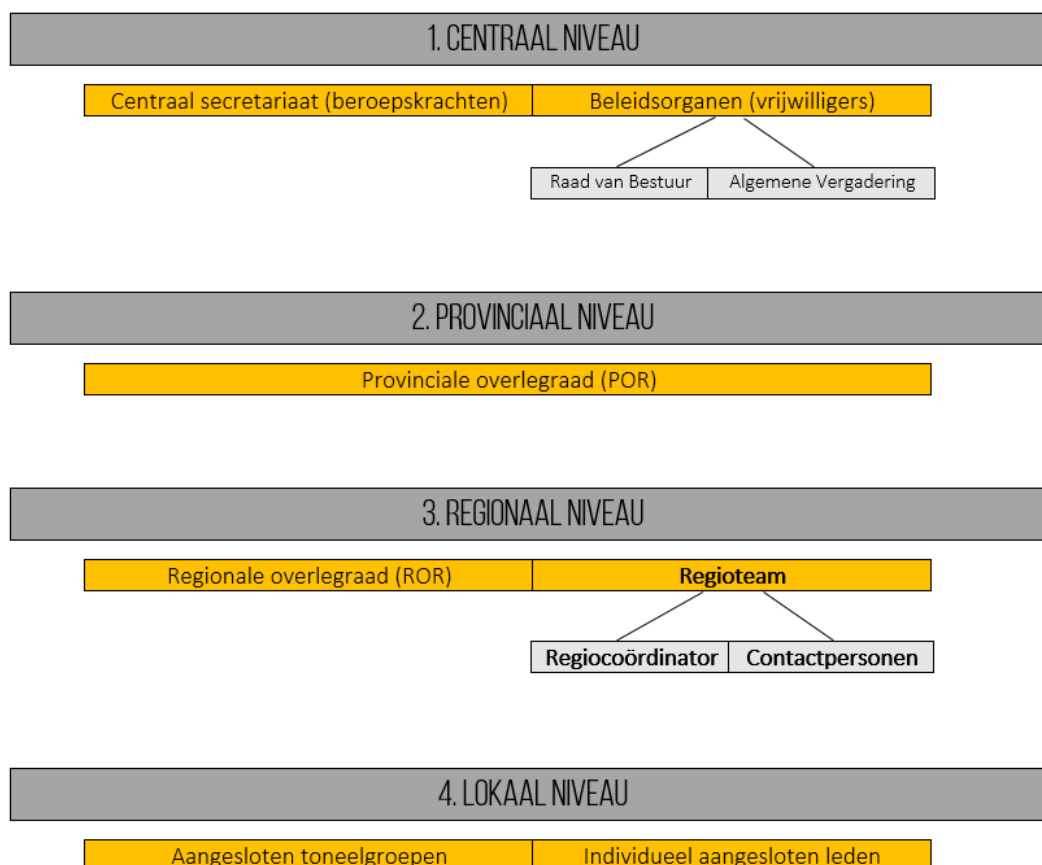
In onze literatuurstudie onderzoeken we eerst de werking van OPENDOEK, geven we wat algemene informatie over vrijwilligers en bekijken we bepaalde gesprekstechnieken van dichterbij. Daarna geven we meer informatie over ons onderzoeksopzet. We bekijken de onderzoeksvragen, zetten uiteen welke methodologie we gebruikt hebben en beschrijven kort de participanten. Vervolgens zoomen we in op de bevindingen van ons onderzoek en de aanbevelingen die daaruit voortvloeien. Deze zijn gebaseerd op het eerder beschreven literatuuronderzoek.

2 LITERATUUR

2.1 OPENDOEK

OPENDOEK wil als koepelorganisatie het beoefenen en beleven van amateurtheater waarderen, faciliteren en verder ontwikkelen zodat mensen zich sociaal en artistiek kunnen ontplooiën. Sinds 1 januari 2001 is OPENDOEK erkend door de Vlaamse Gemeenschap als enige disciplinaire organisatie voor amateurtheater en wordt sindsdien structureel gesubsidieerd (OPENDOEK, n.d.a).

Vandaag (d.d. 1 mei 2015) is OPENDOEK, met meer dan 28.000 aangesloten leden en 1002 aangesloten theatergroepen, één van de grootste amateurkunstenorganisaties in Vlaanderen. Ze ondersteunt de toneelverenigingen op verschillende manieren. Zo organiseert de organisatie wedstrijden en festivals, heeft ze een uitgebreid cursusaanbod, biedt ze artistieke en organisatorische coaching aan, geeft ze toegang tot de theaterbibliotheek, woont een afgevaardigde theatervoorstellingen bij en nog veel meer (OPENDOEK, 2014a).



Figuur 1. Structuur van OPENDOEK vzw. Aangepast overgenomen uit e-mailbericht (Soenens, persoonlijke mededeling, 2015, 17 mei).

De structuur van de organisatie is schematisch weergegeven in figuur 1 en is onderverdeeld in vier niveaus. Op het centraal niveau vinden we de enige vaste beroepskrachten, die werkzaam zijn op het centraal secretariaat. Daarnaast vinden we op het eerste niveau de twee belangrijkste beleidsorganen, de Raad van Bestuur en de Algemene Vergadering, die voornamelijk uit vrijwilligers bestaan. Op provinciaal niveau zijn er vijf provinciale werkingen die ook uitsluitend door vrijwilligers worden uitgebouwd. Iedere provinciale werking staat onder leiding van een provinciaal secretariaat. Elk provinciaal secretariaat werkt op haar beurt nauw samen met vele andere vrijwilligers die in de 28 regio's in Vlaanderen actief de werking van OPENDOEK mee promoten en uitbouwen. Deze vrijwilligers of 'ambassadeurs' op regionaal niveau zorgen mee voor de ondersteuning van het amateurtheater.

Daarbij heeft elke regio een regioteam, bestaande uit een regiocoördinator en enkele contactpersonen. Het regioteam vergadert samen om de verschillende toneelgroepen in de regio's en hun eventuele problemen te bespreken. De frequentie van deze vergaderingen en het aantal contactpersonen verschilt van regio tot regio. Een contactpersoon is een vrijwilliger die in zijn regio in opdracht van OPENDOEK onder andere voorstellingen bijwoont. Het streefdoel is dat de 150 contactpersonen elk vijf voorstellingen per seizoen bijwonen. Op die manier heeft OPENDOEK jaarlijks rechtstreeks contact met 750 aangesloten theatergroepen op lokaal niveau. Het aantal bezoeken schommelt al enkele jaren tussen 500 en 600 (OPENDOEK, n.d.a).

Uit een bevraging bij de regioteams in 2013 en 2014 kwamen enkele aandachtspunten naar boven. De afvaardigingen van de regioteams geven bijvoorbeeld aan dat de objectiviteit wegvalt bij een vaste contactpersoon per toneelgezelschap, dat de registratie van de groepsbezoeken niet correct verloopt en dat er een vergrijzing merkbaar is binnen bepaalde regioteams. Met betrekking tot het aantal contactpersonen geven 13 regio's aan dat er voldoende contactpersonen zijn en 14 regio's stellen dat er nood is aan meer en jongere contactpersonen. Er zijn momenteel 155 contactpersonen over Vlaanderen, met een gemiddelde leeftijd van 58,5 jaar. 64 procent is mannelijk en 36 procent is vrouwelijk. Alle afgevaardigden geven wel aan dat de hoofdopdracht van de regiowerking nog steeds "direct contact onderhouden met de lokale toneelgroepen via het bijwonen van toneelvoorstellingen" is (OPENDOEK, 2013; OPENDOEK, 2014b).

Elke nieuwe contactpersoon zou normaal gezien een opleidingsvoormiddag in oktober in Antwerpen moeten volgen. Daar ontvangt hij een handleiding, waarin de meeste basisinformatie is opgenomen. Uit deze handleiding blijkt dat volgende items van belang zijn: de aanmeldingsprocedure, het contact na de voorstelling, de verslaggeving en de opvolging. We bespreken deze kort hieronder (OPENDOEK, 2014a).

Bij het aanmelden moet de contactpersoon zich voorstellen als vertegenwoordiger van OPENDOEK. Daarbij geeft hij een visitekaartje af en vraagt naar een gesprek met één of meerdere mensen van de ploeg na de voorstelling (OPENDOEK, 2014a).

Het contactmoment gaat dus door na de toneelvoorstelling en zou volgens OPENDOEK volgende drie pijlers moeten bevatten:

- Uitdrukken van waardering voor toneelstuk en -gezelschap
- Peilen naar problemen
- Ter sprake brengen van ondersteuning OPENDOEK

Daarbij moet de werking van het toneelgezelschap centraal staan en moet de contactpersoon zich geïnteresseerd opstellen. De handleiding (OPENDOEK, 2014a) vermeldt dat hij dat best doet door vragen te stellen.

De verslaggeving van het bezoek en het contact gebeurt via een digitaal formulier. Eens ingevuld, wordt het automatisch doorgestuurd naar de regiocoördinator, de provinciaal voorzitter, de secretaris, de penningmeester en het centraal secretariaat. De focus van het verslag ligt op de 'algemene indruk van de bezochte groep' en de 'bekommernissen en verzuchtingen omtrent de toneelwerking'. Eén van de voornaamste doelen van de verslagen voor OPENDOEK is om het onderscheid te maken tussen enerzijds artistieke en anderzijds sociale toneelverenigingen. Ze willen de toneelverenigingen categoriseren op deze manier omdat uit eigen onderzoek in 2009 bleek dat deze twee segmenten andere verwachtingen en behoeften hebben. Daarom willen ze hun dienstverlening en communicatie kunnen afstemmen op deze twee doelgroepen.

De opvolging, in geval van vragen of bekommernissen, gebeurt daarna door het regioteam, de provinciale secretaris en/of het centraal secretariaat. OPENDOEK benadrukt dat dit niet het enige communicatiekanaal is. Klachten en vragen kunnen ook via telefonisch of digitaal contact doorgegeven worden aan het provinciale secretariaat (OPENDOEK, 2014a).

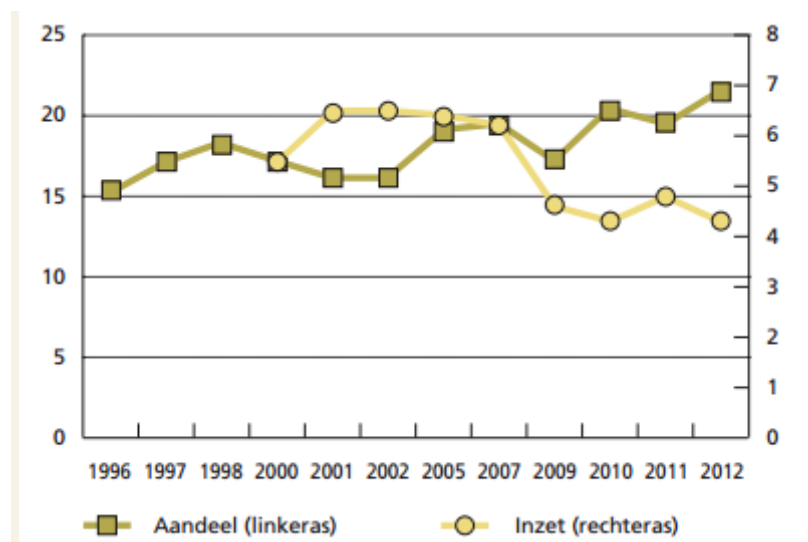
2.2 WERKEN MET VRIJWILLIGERS

Binnen OPENDOEK werken momenteel maar 13 beroepskrachten, allen op het centraal secretariaat. Daarnaast steunt de organisatie enkel op vrijwilligers, waaronder ongeveer 155 contactpersonen. Daarom is het belangrijk om enkele aandachtspunten naar voren te brengen over werken met vrijwilligers.

2.2.1 AANTAL

Uit de European Value Studies (EVS) in 2008 blijkt dat één op vijf inwoners van de EU-landen aan vrijwilligerswerk in verenigingsverband deelneemt. Met 38 procent vrijwilligers scoort Vlaanderen daarmee op het niveau van de best presterende landen binnen de Europese Unie, enkel Nederland en Luxemburg scoorden nog hoger (Vlaamse Regering, 2011).

Zoals we kunnen zien in figuur 1, daalt het percentage van vrijwilligerswerk de laatste jaren lichtjes. In 2012 zegt namelijk iets meer dan 20 procent van de volwassen Vlamingen aan vrijwilligerswerk te doen. Bij mannen, werkenden en jongeren onder de 25 jaar loopt dat percentage op tot circa een kwart van de bevolking, bij hooggeschoolden zelfs tot meer dan 30 procent. Lage scores zijn er voor laaggeschoolden en alleenstaande ouders. Terwijl het aandeel vrijwilligers de jongste jaren zeker niet daalt, constateren we wel een terugval van het gemiddeld aantal uren dat men zich voor vrijwilligerswerk inzet (Vlaamse Regering, 2013).



Figuur 1. Evolutie van het aandeel vrijwilligers in percent van de bevolking en gemiddeld aantal uren vrijwilligerswerk per week, van 1996 tot 2012. Overgenomen uit *VRIND*, 19 (I), p. 417.

2.2.2 PROFIEL

De survey 'Sociaal-culturele verschuivingen in Vlaanderen' (SCV) in 2010 brengt enkele eigenschappen van de Vlaamse vrijwilligers in kaart (Vlaamse Regering, 2011). Zo nemen mannen vaker bestuursfuncties op en zijn mensen vooral actief als vrijwilliger in de leeftijdscategorie van 45 tot 54 jaar. Enkele andere factoren die nog meespelen zijn de scholingsgraad, burgerlijke staat, godsdienst en het al dan niet hebben van kinderen. Verbazingwekkend is dat werkende mensen meer aan vrijwilligerswerk doen dan niet-werkenden. Bedienden en kaderpersoneel scoren daarbij hoger dan arbeiders (Vlaamse Regering, 2011; Carton, Gijselinck, & Hustinx, 2011; Bussell & Forbes, 2001).

Elk type van organisatie trekt ook een eigen publiek aan. Zo engageren nog steeds meer mannen zich in een sportvereniging, terwijl vrouwen meer terug te vinden zijn in een hulporganisatie. Jongeren voelen zich eerder aangetrokken tot een engagement in het jeugdwerk terwijl oudere leeftijdsgroepen zich meer vinden in ontspannings-, culturele en recreatieve organisaties (Vlaamse Regering, 2011; Carton, Gijselinck, & Hustinx, 2011).

Uit de survey komen ook nog enkele specifieke bemerkingen naar voren. Zo geeft bijvoorbeeld een derde van de respondenten aan dat ze het imago van vrijwilligerswerk oubollig vindt. Daarnaast zegt 74 procent dat vrijwilligers over het algemeen minder geneigd zijn om bestuursfuncties op te nemen en geeft ongeveer de helft aan dat vrijwilligers aan een minder sterke band te hebben met de organisatie dan vroeger het geval was (Vlaamse Regering, 2011).

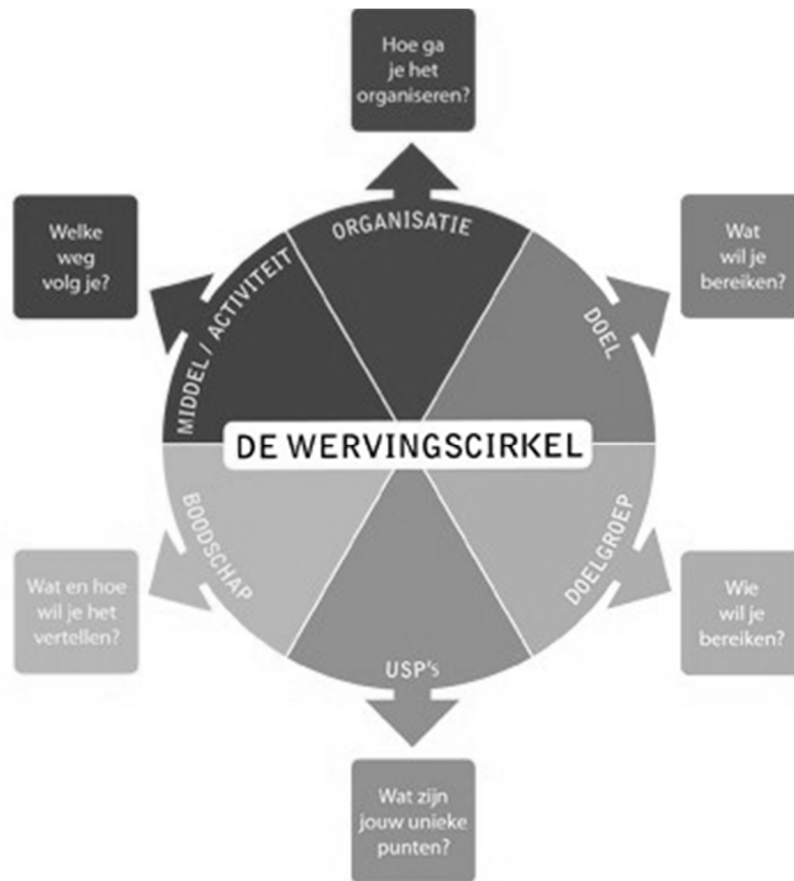
2.2.3 WERVING

Wervingsplan

Om vergrijzing en homogeniteit tegen te gaan, is het belangrijk om een degelijk wervingsplan op te stellen. Onderzoek van Hager en Brudney (2011) toont aan dat je best maar één of twee wervingsmethode(s) hanteert. Op die manier focus je op dezelfde dingen binnen de organisatie en vermijd je verwarring. Je moet dus bekijken welke methodes geschikt zijn voor de organisatie en de specifieke doelgroepen. Om tot zo'n goed wervingsplan te komen, doorloop je best een 'wervingscirkel' zoals in figuur 2 (De Gast, Hetem, & Wilbrink, 2009).

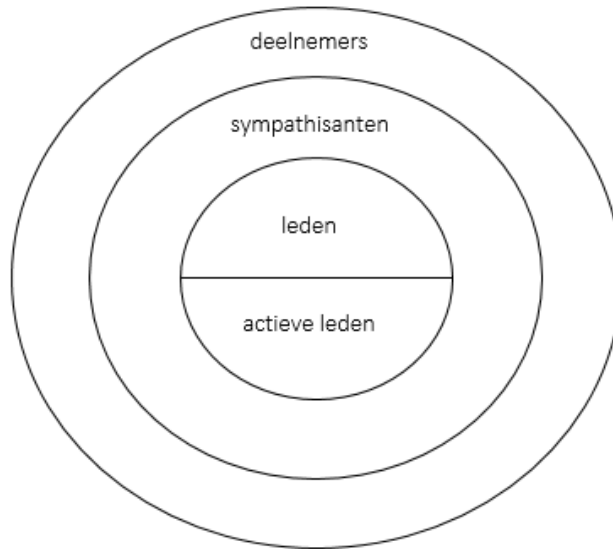
Een wervingscirkel is een instrument dat je kan helpen om planmatig vrijwilligers te werven en bestaat uit zes stappen. In de eerste plaats moet de organisatie het doel bepalen, dat is wat ze werkelijk willen bereiken met de wervingsactie. Daarna kan ze de doelgroep bepalen en de unieke punten bekijken. Waarom zou iemand graag bij jouw organisatie vrijwilliger willen worden? De volgende stap bestaat eruit om een boodschap te bepalen. Daarin vermeldt de organisatie best dat ze vrijwilligers zoekt, maar brengt ze ook een sfeer over. Essentieel is daarbij om de bril van de vrijwilliger op te zetten en te

bekijken waarmee je hem kan aanspreken. Daarna moet je het geschikte kanaal uitkiezen dat past bij de eerder gekozen doelgroep. Om deze wervingscirkel af te sluiten is het belangrijk dat je alles daarna goed organiseert. Zo is het bijvoorbeeld een goed idee om een draaiboek te voorzien van de actie (De Gast, Hetem, & Wilbrink, 2009).



Figuur 2. De wervingscirkel. Overgenomen uit *Basisboek Vrijwilligersmanagement* door De Gast, Hetem, & Wilbrink, 2009, p. 154.

Een belangrijke opmerking bij het selecteren van de doelgroep is dat organisaties zich vaak enkel richten op de gekende doelgroepen en kringen. Ze vergeten dus al gauw dat deze doelgroepen reeds aanwezig kunnen zijn in hun dichte omgeving en uitgebreider kunnen zijn dan initieel gedacht. Daarom ontwikkelde MOVISIE een participatiemodel. Dat model verdeelt de achterban van een organisatie in verschillende groepen die variëren op het vlak van betrokkenheid. De sympathisanten vormen daarbij een interessante doelgroep, omdat ze geen lid zijn maar toch betrokken zijn bij de organisatie op de ene of andere manier. Vanuit die betrokkenheid zijn ze gemakkelijker bereid om als vrijwilliger te fungeren binnen de organisatie (De Gast, Hetem, & Wilbrink, 2009).



Figuur 3. Participatiemodel. Overgenomen uit *Basisboek Vrijwilligers-management* door De Gast, Hetem, & Wilbrink, 2009, p. 160.

Experimenteel onderzoek van Boezeman en Ellemers (2008) toont aan dat het interessant is om niet-vrijwilligers informatie te geven over je organisatie om zo hun aandacht en interesse te wekken. Daardoor creëer je een aanzienlijk grotere kans om hen te werven als vrijwilligers. Deze informatieverbreiding gebeurt het best zowel via de daarvoor de meest geschikte kanalen, maar ook via andere vrijwilligers die reeds actief zijn binnen de organisatie (Heinsius & Ehrich, 1998, p. 89-91; Socius, n.d.c; Hager & Brudney, 2011;).

Vergrijzing

De Studiedienst van de Vlaamse Regering (SVR) voerde in 2011 een web-enquête uit bij Vlaamse vrijwilligersorganisaties in samenwerking met het Steunpunt Vrijwilligerswerk. Deze leverde 1045 reacties op, waarvan ongeveer 60 procent bruikbaar. In deze bevraging gaf bijna drie vierde van de respondenten aan dat ze het steeds moeilijker hebben om jongeren aan te trekken. Ze stellen vast dat er een vergrijzing aan de gang is, die samen met deze moeizame werving van jongeren een bedreiging vormt voor het voortbestaan van de verenigingen (Vlaamse Regering, 2011).

Om specifiek jongeren op te sporen, kan de organisatie gebruik maken van vier andere aanwezige kringen: eigen leden, scholen, andere verenigingen en jonge gezinnen. Daarna is het de bedoeling om je boodschap over te brengen via de juiste communicatiekanalen aan deze doelgroep. Voor jongeren zijn die kanalen best snel, direct en digitaal, zoals sociale media en email. Daarnaast werkt de persoonlijke benadering, meestal door ze mondeling aan te spreken, in het algemeen het beste (Heinsius & Ehrich, 1998, p. 89-91; Socius, n.d.c; Hager & Brudney, 2011; Okun & Eisenberg, 1992). Dat

vinden we ook terug in een studie van Wymer (1997) in de Verenigde Staten. Daaruit blijkt dat mensen zelfs vier keer meer geneigd zijn om vrijwilligerswerk op te nemen als ze persoonlijk gevraagd worden. Hij stelde ook vast dat dit percentage zelfs nog aanzienlijk verhoogt als het om een vriend of familielid gaat die deze vraag stelt.

Om jongeren te werven (en te binden) is het tevens belangrijk om voldoende sociale contacten aan te bieden, de vergadercultuur aan te passen, een waardercultuur te hebben of op te richten, om jongeren meer inspraak te bieden en om ze een zekere *return on engagement* (ROE) te bieden. Deze *return on engagement* geeft antwoord op de vraag “What is in it for me?” en is een heel belangrijk aspect dat tevens zeer divers kan zijn. Zo kan je bijvoorbeeld eigen capaciteiten gebruiken voor een nieuw doel, nieuwe vaardigheden ontwikkelen, leren samenwerken met andere mensen, enzovoort. (Vlaamse Zwemfederatie vzw, n.d.).

Diversiteit

De vergrijzing is dus merkbaar in veel vrijwilligersorganisaties, maar in hoeverre heeft dat een invloed? Onderzoek van Kearney, Gebert en Voelpel (2009) toont aan dat verschillende leeftijden en opleidingsniveaus binnen een team wel degelijk een positieve invloed hebben op het verwerken van informatie, het groepsgevoel en zo ook op het uiteindelijke resultaat. Diversiteit van gender, leeftijd en nationaliteit geeft een grotere variëteit in kennis, ervaring en perspectieven op gebeurtenissen. De eventuele negatieve effecten veroorzaakt door demografische diversiteit, zoals leeftijd en geslacht, verminderen daarnaast op termijn (Harrison, Price, Gavin, & Florey, 2002). Daarnaast wordt de cognitieve diversiteit gemakkelijker positief ervaren bij complexe en niet-geroutineerde taken (Pelled, Eisenhardt, & Xin, 1999).

2.2.4 ONDERSTEUNING

Afspraken, taken en inspraak

Onderzoek van Hambach en Vanleene (2007) toont aan dat de meeste Vlaamse organisaties afspraken maken met hun vrijwilligers om ze beter te kunnen ondersteunen. De meeste afspraken gaan dan over taakuitvoering (90 procent), verzekeringen (89 procent), contactpersoon (81 procent), kostenvergoedingen (76 procent) en na te leven regels (76 procent). Dat zijn vooral praktische regelingen, waaruit we kunnen besluiten dat de kwalitatieve dimensie (begeleiding, vorming, opvolging) veel minder aan bod komt (Hambach & Vanleene, 2007).

Vrijwilligers hebben nood aan een duidelijke taakomschrijving. Dat is niet enkel van belang voor de vrijwilligers, maar ook voor het management van de organisatie. Zo kan het immers gericht op zoek gaan naar personen die geschikt zijn om te werken binnen hun vrijwilligersorganisatie. Deze grondige

omschrijving van de taken dwingt het management tevens om na te denken over de meest efficiënte invulling ervan, wat zowel het management als de vrijwilligers alleen maar ten goede kan komen. De vrijwilligers moeten het gevoel hebben dat wat ze doen voor de organisatie nuttig is en dat het een bijdrage levert aan de gehele werking. Het management moet niet terugdeinzen om vrijwilligers moeilijke taken te geven want, zoals eerder vermeld, zijn vrijwilligers meer gemotiveerd als ze een uitdagende job opgelegd krijgen. Onderzoek heeft aangetoond dat in vele gevallen geldt dat, hoe meer je van je medewerkers verwacht, hoe beter ze zullen presteren (Geber, 1991).

Naast afspraken maken is het ook belangrijk dat vrijwilligers tot op zekere hoogte inspraak krijgen in de organisatie. Dat kan consequent gebeuren, maar ook facultatief door bijvoorbeeld individuele suggesties van vrijwilligers. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat 82 procent van de organisaties inspraak geeft aan hun vrijwilligers in de uitvoering van de taken en dat 49 procent deze inspraak structureel heeft ingebouwd. We kunnen daaruit besluiten dat vrijwilligers vrij veel te zeggen hebben in organisaties of dat ze toch zeker de kans daartoe krijgen (Hambach & Vanleene, 2007).

Goede informatie en communicatie

Daarnaast is het belangrijk om de vrijwilligers te voorzien van goede informatie en communicatie over het reilen en zeilen van de organisatie. Aan de ene kant willen vrijwilligers deze informatie om duidelijkheid te hebben over de visie van de vereniging en over wat hen te doen staat. Aan de andere kant kan de organisatie hiermee misverstanden vermijden en alle koppen in dezelfde richting zetten. Enkele manieren om dat te bereiken zijn onder andere nieuwsbrieven specifiek voor de vrijwilligers, infodagen of een aparte rubriek op de website (Hambach & Vanleene, 2007; Hager & Brudney, 2011; Geber, 1991).

Persoonlijke ontwikkeling

Vorming, coaching en begeleiding zijn ook zeer belangrijke instrumenten in het vrijwilligers- en ondersteuningsbeleid. Het zorgt er namelijk voor dat de vrijwilligers ervaring kunnen opdoen en daarbij specifieke vaardigheden ontwikkelen die ze eventueel ook kunnen gebruiken binnen hun werklevens. Dat is vooral van belang bij jongeren (Geber, 1991).

In 2007 organiseerde iets meer dan één op tien organisaties meerdaagse vormingscursussen. Voor workshops stijgt dat tot 36 procent van de organisaties. Daarbij zegt 50 procent deze vormingen gratis aan te bieden. Coaching is een individuelere begeleiding, waarbij veel organisaties (50 procent) gebruik maken van een contactpersoon die een aanspreekpunt is voor alle vrijwilligers. Eén derde heeft een uitgewerkt vrijwilligersbeleid en minstens één persoon die zich uitsluitend met vrijwilligers bezighoudt

(Hambach & Vanleene, 2007). Al deze maatregelen zorgen er mee voor dat mensen graag aan vrijwilligerswerk doen.

Sommige vrijwilligers zien deze trainingen, vormingen en coaching effectief als een kans om eigen vaardigheden te ontwikkelen. Bij deze mensen is het belangrijk om een evaluatiegesprek in te plannen. Er wordt aangeraden om ongeveer twee tot vier keer op een jaar samen te zitten, afhankelijk van het soort vrijwilligerswerk, om alles te bespreken of om eventuele vormingen te voorzien. Het is ook raadzaam om van deze gesprekken een dossier bij te houden (Geber, 1991).

2.2.5 MOTIVATIE EN RETENTIE

We merken dat vrijwilligers zich vaker voor een korte periode engageren dan voor een lange termijn. Ze kijken daarbij meer en meer naar wat het voor hen zal opleveren, waarbij de persoonlijke interesses belangrijker zijn dan het sociale aspect. 86 procent van de respondenten is het immers eens met de volgende stelling: "Vrijwilligers willen aan hun inzet voor anderen ook zelf wat hebben". Op die manier neigen de vrijwilligers steeds meer naar een individualistische deelname aan het verenigingsleven en kunnen we stellen dat een zekere *return on engagement* nodig is voor de vrijwilliger zelf. Daarbij moeten de vrijwilligers in staat gesteld worden om hun reeds opgedane specifieke vaardigheden en expertise aan te wenden. Ze kunnen deze namelijk onder andere gebruiken om aan werk te geraken, te promoveren in hun huidige job of om academische credits te behalen (Unger, 1991; Johnson-Coffey, 1997; Rieken, Babakus, & Yavas, 1994). Vrijwilligerswerk zorgt er tevens voor dat mensen zelfvertrouwen opbouwen en dat ze over het algemeen beter klaargestoomd zijn voor de werkvloer (Bussel & Forbes, 2001).

De Gezinsbond voerde in 2010 en 2011 een campagne waarbij ze aantoonde wat zij voor de medewerkers konden betekenen. Ze ondervroegen eerst de motivatie bij de huidige vrijwilligers en gebruikten dat als basis om nieuwe vrijwilligers aan te spreken. Daarbij stond steeds centraal wat de Gezinsbond kon betekenen voor de vrijwilliger en hoe die op hun beurt dan een steentje konden bijdragen in de vereniging (Socius, n.d.a; Vlaamse Regering, 2011).

Vrijwilligers bieden hun diensten vrijwillig aan voor één van de drie volgende redenen. Een eerste groep wilt iets teruggeven aan de maatschappij door mensen te helpen, anderen willen dan weer nieuwe sociale contacten leggen en sommigen doen vrijwilligerswerk omdat ze denken dat ze daardoor sneller een machtspositie kunnen bereiken dan op hun eigen werk of binnen andere organisaties. Als aan geen van voorgaande redenen voldaan is dan zal de vrijwilliger waarschijnlijk bij een andere vrijwilligersorganisatie aan de slag gaan of het vrijwilligerswerk volledig stopzetten. Voor veel vrijwilligers is het belangrijk dat ze vrijwilligerswerk kunnen doen, maar waar ze dit precies doen is in

vele gevallen minder belangrijk. Om ervoor te zorgen dat vrijwilligers langere tijd actief blijven, moet de organisatie de personen in kwestie uitdagen bij de invulling van hun taken. Als je de vrijwilligers geen interessante en of uitdagende job biedt dan is er een grote kans dat ze hun taak niet of slechts deels zullen uitvoeren. Ze zullen niet gemotiveerd zijn om bij deze organisatie te blijven werken (Bussel & Forbes, 2001; Geber, 1991).

Om ervoor te zorgen dat de motivatie van de vrijwilligers hoog blijft moet het management van de organisatie of het bedrijf aandacht hebben voor *value management* of waarde management. Daarbij ligt de focus op wat de waarde is voor de vrijwilligers zelf bij het uitoefenen van het vrijwilligerswerk. Het management moet ook hun waardering uitdrukken voor wat deze personen doen voor de organisatie. Ze erkennen daarbij het werk van de vrijwilligers, voorzien een goede begeleiding en geven hen de kans om zich verder te bekwamen in specifieke domeinen. Daarnaast is het ook belangrijk dat niet enkel de vrijwilligers training krijgen maar ook de medewerkers binnen de organisatie die met de vrijwilligers moeten omgaan. Als zij geen 'waarde management' hanteren, hun waardering niet goed uitdrukken of niet kunnen voorzien in de juiste ondersteuning, is dat ook nefast voor de vrijwilligerswerking. Daardoor zullen de vrijwilligers zich niet langer voor deze specifieke organisatie willen inzetten en zullen ze een lagere motivatie hebben (Geber 1991; Hager & Brudney, 2011).

2.3 GESPREKSTECHNIKEN

Taal is het meest gebruikte menselijke communicatiemiddel. We gebruiken het dagelijks en goede gesprekstechnieken zijn daarbij onontbeerlijk, zowel in professionele als niet-professionele contexten. De contactpersonen bij OPENDOEK worden verondersteld om 'goede' gesprekken te voeren met enkele personen van het toneelgezelschap na hun voorstelling. Maar wat verstaan we onder een 'goed gesprek' en welke elementen spelen daarin een rol?

Volgens Prins (1994) kunnen we professionele gesprekken onderverdelen in drie soorten, op basis van het doel: gedragsveranderende, educatieve en informatieve gespreksvormen. Informatieve gespreksvormen hebben tot doel om informatie te verzamelen, zowel door deze informatie te vragen als te geven. Bij gedragsveranderende gespreksvormen wil de gespreksvoerder iets bereiken bij de ander. Als je eerder wilt uitnodigen tot verandering, waarbij de ontvanger iets kan bijleren, dan gaat het om een educatieve gespreksvorm. In de praktijk zijn er natuurlijk veel mengvormen aanwezig, maar het is belangrijk om je doel voor ogen te houden en daarbij kan deze ordening helpen.

Voor het voeren van deze (professionele) gesprekken bestaan geen vaste leidraden, maar om een gesprek goed op gang te houden zijn wel bepaalde gespreksvaardigheden nodig. Deze gespreksvaardigheden zorgen ervoor dat een gesprek verloopt zonder haperingen en dat beide partijen zich er goed bij voelen. Het is dan wel belangrijk dat alle personen die zich in het gesprek bevinden deze gesprekstechnieken bezitten. Zowel non-verbale als verbale communicatie speelt een grote rol bij het voeren van een gesprek. Daarom bespreken we ze allebei hieronder (Prins, 1994).

2.3.1 NON-VERBAAL

We hebben als mensen zo veel manieren om dingen te zeggen zonder dat we ook maar één woord uitspreken. Deze non-verbale communicatie wordt ook wel eens analoge taal genoemd. Ze omvat gebaren, mimiek, stemvolume, spreeknelheid, stemkleur, afstand en lichaamstaal. Wanneer je spreekt is het van belang dat je lichaamstaal je gesproken taal ondersteunt en consequent blijft. Alleen zo kom je geloofwaardig over. Het is namelijk veel moeilijker om je lichaamstaal te controleren dan datgene wat je effectief verwoordt, waardoor mensen sneller op je non-verbale communicatie vertrouwen (Best & Boertien, 1990, p. 59; Miller & Rollnick, 2008; Wiertzema & Jansen, 2005, p. 12-13).

In een goed gesprek luister je actief en drukt je houding op zich best acceptatie en interesse uit. Als je actief luistert, dan hoor je niet enkel wat de ander zegt maar probeer je jezelf ook in te leven in zijn situatie. Het bevordert de effectieve communicatie en vergroot de kans dat een boodschap goed overkomt. Je kan daarvoor gebruik maken van allerlei non-verbale signalen. Oogcontact, knikken,

toegankelijke gezichtsuitdrukking, hummen, instemmende gebaren en geluidjes,... Ze dragen allemaal bij tot een actieve luisterhouding.

Volgens Wiertzema en Jansen (2005, p. 35-41) is er een groot verschil tussen een open houding en een gesloten houding. Bij een open houding zijn de ledematen uit elkaar en symmetrisch, terwijl deze bij een gesloten houding wel over elkaar geslagen zijn en vaak asymmetrisch gehouden worden. Mensen die zich niet op hun gemak voelen zullen vaker een gesloten houding aannemen, waardoor een open houding positiever beoordeeld wordt in de ogen van een gesprekspartner. Best en Boertien (1990, p. 20-22) stellen dat een ontspannen voorovergebogen houding en oogcontact met de gesprekspartner aangeven dat je geïnteresseerd bent. Zij noemen die houding de 'koetsierhouding', omdat het lijkt alsof je als koetsier de teugels van het gesprek in handen hebt. Iemand aankijken of goed oogcontact maken betekent daarnaast dat je aandacht hebt, maar iemand strak aankijken werkt dan weer ontmoedigend en komt agressief over.

Daarnaast zijn stiltes in een gesprek van zeer grote waarde. Het is vaak niet nodig dat je reageert, want in 90 procent van de gevallen zal zelfs de gesprekspartner spontaan verder gaan met de uitdieping van het onderwerp. De eerste wet van Vrolijk (1991) stelt zelfs dat bij een stilte de gesprekspartner opnieuw zal beginnen praten binnen de tien seconden. Belangrijk is wel om hierbij de gesprekspartner vaag, vriendelijk en verwachtingsvol aan te kijken (Vrolijk, 1991, p. 59-60).

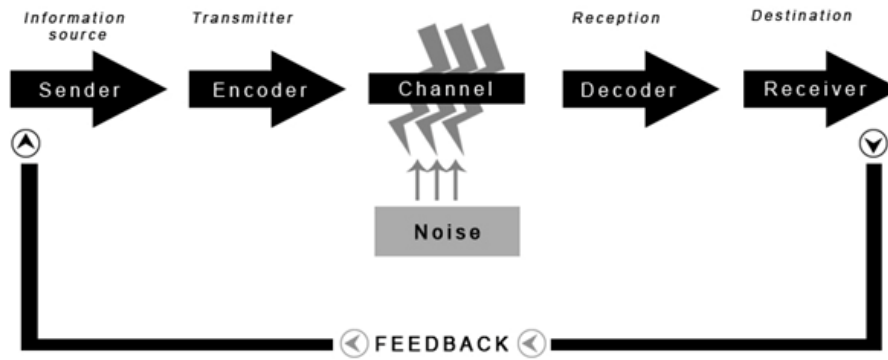
De verschillende fasen van een gesprek vragen ook om een verschillende non-verbale houding. Zo moet het aan het begin duidelijk zijn dat je graag wilt praten en daarom neem je best een open houding aan waarbij je af en toe even knikt. In plaats van te knikken kan je ook hummen of instemmende geluiden maken. Deze tussenvoegsels kunnen de verbale output van de gesprekspartner namelijk tot 30 procent verhogen. Let wel op met de timing ervan, want als je deze te vroeg gebruikt in het gesprek treedt het verschijnsel van *preacks* op. Dat zijn te vroeg geuite tussenvoegsels waarmee je aangeeft dat je het al begrepen hebt alvorens de gesprekspartner het heeft uitgesproken (Vrolijk, 1991, p. 55). De toon van het gesprek wordt bepaald door de eerste seconden van de ontmoeting, want de eerste indruk is heel belangrijk. In latere stadia van het gesprek let je best goed op de houding van de gesprekspartner. Vaak is het goed om zijn houding te kopiëren, want wetenschappelijk onderzoek heeft immers aangetoond dat 'pacing' of 'volgen' nuttig en bevorderend is voor het wederzijds begrip tijdens het gesprek. Meestal gebeurt dat proces onbewust, maar als je er bewust gebruik van wilt maken dan is het wel belangrijk om enkele basisregels in acht te nemen. Zo overdrijf je best niet en kopieer je zeker geen uitgesproken of excentrieke handelingen van de gesprekspartner. Daarnaast is het goed om de houding van de ander slechts deels over te nemen en de juiste timing te kiezen. Daarbij maak je best gebruik van een lichte vertraging bij het kopiëren zodat het niet al te veel opvalt. (Adler, 2002; Best & Boertien, 1990, p. 63-64).

2.3.2 VERBAAL

Door wat je zelf zegt tijdens het gesprek, kan je aan je gesprekspartner laten merken dat je luistert. Daarnaast kan je ook om verduidelijking vragen waar nodig door vragen te stellen. Zowel open als gesloten vragen spelen daarbij een grote rol. Bij open vragen geef je je gesprekspartner veel ruimte om te verduidelijken en uit te weiden. Het gevaar is dan wel dat hij te ver afdwaalt. Met een gesloten vraag liggen de antwoordmogelijkheden vast. Daarmee kan je specifieke informatie van je gesprekspartner verkrijgen en kan je nagaan of je de ander goed begrepen hebt. Het gevaar van dat soort vragen is dat je je gesprekspartner antwoorden in de mond legt. Een mogelijk gevolg daarvan is dat de gesprekspartner zich vaak onbegrepen voelt (Best & Boertien, 1990, p. 20-22).

Daarnaast kan je ook het meeste informatie verzamelen als je doorvraagt, door het stellen van verdere vragen, en wanneer je parafraseert tijdens het gesprek. Doorvragen is makkelijker naarmate je open vragen verkiest, omdat je dan meer informatie hebt waarop je kan doorgaan. Door gebruik te maken van deze technieken ben je zeker dat je de ander goed begrepen hebt (Best & Boertien, 1990, p. 20-22).

Terwijl je luistert, ben je ook voortdurend aan het interpreteren: je probeert de informatie van je gesprekspartner te ordenen, je probeert samenhang te ontdekken tussen bepaalde gegevens en je zoekt naar verklaringen voor bepaalde uitspraken. In een gesprek kun je dit middel soms expliciet inzetten om de gesprekspartner te dwingen zich nader uit te drukken of om tot nieuwe inzichten te komen. Dat kan je doen door samen te vatten. Miller en Rollnick (2008) onderscheiden drie vormen van samenvattingen: verzamelend, koppeland en overgankelijk. De verzamelende samenvatting vat wat gezegd is samen in een aantal zinnen en moedigt de ander aan om verder te gaan met vragen zoals: "En verder?". De koppelande samenvatting verbindt dat wat iemand gezegd heeft met iets wat hij eerder al vermeldde. Dit is vooral handig om tegenstrijdige uitingen aan te kaarten. De overgankelijke samenvatting geeft een richting aan, vooral bij het einde van een gesprek. Daarmee kan je alles samenvatten en benadrukken wat er meegenomen wordt (Best & Boertien, 1990, p. 20-22; Miller & Rollnick, 2008; Wiertzema & Jansen, 2005, p. 97-103).



SHANNON-WEAVER'S MODEL OF COMMUNICATION

Figuur 4. Communicatiemodel van Shannon-Weaver. Aangepast van *The mathematical theory of communication* door Shannon & Weaver, 1963, p 3.

Niet alle gesprekken verlopen feilloos of verlopen anders dan dat de zender het had voorzien. Soms is er sprake van *noise* of 'ruis' in de communicatie. Deze ruis kan intern en extern voorkomen. Het gaat dan om factoren die ervoor zorgen dat de boodschap niet, verkeerd of slechts gedeeltelijk tot bij de ontvanger komt. Om dat te illustreren gebruiken we het communicatiemodel van Shannon-Weaver (1963). Het werd oorspronkelijk gebruikt in de wiskunde, maar raakte later bekend in veel andere sociaalwetenschappelijke domeinen zoals onderwijs, psychologie, sociologie en communicatie. Het staat nu bekend als 'de moeder van alle modellen' en illustreert hoe *noise* een impact heeft op het communicatieproces (Hollnagel & Woods, 2005).

3 ONDERZOEKSOPZET

3.1 ONDERZOEKSVRAGEN

De centrale onderzoeksvraag is als volgt: “Hoe kan OPENDOEK de communicatie tussen contactpersonen en toneelverenigingen verbeteren zodat de vrijwilligerswerking overeenstemt met de missie en visie van OPENDOEK?”

Deze centrale vraag kan opgedeeld worden in volgende deelvragen:

- * Hoe verloopt het contactmoment tussen de toneelverenigingen en de contactpersonen en welke variabelen hebben daar een invloed op?
- * Welke problemen ervaren de contactpersonen bij dat contactmoment? Hoe kunnen deze verholpen worden?
- * Wat is de relevantie van de groepsbezoeken met het oog op het realiseren van een direct contact met OPENDOEK? Is het bijwonen van een voorstelling het ideale kanaal?
- * Wat is het profiel van de doorsnee contactpersoon bij OPENDOEK en welke conclusies vloeien daaruit voort?
- * Op welke manier kan OPENDOEK de contactpersonen begeleiden?

3.2 METHODOLOGIE

Aangezien OPENDOEK zelf het meest geïnteresseerd is in het effectieve contactmoment tussen de contactpersonen en de theatergezelschappen op regionaal niveau, besloten we dat niet-participerend observeren daarvoor de beste methode was. We konden zo een insider-view verwerven (Bryman, 2012, p. 273; Wester, 1987, p. 82).

3.2.1 OBSERVATIES

Door te observeren konden we nagaan waar er eventuele knelpunten waren in de interactie tussen de contactpersoon en het theatergezelschap (Berendsen, 2008). We deden dat in de natuurlijke setting van de participanten om zo de sociale betekenis en de interpretaties van de participanten zelf te achterhalen (Gray, 2009).

Observeren heeft verschillende voordelen, net daar waar interviewen vaak te kort schiet. In vergelijking met interviews en vragenlijsten geven gestructureerde observaties nauwkeurigere informatie over bepaalde gebeurtenissen en hebben ze een grotere precisie op vlak van tijd en ordening van de verschillende variabelen (Bryman, 2012, p. 279). Het biedt de mogelijkheid om bepaald gedrag of specifieke groepspatronen (waar de respondent zich niet of nauwelijks bewust van is) vast te stellen. Meestal weten de respondenten wel ongeveer hoe hun gedrag was, hoe lang dit duurde,... maar wanneer het over onbewust gedrag gaat, is dat al veel moeilijker om te weten. We observeerden feitelijk gedrag en we zagen precies wat er gebeurde. Daarnaast is het ook een voordeel dat we geen beroep deden op het geheugen of de mening van de respondenten (Baarda & Bakker & Van Der Hulst & Julsing & Fischer & Van Vianen, & De Goede, 2012; Berendsen, 2008; Bryman, 2012).

De contactpersonen waren ervan op de hoogte dat we hen observeerden aangezien we met hen afspraken bij aankomst en we hen vanaf dan constant volgden. Zo waren we als onderzoeker aanwezig vanaf het eerste contactmoment tussen de contactpersoon en het theatergezelschap. In de mail (zie bijlage 8.1 en 8.2) die we hebben verstuurd naar de vrijwilligers benadrukten we dat het niet om een evaluatie ging van de persoon in kwestie, maar wel dat we wilden kijken hoe de vrijwilligerswerking bij OPENDOEK in elkaar zit. Bij de kennismaking met de contactpersonen benadrukten we opnieuw dat ze zich moesten gedragen zoals ze dat anders doen. Daardoor hoopten we *het guinea pig effect* te vermijden, waarbij de participanten zich heel voorbeeldig gaan voordoen om een positieve indruk na te laten bij de onderzoeker terwijl ze zich normaal anders gedragen (Baarda & Bakker & Van Der Hulst & Julsing & Fischer & Van Vianen, & De Goede, 2012; Bryman, 2012, p. 281).

Aangezien ondubbelzinnige toestemming van de geobserveerde vereist was, moesten de participanten een infofiche (zie bijlage 8.3) invullen die ze eveneens moesten ondertekenen. Daarin vroegen we enkele persoonlijke gegevens en benadrukten we de vertrouwelijke verwerking. Door dat document te ondertekenen, gaven ze ons de toestemming om de contactpersonen te observeren (Baarda & Bakker & Van Der Hulst & Julsing & Fischer & Van Vianen, & De Goede, 2012).

Het gedrag van de contactpersonen werd geobserveerd met behulp van een vooraf opgestelde observatiefiche (zie bijlage 8.4), waardoor het onderzoek getypeerd kan worden als een systematische of gestructureerde observatie. In deze fiche staan vooraf geformuleerde omschrijvingen van de variabelen waarop de observator moest letten tijdens de observatie. De fiche die in dit onderzoek gebruikt werd, gaat over zowel het gedrag van de contactpersoon bij aanmelding en tijdens de pauze als over het verloop van het gesprek na de voorstelling. Door gebruik te maken van een gestructureerde observatie was het nadien gemakkelijker om de verschillende resultaten met elkaar te vergelijken, konden we ons focussen op specifiek gedrag en hanteerden beide onderzoekers dezelfde methode en invulling van de begrippen (Bryman, 2012, p. 272).

Ondanks de vele voordelen van gestructureerd observeren is ook deze methode niet vrij van kritiek. Er worden veel vragen gesteld rond de validiteit en generaliseerbaarheid van deze methode. Bij observeren hoort ook interpreteren, waarbij de persoonlijke ervaringen van de onderzoeker een rol spelen. De betekenisvolle werkelijkheid moet in begrippen worden geobjectiveerd, wat zorgt voor een subjectief karakter van deze methode (Wester, 1987; Wester, 2003). Daarnaast is er het risico van onbruikbare of irrelevante omkadering van de aspecten die geobserveerd worden en is er gevaar voor het verzamelen van heel veel verschillende soorten data. Bryman (2012, p. 284) vermeldt nog een aantal nadelen van deze methode maar deze zijn niet van toepassing op ons onderzoek aangezien wij onze observatie hebben aangevuld met een interview en binnen onze observatie wel rekening houden met de context waarin de participanten zich bevinden.

3.2.2 INTERVIEWS

De observatiemethode combineerden we dus met aanvullende vragen in de vorm van een interview om meer facetten van de werkelijkheid te belichten (Wester, 2003). Om te bekijken waarom de contactpersonen specifiek(e) gedrag(spatronen) zouden vertonen, probeerden we tijdens of na elke observatie een reflexief moment in te lassen. Sommige contactpersonen geven spontaan uitleg bij hetgene ze deden, maar soms moesten we als onderzoeker vragen stellen om zo meer informatie te vergaren over het gedrag van de participanten. De vragen die we als onderzoekers stelden, waren afkomstig uit een vooraf opgestelde vragenlijst (zie bijlage 8.6). Al naargelang de situatie zijn enkele vragen weggelaten. Het kan zeker een voordeel bieden om de participant te ondervragen over zijn gedrag, niet lang nadat het zich heeft voorgedaan. De onderzoeker moet hier wel kritisch blijven ten opzichte van de uitleg die gegeven wordt door de contactpersoon en niet altijd alles zomaar als waar aannemen (Berendsen, 2008).

Het nadeel aan deze methode in deze specifieke situatie was dat aan de voorwaarden om een correct interview af te nemen niet altijd voldaan was. Na het toneelstuk zaten de contactpersonen namelijk meestal in een luidruchtig cafetaria. Daarnaast waren ze geregeld in het gezelschap van een partner of van andere leden van het regioteam waardoor sommige vragen niet gesteld konden worden. De antwoorden van de contactpersonen zijn dus niet opgenomen via geluidsapparatuur maar zijn wel meteen na het gesprek opgeschreven door de onderzoekers. Een ander nadeel was dat de onderzoeker ter plaatse kon doorvragen, ook al waren de vragen op voorhand duidelijk geformuleerd. Daardoor was het mogelijk dat beide onderzoekers verschillende soorten antwoorden konden noteren (Wester, 2003).

3.2.3 OBJECTIVITEIT

Het grote nadeel aan apart observeren, is dat er altijd een mogelijkheid bestaat dat de observaties anders geïnterpreteerd worden. Het was niet mogelijk om de participanten te filmen aangezien dat een te grote invloed zou hebben op het gedrag van de participanten en omdat het gesprek vaak plaatsvond in onmogelijke omstandigheden (bijvoorbeeld een luidruchtige omgeving). Dat brengt mogelijke valkuilen met zich mee want de intra-observatorbetrouwbaarheid en inter-observatorbetrouwbaarheid zijn daardoor moeilijker te controleren (Baarda & Bakker & Van Der Hulst & Julsing & Fischer & Van Vianen, & De Goede, 2012; Bryman, 2012, p. 279).

Dat losten we deels op door enkele contactpersonen meermaals te observeren (Wester, 2003, p. 11). Daarnaast gaven we elkaar na elke observatie een update over de gebeurtenissen, het observatieverslag en de context. Op de observatiefiche was bij elk onderdeel plaats voor opmerkingen waar we onze keuze van antwoord konden uitleggen zodat dit duidelijk was voor de andere onderzoeker. De categorieën die gebruikt werden op de observatiefiche zijn bijna allemaal opgesteld op zo'n manier dat ze niet voor interpretatie vatbaar zijn. De begrippen die wel nog open waren voor interpretatie, zijn op voorhand gedefinieerd (zie bijlage 8.5) zodat beide onderzoekers dezelfde invulling konden hanteren. Op deze manier konden we de objectiviteit opnieuw garanderen bij de observatie. De vragenlijst van het interview werd tevens opgesteld en gebruikt door beide onderzoekers (Bryman, 2012, p. 285).

3.2.4 REGIOKEUZE

We focusten in ons onderzoek op twee verschillende regio's: regio Antwerpen Zuidrand en regio Ieper. Daarbij nam Jasmien het regioteam Antwerpen Zuidrand onder de loep en Emmelie het regioteam Ieper. Op deze manier kregen we een goed overzicht van regioteams in twee verschillende provincies, wat heel wat extra informatie opleverde. Daarenboven was het op deze manier mogelijk om op eenzelfde avond allebei een observatie te doen, wat ervoor zorgde dat we een hoger aantal observaties konden registreren.

We merkten op dat beide regioteams een goede werking hadden omdat ze veel toneelgezelschappen binnen de regio bezochten en veel actieve contactpersonen telden. Dat is zeker niet altijd het geval. Zo heeft regio Mechelen bijvoorbeeld maar één contactpersoon, die geen groepsbezoeken doet. Daarnaast heeft één van de grootste regio's, Antwerpen Centrum, met 88 aangesloten toneelgroepen geen enkel groepsbezoek gepland in maart. De reden daarvoor is dat ze sowieso niet in staat zijn om alle 88 groepen te kunnen bezoeken, maar ook dat veel van die gezelschappen gewoonweg geen bezoek van OPENDOEK willen. Daarbij gaat het om goed gestructureerde toneelverenigingen die kwaliteit nastreven, waarbij ze volgens eigen zeggen geen nood hebben aan een 'babbel' (Soenens, persoonlijke communicatie 2015, 6 maart).

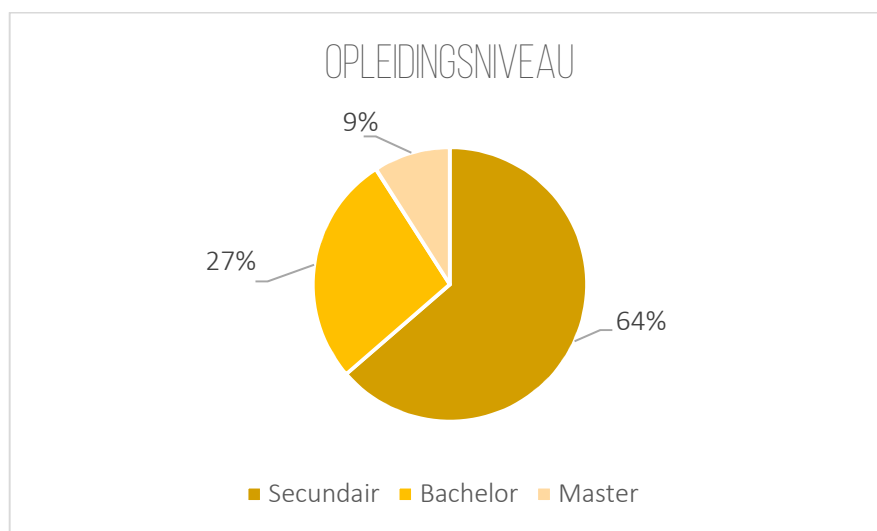
3.2.5 PARTICIPANTEN

De participanten aan ons onderzoek komen uit twee regio's: regio Antwerpen Zuidrand en regio Ieper. Het regioteam Antwerpen Zuidrand bestaat in totaal uit negen actieve leden. Daarvan deden er zes mee aan ons onderzoek, waaronder vier mannen en één vrouw. De gemiddelde leeftijd van deze participanten is 59 jaar.

Het regioteam Ieper bestaat in totaal uit zes actieve leden, waarvan er vijf deelgenomen hebben aan het onderzoek. De participanten zijn allemaal van het mannelijke geslacht en de gemiddelde leeftijd bedraagt 68 jaar.

Over de twee regio's samen is de gemiddelde leeftijd van de participanten 63 jaar. Ze zijn, op één participant na, allemaal nog actief in een theatervereniging en meestal als acteur (82 procent). Daarnaast is 55 procent actief als regisseur en/of als voorzitter. Ze zorgen soms ook mee voor het decor (45 procent) en de techniek (18 procent). Het aandeel bestuurders is redelijk hoog, want 73 procent bestuurt mee in een vereniging. Er namen twee regiocoördinatoren deel aan het onderzoek, één van elk regioteam. Vijf participanten nemen wel deel aan de maandelijkse Provinciale Overlegraad van OPENDOEK.

Zoals we kunnen zien op afbeelding 2, behaalden de meeste participanten enkel een diploma van het secundair onderwijs (64 procent). Sommigen hebben daarna nog een diploma van het hoger onderwijs behaald (27 procent) en slechts één participant behaalde een masterdiploma (9 procent).



Figuur 5. Opleidingsniveau van de participanten (N=11).

Voor de leesbaarheid van ons onderzoek gebruiken we enkel de mannelijke persoonsvorm als het over de contactpersonen gaat. Deze bepalingen gelden zonder genderonderscheid, waarbij het eveneens over een vrouw zou kunnen gaan. We hebben de participanten van ons onderzoek ook genummerd, zodat de privacy gewaarborgd werd.

3.3 OPERATIONALISERING

We kozen ervoor om ons onderzoek onder te brengen in een operationaliseringsmatrix.

kenmerk	dimensie	indicator
Gesprek	Tijdstip en locatie	Wanneer en waar gaat het gesprek door?
	Structuur	Hoe is het gesprek gestructureerd?
	Houding	Welke houding neemt de contactpersoon aan tijdens het gesprek?
	Opvolging	Hoe wordt het gesprek opgevolgd?
Verloop	Aanmelding en tickets	Op welke manier bestelt de contactpersoon de tickets en meldt hij zich aan bij aankomst?
	Pauze	Hoe gedraagt de contactpersoon zich tijdens de pauze?
Externe effecten	Aanwezigheid regioteamleden	In welke mate heeft de aanwezigheid van andere regioteamleden een effect op het gesprek?
	Gezelschap	In welke mate heeft het ander gezelschap een effect op het gesprek?

Tabel 1. Operationaliseringsmatrix.

4 BEVINDINGEN

4.1 AARD VAN HET GESPREK

Bij de geobserveerde gesprekken konden we twee soorten onderscheiden: waarderende en ondersteunende gesprekken. Deze verschillen van elkaar op verscheidene vlakken, zoals bijvoorbeeld de inhoud en tijdsduur ervan.

Inhoud

Beide soorten gesprekken begonnen met de felicitaties van de contactpersoon aan een medewerker van het toneelgezelschap. Daarmee drukten ze hun waardering uit, wat één van de pijlers is van OPENDOEK (OPENDOEK, 2014). Dat noemen we ‘waarderingsgesprekken’. Vaak stopte hier het gesprek, maar dat was niet altijd het geval. Bepaalde contactpersonen waren heel geïnteresseerd in andere activiteiten van de medewerker binnen de theaterwereld maar ook in de werking van het theatergezelschap zelf. Daardoor kwamen er vaak problemen naar boven, waarin we de tweede pijler van OPENDOEK herkenden. Als er tijdens het gesprek expliciet bevestigd werd of er problemen waren dan kwam ook de derde pijler, mogelijke ondersteuning en de middelen van OPENDOEK, ter sprake. Wat wij in ons onderzoek als ondersteunende gesprekken benoemen.

Daarnaast merkten we op dat de meeste contactpersonen actief zijn in een of meerdere toneelgezelschappen en dat de contactmomenten bij de toneelgezelschappen waar andere regioteamleden actief zijn, veel informeler verliepen. De contactpersonen vermeldden zelf dat in zo’n gevallen het bezoek een andere invulling krijgt. De contactpersoon die actief is binnen de vereniging volgt dan namelijk zelf de problemen op en zorgt zelf voor het contact met OPENDOEK. De contactpersonen voerden na de voorstelling wel gesprekken met de acteurs en medewerkers maar daarbij drukten ze enkel waardering uit.

We konden dus concluderen dat zowel de ondersteunende als de waarderende gesprekken allebei voldeden aan het waarderingsaspect. Enkel de ondersteunende gesprekken behandelden alle drie de pijlers van OPENDOEK, maar deze gesprekken kwamen zelden voor. Daarnaast heeft het feit of er binnen het bezochte theatergezelschap nog teamleden actief zijn, een grote invloed op het verloop van het gesprek. Deze factor zorgt ervoor dat het gesprek veel informeler verloopt dan de andere bezoeken.

Tijdsduur

Ondersteunende gesprekken zoals die van respondent 1 en respondent 2, duurden meestal zo’n 30 à 45 minuten. De enkele contactpersonen die wel een ondersteunend gesprek hadden met een medewerker van het toneelgezelschap, hadden daarnaast ook nog enkele kortere informele gesprekken

met de acteurs. Daarbij kwam enkel de waardering naar boven. De waarderende gesprekken varieerden van enkele minuten tot een kwartier. Daardoor was het wel mogelijk om meerdere gesprekken te hebben als contactpersoon.

4.2 TIJDSTIP & LOCATIE

Het gesprek ging altijd door in de cafetaria na de voorstelling en dus nooit tijdens de pauze of voor de opvoering. Bij één observatie was er geen gelegenheid voorzien om nadien iets te drinken waardoor er ook geen gesprek is doorgegaan. Tijdens de pauze bleven de contactpersonen meestal in de cafetaria bij het gezelschap. Ze haalden iets om te drinken maar wandelden niet rond om medewerkers op te zoeken en aan te spreken.

De meeste contactpersonen en verschillende medewerkers van de toneelgezelschappen vermeldden dat zij het moment na de voorstelling geen geschikt tijdstip vinden om zo'n gesprek te voeren. De medewerkers en acteurs willen immers vooral appreciatie horen voor het stuk waar ze wekenlang aan gewerkt hebben. Dat is volgens hen niet het moment om na te gaan of er problemen zijn. Zelfs als er problemen zijn dan vragen ze om die op een ander tijdstip te bespreken.

Daaruit konden we besluiten dat de bezoeken van de contactpersonen geapprecieerd worden omwille van het waarderingsaspect, maar dat het effectieve en inhoudelijke gesprek op een ander tijdstip moet plaatsvinden.

4.3 HOUDING

Als we keken naar de invulling van een open houding volgens Best en Boertien (1999, p. 59) en Wiertzema en Jansen (2005, p. 35-41) dan konden we concluderen dat de contactpersonen over het algemeen redelijk open waren. Ze drukten appreciatie en interesse uit door gebruik te maken van specifieke non-verbale en verbale uitingen zoals oogcontact, asymmetrische ledematen en het stellen van vragen.

Contactpersonen die over het algemeen een open houding uitstraalden, gedroegen zich bij elk bezoek hetzelfde. In de regio Ieper heerste er meestal een heel vriendelijke en amusante sfeer. De contactpersonen spraken er een groot aantal mensen aan, stelden veel vragen en hadden voldoende oogcontact. Eén contactpersoon binnen het regioteam van Ieper sprak niet altijd zelf actief mensen aan, maar wachtte tot de medewerkers van het toneelgezelschap hem aanspraken. Hij hanteerde deze aanpak omdat hij zelf heel gekend is binnen de regio en de mensen weten dat hij een contactpersoon is van OPENDOEK. De toneelmedewerkers konden zo zelf naar hem toe komen op een moment dat voor hen geschikt was. Slechts bij één bezoek van het regioteam Ieper was er geen echt contact. Dat was

deels te verklaren omdat de contactpersonen in kwestie niet veel mensen kenden die avond maar ook door het feit dat er geen gelegenheid was om achteraf iets te drinken.

Binnen het regioteam van Antwerpen Zuidrand waren er veel duidelijkere verschillen tussen de verschillende teamleden op te merken op het vlak van houding. Eén persoon zocht zelf geen contact op met de medewerkers van het toneelgezelschap, had weinig oogcontact tijdens de waarderende gesprekken en gedroeg zich eerder afstandelijk waarbij hij de ledematen eerder asymmetrisch hield. Een andere contactpersoon zocht dan weer zeer actief contact op met acteurs door op ze af te stappen en ze te feliciteren. Over het algemeen stelden de contactpersonen zich wel afwachtend op, waarbij ze de acteurs eerst de kans gaven om andere mensen te begroeten. We kunnen concluderen dat een open houding zowel persoons- als situatieafhankelijk is. Om een volledig beeld te krijgen van deze factor is het evenwel noodzakelijk om verder onderzoek uit te voeren bij meerdere contactpersonen en regioteams.

4.4 AANMELDING EN TICKETS

Bij dit onderdeel waren er grote verschillen op te merken tussen de werking van de twee onderzochte regio's. We merkten dat ze een andere verdeling hebben van de toneelbezoeken binnen het regioteam, op een andere wijze tickets bestellen en ook dat ze zich anders aanmelden ter plekke.

Ten eerste stelden we enkele verschillen vast met betrekking tot de verdeling van de bezoeken. Bij het regioteam van Ieper bekijken ze op de teamvergaderingen welke twee teamleden in functie van OPENDOEK op dezelfde dag naar een voorstelling gaan. Daardoor hebben de contactpersonen veel afwisseling van toneelgezelschappen en hebben ze ook vaak een andere partner. In het regioteam Antwerpen Zuidrand heeft elke contactpersoon een vast toneelgezelschap dat hij of zij bezoekt. Daardoor komen ze altijd in contact met hetzelfde toneelgezelschap en kennen ze er vaak al lang de medewerkers.

Ten tweede verschilden ze op het vlak van hoe ze tickets bestellen. In het regioteam van Ieper bestelt de regiocoördinator altijd alle tickets op voorhand en in naam van OPENDOEK. Hij doet dat niet via de gewone manier, via mail of via de vaste kaartenverkoper, maar contacteert zelf de voorzitter of de medewerkers die al lang lid zijn van het toneelgezelschap. De regiocoördinator ziet dat als een extra vorm van contact met de gezelschappen binnen zijn regio. Op zo'n momenten komen namelijk vaak al enkele problemen naar boven. Bij het regioteam Antwerpen Zuidrand moet elke contactpersoon zijn eigen ticket bestellen. Uiteraard hebben zij ook vaste personen waarbij ze tickets bestellen, omdat ze de vereniging al lang bezoeken.

Ten derde bekeken we ook de aanmelding bij aankomst. Als de contactpersonen uit regio Ieper arriveerden, dan haalde het teamlid dat als eerste aankwam de tickets van iedereen op. Het kon dus ook zijn dat een teamlid dat die avond niet in functie aanwezig was, toch de tickets ophaalde. Daardoor ontstond er soms verwarring bij de medewerkers wie er nu juist aanwezig was in functie van OPENDOEK. Slechts één contactpersoon binnen het regioteam toonde zijn visitekaartje als hij zich aanmeldde. Eén andere contactpersoon heeft foutief gedrukte visitekaartjes waardoor hij deze nooit bij zich heeft. Sommige teamleden vinden de visitekaartjes overbodig. In de regio Antwerpen Zuidrand vermeldden ze nooit OPENDOEK bij aankomst maar werden ze wel vaak herkend, voornamelijk omdat ze telkens hetzelfde toneelgezelschap bezoeken. Daarnaast merkten we dat sommige contactpersonen bij de aanmelding uitdrukkelijk vroegen om na de voorstelling een gesprek te hebben met een medewerker, wat het gesprek meteen een formeler karakter gaf.

4.5 GEZELSCHAP

In regio Ieper voerden ze alle bezoeken uit per twee. Dat vinden ze veel aangenamer omdat ze dan niet de enige afvaardiging zijn van OPENDOEK. Daarnaast namen de contactpersonen vaak hun partner mee en waren er ook andere regioteamleden aanwezig die de voorstelling bijwoonden, maar dan niet in functie. Deze situatie zorgde soms voor verwarring bij de medewerkers van de toneelgroep omdat het niet altijd duidelijk was wie er als afvaardiging van OPENDOEK is. De contactpersonen die niet in functie aanwezig waren, voerden immers ook korte gesprekken met medewerkers en acteurs.

In regio Antwerpen Zuidrand voerden de contactpersonen de bezoeken bijna altijd alleen uit. We observeerden daarbij wel twee uitzonderingen. Zo was contactpersoon 2 bij zijn eerste bezoek vergezeld van contactpersoon 9 als mentor en was contactpersoon 10 vergezeld van contactpersoon 11 omdat deze laatste hem opvolgt. Sommige contactpersonen namen wel hun partner mee. Eén keer was de volledige familie aanwezig van een contactpersoon, omdat de dochter meespeelde in de opvoering.

4.6 VERSLAGEN

Elke contactpersoon moet normaal gezien een verslag indienen van het bezoek aan de toneelvereniging. Daarin kunnen ze praktische informatie meedelen, zoals gegevens voor de onkostenvergoeding, maar ook informatie geven over de vereniging en de productie. We merkten zelf dat deze verslagen zeer traag binnen kwamen op het secretariaat. De contactpersonen vulden ze dus ook vaak niet of heel laat in. Vijf van de elf contactpersonen gaven aan dat ze de indruk hebben dat er weinig mee gedaan wordt en ervaren het dan ook als een formaliteit, als iets dat weinig nut heeft. Sommigen merkten daarnaast op dat het moeilijk is om een score toe te kennen aan de moeilijke en wazige stellingen op het einde

(zie bijlage 8.7). Dat is één van de redenen waarom ze er dan ook eerder nonchalant mee omspringen. Een voorbeeld van zo'n stelling is: "Deze toneelgroep wil een lachend publiek".

In het regioteam Antwerpen Zuidrand is er één contactpersoon die trouw de verslagen invulde en dat ook deed op een uitgebreide manier. Hij benutte de vrije invulvakken (vragen en invulvakken) ten volle en gebruikte daarbij vooral volzinnen. In het regioteam Ieper waren er drie contactpersonen die het verslag binnen een maand na datum invulden. Zij gebruikten de vrije invulvakken om een beknopte weergave te geven, waarbij ze gebruik maakten van kernwoorden en korte kernzinnen.

Alle contactpersonen vinden het huidige online systeem om verslagen in te dienen gebruiksvriendelijk. Eén contactpersoon vertelde wel dat er een ex-teamlid gestopt is als vrijwilliger omdat hij geen internet had en zo de verslagen niet kon invullen. Hij had moeite om bij te blijven met deze vorm van digitale communicatie. De contactpersonen zeiden dat ze er ongeveer 10 à 15 minuten mee bezig waren om alles in te vullen. De verslagen worden via het systeem automatisch doorgestuurd naar de regiocoördinator, de provinciale secretaris en het centraal secretariaat.

Uit een e-mailbericht (Soenens, persoonlijke mededeling, 2015, 14 mei) bleek dat één van de voornaamste doelen van de verslagen voor OPENDOEK is, om het onderscheid te maken tussen enerzijds artistieke en anderzijds sociale toneelverenigingen. De organisatie is van mening dat de contactpersonen kunnen helpen bij het categoriseren van de toneelverenigingen omdat zij de toneelgezelschappen bezoeken tijdens de voorstellingen. Om dat onderscheid te kunnen maken, moeten de contactpersonen stellingen invullen aan het einde van het verslag. OPENDOEK wilt de toneelverenigingen op deze manier categoriseren omdat uit eigen onderzoek bleek dat deze twee segmenten andere verwachtingen en behoeften hebben. Daarom willen ze hun dienstverlening en communicatie kunnen afstemmen op deze twee doelgroepen. Ze melden zelf dat er verschillende tekorten zijn aan het huidige systeem van de verslagen. Eerst en vooral wordt de informatie nooit omgezet in duidelijke en bruikbare data, zoals de toekenning van een score en de effectieve indeling van een toneelvereniging in een bepaald segment. Eigenlijk blijven de verslagen nu gewoon in een database staan en worden ze nergens voor gebruikt. Daarnaast geven ze zelf aan dat het een zeer subjectief systeem is, dat de score kan veranderen omdat een groep evolueert en dat de materie gevoelig ligt bij toneelgroepen omdat het een puntensysteem is. De verenigingen krijgen daardoor de indruk dat ze 'goede punten' moeten scoren.

5 AANBEVELINGEN EN DISCUSSIE

5.1 AARD EN TIJDSTIP GESPREK

We willen aanraden om de bezoeken van de contactpersonen aan de toneelgezelschappen te behouden, maar de invulling ervan te veranderen. Het is wel belangrijk dat de contactpersonen daarbij nog altijd voldoende inspraak hebben bij de concrete invulling van hun taken en dat OPENDOEK openstaat voor individuele suggesties. Dat is nu ook al het geval en deze dimensie willen we zeker behouden omdat de vrijwilligers zich daardoor meer gewaardeerd voelen (Hambach & Vanleene, 2007).

Waarderende gesprekken

De waarderende gesprekken, waarin enkel de eerste pijler 'waardering' aan bod komt, zijn zeker te behouden na de voorstelling. De medewerkers van het toneelgezelschap appreciëren de bezoeken van de contactpersonen aan de voorstellingen en de waardering die ze hierbij ontvangen. Meestal zijn de omstandigheden echter niet geschikt om diepgaande gesprekken te voeren. Tijdens de gesprekken is er altijd veel lawaai in de cafetaria en zijn er veel andere personen aanwezig in de directe omgeving, waarvan sommigen direct betrokken worden bij het gesprek. Er zal daarom minder over problemen gesproken worden als er meer 'buitenstaanders' bij zijn, zoals bijvoorbeeld bij problemen met de hoge kostprijs van een toneelstuk. Als ze ergens mee worstelen is het moeilijker om dat te bespreken 'en plein public'. Het gesprek wordt daarnaast vaak verstoord door andere mensen die iets komen zeggen en het gesprek krijgt daarom nooit een intiem karakter. Daaruit kunnen we concluderen dat er veel sprake is van 'externe ruis' in de communicatie, veroorzaakt door de omgeving. Dat wordt in het communicatieschema van Shannon-Weaver aanzien als een storende factor in de communicatie tussen zender en ontvanger (Shannon & Weaver, 1963, Vandergraesen, 2009).

Ondersteunende gesprekken

Daarom lijkt het ons beter om de diepgaandere ondersteunende gesprekken, waarin de overige twee pijlers van OPENDOEK aan bod komen, te laten doorgaan op een ander tijdstip. Het meest geschikte moment daarvoor is enkele weken voor de eerste voorstelling. We begrijpen dat de toneelverenigingen dan een drukke periode doormaken, maar uit ons onderzoek blijkt dat dan juist de meeste problemen naar boven komen. Daaronder verstaan we bijvoorbeeld de annulatie van de zaal en de laatste moeilijkheden met decor of acteurs. Het is dus het ideale moment om dan samen te zitten met de toneelvereniging om te zoeken naar oplossingen voor problemen die zich op dat moment aandienen. Op deze manier kan OPENDOEK zijn ondersteunende rol opnemen en zorgen voor de opvolging ervan.

Uitzondering

De toneelgezelschappen waarin een regioteamlid actief is, hebben in principe geen ondersteunend gesprek nodig. De contactpersoon die daar lid is zorgt immers voor het nodige contact met OPENDOEK.

In één toneelvereniging wist de regisseur zelfs meer over OPENDOEK dan de effectieve contactpersonen, omdat de voorzitter van de vereniging actief is binnen OPENDOEK. In dergelijke gevallen is het voor de contactpersonen moeilijk om een volwaardig gesprek te voeren, omdat ze merken dat het helemaal niet aan de orde is. Ze geven zelf aan dat de bezoeken bij een toneelgezelschap met leden van hun eigen regioteam, een heel ander karakter hebben dan de bezoeken waar dat niet het geval is. Het ondersteunende gesprek zouden we in deze gevallen weglaten. De bezoeken tijdens de voorstellingen zelf, waarbij vooral het waarderingsaspect naar boven komt zouden we wel behouden.

Rol van de contactpersoon

De contactpersonen hebben zelf al veel ervaring door hun eigen activiteiten in de toneelwereld waardoor ze in staat zijn om zelf enkele problemen op te lossen, wat tevens hun motivatie om als vrijwilliger te werken zal versterken (Geber, 1991). Daarnaast kunnen zij polsen bij andere toneelverenigingen die eenzelfde soort probleem hebben ervaren hoe zij dat opgelost hebben. Als het over een omvangrijk probleem gaat, zoals bijvoorbeeld de ziekte van een regisseur of misverstanden over de kostprijs van een toneelstuk, dan kan het regioteam de hulp inroepen van OPENDOEK zelf. De communicatie tussen OPENDOEK en het regioteam verloopt daarbij het best via één persoon die instaat voor de vrijwilligerswerking binnen OPENDOEK.

Bespreking bezoeken

We raden aan om tijdens teamvergaderingen de waarderende en ondersteunende gesprekken te bespreken. Op deze manier zijn alle contactpersonen binnen het regioteam op de hoogte van het reilen en zeilen van de verschillende toneelgezelschappen binnen hun regio. Zo is elke contactpersoon in staat om mogelijke problemen op te volgen. Een ander voordeel is dat ze eventuele problemen met meerdere regioteamleden kunnen bespreken. Het is namelijk goed mogelijk dat een ander regioteamlid wel al met datzelfde probleem geconfronteerd is en zo beter in staat is om dat probleem op te lossen.

5.2 WERVING

Diversiteit

Er is nood aan een duidelijker uitgewerkt wervingsbeleid voor de contactpersonen. Zoals we eerder zagen in de literatuurstudie, is er een vergrijzing op te merken bij vrijwilligers en dat is ook bij OPENDOEK het geval (Vlaamse Regering, 2011). Er is dus weinig diversiteit binnen de leden van de regioteams (zie 3.2.5 Participanten). OPENDOEK moet daarom de regioteams niet alleen aansporen, maar ook ondersteunen bij het zoeken naar nieuwe contactpersonen, waarbij de focus moet liggen op jongere en vrouwelijke vrijwilligers om de diversiteit te garanderen. Deze diversiteit is belangrijk omdat verschillende studies aantonen dat teams die intern verschillen qua geslacht, opleidingsniveau,

nationaliteit en vooral leeftijd, betere resultaten behalen. Dat is te verklaren door het feit dat ze andere kennis, expertise en levensvisies hebben die een invloed heeft op hoe ze samen bepaalde problemen percipiëren en aanpakken (Harrison, Price, Gavin, & Florey, 2002; Kearney, Gebert, & Voelpel, 2009; Pelled, Eisenhardt, & Xin, 1999). Bij OPENDOEK specifiek is het belangrijk dat mensen met een andere achtergrond hun mening en kennis van zaken kunnen aanwenden bij het helpen van toneelverenigingen.

Wervingsplan

Om de regioteams te ondersteunen bij de werving, raden we OPENDOEK aan om een uitgewerkt wervingsplan op te stellen, zoals we reeds beschreven in onze literatuurstudie. Uit onderzoek blijkt dat een organisatie het best slechts één of twee wervingsmethodes gebruikt, omdat men zich dan kan concentreren op deze specifieke methodiek (Hambach & Vanleene, 2007).

We raden aan om dan vooral gebruik te maken van sociale media, zodat OPENDOEK een veel jonger publiek bereikt. De jonge vrijwilligers zullen namelijk gemakkelijker via deze media bij OPENDOEK terecht komen (Vlaamse Zwemfederatie vzw, n.d.). Via deze kanalen kunnen ze informatie geven over de vereniging om zo ook de interesse te wekken van niet-vrijwilligers en te benadrukken wat de *return on engagement* is voor een vrijwilliger bij OPENDOEK. Daarnaast is ook aangetoond dat het persoonlijk aanspreken van niet-vrijwilligers door vrijwilligers zelf een positief effect heeft op het wervingsproces. De vrijwilligers kunnen daarbij vertellen over hun eigen specifieke ervaringen, wat het oplevert voor hem of haar en waarom de contactpersoon het vrijwilligerswerk doet en blijft doen (Geber, 1991). Elk regioteam kan daarnaast een lijst opstellen met mensen waarvan ze denken dat zij geschikt zijn om het regioteam te vervoegen. Deze personen kunnen ze dan persoonlijk aanspreken en informeren over hun activiteiten binnen OPENDOEK om hen te overtuigen om ook als vrijwilliger bij OPENDOEK aan de slag te aan.

OPENDOEK kan meer jongeren aantrekken via sociale media maar moet deze kanalen meer benutten. De overkoepelende theaterorganisatie is momenteel wel zeer aanwezig op Facebook en de organisatie heeft een groot aantal 'vind ik leuks' (2 132) op hun officiële pagina. De berichten bereiken desondanks weinig personen (www.facebook.com/opendoekvzw). Zo plaatsten ze in maart 2015 bijvoorbeeld 19 berichten die gemiddeld 19 'vind ik leuks' kregen. De uitschieters daarbij waren twee berichten over de vrijwilligersweek (48) en vrouwendag (82). Deze berichten spreken de bezoekers rechtstreeks aan en bevatten een duidelijke blijk van waardering. Ze zouden dus meer aan bod moeten komen. Op Twitter is OPENDOEK sinds kort aanwezig (vanaf 25 maart 2015) en daar hebben ze momenteel 112 volgers (www.twitter.com/OPENDOEK). Dat is alvast een mooie start, maar er is zeker nog groeipotentieel aanwezig.

Om hun sociale media beter te benutten, moet OPENDOEK een duidelijke sociale media strategie opstellen. Met behulp van deze goed uitgewerkt strategie kunnen ze beter plannen wat wanneer waar verschijnt, met aandacht voor afwisseling en boeiende verhalen van medewerkers en toneelverenigingen. Duidelijke en relevante informatie over OPENDOEK wekt dan weer de interesse van niet-vrijwilligers, waardoor er een grotere kans ontstaat om deze personen te werven als vrijwilligers (Hager & Brudney, 2011). Door gebruik te maken van deze sociale mediakanalen en de nadruk te leggen op wat de *return on engagement* is, kan de organisatie meer jongeren aan zich binden en het oubollig imago van vrijwilligerswerk tegengaan (Vlaamse Zwemfederatie vzw, n.d.).

5.3 VORMING

Met betrekking tot ondersteunende gesprekken merken we dat enige vorming vereist is voor de contactpersonen. De hoofdfunctie van deze ondersteunende gesprekken is om problemen op te sporen bij de toneelgezelschappen en om daarbij ondersteuning aan te bieden waar nodig. Dat soort van gesprekken vraagt een specifieke aanpak die momenteel slechts weinig contactpersonen lijken te hanteren. Vorming en coaching van de vrijwilligers komt daarom zeker van pas (Prins, 1994).

Vormingen en coaching, waarbij de deelnemers gesprekstechnieken leren en meer informatie krijgen over OPENDOEK, hebben verschillende voordelen. Het zorgt ervoor dat de vrijwilligers het beleid van OPENDOEK beter leren kennen, dat ze daarnaast vaardigheden ontwikkelen die aansluiten bij hun functie, maar ook dat ze zich gesteund zullen voelen door OPENDOEK zelf. Deze handvaten zijn cruciaal om de vrijwilligers blijvend te binden en om ervoor te zorgen dat ze hun taken op een goede manier uitvoeren. (Geber, 1991; Hager & Brudney, 2011; Hambach & Vanleene, 200). Hierdoor zal de persoon een zelfzekere, en dus automatisch ook meer open houding uitstralen. Daarnaast kan de contactpersoon uiteraard ook zijn of haar eigen ervaringen en expertise uit de toneelwereld inzetten, wat ervoor zorgt dat de vrijwilliger meer intrinsiek gemotiveerder zal zijn (Bussel & Forbes, 2001; Geber, 1991).

We merkten daarnaast tijdens één van de observaties ook dat het gebruik van een mentor bij nieuwe contactpersonen zeker een positieve invloed heeft op de gesprekken. De nieuwe contactpersoon ervaart dan in de praktijk hoe hij een gesprek moet aanpakken en kan zo worden bijgestuurd waar nodig. Voor de huidige contactpersonen is het wenselijk om één of twee vormingen te voorzien per jaar waarin beleidswijzigingen en workshops een plaats krijgen (Geber, 1991).

Uit een e-mailbericht (Soenens, persoonlijke mededeling, 2015, 19 mei) bleek dat OPENDOEK momenteel slechts één contactmoment per jaar voorziet met nieuwe contactpersonen die minder dan twee jaar actief zijn als vrijwilliger bij OPENDOEK. De regiocoördinatoren worden voor deze momenten

ook uitgenodigd. Dat contactmoment heeft als voordeel dat de contactpersonen uit de verschillende regio's met elkaar in contact komen en hun ervaringen kunnen delen. Daarnaast krijgen ze de nodige informatie over OPENDOEK zelf. In 2014 is dit contactmoment niet doorgegaan wegens een gebrek aan inschrijvingen. Dat is waarschijnlijk te verklaren door het feit dat ze de week ervoor eenmalig het 'Toekomstberaad van OPENDOEK' hebben georganiseerd. Daaraan hebben veel medewerkers van OPENDOEK deelgenomen waardoor veel vrijwilligers de week nadien niet nog eens naar een bijeenkomst wilden gaan. De nieuwe vrijwilligers werden dan wel opgevangen in het regioteam, maar misten zo wel elementaire kennis over de vereniging en de gesprekken die ze moeten voeren. We raden dus ten eerste aan om dat onthaalmoment te behouden en om dat effectief ook uit te voeren en te promoten onder de vrijwilligers.

5.4 ONDERSTEUNING

5.4.1 AANSPREEKPUNT

Binnen OPENDOEK wordt er best één persoon aangesteld die verantwoordelijk is voor de vrijwilligerswerking, waar de vrijwilligers steeds terecht kunnen met hun vragen en opmerkingen. Deze persoon zou dan ook verantwoordelijk zijn voor de evaluatiegesprekken van de vrijwilligers. Daarvan wordt het best een dossier bijgehouden, als een blijk van appreciatie voor de contactpersonen vanwege de organisatie omdat ze zo interesse toont in het werk van de vrijwilligers. Dergelijke nauwkeurige opvolging zorgt ook voor een betere algemene werking van de organisatie (Hager & Brudney, 2011; Geber 1991; Hambach & Vanleene, 2007).

Om de motivatie van de vrijwilligers hoog te houden en er ook voor te zorgen dat ze als vrijwilliger aan de slag blijven bij OPENDOEK, is het aangeraden om *value management* of waarde management te gebruiken. Daarbij ligt de focus op wat de waarde is voor de vrijwilligers zelf bij het uitoefenen van het vrijwilligerswerk en moet het management waardering uitdrukken voor wat deze personen doen voor de organisatie. Ze erkennen daarbij het werk van de vrijwilligers, geven complimenten bij goede prestaties, voorzien een goede begeleiding en geven hen de kans om zich verder te bekwamen in specifieke vaardigheden zoals gesprekstechnieken. Daarnaast is het belangrijk dat niet enkel de vrijwilligers training krijgen, maar ook de medewerkers binnen de organisatie die met de vrijwilligers moeten omgaan. Dat is dus zeker van toepassing op de persoon die verantwoordelijk is voor de vrijwilligerswerking en die door de contactpersonen gezien wordt als aanspreekpunt. Als OPENDOEK geen 'waarde management' hanteert, de waardering niet goed uitdrukt of niet kan voorzien in de juiste ondersteuning, is dat ook nefast voor de vrijwilligerswerking. Daardoor zullen de vrijwilligers zich niet langer voor deze specifieke organisatie willen inzetten en zullen ze een lagere motivatie hebben (Geber 1991; Hager & Brudney, 2011).

5.4.2 TAKENPAKKET

Zowel het management als de vrijwilligers zelf hebben een groot voordeel bij een duidelijk afgebakend takenpakket. Het management zorgt er dan voor dat de taken zo efficiënt mogelijk ingevuld worden en kan zo op zoek gaan naar personen die geschikt zijn voor deze specifieke taken. De vrijwilligers weten op hun beurt precies wat er van hen verwacht wordt en krijgen daardoor het gevoel dat ze een duidelijke bijdrage leveren aan de organisatie. OPENDOEK vermeldt best ook welke vormingen, training en coaching er voorzien wordt. Zo kunnen de vrijwilligers inschatten wat deze vrijwilligerswerking voor hen kan opleveren (Geber, 1991). OPENDOEK moet dus niet enkel voorzien in ondersteuning van de contactpersonen op praktisch vlak, maar moet ook aandacht hebben voor de kwalitatieve dimensie van hun taak (Hambach & Vanleene, 2007). Onderzoek van Geber (1991) heeft aangetoond dat vrijwilligers liever belast worden met een uitdagende en interessante taak dan een eenvoudiger.

5.5 VERDELING, TICKETS EN AANMELDING

Het systeem met vaste toneelgezelschappen per contactpersoon vinden we zeker niet de beste oplossing. Verschillende contactpersonen uit beide regio's zeggen zelf dat ze een rotatiesysteem verkiezen omdat ze zo in contact staan met meerdere toneelgezelschappen. Op die manier kunnen ze ook als doorgeefluik fungeren tussen de verschillende toneelgezelschappen (uitlenen van attributen, delen van ervaringen,...). Daarnaast is het voor de contactpersonen zelf aangenamer om met twee teamleden naar een voorstelling te gaan. Dat zorgt er eerst en vooral voor dat de personen niet alleen zijn, maar ook dat er meer gesprekken mogelijk zijn met de medewerkers van de toneelgezelschappen. Het kan tevens de sfeer binnen het regioteam bevorderen omdat ze elkaar meer zien en beter leren kennen. Dat laatste kunnen we slechts met zekerheid zeggen indien er meer contactpersonen en regioteams onderzocht zijn.

Het is wel zeker aan te raden om de tickets op voorhand te bestellen op naam van OPENDOEK. Dat kan gebeuren door een contactpersoon of door de regiocoördinator. Zo weet de toneelvereniging dat er iemand langs komt en is er meteen een waardevol contactmoment. De persoon die de tickets bestelt kan zo nagaan of er nog problemen zijn opgedoken sinds het laatste contactmoment en deze opvolgen.

We vinden de richtlijn om steeds OPENDOEK te vermelden bij aanmelding goed, maar vooral bij nieuwe contactpersonen of wanneer een contactpersoon een nieuwe toneelvereniging bezoekt. Het is namelijk niet meer nodig als ze de vereniging vaak bezoeken.

5.6 VERSLAGEN

Wij stellen voor om de verslagen in het algemeen beter te bespreken binnen het management van OPENDOEK en om deze ook in het beleid van OPENDOEK mee te nemen. Daarnaast geven de

contactpersonen zelf aan dat de stellingen (zie bijlage 8.7) hen afschrikken. Ze geven zelf aan om meer ruimte te voorzien voor een persoonlijker invulling van het verslag, bijvoorbeeld door meer opmerkingsvakken toe te voegen bij elk puntje of stelling. Op die manier kunnen ze er specifiekere informatie in kwijt en hun keuzes verantwoorden.

Wij raden het systeem van semantisch differentiaal aan voor de stellingen. Dat is een meettechniek ontwikkeld door Osgood (1964) waarmee de respondent associatieve betekenissen kan toekennen aan een object of idee. Het semantisch differentiaal bestaat uit een aantal 'rating' schalen met aan de uiteinden twee begrippen die samen een tegenstelling vormen, bipolaire contrastparen.

We kunnen aan deze twee soorten verenigingen begrippen toekennen die dat onderscheid duidelijker maken dan de stellingen. Op deze manier is het gemakkelijker om de verenigingen onder te brengen in de categorieën. In tabel 2 geven we een aanzet tot een semantisch differentiaal voor OPENDOEK. De cijfers verwijzen naar de initiële stellingen uit het verslag dat de contactpersonen nu moeten invullen. We hebben sommige begrippen vetgedrukt geplaatst om aan te geven welke aansluiten bij de sociaal ingestelde verenigingen (vetjes) en welke bij de artistieke verenigingen (normaal). Uiteraard is dat onderscheid niet te zien op de effectieve verslagen.

De toneelvereniging kiest voor						
(1 & 4) ontspanning	0	0	0	0	0	maatschappelijke thema's
(2) vernieuwing	0	0	0	0	0	traditie
(2) ambitie	0	0	0	0	0	standvastigheid
(3) toneelstuk op basis van acteurs	0	0	0	0	0	acteurs op basis van gekozen toneelstuk
(5) ervaren acteurs	0	0	0	0	0	kansen voor iedereen
(6) vriendschap en groepsgevoel	0	0	0	0	0	professionele sfeer

Tabel 2. Aanzet voor semantisch differentiaal.

Een semantisch differentiaal biedt in deze situatie enkele voordelen. Zo is het duidelijker voor de contactpersonen om deze specifieke begrippen te observeren bij de toneelvereniging. Daarnaast zien ze nu twee uitersten, wat bij de stellingen niet het geval is. Elke vereniging kan immers een 'lachend publiek' willen, maar nu maakt het onderscheid 'ontspanning' versus 'maatschappelijke thema's' een duidelijkere breuklijn zichtbaar. Daarnaast is er in de huidige vragenlijst sprake van 'puntitems' of 'niet-extreem geformuleerde items', waarbij de antwoorden verschillende betekenissen kunnen hebben. Dat vergroot het risico op verkeerde interpretaties (Swanborn, 1988). We raden ook aan om het risico van de response-set te minimaliseren door de begrippen die gelinkt zijn aan de sociale verenigingen en die aan de artistieke verenigingen wisselend links en rechts te plaatsen, zoals in het voorbeeld van tabel 2

(Verberk, Scheepers, & Felling, 1994). Op basis van de ingevulde antwoorden kan OPENDOEK dan een score berekenen volgens een vastgesteld patroon, die duidelijk aangeeft in welk segment de vereniging zich bevindt. Het is tevens een goed idee om een kleine inleiding te schrijven voor de contactpersonen over het doel van dit deeltje in het verslag en ruimte te voorzien voor eigen invulling en opmerkingen. Daardoor zullen ze sneller geneigd zijn om alles serieuzer in te vullen.

Het systeem is wel nog steeds onderhevig aan de subjectiviteit van de contactpersoon. Wanneer de contactpersonen met twee een voorstelling bezoeken, zoals in regio Ieper, dan kan dat effect geminimaliseerd worden door aan beide contactpersonen te vragen deze lijst in te vullen. Daarnaast blijft het ook moeilijk om op basis van één voorstelling een goed beeld te vormen. We willen daarom wel benadrukken dat deze stellingen niet het enige hulpmiddel zijn om te bepalen of een toneelgroep al dan niet tot een bepaald segment behoort. OPENDOEK geeft aan dat ook het uitleengedrag in de bibliotheek, de aanvraag van coaching, de deelname aan het Landjuweelfestival en de keuze van regisseurs meespeelt.

6 CONCLUSIE

In dit onderzoek onderzochten we de vrijwilligerswerking van OPENDOEK, meer specifiek de contacten tussen toneelverenigingen en contactpersonen. We bekeken of de gehanteerde methodes overeen kwamen met de missie en visie van de organisatie en hoe deze werking eventueel efficiënter kan verlopen.

Eerst onderzochten we wat OPENDOEK wenst en verlangt van de contactpersonen. Volgens hen moet het contactmoment tussen de toneelgezelschappen en de contactpersonen de volgende drie pijlers bevatten:

- Waardering uitdrukken voor toneelstuk en -gezelschap
- Peilen naar problemen
- Ondersteuning van OPENDOEK ter sprake brengen

Daarna onderzochten we hoe de contactpersonen nu werken en welke problemen zij ervaren bij het contact met de verschillende theaterorganisaties. Daarbij konden we enkele factoren onderscheiden die een invloed hadden. De aard van het gesprek, het tijdstip en de locatie, de houding van de contactpersonen, de aanmeldingsprocedure, het gezelschap en de verslagen speelden allemaal een duidelijke rol in het contact.

Eén van de grootste bevindingen van ons onderzoek is dat het contactmoment tussen de toneelgezelschappen en de contactpersonen na de voorstelling niet het geschikte moment of kanaal is om een ondersteunend gesprek te voeren. Het is praktisch al moeilijk haalbaar om een diepgaand ondersteunend gesprek te voeren na de voorstelling en daarnaast hebben de medewerkers van het toneelgezelschap op zo'n moment vooral nood aan waardering voor al het harde werk. Wij adviseren om het ondersteunende gesprek tussen theatergezelschap en contactpersoon, waarbij alles grondig en rustig besproken kan worden, te laten doorgaan op een ander tijdstip en de gewone bezoeken bij de voorstellingen te gebruiken om waardering te uiten. Volgens onze bevindingen is het overbodig om contactpersonen te sturen naar theaterorganisaties met medewerkers die ook deel uitmaken van de vrijwilligerswerking van OPENDOEK. Die medewerkers kunnen dan fungeren als tussenpersoon tussen OPENDOEK en het theatergezelschap.

We opteren daarnaast voor een rotatiesysteem binnen de regioteams. Op die manier zijn er geen vaste toneelgroepen toegewezen aan een specifieke contactpersoon en kunnen ze met een frisse blik naar elke vereniging kijken. In ons onderzoek merkten we namelijk dat het rotatiesysteem van Leper goed onthaald werd en het vaste systeem van Antwerpen Zuidrand niet om verschillende redenen.

Een andere belangrijke bevinding is dat de contactpersonen de verslagen van de bezoeken momenteel redelijk willekeurig invullen. OPENDOEK moet daarom actie ondernemen en aandacht schenken aan dit knelpunt. Daarnaast zijn sommige stellingen in het verslag niet duidelijk voor de vrijwilligers of zien ze er het nut niet van in. Dat kan volgens ons het best opgelost worden door een semantisch differentiaal waarbij de verschillende begrippen tegenover elkaar worden geplaatst. Op deze manier is het voor de contactpersonen eenvoudiger om het verslag in te vullen en kan het management de verschillende toneelgroepen gemakkelijker plaatsen op de as artistieke – sociale toneelgezelschappen. Zo kunnen ze dan een gerichte aanpak en ondersteuning voorzien voor de verschillende toneelgezelschappen.

Op basis van ons onderzoek, merken we dat er bij de vrijwilligerswerking van OPENDOEK een vergrijzing aan de gang is. De meeste contactpersonen van de organisatie zijn immers mannelijk en gepensioneerd. Er moet dus ook dringend werk gemaakt worden van een nieuw wervingsplan waarbij speciale aandacht gaat naar het aantrekken van een meer diverse groep van vrijwilligers. Eén onderdeel van dit wervingsplan focust zich het best op het gebruik van de sociale mediakanalen omdat men via deze weg veel jongeren kan bereiken.

Daarnaast moet er zeker aandacht gaan naar een goede vorming en coaching van de vrijwilligers. De contactpersonen moeten voldoende informatie krijgen over OPENDOEK zelf, bij de eerste gesprekken ondersteund worden door een meer ervaren contactpersoon en de juiste gesprekstechnieken aangeleerd krijgen. Een jaarlijkse vorming en een opleiding bij het toetreden van nieuwe vrijwilligers lijken ons daarvoor de beste kanalen. We raden OPENDOEK ook aan om een aanspreekpunt voor de vrijwilligers binnen de organisatie aan te stellen. Door daarnaast duidelijk te benadrukken wat de *return on engagement* is voor de vrijwilligers en hen de mogelijkheid te bieden om hun eigen capaciteiten te gebruiken, verhoogt de motivatie van de vrijwilligers om bij OPENDOEK aan de slag te gaan en te blijven.

De methode die gehanteerd werd in ons onderzoek heeft enkele beperkingen. Onder andere het feit dat observeren en interviews als eerder subjectieve methodes gecategoriseerd worden en het feit dat we elk apart ons onderzoek hebben uitgevoerd, zorgt ervoor dat we extra aandacht moesten schenken aan de objectiviteit van ons onderzoek. We hebben dat gedaan door elkaar voortdurend op de hoogte te houden van de observaties: wat er juist gebeurd is, hoe we alles hebben aangepakt, het definiëren van enkele begrippen op voorhand et cetera. Daardoor was er veel minder kans om subjectieve resultaten te verkrijgen. Dat onderdeel werd ruim besproken bij '3.2. Methodologie'. Het neemt natuurlijk niet weg dat verder onderzoek rond dit thema binnen deze organisatie wenselijk is. Niet alleen heeft onze methodologie enkele beperkingen, maar ook het feit dat we slechts twee regio's konden onderzoeken in een korte tijdsperiode, zorgt ervoor dat er enkele vertekeningen kunnen zijn binnen onze resultaten. We kunnen dus aanraden om dit onderzoek opnieuw uit te voeren in andere regio's om een vollediger beeld te krijgen van de situatie. Meer onderzoek naar dit onderwerp zou niet enkel de organisatie, maar ook de vrijwilligers en de verschillende toneelgezelschappen ten goede komen.

7 LITERATUUR

- Adler, H. (2002). *Handbook of NLP, a manual for professional communicators*. Burlington, VT: Gower.
- Baarda, B., Bakker, E., Van Der Hulst, M., Julsing, M., Fischer, T., Van Vianen R., & De Goede, M. (2012). *Basisboek methoden en techniek: kwantitatief praktijkgericht onderzoek op wetenschappelijke basis, (5^{de} ed.)*. Groningen/Houten, Nederland: Noordhoff Uitgevers
- Berendsen, L. (2008). Voor- en nadelen van participeren bij organisatieonderzoek. Een casus van managers en verzekeringsartsen. *Kwalon*, 13(II), 23-29.
- Best, K., & Boertien, A. (1990). *Communicatietechnieken: een praktische en psychologische verkenning*. Groningen, Nederland: Wolters-Noordhoff.
- Boezeman, E., & Ellemers, N. (2008). Volunteer recruitment: The role of organizational support and anticipated respect in non-volunteers' attraction to charitable volunteer organizations. *Journal of Applied Psychology*, 93(V), 1013-1026. doi:10.1037/0021-9010.93.5.1013
- Bryman, A. (2012). *Social research methods (4th ed.)*. New York: Oxford University Press.
- Bussell, H., & Forbes, D. (2001). Understanding the volunteer market: The what, where, who and why of volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7 (III), 244-257. doi: 10.1002/nvsm.183
- Carton, A., Gijssels, C., & Hustinx, L. (2011). Geefgedrag aan organisaties in Vlaanderen. *Studiedienst van de Vlaamse Regering*, 14(I), 1-13.
- De Gast, W., Hetem, R., & Wilbrink, I. (2009). *Basisboek vrijwilligersmanagement: Werven, sturen en motiveren (3^{de} rev.)*. Bussum, Nederland: Coutinho.
- Geber, B. (1991). Managing volunteers. *Training*, 28(VI), 21-26.
- Gray, D. E. (2009). *Doing research in the real world*. Londen, Verenigd Koninkrijk: Sage.
- Hager, M.A., & Brudney, J.L. (2011). Problems recruiting volunteers: nature versus nurture. *Nonprofit management & leadership*, 22(II), 137-156. doi: 10.1002/nml.20046

- Hambach, E., & Vanleene, E. (2007). *Ondersteuning in het vrijwilligerswerk(veld). Een kwalitatief en verkennend onderzoek*. Brussel, België: Vlaams Steunpunt Vrijwilligerswerk.
- Harrison, D., Price, K., Gavin, J., & Florey, A. (2002). Time, Teams, And Task Performance: Changing Effects Of Surface- And Deep-Level Diversity On Group Functioning. *Academy of Management Journal*, 45(I), 1029-1045. doi:10.2307/3069328
- Heinsius, J., & Ehrich, B. (1998). *Basisboek vrijwilligersmanagement*. Bussum, Nederland: Coutinho.
- Hollnagel, E., & Woods, D. (2005). *Joint cognitive systems: Foundations of cognitive systems engineering*. Boca Raton, FL: Taylor & Francis. doi: 10.1201/9781420038194
- Johnson-Coffey, G. (n.d.). Trends in volunteerism. *Bottom Line: Mg Lib Finances The Bottom Line*, 10(II), 60-64. doi: 10.1108/08880459710162984
- Kearney, E., Gebert, D., & Voelpel, S. (2009). When And How Diversity Benefits Teams: The Importance Of Team Members' Need For Cognition. *Academy of Management Journal*, 52(III), 581-598. doi:10.5465/AMJ.2009.41331431
- Miller, R. W. & Rollnick, S. (2008). *Motiverende gespreksvoering, een methode om mensen voor te bereiden op verandering*. Groningen, Nederland: Ekklesia
- Okun, M. & Eisenberg, N. (1992). Motives and intent to continue organisational volunteering among residents of a retirement community area. *Journal of Community Psychology*, 20(I), 233-246.
- OPENDOEK (2013). *Ronde van de regio-teams*. Intern document voor het beleid van OPENDOEK.
- OPENDOEK (2014a). *Infomap*. Intern document voor de vrijwilligers van OPENDOEK.
- OPENDOEK (2014b). *Ronde van de regio-teams: opvolging 2014*. Intern document voor het beleid van OPENDOEK.
- OPENDOEK (n.d.a). *Wat is OPENDOEK*. Geraadpleegd op 3 mei 2015 op het World Wide Web: <http://opendoek-vzw.be/index.php?onderdeel=2991&titel=OPENDOEK>
- Osgood, C. (1964). Semantic Differential Technique in the Comparative Study of Cultures. *American Anthropological Association*, 66(III), 171-200. doi:10.1525/aa.1964.66.3.02a00880

- Pelled, L., Eisenhardt, K., & Xin, K. (1999). Exploring the Black Box: An Analysis of Work Group Diversity, Conflict, and Performance. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 1-28. doi:10.2307/2667029
- Prins, B. (1994). *Professionele gesprekstechnieken*. Assen, Nederland: Van Gorcum.
- Rieken, G., Babakus, E., & Yavas, U. (1994). Facing resource attraction challenges in the non-profit sector: A behaviouristic approach to fundraising and volunteer recruitment. *Journal of Professional Services Marketing*, 11(1), 45-70.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1963). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Socius (n.d.a.). *Maak gezinnen blij – wervingscampagne*. Geraadpleegd op 29 april 2015 op het World Wide Web: <http://www.socius.be/Maak+gezinnen+blij+-+wervingscampagne>
- Socius (n.d.b.). *Sociaal cultureel werk op Twitter*. Geraadpleegd op 29 april 2015 op het World Wide Web: <http://www.socius.be/article1744-Sociaal-cultureel-werk-op-Twitter>
- Socius (n.d.c.). *Tips om vrijwilligers te werven*. Geraadpleegd op 29 april 2015 op het World Wide Web: <http://www.socius.be/Tips+om+vrijwilligers+te+werven>
- Swanborn, P. (1982). *In Schaaltechnieken: Theorie en praktijk van acht eenvoudige procedures*. Meppel, Nederland: Boom.
- Unger, L. (1991). Altruism as a motivation to volunteer. *Journal of Economic Psychology*, 12(1), 71-100. doi:10.1016/0167-4870(91)90044-T
- Vandergraesen, F. (2009). *Zaak & Co, Zakelijke communicatie & handelscorrespondentie*. Antwerpen, België: De Boeck.
- Verberk, G., Scheepers, P., & Felling, A. (1994). Een methodologische vergelijking: De Likert-, en de semantische differentiaal meettechniek toegepast op ethnocentrische attitudes. *Kwantitatieve Methoden*, 15(XLVII), 67-88.
- Vlaamse Regering (2011). Focus vrijwilligerswerk. *VRIND*, 19 (1), 415-426.
- Vlaamse Regering (2013). Algemeen referentiekader. *VRIND*, 21(1), 30-60.

Vlaamse zwemfederatie vzw (n.d.). Tips voor het strikken van jonge vrijwilligers: De jeugd van tegenwoordig. Geraadpleegd op 29 april 2015 op het World Wide Web: <http://www.zwemfed.be/sites/default/files/vrijwilligersbeleid.pdf>

Vrolijk, A. (1991). *Gesprekstechniek*. Houten, Nederland: Bohn Stafleu Van Loghum.

Wester, F. (1987). *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*. Muiderberg, Nederland: Coutinho.

Wester, F. (2003). *Rapporteren over kwalitatief onderzoek*. Utrecht, Nederland: Uitgeverij Lemma BV

Wiertzema, K., & Jansen, P. (2005). *Basisprincipes van communicatie*. Amsterdam, Nederland: Pearson Education.

Wymer, W. (1997). Segmenting Volunteers Using Values, Self-Esteem, Empathy, and Facilitation as Determinant Variables. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 5(II), 3-28.

8 BIJLAGEN

8.1 MAIL NAAR CONTACTPERSONEN: EMMELIE

Beste heer

In het kader van onze thesis werken Jasmien en ikzelf, samen met Opendoek een onderzoek uit over de vrijwilligerswerking van Opendoek. Hierbij zou ik jullie in maart graag vergezellen tijdens de bezoeken die jullie brengen aan de toneelgezelschappen om te zien hoe alles in zijn werking gaat. Dit is zeker niet om jullie te controleren of te evalueren, wel om te zien hoe het systeem werkt. Het bezoek blijft voor jullie hetzelfde zoals jullie het altijd doen, met uitzondering dat ik er ook zal bij zijn als stille observator en jullie achteraf enkele vragen zal stellen. Alles wat gezegd of gedaan wordt, zal vertrouwelijk verwerkt worden. Is dit ok voor jullie?

Ik had gedacht om, indien dit praktisch haalbaar is, te carpoolen naar de toneelzaal of eventueel op voorhand af te spreken om daar op hetzelfde moment toe te komen. Dit omdat ik er graag zou bij zijn vanaf het eerste contactmoment met de mensen van het toneelgezelschap. Daarnaast kan het ook zijn dat ik niet altijd een auto ter beschikking heb en niet alles haalbaar is met de fiets én het is beter voor het milieu. Ik zelf woon in Brielen. Zien jullie dit zitten?

De data waarop ik jullie zou vergezellen zijn:

Dinsdag 3 maart	Brielen Corneelkring	
Het atelier		Gilbert Vandamme-Marcel Vandemaele
Woensdag 11 maart	Passendale In Eer en Deugd	
Met volle goesting		Bert Bouve-Gilbert Milleville
Vrijdag 13 maart	Zillebeke Eigen Taal	
De laatste doet het licht uit		Bert Bouve- Marcel Vandemaele
Woensdag 18 maart	Boezinge Amateurtheater	
Valstrik voor een man alleen		Bernard Seynhaeve-Gilbert Vandamme
Vrijdag 20 maart	Geluwe Onder Ons	
De Schoonzusters		Bert Bouve-Bernard Seynhaeve
Zaterdag 21 maart	Iepers Comedy Theater	
Taxi-Taxi		Bernard Seynhaeve-Marcel Vandemaele
Maandag 23 maart	Reningelst De Vlaamsche Vrienden	
Racing Slabek		Bernard Seynhaeve-Gilbert Vandamme
Dinsdag 31 maart	Ieper Kunstkring Richten	
Altijd hetzelfde		Bert Bouve-Gilbert Vandamme

Hebben jullie nog vragen of opmerkingen? Aarzel niet om mij te contacteren. Alvast bedankt!

Vriendelijke groeten

Emmelie Verbeke

8.2 MAIL NAAR CONTACTPERSONEN: JASMIEN

Beste regioteam Antwerpen Zuidrand

In het kader van onze masterthesis aan de Universiteit Antwerpen doen Emmelie Verbeke en ikzelf een onderzoek naar de vrijwilligerswerking van OPENDOEK. Hierbij zou ik jullie in maart en april graag vergezellen tijdens de bezoeken die jullie brengen aan de toneelgezelschappen om te zien hoe alles in zijn werk gaat. Dat is zeker niet om jullie te controleren of te evalueren, wel om te zien hoe het systeem werkt. Het bezoek blijft voor jullie hetzelfde zoals jullie het altijd doen, met uitzondering dat ik er ook zal bij zijn als stille observator en jullie achteraf enkele vragen wil stellen. Alle informatie en gegevens worden daarbij vertrouwelijk verwerkt. Is dat in orde voor jullie?

Omdat ik er graag bij zou willen zijn vanaf het eerste contactmoment met de mensen van het toneelgezelschap, wil ik wel graag op voorhand afspreken om samen binnen te gaan of om eventueel te carpoolen indien mogelijk.

Kunnen jullie me zo snel mogelijk doorgeven op welke data in maart en april jullie gesprekken gepland hebben met welke toneelverenigingen? Dan kan ik zo snel mogelijk tickets regelen en praktische afspraken maken met zowel jullie als met de toneelverenigingen zelf.

Alvast bedankt voor jullie medewerking! En aarzel zeker niet om contact met me op te nemen als je vragen of opmerkingen hebt.

Met vriendelijke groeten

Jasmien O

8.3 INFOFICHE

Naam	Voornaam	
Straat		Nummer
Postcode	Gemeente	
Geboortedatum/...../.....	Geslacht M / V
E-mailadres		
Contactpersoon binnen regio		

OPLEIDING EN WERK

Hoogst behaalde diploma	lager onderwijs / secundair onderwijs / bachelor / master / manama
Indien mogelijk: specificeer studierichting	
Huidige werksituatie	
bediende / arbeider / middenkader / kader / gepensioneerd / zelfstandige / huisman/vrouw	
Indien mogelijk: specificeer sector	
Eigen activiteit in theatergezelschap:	
acteur-technieker-decorbouwer-medewerker-regisseur-bestuurder –voorzitter – andere	
Nog altijd actief in theatergezelschap	ja / nee
Andere engagementen in OPENDOEK:	POR – andere:

Alle gegevens worden vertrouwelijk verwerkt. Door het ondertekenen van dit document geef ik de toestemming om deel te nemen aan het onderzoek en weet ik dat Emmelie/Jasmien mij zal observeren en interviewen.

Gelezen en goedgekeurd:

8.4 OBSERVATIEFIGHE

Datum	Nummer observatie
Naam observator	
Naam geobserveerde contactpersoon	
Naam toneelvereniging	
Locatie voorstelling	Regio

AANKOMST EN AANMELDEN

	JA	+/-	NEE	OPMERKINGEN
De contactpersoon arriveert op tijd.				
De contactpersoon vermeldt OPENDOEK bij aanmelding.				
De contactpersoon geeft een visitekaartje van OPENDOEK af bij aankomst.				
De contactpersoon wordt herkend bij aanmelding.				
De contactpersoon vraagt bij de aanmelding naar een gesprek na de voorstelling.				
Hoe lang duren de begroeting en de aanmeldingsprocedure?		 minuten	
Opmerkingen				

TIJDENS DE PAUZE

	JA	+/-	NEE	OPMERKINGEN
De contactpersoon heeft contact met de medewerkers van het theatergezelschap. Zo ja, specificeer indien mogelijk.				

De contactpersoon wordt actief aangesproken door medewerkers van het theatergezelschap. Zo ja, specificeer indien mogelijk.				
Indien ja, wat is de aard en het thema van het gesprek / de gesprekken?				
Vertoont de contactpersoon opmerkelijk gedrag?				
Opmerkingen				

GESPREK NA DE VOORSTELLING: ALGEMEEN

Waar vindt het gesprek plaats?
Hoe lang duurt het gesprek? minuten
Aantal leden van de toneelvereniging die deelnemen aan het gesprek.	
Aantal contactpersonen die deelnemen aan het gesprek.	
Opmerkingen	

GESPREK NA DE VOORSTELLING: INHOUDELIJK

	JA	+/-	NEE	OPMERKINGEN
De contactpersoon opent het gesprek op een positieve manier, door bv. felicitaties voor geleverde prestatie.				
De contactpersoon velt in het gesprek een oordeel over het toneelstuk.				

De contactpersoon be vraagt of er problemen zijn.				
De contactpersoon legt de nadruk op de werking van de bezochte groep en niet op de werking van OPENDOEK.				
De contactpersoon benut de kansen om de werking en ondersteuning van OPENDOEK ter sprake te brengen indien gewenst door de toneelvereniging.				
De contactpersoon stelt voor om fotomateriaal op te sturen naar OPENDOEK.				
De contactpersoon heeft de nodige info verzameld om het digitale verslag in te kunnen vullen.				
Opmerkingen				

GESPREK NA DE VOORSTELLING: HOUDING

	JA	+/-	NEE	OPMERKING
De contactpersoon maakt oogcontact.				
De contactpersoon straalt een open houding uit.				
De contactpersoon toont interesse in de vereniging.				
De contactpersoon gaat vriendschappelijk om met de afvaardiging van de vereniging.				
Opmerkingen				

ALGEMEEN

Algemene indrukken en opmerkingen	
Positief gevoel?	
Welke sfeer overheerst?	

8.5 DEFINIËRING VAN DE BEGRIPPEN UIT DE OBSERVATIEFICHE

De contactpersoon maakt oogcontact.
De contactpersoon kijkt rond naar andere personen, kijkt ze aan, zoekt oogcontact om zo gesprekken aan te knopen. Kijkt niet weg van personen, kijkt niet naar de grond,... (Best & Boertien, 1990, p. 59; Miller & Rollnick, 2008; Wiertzema & Jansen, 2005, p. 12-13).
De contactpersoon straalt een open houding uit.
De contactpersoon heeft open houding zowel verbaal als non-verbaal. <ul style="list-style-type: none">• Verbaal: zoekt zelf contact met medewerkers van het toneelgezelschap door zelf mensen aan te spreken, stelt open vragen aan de medewerkers (OPENDOEK, 2014; Best & Boertien, 1990, p. 20-22).• Non-verbaal: De persoon is geïnteresseerd in wat de personen zeggen door oogcontact, hummen, instemmende gebaren en geluidjes, knikken en toegankelijke gezichtsuitdrukking. Een persoon heeft een open houding als je licht voorovergebogen zit/staat, met de schouders naar de ander toegedraaid (Wiertzema & Jansen, 2005, p. 35-41). De contactpersoon loopt rond, zit niet de hele tijd aan tafel in het cafetaria, kijkt rond, open armen, geeft mensen een hand als hij/zij ze begroet,... (Best & Boertien, 1990, p. 20-22).
De contactpersoon toont interesse in de vereniging
Stelt zelf vragen aan de medewerker over het toneelgezelschap, luistert aandachtig, vraagt naar volgende opvoeringen, bevraagt algemene gebeurtenissen binnen de groep,... (Best & Boertien, 1990, p. 20-22).

De contactpersoon gaat vriendschappelijk om met de afvaardiging van de vereniging.

Kennen ze elkaar al? Wordt er gelachen? Wordt er ook over andere onderwerpen gepraat? Gaan ze eerder formeel of informeel om met de medewerkers van het toneelgezelschap?

Positief gevoel?

Welke sfeer overheerst?

Heeft het gesprek een negatieve of positieve toon? Hebben de medewerkers een open houding?

8.6 VRAGENLIJST

Naam

Voornaam

Datum bezoek

ALGEMEEN

1. Aantal vergaderingen bijgewoond dit jaar

2. Aantal gesprekken gedaan dit jaar

3. Het hoeveelste bezoek is dit aan deze toneelvereniging?

4. Waarom bent u vrijwilliger geworden bij OPENDOEK?

5. Bezoekt u buiten de 'verplichte' bezoeken ook nog andere voorstellingen?

6. Denkt u nog lang contactpersoon te zijn bij OPENDOEK? Waarom wel/niet?

INHOUDELIJK

7. Waarom hebt u het gesprek op deze manier aangepakt? Doet u het altijd op deze manier of is er een specifieke aanpak per vereniging?

8. Op welke problemen stuit u zelf bij de gesprekken? Hoe kunnen deze verholpen/opgelost worden volgens u?

9. Hoe geeft u bekommernissen van toneelverenigingen door aan OPENDOEK?

10. Zijn het altijd dezelfde personen van dit theatergezelschap met wie u in contact komt of wisselt dit af?

PRAKTISCH EN WERKING

11. Wie neemt u mee op deze bezoeken/gesprekken? Altijd met twee contactpersonen / met partner / ...

12. Wie stelt het schema op van wie wanneer welke voorstelling bijwoont?

13. Hoe is de relatie met de regioverantwoordelijke?

14. Wie maakt het verslag op van bezoeken? (kan ook regioverantwoordelijke zijn)

15. Is het momenteel gemakkelijk om de verslagen van de bezoeken in te dienen bij OPENDOEK?

16. Zijn er nog andere opmerkingen die we moeten meenemen in ons onderzoek?

8.7 STELLINGEN OPGENOMEN IN VERSLAG VOOR CONTACTPERSONEN

1= niet akkoord, 5= akkoord

1. Deze toneelgroep wil een lachend publiek.
2. Deze toneelgroep zoekt naar vernieuwing op vlak van keuze van toneelstuk, regisseur of acteurs.
3. Deze toneelgroep laat alle acteurs meespelen, ongeacht ervaring, opleiding of talent.
4. Deze toneelgroep wil dat haar voorstelling impact heeft op de visie van de toeschouwer op mens, samenleving of kunst.
5. Deze toneelgroep verwacht dat de acteurs voldoende artistiek niveau hebben of zich artistiek willen bekwamen.
6. Deze toneelgroep stelt groepsbinding en vriendschap centraal.

8.8 READ-ME INFORMATIE BIJ ZIP-FILE

In de zip-file vind je de volgende structuur terug:

Alle fiches

 Observaties Emmelie

 Map per contactpersoon

 Observaties Jasmien

 Map per contactpersoon

Data van contactpersonen

Informatie bij de zip-file (dit bestand)

Onder 'Alle fiches' staan alle observatie- en interviewdocumenten van beide onderzoekers. Elke contactpersoon kreeg daarbij zijn eigen map, waarin telkens minstens één exemplaar is opgenomen van de infofiche, het observatieformulier en het verslag van het interview. Emmelie heeft soms meerdere mensen samen geïnterviewd en geobserveerd, of meerdere malen dezelfde persoon, en daarom staan deze soms samen in het mapje van één van de twee.

Al de data van de contactpersonen die we verkregen uit de infofiches, hebben we dan ingegeven in een Excel-bestand 'data van contactpersonen'. Daarin konden we conclusies trekken voor onze methodologie en het bevat tevens de gebruikte grafieken en percentages.

8.9 DEELNAME AAN ONDERZOEK VAN DERDEN

8.9.1 JASMIEN O

	Datum	Thema onderzoek	Type	Duur
1.	28/10/2014	Vreemdetaalverwerving	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	2 uur
2.	27/10/2014	Zoover: reisbureau (thesis Özlem Yilmaz)	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	15 minuten
3.	30/10/2014	Impact van advertenties (Ipsos in opdracht van Roularta)	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
4.	15/11/2014	Crisismanagement bij vliegtuigmaatschappijen	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
5.	25/11/2014	Mobiele televisieplatform Stieve (Universiteit Gent)	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
6.	25/11/2014	Attitude tegenover websites	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	5 minuten
7.	18/12/2014	Online productevaluatie	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	40 minuten
8.	23/12/2014	Reclamecampagnes	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	20 minuten
9.	27/12/2014	Ervaringen met lingerie via bureau 'The Choice'	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	15 minuten
10.	02/01/2015	Levenswaarden en normen via GfK	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
11.	07/01/2015	Ervaringen met frisdranken en festivals	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten

12.	07/01/2015	Gewoontes en verwachtingen op het vlak van verzorgings- en reinigingsproducten via bureau <i>Dedicated</i>	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	20 minuten
13.	08/01/2015	Eetgewoonten via <i>UGent</i> met publicatie resultaten op http://www.addframes.com/healthsurvey	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	30 minuten
14.	9/01/2015	Gebruik en keuze van smartphones via <i>GfK</i>	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
15.	11/01/2015	Trendence Graduate Barometer 2015	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	20 minuten
16.	05/02/2015	Onderzoek naar mogelijkheid om nieuwe bachelor op te richten onder alumni via KdG Hogeschool	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	15 minuten
17.	01/03/2015	Hoe pak jij een schrijfpdracht aan?	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	20 minuten
18.	21/03/2015	Bachelorproef Jeroen Tetaert via Sint Lucas met als thema 'Differentiatie in het instaporkest'	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
19.	30/03/2015	Masterscriptie Iris Wissink over online reclame	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
20.	30/03/2015	Bachelorproef Ian Emsens en Jasper De Smet over mobiele apps binnen de toeristische sector via Thomas More	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
21.	20/04/2015	Vreemdetaalverwerving: natoets	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	2 uur
22.	11/05/2015	Pilot-studie: Besluitvorming met macht	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	1 uur en 20 minuten
23.	13/05/2015	Sociale mediagebruik bij studenten van de UA	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten

8.9.2 EMMELIE VERBEKE

	Datum	Thema onderzoek	Type	Duur
1.	28/10/2014	Vreemdetaalverwerving	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	2 uur
2.	15/11/2014	Crisismanagement bij vliegtuigmaatschappijen	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
3.	16/11/2014	Survey over verschillende betaalmethodes	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
4.	21/11/2014	Stieve For Students	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
5.	27/11/2014	Evaluatie docent Marketing	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	5 minuten
6.	18/12/2014	online product evaluatie	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	40 minuten
7.	7/03/2015	Schrijven: hoe pak jij een schrijfpdracht aan?	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	20 minuten
8.	19/03/2015	Cyberslacking	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	15 minuten
9.	22/03/2015	Reclame	<input type="checkbox"/> experiment <input checked="" type="checkbox"/> enquête	10 minuten
10.	1/04/2015	Online sales training	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	1 uur
11.	20/04/2015	Vreemdetaalverwerving: natoets	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	2 uur
12.	11/05/2015	Pilot-studie: Besluitvorming met macht	<input checked="" type="checkbox"/> experiment <input type="checkbox"/> enquête	1 uur en 20 minuten

9 VERKLARING OP WOORD VAN EER

Wij verklaren dat wij aan deze aan de Faculteit Toegepaste Economische Wetenschappen en Faculteit Letteren en Wijsbegeerte ingediende masterthesis zelfstandig en zonder hulp van andere dan de vermelde bronnen hebben gemaakt.

We bevestigen dat dit werk origineel is, aan geen andere onderwijsinstelling werd aangeboden en nog niet werd gepubliceerd.

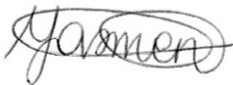
Wij zijn ons bewust van de implicaties van fraude zoals beschreven in artikel 18 van het onderwijs- en examenreglement van de Universiteit Antwerpen (www.ua.ac.be/oer).

Datum: 25 mei 2015

Plaats: Antwerpen

Naam: O Jasmien

Handtekening:

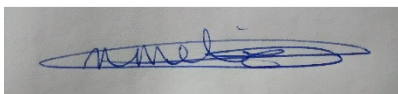
A handwritten signature in black ink that reads "Jasmien". The signature is written in a cursive style and is enclosed within a hand-drawn oval.

Datum: 25 mei 2015

Plaats: Gent

Naam: Verbeke Emmelie

Handtekening:

A handwritten signature in blue ink that reads "Emmelie Verbeke". The signature is written in a cursive style and is enclosed within a hand-drawn oval.